

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Disertační práce**

**2021**

**Ondřej Trunečka**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Ondřej Trunečka

**Proměny sportovních rubrik  
českých deníků v letech 2001 až 2015**

*Disertační práce*

Praha 2021

**Autor práce:** Ondřej Trunečka

**Vedoucí práce:** Doc. PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

**Oponent práce:**

**Datum obhajoby:**

**Hodnocení:**

### **Bibliografický záznam**

TRUNEČKA, Ondřej. *Proměny sportovních rubrik českých deníků v letech 2001 až 2015*. Praha, 2021. 127 s. Disertační práce (Ph.D.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Školitelka doc. PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

## **Abstrakt**

### *Proměny sportovních rubrik českých deníků v letech 2001 až 2015*

Disertační práce sleduje proměnu sportovních rubrik v tištěných denících, v jejich standardním papírovém formátu, v období vymezeném lety 2001 až 2015. V něm se vybrané tituly *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo* potýkaly až na výjimky každoročně s poklesem prodaného nákladu, jejich situaci ještě ztížila finanční krize v roce 2008. Sportovní žurnalistiku ovlivnilo rozšíření kabelových či digitálních televizí a zejména internetu, čímž se výrazně rozšířila nabídka sportovního obsahu, stal se snáze a rychleji dostupným. Podle výzkumu se vybraná média v nové konstelaci adaptovala. Předmětem inovací, jak přizpůsobit obsah tištěných novin novým podmínkám, se v případě sportovní rubriky stal její rozsah i způsob zpracování událostí. Výsledky pak zachytily diferencovaný přístup periodik v obou aspektech. Některá sportu věnovala i nadále značný prostor, jiná ho ve snaze se jasněji profilovat omezovala. Ve způsobu zpracování událostí převažoval odklon od popisného zpravodajství ve prospěch ohlasů či složitějších formátů.

**Klíčová slova:** Tisk, noviny, sportovní žurnalistika, internet, zpravodajství, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes*, *Právo*

## **Abstract**

### *The transformation of sports sections of Czech daily newspapers between 2001 and 2015*

The dissertation deals with the transformation of sports sections in the daily newspapers, in their traditional paper form, between 2001 and 2015. In this period, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* and *Právo* were faced with the almost permanent decrease of the circulation, the financial crisis in 2008 made their situation even more difficult. At the same time, sports journalism have changed due to the expansion of the TV stations and mainly of the Internet; the news became more available. The newspapers considered some innovation and they decided to change the number of pages devoted to sport or to replace the match and race reports by the reactions of players or more often by stories with larger context.

**Key words:** Press, daily newspapers, sports journalism, internet, news reporting, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes*, *Právo*

**Rozsah práce:** 218 439 znaků (121 normostran).

### **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 30. prosince 2021

### **Poděkování**

Děkuji školitelce, paní děkance doc. PhDr. Alici Němcové Tejkalové, Ph.D., za všechny cenné rady, ale především za velkou trpělivost. A svým nejbližším za nekonečnou podporu, zejména rodičům, a to nejen teď při psaní. Právě jim tuto práci, v níž se prostřednictvím vzdělání, zájmů i profesní kariéry zrcadlí velká část mého života, věnuji.

# Obsah

Úvod.....	1
<b>I. Teoretická část .....</b>	<b>6</b>
<b>1. Noviny jako staré médium v éře těch nových .....</b>	<b>6</b>
1.1 Tištěné noviny v úvahách o vývoji médií.....	7
1.2 Současná pozice tištěných novin.....	9
1.3 Vývoj českých deníků v letech 2001 až 2015 .....	12
<b>2. Inovace jako reakce na aktuální vývoj .....</b>	<b>15</b>
2.1 Základní typologie mediálních inovací.....	16
2.2 Inovace obsahu v tištěných médiích.....	17
<b>3. Sport v médiích a jeho proměna v tištěných novinách.....</b>	<b>19</b>
3.1 Vztah sportu a médií .....	20
3.2 Digitální revoluce ve sportovní žurnalistice .....	22
3.3 Příklady rozšíření sportovního obsahu v českém prostředí .....	25
3.4 Důsledky pro obsah sportovních rubrik tištěných novin.....	28
3.4.1 Možné inovace rozsahu sportovních rubrik.....	29
3.4.2 Možné inovace obsahu sportovních rubrik.....	30
<b>II. Metodologie.....</b>	<b>32</b>
<b>4. Základní vymezení výzkumného záměru.....</b>	<b>32</b>
4.1 Předmět výzkumu a stanovení výzkumných otázek.....	32
4.2 Metodologická rešerše a výběr výzkumných metod.....	33
<b>5. Metodický postup .....</b>	<b>37</b>
5.1 Stanovení časového intervalu .....	37
5.2 Výběr zkoumaných titulů .....	38
5.3 Kvantitativní profil vzorku.....	39
5.4 Kvalitativní obsahová analýza.....	41
5.5 Pilotní studie a její dílčí zjištění .....	42
5.6 Rozhovory se zástupci médií.....	43
<b>6. Etické aspekty výzkumu .....</b>	<b>46</b>
6.1 Otázka výzkumníka a aktéra v jedné osobě.....	46
6.2 Otázka anonymizace odpovědí v rozhovorech.....	47



<b>III. Analytická část</b> .....	48
<b>7. Vývoj rozsahu sportovních rubrik</b> .....	<b>48</b>
7.1 Rozšiřování sportu a rekordní roky 2003 a 2005.....	49
7.2 Setrvalá redukce sportu v období 2009 až 2015.....	51
7.2.1 <i>Sport stále důležitou rubrikou</i> .....	51
7.2.2 <i>Sport spíše okrajovým tématem</i> .....	53
7.3 Změny v rozsahu mezi jednotlivými dny.....	56
<b>8. Vývoj role zpravodajství ve sportovních rubrikách</b> .....	<b>59</b>
8.1 Referát stěžejním a charakteristickým žánrem.....	60
8.1.1 <i>Zkracování a omezování referátů až po jejich vyřazení</i> .....	66
8.2 Nové trendy ve způsobu zpracování sportovních událostí.....	70
8.2.1 <i>Ohlasové texty při přetrvávajícím zpravodajském pojetí</i> .....	72
8.2.2 <i>Větší příklon k publicistice a náročnějším formátům</i> .....	74
8.2.3 <i>Nadčasová témata, prolínání žánrů a důraz na autora</i> .....	80
<b>Závěr</b> .....	83
<b>Summary</b> .....	89
<b>Přehled použitých pramenů a literatury</b> .....	90
<b>Přílohy</b> .....	100



# Úvod

„Situaci v novinách bych přirovnal k fotbalovému zápasu, ve kterém jenom bráníš. Když všechno půjde hodně dobře a budeš mít dobrý rok, klesneš o pět procent, zatímco trh o deset. Je fajn být o polovinu lepší, ale je hrozné dívat se na aktuální čísla a pamatovat si, že loni byla lepší, před dvěma lety ještě lepší, před třemi ještě víc.“

Robert Čásenský<sup>1</sup>, šéfredaktor *Mladé fronty Dnes* v letech 2006 až 2013

Ještě na počátku století vykazovala *Mladá fronta Dnes* coby nejúspěšnější seriózní titul na českém trhu průměrně prodaný náklad přes tři sta tisíc denně<sup>2</sup>. V březnu 2001 dokonce přesáhla 381 tisíc, což bylo tehdy ze všech českých deníků nejvíc. Obdobně se ale dařilo také bulvárnímu *Blesku*, jenž vzájemné soupeření o pozici číslo jedna ovládl a postupně navyšoval prodaný náklad až na půl milionu. Jenže po čtrnácti letech, tedy v roce 2015, zůstala v obou zmíněných případech z tehdejších hodnot sotva polovina.

Pokles postihl i ostatní značky na trhu: všeobecně zaměřený denní tisk, jenž je předmětem tohoto výzkumu, ale rovněž periodika bulvární či sportovní. *Právo* se z více než dvou set tisíc propadlo k devadesáti tisícům. *Lidové noviny* v uvedeném časovém intervalu klesly ve statistice prodaného nákladu z více než sta tisíc pod čtyřicet. A *Hospodářské noviny* z pětasedmdesáti tisíc ke třiceti.

A dnes, na začátku třetí dekády, si stojí ještě o něco hůř, navíc sestupný trend v loňském roce urychlila pandemie nového typu koronaviru, ačkoli její konkrétní dopady na tištěná média musí být ještě předmětem zkoumání. Nicméně na jaře 2021 dosáhl prodaný náklad *Mladé fronty Dnes* přibližně devadesáti tisíc, *Práva* pětapadesáti tisíc, *Hospodářských novin* osmadvaceti tisíc a *Lidových novin* pětadvaceti. Pro úplnost: stále nejúspěšnější *Blesk* se pohybuje na úrovni sto třicet, sto čtyřicet tisíc.

Novým kritériem úspěšnosti v dlouhodobém srovnání už dlouho není reálný nárůst, ba ani změna trendu, ale co nejmenší pokles.

---

<sup>1</sup> Rozhovor s Robertem Čásenským dne 6. března 2020 v Praze. Další odkazy na něj už jen Čásenský (2020).

<sup>2</sup> Všechna data o nákladu vycházejí z podrobných měsíčních statistik Kanceláře ověřování nákladu tisku ABC ČR dostupných na stránkách [www.abccr.cz](http://www.abccr.cz).

Propad nákladu periodického tisku a jeho složitá situace se zdaleka netýká jen českého prostředí, ale naopak: Je to problém globální a zasáhl téměř celý euroamerický civilizační okruh. Důvodů zmenšujících se nákladů tisku je mnoho, zmínili je například Pedersen (2014: 101) či Franklin (2008: 306–317). Lze mezi ně zařadit obecně rostoucí mediální konkurenci, tedy například rozšiřování televizního vysílání včetně zpravodajských kanálů či volně distribuovaných novinových titulů, dále finanční krizi, která udeřila v roce 2008 a ukázala na zastaralý obchodní model novin, a také chyby novinářů.

Situaci samozřejmě ovlivnil zcela zásadně nástup internetu na přelomu osmdesátých a devadesátých let minulého století a jeho následné masivní rozšíření. Ať už jako přímý konkurent, který nabídl řadu nových možností, nebo často i v dalších důsledcích, jako je fragmentace trhu, což se stejně jako už jiné uvedené příčiny zase promítá do nižšího zájmu čtenářů novin, a tím samozřejmě také do inzertních příjmů. Edge (2019: 19) či Pedersen (2014: 102) pro tuto kombinaci ekonomických, obchodních a technologických změn použili anglický termín „*perfect storm*“, tedy v překladu „*dokonalá bouře*“. A je podstatné sledovat, jak jí noviny odolávají, jak se s ní vypořádávají.

Právě to je předmětem této disertační práce. Zatímco se řada studií věnuje novým technologiím, novým možnostem komunikace a třeba i novým trendům v žurnalistice, tato zachycuje, jak na vnější změny reagují ta takzvaně tradiční média, v tomto případě ta nejstarší, papírové noviny. Respektuje tak jeden ze směrů výzkumu, který nepřímo vytyčil Jakubowicz (2013), když se kriticky vymezil proti „*tlusté čáře za předchozím obdobím*“, k níž někdy podle něj v odborné literatuře dochází v duchu: „*Jestliže tradiční média dřív nebo později zmizí ze scény, věnujme se novým médiím, internetu a novým technologiím,*“ (Jakubowicz, 2013: 15).

Ačkoli se uvedené aspekty – technologické, ekonomické či obsahové – často prolínají a někdy není možné je od sebe jednoznačně oddělit, tato práce se věnuje proměně obsahu tištěných novin, přičemž obsahem se rozumí jak prostor věnovaný publikovaným informacím, tak i jejich povaha. Možné inovace jako reakce na změnu situace a prostředí zkoumá na příkladu sportovních rubrik.

Právě sport chápaný v tomto kontextu jako specifický mediální obsah představuje oblast, v níž se výhody digitálních technologií projevují velmi významně. Však také například Bradshaw a Minogue (2019: 6) či Pedersen (2014: 101) i další autoři, kteří se věnují sportu a sportovní

žurnalistice, popsali období na počátku 21. století s nástupem internetu jako „*digitální (mediální) revoluci*“. Real (2006: 183) označil internet za ideální médium pro sportovní fanoušky a vyzdvihl jeho snadnou dostupnost, rychlost, interaktivitu a multimediální obsah. Tyto jeho vlastnosti jsou ve zřetelném kontrastu proti nákladnějším, po výrobní stránce technologicky náročnějším a distribučně pomalejším tištěným novinám, což se promítá do jimi nabízeného obsahu. Proto je vhodné a zajímavé právě na příkladu sportu sledovat, jak se deníky s tímto výrazným handicapem a silící konkurencí vyrovnávají.

K tomuto cíli také směřuje hlavní výzkumná otázka disertační práce: Jak se ve stanoveném období v důsledku zvolených inovací proměnil obsah sportovních rubrik vybraných českých deníků?

Trendy s ohledem na východiska z teoretické části sleduje ve dvou aspektech: Jak se změnil rozsah sportovních rubrik a jakou roli v nabízeném obsahu představuje zpravodajství jako základní produkt žurnalistické činnosti, původně charakteristický právě pro tištěné noviny, nyní však snadno dostupný na internetu.

Práce se zabývá obdobím vymezeným lety 2001 a 2015. Tento interval není jen symbolickým začátkem jedenadvacátého století, ale především zahrnuje stěžejní události, které se k vybranému tématu pojí. Z perspektivy tištěných novin je klíčový zejména nejprve pozvolný, ale postupně stále výraznější pokles prodaného nákladu. Proti tomu v tomto čase významně rostl dosah internetu a v online prostředí navíc vznikla řada projektů, které rozšířily nabídku sportovního obsahu a novinám zvýšily konkurenci.

Vlastní výzkum sleduje vývoj ve sportovních rubrikách všech všeobecně zaměřených celostátních zpravodajských tištěných deníků, které v uvedeném intervalu vycházely nepřetržitě. Tato kritéria splňují čtyři, uvedené v abecedním pořadí: *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo*.

Teoretická část disertační práce přibližuje tři důležité aspekty ke zvolenému tématu. Úvodní kapitola se věnuje diskusi o proměnách médií s důrazem na současnou pozici tištěných novin. Druhá definuje inovace v médiích jako relevantní směr výzkumu, představuje typologii inovací a následně nastiňuje obsahové inovace. Jimi se pak velmi konkrétně na příkladech ze zvolené oblasti sportovní žurnalistiky zabývá třetí kapitola, která také vysvětluje vztah sportu a médií.

Koncepty využití v této části vycházejí z odborné literatury, zejména britské, americké, případně i francouzské, což jsou současně také země s dlouholetou tradicí sportovní žurnalistiky. Dále teoretická část čerpá i zkušenosti z dalších evropských zemí, převážně západních či severských.

Príslušné pasáže vždy doplňují kontext a příklady z českého prostředí. Faktograficky vycházejí z dat Kanceláře ověřování nákladu tisku ABC ČR<sup>3</sup>, slábnoucí pozici novin dokládá čtenost z Media Projektu<sup>4</sup>. K doplnění či ověření některých skutečností slouží evidence periodického tisku na stránkách Ministerstva kultury České republiky<sup>5</sup> a dobové informace. Disertační práce čerpá také z Infobanky *České tiskové kanceláře*<sup>6</sup>, u novějších zpráv též z oborových serverů, jako je například *Mediaguru.cz*<sup>7</sup>. Z dalších zdrojů informací jsou to Český statistický úřad<sup>8</sup>, oficiální webové stránky sledovaných i jiných médií nebo tiskové zprávy.

Pro naplnění stanoveného cíle kombinuje disertační práce několik postupů. Základní zjištění vyplývají z výzkumu obsahu tištěných novin. Základní kvantitativní profil vzorku zachycuje rozsah sportovních rubrik sledovaných titulů v absolutních číslech, částečně i v poměru k ostatním sekcím. Kvalitativní obsahová analýza pak sleduje využití žánru zprávy a dalších zpravodajských formátů při pokrývání vybraných sportovních událostí: konkrétně první fotbalové ligy, hokejového mistrovství světa a dostihového závodu Velká pardubická. Právě zpravodajství a aktuální informace se vzhledem k rychlosti internetu staly jeho výsadou a otázkou zůstává, jak noviny zareagovaly. Práce se zaměřuje na všechny liché roky v uvedeném intervalu, aby bylo možné zachytit nejen výchozí stav a následné změny, ale sledovat trendy a zaznamenat období největších změn. Z každého roku je vzorkem šest týdnů, z toho tři kalendářní, tři konstruované.

Analýzu publikovaného obsahu sportovních sekcí doplňují rozhovory s představiteli uvedených periodik, kteří v nich v dotčeném čase pracovali, aby ke sledovaným trendům poskytli svůj pohled. Pro co nejširší záběr jsou mezi nimi jak zástupci manažerské úrovně, šéfredaktoři či jejich zástupci reprezentující vedení média, tak i členové sportovních redakcí: Martin

---

<sup>3</sup> Dostupné na [www.abccr.cz](http://www.abccr.cz). Měsíční statistiky zkoumaných titulů z dotčených let jsou zařazeny do přílohy.

<sup>4</sup> Dostupné na [www.unievydavatelu.cz](http://www.unievydavatelu.cz).

<sup>5</sup> Dostupné na [www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html](http://www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html).

<sup>6</sup> Dostupné na [ib.ctk.cz](http://ib.ctk.cz), přístup je podmíněn uživatelským jménem a heslem, získaným na smluvním základě. Uvedený odkaz proto jen naznačuje cestu ke zdroji.

<sup>7</sup> Dostupné na [www.mediaguru.cz](http://www.mediaguru.cz).

<sup>8</sup> Dostupné na [www.cszo.cz](http://www.cszo.cz).

Jašminský a Luděk Mádl za *Hospodářské noviny*, Dalibor Balšínek a Petr Adam za *Lidové noviny*, Robert Čásenský a Jan Palička za *Mladou frontu Dnes* a Vladimír Dušánek s Radkem Malinou za *Právo*.

Hned v úvodu je třeba uvést, že tuto proměnu sportovních rubrik jsem mohl sledovat a podílel jsem se na ní jako přímý aktér. Od podzimu 2012 stojím v čele integrované centrální sportovní redakce vydavatelství Mafra, jež vznikla s cílem připravovat obsah pro zpravodajský portál *iDnes.cz* i pro tištěné tituly *Mladá fronta Dnes* a *Lidové noviny*. První tři roky v této pozici se kryjí se závěrem období vymezeného pro analýzu realizovanou v této práci. Předtím, před spojením redakcí, jsem působil v *iDnes.cz* na různých pozicích: od reportéra přes editora až po vedoucího sekce. Veškerá zjištění týkající se českého denního tisku uvedená v této práci se opírají o provedený výzkum, vycházejí z původních šetření a provedených rozhovorů. Současně vzorek více než tisíce denních vydání čtyř celostátních titulů v rozpětí patnácti let představuje dostatečně reprezentativní základ, aby formulované závěry věrohodně vystihly trend a kontext bez ohledu na jakékoli osobní zapojení.

# I. Teoretická část

## 1. Noviny jako staré médium v éře těch nových

Otázky vývoje médií, jejich konkrétních typů, jejich vzájemné působení a ovlivňování patří k elementárním tématům mediálních studií. A protože disertační práce pojednává na příkladu sportovních rubrik o situaci na začátku 21. století a změnách v tištěných novinách, je zapotřebí nejprve nastínit současné směřování odborné diskuse v tomto ohledu. Jsou to totiž právě tištěné noviny ve své standardní papírové podobě, které v tomto kontextu bývají typickým příkladem takzvaných „starých“<sup>9</sup> médií, případně dále označovaných jako tradiční, jež se vyrovnávaly a stále vyrovnávají s nástupem těch „nových“ reprezentujících technologicky pokročilejší konkurenci. Novými vedle nich byly svého času rozhlas a později televize, v posledních dekádách přísluší toto označení internetu a digitálním technologiím, zatímco také zmíněná audiovizuální média zestárla<sup>10</sup>.

Téma možných důsledků pro noviny není úplně nové, už v minulém století byly v souvislosti se změnami na mediální scéně předmětem úvah a studií<sup>11</sup>. V posledních dekádách se však tempo změn, především technologických, výrazně zrychlilo. Ostatně podle Faustina a Noama (2019: 158) prošel mediální průmysl od konce 20. století velmi zásadním vývojem, změny z poslední doby označili za největší v historii médií. Ballatore a Natale (2016) sice upozornili, že předpovědi o možném zániku předchozího média v důsledku vzniku jiného se objevovaly už dlouho před nástupem digitálních médií, ovšem právě s nimi se diskuse v tomto kontextu poněkud vyostřila, a to v konkrétních předpovědích či užitých výrazech. A nejčastěji se zpochybňují právě tištěné noviny.

---

<sup>9</sup> Odborná literatura v kontextu vývoje médií často využívá označení „stará“ a „nová“ média. Tyto termíny však mohou být v některých situacích problematické, protože „stará“ média byla v určitý okamžik „novými“. To se týká právě zmíněného rozhlasu či televize ve vztahu k novinám a následně v obrácené roli ve vztahu k internetu. Vývoji médií v tomto směru se věnovali například Lesage a Natale (2019: 581). Menke a Schwarzenegger (2019) definovali sedm kritérií, v nichž lze rozlišit „stará“ a „nová“ média. Nicméně v případě této disertační práce vzhledem k tématu tištěných novin v konkurenci převážně digitálních médií lze tato označení snadno využívat.

<sup>10</sup> Jak upozornili Lesage a Natale (2019: 581), někdy ani chronologické řazení nepomůže. Podle nich se například „elektronický digitální počítač často prezentuje jako část nových médií navzdory faktu, že jeho vznik se datuje přibližně ve stejném čase jako televize“.

<sup>11</sup> Například Lacy (1987) se zabýval obdobím dvacátých až čtyřicátých let a vzestupem rozhlasu, nástup televize a její vliv na inzertní příjmy a prodaný náklad novin na začátku druhé poloviny 20. století zase zaznamenal Tijmstra (1959). Pozici novin vůči televizi v oblasti zpravodajství se věnoval Shelton (1978). Podle Seymour-Urea (1996: 18) byly deníky vedle těchto médií spíš doplňním než vyhraněným soupeřem. Důkaz vzájemného ovlivňování přetrval dodnes: součástí deníků zůstává každý den televizní program, často býval či ještě je i rozhlasový.



## 1.1 Tištěné noviny v úvahách o vývoji médií

Podle některých předpovědí měl denní tisk zaniknout už dávno. O'Sullivan a kol. (2017: 86) připomněli například titulek příspěvku *The Economist* už z roku 2006 *Kdo zabil noviny?* (v anglickém originále *Who Killed the Newspaper?*), publikovaný dokonce ještě před finanční krizí v letech 2008 a 2009. Obdobně se Edge (2019: 34) zase vymezil proti nenaplněným prognózám, které avizovaly zánik mnoha tištěných titulů ve Velké Británii. Úvahy o dramatických ztrátách tisku, podle kterých už ani nemohou mít obchodní model, označil za mylné. A také poznamenal, že zmíněný *The Economist* raději předčasný „nekrolog“ stáhl a radikální postoj přehodnotil. Thurman a Myllylahtiová (2009: 691) připomněli další vize, například představitelů amerických médií či technologických firem, v nichž noviny opustily definitivně tradiční papírovou podobu a pro čtenáře zůstaly dostupné jen elektronicky. Mělo to být třeba v roce 2012, případně 2018 nebo 2021.

Nejen předčasně kategorické závěry, ale také zvolené obraty demonstrují, jak se diskuse o tištěných novinách vyhroutil. Příkladem mohou být zmíněné „nekrolog“ či „zabil“, Lesage a Natale (2019: 581) dodali, že se v tomto směru také často mluví o „smrti“ a „umírání“ médií, přičemž poukázali, že lidé často vnímají vývoj médií a jejich jednotlivé etapy skrze lidský život, podle jeho jednotlivých fází, od narození až po skonání<sup>12</sup>.

Určité eskalování diskuse o budoucnosti médií není podle Krumsvika (2012: 729–730) až tak překvapivé. Podle něj v ní dominují dlouhodobě dva silně vymezené směry. První z nich předpokládá rychlý zánik tradičních médií, nejen tištěných novin, ale třeba také televize, a následný přechod na zcela nové platformy s aktivními uživateli, jimi vytvořeným a sdíleným obsahem. Podle druhého se zase média musí podříditi trendu konvergence, kdy se význam původního členění médií podle jejich typů zcela vytrácí a všichni dosavadní hráči budou pod tlakem digitalizace a nových technologií nově soupeřit o stejnou reklamu na jedné společné platformě. Oba tyto postoje prezentované v odborné diskusi však Krumsvik (2012: 729–730) vnímal jako přehnané, jež nesou spíše rysy polemiky, a jejich naplnění nepovažoval do budoucna za pravděpodobné.

---

<sup>12</sup> Obdobné vnímání, charakteristika vývoje médií na příkladu lidského života, se vyskytuje například v konceptu, který rozpracovali Lehman-Wilzig a Cohenová-Avigdorová (2004: 712). Analyzovali nástup internetu a možné důsledky pro stávající média. Jejich cyklus čítal šest postupných fází: 1) narození, 2) vstup a prosazení na trhu, 3) postupný růst, 4) období zrání, v němž médium dosahuje významné role na trhu, 5) defenzivní odpor, 6) tři možné závěry: přizpůsobení, konvergence, případně fáze, v níž média zastarávají a následně zmizí.

Proti kategorickému pojetí a dalekosáhlým dopadům konvergence s úplným zánikem dosavadních médií se určitým způsobem vymezil i Jakubowicz (2013), když formuloval dva možné směry úvah. Postavil proti sobě dva protichůdné principy, model substituční a model kumulativní změny. Za prvním z nich se podle něj „*skrývá otevřeně, či mlčky přijatá teze, že konvergence s sebou přináší dalekosáhlé změny (...), jako by nová média a digitální technologie nahradily tradiční média*“ (Jakubowicz, 2013: 15). Této představě vytýkal chybějící kontinuitu. Naopak podle druhého z modelů, modelu kumulativní změny, ke kterému se (2013: 15) na základě analýzy soudobých mechanismů přiklonil, „*nová média nevytlačila dřívější média*“. Současně varoval (2013: 13), aby se vliv nastupujících technologií ani jejich krátkodobé účinky nepřeceňovaly.

Koncept konvergence se spojuje především s Jenkinsem (2006), který ho podrobně rozpracoval. Podle něj (2006: 2–3) představuje široké technologické, průmyslové, kulturní a společenské změny. Vztahy mezi takzvaně starými a novými popsal (2006: 6) následovně: „*Pokud paradigma digitální revoluce předpokládalo, že nová média vytlačí ta stará, vznikající paradigma konvergence očekává, že stará a nová média se budou vzájemně ovlivňovat stále komplexněji.*“ Tento směr vytyčil jako určitý kompromis mezi vyhraněnými představami, kdy digitální revoluce změní všechno, nebo se naopak nezmění nic.

Konvergenci jako jeden z možných závěrů vývoje konkrétního typu média zmínili rovněž Lehman-Wilzig a Cohenová-Avigdorová (2004: 712, 718). V takovém případě podle nich stávající médium samo přežít nemůže, ale svoji funkci si zachová právě tím, že se začlení do nového. Může samozřejmě také zestárnout a zkrátka zmizet. Anebo se dokáže novým podmínkám přizpůsobit, například tím, že nalezne nové publikum, nebo upraví stávající funkci, což také bývá obvykle první a často aplikovaný postup.

Právě tištěné noviny se podle Lehmana-Wilziga a Cohenové-Avigdorové (2004: 718) snaží adaptovat už počtvrté. Nejprve reagovaly na nástup rozhlasu a jeho bezprostřednost, která narušila v té době obvyklé vnímání zpráv, i proto se posouvaly uzávěrky tisku či se zaváděla pozdější vydání. Televize zase přiměla noviny rozšířit obsah o analytičtější texty a pohled do zákulisí, což sama naopak zprostředkovat nemohla, současně nově více dbaly na grafickou podobu s barvami a vizuálními prvky. S rozšířením kabelových televizí či specializovaných programů přidaly doplňkové produkty, tematicky zaměřené suplementy. A tentokrát hledají cestu, jak se přizpůsobit internetu se všemi jeho výhodami.

V každém případě tištěné noviny jako médium stále existují. Minimálně prozatím. A minimálně prozatím stále platí, co konstatovali Lesage a Natale (2019: 581): „*Jak ukazuje historie, média umírají jen zřídka. Rozhlas také zatím nezmizel po vzniku televize, tištěné knihy přežily řadu technických i společenských změn.*“ Edge (2014) dokonce smrt novin označil za „*mýtus*“, jako „*vysoce přehnané*“ tvrzení, jak uvedl v názvu své knihy (v anglickém originále *Greatly Exaggerated: The Myth of the Death of Newspapers*).

Na druhou stranu technologický vývoj vyvrátil i některé argumenty na podporu tištěných novin. Třeba ty, které zpochybňovaly snadnou dostupnost online informací široké veřejnosti, jak mínil například McNair (2004: 140), protože budoucí rozsah těchto služeb a přístup k internetu prostřednictvím mobilních telefonů byl zkrátka v daném čase těžko představitelný. A především nelze zlehčovat potíže, s nimiž se tištěné noviny v uplynulých dvou dekadách vyrovnávaly či stále vyrovnávají a které vedly k úsporným opatřením, kvůli nimž mediální organizace novináře či další pracovníky propouštěly. Aktuální situaci tištěných novin alespoň v některých ohledech naznačuje následující podkapitola.

## 1.2 Současná pozice tištěných novin

Je třeba zmínit, že pokles prodaného nákladu tištěných novin se projevuje dlouhodobě, není bezprostřední reakcí v uplynulých dvaceti letech. I proto mohl Meyer (2004: 16) už v úvodu nového století vytvořit matematický model a vyčíslit, že pokud by pokračoval tehdejší trend úbytku čtenářů papírových novin setrvačně bez výkyvů dál, zmizeli by ti poslední ve Spojených státech amerických v roce 2043<sup>13</sup>.

Pozici novin oslabila kombinace více faktorů, často označovaných jako dokonalá bouře (Edge, 2019: 19; Pedersen, 2014: 102), která zahrnovala především technologický vývoj a s ním nově dostupné zdroje informací. Podle Carsonové (2015: 1023) se stal internet prvním místem, kde lidé hledají zprávy. Čtyři hlavní možnosti, které internet dává zpravodajským médiím pro distribuci obsahu dosud publikovaného tradičními způsoby, shrnul Wilkinson, Grant a

---

<sup>13</sup> Tento Meyerův (2004: 16) odhad je zapotřebí uvést na pravou míru. Není to totiž nahodilá vize ani skutečně pevně stanový rok konce novin, jak se někdy interpretuje, ale skutečně podrobný matematický výpočet, který pracuje s dosavadním zásahem čtenářů a modeluje ho do příštích let. Nebylo by správné ho tedy srovnávat s předpověďmi, které třeba jen žonglují s čísly, že do deseti let, do dvaceti let noviny zaniknou. A také Meyer (2008) sám zdůraznil, že je naprosto jasné, že takto trend nepůjde, už jen proto, že se nebude čekat až na posledního čtenáře. Kolaps by tak mohl přijít mnohem dřív, a to ve chvíli, kdy novinový průmysl ztratí kritické, myšleno rozhodující množství čtenářů.

Fisher (2012: 3) následovně: vedle 1) rozšíření zpravodajského pokrytí za dosavadní možnosti novin a vysílacích médií (limitované prostorovou či časovou kapacitou) to je 2) schopnost šířit virtuálně jakýkoli druh obsahu, ať už text, fotografie, grafiky, audia, videa. Autoři současně upozornili také na 3) interaktivitu, díky níž mohou čtenáři volně přispívat vlastním obsahem, a celkově širší perspektivu a možnost nabízet každému uživateli jiný zážitek a konečně 4) častější a rychlejší aktualizace.

Klesající prodeje novin navíc kromě přímých, tedy bezprostředních důsledků pro ně samotné přinášejí i vedlejší účinky, které negativně dopadají na další hráče v mediální sféře. Zhoršující se situace tištěných titulů poznamenává i hospodaření zpravodajských agentur, kdy vydavatelé ruší obchodní smlouvy nebo se snaží změnit jejich podmínky, aby zvládli vlastní obtížnou finanční situaci (Mejía Ramos, 2014: 6)<sup>14</sup>.

A existují příklady novin, které v důsledku úbytku čtenářů, poklesu prodaného nákladu a celkově ekonomických ztrát opustily papírovou verzi a nyní vycházejí výhradně elektronicky. Finské periodikum *Taloussanomat*, jež se věnuje politickým a finančním tématům, vstoupilo na trh v roce 1997 a po deseti letech 28. prosince 2007 vyšlo vytištěné naposledy. Thurman a Myllylahtiová (2009), kteří se tomuto případu věnovali, označili *Taloussanomat* za první výhradně online noviny v Evropě. Ve Velké Británii se k obdobnému kroku rozhodl *The Independent* (Thurman a Fletcher, 2018: 1004). Titul, který vznikl v roce 1986, první ekonomické potíže řešil v roce 2004 změnou velikosti papíru a začal vycházet na formátu tabloidu, se přestal tisknout v roce 2016. Na jednu stranu takový krok posílil finanční stabilitu daného média, čas strávený čtenáři s touto značkou však prudce poklesl, jak sledovali Thurman a Fletcher (2018). Zdůvodnili to rozdílnými návyky konzumentů tisku a onlinu. Propad odhadli dokonce až na 81 procent. A k obdobnému závěru, k hodnotám jen o něco nižším, dospěli také při výzkumu dalšího média v jeho postprintové éře, tentokrát britského hudebního magazínu *New Musical Express* (Thurman a Fletcher, 2020).

---

<sup>14</sup> Pokles předplatitelů a naopak rozšíření distribuce zpravodajského obsahu na digitálních platformách zdarma stály například za ohlášeným, byť neuskutečněným ukončením činnosti australské národní tiskové agentury *Australian Associated Press*. Ta oznámila zánik po 85 letech v březnu 2020 (ČTK, 2020), ale v červnu téhož roku ji převzal nový vlastník.

Nejen proto není možné – minimálně v tomto okamžiku – tištěná periodika a noviny mezi nimi zcela odepsat. Následující příklady z různých evropských států popisují komplexní fungování mediálních organizací, v němž noviny mohou hrát stále důležitou roli.

Nejčastější argument se týkal ekonomického fungování. Hlavním problémem, se kterým se vydavatelé tištěných novin museli a stále musí potýkat v důsledku klesajících prodejů, jsou propady příjmů, především inzerce. Nahradit by je mohly zisky ze zobrazené reklamy v online médiích či nejnověji digitální předplatné. Stále více mediálních domů po celém světě, včetně těch českých, opouští myšlenku naprosto volně dostupného obsahu na internetu a postupně jej zpoplatňuje. Princip prémiového obsahu a jeho zavádění popsala například Sjövaagová (2016). Podle Carsonové (2015), která sledovala spuštění digitálního předplatného v Austrálii, sice nebyly nové příjmy rozhodně zanedbatelné, současně však ještě nepokryly standardní chod redakce a nenahradily výpadky předchozích příjmů. Média se tak prozatím ocitla ve zvláštním prostoru, přesněji „*v mezeře mezi printem a onlinem*“, jak Carsonová (2015) svoji studii nazvala.

K obdobnému závěru došla také Dekavallová (2015) při zkoumání situace ve Skotsku, kde mezi důvody optimističtějšího výhledu zařadila i historickou odolnost tamního tisku. Taktéž Edge (2019) zmínil význam digitálního předplatného, včetně přínosů jednotlivých typů, současně však uvedl, že noviny „*i nadále dosahují zdravých zisků, zatímco digitální média se snaží najít fungující obchodní model. Online žurnalistika může být doplňkem k výnosnější verzi v tištěné podobě*“ (Edge, 2019: 34). Krumsvik (2012) dokonce konstatoval obecně o tradičních médiích, že podmínky pro ziskovost nových médií znemožňují, aby do budoucna financovala žurnalistiku v její stávající podobě.

Tenenboimová-Weinblattová a Neiger (2015) zase upozornili na jiný typ informací, který mohou noviny přinášet. Online zpravodajství se podle nich zaměřuje především na aktuální dění a nedávnou minulost, což vychází z jeho podstaty a schopnosti zprostředkovat dění téměř neprodleně. Informacím publikovaným v novinách však přisuzovali větší význam s ohledem na budoucnost. Proto také svoji studii nazvali: *Tisk je budoucnost, online je minulost* (v anglickém originále *Print Is Future, Online Is Past*).

Odolnost a životaschopnost tištěných novin mohou posilovat i jiné vlastnosti. Například O'Sullivan a kol. (2017: 87) upozornili na zcela jiný dojem z jejich čtení než v případě

konzumace digitálního obsahu. Vyzdvihli hmatatelný vjem a materiální rozměr, možnost registrovat na první letmý pohled celý jejich rozsah a počet stran, pocit manipulace se skutečným objektem, nejen jednou webovou stránkou. Současně však naznačili, že i tištěné noviny mohou vycházet vstříc novým technologiím, například zařazením QR kódů, které umožňují mimo jiné interakci nebo sdílení obsahu na sociálních sítích.

Proto lze na konec této pasáže o současnosti tištěných novin uvést Edgovo (2019: 19) konstatování ze závěru jeho studie: „*Navzdory finančním potížím a těžkým časům, přes uzavření některých podniků či dokonce bankrotů se noviny převážně vydávají dál.*“

Než se práce zaměří na možné inovace, kterými se noviny pozměněným podmínkám přizpůsobují, krátce představí situaci v českém prostředí.

### 1.3 Vývoj českých deníků v letech 2001 až 2015

Ve zkoumaném období 2001 až 2015 vycházejí z celostátních placených deníků nepřetržitě *Blesk* (aktuální vydavatelství Czech News Center), *Hospodářské noviny* (Economia), *Lidové noviny* (Mafra), *Mladá fronta Dnes* (Mafra), *Právo* (Borgis) a *Sport* (Czech News Center), který je od roku 2005 k dostání také v neděli (ČTK, 2005a). Po celou dobu vymezeného intervalu vycházejí také *Haló noviny*, ačkoli jejich povaha je s ohledem na propojení s Komunistickou stranou Čech a Moravy velmi specifická. A jak už bylo zmíněno, Kancelář ověřování nákladu tisku<sup>15</sup> je ani neviduje. Z jejích dat, z databáze periodického tisku pro veřejnost Ministerstva kultury České republiky<sup>16</sup> a dobových informací, zejména ze servisu zpravodajské agentury ČTK, lze naopak vyčíst další změny na trhu v tomto segmentu.

Mezi standardními celostátními placenými tituly se uvádějí také *Deník* (Vltava Labe Media), který od roku 2006 pod touto značkou sjednotil desítky regionálních titulů, ačkoli jim dál zůstává i lokální označení, a také bulvární *Aha!*, který na denní periodicitu přešel v roce 2006 (ČTK, 2006a) a dnes patří do stejného vydavatelství jako *Blesk*.

Naopak další pokusy o obdobně zaměřená média neuspěly. Jen rok a několik měsíců se udržel v letech 2001 a 2002 *Super* (ČTK, 2002), přibližně stejně dlouho se prodával také *SuperSpy*

---

<sup>15</sup> Dostupné na [www.abccr.cz](http://www.abccr.cz).

<sup>16</sup> Dostupné na [www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html](http://www.mkcr.cz/databaze-periodickeho-tisku-pro-verejnost-978.html).

(ČTK, 2006b), který přešel na denní frekvenci v roce 2005. Ve stejném období začal nabízet bulvární obsah také *Šíp* (MaM, 2009), jenž vznikl z původně regionálního *Večerníku Praha* (ČTK, 2005b), ale po čtyřech letech také skončil. Dokonce jen pět měsíců se prodával deník *I(m)npuls* (ČTK, 2003).

Z nabídky celostátních deníků ale kromě nových neúspěšných projektů zmizela i dvě zavedená jména, odkazující na předlistopadová média. *Slovo* a *Zemské noviny* se postupně začlenily do struktury regionálního *Deníku* (ČTK, 2001), tehdy ještě *Deníků Bohemia*.

A ačkoli už se to netýká celého segmentu celostátních placených deníků, je vhodné zmínit ještě některé skutečnosti. Vedle placených titulů jich v Česku vzniklo několik distribuovaných zdarma, zejména v Praze. Nejsilnější pozici má *Metro*, vycházející ze švédského vzoru, které se v roce 2006 rozšířilo do řady tuzemských měst (ČTK, 2006c). Dnes patří pod vydavatelství Mafra, které krátce vydávalo také zdarma *Metropolitní expres*. Když koupilo *Metro*, tituly spojilo. Původně jako bezplatný deník vznikl titul *E15* (ČTK, 2007), později se částečně zpoplatnil a dnes už je kompletně placený. Patří společnosti Czech News Center. Naopak další pražský titul zdarma *24 hodin* skončil v roce 2008 po třech letech existence (ČTK, 2008). Velmi krátce byl zdarma k dostání také *Kurýr Praha* (ČTK, 2006d).

Jestliže počet celostátních placených titulů byl v roce 2015 přibližně stejný jako v roce 2001, pak zcela zásadně se změnil jejich dosah. Pokles prodaného nákladu postihl všechny bez výjimky. Následující část představí stručně data u těch periodik, která jsou předmětem výzkumu. Jak už nastínil úvod a ještě dále podrobněji vysvětlí kapitola o metodologii, tato disertační práce analyzuje sportovní rubriky všeobecně zaměřených celostátních zpravodajských titulů, které vycházely v daném čase bez přerušení, těmi jsou v abecedním pořadí *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo*. Z dat všech měsíčních výkazů Kanceláře ověřování nákladu tisku (chybějí jen údaje za únor 2003 a leden 2004) a následně průměrů za jednotlivé roky<sup>17</sup> vychází mezi lety 2001 až 2015 propad v desítkách procent: na 46 u *Mladé fronty Dnes* až po 38 v případě *Lidových novin*. Až na ojedinělé výjimky je průměrný náklad následujícího roku vždy nižší než předchozího.

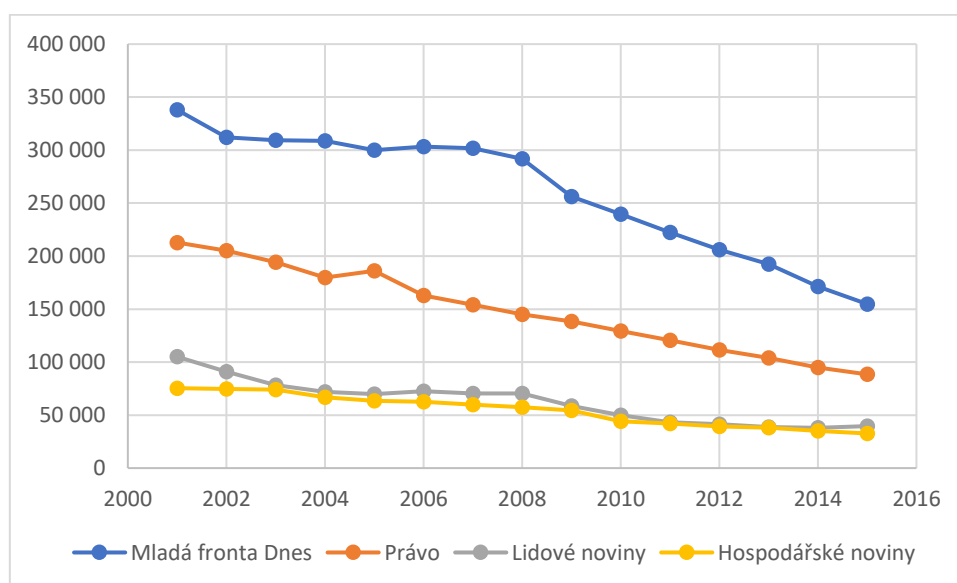
---

<sup>17</sup> Průměrný denní prodaný náklad za daný rok je výsledkem matematického výpočtu z dat uváděných Kanceláří pro ověřování nákladu tisku za jednotlivé měsíce.

*Mladá fronta Dnes* jako nejčtenější ze sledovaných periodik klesla v uvedeném období při porovnání průměrných měsíčních nákladů z 338 tisíc prodaných výtisků v roce 2001 na 155 tisíc v roce 2015. Jen jednou, v roce 2006, se náklad meziročně zvýšil, to však jen nepatrně, jinak se snižoval v jednotkách procent. Dvakrát rozdíl dosáhl dvouciferného čísla: o dvanáct procent po roce 2008 a o jedenáct procent po roce 2013. V něm vydavatelství Mafra, pod nějž spadá i další zkoumaný titul *Lidové noviny*, koupil od německé společnosti Rheinisch-Bergische Druckerei und Verlagsgesellschaft koncern Agrofert pozdějšího ministra financí a premiéra Andreje Babiše. To *Právo*, druhému nejprodávanějšímu listu z uvedeného vzorku, se sice větší výkyvy vyhnuly, ale sestupný trend byl stejně vytrvalý jako u všech ostatních titulů. Z původních 213 tisíc prodaného nákladu v roce 2001 zůstalo 88 tisíc v roce 2015.

*Lidové noviny* na rozdíl od *Mladé fronty Dnes* v období po změně majitele zásadně neklesly, naopak po roce 2014 zaznamenaly dílčí nárůst. Na druhou stranu je už dost oslabily předchozí roky. Hned na začátku jedenadvacátého století klesly o třináct a čtrnáct procent, v době krize postupně o sedmnáct, patnáct a čtrnáct. Z průměrného nákladu 105 tisíc v roce 2001 se propadly na 40 tisíc v roce 2015. *Hospodářské noviny* ve sledovaném období pocítily právě v době finanční krize největší meziroční propad, při srovnání let 2009 a 2010 vyšel pokles přibližně o devatenáct procent. V roce 2015 vykazovaly průměrný náklad 33 tisíc proti 75 tisícům na začátku století.

**Graf č. 1:** Průměrný denní prodaný náklad vybraných titulů v období 2001 až 2015





## 2. Inovace jako reakce na aktuální vývoj

Předchozí kapitola zachytila stav tištěných novin, které navzdory některým pesimistickým předpovědím stále existují jako svébytné médium. Jejich pozice i podoba se však proměňuje, přizpůsobují se novým okolnostem, adaptují se na nové podmínky, a to i opakovaně, jak připomněli Lehman-Wilzig a Cohenová-Avigdorová (2004: 718) v konceptu životního cyklu médií v podkapitole 1.1. Určitý vývoj sleduje také tato disertační práce, která ve stanoveném období zkoumá realizované změny na příkladu sportovních rubrik. Proto je zapotřebí nejprve možné kroky v médiích definovat jako předmět výzkumu, představit jednotlivé typy a na jejich základě přesněji vymezit další postup.

Podle Bakkera (2013: 161–162) lze identifikovat na tři desítky rozdílných způsobů, jak vydavatelé novin, v případě jeho studie ti nizozemští, reagovali na nástup internetu. Některá z přijatých opatření se týkala digitálního způsobu distribuce, tedy zlepšování webových stránek, vývoje speciálních aplikací pro vybraná mobilní zařízení či alespoň možnost rozšiřování novin ve formátu PDF. Někteří vydavatelé zase uváděli na trh zvláštní tituly, někdy placené, případně i zdarma, nebo usilovali o provázání s rozhlasovými či televizními stanicemi. Marketingová podpora prodeje novin zase zahrnovala speciální dárky pro abonenty, kteří k dlouhodobému předplatnému zakoupeného titulu získávali zdarma například knihy, CD nebo DVD. A měnil se samozřejmě i hlavní produkt, jehož slábnoucí pozice tyto kroky iniciovala a kterému se věnuje tato práce, tedy noviny. Ať už se například zvětšoval či zmenšoval co do rozměru formát papíru, nebo se upravoval konkrétní obsah, zasahovalo se do jednotlivých rubrik či se zaváděly přílohy nebo tematické magazíny.

Uvedené příklady i mnohé další lze souhrnně označit jako mediální inovace. García-Avilés a kol. (2019: 3) definovali mediální inovace jako „*schopnost reagovat na změny v produktech, procesech a službách využitím kreativních dovedností, které umožní problém či potřebu identifikovat a vyřešit takovým způsobem, který vyústí ve využití něčeho nového, co přinese zákazníkům hodnotu, a posílí tím životaschopnost mediální organizace*“. Mohou se týkat procesu výroby a distribuce, vlastnictví médií i financování, jejich role či způsobu konzumace obsahu (Storsulová a Krumsvik, 2013: 13). A lze je chápat nejen jako praktické kroky aplikované mediálními organizacemi, ale také jako směr odborného výzkumu, jak se mu na různých úrovních věnují například Krumsvik a kol. (2019). Podrobně se jimi a jejich teoretickým ukotvením zabývali další autoři: Bleyenová a kol. (2014) nebo Dogruelová (2015).

## 2.1 Základní typologie mediálních inovací

Na základě výše uvedených i dalších obdobných studií je možné klasifikovat jednotlivé reakce, a nabídnout tak typologii mediálních inovací. Jako základní se uvádějí čtyři směry, teorie čtyř P, původně Francise a Bessanta (2005), které dále ve vztahu k médiím rozpracovali Storsulová a Krumsvik (2013: 16), na něž odkazuje i Dogruelová (2015). Základními typy jsou: 1) inovace produktu (v anglickém originále „*Product Innovation*“) zahrnující změny ve službách či produktech, které organizace nabízí; 2) inovace procesu („*Process Innovation*“) se týká způsobu vzniku a rozšiřování produktu, včetně vnitřního fungování; 3) inovace pozice („*Position Innovation*“) v kontextu vnímání značky na trhu; 4) inovace paradigmatu („*Paradigmatic Innovation*“) odkazující na změnu hodnot a obchodního modelu. Nově, podle Krumsvika a kol. (2019: 195–196) a jejich aktualizovaného rozdělení, se uvádějí ještě dvě další kategorie: 5) inovace žánrů („*Genre Innovation*“), která si všímá využívání konkrétních prvků už existujících mediálních žánrů v nových formátech; 6) sociální inovace („*Social Innovation*“) pro využívání médií ve společenských otázkách.

Zájmu disertační práce by z těchto směrů nejlépe odpovídal koncept inovace produktu, podle Dogruelové (2015: 155) spolu s inovacemi procesu nejčastější směr odborného výzkumu v této oblasti. Jako možné inovace produktu Dogruelová (2015: 155) uvedla nové tituly (nové filmy, knihy, počítačové hry) nebo nové mediální formáty (nové televizní show, magazíny). Příklady, které dále zmínili (Krumsvik a kol., 2019: 195), už odkazují především na nová média: na nové platformy, jako jsou mobilní telefony a s nimi související aplikace, v případě většího využití videoobsahu zase na streamovací služby nebo na širší využití interakce s publikem, což do určité míry potvrzuje Jakubowiczova slova (2013: 15) o převažujícím trendu výzkumu nových médií a opomíjení těch předchozích. V úvahu pro tuto práci by připadal také koncept inovace žánru, ale podle naznačené typologie (Krumsvik a kol., 2019: 196) se vztahuje především k vývoji a proměnám žánrů, než aby reflektoval pouhé nahrazení jednoho jiným v úmyslu nabídnout jiný typ obsahu. Nicméně i inovace v takto definovaném smyslu se v tomto výzkumu částečně projevila.

Některé další koncepty mediálních inovací už zmiňují obsah médií explicitně. Například Trappel (2015: 15) ho zařadil do pěti kategorií vedle strukturálních změn, ekonomického fungování, způsobu distribuce a užití, přesněji uživatelské zkušenosti. Obdobně García-Avilés a kol. (2019: 12) jako pět hlavních směrů inovací vytyčili obsah, procesy, kanály, publikum

a obchodní model, v obou konceptech se však prolínají nové typy obsahu, zejména ty multimediální, například prostorová videa zachycující 360 stupňů, současně také způsoby tvorby obsahu, jako využívání nových programů pro zpracování velkých dat, nebo i nový způsob organizace práce v integrovaných newsroomech.

Jako přesnější a přínosnější vzhledem k záměru disertační práce, jejímž cílem je zachytit proměnu obsahu tištěných novin na příkladu sportovních rubrik, se jeví typologie Bleyenové a kol. (2014: 35). Dvě základní kategorie proces a produkt, které odpovídají výše uvedené struktuře i dvěma nejčastěji využívaným směrům, dále rozdělili na konkrétní situace. Mezi procesy zařadili problémy spojené s ekonomickým fungováním médií, tedy například otázku obchodního modelu, a oblast tvorby i rozšiřování obsahu. Na rozhraní mezi nimi se podle jejich konceptu nachází způsob užívání médií a konzumace obsahu. Produkt pak samostatně má dvě kategorie: formu, tedy povahu média, a obsah, svoji podstatu.

Na základě představených typologií mediálních inovací lze upřesnit oblast zájmu této disertační práce. Zabývá se výhradně papírovými, tištěnými novinami jako jasně vymezeným produktem mediálních organizací a při výzkumu se zaměřuje na jejich obsah, konkrétně ve sportovní rubrice. S tím koresponduje i volba analýzy obsahu jako výzkumné metody s využitím kvantitativního i kvalitativního přístupu. Nicméně cílem práce není jen popsat případné proměny, ale také se je pokusit vysvětlit, proto čerpá informace také z rozhovorů se zástupci vybraných médií. V tomto momentu se obsahové inovace částečně protínají s proměnami fungování, tedy procesů, uvnitř redakcí.

## **2.2 Inovace obsahu v tištěných médiích**

Předchozí pasáž nastínila koncept mediálních inovací v obecné rovině. Cílem této práce je popsat jejich důsledky na příkladu obsahu sportovních rubrik tištěných novin. Sportu v médiích se bude podrobně věnovat následující kapitola, ještě předtím je však zapotřebí alespoň rámcově vytýčit, v jakých ohledech lze obsahové inovace v tištěných novinách předpokládat.

Bleyenová a kol. (2014: 45) ve svém konceptu oddělili formu a podstatu. Formou v případě tištěných novin rozuměli například formát papíru, na kterém sledované tituly vycházejí, dále kvalitu tisku nebo využití barev a grafického provedení. Jako podstatu či jádro vnímali

především tematické zaměření nebo způsob zpracování informací. Disertační práce se ve svém výzkumu zaměří právě na druhý uvedený směr.

Jak upozornila Dogruelová (2015), identifikovat inovativní prvky v tištěných médiích nemusí být vždy snadné. Za inovaci by bylo možné totiž považovat například i jednotlivý příspěvek, který se vymyká předchozímu standardu, zavedené rutíně. Konkrétně uvedla právě i novinový text, jako další příklady z jiných odvětví zmínila nový film, novou počítačovou hru nebo dokonce novou píseň. Bleyenová a kol. (2014) ve snaze definovat mediální inovace vycházeli ze série rozhovorů s představiteli mediálních organizací v Belgii. Mezi respondenty patřili zástupci tištěných médií, novin a magazínů. Na základě polostrukturovaných rozhovorů pak stanovili některé typy inovací, mimo jiné právě ve vztahu k tištěným novinám.

V případě magazínové produkce výsledky předpokládají stále rozmanitější témata a specializaci i na okrajové oblasti. U tištěných novin pak autoři studie (Bleyenová a kol., 2014: 41) konstatovali: *„Zástupci novin předpovídali, že v příštích deseti až patnácti letech se bude průmysl denního tisku vyvíjet směrem ke kvalitnější nabídce – opět s odkazem na inovace produktu, s menším počtem publikací a menším nákladem. To by vedlo k určitému nedostatku a zvyšovalo by cenu novin. Přibylo by více víkendových materiálů se specializovanými edicemi a tematickými publikacemi.“*

To lze zobecnit do dvou základních směrů. Předmětem obsahových inovací tak může být tematické zaměření novin, které se promítne do struktury periodika, například do začlenění vybraných rubrik do vydání a jejich řazení podle priorit. A projevit se může oběma způsoby: posílením, či naopak oslabením až úplným vyloučením. Atraktivní a žádaný obsah na základě přijatých inovací dostává nově větší prostor v neprospěch jiného, nyní méně žádaného nebo méně vyhovujícího. Druhým základním směrem obsahových inovací je způsob zpracování informací, který v případě denního tisku, zůstane-li podle předchozích kritérií stranou grafická stránka, lze převést zejména na využití jednotlivých žurnalistických žánrů, podle provedených rozhovorů především směrem ke kvalitnějšímu, náročnějšímu a propracovanějšímu způsobu ztvárnění.

### 3. Sport v médiích a jeho proměna v tištěných novinách

Protože obsahem, na němž tato disertační práce sleduje možné změny, jsou sportovní rubriky vybraných deníků, zaměří se její třetí kapitola po obecném úvodu o tištěných novinách jako médiu a definování mediálních inovací jako reakcí na změnu prostředí právě na sport a sportovní žurnalistiku. Nejprve nastíní vztah sportu a médií, poté přiblíží obsahové změny v důsledku rozšíření moderních technologií. Nabídne také rekapitulaci událostí, které obdobně ovlivnily nabídku sportovního obsahu v českém prostředí, a následně popíše obsahové tendence v tištěných novinách jako důsledek uvedených změn, které jsou předmětem výzkumu v analytické části.

Pozice sportu, v tomto případě chápaného jako specifický mediální obsah či zaměření žurnalistiky, je už historicky rozporuplná, paradoxní, až schizofrenní, jak ji označují autoři z Velké Británie, Spojených států amerických či Francie, kde má sportovní žurnalistika dlouhou a silnou tradici. V kontrastu proti sobě totiž stojí velká popularita sportu jako obsahu, tak důležitá pro média, a současně jeho slabší prestiž v mediální hierarchii.

Přezíravý až pohrdavý postoj někdy vychází už z pouhé podstaty sportu jako aktivity, pro někoho obyčejné zábavy, pouhé kratochvíle, činnosti nikterak vznešené nebo obohacující. „*Nadšení pro sport bylo často vnímáno jako známka nevzdělanosti, zejména v zemích, které rozvíjely vyšší literární kulturu vycházející z dvorských tradic, jako ve Francii,*“ připomněl Defrance (1995 in Wille, 2013: 2). Někdy se zájem o sport domněle a chybně přisuzuje hlavně nižším společenským vrstvám, ačkoli se sportovní fanoušci vyskytují ve všech sociálních třídách (Beck a Bosshart, 2003: 15). Nejen proto musela a někdy stále ještě musí sportovní žurnalistika bojovat vedle ostatních tematických směrů o svoji profesionální prestiž a uznání (Diana, 2013: 35).

V této souvislosti je nutné zmínit stěžejní termín, který se pro sport v médiích chápaný takto s despektem a přezíravě používal a který sportovní žurnalistiku stále provází i dnes. Výraz „*toy department*“, tedy v překladu z angličtiny hračkářství, poukazuje mimo jiné na jeho méně důležitou roli vedle jiných, závažnějších společenských témat, případně také na nižší úroveň zpracování sportovního obsahu z hlediska profesních nároků a standardů, protože se v něm může ve větší míře vyskytovat subjektivní hodnocení nebo projevit náchylnost k fanouškovství, jak některé jednotlivé výhrady detailně analyzoval McEnnis (2020: 1416–1417).

Původně tento příměr použil americký sportovní novinář Howard Cossel pro sport jako takový a lidský život, v originále zněl jeho výrok: „*Sport is the toy department of human life*“ (Wanta, 2006: 105). Ke sportovní žurnalistice ho vztáhl Rowe (2004: 37), ale sám ho označil za klišé a poukázal na protichůdné požadavky na sportovní novináře a jejich bezvýhodnou situaci: „*Očekává se, že – a velmi často současně – budou objektivními reportéry, kritickými investigativními reportéry, zároveň advokáty sportovních týmů, představitelů nebo fanoušků a že sami závodili na vrcholové úrovni,*“ (Rowe, 2004: 37).

Řada navazujících studií a publikací později hodnotila a vlastně dodnes posuzuje, do jaké míry si kritiku zaslouží, či zda se z přezíravého vnímání sport alespoň částečně vymanil. Proti kritickému pohledu na sportovní žurnalistiku a jejímu chápání jako méně důležitého obsahu se vymezil také Toney (2013: 2), podle něhož je sportovní zpravodajství pouhým odrazem toho politického: „*Oba sledují, kdo je v čele a kdo vzadu, analyzují strategii a taktiku*“ (2013: 2). Sám Rowe (2017) však novinářům vyčetl nedostatečný dohled nad děním ve sportu v souvislosti s korupčním skandálem Mezinárodní fotbalové federace FIFA. Naopak Cassidy (2017) v přímé narážce na „*toy department*“ ocenil přístup v citlivých případech coming outů někdejšího basketbalisty Jasona Collinse a hráče amerického fotbalu Michaela Sama. Ať už má přisuzovaný výraz „*toy department*“ stále opodstatnění, případně nakolik, či naopak už vůbec, sport v každém případě představuje atraktivní obsah, tím se stal i významným pro mediální organizace, jak ukáže následující část.

### **3.1 Vztah sportu a médií**

Sport a média se navzájem potřebují, profitují ze vzájemné spolupráce, a dokonce se i ovlivňují. Média získala ve sportu atraktivní obsah, oblíbený u čtenářů, posluchačů či diváků, jeho popularita a rostoucí sledovanost se následně odráží v příjmech od inzerentů. Sportu zase široká mediální prezentace pomáhá v dalším růstu. Tento oboustranně výhodný vztah charakterizoval McChesney (1989: 49), označil ho za „*symbiotický*“, řada dalších studií na tento výstižný termín hodně odkazovala. Z nedávných sportovních výzkumů užili stejnou charakteristiku například Birkner a Nölleke (2016: 368), vedle „*symbiotického*“ vztahu zmínili také takzvanou „*win win situaci*“, tedy vzájemně výhodný stav. A obdobně vnímají vazbu mezi sportovním prostředím a médií také významní současní či bývalí čeští reprezentanti z různých odvětví, například fotbalový brankář Petr Čech, lyžařka Šárka Strachová či tenistka Barbora Strýcová (Trunečka, 2021).

Význam médií pro rozvoj sportu na příkladu fotbalu coby světově nejpopulárnějšího a nejrozšířenějšího sportovního odvětví výstižně připomněl Boyle (2006: 38): „*I když tisk sám fotbal nevymyslel, změnil ho tím, jakou mu přiřkl důležitost a jak pomáhal vytvářet jeho hrdiny.*“ Britská média, logicky v té době ještě tištěná, se začala sportu věnovat systematicky v devatenáctém století, na začátku následujícího v nich získaly fotbalové informace pevné místo. Podle Tunstalla (1971: 92) zápasové zpravodajství postupně doplnila a víc a víc prostoru pro sebe získala další témata: přestupy, taktika či osobnosti. Rozvoj fotbalu následně ještě zvýraznily různé komerční aktivity, od sázek po prodej suvenýrů, připomněl Boyle (2006: 38). A nástup rozhlasu a později také televize to vše jen umocnil.

Andrews (2017: 1) popsal sport jako typ mediálního obsahu, který se na ostrovech, případně také v dalších anglicky mluvících zemích, rozvíjí nejvíce. Hodgson (2020: 42) zase označil sportovní příběhy také za úspěšné a podle něj se stal sportovní obsah důležitým pro rozvoj tištěných novin, jejich identity a značky. Podle Toneyho (2013: 2) může zvýšit prodaný náklad nebo výkon internetového zpravodajství. „*Je tu poptávka – a čísla ukazují, že sportovní zpravodajství je oblíbenější než všeobecné. Linky se v rozhlasových redakcích rozsvítí nejrychleji, když volající diskutuje o příštím trenérovi anglické fotbalové reprezentace než v případě příštího premiéra,*“ tvrdil Toney (2013: 2) a zařadil sport vedle královské svatby, výročí nástupu na trůn královny Alžběty II. nebo televizní talentové soutěže k mediálně nejsledovanějším a nejdiskutovanějším tématům. Také podle Andrewse (2017: 1) představuje trenér fotbalové reprezentace optikou médií a jemu věnovanou pozorností druhou nejdůležitější pozici a funkci, předčí ho jen nejvyšší představitelé státu.

A pokud tisk fotbal či další sporty přímo nevynalezl, pak například cyklistika vděčí tehdejšími francouzským sportovními médii za svoji nejhodnotnější značku, jak demonstruje příklad z Francie, další země s dlouhou tradicí sportovní žurnalistiky. Nejslavnější a nejsledovanější závod Tour de France se zrodil na začátku dvacátého století z rivality, konkurenčního soupeření ve složité politické situaci dvou tehdejších tamních titulů *L'Auto* a *Le Vélo*, připomněl Seidler (1964: 47). První jmenovaný list totiž začal Tour pořádat, zatímco druhý organizoval závod Paříž – Roubaix. V sousední Itálii se pak krátce nato inspirovala *La Gazzetta dello Sport* a vzniklo Giro d'Italia (Domeneghetti, 2017: 39).

Jako příklad ze současnosti lze uvést situaci ve Spojených státech amerických, u nichž Billings, Butterworth a Turman (2015: 1) konstatovali, že se sport, ať už profesionální, amatérský či

v dalších různých podobách, stal jedním z nevydělečnějších průmyslových odvětví, která generují miliardy dolarů ročně, a současně se intenzivně promítá do každodenního života. Podle Billingse, Butterwortha a Turmana (2015: 1) „*u ohromné většiny Američanů zaujímá klíčové, ne-li přímo ústřední, místo v jejich životech*“.

A obdobné sepětí sportu a médií je zřejmé v současnosti také v českém prostředí. Rovněž podle Sekota (2006: 13) se stal ze sportu společenský fenomén. Sport a média jsou podle něj dokonce osudově propojené. Ačkoli sport nabízí v určitých ohledech specifické formáty, například výsledkové přehledy, tvoří vedle dalších tematických oblastí, jako jsou politika, ekonomika či kultura, svébytnou a plnohodnotnou součást mediálního obsahu, což doložil Děkanovský (2008: 16) na příkladu porevolučních *Lidových novin*. Ty nejprve sport omezovaly, tím však zužovaly i potenciální publikum, a tak ho následně znovu rozšířily.

Nejaktuálnějším příkladem rozvoje sportovní žurnalistiky, který kopíruje západoevropské tendence, je situace s vysíláním televizních přenosů. Od nového ročníku první fotbalové ligy 2021/2022, nejvyšší domácí soutěže, se všechny zápasy přesunuly exkluzivně na placenou stanici O2TV, veřejnoprávní Česká televize už nenabízí jediné utkání, stejně tak přišla o fotbalovou Ligu mistrů jako nejprestižnější a nejsledovanější klubovou soutěž světa. Rovněž komerční Nova rozšířila od léta 2021 významně nabídku sportovních programů hned na čtyři. Nákup vysílacích práv na sportovní události se stal také v Česku předmětem konkurenčního boje mezi televizními stanicemi či mobilními operátory, jak ho na zahraničních zkušenostech popsal Andrews (2017: 5). Natolik cenný je sportovní obsah.

Snadnější rozšiřování nabídky televizních programů či vysílání přímých přenosů na internetu jsou jen dalšími příklady technologických změn, jimiž se podrobněji ve vztahu ke sportovnímu obsahu zabývá následující část.

### **3.2 Digitální revoluce ve sportovní žurnalistice**

Označení „*digitální (mediální) revoluce*“, jak tuto éru charakterizovali například Bradshaw a Minogue (2019: 6) či ještě dříve Pedersen (2014: 101), může na první pohled působit znovu poněkud přehnaně či vyhoceně, obdobně jako v předchozí části týkající se pozice tištěných novin obecně. V případě obsahové nabídky jsou však změny skutečně zásadní.



Real (2006: 171) označil internet za „*nečekané dítě*“, které ve stávající rodině narušilo všechny dosavadní role, a to velmi jasně vymezené. Svým příchodem poznamenal všechny starší sourozence: noviny, magazíny, rádia, televize. Noviny si jednoznačně zaslouží stát na prvním místě, nejen jako nejstarší z rodiny masových médií, ale především proto, že pro ně se situace změnila nejvíc. V rodinném přirovnání si, coby nejstarší ze sourozenců, musí zvykat na nové úkoly, povinnosti i méně pozornosti. A rozhodně nelze čekat, že by sportovní fanoušci zaujali roli spravedlivých rodičů, kteří by se ke všem potomkům chovali stejně. „*Díky svému prudkému rozvoji v posledních deseti letech dvacátého století se stal www (World Wide Web) ideálním médiem pro oddané sportovní nadšence a užitečným zdrojem informací pro běžného fanouška,*“ napsal Real (2006: 171) a poznamenal, že „*jeho dostupnost, interaktivita, rychlost a multimediální obsah spustily zásadní změnu v distribuci sportovního obsahu, jejíž výsledek nemohl nikdo předpovídat*“.

Z konkrétních přínosů pro sportovního fanouška, které ve srovnání online obsahu s tištěnými novinami vyvstávají, je nutné zmínit především možnost sledování zápasů živě, ať už díky streamu či alespoň textové online reportáži, vizuální obsah ve formě videa, animací a bohatých fotogalerií nebo bezprostředně zprostředkované ohlasy aktérů (tvorbě sportovního obsahu speciálně pro digitální média v psané i multimediální podobě se podrobně věnoval Lambert, 2019). K dalším výhodám online médií pro sportovní příznivce patří možnost vlastní rychlé reakce na publikovaný obsah, dále rozsáhlé statistiky či historické přehledy nebo třeba fantasy hry. Online prostředí dále výrazně usnadňuje třeba sázení na sportovní výsledky.

A ještě jeden klíčový aspekt internetu je nutné zmínit. Nic z výše uvedeného nelze chápat jen jako privilegium online médií. Dostupný totiž není sportovním příznivcům v roli příjemců mediálního obsahu, tedy publiku, ale poskytuje jim i samotným sportovcům, klubům, organizacím a institucím možnost přímé komunikace podle vlastního uvážení. Například prostřednictvím oficiálních stránek, ale zejména sociálních sítí. Vznikají zcela nové profesionální novinářské projekty, dále se nejen ve formě blogů, vlogů či fanouškovských televizí mohou prezentovat i sami uživatelé, jak zmínili Brashaw a Minogue (2019: 7).

Vývoj v tomto směru zašel tak daleko, že podle některých studií tato digitální obsahová revoluce narušuje i uvedený „*symbiotický*“ vztah médií a sportu s poukazem na stále silnější pozici sportu, myšleno jeho organizací či samotných aktérů, a jejich větší nezávislost právě díky vlastním komunikačním kanálům. Například Sherwoodová, Nicholson a Marjoribanks

(2017: 527) považují dříve „*symbiotický*“ vztah za nenávratně narušený. Sílicí pozici sportovních klubů na příkladu německé fotbalové ligy zachytil Grimmer (2017: 630), podle kterého si exkluzivní informace drží a jejich komunikaci řídí právě sportovní organizace, zatímco zavedená média přístup k nim ztrácejí a mnohem častěji si vytváří kontakty s PR pracovníky než skutečnými aktéry. Naopak Nölleke a Birkner (2019: 304) vnímají sociální sítě spíš jako způsob, jak upoutat pozornost médií, než je obejít.

Zatímco tyto důsledky zůstávají předmětem diskuse, dopady na tištěné noviny lze rozhodně pozorovat už nyní. „*Pokud jde o tradiční média, digitální věk zasáhl nejtvrději právě tištěné noviny,*“ konstatoval Andrews (2011: 4). Také podle Steena (2015: 37) je na ně dopad obrovský. Obdobně, z pohledu novin negativně, hodnotili situaci i další autoři, například Bradshaw a Minogue (2019: 6) nebo Billings, Butterworth a Turman (2018: 40–42). Ti sice upozornili, že „*tradiční média stále řídí hlavní mediální proud*“, ale argumentovali především televizní sledovaností největších sportovních událostí. V segmentu tisku naopak připustili změny. Obecně konstatovali oslabení významu novin jako zdroje čerstvých informací, které doložili i příklady. Podle nich zápasová shrnutí ani statistiky vedle zpravodajského servisu online médií už neobstojí. A novinky ze zákulisí klubů, které dosud zprostředkovali reportéři cestující s klubem na zápasy, zase nemohou konkurovat statusům hráčů na sociálních sítích.

Složitá situace v otázce obsahu sportovních rubrik tištěných novin se odvíjí především od stěžejních momentů, které lze na základě výše uvedených studií shrnout následovně:

- Od limitů, které s sebou nevyhnutelně nese fyzický vznik novin, tedy každého denního vydání, mezi které patří především pevná uzávěrka (byť někdy během jednoho večera také opakovaná, což umožňuje alespoň částečnou aktualizaci), na techniku složitý výrobní proces v tiskárně a zdlouhavá distribuce, což se projevuje minimálně při večerních sportovních událostech.
- Od povahy sportu, na měsíce až roky dopředu plánovaném a při vlastních závodech až na minuty organizovaném, který stojí zejména na předem očekávaných událostech, jejichž vývoj chtějí fanoušci sledovat nejlépe v reálném čase a jejichž průběh jim přináší emoce, láká je k diskusím a je vizuální.
- Od možností internetu, který uvedený handicap novin jen násobí, zato charakteru sportu vyhovuje dokonale. Mezi ně patří především rychlost zprostředkování informací a jejich multimediální povaha.

Následující pasáž zasadí tyto změny opět do českého prostředí a představí nejvýznamnější změny, které se týkají sportovního obsahu. A na příkladech ze zahraniční odborné literatury naznačí možné reakce tištěných novin.

### 3.3 Příklady rozšíření sportovního obsahu v českém prostředí

Zatímco se pozice tištěných novin ve vymezeném období let 2001 až 2015 zhoršovala, vznikla řada nových projektů, a to i těch se sportovním zaměřením. Zejména televizních a internetových, i když v některých případech toto rozlišení tak docela neplatí nebo přesněji platí obě kritéria současně, jak je v této době obvyklé.

V čistě televizním prostředí představovalo významnou změnu spuštění výhradně sportovního programu veřejnoprávní *České televize*. Stanice *ČT Sport*, tehdy pod názvem *ČT 4 Sport*, odstartovala v únoru 2006 před zimními olympijskými hrami v Turíně. Nebyla však zdaleka první. Pár týdnů předtím přešel plně na české vysílání *Eurosport* (Lupa.cz, 2006), v letech 2002 až 2008 vysílala také satelitní *Galaxie Sport*, kterou následně koupila *Nova* (Lupa.cz, 2008). V letech 2000 a 2001 mohli sportovní fanoušci sledovat českou nejvyšší fotbalovou soutěž na satelitním programu *Sport 1* a podle této placené výhradně sportovní stanice se dokonce jmenoval i domácí pohár (ČTK, 2000).

Dnes je nabídka výhradně sportovních programů velmi četná a stále se dynamicky rozvíjí. Například v roce 2015, kterým končí sledované období, vstoupila do fotbalového prostředí *O2TV* (O2.cz, 2015a nebo 2015b), tehdy také spustila projekt multidimenze, v němž si divák může vybírat, z jakého pohledu chce zápasy sledovat. Další provozovatel satelitního a internetového televizního vysílání *DigiTV* zase koupil práva na přední evropské fotbalové ligy, pro ročník 2014/2015 to byla anglická Premier League. Dostupná byla i na *O2TV*, nikoli však na UPC, tedy u největšího kabelového operátora v zemi (Aktuálně.cz, 2014).

V roce 2021 se situace ještě víc posunula ve prospěch soukromých společností. *O2TV* rozšířila nabídku také o přenosy z hokejové extraligy, o niž se s veřejnoprávní televizí dělí, ale především u fotbalových zápasů posiluje pozici velmi výrazně, první fotbalovou ligu už vysílá exkluzivně, o Ligu mistrů se dělí s Novou, která už má čtyři sportovní programy.

Čistě internetovou televizí je *TVcom.cz*, která už od roku 2007 (*tvcom.cz*) zprostředkovává živě duely z nižších fotbalových soutěží od úrovně třetí ligy, dále mimo jiné z basketbalu, volejbalu, florbalu, házené nebo motosportu. Najednou může vysílat online až 200 přenosů. Přenosy ze sportovních zápasů mohou být součástí sázkařských webů, například u *TipSportu*.

Přímé přenosy na internetu obecně nejsou ničím výjimečným, od roku 2014 nabízí živě fotbalovou ligu a následně i sestřihy z ní server *iSport.cz* (*iSport.cz*, 2014), který spadá pod *Blesk.cz*. Vůbec poprvé se přímý přenos připravený čistě pro internet uskutečnil už v roce 2007, tehdy *iDnes.cz* odvysílal fotbalový zápas Slavie s Olomoucí (*iDnes.cz*, 2017). Další přenosy a zejména sestřihy postupně přibývaly, včetně třeba anglické Premier League, kterou svého času nabízel i *Sport.cz*. Ten, v roce 2003 založený jako společný projekt *Seznam.cz* a *Práva* (*Lupa.cz*, 2003), je dnes jedničkou mezi sportovními weby. V posledních měsících loňského roku podle Netmonitoru<sup>18</sup> vykazoval vždy kolem tří milionů reálných uživatelů a přes sto milionů zhlédnutých stránek.

Portál *iDnes.cz* spustil sportovní rubriku v září 1999 (*iDnes.cz*, 2019), *DenikSport.cz* jako předchůdce *iSport.cz*, současná dvojka na trhu, vznikl dokonce ještě o pět měsíců dřív, jejich návštěvnost ale logicky vzrostla významně až v novém století, zejména ve vymezeném období let 2001 až 2015. Pro aktuální doplnění: oba weby navštívilo na jaře 2021 měsíčně podle Netmonitoru přes milion reálných uživatelů, kteří na obou adresách zhlédli desítky milionů stránek. A obě média také část sportovního obsahu skryla za placený přístup. Ve statistikách čtenosti se na ně dotáhl a někdy je i předstihl také sport na *Aktuálně.cz*, založený v roce 2005. Další ze sportovních rubrik v rámci zpravodajských serverů, tentokrát na *Lidovky.cz*, zase nabízí amatérským fotbalistům možnost vkládat výsledky těch nejnižších soutěží díky platformě *Výsledky.com*.

Jednotlivé rubriky vedle standardních textů, online reportáží, fotogalerií, videí, videopořadů a prostoru pro čtenářské diskuse nabízejí nebo v minulosti nabízely: grafiky, animace, fantasy ligy, v nichž si fanoušci mohli skládat vlastní sestavy. Mimochodem, i tenhle formát nabízel deník *Sport* mnohem dříve v papírovém vydání.

---

<sup>18</sup> Netmonitor je výzkumný projekt, který poskytuje informace o návštěvnosti internetu a sociodemografickém profilu jeho návštěvníků v České republice.

Rozsáhlý výsledkový servis poskytuje server *Livesport.cz*, úspěšná je i jeho mobilní aplikace. Původně český projekt z roku 2005 má dnes desítky milionů uživatelů a dosah po celém světě, protože službu nabízí hned ve třech desítkách jazykových mutací. Při největším náporu událostí v sobotu odpoledne se zapojuje do zadávání gólů a dalších statistických údajů až sedmdesát lidí (Forbes, 2016). Skupina Livesport dnes vlastní podíl ve společnosti Pragosport, která prodává vysílací práva na fotbalovou ligu (Mediaguru, 2019a), a spustila i agregátor zpráv Flash News (Mediaguru, 2019b).

Nové technologie rozšířily nabídku sportovního obsahu i dalším směrem a umožnily institucím, organizacím, funkcionářům i sportovcům komunikovat s fanoušky přímo, nikoli jen prostřednictvím médií. V online prostředí vznikaly oficiální stránky sportovních klubů a dnes jsou pevnou součástí komunikace. Jejich prostřednictvím se rozvíjí další sportovní obsah: například formou videí v klubové televizi, v nichž se prezentují nejen reportáže z tréninků, ale také rozhovory s představiteli klubu v klíčových okamžicích. Přímou komunikaci s fanoušky či prezentaci sponzorů a obchodních partnerů ještě víc zjednodušily sociální sítě, zejména Facebook, Twitter a Instagram. Mezi nejsledovanější facebookové profily se sportovní tematikou v českém prostředí se řadí stránky Českého olympijského týmu s 400 tisíci fanoušky (Facebook, 2021a), fotbalové Sparty s 270 tisíci a fotbalové reprezentace s téměř 190 tisíci (Facebook, 2021b). Oficiální facebookové stránky bývalého fotbalového brankáře Petra Čecha mají díky jeho velmi úspěšné kariéře v elitních klubech Chelsea a Arsenal a světové známosti dokonce šest a půl milionu fanoušků (Facebook, 2021c).

Poslední zmínka, ale rozhodně nikoli nejméně důležitá, patří projektu *Esports.cz*, jenž naopak svými aktivitami a velkým zásahem ovlivňuje český sport, navíc se mu daří také v zahraničí a podílí se i na prestižních akcích. Zařazení až na závěr výčtu nových projektu mu patří jen proto, že stojí na pomezí žurnalistiky a PR. Podrobněji se mu věnoval Jakubec (2018), který popsal stěžejní aktivity této společnosti i její vnitřní fungování. Z více než tří set projektů, kam patří řada oficiálních webů hokejových či fotbalových klubů, lze zmínit především stránky Českého svazu ledního hokeje nebo hokejové Ligy mistrů.

Zvláštní pozornost si zaslouží další společností *Esport.cz* provozovaná stránka *Onlajny.com*, která formou textových online reportáží, v některých případech doplněných o grafiku či gif, zprostředkovává v reálném čase průběh sportovních zápasů z různých odvětví. Jakubec (2018: 47) spočítal, že v jeden den jich může být vysoko přes sto, dostal se až k číslu 168, které

zahrnuje nejen různé sporty a v nich různé nejvyšší soutěže, ale i nižší kategorie či juniorská klání. Rozsah pokrytí je se sportovními rubrikami zpravodajských portálů nesrovnatelný.

Navíc část produkovaného obsahu, který *Esports.cz* vystavuje na vlastních nebo jím spravovaných stránkách a do něhož lze zahrnout i textové přepisy z tiskových konferencí nebo správu statistik, dokonce dodává, přesněji prodává, ostatním médiím. Odběrateli zejména online reportáží jsou v různé míře všechny čtyři hlavní sportovní weby. V tomto ohledu by bylo možné považovat projekt kromě jeho hlavních rolí, novinářských i PR, také za soukromou, na sport specializovanou zpravodajskou agenturu, jak tyto mediální organizace zprostředkovávající informační servis dalším stranám popsala Trunečková (1997: 25). Rozvoj *Esports.cz* spadá přesně do zkoumaného období, společnost vznikla v roce 2001.

Je zřejmé, že uvedené projekty představují jen určitý výběr. Příkladů by mohlo být mnohem víc. Například i *Český rozhlas* rozšířil od roku 2014 přímé přenosy ze sportovních akcí prostřednictvím živého vysílání na internetu nebo mobilní aplikace iRadio (iRozhlas, 2014), už mimo sledované období stojí spuštění specializovaného sportovního programu. Trendem poslední doby je také virtuální sport.

Jak na tuto a další nabídku sportovního obsahu reagovaly české deníky, je předmětem výzkumu této disertační práce. Následující příklady ze zahraniční odborné literatury naznačují, jakým směrem se mohly ubírat.

### **3.4 Důsledky pro obsah sportovních rubrik tištěných novin**

Na základě výše uvedených nových možností komunikace, nových trendů na mediální scéně obecně, ale také díky popisu specifík sportu lze identifikovat konkrétní situace, v nichž noviny proti konkurenci zřetelně ztrácejí. Jak vystihl Toney (2013: 42): „*V minulosti měli fanoušci první zprávy o sportovních výsledcích v ranních novinách – a už víc ne.*“ Načež připojil výčet rychlejších zdrojů informací, zejména těch multimediálních. Texty rekapitulující průběh odehraného zápasu či skončeného závodu nebo výsledkový aparát se statistikami a tabulkami představují tu část sportovního obsahu, který lze z novinářského hlediska a žánrového členění zobecnit na zprávy, na zpravodajství, jež se stalo díky jeho rychlosti hlavní výsadou internetu. Pedersen (2014: 103–104) opakovaně zdůrazňoval roli internetu při poskytování aktuálních

informací čtyřicet hodin po sedm dní v týdnu nebo v případě takzvaných „*breaking news*“, tedy mimořádných zpráv, které je možné podle vývoje opakovaně doplňovat.

Proto také vydavatelství, která připravují současně tištěný i digitální obsah, často volí při získání nové informace postup „*web first*“ či „*digital first*“, kde anglická číslovka první stanovuje prioritu vydání online. Tedy že přestup či odvolání trenéra se zveřejňuje okamžitě bez odkladu a čekání na tištěné vydání druhý den. „*Povaha sportovního zpravodajství, jeho závislost na informacích ze zápasů, denních informacích, jako jsou týmová oznámení nebo zranění, je vhodná pro „web first“ publikování,*“ konstatoval English (2011: 147).

To, co je na jedné straně permanentní a stále aktualizovaný online servis pro publikum, je při pohledu z redakcí neustálý tok nových informací, ať už se distribují formou standardních článků, audiovizuálně, ve stále doplňovaných online reportážích, v příspěvcích na sociálních sítích, v reakcích adresovaných čtenářům v diskusích. Stěžejní je v tomto směru koncept Robinsonové (2011 in Moritz, 2015: 399), podle níž není online žurnalistika produktem, přesněji jejím výsledkem není ucelený příběh, ale konstantní proud informací, což představuje klíčový rozdíl mezi onlinem a printem. Na základě těchto rozdílů je možné stanovit způsoby, jakými se sportovní rubriky tištěných novin mohou pokusit adaptovat na nově nastalé podmínky, tedy jaké obsahové inovace se v nich mohou projevit.

### **3.4.1 Možné inovace rozsahu sportovních rubrik**

Tištěným novinám se – v návaznosti na dříve představený koncept mediálních inovací se zaměřením na produkt (Krumsvik a kol., 2019), případně podle členění Bleyenové a kol. (2014) ještě s konkrétnějším vymezením na podstatu obsahu – nabízí několik možných kroků, jak reagovat, jak se přizpůsobit. Jak už popsala podkapitola 2.2, v rámci inovací obsahu je možné upravit rozsah rubrik podle nových priorit, tedy ve zvolené sekci navýšit, či naopak zredukovat počet stran, a současně pozměnit způsob zpracování, aby bylo znovu konkurenceschopné, pokud dosavadnímu stylu nově dominují jiná média.

Tedy jestliže se část obsahu, který tištěné noviny čtenářům ve sportovních rubrikách dosud nabízely, stal mnohem snáze dostupným na internetu, jak doložila podkapitola 3.2 včetně mnoha příkladů z českého prostředí v části 3.3, je možné předpokládat, že případné úpravy v rozsahu budou znamenat především snižování počtu sportovních stránek. Billings,

Butterworth a Turman (2018: 41–42) zmínili konkrétně ty strany, které přinášely zápasová shrnutí, výsledkový servis a statistiky, tedy ten typ informací, v nichž mají online média velkou výhodu v rychlosti. A současně upozornili, že to byly například *The Washington Times*, autory označené za „*prominentní titul*“, jehož vedení na konci roku 2009 zrušilo sportovní rubriku úplně. A ačkoli se po roce a čtvrt obnovila, je zřejmé, že se existence samostatné sportovní rubriky v tištěných médiích stala předmětem diskusí. Také Hodgson (2020: 42) na příkladu britského listu *The Independent*, který v roce 2016 zcela zrušil tištěné vydání a stal se plně digitálním médiem, považoval budoucnost tištěných novin, a tím i samozřejmě sportovní žurnalistiky v nich za nejistou, přičemž sport coby svébytné tematické zaměření nijak nezpochybnil, naopak pro něj bude s ohledem na jeho význam prostor v jakémkoli médiu.

Řada studií až dosud spíše zdůrazňovala význam sportu. Například podle Andrewse (2017: 1) se obsah sportovních rubrik v britském tisku rozšiřoval. I Hodgson (2020: 42) konstatoval, že se v minulosti při navyšování rozsahu novin dostávalo sportu proporčně více prostoru. Biscombová a Mathesonová (2017: 265) konkrétně uvedly, že se mezi roky 1984 a 2014 zvýšil průměrný počet sportovních stran v britském tisku z pěti na devatenáct, což při celkovém rozšiřování rozsahu novin představovalo v poměru vůči jinak zaměřenému obsahu nárůst z 15 na 31 procent. Ovšem data, která by se víc soustředila na poslední dvě dekády, jsou dostupná jen zřídka. O to důležitějším bude následné zkoumání s cílem odpovědět na otázku, jak se vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků.

### **3.4.2 Možné inovace obsahu sportovních rubrik**

Další reakcí na větší dostupnost sportovních informací, další obsahovou inovací podle konceptů uvedených v podkapitole 2.2, mohou být také konkrétní změny v nabízeném obsahu. Zatímco zpravodajství tedy noviny opouštějí, podle webového editora Alana Greenwooda skotského titulu *The Scotsman*, kterého citoval Andrews (2011: 5–6), „*existuje však další obsah, na který se mohou zaměřit. Print a on-line jsou dva odlišné produkty*“.

Moritz (2015: 406) demonstroval rozdíl právě na povaze produkovaného obsahu: „*Základní dichotomie ve sportovní žurnalistice digitálního věku je rozdíl mezi proudem informací v online prostoru a příběhem – čímž se myslí tradiční strukturovaný a podaný příběh, který dělají oba, print i online.*“ Novináři se podle něj zmítají mezi tím, aby na jedné straně nabízeli čtenářům kontinuálně nové informace a na druhé straně připravovali obsah s uceleným příběhem, který



by splňoval tradiční standardy novinářské práce. První uvedený směr odpovídá už zmíněnému konceptu žurnalistiky jako procesu, jak ho charakterizovala Robinsonová (2011 in Moritz, 2015: 399). Podle tohoto modelu tok aktualit nikdy neskončí, každá nová zpráva, navíc v tu chvíli vždy mimořádná, jak poznamenal Moritz (2015: 406), vytlačí tu předchozí. Jako by rychle pomíjely. Zato druhý vytyčený směr by mohl nabídnout určitý odstup, nadhled.

Však také Billings, Butterworth a Turman (2018: 42) konstatovali, že noviny v poslední době věnují více prostoru barvitým komentářům, v nichž autoři události dále interpretují. Podle Andrewse (2011: 5–6) se tisk může stát vhodným místem pro podrobnější analýzy. Komentáře, analýzy, případně další publicistické žánry mohou být na rozdíl od základního zpravodajství, často chronologicky vystavěného, příkladem náročnějšího zpracování ve smyslu posunu k větší kvalitě, jak tuto inovaci charakterizovala podkapitola 2.2.

Takový odklon je z historického hlediska zcela zásadní. Přitom zpráva podle McQuaila (1999: 299) byla jako žánr vždy ústřední složkou novin, byť ne jedinou. A především: „*Zpravodajství je rovněž činitelem odlišujícím noviny od jiných druhů tištěných médií; často jim vydobývá zvláštní postavení nebo ochranu ve společnosti – dovoluje jim vyjadřovat mínění ve jménu veřejnosti.*“ Také v českém prostředí Osvaldová (2020: 25) označila zprávu jako takovou za nejstarší žurnalistický útvar vůbec a zpravodajství za základní složku novin.

Současně je však nutné upozornit, že jakkoli by takový krok mohl být logický, musí se zohlednit i další role zpravodajských textů, jak je uvedl Andrews (2017: 57–58). Zprostředkovat informace tomu, kdo na sportovním utkání nebyl nebo ho ani, například v televizi, sledovat nemohl, který teď skutečně dominantně převzala jiná média, je jen jednou z nich. Zpravodajské texty ale mohou být atraktivní i pro ty, kteří sportovní klání navštívili a zejména pro ně, protože chtějí předchozí událost znovu prožít. A právě zpravodajství z nich bývá tím obsahem, který účastníci vyhledávají nejdříve – obdobně jako v případě koncertu. Dále autor zmínil, že fanoušci rádi porovnávají, zda redaktor situaci hodnotil stejně, chtějí se poměřit s expertem.

Ve sportovním zpravodajství, které se nyní stalo předmětem úvah o možné podobě tištěných novin v důsledku rozšířené a rozmanité online konkurence, je klíčovým žánrem, který popisuje průběhy závodů a zápasů, referát. Proto druhým aspektem výzkumu bude podle konceptu inovací obsahu právě role zpravodajství a výskyt referátů při pokrývání vybraných událostí, respektive jeho případné nahrazení jinými žánry.

## II. Metodologie

### 4. Základní vymezení výzkumného záměru

Předchozí teoretická část představila v první kapitole současnou pozici tištěných deníků, druhá definovala koncept mediálních inovací jako způsob reakce na nové podmínky a změnu v prostředí, čímž vytyčila možné zaměření výzkumu, a třetí charakterizovala sportovní žurnalistiku jako relevantní tematickou oblast zájmu. Právě tato teoretická východiska aplikuje disertační práce do původního výzkumu, jehož realizaci v této metodologické části podrobně představuje. Nejprve uvádí hlavní výzkumnou otázku a k ní konkretizující podotázky, k jejichž zodpovězení volí na základě metodologické rešerše adekvátní postup. Následně popisuje metodicky jednotlivé kroky. A pro jejich provedení a prezentaci výsledků byly také zohledněny etické aspekty výzkumu.

#### 4.1 Předmět výzkumu a stanovení výzkumných otázek

Noviny jako svébytný produkt mediálních organizací stále existují, jak ostatně na základě rešerše odborné literatury potvrdily vybrané příklady výsledků výzkumu, byť jejich pozici oslabila řada různých vlivů či dokonce jejich kombinace. Nastalé situaci a nově vytvořeným podmínkám se přizpůsobují, možností existuje více, patří mezi ně i změna obsahu. A cílem této disertační práce je zaznamenat tuto změnu na příkladu sportovních rubrik. Specifického, ale velmi rozšířeného mediálního obsahu, jehož zpracování vzhledem k jeho povaze mnohem více vyhovuje především takzvaným novým médiím. Hlavní výzkumná otázka tedy zní:

**Jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací proměnil obsah sportovních rubrik vybraných českých deníků?**

Příklady ze zahraničí, zmapované v citované odborné literatuře, naznačily dva základní typy reakce, dva možné směry úvah, které se v otázce obsahu sportovních rubrik tištěných novin projeví. První se týká rozsahu, v jakém sportovní informační servis v denících nabízet, když je snáze a rychleji dostupný především online, navíc v atraktivnější formě. Některá média proto přistoupila k redukci sportovního obsahu, částečné, případně i úplné. A pokud sportovní rubriku zachovala, promítala se inovace do nabízeného obsahu. V něm se v některých případech postupně upouštělo od zpravodajství, tedy oblasti, v níž online média proti tištěným dominují,

ve prospěch publicistiky. Oba tyto aspekty se proto také promítly do výzkumného záměru disertační práce a z nich vyplývají dvě zpřesněné výzkumné podotázky:

**Jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků?**

**Jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací změnila ve sportovních rubrikách českých deníků role zpravodajství a jeho využití?**

Takto formulovaný záměr disertační práce a konkrétně stanovené otázky bylo zapotřebí zasadit do kontextu komunikačních sportovních studií a pro jeho naplnění zvolit vhodné výzkumné metody.

## **4.2 Metodologická rešerše a výběr výzkumných metod**

Formulovaný výzkumný záměr soustředěný na obsah neodpovídá pouze konceptu mediálních inovací, vytyčený směr plně respektuje dosavadní používané přístupy v tomto dnes už etablovaném, leč relativně mladém oboru komunikačních sportovních studií<sup>19</sup>. Wenner (1998: 7–9) charakterizoval tři základní směry výzkumného zaměření: na instituce, ať se tím myslí novinářské nebo sportovní organizace, dále texty a publikum. Wanta (2013: 83–85) následně nabídl další možné tematické členění: a to čtyři na sebe navazující a vzájemně se doplňující oblasti zájmu: 1) reportéry (jako studie novinářů v redakcích i mimo ně), 2) rutiny (a jejich vliv na obsah), 3) právě konkrétní obsah (a v něm možné předsudky a stereotypy) a 4) účinky.

Právě na Wennera a jeho ještě o dekádu starší publikaci (1989), v níž záběr sportovního mediálního výzkumu rozčlenil do čtyř kategorií (novináři, texty, publikum a místa, kde se protínají), se jako na základní pramen a východisko odkazují autoři, kteří se věnovali výzkumným metodám ve sportovních komunikačních studiích jako například Sherwoodová a Nicholson (2013: 99). Ti mapovali v historickém kontextu směřování výzkumu komunikace,

---

<sup>19</sup> Až do přelomu osmdesátých a devadesátých let dvacátého století sportovní zaměření výzkumu médií chybělo, jak připomněli Boyle (2006: 13–14) či Wanta (2006: 105). Dnes odborný výzkum zahrnuje poznání z různých zemí a kontinentů, publikace se věnují sportu profesionálnímu, poloprofesionálnímu, amatérskému i sportu jako volnočasové aktivitě. Velmi široké je rovněž spektrum sportů, jimiž se zabývají, včetně sportu handicapovaných. Oblast mediálního pokrytí a zpracování velkých sportovních událostí rozšiřují společenská témata (rasismus, doping, fenomén fanouškovství, genderové otázky, předsudky, stereotypy).

užívání rozličných metodických přístupů i specificky zaměřené publikační platformy. Tito autoři současně připomínají, že výzkum cílený právě na mediovaný obsah je stále nejfrekventovanějším, a připomínají také jeho dlouhou tradici.

To ostatně koresponduje s výsledky, které po rozsáhlé analýze užitých metod v předních zahraničních odborných časopisech *International Review for the Sociology of Sport*, dále *Journal of Sport and Social Issues* a také *Sociology of Sport Journal* prezentoval Dart (2014: 658–659) a v nichž výzkum obsahu rovněž zaujímá čelnou pozici. Podle Sherwoodové a Nicholsona (2013: 100) jsou standardním a velmi často užívaným podkladovým materiálem právě novinové příspěvky.

Na zkoumání publikovaných příspěvků, což je stěžejní záměr této disertační práce, lze aplikovat oba přístupy: jak kvantitativní, tak kvalitativní (Berger, 2014: 232). Kvantitativní zahrnuje měřitelná, statistická šetření, kvalitativní výzkum zachycuje vlastnosti, které nelze redukovat na čísla, například myšlenky nebo zkušenosti, jak je definovali Gratton a Jones (2004: 165) v publikaci věnované speciálně sportovnímu výzkumu. Totožné vymezení nabídli i další autoři v obecné charakteristice výzkumu, například Brennenová (2013: 3–4), pro niž kvantitativní výzkum představuje systematický, konkrétní a přesný postup se spolehlivými, ověřitelnými, opakovatelnými závěry, zatímco kvalitativní šetření je více interpretativní povahy a zachycuje významy nebo vztahy. Rozdělení výzkumných metod se dále věnoval například Creswell (2014).

Vhodným příkladem kvantitativního šetření v oblasti sportovní žurnalistiky může být studie autorek Biscombové a Mathesonové (2017), které popisovaly vývoj britských médií na příkladu čtyř let ze čtyř po sobě jdoucích dekád vymezených lety 1984, 1994, 2004 a 2014. Ve své práci si všímaly například pozornosti, jaké se dostávalo mužskému a ženskému sportu, v prvním kroku však posuzovaly vývoj rozsahu sportovních rubrik, což velmi koresponduje s první výzkumnou podotázkou disertační práce, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků. Autorky ve své studii považovaly za přiměřenou dobu pro sledování změn interval deseti let, ve zvolených letech pak vycházely ze vzorku dvou týdnů, pevně stanovených období od 1. do 14. července. To mělo zaručit s ohledem na pravidelně se opakující sportovní události (například tenisový grandslamový turnaj Wimbledon) vhodné výchozí podmínky, současně se tento termín vyhýbal momentům, které by srovnání mohly narušit, zejména olympijským hrám.

Uveřejněné příspěvky lze zkoumat nejen co do frekvence výskytu určitých témat nebo rozsahu vybraných sekcí, ale je možné analyzovat také jejich obsah a vyznění. Tento postup označila Brennenová (2013: 192–193) v rámci kvalitativního přístupu k výzkumu za „*textovou analýzu*“, přičemž textem se rozumí více než pouze psaný dokument. Noviny, jako hlavní objekt výzkumu v této disertační práci, do této kategorie spadají jednoznačně, ale textem pro tento typ analýzy mohou být také filmy, počítačové hry, rozhlasové vysílání nebo reklama. Rovněž způsobů, jak obsah textů posuzovat, je hned několik, například podle využití novinářských žánrů. Ty podle Brennenové (2013: 203) „*pomáhají odlišit, ohodnotit a dodat významu rozdílným typům médií*“. Výzkumníci na základě obvyklých pravidel rozdílných žánrů sledují možné změny v jejich využití, které se promítají do vyznění předkládaného obsahu a vnímání daného média. Tento postup vyhovuje druhé podotázce, tedy jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací změnila ve sportovních rubrikách českých deníků role zpravodajství a jeho využití.

Sherwoodová a Nicholson (2013) vedle tradice a významu obsahového zkoumání upozornili také na sílící využívání dalších metod, které k dosavadním zjištěním zejména na bázi analýzy obsahu doplňují pohled zainteresovaných subjektů. Podle nich je takto zaměřený výzkum nedílnou součástí budoucího směřování komunikačních sportovních studií, k dosavadním zjištěním na základě analýz publikovaných textů mohou dodat další cennou perspektivu, ilustrovat hlavní zjištění a významy. A také cílem této práce není pouze zachytit vývoj rozsahu sportovních rubrik vybraných deníků ve stanoveném období a v nich využití zpravodajství, ale nabídnout ke sledovaným trendům kontext a vysvětlení těch, kteří tyto změny iniciovali nebo se na nich podíleli.

Standardním zdrojem takových informací jsou rozhovory. Jako výzkumnou metodu je charakterizovali znovu například Berger (2014), Brennenová (2013), dále Creswell (2014) nebo Corbinová a Strauss (2008). Podle nich lze rozhovory také rozdělit do několika kategorií na základě schématu pokládaných otázek a způsobu vedení interview. Základními typy rozhovoru tak jsou 1) strukturovaný, 2) polostrukturovaný a 3) nestrukturovaný. Zatímco první uvedený předpokládá pevně stanovený postup a posloupnost předem připravených dotazů (např. Brennenová 2013: 27–28), druhý už poskytuje výzkumníkovi větší volnost při řazení otázek nebo umožňuje v konkrétních situacích lépe reagovat, například využít lépe

respondentovy zkušenosti a ptát se na specifické otázky mimo základní rámec. Třetí typ je v tomto ohledu ještě méně svázaný.

Využití kvantitativního i kvalitativního výzkumu označili Sherwoodová a Nicholson (2013) z pohledu metodického ukotvení za přístup smíšený (mixed methods research) a ten vzhledem k povaze stanovených otázek aplikuje i tato disertační práce. Využití obou postupů se v disertační práci vyskytuje hned dvakrát. Nejprve po vstupním kvantitativním šetření stanoveného vzorku následuje kvalitativní zkoumání vybraných aspektů (statistická část a navazující rozbor textů; Creswell, 2014: 23). Podruhé k výsledkům kvantitativní i kvalitativní části připojuje informace získané z rozhovorů (v tomto směru a logice postupu odpovídá Creswellově konceptu „*explanatory sequential mixed methods*“ s důrazem na postupné kroky výzkumu a vysvětlení výsledků; Creswell, 2014: 224–225).

Výchozím krokem je tedy základní kvantitativní profil vzorku, který umožňuje zachytit trendy v rozsahu sportovních rubrik vybraných deníků, následuje kvalitativní obsahová analýza s důrazem na využití žánru, jejímž cílem bylo sledovat využití zpravodajství jako původního základního typu obsahu v novinách. Při prezentaci výsledků výzkumu doplňují zjištění z analýz obsahu relevantní citace z rozhovorů s představiteli sledovaných titulů.

## 5. Metodický postup

Následující část ke stanoveným otázkám a zvoleným výzkumným metodám doplňuje konkrétní postup. Vymezuje tedy časový interval, z deníků, které v něm vycházejí nepřetržitě, na základě stanovených kritérií vybírá vhodný vzorek a popisuje metodický způsob zpracování kvantitativního profilu vzorku, kvalitativní analýzy obsahu a rozhovorů.

### 5.1 Stanovení časového intervalu

Předkládaná disertační práce při výzkumu tištěných novin se zaměřením na jejich sportovní rubriky analyzuje situaci v rozpětí patnácti let, které určují mezní roky 2001 a 2015. Toto období zahrnuje stěžejní události, které se k vybranému tématu pojí. Z perspektivy tohoto typu periodika je klíčový zejména nejprve pozvolný, ale postupně stále výraznější pokles nákladu (situaci v českém prostředí a vývoj na mediálním trhu v segmentu placených deníků představila podkapitola 1.3).

Naproti tomu, a jistě to je současně i jednou z příčin popisovaného stavu, přineslo těchto patnáct let masivní rozvoj nových technologií a rozšíření nových možností komunikace. Jako příklad lze uvést dostupnost internetu: Zatímco na začátku stanoveného období využívala internet zhruba desetina české populace, na jeho konci už to byly tři čtvrtiny<sup>20</sup>. V online prostředí navíc vznikla řada projektů, zpravodajských serverů, webových stránek klubů a sportovců, zrodila se sociální média, dokonce se rozšířily možnosti sázení na sportovní události, a to i v reálném čase v průběhu sportovních klání (příklady z českého prostředí rekapitulovala podkapitola 3.3).

Vymezených patnáct let je v studiích citovaných v metodologické rešerši dostatečným časovým intervalem, aby se sledované trendy mohly dostatečně projevit. Uvedené výzkumy považovaly za adekvátní deset let. Disertační práce se zaměřuje na všechny liché roky v tomto období, aby bylo možné zachytit postupné projevy změn, zasadit je do kontextu a podle toho i zvolit případné respondenty.

---

<sup>20</sup> Uvedené údaje vycházejí z dat Českého statistického úřadu o chování společnosti v online prostředí. První zpráva popisuje trend v letech 2000 až 2011, úřad v ní označil rok 2001 za důležitý milník, protože počet uživatelů internetu poprvé překročil jeden milion (ČSÚ, 2012). Druhý údaj pochází z bilance na konci roku 2015 (ČSÚ, 2015).

## 5.2 Výběr zkoumaných titulů

Disertační práce se věnuje dennímu tisku, který charakterizuje mimo jiné standardní denní uzávěrka a vznik v tiskárnách. Aby bylo možné jednotlivá zjištění porovnat a případně vyvozené závěry zobecnit, musí mít všechny tituly stejnou povahu, další podmínkou je tak jejich všeobecné zpravodajské zaměření. A kvůli nutné kontinuitě musí během uvedených patnácti let vycházet nepřetržitě.

Z řady různých tištěných titulů, které na českém území v daném období bez přestávky vycházely (podkapitola 1.3), se výzkum zabývá výhradně těmi s denní periodicitou a pravidelnou sportovní rubrikou, respektive těmi, jež ji měly alespoň na začátku zkoumaného období.

Výklad pracuje s termínem periodikum, print, využívá i označení noviny či listy, které by v obecné rovině mohly zastřešovat i týdeníky či další formáty s jinou frekvencí vydání, nicméně v této práci se tím vždy rozumí výlučně deníky. Projekt se také striktně týká tištěných vydání, přidružené online platformy, ať už jsou ke zkoumaným tištěným titulům formálně v jakémkoli vztahu, stojí stranou.

Všechny výše stanovené podmínky splňují, a do vzorku proto patří: *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo*. Naopak mimo zkoumání zůstaly kvůli odlišné formě obsahu bulvární *Blesk* a také specializovaný deník *Sport*. Ač by se jeho zařazení do výzkumu s ohledem na jeho zaměření logicky nabízelo, jeho postavení je vedle ostatních vybraných titulů specifické a nelze monotematický titul i s ohledem na rozsah plně porovnávat s dílčími sportovními rubrikami, nicméně může to být námětem na další šetření. V analýze nefigurují ani stranicky orientované *Haló noviny*, Kancelář ověřování nákladu tisku je ani neeviduje<sup>21</sup>.

V takto stanoveném vzorku denního tisku se zkoumaly dvě základní oblasti: rozsah sportovních rubrik a využívání zpravodajství při informování o sledovaných událostech.

---

<sup>21</sup> Dostupné na [www.abccr.cz](http://www.abccr.cz).



### 5.3 Kvantitativní profil vzorku

Odpověď na první výzkumnou podotázku, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků, přináší kvantitativní profil vybraného vzorku.

Protože si práce klade za cíl postihnout dlouhodobé trendy, aniž by možná zjištění mohly ovlivnit zcela mimořádné události či nahodilé situace, odpovídá tomu i základní vzorek zkoumaných vydání v průřezu patnácti let. Zcela cíleně vynechává sudé roky, kdy se konají olympijské hry, ať už zimní nebo letní, nebo vrcholné fotbalové turnaje, tedy mistrovství Evropy či světa, protože zejména u nich může být rozsah a způsob pokrytí přímo závislý na české účasti. Obdobný postup zvolily i Biscombová a Mathesonová (2017), které se vyhnuly olympijským hrám. V každém z osmi lichých roků se disertační práce zaměřuje na šest týdnů, což představuje víc než deset procent roční produkce a lze to považovat za relevantní vzorek. V součtu tak základní vzorek čítá přesně 1072 jednotlivých denních vydání sledovaných periodik.

Výběr jednotlivých týdnů měl co nejvěrněji odrazit obvyklou sportovní sezonu, kdy se především hrají zápasy fotbalové a hokejové nejvyšší domácí soutěže stejně jako předních zahraničních lig, včetně zámořské NHL, kdy je jedním z pravidelných vrcholů mistrovství světa v hokeji a kdy v letních měsících může dojít k mírnému útlumu sportovních rubrik. Ve vzorku se současně střídají vždy kalendářní týden, myšleno šest či pět<sup>22</sup> po sobě jdoucích dnů, a takzvaný konstruovaný týden (Trampota a Vojtěchovská, 2010: 105 či Sedláková 2014: 311), kdy se jednotlivé dny skládají ze šesti po sobě jdoucích týdnů. To proto, aby se eliminovaly případné výkyvy, aby předchozí zjištění bylo možné vzápětí ověřit s určitým odstupem. Strukturu vzorku představuje podrobně po jednotlivých týdnech Tabulka č. 1. Tabulka č. 2 pro lepší názornost ukazuje už konkrétní dny v mezních letech 2001 a 2015.

---

<sup>22</sup> *Mladá fronta Dnes*, *Právo* a *Lidové noviny* vycházejí šestkrát týdně od pondělí do soboty, *Hospodářské noviny* pouze v pracovní dny. Na celkem osm dnů ze stanového vzorku pak připadly státní svátky, v těchto týdnech je tak ještě o jeden zkoumaný den méně.

**Tabulka č. 1:** Princip výběru jednotlivých týdnů do vzorku

Výzkumný týden	Formát týdne	Začátek týdne
1. výzkumný týden	kalendářní týden	první březnový kalendářní týden
<p>V březnu už se po zimní přestávce hraje naplno fotbalová liga, v hokejové extralize končí základní část a startuje play off, současně se ještě konají závody Světových pohárů v zimních sportech: alpském lyžování, biatlonu nebo rychlobruslení. První březnový týden tak lze považovat za běžnou sportovní sezonu, týmové sporty mají také k bojům o konečné umístění ještě daleko. Někdy do něj zasahují halová mistrovství Evropy či světa v atletice.</p>		
2. výzkumný týden	konstruovaný týden	navazující konstruovaný týden
<p>Aby v tomto případě bylo možné ověřit předchozí zjištění, zejména počet stran v jednotlivé dny, navazuje na kalendářní týden ten takzvaně konstruovaný. Z jednoho týdne se bere v potaz pondělí, z následujícího úterý, z dalšího středa a analogicky až po pátek či sobotu. Povahou událostí je shodný s předchozím.</p>		
3. výzkumný týden	kalendářní týden	první týden mistrovství světa v hokeji
<p>Hokejový šampionát v tomto vzorku zastupuje velké sportovní akce. Na rozdíl od fotbalového mistrovství světa se ho český tým účastní vždy, první týden nabízí zápasy v základních skupinách, takže v tomto období ještě zájem médií nijak neovlivňuje případný pozdější úspěch české reprezentace. Způsob pokrytí v prvním týdnu tak lze porovnávat v průběhu jednotlivých let. V květnu dále zpravidla vrcholí fotbalová liga.</p>		
4. výzkumný týden	konstruovaný týden	konstruovaný týden v letním období
<p>Pokud předchozí týden představuje období nabitě událostmi a mohou se v něm rozšiřovat sportovní rubriky, letní měsíce mohou být opačným příkladem. V konstruovaném týdnu jsou první tři dny červencové a další tři dny srpnové. Toto zkoumané období tak následuje až po Wimbledonu, protože tenisový turnaj představuje přesně tu událost, jejíž pozornost se může odvíjet od výsledků českých sportovců.</p>		
5. výzkumný týden	kalendářní týden	kalend. týden po první říjnové neděli
<p>Další dva týdny ze vzorku kopírují záměr těch prvních dvou, jen v podzimním provedení. Nabízejí standardní sportovní události bez mimořádných akcí, v Česku i v zahraničí se hrají fotbalové a hokejové ligy, sezona startuje také v dalších týmových sportech.</p>		
6. výzkumný týden	konstruovaný týden	konstr. týden po druhé říjnové neděli
<p>Druhá říjnová neděle je tradičně datem nejslavnějšího českého dostihu Velké pardubické, který se kromě sportovní akce stal i společenskou událostí. Mediální pokrytí závodu tak znovu nezávisí na výsledku, tudíž také na jeho příkladu lze sledovat možný vývoj ve způsobu zpracování. Jinak pro tento týden platí stejná pravidla jako pro předchozí konstruovaný, jeho cílem je ověřit zjištění z předchozího kalendářního týdne.</p>		

**Tabulka č. 2:** Vzorek výzkumu pro roky 2001 a 2015

2001	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.

2015	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Datum	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.

Není výjimkou, že se sportovní obsah objevuje i v odlišných částech novin, jsou to například fotografie na titulní straně v případě mimořádných úspěchů či velkých událostí nebo témata s přesahem do jiných oblastí, například politiky či ekonomiky. Nicméně pro výzkum je stěžejní pravidelný a pro čtenáře předvídatelný rozsah sportovní rubriky. Pro stanovení rozsahu je určujícím kritériem počet stran věnovaný jednoznačně vymezené sportovní rubrice.

Ke všem dnům stanoveného vzorku (šest týdnů z lichých let) se uvádí vždy skutečný počet stran, přičemž za sportovní stranu se považuje jakýkoli takto označený list, a to i v případě, že je na něm částečně i jiný obsah nebo inzerce. Naopak se nepočítá žádný jiný sportovní obsah publikovaný na jiném místě v periodiku, jak už stojí výše v základním vymezení: cílem je zachytit rozsah standardních sportovních sekcí, jak je mohou pravidelně očekávat čtenáři, nikoli sportovní zprávy mimořádně zařazené do jiných částí novin. Do výzkumu nejsou zahrnuty ani regionální přílohy s lokálně zaměřeným sportovním obsahem.

U každého z dnů se zaznamenává i počet stran celých vydání, aby bylo možné porovnat nejen absolutní čísla rozsahu sportovních rubrik, ale i relativní ke kompletním novinám a ostatnímu obsahu. S těmito údaji se v disertační práci operuje, ale spíše omezeně, jen v některých momentech. Absolutní čísla mohou být problematická zejména kvůli přílohám, které někdy mají, zejména na začátku sledovaného období, standardní novinový formát a bylo by možné je považovat za součást deníků, později se s identickým zaměřením proměnily do suplementu se zcela odlišným grafickým provedením a už by stály mimo výzkum. Příkladem jsou (před)víkendové speciály, které nabízejí všechny sledované deníky (*Ego Hospodářských novin* a *Pátek Lidových novin v pátek*; *Víkend Dnes Mladé fronty Dnes* a *Magazín Práva* v sobotu).

## **5.4 Kvalitativní obsahová analýza**

Druhá podotázka, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací změnila ve sportovních rubrikách českých deníků role zpravodajství a jeho využití, míří na proměnu publikovaného obsahu. Právě zpravodajství je podle výše uvedených zahraničních zkušeností ve věci obsahu dotčenou oblastí, v níž se konkurence zejména internetu může projevit nejsilněji. Zahraniční příklady zmíněné v teoretické části popisovaly, jak základní zpravodajství a výsledkový aparát vystřídal komentáře, analýzy či další publicistické žánry. Disertační práce zachycuje, jak se v tomto ohledu proměnila česká média.

Výzkum proto v této části pokračuje na výše stanoveném základním vzorku a tentokrát se zabývá konkrétním obsahem. Aby bylo možné porovnat způsob informování, je zapotřebí stanovit takové události, u nichž lze předpokládat podobný zájem po celé zkoumané období, které neovlivní například výjimečné úspěchy nebo vzrůstající či klesající popularita daného odvětví. Jako takové byly stanoveny: 1) první fotbalová liga jako příklad dlouhodobé nejvyšší domácí soutěže; 2) mistrovství světa v hokeji jako zástupce krátkodobého mezinárodního klání; 3) Velká pardubická jako jednorázová domácí událost se společenským přesahem.

S ohledem na tyto vybrané události také vznikl výběr jednotlivých dnů a týdnů v základním vzorku. Fotbalová liga se obvykle hraje především o víkendech od srpna až do prosince a po zimní přestávce znovu od února do přelomu května a června a podle stanovených termínů je možné ji analyzovat v každém lichém roce až na pěti pondělních vydáních, pokud ji výjimečně v daném termínu nenahradí reprezentační utkání. První týden hokejového mistrovství světa (uvedený v tabulce výše jako třetí v pořadí) dává možnost zachytit zpracování vrcholné mezinárodní akce, přičemž první týden patří zápasům v základních skupinách, jichž se český výběr účastní vždy a míru pokrytí neovlivní budoucí medaile nebo brzké vyřazení. Obdobně konstruovaný týden po druhé říjnové neděli (v tabulce výše jako šestý v pořadí), která tradičně patří Velké pardubické, garantuje, že je možné analyzovat pondělní vydání, v němž lze očekávat pokrytí tohoto dostihového závodu.

V daných dnech na vybraných událostech disertační práce sleduje všechny textové výstupy, zkoumá využití základních zpravodajských formátů, jakými jsou zprávy nebo v případě pokrývání sportovních závodů či zápasů referáty, případně jejich nahrazení jinými, zejména publicistickými žánry, jakými mohou být reportáž, rozhovor či komentář.

## **5.5 Pilotní studie a její dílčí zjištění**

Takto obsáhlému zkoumání v intervalu patnácti let předcházela pilotní studie, která analyzovala výhradně krajní roky vymezeného období, tedy 2001 a 2015. V nich sledovala pondělní vydání (a v případě státních svátků připadajících na tento den, kdy noviny nevycházejí, i úterní). Právě ta bývají z celého týdne co do počtu stran sportovních rubrik nejrozsáhlejší, protože rekapituluji bohatý program událostí, které ve sportu připadají velmi často právě na víkend, nebo na něj jinak reagují.

Pro co nejpřesnější výchozí data na začátku a na konci stanoveného období se výzkum naopak nezužoval jen na vybrané týdny, jako je tomu v hlavním záměru, ale pokrýval všechny týdny v obou letech. Při kvantitativním i kvalitativním šetření se zabýval především rozsahem sportovních rubrik vybraných titulů a způsobem pokrytí některých událostí, třeba první fotbalové ligy či hokejové extraligy. To poskytlo solidní základ pro další postup: jasně popsalo situaci v hraničních letech a vytyčilo další směřování navazujícího podrobnějšího výzkumu, včetně vytipování sportovních událostí k další analýze.

Pilotní studii publikoval v roce 2017 vědecký recenzovaný časopis *Studia Sportiva*, který vydává Fakulta sportovních studií Masarykovy univerzity v Brně. Z formulovaného závěru (Trunečka, 2017: 124) lze citovat následující stěžejní pasáž: „*Z výsledků srovnání (...) je zřejmá redukce sportovního obsahu, úbytek výsledkového aparátu či posun od zpravodajství zachycujícího popis událostí k publicistice (v případě Hospodářských novin, Lidových novin a Mladé fronty Dnes). Poslední uvedený trend je patrný i v případě, kdy se rozsah rozšířil (v případě deníku Právo).*“

Disertační práce na tato výchozí zjištění navazuje, ověřuje je v delším časovém období i kontinuitě a rozšiřuje o další poznatky. Všechny výsledky navíc zasazuje do širšího kontextu a vysvětluje je i díky později uskutečněným rozhovorům.

## **5.6 Rozhovory se zástupci médií**

Vlastní zjištění na základě zkoumání obsahu doplňují informace přímo od aktérů. Respondenty jsou za každý titul šéfredaktor či jeho zástupce a také sportovní novinář, konkrétně fotbalový redaktor (vzhledem k popularitě fotbalu a nejčetnějším příkladům k tomuto sportu v zahraniční odborné literatuře), kteří všichni po celou dobu, nebo v zásadních momentech pracovali ve zkoumaných denících (jejich představení v Tabulce č. 3). Pohledy z dvojí perspektivy dodávají potřebný kontext z manažerské pozice, reprezentující vedení titulu, a z redakční úrovně, zastupující každodenní rutinu. Všechna interview se uskutečnila až po analýze obsahu, a formulované otázky tak byly zvoleny už v návaznosti na tato zjištění, byť s velkou obezřetností, aby na respondenty nepůsobily návodně či nevylučovaly zjištění nových informací.

**Tabulka č. 3: Přehled respondentů**

Jméno a příjmení	Médium, které zastupuje	Z jaké pozice vystupuje
Dalibor Balšínek	Lidové noviny	Manažerská pozice
<p>V období 2009 až 2013 zastával v <i>Lidových novinách</i> pozici šéfredaktora i ředitele redakce a současně v představenstvu vydavatelství Mafra koordinoval internetové projekty. Předtím vedl časopisy <i>Spy</i> a <i>Týden</i>, působil také v televizi <i>Nova</i>. Poté, co vydavatelství Mafra koupil v roce 2013 holding Agrofert, založil nový projekt <i>Echo/Echo24</i>. Rozhovor vznikl při osobním setkání 20. července 2021.</p>		
Robert Čásenský	Mladá fronta Dnes	Manažerská pozice
<p>Na vedení <i>Mladé fronty Dnes</i> se podílel v letech 2001 až 2013, nejprve jako zástupce, od roku 2006 jako šéfredaktor. Předtím pracoval v <i>Českém deníku</i>, <i>Denním Telegraphu</i> a <i>Lidových novinách</i>. <i>Mladou frontu Dnes</i> opustil po vlastnických změnách v roce 2013 a následně uvedl na trh <i>Reportér Magazin</i>. Rozhovor vznikl při osobním setkání 6. března 2020.</p>		
Vladimír Dušánek	Právo	Manažerská pozice
<p>Jeho jméno se dlouhodobě pojí s vydavatelstvím Borgis a deníkem <i>Právo</i>, kde patří od roku 2014 mezi zástupce šéfredaktora. Přímou se podílí na vedení online projektů <i>Novinky.cz</i>, <i>Sport.cz</i> či <i>Super.cz</i>, propojených se Seznamem, a u jejichž vzniku stál či se na jejich vývoji podílel. Už předtím připravoval webovou stránku a archiv <i>Práva</i> či projekt <i>Flashnews</i>. Rozhovor vznikl při osobním setkání 2. prosince 2020.</p>		
Martin Jašminský	Hospodářské noviny	Manažerská pozice
<p>V <i>Hospodářských novinách</i> pracoval v letech 1995 až 2000, v roce 2005 se do nich vrátil po působení v <i>Mladé frontě Dnes</i>. Zastával roli zástupce šéfredaktora, v roce 2013 ještě povýšil. V únoru 2021 se přesunul do redakce <i>Seznam Zpráv</i>. Rozhovor vznikl telefonicky 27. března 2020.</p>		
Petr Adam	Lidové noviny	Redaktorská pozice
<p>V letech 2004 až 2012 pracoval ve sportovní redakci <i>Lidových novin</i>, pokrýval vrcholné fotbalové turnaje, svého času byl také vedoucím rubriky. Dnes je šéfredaktorem webu <i>iSport.cz</i> a zástupcem šéfredaktora deníku <i>Sport</i>. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v březnu 2020.</p>		
Luděk Mádl	Hospodářské noviny	Redaktorská pozice
<p>V <i>Hospodářských novinách</i> či na <i>Aktuálně.cz</i> strávil období 2009 až 2017. Předtím působil v <i>Denním Telegraphu</i>, <i>Svobodném slově</i> a především v deníku <i>Sport</i>, kde zastával i roli zástupce šéfredaktora a série textů o korupci ve fotbale mu vynesla ocenění Novinářská křepelka za rok 2005. Od roku 2017 je členem redakce <i>Seznam Zpráv</i>. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v lednu 2020.</p>		
Radek Malina	Právo	Redaktorská pozice
<p>Začínal v <i>Kladenských novinách</i>, působil také v <i>Kladenském deníku</i>. V <i>Právu</i> pracuje od prosince 1999. Nejdřív v rámci pražské a středočeské přílohy, na podzim se přesunul do sportovní redakce. Během více než dvaceti let pokrýval fotbalová mistrovství Evropy 2012 a 2016, v letech 2006, 2012, 2014, 2016 a 2018 pokrýval olympijské hry. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v období od ledna do března 2020.</p>		
Jan Palička	Mladá fronta Dnes	Redaktorská pozice
<p>První zkušenosti během středoškolských studií sbíral v tehdejším vydavatelství Vltava-Labe-Press, tři roky působil v deníku <i>Práce</i>, od roku 1998 je v <i>Mladé frontě Dnes</i>. Od roku 2000 nechyběl na žádném fotbalovém mistrovství Evropy ani světa, v letech 2000 až 2010 pokrýval i olympijské hry. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v lednu a v březnu 2020.</p>		

Rozhovory s členy vedení jednotlivých titulů se uskutečnily osobní formou, třikrát na setkáních v Praze, která trvala přibližně hodinu, jednou – v čase začínající pandemie covidu-19 v březnu 2020 – telefonicky přibližně třicet minut. Všechna interview se nahrávala. Z nabízených typů rozhovorů se tyto nejvíc blížily polostrukturovaným. Některé otázky byly zcela identické pro všechny: například ty obecnější o vývoji tištěných novin v dané době. Další už ale především reagovaly na konkrétní obsahová zjištění v jednotlivých titulech, takže ačkoli předmětem rozhovorů zůstávaly úpravy rozsahu sportovních rubrik, současný význam sportovního obsahu nebo žánru zpravodajství, v konkrétní formě se lišily. A v některých případech byly také specifické vzhledem k médiu či respondentovi s ohledem na jeho pozici či zkušenosti.

Zástupci sportovních redakcí odpovídali korespondenčně e-mailem, tyto rozhovory měly i proto více strukturovanou formu a jednotné schéma, byť i v nich se objevily některé specifické nebo doplňující otázky v návaznosti na zjištění ze zkoumání obsahu. Interview se týkala proměny práce novinářů ve sledovaném období s důrazem na přípravu obsahu pro tištěné noviny. Všichni čtyři sportovní novináři se ve své profesi věnují především pokrývání fotbalu, k němu konkrétně se tak vztahovaly některé otázky.

Přepisy rozhovorů z osobních setkání i e-mailem odeslané odpovědi byly kódovány podle Corbinové a Strausse (2008) a následně v nich byly identifikovány klíčové informace ke sledovaným tématům.

Jen je při jejich zpracování zapotřebí vzít do úvahy skutečnost, že se respondenti v odpovědích vracejí do minulosti, v krajním případě dokonce až o dvacet let zpět. Jejich vzpomínky tak mohl ovlivnit delší časový odstup, ale především dřívější realizované či zvažované kroky hodnotí současnou perspektivou. Vývoj v uplynulých dvou dekadách, který byl v mediálním prostředí v některých ohledech až překotný, se tak mohl promítnout i do jejich interpretace minulosti.

## 6. Etické aspekty výzkumu

Ještě před zpracováním a prezentací výsledků v analytické části, dokonce už před zahájením výzkumu bylo zapotřebí si vymezit limity v otázce možné osobní zaujatosti a zohlednit některé etické aspekty. Jak upozornil Creswell (2014: 92), etické otázky ve vědeckém významu představují v dnešní době důležitou oblast a jim věnovaná pozornost se stále zvyšuje. Předpokládat a zohlednit etický rozměr je podle něj nutné ve všech typech výzkumu a ve všech jeho fázích, už od prvních příprav po realizaci a publikování. Vzhledem k zaměření disertační práce je zapotřebí zohlednit především dva momenty. První se týká pozice výzkumníka, která se prolíná s rolí aktéra sledovaných událostí, druhý zpracování provedených rozhovorů se zástupci dotčených médií.

### 6.1 Otázka výzkumníka a aktéra v jedné osobě

Prvním momentem, jenž si v tomto případě zaslouží pozornost z hlediska etiky odborného výzkumu, je pozice jeho autora, jak ji zmínili například Corbinová a Strauss (2008: 16). Zejména v šetření kvalitativní povahy, ze kterého tato disertační práce také vychází, je jeho role a jeho interpretace důležitá (Brennenová, 2013: 29). V případě tohoto výzkumu se pozice výzkumníka zčásti prolíná s rolí přímého aktéra popisovaných změn.

Jak už stojí v úvodu disertační práce, poslední tři roky stanoveného výzkumného období let 2001 až 2015 se prolínají s mým působením v čele sportovní rubriky *Mladé fronty Dnes*. Ta se v listopadu 2012 integrovala spolu se stejně tematicky zaměřenými sekcemi *Lidových novin* a *iDnes.cz*, v níž jsem profesně od roku 2001 vyrůstal a kterou jsem od roku 2008 vedl, do jedné společné centrální sportovní redakce. Z toho je také zřejmé, že jsem se s většinou respondentů uskutečněných rozhovorů pravidelně potkával a znám je osobně.

Proto jednoznačně konstatuji, že výzkum v této disertační práci jsem uskutečnil z pozice studenta doktorského studia na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy a jeho cílem bylo věrohodně zachytit vývoj sportovní žurnalistiky, stejně jako v případě mnou dříve realizovaných výzkumů se sportovní tematikou citovaných v této disertační práci. Při jeho realizaci jsem dodržel všechny standardy, včetně tohoto upozornění čtenářů na svoji pozici v české sportovní žurnalistice.



Závěry, které výsledný text prezentuje, vycházejí výhradně z analýzy stanoveného obsahu a uskutečněných rozhovorů, práce nevyužívá žádných interních informací, ke kterým bych jen jako výzkumník nemohl mít přístup. Vzorek je navíc dostatečně široký, zkoumá víc než tisíc denních vydání čtyř různých titulů po dobu patnácti let, což je pětkrát delší období než dotčené tři roky. Disertační práce také veškerá zjištění a popisované trendy interpretuje jen v kontextu odborné literatury. Reflexi a vysvětlení přístupu jednotlivých redakcí nabízí prostřednictvím realizovaných rozhovorů, vlastní výklad v žádném okamžiku nehodnotí jednotlivé kroky jako správné či chybné.

## **6.2 Otázka anonymizace odpovědí v rozhovorech**

U realizovaných rozhovorů bývá možným krokem anonymizace odpovědí, tedy úplné skrytí jejich autora, jejímž cílem je chránit respondenty a znemožnit jejich identifikaci (Wilesová, 2013: 41–53). Podrobně se tomuto citlivému tématu věnovali v metodologické studii například Saunders, Kitzingerová J. a Kitzingerová C. (2015), kteří také uvedli způsoby i konkrétní příklady, jak se uvádění plných jmen vyhnout. Ve svém výzkumu se zaměřili především na oblast zdravotnictví, jimi zkoumané rozhovory se týkaly například rodinných příslušníků pacientů ve velmi vážném stavu. Nicméně anonymizované prezentace odpovědí se vyskytují běžně také u dalších témat, včetně těch, která souvisejí s médii.

V této disertační práci však po adekvátní úvaze jména respondentů figurují v úvodním představení a zůstávají v plném znění bez jakýchkoli prvků anonymizace také u všech dalších odkazů v analytické části. V souladu se standardy vědeckého výzkumu a takto využívaných rozhovorů, například podle Wilesové (2013: 25–38) či Brennenové (2013: 29) věděli všichni účastníci, že interview slouží pro vědeckou práci na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy i že plné znění otázek a odpovědí bude součástí přílohy této disertační práce a konkrétní příklady se mohou objevit i ve výkladu. A s těmito podmínkami souhlasili.

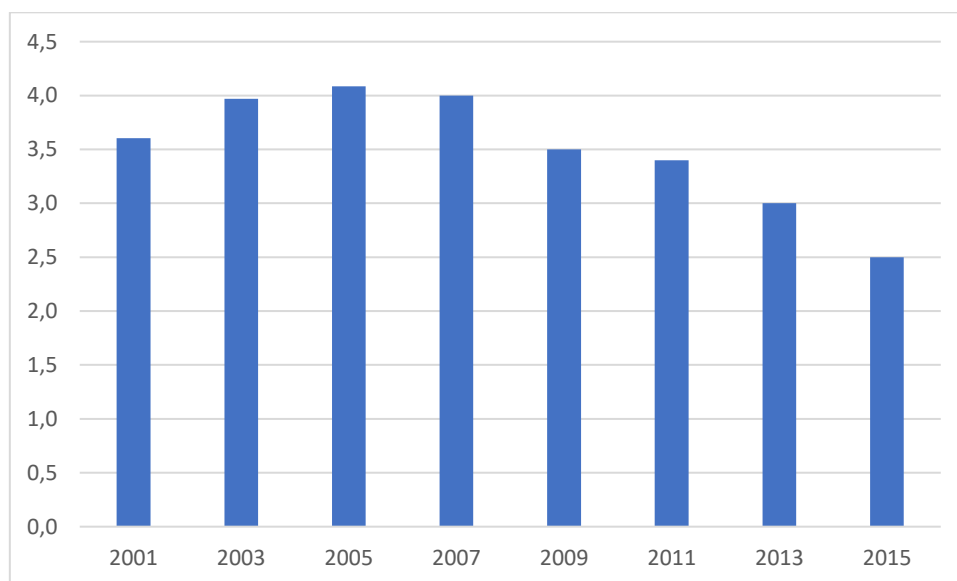
Všech osm respondentů patří mezi významné novinářské osobnosti, ať už celkově na mediální scéně, či speciálně v oboru sportovní žurnalistiky, což dokládají jejich stručné vizitky, které přibližují jejich novinářskou praxi. Dotazovaní zastávali ve sledovaném čase a zvolených médiích pozice šéfredaktora či jeho zástupce, vybraní sportovní novináři se v prostředí pohybují dlouhodobě. Získané odpovědi mají velký význam, vztahují se ke konkrétním krokům a situacím v daných médiích a jejich zveřejnění s uvedením jména zvyšuje relevanci výzkumu.

### III. Analytická část

#### 7. Vývoj rozsahu sportovních rubrik

Zkoumané období 2001 až 2015 přineslo ve sledovaných denících v celkovém úhrnu úbytek sportovních stran<sup>23</sup>. Zatímco na jeho počátku připadalo v průměru na každé jedno denní vydání, bez ohledu na konkrétní titul či den v týdnu, více než tři a půl strany, na konci to už bylo o celou stranu méně. To představuje pokles o více než jednu čtvrtinu produkce. Ještě markantnější rozdíl odhaluje srovnání mezi posledním rokem vymezeného intervalu a obdobím 2003 až 2007. Tyto roky totiž představují nejbohatší sportovní nabídku vůbec, průměrný počet stran se v těchto letech pohyboval na úrovni čtyř, v rekordním roce 2005 ji dokonce lehce překračoval. Od tohoto vrcholu ze zkoumaných lichých let na úrovni 4,1 po závěr dotčeného období se průměrný počet stran, vyčíslený ze všech čtyř deníků, snížil na pouhé dvě a půl (Graf č. 2).

**Graf č. 2:** Průměrný počet sportovních stran na denní vydání bez ohledu na konkrétní titul



Pokles sportovních stran v tištěných novinách tak dosahuje ještě vyšších hodnot. Není to jen o čtvrtinu produkce méně, jak vypovídají údaje z mezních let, ale ztráta je ještě vyšší, protože na začátku období sportovního obsahu v denících přibývá. Rozdíl mezi maximálním rokem 2005 a závěrečným 2015 představuje přibližně čtyřicet procent. Lze tedy říct, že nabídka

<sup>23</sup> Kompletní přehled rozsahu sportovních rubrik všech čtyř titulů zachycují tabulky zařazené v příloze.

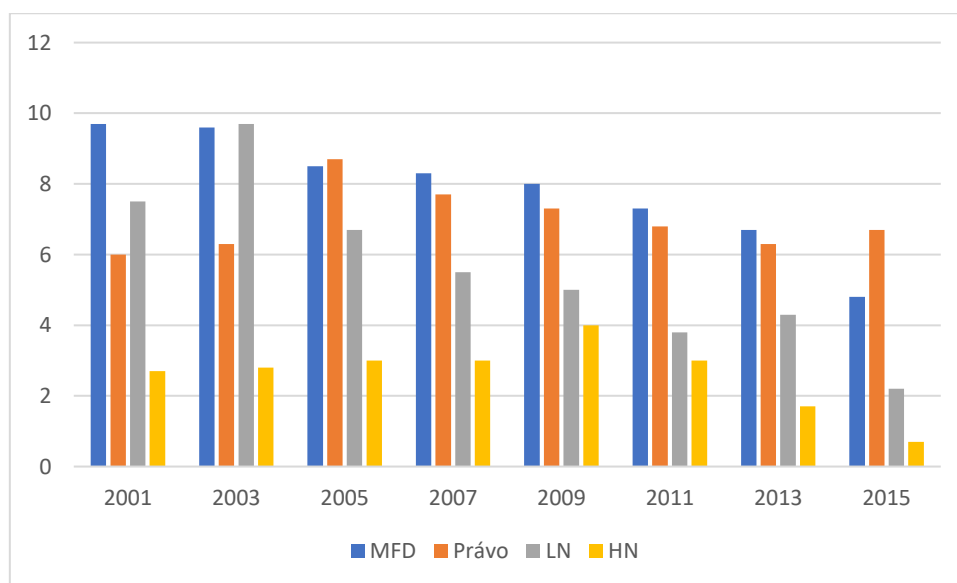
sportovního obsahu v tištěných novinách se ve sledovaném intervalu v absolutních číslech jednoznačně ztenčila. Podrobnější pohled na konkrétní periodika a jednotlivé roky však odhaluje více trendů než předchozí nediferencující konstatování.

## 7.1 Rozšiřování sportu a rekordní roky 2003 a 2005

Ačkoli celkovým výsledkem v absolutních hodnotách je pokles sportovních stran, na začátku nultých let jedenadvacátého století se sportovní obsah v novinách naopak rozšiřoval, nejvíce v pondělních vydáních. Ta bývala dlouhodobě z celého týdne nejbohatší, protože rekapitulovala sportovní dění za dva víkendové dny, do nichž se navíc obvykle soustřeďuje mnoho sportovních událostí. Mimořádný rozsah rubrik a jejich významné postavení v rámci pondělního vydání celých novin dokládají i názvy, jimiž je noviny označovaly či stále označují.

*Lidové noviny* původní a už tak co do počtu stran nadstandardní pondělní *Sport speciál* (obvykle na sedmi stranách), avizovaný jako týdenní sportovní příloha, v polovině roku 2001 ještě rozšířily (v některých vydáních dokonce až na dvanáct stran) a přejmenovaly na *Sportovní noviny*. V lichém roce 2003 byly ve stanoveném vzorku deníků dokonce nejbohatší pondělní sportovní přílohou (průměrně 9,7 strany) vůbec těsně před *Mladou frontou Dnes* (průměrně 9,5 strany). Vývoj počtu stran v pondělních vydáních všech čtyř deníků zachycuje Graf č. 3.

**Graf č. 3:** Průměrný počet sportovních stran v pondělním vydání podle jednotlivých titulů



O dva roky později, tedy v lichém roce 2005, vyšlo ze stejného srovnání nejlépe *Právo se Sportem extra* (průměrně 8,7 stran), které také v pondělí dopřávalo sportu ve srovnání s předchozími lety více prostoru, a to nejen na posledních stranách vydání, jak bývalo obvyklé. Redakce vyhradila sportu už jednu vnitřní dvoustranu, která předcházela například ekonomickým informacím či regionálnímu servisu, konec listu pak patřil znovu sportu. Jeho význam a mimořádný počet sportovních stran zmínil také Radek Malina, redaktor Práva: „Pamatuji si, že jednu dobu jsme jich do pondělníku dělali osm. A podotýkám, že to nebylo v době olympiády nebo fotbalových šampionátů. Kolega říkával, že až jich bude deset, měly by se řadit rovnou od jedničky,“ (Malina, 2020).

Rozšiřování pondělních příloh se promítlo i do celkových údajů v jednotlivých letech. Proto v začátku sledovaného období průměrný počet sportovních stran roste, jak ilustroval už předchozí Graf č. 2. K vysokým celkovým číslům přispívala v tomto období také pravidelně *Mladá fronta Dnes*, která některá pondělí v letech 2001 až 2005 nabízela až jedenáct či dokonce dvanáct stran, to bylo společně s *Lidovými novinami* maximální absolutní hodnotnou. Pondělní průměry za sledované liché roky oscilovaly mezi osmi až deseti stranami, nejvyšší celoroční průměr 9,7 stran vyšel už v úvodním roce 2001, pak pozvolna klesal.

Vsadit na sportovní obsah se rozhodly také *Hospodářské noviny*, i ty rozšířily jemu věnovanou rubriku v pondělním vydání. K tomuto kroku se však odhodlaly později než v *Lidových novinách* či v *Právu*, výzkum tuto tendenci zachytil v druhé polovině lichého roku 2009, tedy už v čase, když propukla ekonomická krize a média se potýkala s výpadky inzertních příjmů a pokles prodaného nákladu výrazně začal zrychlovat proti předchozímu tempu. Pondělní sportovní rubrika *Hospodářských novin* zahrnovala na podzim 2009 po úpravách nově pět stran, vůbec nejvíc, kolik se v tomto periodiku za sledovaných patnáct let ukázalo. Rozšířením sportu coby standardního a populárního obsahu chtělo vedení redakce upevnit pozici novin v kritickém období, profilovat se šířeji jako všeobecně zaměřený deník, nikoli jen ekonomický. Podle Martina Jašminského, jenž stál v čele *Hospodářských novin*, není bez sportu obsah novin kompletní: „V roce 2008 jsme udělali relaunch novin a sport jsme posilovali. *Hospodářské noviny* měly být víc všeobecným deníkem, novinami první volby, aby čtenář nepotřeboval kupovat další, aby měl pocit, že mu nabízíme všechno. Tím jsme sledovali, že když se noviny víc rozkročí, zpomalí se trend, kdy šly dolů,“ (Jašminský, 2020).

Současně je však zapotřebí uvést, že tato strategie *Hospodářských novin* úspěšná nebyla. Podle vedení listu (Jašminský, 2020) zůstaly noviny ve vnímání čtenářů stále především byznysově orientované, navíc nevycházely ani šest dnů v týdnu jako ostatní tituly, v jejich nabídce stále chybělo sobotní vydání. Pětistránková pondělní příloha tak vydržela ve výsledcích výzkumu lichých let jen v roce 2009, o dva roky později už obsahovala jen tři strany a v dalších letech počet dál klesal. Celkově období od roku 2009 charakterizuje u všech sledovaných titulů setrvalý pokles, který podrobně analyzuje následující podkapitola.

## **7.2 Setrvalá redukce sportu v období 2009 až 2015**

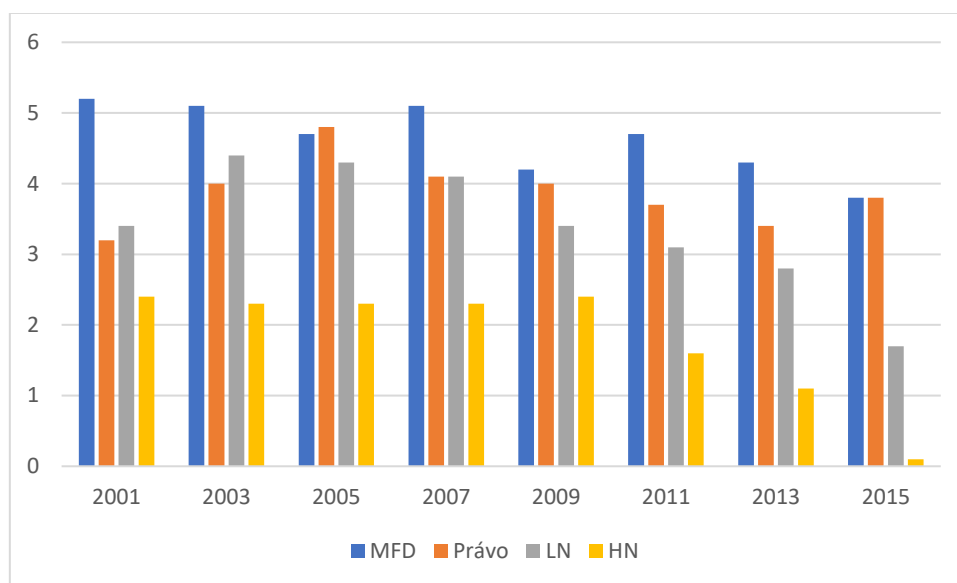
Éru, kdy se sportovní obsah rozšiřoval, následně vystřídal postupný propad. Rok 2007 byl ještě srovnatelný a téměř identický s předchozím zkoumaným rokem 2005, v následujících letech však už počet sportovních stran setrvale klesal, jak je patrné z výše uvedeného Grafu č. 2. V souhrnných údajích za všechna zkoumaná periodika se snížil počet stran na denní vydání z maxima přes čtyři strany na hodnotu 2,5, což je vůbec nejmenší údaj ze všech sledovaných lichých let v intervalu 2001 až 2015. Pokles v této části stanoveného období zasáhl všechny čtyři tituly, ovšem nikoli stejně razantně. U dvou sledovaných periodik, *Práva* a *Mladé fronty Dnes*, bylo možné na základě zjištěných dat považovat sport po celé stanovené období, i navzdory určité redukci příslušných stran, za důležitou rubriku. Naopak v *Lidových novinách* a *Hospodářských novinách* se podle získaných údajů stával spíše okrajovým tématem. Těmito dvěma odlišnými tendencemi se podrobněji zabývají následující podkapitoly.

### **7.2.1 Sport stále důležitou rubrikou**

Z jednotlivých titulů oslabilo sport nejméně *Právo*, dokonce srovnání pouze krajních let 2001 a 2015 vykazuje nárůst o půlstranu na den. Deník totiž v průběhu zkoumaného intervalu sport zásadně rozšířil, zejména v roce 2005. Jestliže na začátku připadalo na sport průměrně o něco více než tři strany, o čtyři roky později už to bylo téměř pět. V období 2005 až 2015 přibližně stranu ztratilo. Přes následný pokles po roce 2009 se počet sportovních stran pod úroveň roku 2001 už nedostal. Celkově byl vývoj v případě *Práva* nejstabilnější. Poslední tři liché roky byly naprosto srovnatelné, dokonce nejhůř nevyšel ani ten poslední jako u ostatních listů, ale rok 2013, což platí jak pro celkové údaje, tak pro rozsahem nejbohatší pondělní rubriku *Sport Extra*.

Výjimečný název užívaný pro pondělní přílohu po celé zkoumané období tak plně odpovídá, protože v roce 2015 byla ze všech pondělních vydání nejobsáhlejší. Průměrný počet stran se v tomto konkrétní dni blížil sedmi, což je o necelou stranu více než na začátku zkoumaného období. A i ve srovnání průměrného denního počtu stran za celý týden si *Právo* (přibližně 3,9) stálo nejlépe, byť těsně, o jednu desetinu, předstihlo *Mladou frontou Dnes* (přibližně 3,8). Průměrný počet sportovních stran na denní vydání podle titulů znázorňuje Graf č. 4.

**Graf č. 4:** Průměrný počet sportovních stran na denní vydání podle jednotlivých titulů



*Mladá fronta Dnes* měla v závěru zkoumaného období v pondělním vydání průměrně pět stran sportu, což je pokles na polovinu proti nejhojnějším letům 2001 či 2003. Stránky ubývaly postupně. V roce 2001 jich v pondělí bylo průměrně do deseti, o dva roky později v průměru devět a půl. Následně osm a půl, na hodnotě osm zůstaly roky 2007 a 2009, v každém dalším období 2011, 2013 a 2015 zmizela vždy jedna na průměrných pět na konci zkoumaného období.

V nejhojnějších časech přitom sport pravidelně obsazoval téměř kompletně jeden z pondělních sešitů, do nichž se obsah deníku členil, ať už to byly přílohy vkládané do sebe a označované různými číslicemi včetně římských či slovním vyjádřením, nebo samostatné jednotky řazené za sebe a pojmenované písmeny. Mimochodem, právě struktura celých novin jasně dokazuje, že se úspory netýkaly jen sportu, ale celého obsahu. Zatímco v letech 2001 až 2007 se *Mladá*

*fronta Dnes* skládala někdy i ze sedmi samostatných sešitů<sup>24</sup> (pojmenovaných od A až po G), po krizi se jejich počet snižoval. Pak zůstaly jen dva, přičemž druhý patřil sportu a regionálním událostem, v roce 2015 se však spojily do jednoho. Stejně tak strukturu sešitů opustily už o rok dříve *Lidové noviny* a *Hospodářské noviny*.

Ač srovnání počtu stran celých novin může být zrádné, jak už upozornila metodologická část, v případě *Mladé fronty Dnes*, *Lidových novin* i *Hospodářských novin* je zapotřebí vzít do úvahy také tato data kvůli správné interpretaci výsledků. V případě *Práva* působí situace relativně stabilně, konzistentně, ostatní tituly zaznamenaly u sportu shodně propad. Automaticky to však neznamená stejný přístup k tomuto tématu.

Jestliže například v prvním roce zkoumání 2001 se rozsah pondělní sportovní přílohy *Mladé fronty Dnes* s výjimkou letního poklesu střídal na deseti či jedenácti stranách, celé vydání mělo od čtyřiačtyřiceti do dvaapadesáti. V roce 2015 patřilo sportu od čtyř do šesti stran při celkových dvaadvaceti či čtyřadvaceti. Sportu tak v pondělí připadal v poměru k ostatnímu obsahu přibližně stále stejný rozsah, přibližně dvaadvacet až třidvacet procent, v další dny pak dokonce zánik různých tematických příloh<sup>25</sup> bilanci ve prospěch sportu i lehce navýšil. Sport představoval pro tento titul důležitý segment. „*Nechtěl jsem přijít o sport, protože jsem věděl, že pro Frontu je důležitý a pro mě emocionálně taky. (...) Podstatná část čtenářů minimálně sport četla a určitě mezi nimi byli i tací, kteří si ji kvůli sportu kupovali. Fronta mu dávala slušný prostor a sportovní redakce měla už od osmdesátých let dobrou pověst, kterou držela a drží doteď,*“ uvedl Robert Čásenský, tehdejší šéfredaktor *Mladé fronty Dnes* (Čásenský, 2020).

### **7.2.2 Sport spíše okrajovým tématem**

Naopak změny v *Lidových novinách* a *Hospodářských novinách* zasáhly sport znatelněji. V letech 2001 a 2003 patřila sportovní rubrika *Lidových novin* k nejobsáhlejším v rámci zkoumaných titulů. Z anoncovaných dvanácti stran pondělních *Sportovních novin* jich sice několik ubrala inzerce, ale pravidelně dosahovaly devíti, deseti a někdy i avizovaného maxima,

---

<sup>24</sup> V sobotu 8. října 2005 jedna z těchto příloh připadla dalšímu sportovnímu obsahu. Kromě standardní rubriky na třech stranách vyšel ještě speciál na dalších osmi před zápasem fotbalové reprezentace s Nizozemskem v kvalifikaci o postup na mistrovství světa 2006.

<sup>25</sup> Okolnosti zániku četných tematických příloh, zejména se zaměřením na zaměstnání, vysvětlili podrobně v rozhovorech Čásenský (2020) a Balšínek (2021).

což byla (i víc než) třetina celého pondělního vydání na dvaatřiceti stranách, maximálním poměrem bylo 38 procent sportovních témat z celého rozsahu.

Zato v roce 2015 zbyly při rozsahu dvaceti stran celých novin s výjimkou týdne při mistrovství světa v hokeji už jen dvě sportovní, tedy desetina, v jednom případě vybraného vzorku dokonce jedna jediná. První větší pokles v pondělních datech přinesl už rok 2005, kdy se počet stran snížil na necelých sedm, ale až do roku 2013 byl pozvolný. Zrychlil až ke konci zkoumaného období. Současně vedení titulu omezilo sport v dalších všedních dnech téměř na minimum, často na jedinou stranu. Sport tak postupem času přestal být pro *Lidové noviny* obsahem, kterým by systematicky cílily na publikum, jak uvedl také jejich tehdejší šéfredaktor Dalibor Balšínek: „Věděl jsem, že *Lidové noviny* se nikdy nebudou profilovat a orientovat na sport. A přistupoval jsem k tomu tak, že se musí rozvíjet to, v čem jsou silné, co od nich čtenáři očekávají. V případě *Lidových novin* je to primárně politika, společenská a kulturní témata. Ale ne sport,“ (Balšínek, 2021).

Ani u *Hospodářských novin* nebyly výchozí tři strany pondělního vydání v roce 2001 zanedbatelné, z prvního sešitu o čtrnácti stranách, které předcházely příloze *Trhy a finance*, to byla víc než pětina. Ze setrvalého stavu, povětšinou na třech stranách, vybočil už zmíněný rok 2009. Navzdory finančním problémům té doby však překvapivě ve srovnání s ostatními tituly směrem vzhůru, v druhé polovině roku dokonce na pět, což v ročním průměru představovalo strany čtyři. Deník pondělní sport dočasně posílil, protože se chtěl, jak už bylo zmíněno výše, profilovat jako všeobecněji zaměřené periodikum.

Nicméně tento krok nevyšel, následoval dílčí pokles, až vedení v roce 2013 zrušilo pravidelnou sportovní rubriku úplně. Zůstala jen pondělní autorská strana, kromě ní se sport vyskytoval příležitostně, když se prolínal s dalšími tématy: například při byznysovém rozhovoru s Jiřím Šimáněm, tehdejším majitelem fotbalové Slavie, především ale spoluvlastníkem společnosti Smart Wings. Dále list uveřejnil třeba dvoustránkový rozhovor s šéfem Českého olympijského výboru Jiřím Kejvalem, ale znovu v rámci jiné rubriky než pravidelného sportu. I v tomto případě vedení redakce podle Martina Jašminského zohlednilo celkové směřování titulu: „*Noviny se ztenčovaly a my jsme stáli před volbou, jestli držet všechny rubriky, nebo posílit to, kvůli čemu si lidé Hospodářské noviny kupují. Kromě sportu se to stalo i kultuře, kterou jsme měli také každý den. Přidali jsme Právo, Reality, Investice, HR, to, co víc patří k byznysu,*“ (Jašminský, 2020).



K rozhodnutí *Lidových novin* a *Hospodářských novin* vedle jejich profilování a konkrétněji vymezené tematické orientace přispěl také fakt, že sportu jako tématu se intenzivně věnují jiná média z jejich vydavatelství, v případě Mafrý zpravodajský portál *iDnes.cz* a deník *Mladá fronta Dnes*, respektive zpravodajský server *Aktuálně.cz* v rámci *Economie*, jak vyplynulo také z uskutečněných rozhovorů (Balšínek, 2021; Jašminský, 2020).

V tomto okamžiku se obsahové inovace částečně prolínají s inovacemi produktu ve smyslu směřování daných titulů a také s inovacemi procesu ve významu výroby sportovního obsahu a možné synergie v rámci vydavatelství. S těmito kroky totiž fakticky postupně zanikla sportovní redakce *Hospodářských novin*. Její roli nejprve v roce 2013 dočasně převzali redaktori *Aktuálně.cz*, o rok později se stal Luděk Mádl hlavním tvůrcem jediné pondělní autorské strany (Mádl, 2020). *Lidové noviny* zase od roku 2012 profitovaly z centrální sportovní redakce<sup>26</sup> společné pro *iDnes.cz* a *Mladou frontu Dnes*, přičemž *Lidové noviny* si měly zachovat pouze editory a vytvořený obsah sdílet (Balšínek, 2021; Čásenský, 2020). Pro úplnost: *Právo* od roku 2012 těsněji spolupracovalo se *Sport.cz* (Malina, 2020).

V kontextu konceptu mediálních inovací aplikovaných v tištěných novinách ve věci obsahu, v tomto případě konkrétně v otázce rozsahu sportovních rubrik, což je hlavní téma této disertační práce, lze předchozí podrobné výsledky shrnout do dvou základních trendů, které budou v závěru předmětem diskuse. V začátku vymezeného období, v době silnější pozice tištěných novin na mediálním trhu, představoval sport ve všech čtyřech zvolených titulech *Hospodářských novinách*, *Lidových novinách*, *Mladé frontě Dnes* i *Právu* pro zaujetí co nejširšího publika důležitý obsah. Sportu se většinou navyšoval prostor a *Hospodářské noviny* ho dokonce považovaly za tematickou oblast, jejímž rozšířením a zkvalitněním chtěly bojovat proti propadu nákladu v době ekonomické krize.

Zato v druhé polovině sledovaného intervalu, charakteristické plošným poklesem počtu sportovních stran, už totéž platí jen napůl. Sport hraje důležitou roli nadále v *Právu*, nejodolnějšímu vůči větším změnám, a také v *Mladé frontě Dnes*, která sice snížila rozsah sportu, ale to v důsledku redukce celého obsahu, jeho význam jako svébytné rubriky v přibližné relaci s ostatními zachovala. Ze stanoveného vzorku jsou to také nejprodávanější tituly, možná lze říct nejvíc všeobecně zaměřené, s nejširším zacílením. Naopak v *Lidových novinách*

---

<sup>26</sup> Fungování centrální sportovní redakce se postupně upravovalo. Sdílení obsahu jako hlavní princip se sice z větší části zachoval, ale od roku 2015 obnovovaly *Lidové noviny* vlastní sportovní redakci a vytvářely i vlastní obsah.

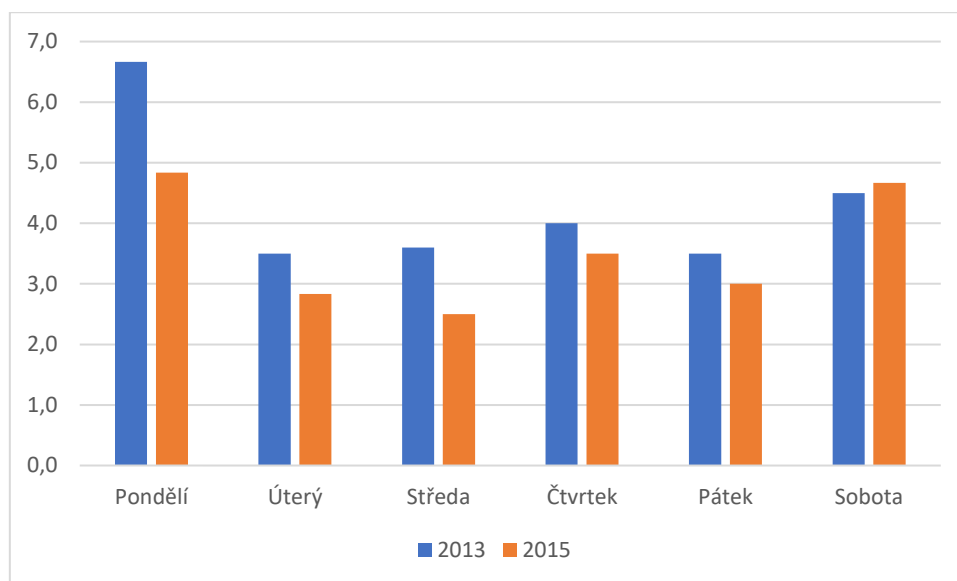
a *Hospodářských novinách* se sport omezoval nepoměrně víc, druhý uvedený deník dokonce až na jednu speciální stranu v pondělí neměl v závěru zkoumaných let už pravidelnou sportovní rubriku vůbec. Obě periodika se od předchozích liší nižším prodaným nákladem i o něco užším zaměřením. Jejich představitelé nezpochybňovali sport jako populární obsah, ale do rozhodnutí promítli jak profilování média, tak pokrytí sportu v sesterských médiích v rámci vydavatelství i jeho vhodnější prezentaci v online prostředí než na tištěném papíru.

### 7.3 Změny v rozsahu mezi jednotlivými dny

Vývoj počtu stran v jednotlivých dnech poukázal kromě výše popsaných stěžejních trendů ještě na jeden, který částečně předznamenává i možnou proměnu obsahu. Zatímco *Právo* zachovalo nejsilnější sportovní rubriku tradičně v pondělí a *Hospodářské noviny* zařadily jedinou pravidelnou sportovní stranu rovněž na pondělí, v případě *Mladé fronty Dnes* a *Lidových novin* se v posledních dvou sledovaných letech, tedy 2013 a 2015, zvyšoval počet stran v sobotním vydání. Není to změna dramatická ani skoková, netýká se ani absolutních čísel. Není totiž možné porovnávat v konkrétních hodnotách sobotní vydání na začátku a na konci vymezeného období s ohledem na zcela zásadní rozdíly ve struktuře a rozsahu celých novin. Co se ale zřetelně mění, je poměr sobotního sportu vůči ostatním dnům. Ze soboty se totiž stal, možná trochu nenápadně, v těchto dvou uvedených titulech druhý vrchol týdne. Právě sobotní vydání se stalo na sport druhým nejbohatším, dokonce i v některých týdnech konkuruje tomu pondělnímu.

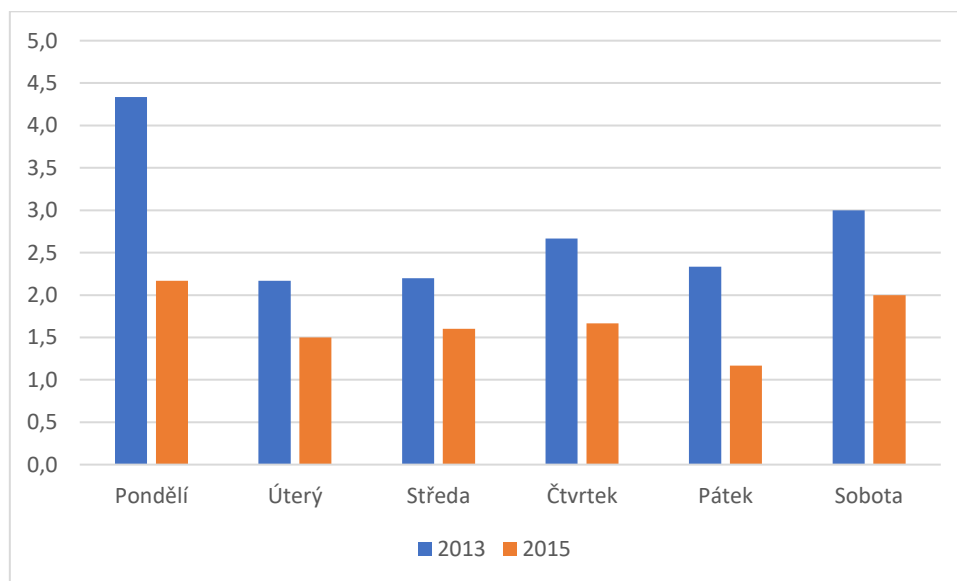
V případě *Mladé fronty Dnes* na vzorku z roku 2015 (Graf č. 5) žádný z dnů od úterý do pátku nepřekročil v průměru tři a půl strany, což je údaj za čtvrtek, ostatní dny se pohybovaly na úrovni tří stran a méně. Na sobotu už připadlo víc než čtyři a půl strany, dokonce je nutné uvést přesné číslo 4,67, aby byl zjevný minimální rozdíl proti pondělí, které je na úrovni 4,83. Bylo by možné namítnout, že tato čísla mohl ovlivnit státní svátek 8. května, který připadl na pátek, a tudíž byla sobota o něco početnější, jak se obvykle po volných dnech stává, nebo že hrálo roli mistrovství světa v hokeji. To ale pomohlo nárůstu ve všech dnech v týdnu a stejný trend je zcela zřetelný už v předchozím roce 2013. Maximem pro dny od úterý do pátku v *Mladé frontě Dnes* byly v průměru čtyři strany, sobota vychází na čtyři a půl, pondělí pak na víc než šest a půl.

**Graf č. 5:** Průměrný počet stran sportu v Mladé frontě Dnes po jednotlivých dnech



Obdobná změna je patrná, byť v menších číslech, také v *Lidových novinách* (Graf č. 6). Sobotní vydání v roce 2013 držela pevnou strukturu tří stran, zatímco ostatní dny s výjimkou pondělí měly nejčastěji dvě, někdy tři, jednou zcela výjimečně čtyři. O dva roky později sobota nabídla vždy dvě strany sportu, další dny v týdnu mimo pondělí dvě nebo neznámá jen jednu.

**Graf č. 6:** Průměrný počet stran sportu v Lidových novinách po jednotlivých dnech



Tento trend fakticky kopíruje strukturu celých novin, které co do počtu stran sílí s blížícím se víkendem. V *Lidových novinách* naprosto zásadně, sobotní vydání totiž přinášela speciální tematické přílohy, například *Orientaci*, *Relax* a *Českou pozici*. Systematické posilování vydání ke konci týdne, kam spadá i páteční magazín *Lidových novin Pátek*, a jejich významnou pozici potvrdil i tehdejší šéfredaktor Balšínek (2021). Také *Mladá fronta Dnes* v roce 2015 měla nejvíc stran právě v sobotu, k tomu dlouhodobě jako suplement *Vikend Dnes*.

Posilování soboty a její vyrovnávání pondělku totiž naznačuje i změnu v nabízeném sportovním obsahu. Historicky býval nejbohatším dnem na sportovní informace právě začátek týdne, protože po víkendu plnil převážně zpravodajskou roli a sumarizoval hojně události z předchozích dvou dnů, což ostatně dokládají také výsledky tohoto výzkumu z období 2001 až 2007. Rozšířený sobotní obsah tak povahou musí být jiný a musí reflektovat skutečnost, že čtenáři mají na noviny o víkendu více času. Změnám v obsahu a odklonu od zpravodajství se věnuje podrobně následující kapitola.

## 8. Vývoj role zpravodajství ve sportovních rubrikách

Kromě úprav rozsahu sportovních rubrik, zjištěných pomocí kvantitativního profilu vzorku, se ve sledovaném období let 2001 až 2015 proměnila také podoba obsahu, který *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo* v této tematické sekci nabízely. Kvalitativní obsahová analýza se zaměřením na využití žurnalistických žánrů v případě informování o domácí první fotbalové lize, hokejovém mistrovství světa a dostihovém závodě Velká pardubická, coby tří velmi významných a médií pravidelně pokrývaných událostí bez ohledu na specifické okolnosti konkrétního ročníku či výsledků, poukázala na postupný odklon od základního zpravodajství reprezentovaného referátem ve prospěch jiných formátů.

Z provedeného zkoumání také vyplynulo, že tento posun, z něhož lze dovodit i pozměněnou či dokonce novou roli tištěných novin, se projevil ve všech čtyřech sledovaných titulech bez ohledu na změny v rozsahu. Není tak přímým důsledkem redukce prostoru věnovaného sportu, ale okolností a přijatých inovací, které si vyžádaly vývoj a nové podmínky. Rozhovory s představiteli zvolených redakcí jednoznačně potvrdily, že změna souvisí s obsahovou konkurencí jiných médií, dostupných především online. Jak už popsala podrobně podkapitola 3.3, nabídka informací z oblasti sportu se násobně rozšířila a zrychlila se i jejich dostupnost, což platí také pro české prostředí.

Vznikly specializované televizní stanice zaměřené výlučně na sport, a především se internet stal ideálním médiem pro sportovní fanoušky. Proti tištěným novinám jako zdroji informací kromě už zavedených, ale nyní celkově početnějších televizních přímých přenosů z rozličných odvětví, úrovní, soutěží i zemí přibývaly nově také internetové streamy, textové online reportáže, aktualizované příspěvky, videa, fotogalerie, chaty se sportovci nebo statusy na sociálních sítích. A přístup k nim usnadnily nové technologie, už nejen prostřednictvím stolních počítačů či přenosných notebooků, ale nově díky mobilním telefonům.

Současně však nelze konstatovat, že by všechna média postupovala naprosto shodně, existují mezi nimi rozdíly, které stejně jako podrobnější vysvětlení změn představuje tato kapitola.

## 8.1 Referát stěžejním a charakteristickým žánrem

Než se sportovní redakce deníků začaly novým podmínkám přizpůsobovat, hrálo zpravodajství ve všech sledovaných odvětvích dominantní roli. Všechny čtyři zvolené tituly věnovaly na počátku zkoumaného období v pondělním vydání první fotbalové lize pravidelně prostor, týden od týdne srovnatelný, v obvyklé struktuře. Ta zahrnovala základní informace ze všech odehraných zápasů víkendového kola, statistiky uvádějící jména střelců gólů, rozhodčích či hráčů potrestaných žlutou nebo červenou kartou, případně další statistický servis, jako jsou počty diváků nebo jiné údaje. Klíčovým novinářským žánrem, typickým pro sportovní rubriky byl v tomto ohledu referát. Jejich rozsah se při srovnání sledovaných titulů lišil v délce a podrobnostech, které uváděl, jak to odpovídalo třeba i rozdílnému rozsahu celých sportovních rubrik. Proto v případě *Hospodářských novin* to bylo někdy jen několik stručných vět, záleželo i na atraktivitě konkrétního zápasu. Například přímý souboj o titul či tradičně bez ohledu na postavení v tabulce derby Slavie se Spartou dostávaly prostoru víc.

Obsahově se však referáty shodovaly. Popisovaly, veskrze chronologicky, děj zápasu buď souhrnně jako celkové hodnocení, nebo podrobněji důležité herní situace, zejména velké šance, a především rozhodující okamžiky utkání. Dále rekapitulovaly statistické údaje, jako jsou úspěšné série bez prohry či inkasovaného gólu, zaznamenávaly změny v sestavách už před zápasem nebo v jeho průběhu. *Mladá fronta Dnes* a *Právo* přinášely v textech reakce obou trenérů, *Lidové noviny* krátké citace uváděly samostatně. Tyto tři tituly také publikovaly sestavy. Jak taková typická shrnutí jednotlivých utkání vypadala, představuje Ukázka č. 1 na příkladu zápasu, který v kontextu ostatních nelze označit jako výjimečný, ale spíše běžný.

Neznamená to, že by takto koncipované zprávy zachycující vývoj utkání byly jediným obsahem k fotbalové lize, zpravidla je doplňovaly ohlasové texty, ale v každém případě měly referáty tehdy v tištěných novinách své nezpochybnitelné místo a dokládají, jakým způsobem deníky o fotbalových zápasech informovaly. Jejich pravidelný výskyt v devadesátých letech dvacátého století a v prvních letech století jedenadvacátého potvrdil přímo z praxe Radek Malina, jenž na přelomu století začínal kariéru sportovního redaktora v *Právu*: „*Když jsem do redakce přišel, vyráběly se kupříkladu z fotbalu referáty, až druhý den se zařazovaly rozhovory, nějaké ohlasy,*“ (Malina, 2020).

## Ukázka č. 1: Pokrytí fotbalového zápasu Hradec Králové – Olomouc v roce 2001

- **Hospodářské noviny**

*Celý první poločas byli Východočeši aktivnější a jednu z několika šancí zužitkovali ve vedoucí gól. Po přestávce sice Hanáci vsadili vše na ofenzívu, ale v koncovce se neprosadili.<sup>27</sup>*

- **Lidové noviny**

*O své zasloužené výhře rozhodli fotbalisté Hradce brankou Vozábala v 35. minutě první půle a přeskočili svého soupeře v tabulce. Vyhráli počtvrté za sebou doma a pokaždé s nulou. Hradec pozorně bránil a vyrážel do rychlých brejků. V 35. minutě Látalovu nepřesnou přihrávku skvěle vystihl Piták, nezištně přihrál do uličky Vozábalovi, který měl před sebou jen Vaniaka a své sólo úspěšně zakončil.*

***Petr Uličný, trenér Hradce:** „Zápasu jsem se velice obával, neboť Sigma má brejkové hráče a hraje dobře venku.“  
**Leoš Kalvoda, trenér Olomouce:** „Hradec v první půli předvedl velice agresivní fotbal. Zatáhl se na vlastní polovinu a my jsme do nich naivně kombinovali.“<sup>28</sup>*

- **Mladá fronta Dnes**

*Ke čtvrté domácí výhře v řadě Hradci pomohly osvědčené zbraně. „Hráči se předháněli v bojovnosti, a zvláště při bránění neudělali větší chybu,“ liboval si trenér Petr Uličný. Olomouc, oslabená o zraněné opory Kobylika, Špiláčka a Kučeru, se v první půli často jen bránila. „Na agresivní hru a rychlé brejky domácích jsme byli připraveni. Selhali jsme při zakončování akci,“ řekl olomoucký kouč Leoš Kalvoda. Do úvodní šance se dostal v 9. minutě hradecký Skácel. Jeho prudkou střelu vyhlavičkoval z branky bek Rozehnal. Rozhodující okamžik rozjásal diváky v 35. minutě. Piták vystihl špatnou přihrávku Látala a po vyhraném souboji s Kotrysem nahrál na gól Vozábalovi. Ve druhé půli vsadila Olomouc na útok. Zvláště po příchodu Hapala se Zdráhalem se Hradečtí museli jen bránit. Rychlé akce hostů ale většinou končily před pokutovým územím nepřesnou přihrávkou či vydařeným zákrokem pozorně hrajících zadáků Hradce. Největší příležitost k vyrovnání měl dvě minuty před koncem Siegl, kdy se jeho dalekonosná střela otřela o břevno.<sup>29</sup>*

- **Právo**

*V utkání, ve kterém obě mužstva divákům mnoho fotbalové krásy nenabídla, přehrál houževnatější Hradec brankou Vozábala Olomouc. Hradec zároveň prodloužil svoji domácí neporazitelnost na čtyři zápasy, navíc již 368 minut doma neinkasoval branku. „Hrajeme poctivý zhuštěný fotbal na dvě až tři šance, dnes nám jedna vyšla. Olomouc měla ve druhé půli optickou převahu, ale do šance jsme ji nepustili,“ uvedl trenér Hradce Petr Uličný. Domáci byli od úvodu aktivnější a důraznější. V 8. min. mohl jít Hradec do vedení, když po centru Pitáka a střele Vozábala dorážel Skácel, ale na brankové čáře zastoupil překonaného Vaniaka Rozehnal. Olomouc zahrozila Kováčem, jenž v dobré pozici přestřelil. Na druhé straně vyzkoušel dvakrát neúspěšně pozornost Vaniaka Zoubek. Hostující gólman kapituloval až ve 35. min., kdy zaváhání Látala s Kotrysem využil Piták, přihrál Vozábalovi, který s přehledem skóroval. Ve druhém poločase se pohledný fotbal vytratil. Hanáci ve snaze vyrovnat posílili ofenzívu příchodem Hapala a později i Zdráhala, převzali iniciativu, ale přes zhuštěnou obranu Hradce se neprosadili a brankáře Podhajského prakticky nenechali vyniknout. Podhajského vystrašila snad jen dělovka Siegla, jenž v 88. min. z pětadvaceti metrů těsně přestřelil. „Hradec v prvním poločase předvedl agresivní fotbal s nebezpečnými brejky, z optické převahy ve druhé půli jsme nevyužili žádné šance,“ řekl hostující trenér Leoš Kalvoda.<sup>30</sup>*

<sup>27</sup> (pša). Hradec – Olomouc 1:0. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 15.10.2001, roč. 45, č. 200, s. 15.

<sup>28</sup> (př). Hradec Králové – Sigma Olomouc 1:0. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 15.10.2001, roč. 14., č. 240, s. 18.

<sup>29</sup> (vk). Hradec – Olomouc 1:0. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 15.10.2001, roč. 12, č. 240, s. 3.

<sup>30</sup> (rm). Hradec Králové – Sigma Olomouc 1:0. *Právo*. Praha: Borgis, 15.10.2001, roč. 11, č. 240, s. 18.

Podobným způsobem se referovalo i o hokeji, na začátku sledovaného období byl při pokrývání mistrovství světa popis českých zápasů, a někdy nejen jich, taktéž stěžejní. Při šampionátu 2001 odehrál český tým během úvodního víkendu dva zápasy, už v sobotu odpoledne nastoupil proti Bělorusku, o den později večer se v základní skupině střetl s Německem. Všechny čtyři deníky následně zařadily do pondělního vydání referáty z obou utkání, ačkoli od prvního z nich do doby distribuce ke čtenáři uplynuly už téměř dva dny.

Navíc všechny zkoumané tituly obě části zřetelně oddělily, minimálně mezititulky s výsledkem, případně graficky na stránce do samostatných bloků, nebo je dokonce umístily samostatně na zcela jiné stránky, tedy kladly na ně zjevný důraz. *Právo* například pondělní rubriku *Sport extra* otvíralo titulkem „*Hokejisté začali přesvědčivou výhrou*“<sup>31</sup> a na něj navazujícím příspěvkem o úvodním střetnutí s Běloruskem, tedy tím starším a s ohledem na soupeře i výsledky méně důležitým utkáním. Čeští reprezentanti v úvodním zápase turnaje porazili Bělorusko 5:1, s pořadajícím Německem následně remizovali 2:2. Němci skončili v tabulce základní skupiny za českým týmem na druhé pozici, Bělorusové byli poslední. Druhý referát<sup>32</sup> v *Právu* dominoval jako hlavní text poslední straně sportu i celých novin, takže čtenáři, kteří listovali odzadu, se naopak dostali k němu jako k prvnímu.

Právě přítomnost podrobných informací ze sobotního utkání i samostatné texty o dílčích potížích reprezentace s přesunem mezi pořadatelskými městy před druhým duelem v případě *Práva a Lidových novin* potvrzují původní zpravodajskou pozici novin. Perspektivou vývoje sportovní žurnalistiky a podle zpracování jiných událostí to lze z dnešního pohledu považovat za typicky webový obsah určený k okamžitému zveřejnění online. Za aktuální zpravodajství lze z pondělní nabídky k hokejovému šampionátu ze sledovaných periodik také označit informace o možném zájmu o české hokejisty ze strany klubů zámořské NHL.

Rovněž při pokrývání mistrovství světa v hokeji 2003, kdy o zahajovacím víkendu odehrálo české reprezentační mužstvo pouze jeden zápas v sobotu odpoledne, zůstal zpravodajský text o sobotním programu vedle dalšího hokejového obsahu pevnou součástí pondělního vydání, jak je patrné z Ukázky č. 2. Informace o českému duelu si navzdory opětovnému odstupu dvou dnů udržely podobu referátu s jeho obvyklými rysy, zejména postupným výčtem klíčových momentů.

---

<sup>31</sup> KÉZR, Martin. Hokejisté začali přesvědčivou výhrou. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 15.

<sup>32</sup> KÉZR, Martin. Národní tým v pekle vyválčil remízu. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 20.



## Ukázka č. 2: Vybrané pasáže z textů k zápasu českých hokejistů na MS 2003

- **Hospodářské noviny**

„Začátek utkání ale tak hladkou záležitostí nebyl – Slovinci při vyloučení Hudlera zle zatápěli před Málkovou brankou a gólman Slavie měl práce víc, než předpokládal. „Počítal jsem tak se dvěma třemi střelami za třetinu. Zachytl jsem si víc, než jsem čekal,“ přiznal Málek. Během sedmi minut pak čeští hokejisté nastříleli tři góly a vlastně určili ráz utkání. Slovinci sice hned v úvodu druhé části snížili, ale odpovědi byly další dva góly v síti Glaviče, který ještě řadu gólových šancí českých hráčů skvěle vychytil.“<sup>33</sup>

- **Lidové noviny**

„Čtyřnásobný mistr světa (David Výborný) před brankářem Glavičem několikrát zamíchal pukem, a pak ho bekhendem poslal do šibenice. Do druhé třetiny ale český tým nastoupil nekoncentrovaně a po 57 sekundách inkasoval. Slovinci najednou ožili a byli blízko ke vstřelení kontaktní branky. Ve 31. minutě ale debutant Roman Málek předvedl zákrok zápasu. Janovu střelu vykopl betonem.“<sup>34</sup>

- **Mladá fronta Dnes**

„Po vlažném začátku českého souboru se v průběhu sedmi minut skóre posunulo na 3:0. Šikovný Vrbata vyjel od zadního mantinelu a poslal puk pod břevno. Mohl přidat ještě tři další trefy, sršel aktivitou, sedmkrát vypálil na branku. Slovinci působili snaživě, leč mnohdy naivně. Při bránění si nedrželi své posty, stahovali se za pukem či ke své brance. Tři z nich se nechali mezi kruhy zaměstnat Dudou, načež Sup klidně mířil nad vyrážecíku gólmana Glaviče. Ten většinou při prvním náznaku střely padal na kolena, takže pak stačilo kotouč zvednout. Takhle ho překonal Výborný. V první části se poměr střel vyšvihl na 21:7.“<sup>35</sup>

- **Právo**

„Přes Hudlerovo brzké vyloučení se vše důležité hned od začátku odehrávalo před Glavičovou brankou a čekání na gól trvalo jen do 7. minuty, kdy Vrbata po objetí klece zamířil přesně pod horní tyčku. Poměr střel 21:7 v první třetině jasně dokumentuje převahu českého mužstva, které vedlo o tři góly dřív, než uplynula úvodní čtvrt hodina. Debut na MS ozdobil přesnou trefou slávista Sup, chvíli po něm zaznamenal svou jubilejní 30. branku v českém dresu Výborný.“<sup>36</sup>

<sup>33</sup> ŽATKULJAK, Alois. První vítězství: splněná povinnost, nic navíc. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 28.4.2003, roč. 47, č. 83, s. 14.

<sup>34</sup> TOMEK, Lukáš. Po skvělém začátku hokejisté polevíli. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 28.4.2003, roč. 16., č. 99, s. 29.

<sup>35</sup> KNAP, Karel. Mužstvo si poradilo i bez kapitána. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 28.4.2003, roč. 14, č. 99, s. 2.

<sup>36</sup> KÉZR, Martin. Premiéru zvládl národní tým bez obtíží. *Právo*. Praha: Borgis, 28.4.2003, roč. 13, č. 99, s. 20.

Také v případě Velké pardubické hlavní příspěvky, většinou umístěné na první straně sportu, nejprve referovaly o vývoji a výsledku závodu, deníky následně až uvnitř sportovních sekcí nabídly ohlasy nebo podrobnější výsledky. Ze zpravodajských textů lze citovat věcný úvod vztahující se k vítězi a závěru závodu, reakce hlavních aktérů, současně je možné uvést jako příklad pasáže, které zmiňují bilanci zahraničních koní a rekapituluji vývoj, někdy i chronologicky s důrazem na pořadí po těžkých překážkách, jak dokládá Ukázka č. 3.

### **Ukázka č. 3: Vybrané pasáže z referátů k Velké pardubické v roce 2001**

- **Hospodářské noviny**

*„Poté dostih výrazně zpomalil a až v ostudném tempu vodil Chalco, blízko čela byl Belovodsk, zatímco Peruán, jehož kurs před startem klesl z 5:1 na 2,5:1, cválal tradičně na posledním místě. Dostih se zrychlil až po hadím příkopu a zvýšení tempa bylo i signálem pro jezdce Matysíka, aby svého Peruána posunul blíž k čelu. Pomalu přicházel i čas Belovodska, který se po Havlově skoku ujal vedení a plný sil zavedl pole na travnatý okruh. Krátce poté, na třetí překážce před koncem, však žokej Havlíček neuseděl skok a jeho 13. velká pardubická se mu stala tou nejmůlatější.“<sup>37</sup>*

- **Lidové noviny**

*Dostih překvapivě nedokončil ani jeden z šesti zahraničních koní, z nichž zejména ‚Francouzi‘ Anatole a Djeddah patřili k favoritům. Pro prvně jmenovaného znamenal pád na předposlední překážce dokonce smrt. Žokej Kousek neskrýval slzy a nenechával slov... ‚Je to stupidní. Domácí koně po Taxisu zvolnili a Djeddah šel dopředu, namísto aby také on vyčkával. Samozřejmě pak skončil na Zahrádkách, přesně tak si to Češi představovali,‘ horlil trenér Françoise Douman. ‚Nemohl jsem Djeddaha udržet, řítil se kupředu,‘ hledal vysvětlení trenérův syn Thierry.“<sup>38</sup>*

- **Mladá fronta Dnes**

*„Čekalo se na výsledek projednání protestu podaného majitelem Peruána pro podezření, že vítězný Chalco s německým žokejem Peterem Gehmem bránil soupeři v přímé cestě k cíli. Vyhrál však regulérně. (...) Třináctiletý Peruán u poslední překážky 6900 metrů dlouhé Velké pardubické se Zdeňkem Matysíkem vedl stejně jako v předchozích třech ročnících. Gehm však zmobilizoval k finiši o čtyři roky mladšího hnědáka Chalca. K cílovému mezníku chybělo pár metrů, když se Chalco dostal před Peruána.“<sup>39</sup>*

- **Právo**

*„Nepotvrdily se odhady o rychlém průběhu, čas vítěze 10:04,52 min. je třetí nejpomalejší za posledních sedm let. (...) Jednadvacetičlenné startovní pole zvládlo poměrně s přehledem nejobtížnější překážku kursu Taxis, kde ztratil jezdce pouze Barrow. Na Francouzském skoku, sedmé překážce z celkových jedenatřiceti, padla loni třetí Czanka. Ambice cizinců vzaly zaslavé na Zahrádkách. Tento netypický dvojskok se bez předchozího tréninku jen těžko zvládá, konečnou vystavil trojici Supreme Charm, Frileux Royal, Djeddah.“<sup>40</sup>*

<sup>37</sup> (miv). Peruán po boji podlehl Chalcovi. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 15.10.2001, roč. 45, č. 200, s. 16.

<sup>38</sup> JAKOUBEK, Jiří. Chalco sesadil Peruána z trůnu. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 15.10.2001, roč. 14., č. 240, s. 17.

<sup>39</sup> (bda, ČTK). Peruán měl čtvrté vítězství na dosah. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 15.10.2001, roč. 12, č. 240, s. 1.

<sup>40</sup> KÉZR, Martin. Chalco po dramatu vyhrál Velkou pardubickou. *Právo*. Praha: Borgis, 15. 10. 2001, roč. 11, č. 240, s. 10.

Díličí změny v prezentaci sportovních informací jsou patrné průběžně, například při pokrývání fotbalové ligy. Jako první dosavadní schéma, v němž se informuje alespoň stručným příspěvkem o průběhu všech odehraných zápasů, opustily *Hospodářské noviny*. V roce 2003 udržely minimální výsledkový servis se střelci gólů či rozhodčími, ale drobné referáty nahradily jedním či dvěma texty. Nejprve sice jeden z nich zpravidla shrnoval hlavní dění ze všech duelů, čímž souhrnné zpravodajství suploval, později, především od roku 2005, se příspěvek či dva věnovaly obvykle jen některým událostem, například vybranému zápasu nebo tématu. *Právo* ve stylu referování z ligových fotbalových zápasů zůstávalo v první polovině zkoumaného období konzistentní.

*Mladá fronta Dnes* sice v roce 2005 základní zpravodajské pokrytí všech ligových zápasů ještě zachovala, ale zkrátila ho do takzvaného klíčového momentu, jak představuje Ukázka č. 4. Stručný text vylíčil stěžejní situace utkání, někdy i s reakcemi aktérů. Z lichých let výzkumu tuto změnu vykázal i rok 2007. Takto strukturovaný servis byl v těchto letech pravidlem a doplňoval hlavní texty, které se zaměřovaly na vybrané události ligového kola.

**Ukázka č. 4:** Klíčové momenty fotbalové ligy v Mladé frontě Dnes v letech 2005 a 2007

*„Klíčový moment: Dva necitlivé zásahy do základní sestavy, které vymyslel spartánský trenér Hřebík. Chybující obránce Loučka s kolegou Kadlecem zavinili první gól, nejistý brankář Grigar zase druhý. Pokaženým odkopem daroval míč přímo Doležalovi s Rilkem. Trapas ve 31. minutě a bylo to 2:1 pro nažhavené Teplice! Sparta se přitom po úvodní bídě probudila, Poláček vyrovnal, Petrouš mohl skórovat z otočky, jenže pak přišel Grigarův kiks. Co byly Spartě platné šance a střely po přestávce, když už nevyrovnala.“<sup>41</sup>*

*„Klíčový moment: Neproměnná šance slávisty Gaúcha z úvodu. V 10. minutě se krásně zprava prokličkoval Kalivoda a předložil brazilskému útočníkovi ideální přihrávku před prázdnou branku – jenže Gaúchovi nevyšel krok a trefil jen boční síť. Pak nastalo dobývání kladenské branky a velké slávistické trápení. Gaúcho v další šanci hlavou nastřelil břevno, Aračičův pokus zblízka fantasticky vyrazil Pavlík, stejně tak dělovku Šventa z deseti metrů. Kladno bránilo, ale přesto mohlo zvítězit: Radzinevičiusův pokus hlavou prosvištěl těsně vedle pravé tyče.“<sup>42</sup>*

*„Klíčový moment: Čtvrt hodiny před koncem vystřídal liberecký kouč Zach útočníka Dorta, aby tak posílil defenzivu domácího týmu. Hned vzápětí hosté oblehli libereckou branku a skrumáž v pokutovém území propálil křížnou ranou Kúdela, který vyrovnal na 1:1. Aktivní hra, kterou Liberec předváděl v prvním poločase, byla rázem zapomenuta. ‚Postavili jsme Kladno na nohy svými vlastními chybami a to se nám vymstilo,‘ litoval střelec liberecké branky Ivan Hodúr.“<sup>43</sup>*

<sup>41</sup> (jap). FK Teplice – Sparta Praha 2:1. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 3.10.2005, roč. 16, č. 231, s. 3.

<sup>42</sup> (tru). Slavia Praha – SK Kladno 0:0. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2007, roč. 18, č. 101, s. 4.

<sup>43</sup> (hav). Slovan Liberec – Kladno 1:1. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 8.10.2007, roč. 18, č. 234, s. 4.

*Lidové noviny* také postupně upravovaly prostor pro jednotlivé ligové duely. Zatímco *Mladá fronta Dnes* mimo hlavní příspěvky věnovala shodné slovní minimum všem střetnutím, a tedy i všem klubům bez výjimky, *Lidové noviny* začaly popisovat zápasy slovně v různém rozsahu. Ještě na jaře 2007 se připravoval text, byť rozdílné délky, ke všem zápasům, na jaře 2009 už výkon týmů v některých utkáních naznačilo jen grafické hodnocení formou udělených hvězd, které se ve výzkumu *Lidových novin* objevovalo od roku 2003. Klasifikaci výkonu vedle jeho popisu užívala také *Mladá fronta Dnes*, v průběhu roku 2001 jednu známku na školní stupnici pro celý tým rozšířila na všechny hráče a zachovala po celé zkoumané období. *Lidové noviny* hodnocení zrušily na podzim 2009. Právě rok 2009 přinesl z lichých let patrně největší změny.

### 8.1.1 Zkracování a omezování referátů až po jejich vyřazení

Od roku 2009 se trend odklonu od základního zpravodajství postupně projevoval ve všech čtyřech sledovaných titulech i stanovených odvětvích. Z referátu, tedy popisného zachycení průběhů sportovních klání, se z perspektivy novin stával téměř zbytný formát, který deníky začaly opouštět. Vhodně to vystihuje příklad Velké pardubické. Ještě v roce 2007 se všechny čtyři deníky shodně zaměřovaly více na průběh dostihového závodu. S tím korespondují věcnější a formálnější, informativní, ryze zpravodajské titulky. O dva roky později se ústředním motivem stal Josef Váňa. Už emotivnější titulky (srovnání v Tabulce č. 4) akcentují unikátní výkon, kdy jako žokej vyhrál po dvanácti letech a po šesté celkem, navíc ve věku 56 let.

**Tabulka č. 4:** Titulky k Velké pardubické v letech 2007 a 2009

	Velká pardubická 2007 (15. 10. 2007)	Velká pardubická 2009 (12. 10. 2009)
<b>Hospodářské noviny</b>	<i>Dostih roku vyhrála bílá klisna Sixteen<sup>44</sup></i>	<i>Senzační Váňa. Velká je zas jeho<sup>45</sup></i>
<b>Lidové noviny</b>	<i>Velká patřila bílé klisně Sixteen<sup>46</sup></i>	<i>Senzace! Šestý Váňův triumf<sup>47</sup></i>
<b>Mladá fronta Dnes</b>	<i>Registana má vítěznou nástupkyni<sup>48</sup></i>	<i>Veterán Váňa porazil soupeře i věk<sup>49</sup></i>
<b>Právo</b>	<i>Triumfovala bělka Sixteen. A také Váňa<sup>50</sup></i>	<i>Váňa letěl s Tiumenem pro svůj šestý triumf<sup>51</sup></i>

<sup>44</sup> ČÁP, Martin. Dostih roku vyhrála bílá klisna Sixteen. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 15.10.2007, roč. 51, č. 199 s. 14.

<sup>45</sup> ČÁP, Martin. Senzační Váňa. Velká je zas jeho. *Hospodářské noviny*. 12.10.2009, roč. 53, č. 197, s. 16.

<sup>46</sup> JAKOUBEK, Jiří. Velká patřila bílé klisně Sixteen. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 15.10.2007, roč. 20, č. 240, s. 21.

<sup>47</sup> JAKOUBEK, Jiří. Senzace! Šestý Váňův triumf. *Lidové noviny*. Praha: Mafra., 12.10.2009, roč. 22, č. 238, s. 26.

<sup>48</sup> MACEK, Tomáš. Registana má vítěznou nástupkyni. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 15.10.2007, roč. 18, č. 240, s. 1.

<sup>49</sup> MACEK, Tomáš. Veterán Váňa porazil soupeře i věk. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra. 12.10.2009, roč. 20, č. 238, s. 1.

<sup>50</sup> HLOUŠEK, Petr. Triumfovala bělka Sixteen. A také Váňa. *Právo*. Praha: Borgis, 15.10.2007, roč. 17, č. 240, s. 19.

<sup>51</sup> PROCHÁZKA, Václav. Váňa letěl s Tiumenem pro svůj šestý triumf. *Právo*. Praha: Borgis, 12.10.2009, roč. 19, č. 238, s. 17.

Nově nad popisem dostihového závodu v jeho jednotlivých etapách a na různých překážkách převažují emoce, reportážní prvky z cíle i z dekorování vítěze, a především silný osobní příběh, jak naznačuje Ukázka č. 5.

#### **Ukázka č. 5: Otevření textů k Velké pardubické v roce 2009**

- **Hospodářské noviny**

*„Pěťadvacet tisíc lidí včera aplaudovalo vestoje, když žokej Josef Váňa projel cílem Velké pardubické pošesté jako vítěz. S osmiletým valachem Tiumenem ze stáje Kõi Dent nedal v závěru šanci obhájkyni vítězství Sixteen, třetí doběhl Numero Due. (...) Byl to nesporně jeden z magických momentů novodobé sportovní historie, když se Váňa vracel po doběhu k cíli a zaplněné tribuny skandovaly jeho jméno. Aktivní legenda a nejnámější pojem dostihového sportu se připomněl v roli, ve které ho většina národa znala před dvaceti lety a ve spojení s Železníkem.“<sup>52</sup>*

- **Lidové noviny**

*„Ještě před rokem byl odhodlaný uzavřít kariéru, teprve v létě se rozhodl, že to zkusí znovu. A ve 119. ročníku Velké pardubické České pojišťovny nestárnoucí a nezníčitelný žokej Josef Váňa triumfoval! (...) ,Věřil jsem, že to můžeme dokázat, a moje víra se vyplatila,‘ zářil po dostihu Váňa, který 20. října oslaví 57. narozeniny, a přesto pokračuje v lámání pardubických rekordů. Včera totiž vylepšil svůj rekordní počet vítězství z pěti na šest, počet účastí ve Velké zvýšil na 23 a coby trenér připravil nevídaných sedm pardubických vítězů.“<sup>53</sup>*

- **Mladá fronta Dnes**

*„Mladý, osmiletý kůň, který nikdy Velkou pardubickou neběžel. A nejstarší žokej, který ji v 56 letech absolvoval už potřicetkrát. To byla vítězná kombinace 119. ročníku slavného dostihu. Josef Váňa s Tiumenem ve strhujícím finiši odolali i finiši dvojnásobné šampionky Sixteen. ,Není dobré házet starého Váňu do žita,‘ vzkázal všem. Svým historicky 6. triumfem vylepšil vlastní rekord dostihu. Vítězit tu dokázal v rozmezí 21 let! ,Pepa, Pepa,‘ skandovali diváci, když mu prezident Klaus předával cenu. ,Už jsem jen čekal, až začnou volat: Váňa na Hrad,‘ vtipkoval Miroslav Petrář, šéf místního dostihového spolku. Pak vážně dodal: ,Tohle je nejlepší sportovec této země.‘ A Josef Bartoš, žokej poražený Sixteen, si ulevil: ,Človče, to je strašný, on nám to zase nandal.“<sup>54</sup>*

- **Právo**

*„Tribuny bouřily. Josef Váňa, legenda Velké pardubické, napsal další skvělou kapitolu dostihu. Jako nepolapitelný poryv silného větru, který pod zamračenou oblohou zadul s koncem dostihu, se hnal k dalšímu triumfu. Šestému v roli žokeje v sedle osmiletého hnědáka Tiumena. Posedmé vyhrál jako trenér. A ve 119. ročníku padaly další rekordy. Váňu, tolik obdivovaného matadora mezi žokeji, nikdo neohrožoval. Ani absolutní favoritka, bělka Sixteen, taktéž jeho svěřenkyně, kterou měl k hatricku ve Velké dovést Josef Bartoš. Pod dvě se dokonce dostal její kurz v sázkové kanceláři. ,Je fantastické porazit takového koně. I další,‘ jásal Váňa, který letos startoval jednou jedinkrát: v Albertovci s Welldancerem. Skončil poslední, sedmý. A pak až při triumfu, po Železníkovi a Vronském na svém dalším vítězném koni.“<sup>55</sup>*

<sup>52</sup> ČÁP, Martin. Senzační Váňa. Velká je zas jeho. *Hospodářské noviny*. 12.10.2009, roč. 53, č. 199, s. 16.

<sup>53</sup> JAKOUBEK, Jiří. Senzace! Šestý Váňův triumf. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 12.10.2009, roč. 22, č. 238, s. 26.

<sup>54</sup> MACEK, Tomáš. Veterán Váňa porazil soupeře i věk. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra. 12.10.2009, roč. 20, č. 238, s. 1.

<sup>55</sup> PROCHÁZKA, Václav. Váňa letěl s Tiumenem pro svůj šestý triumf. *Právo*. Praha: Borgis, 12.10.2009, roč. 19, č. 238, s. 17.

Také tyto příspěvky<sup>56</sup> sice obsahují informace o dalších účastnících dostihového závodu a jejich výsledcích, prezentují je však spíše okrajově nebo ve stavbě textu později a například jen souhrnnou formou, v níž jmenovitě zmiňují pouze některé. Momenty, které přibližují vývoj dostihu, jsou patrné rovněž, ale nikoli tak dominantně jako při chronologickém souhrnu. Zastoupení těchto prvků se také částečně mění v závislosti na rozsahu příspěvků.

Rok 2009 je ze sledovaných let také první, kdy se v denících *Mladá fronta Dnes*, *Lidové noviny* a *Hospodářské noviny* neobjevil po úvodním víkendů mistrovství světa v hokeji standardní referát (v *Právu* se tak stalo v lichých sledovaných letech v roce 2011). Hlavní publikované texty hodnotí sobotní zápas s určitým odstupem, vyzdvihují silné momenty, ale i upozorňují na problémy, převládají v nich jiné informace než obvyklé shrnutí momentů ze zápasu. *Právo* v roce 2011 přináší pod zpravodajským titulkem především ohlasy. Bylo by možné namítnout, že dva výše uvedené příklady a datování určitého zlomu do období kolem roku 2009 ovlivnila shoda okolností. Triumf legendárního žokeje Josefa Váni je jistě výjimečný a jeho zpracování mohlo být rovněž. Obdobně mohl výskyt referátů z hokejových duelů po prvním víkendů světového šampionátu poznamenat i program turnaje. V letech 2005 a 2007 hrál český tým místo soboty vždy v neděli, což se mohlo projevit na novinové produkci, a srovnání těchto let není zcela vypovídající<sup>57</sup>. Nebo se v následujících letech vyskytly výjimky<sup>58</sup>.

---

<sup>56</sup> V tomto případě vzhledem k naznačeným rozmanitým prvkům může být jednoznačné žánrové vymezení problematické. Jako nejvhodnější by se jevil označení „*sports feature*“, tedy sportovní feature, jak ho charakterizovali v anglofonním pojetí v rámci sportovní žurnalistiky Andrews (2017) a Toney (2013). Velmi široce pod něj zahrnuli všechny příspěvky, které nejsou zprávou, jež se nadržuje přesných zpravodajských pravidel a neodpovídá hned na základní otázky, naopak nabízejí živější, barvitější, více komentativní zpracování, často také delšího rozsahu (Toney, 2013: 69). Význam tohoto označení se však v českém prostředí částečně liší, podrobně se mu na základě zahraničních zkušeností i tuzemské praxe věnovali například Čuřík (2012: 49-50) a Burgr (2012: 65-73). Ke stírání rozdílu mezi žánry se vrací ještě další kapitola 8.3, která prolínání žánrů vnímá jako jeden z charakteristických rysů vývoje sportovní žurnalistiky.

<sup>57</sup> Výzkum se v případě hokejového mistrovství zabýval úvodním víkendem, kde až na výjimky v letech 2005 a 2007 hrál český tým svůj zápas v sobotu, což poskytlo srovnatelné podmínky. V jiných dnech mohl výskyt referátů ovlivnit systém turnaje (nejprve se hrály tři zápasy v jedné skupině, z níž se postupovalo do další, později už jen v jedné početnější, což měnilo význam zápasů) i večerní začátek některých utkání, který poskytl reportérům méně času na zpracování. V roce 2009 tak sice začíná být obecně odklon od zpravodajství výraznější, ale například v hokeji konec zpravodajských textů ještě neznamenal.

<sup>58</sup> Klasický referát otiskla například *Mladá fronta Dnes* v roce 2011 při dalším, už osmém triumfu Josefa Váni, což může vzhledem k ještě silnějšímu příběhu působit paradoxně. Je však zapotřebí uvést, že popis závodu (GROSSMANN, Pavel. Sixteen marně útočila na Váňu. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 10.10.2011, roč. 22, č. 237, s. 4.) nebyl dominantním příspěvkem, ale patřil do bohaté nabídky obsahu, který se věnoval především legendárnímu žokeji a jeho příběhu, začínal na titulní straně nejen fotografií, ale i textem, pokračoval přes stranu tři věnovanou obvykle všeobecným tématům po tři strany ve sportovní rubrice. Tu otvíral velký rozhovor.

Popsaný trend však vykazuje také fotbal, možná ještě jednoznačněji. V *Lidových novinách* a *Mladé frontě Dnes* v roce 2009 po předchozích dílčích úpravách zanikly referáty jako pravidelný obsah k jednotlivým zápasům úplně. Také *Hospodářské noviny* kladly důraz na jiné než zápasové materiály, což v jejich případě ještě umocnila nová grafická podoba celých novin. Dotazování novináři z vybraných periodik (Adam, 2020; Mádl, 2020; Malina, 2020; Palička, 2020) shodně vylíčili změny jako nezbytnou reakci, kterou si vynutila stále silnější konkurence, zejména nástup internetu se všemi možnostmi a výhodami, které dává při prezentaci sportovních informací, jak už je zmínila podkapitola 3.2, například včetně snadné dostupnosti a rychlosti. „*Pro uživatele médií se proti minulému století dramaticky zvýšila nabídka kvanta informací, navíc bleskurychlých a permanentně dostupných, třeba i díky aplikacím ve smartphonech,*“ uvedl Luděk Mádl, tehdejší redaktor *Hospodářských novin* (Mádl, 2020).

Jan Palička z *Mladé fronty Dnes* nastalou situaci označil dokonce pro tištěné noviny za „*téměř vražednou*“. Silný přírůstek koresponduje s vyhrocenou diskusí o budoucnosti novin, zmíněnou v úvodu teoretické části a podkapitole 1.1. V tomto případě znovu zdůraznil, že online prostředí v řadě ohledů nabízí pro sportovního fanouška více výhod než tištěné noviny: „*Díky internetu má čtenář informaci okamžitě. Dost často také s přidanou hodnotou (...). Jak chcete druhý den konkurovat článkům, které už jsou v éteru třeba dvacet hodin? Vždyt' nebudete zajímaví. Proč by si lidé měli ráno koupit noviny ve stánku, když už všechno vědí? A když nevědí, můžou si to za chvíli přečíst v mobilu,*“ (Palička, 2020). Podle Dalibora Balšínska, bývalého šéfredaktora *Lidových novin*, to navíc platí jak pro sport, tak obecně pro tištěné noviny. A použil obdobně expresivní srovnání: „*Noviny trpí ve všech ohledech a přestaly být konkurenceschopné se zpravodajskými servery, což je typické právě pro sport. (...) Lidé jsou přesyceni informacemi. Základní zpráva nemá hodnotu, čtenáři si nebudou kupovat informace, je zajímavá kontext, souvislosti, komentáře, rozhovory, analýzy. Tištěný deník je dead, mrtvý,*“ (Balšínek, 2021).

V roce 2009, v němž se změny ve sportovních rubrikách vybraných novin začaly projevovaly takto významně, dosáhl podíl uživatelů internetu v rámci české populace poloviny (ČSÚ, 2021). Oba rozhovory také explicitně zmínily využívání mobilních telefonů, smartphonů. Ačkoli je možné chápat obě citované odpovědi jako obecnější a vztahující se k dlouhodobému trendu, významné změny v užívání mobilních telefonů v české populaci se skutečně datují znovu do roku 2009. Přes něj se v uvedeném roce připojovalo k internetu už jeden a půl milionu lidí, což byl proti předchozímu roku téměř dvojnásobný nárůst (ČTK, 2009), v roce 2011 to byly už dokonce miliony tři (ČTK, 2011).

Právě chytré telefony a další obdobná mobilní zařízení představují v tento konkrétní okamžik určitý zlom ve způsobu konzumace sportovního obsahu, protože například podrobné textové online reportáže nebo alespoň statistický vývoj skóre sportovních událostí byly součástí zpravodajských webů už dřív, ale mobilní zařízení přístup k nim ještě zjednodušila, například během víkendů, kdy se konají významné akce, což zaznamenal také Petr Adam, v té době redaktor Lidových novin: „*Rokem 2008 podle mého odhadu skončilo také období, kdy už existovaly online reportáže, ale ještě nebyly tolik rozšířené chytré telefony a nevysílalo se tolik sportu v televizi. Obecně nastal tlak vytvářet v novinách analytičtější témata, nezachycovat jen dění po zápasech. (...) Ve zpravodajství o výsledcích definitivně převzal iniciativu online svět nad novinami,*“ (Adam, 2020). A z referátu se ve sledovaných denících stával zbytný žánr, od kterého se postupně odkláněly, nebo už ho opustily úplně.

## **8.2 Nové trendy ve způsobu zpracování sportovních událostí**

Jak v předchozí části ukázala kvalitativní obsahové analýza sportovních rubrik čtyř vybraných titulů *Hospodářských novin*, *Lidových novin*, *Mladé fronty Dnes* a *Práva*, dotčené redakce přestávaly přibližně od roku 2009 systematicky zařazovat ke sledovaným událostem standardní referát zaznamenávající – nejčastěji chronologicky – důležité momenty. A shoda, že ztratil svůj původně nezpochybnitelný význam, panovala také ve všech realizovaných rozhovorech: s respondenty na úrovni manažerské (Balšínek, 2021; Čásenský, 2020; Dušánek, 2020; Jašminský, 2020) i na redaktorské (Adam, 2020; Mádl, 2020; Malina, 2020; Palička, 2020) zejména s odkazem na online média a jejich výhodu zřetelně rychlejší možnosti distribuce nových informací k publiku. Proto ve sportovních redakcích hledali, čím popisy událostí nahradit a jakou novou tvář těmto rubrikám dát.

Jednu z cest, jak je možné postupovat, naznačil už předchozí příklad s Velkou pardubickou (srovnání v Tabulce č. 4 a Ukázka č. 5 v předchozí podkapitole 8.1.1), kdy původní zpravodajský text s detaily závodu plně zastoupil příběh vítěze. A posun ve způsobu pokrytí a zpracování slavného dostihového závodu dokládá ještě výstižněji poslední rok zkoumaného období 2015, ze kterého pochází Ukázka č. 6.



## Ukázka č. 6: Otevření hlavního textu k Velké pardubické v roce 2015

- **Mladá fronta Dnes/Lidové noviny**

„Nikas! Kdo by to čekal...<sup>59</sup>

**Žádný z šesti největších favoritů Velkou pardubickou nevyhrál. Desetiletý Nikas s žokejem Markem Stromským je novým šampionem.**

*Tu chvíli už vůbec nemusel zažít. Už vůbec nemusel být v sedle. Předloni zvažoval, že skončí. Loni opět. Manželka Jana ho přemluvila, ať to nedělá. Ale letošní sezona byla dlouho vším, jen ne povedenou. „Tak ještě tuhle Velkou,“ řekl si 41letý Marek Stromský.*

*A potom ji s desetiletým hnědákem Nikasem vyhrál!*

*Ovládli koncovku dostihu mnoha favoritů, do něž vyráželi jako přehlížené duo s kurzem 21:1.*

*A ten čas: 8:55,29! Nový historický rekord. O tři vteřiny překonaný výkon Sixteen z ročníku 2008.*

*„Je to nádherné, nepopsatelné,“ jásal. „Můj nejkrásnější zážitek po tom všem, čím jsem prošel.“*

*Pocit, jak probíhá vítězně cílem, ochutnal už před sedmi lety. Jenže vzápětí slyšel drsný ortel: diskvalifikace. S Amant Grisem neobjel točný bod, nedodržel kurz. Na tři dny se pak uzavřel před světem a nevycházel z pokoje. Palčivého smutku prožil v Pardubicích mnohem víc. V letech 2007 a 2009 pod ním zahynuli na Velké dva koně, Cieszymir a Shirley.*

*Jednou tu skončil druhý.*

*Stejně tak Nikas.*

*Včera spolu triumfovali.“*

- **Právo**

„Konec prokletí! Stromský vládl s Nikasem<sup>60</sup>

**Zažil to už podruhé, že byl první v cíli. Letos mu ale radost nikdo nevezal a žokej Marek Stromský mohl dát volný průchod emocím. Vyhrál 125. Velkou pardubickou s Českou pojišťovnou.**

*„Je to super, bomba,“ halekal Stromský už ze sedla. Mohl se radovat bez obav, žádné pochybnosti jako před sedmi lety, kdy doběhl první s běloušem Amant Grisem před klisnou Sixteen. Ale chyba na trati – špatně objetý točný bod - mu tehdy přinesla diskvalifikaci po pár minutách v cíli. Dva roky nato spolu skončili „jen“ druzí. Až teď...*

*„Pořád jsem se bál, že se probudím, že to není pravda,“ pravil vítěz. Na 13. pokus mu to ve Velké vyšlo, v jednačtyřiceti.*

*Ví, jaké je to kráčet se sedlem koně, který pod ním ve Velké zahynul. Cieszymir v roce 2007 na Taxisu, Shirley o dva roky později na velké vodě... Opakovaně měl nakročeno do jezdecké penze. Vždy si to rozmyslel. I letos. „Zásluhou manželky, říkala, ať to nechám až po Velké,“ smál se Stromský.“*

<sup>59</sup> MACEK, Tomáš a NOVOTNÝ, Ondřej. Nikas! Kdo by to čekal... *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 12.10.2015, roč. 26, č. 238, s. 24.

<sup>60</sup> PROCHÁZKA, Václav. Konec prokletí! Stromský vládl s Nikasem. *Právo*. Praha: Borgis, 12.10.2015, roč. 25, č. 238, s. 17.

Už jen titulky obou ilustrativně zařazených textů (ten citovaný z *Mladé fronty Dnes* vyšel v rámci sdíleného obsahu společné centrální redakce také v *Lidových novinách*, *Hospodářské noviny* v roce 2015 naopak už plnohodnotnou sportovní rubriku neměly vůbec a o dostihu informovaly jen snímkem na titulní straně) jsou výrazně emotivnější. Oba shodně obsahují vykřičník, který v prvním případě se třemi tečkami zdůrazňuje nečekaného, až senzačního vítěze, v druhém zase upozorňuje na silný příběh a předchozí žokejovy smolné výsledky, jimž se pak oba texty podrobně věnují.

Více než vývoj posledního závodu akcentují momenty z žokejovy dosavadní kariéry: zejména předchozí první místo v cíli, které mu však vzala diskvalifikace za chybu na trati, nebo jména dvou koní, kteří pod ním během pouhých dvou let zahynuli, či dokonce opakované úvahy o konci kariéry, který mu rozmluvila manželka.

Existují ovšem i další možnosti. A je zapotřebí uvést, že ne vždy je zvolený postup zkoumaných deníků tak jednotný, jak by mohl naznačovat předchozí uvedený příklad s Velkou pardubickou. Z kvalitativní obsahové analýzy aplikované v druhé polovině vytyčeného intervalu vyplynuly rozdílné způsoby informování o víkendovém programu fotbalové ligy.

### **8.2.1 Ohlasové texty při přetrvávajícím zpravodajském pojetí**

Tak jako v předchozích případech rozsahu sportovních rubrik, kdy byl přístup deníku *Právo* ze sledovaných titulů nejvíc konzistentní bez větších výkyvů, jimiž naopak procházely ostatní listy, také v otázce obsahu týkajícího se fotbalové ligy v pondělním vydání působí konzervativněji. Referáty přiřazené ke každému odehranému utkání nejvyšší české soutěže sice *Právo* zrušilo, jak se poprvé v lichých zkoumaných letech projevilo v roce 2011, v tom je postup stále stejný, ale strukturu strany s četnými příspěvky věnovanými jednotlivým duelům, dokonce téměř všem, zachovalo. Podrobné popisy průběhu střetnutí u základních statistik, čítajících střelce gólů, žluté karty či sestavy, už ale nahradilo ohlasy. Někdy příspěvek s převažujícími citacemi hráčů i trenérů kopíroval chronologickou linku odehraného zápasu, jindy se zaměřil pouze na klíčový moment nebo zajímavost, případně zprostředkoval reakce aktérů v rozhovoru standardní povahy, v němž se střídají novinářovy otázky a respondentovy odpovědi. Tento výzkumem zjištěný postup následně potvrdil i Radek Malina, redaktor *Práva*: „*Dnes už se čisté zpravodajství vytlačilo. Pokud se má ‚referovat‘ o výsledku, tak prostřednictvím rozhovoru či ohlasového článku,*“ (Malina, 2020).

Takovým příkladem může být rozhovor s tehdejším ostravským útočníkem Milanem Barošem, jednou z nejvýraznějších tváří a osobností fotbalové ligy, po obvykle velmi sledovaném utkání dvou rivalů na Letné proti Spartě, v němž gólem přispěl k remíze 1:1. Pět položených otázek (v některých případech dotazy nahradilo autorovo konstatování) i následných pět reakcí se vztahuje výhradně k odehranému utkání: týkají se Barošovy vyrovnávací trefy či předtím nevyužitých šancí, na soupeřově straně neproměněné spartánské penalty či obecně průběhu sledovaného střetnutí. Rozhovor tak lze vzhledem k jeho obsahu charakterizovat spíše jako zpravodajský. Na základě tohoto příkladu (Ukázka č. 7) a dalších obdobných je možné konstatovat, že v *Právu* se sice stejně jako v jiných titulech u informací z první fotbalové ligy referát už nevyskytuje, ale nově publikovaný obsah lze i nadále v kategoriích žurnalistické produkce spíše řadit ke zpravodajství než publicistice, kam naopak spadaly výše uvedené příběhy z Velké pardubické.

#### **Ukázka č. 7: Text k fotbalové lize v Právu v roce 2015**

*Milan Baroš dal Spartě svůj první gól v sezoně a zařídil Baníku cennou remízu:*

***Aspoň trochu jsem odčinil zahozené šance<sup>61</sup>***

*V úvodu zápasu proti Spartě Milan Baroš dvě velké šance spálil, především ta z 28. minuty ho dlouho mrzela. Nakonec byl ale nejlepší hráč Baníku za svůj výkon odměněn, když si v 65. minutě naběhl na Kukečov pas a srovnal na konečných 1:1. Svým prvním gólem v sezoně.*

***V prvním poločase jste měl dvě velmi dobré šance. Když vás Štěch vychytil, dlouho jste se držel za hlavu...***

*Vyčítal jsem si to, protože zápas se mohl vyvíjet jinak. Otáčet skóre by pro Spartu bylo mnohem složitější. Takhle jsme museli dotahovat my. Jsem rád, že jsem to nakonec mohl aspoň trochu odčinit.*

***Vyrovnal jste, ale v závěru měla Sparta výhodu pokutového kopu. Co se vám honilo hlavou?***

*Že jsme dorostenci. Říkal jsem si, že takhle ztratit zápas přece nemůžeme. Byl jsem přesvědčený, že bychom je už do velké šance nepustili. Penalta byla důsledkem toho, že jsme se nechali zatlačit a čekali, co se stane. Kdybychom byli aktivnější, k takovému přečíslení by nedošlo. Měli jsme štěstí, že ji Lafata neproměnil.*

***Spartě jste byli rovnocenným soupeřem. Možná až nečekaně.***

*Když přijede Sparta, je daleko jednodušší se namotivovat. Teď bude důležité podat takový výkon i v příštím utkání v Brně. Kluci v Baníku kvalitu mají, nemáme špatný tým.*

***V prvním jarním utkání v Teplicích jste se v útoku trápili, proti Spartě už jste ale dostával balónů do šestnáctky docela dost...***

*Odehráli jsme vynikající zápas, rozdíl proti duelu v Teplicích byl markantní. Trošku musíme ještě vyspět a nebýt v posledních minutách zalezlí. Je potřeba hrát daleko aktivněji a pokusit se zápas zlomit v náš prospěch a ne jen bránit výsledek. Ale co si budeme povídat, remíza se Spartou je pro nás hodně dobrá. Dodá nám určitě porci sebevědomí.*

<sup>61</sup> TOMAŠKOVIČ, Jiří. Aspoň trochu jsem odčinil zahozené šance. *Právo*. Praha: Borgis, 2.3.2015, roč. 25, č. 51, s. 23.

Tento přístup, který zdůrazňuje přetrvávající význam zpravodajství a informační roli deníků, zmínil i Vladimír Dušánek, zástupce šéfredaktora v *Právu*, jenž na příkladu vlastní redakce popsal interní protichůdné úvahy o možných změnách v nabídce obsahu: „*Sport má pořád svoje čtenáře. Vždycky se říkalo, že čtenáři Práva jsou nejstarší a ti na internet tolik nepřecházeli, i proto se stále zachovával. Co se týká obsahu: Když jsme se opakovaně bavili, jak noviny přizpůsobit, a to nejen sport, lobboval jsem za větší témata nebo tematické stránky, a také jsem je nějaký čas připravoval. Ale pro naše čtenáře je zpravodajství důležité,*“ (Dušánek, 2020).

Podle něj tedy struktura, kdy už nevycházely krátké referáty ze všech zápasů, ale v obdobném počtu je nahradily zejména ohlasové texty nebo zpravodajské rozhovory, lépe odpovídá publiku *Práva* a jeho očekávání. Nabídka více textů, byť kratších, je podle něj pro čtenáře atraktivnější, protože mohou mít pocit, že dostávají více informací, zatímco v případě menšího počtu větších témat hrozí riziko, že konzumenta neosloví. „*Věřím, že čtenáři na Právu oceňují, že jsou tam sice kratší texty, ale najdou jich víc. Svě představy má ten, kdo noviny vyrábí, a ten, kdo je konzumuje. A můžou se lišit. Někteří grafici by třeba řekli, že vzhled Práva není moderní, ale záleží na čtenářích, ne na graficích,*“ dodal zástupce šéfredaktora (Dušánek, 2020).

I podle Jana Paličky, redaktora *Mladé fronty Dnes*, čtenáři v případě jeho titulu postrádají zpravodajské texty, na které byli zvyklí, ač jsou „*takzvaně obyčejné, které už si dávno mohli přečíst na internetu,*“ (Palička, 2020). A může existovat ještě jeden důvod, který zpravodajské pojetí opodstatňuje. Nepřímo ho, v jiných souvislostech, zmínil Radek Malina z *Práva* (Malina, 2020). Vzhledem k přesunu řady přímých přenosů sportovních událostí, zejména fotbalových zápasů, na placené televizní programy může být popis utkání užitečným servisem pro ty, kteří si tuto službu neobjednali.

### **8.2.2 Větší příklon k publicistice a náročnějším formátům**

*Mladá fronta Dnes*, která také dopřávala sportu stále výraznější prostor, navzdory zmenšenému rozsahu celého periodika, v závěrečných letech výzkumu věnovala lize zpravidla jeden či dva příspěvky. Proti referátům byly delší a zaměřovaly se většinou na jeden aspekt v souvislostech, jak na příspěvku o Milanu Barošovi po zmíněném utkání na Spartě demonstruje Ukázka č. 8.

## **Ukázka č. 8:** Text k fotbalové lize v Mladé frontě Dnes v roce 2015

**Spartě zavařil Baroš. Fenomén, který fanoušky vrací do dětství<sup>62</sup>**

**Fotbalová Ostrava znovu oslavuje Milana Baroše. Kapitán Baníku proti Spartě řádl, v nejzajímavějším zápase jara trefil remízu 1:1 a obral mistra o důležité body.**

*Tak jako se tyčí nad Ostravou vysoké pece ve Vítkovicích, vyčnívá svou slávou nad spoluhráči Milan Baroš. A tak jako žár v pecích postupně vyhasínal, naklání se pomalu ke konci Barošova kariéra.*

*Jenže pozor: i ve starší peci můžou bouchnout saze. Důkazem je sobotní zápas Baníku s mistrovskou Spartou, během kterého bylo Baroše plné hřiště. Jako zamlada.*

*Na plac šel nahecovaný, bojoval, někdy až za hranou – jako když povalil soupeře Matějovského nebo ležícímu brankáři Štěchovi šlápl na záda. Přesto se dlouho zdálo, že veškerá snaha vyjde vniveč.*

*Při první šanci mu rozhodčí správně odmával ofsajd, ve druhé ho vychytal Štěch. A za pár vteřin sám Baroš poslal hlavou míč vedle. Tři šance během chvilky, gól žádný.*

*Zkušený útočník se na sebe zlobil, bušil pěsti do trávníku, nadával si. Ale ještě nebyl konec.*

*Sparta sice na Bazalech vedla díky Kadlecovi, ale po hodině hry přišel Barošův moment. Kadeřábek ho neuhlídal, kapitán Baníku trknul hlavou do míče a tentokrát jej nasměroval přesně k tyči. Když tři minuty před koncem střídal, nadšení fanoušci mu hlasitě tleskali. Vždyť gólem zařídil nečekanou remízu 1:1, o kterou Ostravu nepřipravila ani penalta z 85. minuty – gólman Pavlenka ji Lafatovi skvělým zákrokem nohou vykopl.*

*A tak byl pro baníkovské fanoušky Baroš znovu hrdinou, jako už mnohokrát. Mají ho za svého, ač nepochází přímo z Ostravy, ale z Vigantic, vesnice na Valašsku.*

*V lize debutoval jako sedmnáctiletý, ještě coby teenager dostal kapitánskou pásku. Udivoval rychlostí, střílel spoustu gólů. Nikoho nepřekvapilo, když si ho vyhlédl slavný Liverpool.*

*V té době mu kdosi vymyslel přezdívku Ostravský Maradona. Čistě fotbalově to srovnání kulhalo: Baroš je přece hrotový útočník, zatímco Argentinec byl tvůrce hry, jemný technik. Zpětně však dnes už skoro zapomenutá přezdívka dává smysl, byť z jiného důvodu. Tak jako Maradonu dodnes bezmezně milují lidé v italské Neapoli, je Baroš fenoménem v Ostravě.*

*Když klub slavil devadesátiny, vydražil mistrovský dres za milion a prosadil si, že polovina peněz půjde na platy hráčům, kterým Baník dlužil. Pak se vrátil z angažmá v Galatasarayi, za jaro stihl pět gólů a uznání si získal i tím, že po hatricku do sítě Hradce Králové věnoval dres fanouškovi na vozíku. Na chvíli ještě zmizel zpátky do Turecka, ale od září je znovu doma.*

*První polovinu sezony doléčoval koleno, vyčkával, aby si znovu neublížil. Jaro už zahájil v základu, k nadšení fanoušků Baníku. Snad jedině on má sílu, aby je ukonejšil ve válce proti vedení, kterému zazlívají, že v zimě rozprodalo opory a vyměnilo úspěšného trenéra Svědika.*

*Jen se zkuste fandů na Bazalech zeptat, co pro ně jméno Baroš znamená. „Ikona. Největší baníkovec současnosti. Euro 2004. Dětství,“ chrlí ze sebe Teodor, mladý kluk s brýlemi a šálou Baníku kolem krku. Dětského hrdinu teď, v jeho 33 letech, může pravidelně vídat v dresu svého klubu. I samotného Baroše těší, že zas hraje ligu v místě, odkud vystřelil mezi hvězdy.*

*„Jsem hrdý, že pocházím odsud, z Baníku, že mě vychoval,“ říká po zápase se Spartou. A nezapomněl pochválit fanoušky: „I když nejsou Bazaly vyprodané, atmosféra je výborná. Lidé jsou tady fantastičtí.“*

*Pro ně je zase fantastický on.*

*I když proti Spartě spálil deset šancí a žádnou nedal, v Ostravě na něj asi nikdo nikdy pískat nebude.*

<sup>62</sup> ČERMÁK, David. Spartě zavařil Baroš. Fenomén, který fanoušky vrací do dětství. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 2.3.2015, roč. 26, č. 51, s. 9.

I v něm<sup>63</sup> se, stejně jako v rozhovoru citovaném v ukázce č. 7, sice vyskytují situace ze zápasu, včetně popisu několika šancí či vstřeleného gólu, ale jinak je text spíše příběhem či profilem. Rekapituluje Barošovu kariéru už od teenagerských let po přestup do zahraničí, připomíná jeho obrovskou popularitu v ostravském regionu, kterou demonstruje i citací místního fanouška. Odlišný styl podtrhuje už úvod přirovnávající Baroše k vysokým pecím ve Vítkovicích.

Snaha o originální přístup při zpracování běžných sportovních událostí je podle Jana Paličky z *Mladé fronty Dnes* logickou reakcí právě na konkurenci online médií, od nichž by se noviny měly co nejvíc odlišit. A jedinou cestou je podle něj vzhledem ke složitější a pomalejší distribuci novin nápaditá, propracovaná forma, aby příspěvky v tištěném vydání byly výjimečné. To současně zvyšuje nároky na novinové redaktory, na jejich originalitu a invenci: „*Žurnalistika se mění před očima. Právě kvůli internetu, který se snaží zachytit vše a okamžitě. Proto se kupříkladu fotbalové oddělení MF DNES snaží nežít tady a teď, jak to bývalo zvykem dřív, nýbrž sledovat události v kontextu. Prioritou jsou útvary jako analýza, komentář, reportáž, interview,*“ (Palička, 2020).

Zpravodajským servisem vedle jednoho či dvou textů byly pravidelně základní statistiky ze všech odehraných duelů. I ty však obsahovaly prvek hodnocení: známky na školní stupnici pro fotbalisty i celkově týmy.

Obdobné tendence s určitými rozdíly mezi zkoumanými periodiky lze pozorovat také u další sledované události, hokejového mistrovství světa. V obou titulech s rozšířenější sportovní rubrikou po celé zkoumané období, tedy v *Právu* a v *Mladé frontě Dnes*, dominovaly po prvním víkendů šampionátu v roce 2001 zpravodajské texty.

Oba deníky zařadily referáty z obou odehraných víkendových duelů, připojily k nim ohlasové příspěvky či stručné zpravodajské rozhovory, reflektovaly i další aktuální dění, jako byly potíže při přesunu, zájem o české reprezentanty v zámořské NHL nebo výsledky dalších zápasů turnaje.

---

<sup>63</sup> Je však zapotřebí také zmínit, že v roce 2015 patřila v *Mladé frontě Dnes* domácímu ligovému fotbalu obvykle už jen jedna strana, na rozdíl od dvou na začátku vymezeného období. Naopak *Právo* ve srovnání s rokem 2001 prostor pro ligový fotbal rozšířilo z jedné strany na dvě. Tyto úpravy mají samozřejmě určitý vliv na celkovou podobu sportovní rubriky, ale nejsou tím hlavním důvodem pro popisované inovace ve způsobu zpracování.

O čtrnáct let později je základní schéma v *Právu* stejné: hokeji se věnují dvě strany, které obsahují šest příspěvků. Standardní referáty stejně jako v případě fotbalové ligy chybějí, ale jiné texty stále mají spíše zpravodajskou povahu, například ten o výkonech slovenského výběru vystavený na reakcích hráčů. Přehled všech příspěvků z pondělního vydání *Práva* po prvním víkendu mistrovství z let 2001 a 2015 představuje Tabulka č. 5.

**Tabulka č. 5:** Texty v *Právu* po zahájení MS 2001 a 2015

Pondělí 30. dubna 2001	Pondělí 4. května 2015
<b><i>Hokejisté začali přesvědčivou výhrou</i></b> <sup>64</sup>	<b><i>Česko má deset miliónů trenérů</i></b> <sup>65</sup>
Zpravodajství z úvodního českého utkání proti Bělorusku	Rozhovor s Jaromírem Jágreem po druhém odehraném zápase
<b><i>Hráči věřili, že to tam spadne</i></b> <sup>66</sup>	<b><i>Chaos v obraně ztrestá nejen Crosby</i></b> <sup>67</sup>
Ohlasový text s citacemi českých hráčů po zápase	Představení Kanady jako nejbližšího českého soupeře
<b><i>Prožili útrapy na cestě i v kabině</i></b> <sup>68</sup>	<b><i>Seguin se nepříjel kochat</i></b> <sup>69</sup>
Zpráva o komplikacích při přesunu hokejistů mezi duely	Text o Kanadanovi, jenž dal svůj první gól v NHL právě v Praze
<b><i>Národní tým v pekle vyválčil remízu</i></b> <sup>70</sup>	<b><i>Česká přednost? Přesilovky</i></b> <sup>71</sup>
Zpravodajství z druhého českého zápasu proti Německu	Rozbor úvodních dvou zápasů na příkladu přesilových her
<b><i>Neměli pustit vedení</i></b> <sup>72</sup>	<b><i>Pavelec převzal vládu, Salák má roztleskávat</i></b> <sup>73</sup>
Ohlasový text s citacemi českých hráčů po utkání s Německem	Příspěvek o gólmánech a změně na pozici jedničky
<b><i>Rusové už postoupili do další fáze</i></b> <sup>74</sup>	<b><i>Slováky zachraňují beci</i></b> <sup>75</sup>
Souhrn ostatních střetnutí včetně malých referátů	Stručný text s reakcemi slovenských hokejistů o průběhu turnaje

U *Mladé fronty Dnes* se, obdobně jako u fotbalové ligy, naplno potvrdil ústup od zpravodajství ve prospěch publicistiky, a to ve větší míře než v případě *Práva*. Struktura stran k hokeji není tak fragmentovaná, vyšlo celkem šest příspěvků na čtyřech stranách, text o hokejové hvězdě Sidneym Crosbym zaujímal úplně celou, ten o českém kouči na slovenské střídačce Vladimíru Vůjtkovi orámovala pouze inzerce a výsledky. Oba uvedené příklady jsou podrobnými příběhy, jinak vystavené než třeba výše zmíněný text v *Právu* o dalším kanadském útočníkovi Tyleru Seguinovi, jehož námětem je vzpomínka na jeho gól, který dal v Praze. Detailněji vykreslují momenty či situace z jejich minulosti. Přehled textů z *Mladé fronty Dnes* je v Tabulce č. 6.

<sup>64</sup> KÉZR, Martin. Hokejisté začali přesvědčivou výhrou. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 15.

<sup>65</sup> KÉZR, Martin. Česko má deset miliónů trenérů. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 23.

<sup>66</sup> KÉZR, Martin. Hráči věřili, že to tam spadne. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 15.

<sup>67</sup> BURKERT, Marek. Chaos v obraně ztrestá nejen Crosby. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 23.

<sup>68</sup> KÉZR, Martin. Prožili útrapy na cestě i v kabině. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 20.

<sup>69</sup> (bum). Seguin se nepříjel kochat. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 23.

<sup>70</sup> KÉZR, Martin. Národní tým v pekle vyválčil remízu. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 20.

<sup>71</sup> KÉZR, Martin. Česká přednost? Přesilovky. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 24.

<sup>72</sup> KÉZR, Martin. Neměli pustit vedení. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 20.

<sup>73</sup> BURKERT, Marek. Pavelec převzal vládu, Salák má roztleskávat. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 24.

<sup>74</sup> KÉZR, Martin. Rusové už postoupili do další fáze. *Právo*. Praha: Borgis, 30.4.2001, roč. 11, č. 101, s. 20.

<sup>75</sup> (tom). Slováky zachraňují beci. *Právo*: Borgis, 4.5.2015, roč. 25, č. 103, s. 24.

**Tabulka č. 6:** Texty v Mladé frontě Dnes po zahájení MS 2001 a 2015

Pondělí 30. dubna 2001	Pondělí 4. května 2015
<i>První krize, jen smír s Němci</i> <sup>76</sup>	<i>Sílu Čechů prověří Kanada</i> <sup>*77</sup>
Otvírací text sportovní přílohy zmiňující oba zápasy	Rozbor dvou odehraných zápasů, nikoli však jejich průběhů
<i>Německo vzdorovalo až do konce</i> <sup>78</sup>	<i>Dvakrát jednička pro Jágra. Ve stínu být (zatím) neumí</i> <sup>*79</sup>
Pod jedním titulkem následovaly dva oddělené referáty	Text o nové roli Jaromíra Jágra i kamenné tváři při komunikaci
<i>Jen na nás čekali, stěžoval si Dvořák</i> <sup>80</sup>	<i>Crosbyho pražská mise</i> <sup>81</sup>
Rozhovor s Radkem Dvořákem po remíze s Německem	Velký příběh hlavní kanadské hvězdy Sidneyho Crosbyho
<i>Přesun? Ten dá člověku zabrat!</i> <sup>82</sup>	<i>Gólmanské rošády. Dnes to vypadá na Pavelce</i> <sup>*83</sup>
Reportážní text o kustodech a jak náročné je stěhovat vybavení	Příspěvek o gólmanech a změně na pozici jedničky
<i>Sloupek Ludka Bukače</i> <sup>84</sup>	<i>Hokejový start: studené párky i báječné zážitky</i> <sup>85</sup>
Pohled experta, v tomto případě trenéra Ludka Bukače	Pokračování textu z titulní strany celých novin o zákulisí turnaje
<i>Lener by bral do NHL gólmana</i> <sup>86</sup>	<i>Jak kouč Vůjtek okouznil Slováky</i> <sup>87</sup>
Zpráva o zájmu klubů ze zámořské NHL o české hokejisty	Příběh českého trenéra Vladimíra Vůjtky na slovenské střídačce
<i>Jaké hvězdy hrají na turnaji</i> <sup>88</sup>	
Stručné profily nejslavnějších hokejistů na turnaji	

\* takto označené texty jsou sdílené v *Mladé frontě Dnes* a *Lidových novinách*

Pro úplnost nabízejí tabulky č. 7 a 8 také přehled textů z *Lidových novin* a *Hospodářských novin*. Pro první uvedený deník i vzhledem ke společné centrální redakci platí obdobný směr jako pro *Mladou frontu Dnes*, stejně jako ve výše uvedených příkladech fotbalové ligy nebo Velké pardubické. V těchto vydáních po prvním víkendů hokejového mistrovství spolu také sdílely polovinu z uveřejněných příspěvků, jen s jinými titulky.

<sup>76</sup> KNAP, Karel. První krize, jen smír s Němci. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 1.

<sup>77</sup> SÁRA, Robert. Sílu Čechů prověří Kanada. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 26, č. 103, s. 10.

<sup>78</sup> KNAP, Karel. Německo vzdorovalo až do konce. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 2.

<sup>79</sup> SÁRA, Robert. Dvakrát jednička pro Jágra. Ve stínu být (zatím) neumí. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.3.2015, roč. 26, č. 103, s. 10.

<sup>80</sup> (kap). Jen na nás čekali, stěžoval si Dvořák. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 2.

<sup>81</sup> KNAP, Karel. Crosbyho pražská mise. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 26, č. 103, s. 9.

<sup>82</sup> KNAP, Karel. Přesun? Ten dá člověku zabrat! *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 2.

<sup>83</sup> KNAP, Karel a NĚMÝ, Miroslav. Gólmanské rošády. Dnes to vypadá na Pavelce. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 26, č. 103, s. 8.

<sup>84</sup> BUKAČ, Luděk. Beránci a bijci. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 2.

<sup>85</sup> KNAP, Karel. Hokejový start: studené párky i báječné zážitky. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 26, č. 103, s. 8.

<sup>86</sup> (kap). Lener by bral do NHL gólmana. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 3.

<sup>87</sup> TOMAS, Jaroslav. Jak kouč Vůjtek okouznil Slováky. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 26, č. 103, s. 7.

<sup>88</sup> KNAP, Karel. Jaké hvězdy hrají na turnaji. *Mladá fronta Dnes*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 12, č. 101, s. 3.



**Tabulka č. 7: Texty v Lidových novinách po zahájení MS 2001 a 2015**

Pondělí 30. dubna 2001	Pondělí 4. května 2015
<b>Hokejisté zakusili krizi, neporazili Němce<sup>89</sup></b>	<b>Z Jágra je pivot. A opět září*<sup>90</sup></b>
Otvírací text, který zmiňoval výsledky, atmosféru i reakce aktérů	Text o Jaromíru Jágrovi, nové roli i kamenné tváři při komunikaci
<b>Po Dopitovi láká Florida do NHL i gólmána Salfického<sup>91</sup></b>	<b>Sedm gólů a Saláka vystřídal Pavelce*<sup>92</sup></b>
Zpráva o zájmu klubů ze zámořské NHL o české hokejisty	Příspěvek o gólmanech a změně na pozici jedničky
<b>Hráčskému doupěti šéfuje Výborný<sup>93</sup></b>	<b>Beci nestíhají, Pavelce vítám<sup>94</sup></b>
Text o tom, jak tráví hokejisté volný čas	V ich formě psaný pohled Jana Neliby jako hokejového experta
<b>Organizátoři vláčeli hráče noci<sup>95</sup></b>	<b>Silné přesilovky, bídná oslabení*<sup>96</sup></b>
Zpráva o komplikacích při přesunu hokejistů mezi duely	Rozbor dvou odehraných zápasů, nikoli však jejich průběhů
<b>Němci sebrali mistrům světa bod<sup>97</sup></b>	<b>Superstars mají ukončit chudá léta<sup>98</sup></b>
Referáty ze zápasů, nejprve proti Německu a potom Bělorusku	Představení Kanady, na rozdíl od MFD více popisuje i další hráče
	<b>Rázný krok zabral ... time out<sup>99</sup></b>
	Pravidelný redakční sloupek Time Out, tentokrát k brankářům

\* takto označené texty jsou sdílené v *Lidových novinách* a *Mladé frontě Dnes*

**Tabulka č. 8: Texty v Hospodářských novinách po zahájení MS 2001 a 2015**

Pondělí 30. dubna 2001	Pondělí 4. května 2015
<b>ČR zdolala Bělorusy, remizovala s Němci<sup>100</sup></b>	
Hlavní zpravodajský text s referáty k oběma zápasům	
<b>Ručinský by poradil tvrdost také<sup>101</sup></b>	
Rozhovor s Martinem Ručinským po zápase s Běloruskem	
<b>Reprezentanti poletí do zámoří<sup>102</sup></b>	
Zpráva o zájmu klubů ze zámořské NHL o české hokejisty	
<b>MS 2003 stále blokuje hala<sup>103</sup></b>	
Text k možnému pořádání mistrovství světa 2003 v Praze	

<sup>89</sup> JAROCH, Jan. Hokejisté zakusili krizi, neporazili Němce. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 14, č. 101, s. 21.

<sup>90</sup> SÁRA, Robert. Z Jágra je pivot. A opět září. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 15.

<sup>91</sup> (jj). Po Dopitovi láká Florida do NHL i gólmána Salfického. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 14, č. 101, s. 21.

<sup>92</sup> KNAP, Karel a NĚMÝ, Miroslav. Sedm gólů a Saláka vystřídal Pavelce. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 15.

<sup>93</sup> (jj). Hráčskému doupěti šéfuje Výborný. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 14, č. 101, s. 21.

<sup>94</sup> NELIBA, Jan. Beci nestíhají, Pavelce vítám. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 15.

<sup>95</sup> (jj). Organizátoři vláčeli hráče noci. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 14, č. 101, s. 21.

<sup>96</sup> SÁRA, Robert. Silné přesilovky, bídná oslabení. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 16.

<sup>97</sup> JAROCH, Jan. Němci sebrali mistrům světa bod. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 30.4.2001, roč. 14, č. 101, s. 23.

<sup>98</sup> KŘÍŽEK Martin a BERENĚ, Michael. Superstars mají ukončit chudá léta. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 16.

<sup>99</sup> KUBÁNEK, Tomáš. Rázný krok zabral. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 4.5.2015, roč. 28, č. 103, s. 15.

<sup>100</sup> ŽATKULIAK, Alois. ČR zdolala Bělorusy, remizovala s Němci. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 30.4.2001, roč. 45, č. 85, s. 14.

<sup>101</sup> ŽATKULIAK, Alois. Ručinský by poradil tvrdost také. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 30.4.2001, roč. 45, č. 85, s. 14.

<sup>102</sup> (ČTK). Reprezentanti poletí do zámoří. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 30.4.2001, roč. 45, č. 85, s. 14.

<sup>103</sup> (žak). MS 2003 stále blokuje hala. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 30.4.2001, roč. 45, č. 85, s. 14.

Nejvíce se od původního stylu informování o mistrovství světa v hokeji, a nejen o něm, odklonily *Hospodářské noviny*. Proti čtyřem příspěvkům z roku 2001, znovu převážně zpravodajského charakteru, zůstalo v Tabulce č. 8 prázdné místo. Bohatý hokejový servis nabízel z médií patřících do vydavatelského domu *Economia* především server *Aktuálně.cz*. „Každý vydavatelský dům se dívá, jak se jeho tituly profilují. My jsme si řekli, že sport bude doménou *Aktuálně.cz*, otevřeného webu. A když se konají velké sportovní akce, využíváme synergii,“ vysvětlil Martin Jašminský, jenž *Hospodářské noviny* vedl (Jašminský, 2020).

To ovšem neznamená, že by sportovní text nevycházel vůbec, i přes zrušení standardní sportovní rubriky vyhradily *Hospodářské noviny* v pondělí jednu stranu právě sportu. Jenže její námět se v pondělí po prvním víkendu hokejového mistrovství vůbec netýkal, ani fotbalové ligy, která se také hrála. Publikovaný příspěvek se soustředil na vývoj evropského fotbalu na základě dřívějších výsledků Ligy mistrů. Tomuto nadčasovému zaměření a způsobu zpracování se věnuje podrobněji následující podkapitola.

### **8.2.3 Nadčasová témata, prolínání žánrů a důraz na autora**

Ještě dál od aktuálního víkendového dění a původního konceptu referování o sportovních událostech z počátku století se vzdálily *Hospodářské noviny*, byť pozice pravidelného sportovního obsahu je v tomto listu na konci sledovaného období v roce 2015 velmi specifická. Od roku 2009 a neúspěšného pokusu rozšířit sportovní rubriku s cílem upevnit si pozici na trhu se rozsah této sekce postupně zmenšoval, vlastní sportovní redakci dokonce vedení zrušilo a místo vlastních autorů využívalo redaktory z *Aktuálně.cz*, které patří do stejného vydavatelství *Economia* (Jašminský, 2020; Mádl, 2020). V předposledním roce výzkumu 2013 vycházela v tomto listu podle realizovaného kvantitativního profilu vzorku už jen jedna strana sportu denně, a to i v pondělí, kdy býval sport tradičně obsáhlejší. A z jedné strany denně se o dva roky později stala jediná strana týdně. Velmi významné sportovní zprávy našly příležitostně místo mezi ostatními aktualitami z jiných oblastí, jediná pravidelná a předvídatelná sportovní strana zařazená do pondělního vydání pak dostala speciální vzhled i obsah.

Výhradním autorem se stal Luděk Mádl, jenž se v pravidelné rubrice nazvané *Hra Lud'ka Mádla* věnoval převážně fotbalovým tématům, nikoli však bezprostředně aktuálním. Na ně někdy s odstupem reagoval, jindy rozpracoval vlastní námět. Zajímal se například o vztah

tehdejšího trenéra fotbalové reprezentace Pavla Vrby s médii<sup>104</sup>, o zákulisí Mezinárodní fotbalové federace FIFA<sup>105</sup> či o počet zahraničních hráčů v české lize, což je jedno z mála témat, které by alespoň okrajově spadalo do tohoto výzkumu, protože se týká nejvyšší domácí fotbalové soutěže. O to víc tato skutečnost potvrzuje další formu obsahové inovace. Ač se hrají fotbalové zápasy, ústředním motivem textu je něco jiného. A inovativní bylo i zpracování tématu, které kombinovalo analytické výstupy a data s osobním hodnocením, výrazové prostředky místy připomínaly až literární obraty.

Zatímco původní zpracování zvolených témat v úvodu zkoumaného období se drželo zavedených pravidel, standardní byly referáty, vedle nich ohlasové příspěvky, redukce četných příspěvků ve prospěch jednoho delšího a propracovanějšího s sebou někdy přináší i rozmanité žánrové pojetí, přesněji stírání rozdílů mezi žurnalistickými žánry, což může být příkladem žánrové inovace, zmíněné v podkapitole 2.2. Prioritou je v takto koncipovaných příspěvcích právě širší kontext a souvislosti, považované za přidanou hodnotu vedle informací dostupných v online zpravodajství, jak přiblížil i Martin Jašminský, tehdejší šéfredaktor *Hospodářských novin*: „*Jsmo v konkurenci rádia, televize, inzerce, nových formátů. My jako papír chceme sázet na kvalitní autory, na autorskou žurnalistiku, soustředit se na delší texty v kontextu. Existuje sice celá řada dobrých internetových projektů nebo pořadů v televizi, ale internet je hodně rychlý, pozornost při čtení roztěkaná. Noviny nabízí klidnější čtení a víc do hloubky,*“ (Jašminský, 2020).

Už v roce 2013 se stejný formát vyskytoval ve sportovní rubrice *Mladé fronty Dnes*. V ní vycházel v sobotu, která se v posledních letech výzkumu stávala dnem s druhým nejbohatším sportovním obsahem. Z uvozujícího štítku Článek jen exkluzivně v MF DNES lze dovodit i jeho významnou pozici s důrazem na unikátní obsah, který se s ostatními tituly centrální redakce nesdílel. Obsahem i způsobem zpracování se shodoval s *Hospodářskými novinami*. Autorské strany se věnovaly rozmanitým tématům, i když se vztahovaly k aktuálnímu dění, nereagovaly zpravidla bezprostředně, naopak odstup a kontext či autorův přístup byly jejich přidanou hodnotou.

---

<sup>104</sup> MÁDL, Luděk. Trenér versus média? Vrba není první. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 5.10.2015, roč. 59, č. 192, s. 20.

<sup>105</sup> MÁDL, Luděk. Stáhnu tě do pekla s sebou, milý Platini. *Hospodářské noviny*. Praha: Economia, 12.10.2015, roč. 59, č. 197, s. 20.

Také *Lidové noviny* zařadily do svého obsahu dva pravidelné výjimečné formáty, dokonce ještě dřív a ještě vzdálenější aktuálním událostem. Tematické bloky *Ofsajd* (ve výzkumu lichých let se poprvé vyskytuje v roce 2007) a *Pohnuté osudy* (2011) rozsahem naplňovaly celé strany, jeden z nich vycházel vždy v sobotu, druhý v jiný den v týdnu, někdy také v pondělí. Z analyzovaných témat by bylo možné zmínit příběh ligového fotbalisty Václava Kolouška<sup>106</sup>, který porazil leukémií. Posilování sobotního obsahu obecně bylo cílené (Balšínek, 2021). *Pohnuté osudy* se navíc díky silným tématům prosadily dokonce samostatně, jak uvedl tehdejší redaktor Petr Adam: „*Projekt Pohnuté osudy se rozrostl i do formy samostatně prodávaných magazínů a mimo sportovní rubriky. Lidové noviny vydaly souhrn příběhů ze sportu i mimo něj jako speciální titul,*“ (Adam, 2020).

To samozřejmě neznamená, že by se jiné nadčasové příspěvky už dříve, například v úvodních letech výzkumu, vůbec neobjevily. Ale zlomový je význam a prostor, jakého se jim v závěru sledovaného období dostávalo na úkor aktuálních informací v jakékoli podobě. V *Hospodářských novinách* představovaly vzhledem k zařazení výhradně autorských stran sto procent pravidelného sportovního obsahu, v *Lidových novinách* v některých dnech polovinu, když na jedné ze dvou stran sportovní rubriky vyšel právě uvedený nadčasový tematický blok.

---

<sup>106</sup> JAKOUBEK, Jiří. Vítězství nevšedního talentu. *Lidové noviny*. Praha: Mafra, 9.3.2013, roč. 26, č. 58, s. 18.

## Závěr

Není mnoho oblastí a lidských činností, které by jedenadvacáté století aspoň částečně neproměnilo. Komunikace, včetně mediální, není výjimkou. Také ji ovlivnily především nové technologie, které zjednodušily a urychlily přenos informací v rozmanitých podobách. Tištěným novinám, jež jsou předmětem zájmu této disertační práce, postavily po rozhlasu a televizi dalšího konkurenta, jehož příchodu se musí pokusit přizpůsobit. V předchozích případech audiovizuálních médií se adaptovaly, a zatím – navzdory předchozím pochybnostem a pesimistickým předpovědím – existují nadále (Edge, 2019; O’Sullivan a kol., 2017), ač některé deníky papírovou formu opustily a už vycházejí jen elektronicky (Thurman a Fletcher, 2018). Současně nelze zlehčovat potíže, s nimiž se nejstarší masové médium potýká. Patří mezi ně setrvalý a v poslední době strmější pokles prodaného nákladu, úbytek inzertních příjmů a četná obsahová konkurence, tedy kombinace ekonomických, obchodních a technologických změn, takzvaná „*dokonalá bouře*“ (Pedersen, 2014; Edge, 2019).

Kroky, jimiž se média přizpůsobují nově nastalé situaci a pozměněným podmínkám, se v rámci mediálních studií definují jako mediální inovace (Krumsvik a kol., 2019). Existuje několik jejich typů podle oblasti, v níž se zvolená strategie aplikuje. Je možné zvážit pozici na trhu a případně upravit nabízené služby, nastavit nově procesy vnitřního fungování, nebo zásadně přehodnotit obchodní model. Mezi inovace produktu patří také proměny publikovaného obsahu médií (Bleyenová a kol., 2014). Tím se rozumí jak jeho forma, v případě tištěných novin například formát papíru nebo grafické zpracování s využitím barev, tak tematické zaměření a povaha uveřejněných informací. Druhého směru se drží tato disertační práce, která popisuje, jak se tištěné noviny ve své tradiční podobě přizpůsobovaly nové situaci a nové konkurenci v otázce obsahu.

Zaměřuje se při tom na poměrně specifický, leč etablovaný a velmi významný mediální obsah, na sport. Ten představuje pro média atraktivní informace, jimiž je možné oslovit široké publikum (Andrews, 2017; Hodgson, 2020; Toney, 2013). Současně je to právě sport a jeho mediální prezentace, již nové technologie ovlivnily velmi výrazně. Internet se stal díky své rychlosti, dostupnosti a multimediálnímu pojetí ideálním médiem pro sportovní fanoušky (Real, 2006), změny dosahují takových rozměrů, až se označují za digitální revoluci (Bradshaw a Minogue, 2019; Pedersen, 2014). Proto si tato disertační práce, situovaná do českého prostředí,

kladla za cíl odpovědět na otázku, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací proměnil obsah sportovních rubrik vybraných českých deníků.

Časový interval vymezují krajní roky 2001 až 2015, vytyčených prvních patnáct let jedenadvacátého století zahrnuje klíčové změny v oblasti tištěných médií a jejich silící potíže (podkapitola 1.3) a na druhé straně rozšiřování nabídky sportovního obsahu zejména v online prostoru (podkapitola 3.3). Ze všeobecně zaměřených seriózních deníků, uveřejňujících alespoň na začátku sledovaného období pravidelně standardní sportovní rubriku, vycházely v tomto čase nepřetržitě *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* a *Právo*, které se tak staly předmětem výzkumu. Možnou adaptaci zvolených periodik analyzoval ve dvou ohledech, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků a jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací změnila ve sportovních rubrikách českých deníků role zpravodajství a jeho využití.

Vzhledem k povaze formulovaných otázek a snaze nabídnout k výsledkům i perspektivu novin očima aktérů těchto inovací, kombinovala disertační práce kvantitativní i kvalitativní postupy, a využila tak smíšeného výzkumu (Creswell, 2014). Prvním krokem byl základní kvantitativní profil vzorku mapující rozsah sportovních rubrik, druhým obsahová analýza s důrazem na využívání žurnalistických žánrů (Brennenová, 2013). Zjištěné inovace doplnili v rozhovorech (Strauss a Corbinová, 2008) reprezentanti sledovaných médií z manažerské i redaktorské úrovně: Martin Jašminský a Luděk Mádl za *Hospodářské noviny*, Dalibor Balšínek a Petr Adam za *Lidové noviny*, Robert Čásenský a Jan Palička za *Mladou frontu Dnes* a Vladimír Dušánek s Radkem Malinou za *Právo*.

Odpověď na první podotázku, jak se ve stanoveném období na základě zvolených inovací vyvíjel rozsah sportovních rubrik vybraných českých deníků, je zapotřebí rozdělit do dvou částí. První v letech 2001 až 2005, částečně až 2007 představuje období bohatých sportovních rubrik v pondělních vydáních a dokonce jejich následné rozšiřování. V *Lidových novinách*, *Mladé frontě Dnes* i *Právo* dosahovaly devíti, deseti, ale výjimečně také jedenácti či dvanácti stran, což představovalo proporcčně přibližně čtvrtinu, ale někdy také dokonce více než třetinu pondělního vydání. Také *Hospodářské noviny* navyšovaly rozsah pondělní sportovní rubriky, jen později, v roce 2009, tedy po vypuknutí finanční krize, kdy chtěly upevnit pozici na trhu.

Právě rozhodnutí *Hospodářských novin* (Jašminský, 2020), které ve snaze posílit roli plnohodnotného titulu s kompletním informačním servisem vsadily právě na sport a tuto rubriku v daném čase výrazně rozšířily, nejlépe demonstruje, jak populární, atraktivní a žádaný obsah představuje. Právě sport umožňuje zasáhnout široké publikum a bez něj obsahová nabídka není úplná (Andrews, 2017; Hodgson, 2020; Toney, 2013; v českém prostředí Děkanovský, 2008).

Naopak rok 2009 u ostatních titulů vykazoval pokles počtu stran, v pondělí i celkově za celý týden, který se ještě stupňoval. Větších výkyvů se vyvarovalo jen *Právo*, celkově nejstabilnější ze všech sledovaných deníků. Proti svému maximu v roce 2005 si částečně pohoršilo a ze srovnání mezních let 2001 a 2015 vyšel jeho sport dokonce posílený. Všechny ostatní tituly ztrácely výrazněji, včetně *Hospodářských novin*, jimž sázka na sport nevyšla. *Mladá fronta Dnes* sice sport částečně zredukovala, ale pořád mu zachovala přibližně stejný rozsah proporčně vůči kompletnímu vydání, přibližně čtvrtinu až pětinu, takže pokles souvisí se změnami v rozsahu celých novin. Naopak *Lidové noviny* sport omezily na jednu až dvě strany denně, *Hospodářské noviny* dokonce pravidelnou sportovní rubriku zrušily úplně a nahradily ji jen pondělní autorskou stranou.

V druhé polovině sledovaného období jsou zřetelné dva trendy. První se týká poměrně konzistentního *Práva*, jemuž se větší výkyvy vyhnuly, a současně *Mladé fronty Dnes*, která sice sportovní strany ubrala, ale přibližně ve stejném rozsahu, jako zužovala celé noviny. V těchto dvou případech tak lze považovat sportovní obsah pro tyto tituly i nadále za velmi důležitý. Právě *Právo* a *Mladá fronta Dnes* jsou ze zkoumaných deníků těmi nejprodávanějšími, ve sledovaných letech 2001 až 2015 proti *Lidovým novinám* a *Hospodářským novinám* až dvojnásobně (kapitola 1.3), lze tedy znovu konstatovat, že pro co nejširší zásah čtenářů je sport důležitý.

Naopak v *Lidových novinách*, a zvláště v *Hospodářských novinách* se podle získaných dat stal sport okrajovým tématem. K tomuto rozhodnutí přispěly dvě důležité okolnosti. Obě periodika, jež naopak z analyzovaného vzorku dosahovala nižšího prodaného nákladu, se přece jen profilovala vyhraněněji, a to zejména při redukci celkového počtu stran. *Lidové noviny* se orientovaly především na politiku a společenské dění (Balšínek, 2021), *Hospodářské noviny* na ekonomická témata (Jašminský, 2020). Jsou to tak obdobné případy, kdy některé prominentní tituly sport opustily, jak popsali Billings, Butterworth a Turman (2018).

To přitom neznamená, že by v těchto médiích už nepovažovali sport za důležitý obsah, naopak (Jašminský, 2020), ale rozhodli se posilovat priority a redukovat některá témata, jimž se mohou lépe věnovat nebo jsou v nich dokonce silnější sesterská média v rámci vydavatelství: *Aktuálně.cz* v případě *Hospodářských novin* v Economii, *Mladá fronta Dnes* a zejména *iDnes.cz* v případě *Lidových novin* v Mafře. Sport tak v rámci vydavatelských domů zůstává nadále zastoupený (*Aktuálně.cz* i *iDnes.cz* patří mezi nejnavštěvovanější sportovní stránky v Česku, viz kapitola 3.3), i nadále představuje důležitý typ obsahu, jen dominantní roli přebírají online média, která povaze sportu díky rychlosti, dostupnosti či multimediálnímu pojetí vyhovují více (Pedersen, 2014; Real, 2006).

V druhé výzkumné podotázce, jak se ve zkoumaném období na základě zvolených inovací změnila ve sportovních rubrikách českých deníků role zpravodajství a jeho využití, se při zkoumání publikovaného obsahu ke třem vybraným událostem s očekávanou mediální pozorností (fotbalové lize, hokejovému mistrovství světa a Velké pardubické) projevil postupný zánik původně stěžejního žánru, referátu. Podrobný, často chronologický popis průběhu klání patřil v začátku sledovaného období k pravidelnému a charakteristickému obsahu. Noviny se v něm v pondělních vydáních vracely i k sobotním událostem, tedy už téměř dva dny starým. Postupně ovšem začaly referáty zkracovat, až zmizely úplně. Ve sportovních rubrikách tištěných novin se tak projevila konkurence ostatních médií, zejména těch digitálních, tedy zpravodajských portálů, ale i specializovaných serverů, klubových webů či sociálních sítí (Real, 2006; Toney, 2013). Způsob, jakým média referáty nahradila, se však liší.

Tak jako bylo Právo nejvíce konzistentní po celé sledované období v rozsahu sportovních rubrik, také v otázce způsobu pokrytí a zpracování vybraných událostí se nejvíc blíží původnímu způsobu. Nejlépe to demonstruje fotbalová liga. V pondělním vydání už sice nejsou ze všech zápasů krátké referáty, ale v obdobném počtu je nahradily zejména ohlasové texty nebo zpravodajské rozhovory, tedy opět formáty více zpravodajského charakteru.

Naopak u *Hospodářských novin*, *Lidových novin* a *Mladé fronty Dnes* zachytila kvalitativní analýza se zaměřením na novinářské žánry větší posun od zpravodajství směrem k publicistice. Strukturu členitých referátů nahradil jeden či dva texty delšího rozsahu s širším kontextem. Nejmarkantněji to doložily pondělní autorské strany v *Hospodářských novinách*, které se sice věnují sportu, ale na aktuální dění nereagují bezprostředně, nebo dokonce vůbec. Klíčová je zpracovanější forma, souvislosti, případně redaktorův pohled. Obdobný formát uveřejňovala



také *Mladá fronta Dnes*. V takto pojatých textech se rozměňují žánrová pravidla, materiály do sebe absorbují prvky reportáže, rozhovoru či komentáře.

Proti sobě tak stojí dvě perspektivy, dvě rozdílné pozice tištěných novin. První zdůrazňuje jejich přetrvávající informační, zpravodajskou roli, jež je pro ně z hlediska vývoje médií tradiční a odlišuje je od ostatních tištěných médií (McQuail, 1999). Druhá už tuto roli přenechává novým či alespoň novějším médiím a soustředí se na kontext, o dění už primárně neinformuje, ale spíše ho komentuje a interpretuje. Z praxe sportovní žurnalistiky tak lze zvážit zpravodajské pojetí a přetrvávající význam i upozadovaných referátů (Andrews, 2017), jejichž význam může zvýšit přesunutí přímých přenosů na placené televizní programy. Nebo výsledkový servis, statistický aparát a základní zprávy potlačit ve prospěch analýz a komentářů (Billings, Butterworth a Turman, 2018).

Jestliže se význam zpravodajství v tištěných novinách vzhledem ke konkurenci zejména online médií stal předmětem diskuse, Vladimír Dušánek v pozici zástupce šéfredaktora *Práva* ho považoval stále za důležité i pro tištěné noviny (Dušánek, 2020). A to také v případě, kdy se událost vyvíjí celý den, online média ji pokrývají téměř minutu po minutě a připraví k ní četný textový i multimediální obsah a je stěžejním tématem pro rozhlas či televizi. Podle Dušánka (2020) možná právě proto, že si noviny při referování o dané situaci mohou udržet odstup a jinak přistoupit k protichůdným informacím nebo zprávám, které se ve finále třeba ani nepotvrdí. Proto podle něj může být zajímavé si přečíst druhý den ucelené shrnutí události, i když by leckdo mohl namítnout: To je všechno staré, to už víme. Struktura stran s více texty podle něj lépe odpovídá publiku *Práva* a jeho očekávání.

Naopak tehdejší šéfredaktoři *Hospodářských novin*, *Lidových novin* a *Mladé fronty Dnes* (Jamšínský, 2020; Balšínek, 2021; Čásenský, 2020) považovali vzhledem k obsahové konkurenci zejména serverů za logický krok, že se od zpravodajství upouštělo a nahradily ho náročnější formáty a témata, která třeba i méně reflektovala aktuální dění.

S publicistickým pojetím novinové žurnalistiky však vyvstala otázka, zda je možné s denní periodicitou připravovat takový obsah, který bude nadstandardní a odliší se od online konkurence, kde se také postupem času více a více prosazují analýzy či komentáře (Čásenský, 2020). Proto se také v realizovaných rozhovorech vyskytly úvahy o možné menší frekvenci tištěných vydání (Jamšínský, 2020). V *Lidových novinách* se takový krok už dokonce zvažoval

(Balšínek, 2021), inspirací byl německý týdeník *Die Zeit* na novinovém papíře, obdobně mohly vycházet *Lidové noviny* díky páteční příloze a silnému sobotnímu vydání jako tištěný formát jednou týdně a *Lidovky.cz* ho doplňovat jako deník na internetu. Podle Balšínka (2021) může být print i nadále důležitým segmentem, který může ekonomicky fungovat a případně být i převažujícím zdrojem příjmů, klíčová je především periodicitu média a profilování.

Uvedené příklady inovací tak korespondují se zkušenostmi ze zahraniční odborné literatury. Je však zapotřebí zohlednit, že sport představuje populární a pro média významný, přesto povahou specifický obsah, proto výše uvedená zjištění nelze hned plně zobecnit. Pro budoucí výzkum tištěných novin jako typu média a jejich úsilí vyrovnat se s novými podmínkami by bylo vhodné analýzu zopakovat také u dalších rubrik. V případě sportovního obsahu v tisku by bylo jistě zajímavé zjistit, co si o uvedených změnách myslí čtenáři a který z naznačených směrů by preferovali, kdyby o tom mohli rozhodnout sami.

## Summary

The beginning of the new century and the new technology influence almost all human activities, the communication is not an exception. And the newspapers, a representant of traditional media, must adapt again to new condition, as they did after the invention of radio and later of television. But despite different visions, the newspapers are not dead. And this paper focuses, how they react on the new situation with new competitor, with the Internet. This study deals with sports sections of daily newspapers. For many decades, the relation between sport and media was characterised as symbiotic. And the newspapers helped to the sport in his development. But today, the internet is the best medium for sports supporters. And simultaneously, the newspapers are faced with the almost permanent decrease of the circulation.

Therefore, the dissertation focuses on four quality daily newspapers in the Czech Republic: *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes* and *Právo*. The paper analyses their sports sections between 2001 and 2015. The research is based on quantitative and qualitative methods, including the structured interviews with editor-in-chiefs of chosen dailies and with sports journalists.

In the first part of the chosen period, all four chosen newspapers offered on Mondays vast sports sections, including in some cases ten, eleven or even twelve pages devoted to sport which represented one third of all the published content on the beginning of the week. For example, the reports from all football league matches and statistic recaps were regular part of sports sections, they described in detail the important moments of the games. The average sports pages grew up and reached the number of four a day until 2005.

But the situation changed in the second part of the period, after 2008 when the financial crisis the conditions even more difficult. And two important trends concerning sports journalism in the printed media were identified. *Právo* and *Mladá fronta Dnes*, the stronger newspapers with more readers in the chosen sample, secured the larger sports sections. On the other hand, *Lidové noviny* and *Hospodářské noviny* reduced the number of pages devoted to sports significantly. They decided to present themselves as more specialised and to leave the sports content for the online platform. The newspapers also started to pay less attention to the description of sports events, they left the traditional form of reporting, they offered the reactions of the players, but more often the longer stories with the wider context.

## Přehled použitých pramenů a literatury

### Odborné publikace

- ANDREWS, J. (2011) *Tackling the Digital Future of Sports Journalism: A look at Sport Journalism in the United Kingdom and United States*. (A report of the Robert Bell Travelling Scholarship). [cit. 15.8.2019]. Dostupné z [www.arts.canterbury.ac.nz](http://www.arts.canterbury.ac.nz).
- ANDREWS, P. (2017) *Sports Journalism: a Practical Introduction*. Londýn: Sage Publications.
- BAKKER, P. (2013) Measuring Innovation: Successes and Failures in a Newspaper Market. In STORSULOVÁ, T. & KRUMSVIK, A.H. (eds.). *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*. Gothenburg: Nordicom.
- BALLATORE, A. & NATALE, S. (2016) E-readers and the death of the book: Or, new media and the myth of the disappearing medium. *New Media & Society*, 18(10) 2379–2394.
- BECK, D. & BOSSHART, L. (2003) Sports and Media. *Communication Research Trends*, 22(4). [cit. 15.8.2019]. Dostupné z [http://cscs.scu.edu/trends/v22/v22\\_4.pdf](http://cscs.scu.edu/trends/v22/v22_4.pdf).
- BERGER, A.A. (2014) *Media and communication research methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Los Angeles: Sage.
- BILLINGS, A.C., BUTTERWORTH, M.L. & TURMAN, P.D. (2015) *Communication and Sport: Surveying the Field*. Los Angeles: Sage.
- BILLINGS, A.C., BUTTERWORTH, M.L. & TURMAN, P.D. (2018) *Communication and Sport: Surveying the Field*. Los Angeles: Sage.
- BIRKNER, T. & NÖLLEKE, D. (2016) Soccer Players and Their Media-Related Behavior: A Contribution on the Mediatization of Sports. *Communication & Sport*, 4(4) 367–384.
- BISCOMBOVÁ, K. & MATHESONOVÁ, H. (2017) Are the times changing enough? Print media trends across four decades. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(3), 259–281.
- BLEYENOVÁ, V.-A., LINDMARK, S., RANAIVOSONOVÁ, H. & BALLON, P. (2014) A typology of media innovations: Insight from an exploratory study. *The Journal of Media Innovations*, 1(1), 28–51.
- BOYLE, R. (2006) *Sports Journalism: Context and Issues*, Londýn: Sage.
- BRADSHAW, T., & MINOGUE, D. (2019) *Sports Journalism. The State of Play*. Londýn: Routledge.
- BRENNENOVÁ, B.S. (2013) *Qualitative research methods for media studies*. New York: Routledge.

- BURGR, R. (2012) Vybrané aspekty vývoje české publicistiky po roce 1989. In ČUŘÍK, J. a kol. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 57–88.
- CARSONOVÁ, A. (2015) Behind the newspaper paywall – lessons in charging for online content: a comparative analysis of why Australian newspapers are stuck in the purgatorial space between digital and print. *Media, Culture & Society*, 37(7), 1022–1041.
- CASSIDY, W.P. (2017) Inching Away From the Toy Department: Daily Newspaper Sports Coverage of Jason Collins' and Michael Sam's Coming Out. *Communication & Sport*, 5(5) 534–553.
- CRESWELL, J.W. (2014) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Los Angeles: Sage.
- ČUŘÍK, J. (2012) Vývoj zpravodajství v tištěných a online médiích. ČUŘÍK, J. a kol. *Nové trendy v médiích*. Brno: Masarykova univerzita, 35–56.
- DART, J. (2014) Sports review: A content analysis of the International Review for the Sociology of Sport, the Journal of Sport and Social Issues and the Sociology of Sport Journal across 25 years. *International Review for the Sociology of Sport*, 49(6), 645–668.
- DEKAVALLOVÁ, M. (2015) The Scottish newspaper industry in the digital era. *Media, Culture & Society*, 37(1) 107–114.
- DĚKANOVSKÝ, J. (2008) *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán.
- DIANA, J.-F. (2013) De la difficulté d'être journaliste de sport. *Les Cahiers du journalisme*, 25. [cit. 15.8.2019]. Dostupné z <http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/25/3.DIANA.pdf>.
- DOGRUELOVÁ, L. (2015) Innovation research in media management and economics: an integrative framework. *Journal of Media Business Studies*, 12(3), 153–167.
- DOMENEGHETTI, R. (2017) *From the Back Page to the Front Room: Football's Journey Through the English Media*. Ockley Books.
- EDGE, M. (2014) *Greatly Exaggerated: The Myth of the Death of Newspapers*. Vancouver: New Star Books.
- EDGE, M. (2019) Are UK newspapers really dying? A financial analysis of newspaper publishing companies. *Journal of Media Business Studies*, 16(1), 19–39.
- ENGLISH, P. (2011) On-line versus print: A comparative analysis of web-first sports coverage in Australia and the United Kingdom. *Media International Australia*, 140, 147–156.
- FAUSTINO, P. & NOAM, E. (2019) Media Industries's Management Characteristic and Challenges in Converging Digital World. In DEUZE, M. PRENGEROVÁ, M. (eds.). *Making Media: production, practices, and professions*. Amsterdam: University Press.

- FRANCIS, D. & BESSANT, J. (2005) Targeting Innovation and Implications for Capability Development. *Technovation*, 22(3), 171–183.
- FRANKLIN, B. (2008) The Future of Newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 306–317.
- GARCÍA-AVILÉS, J.A., CARVAJAL-PRIETO, M., ARIAS-ROBLES, F. & DE LARA-GONZALÉZOVÁ, A. (2019) Journalists' views on innovating in the newsroom: Proposing a model of the diffusion of innovations in media outlets. *The Journal of Media Innovations*, 5(1), 1–16.
- GRATTON, Ch. & JONES, I. (2004) *Research Methods for Sports Studies*. Routledge.
- GRIMMER, Ch. G. (2017) Pressure On Printed Press. *Digital Journalism*, 5(5), 607–635.
- HODGSON, G. (2020) Newspapers. In STEEN, R., NOVICK, J. & RICHARD, H. (eds.). *Routledge handbook of sports journalism*. Londýn: Routledge.
- JAKUBOWICZ, K. (2013) *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: VeRBuM.
- JENKINS, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- KRUMSVIK, A.H. (2012) Why Old Media Will Be Funding Journalism in the Future. *Journalism Studies*, 13(5-6), 729–741.
- KRUMSVIK, A. H., MILANOVÁ, S., NÍ BHROIN, N. & STORSULOVÁ, T. (2019) Making (Sense of) Media Innovation. In DEUZE, M. PRENGEROVÁ, M. (eds.). *Making Media: production, practices, and professions*. Amsterdam: University Press.
- LACY, S. (1987) The Effect of Growth of Radio on Newspaper Competition, 1929–1948. *Journalism Quarterly*, 64(4), 775–781.
- LAMBERT, C.M. (2019) *Digital Sports Journalism*. Boca Raton: Routledge; an imprint of Taylor and Francis.
- LEHMAN-WILZIG, S. & COHENOVA-AVIGDOROVA, N. (2004) The natural life cycle of new media evolution. *New Media & Society*, 6(6), 707–730.
- LESAGE, F. NATALE, S. (2019) Rethinking the distinctions between old and new media: Introduction. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(4), 575–589.
- MCENNIS, S. (2020) Toy department within the toy department? Online sports journalists and professional legitimacy. *Journalism*, 21(10), 1415–1431.
- MCCHESENEY, R.W. (1989) Media media sport: A history of sports coverage in United States. In WENNER, L.A. (ed.) *Media, Sports, & Society*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 49–69.

- MCNAIR, B. (2004) *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- MCQUAIL, D. (1999) *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- MEJÍA RAMOS, J. (2014) Reinventing the wire: how to prepare for constant disruptions. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. [cit. 31.3.2020]. Dostupné z <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/reinventing-wire-how-prepare-constant-disruptions>.
- MENKE, M. & SCHWARZENEGGER, Ch. (2019) On the relativity of old and new media: A lifeworld perspective. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(4), 657–672.
- MEYER, P. (2004) *The vanishing newspaper: saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.
- MEYER, P. (2008) The elite newspaper of the future. *American Journalism Review*. [cit. 15.8.2019]. Dostupné z [http://www.ajr.org/article\\_printable.asp?id=4605](http://www.ajr.org/article_printable.asp?id=4605).
- MORITZ, B. (2015) The Story Versus the Stream: Digital Media's Influence on Newspaper Sports Journalism. *International Journal of Sport Communication*, 8(4), 397–410.
- NÖLLEKE, D. & BIRKNER, T. (2019) Bypassing tradition sports media? Why and how professional volleyball players use social networking sites. *Studies in Communication and Media*, 8(3), 287–310.
- O'SULLIVAN, J., FORTUNATIOVÁ, L., TAIPALE, S. & BARNHURST, K. (2017) Innovators and innovated: Newspapers and the postdigital future beyond the “death of print”. *The Information Society*, 33(2), 86–95.
- OSVALDOVÁ, B. (2020). Zpráva. In OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 25–36.
- PEDERSEN, P.M. (2014), The changing role of sports media producer, 2014. In BILLINGS, A.C. & HARDIN, M. (eds.). *Routledge handbook of sport and new media*. London: Routledge, 101–110.
- REAL, M. (2006) Sports Online: The Newest Player in Mediasport. In RANEY, A.A. & BRYANT, J. (eds.). *Handbook of Sports and Media*. New York: Routledge, 171–184.
- ROWE, D. (2004) *Sport, culture and the media: the unruly trinity*. Buckingham, England: Open University Press.
- ROWE, D. (2017) Sports Journalism and the FIFA Scandal: Personalization, Co-optation, and Investigation. *Communication & Sport*, 5(5) 515–533.

- SAUNDERS, B., KITZINGEROVÁ, J. & KITZINGEROVÁ, C. (2015) Anonymising interview data: R challenges and compromise in practice. *Qualitative Research*, 15(5), 616–632.
- SEDLÁKOVÁ, R. (2014) *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing.
- SEIDLER, E. (1964) *Le sport et la presse*. Paris: Colin.
- SEKOT, A. (2006) *Sociologie sportu*. Brno: Masarykova univerzita.
- SEYMOUR-URE, C. (1996) *The British Press and Broadcasting since 1945*. Oxford: Blackwell Publishers.
- SHELTON, K. (1978) *Timeliness in the News: Television vs. Newspapers*. *Journalism Quarterly*, 55(2), 348–350.
- SHERWOODOVÁ, M. NICHOLSON, M. (2013) Research methodologies in sport communication. In PEDERSEN, P.M. *Routledge handbook of sport communication*. Routledge, 98–110.
- SHERWOODOVÁ, M., NICHOLSON, M. & MARJORIBANKS, T. (2017) Controlling the Message and the Medium? *Digital Journalism*, 5(5), 513–531.
- SJÖVAAGOVÁ, H. (2016) Introducing the Paywall. *Journalism Practice*, 10(3), 304–322.
- STEEN, R. (2015) *Sports Journalism*. London: Routledge.
- STORSULOVÁ, T. & KRUMSVIK, A.H. (2013). What is Media Innovation? In STORSULOVÁ, T. & KRUMSVIK, A.H. (eds.). *Media Innovations: A Multidisciplinary Study of Change*. Gothenburg: Nordicom.
- CORBINOVA, J. & STRAUSS, A. (2008) *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Los Angeles: Sage.
- TENENBOIMOVÁ-WEINBLATTOVÁ, K. & NEIGERM M. (2015) Print Is Future, Online Is Past: Cross-Media Analysis of Temporal Orientations in the News. *Communication Research*, 42(8) 1047–1067.
- THURMAN, N. & FLETCHER, R. (2018) Are Newspapers Heading Toward Post-Print Obscurity? *Digital Journalism*, 6(8), 1003–1017.
- THURMAN, N. & FLETCHER, R. (2020) Effects of a Magazine's Move to Online-only: Post-print Audience Attention and Readership Retention Revisited. *Journalism Practice*, 14(10), 1225–1243.
- THURMAN, N. & MYLLYLAHTIOVÁ, M. (2009) Taking the Paper out of News. *Journalism Studies*, 10(5), 691–708.



- TIJMSTRA, L.F. (1959) The Impact of Television on Advertising Revenues and Circulations of Newspapers. *Gazetta*, 5(3), 293–314.
- TONEY, J. (2013) *Sport Journalism: the Inside Track*. London: Bloomsbury.
- TRAMPOTA, T. & VOJTĚCHOVSKÁ, M. (2010) *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál.
- TRAPPEL, J. (2015). What to study when studying media and communication innovation? Research design for the digital age. *The Journal of Media Innovations*, 2(1), 7–22.
- TRUNEČKA, O. (2017) Kde jsou výsledky, kde popis zápasů? Proměna sportovních rubrik v pondělních vydáních českých deníků. *Studia Sportiva*, 11(1), 118–125.
- TRUNEČKA, O. (2021) Sports News, Commentary and Interviews, From the Other Side. Journalists Seen Through the Eyes of Athletes. *Communication & Sport*. Publikováno online.
- TRUNEČKOVÁ, L. (1997) *Tiskové agentury*. Praha: Karolinum.
- TUNSTALL, J. (1971) *Journalists at work: specialist correspondents: their news organizations, news sources, and competitor-colleagues*. London: Constable.
- WANTA, W. (2006) The Coverage of Sports in Print Media. In RANEY, A.A. & BRYANT, J. (eds.). *Handbook of Sports and Media*. New York: Routledge, 117–130.
- WANTA, W. (2013) Reflections on Communication and Sport: On Reporting and Journalists. *Communication & Sport* 1(1/2), 76–87.
- WENNER, L.A. (ed.), (1998) *Mediasport*. Londýn: Routledge.
- WENNER, L.A. (1989) Media, Sport, and Society: The Research Agenda. In WENNER, L.A. (ed.) *Media, Sports, & Society*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications.
- WILKINSON, J., GRANT, A.E. & FISHER, D.J. (2012) *Principles of convergent journalism*. New York: Oxford University Press.
- WILESOVÁ, R. (2013). *What are qualitative research ethics?* Londýn: Bloomsbury.
- WILLE, F. (2013) Le journalisme de sport: en quête de légitimité. *Les Cahiers du journalisme*, 25. [cit. 15.8.2019]. Dostupné z <http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/25/0.INTRO.pdf>.

### **Kvalifikační práce**

JAKUBEC, Dominik. *Fenomén eSports.cz na českém mediálním trhu*. Praha, 2018. 188 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

### **Prameny**

Kancelář ověřování nákladu tisku ABC ČR

Media Projekt  
Ministerstvo kultury České republiky  
Netmonitor  
Český statistický úřad

### **Periodický tisk**

Hospodářské noviny 2001 až 2015  
Lidové noviny 2001 až 2015  
Mladá fronta Dnes 2001 až 2015  
Právo 2001 až 2015

### **Rozhovory**

Petr Adam (za Lidové noviny)  
Dalibor Balšínek (za Lidové noviny)  
Robert Čásenský (za Mladou frontu Dnes)  
Vladimír Dušánek (za Právo)  
Martin Jašminský (za Hospodářské noviny)  
Luděk Mádl (za Hospodářské noviny)  
Radek Malina (za Právo)  
Jan Palička (za Mladou frontu Dnes)

### **Agenturní zprávy**

ČTK (2000): V říjnu vstoupí na český televizní trh placený sportovní kanál. *ČTK*. 14.9.2000. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2001): ZN a Slovo dnes vyšly pod společnou hlavičkou Deníků Bohemia. *ČTK*. 7.9.2001. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2002): Deník Super se na novinovém trhu udržel pouhý rok a čtvrt. *ČTK*. 16.7.2002. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2003): Deník Impuls opouští mediální trh po necelém půl roce. *ČTK*. 10.10.2003. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2005a): V neděli vyjde první číslo týdeníku Nedělní Sport od Ringieru. *ČTK*. 31.8.2005. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2005b): Vyšlo první číslo deníku Šíp, Večerník Praha skončil. *ČTK*. 18.10.2005. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2006a): Ebika změnil týdeník Aha! na deník, jejich počet vzroste na deset. *ČTK*. 23.2.2006. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2006b): Tištěný SuperSpy vyjde naposled, na internetu jej povede Prokopová. *ČTK*. 26.12.2006. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2006c): Deník Metro se zaměří více na infozábavu, míří do dalších 30 měst. *ČTK*. 31.8.2006. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2006d): Dopravní podnik zrušil tendr na rozdávání deníků zdarma v metru. *ČTK*. 20.10.2006. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2007): V pondělí vyjde nový ekonomický deník v nákladu 50.000 výtisků. *ČTK*. 16.11.2007. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2008): Bezplatný deník 24 hodin končí, naposledy vyjde 19. prosince. *ČTK*. 24.11.2008. [cit. 24.4.2019].

ČTK (2009): Počet uživatelů mobilního internetu se zvýšil na 1,5 milionu. *ČTK*. 8.9.2009. [cit. 17.3.2020].

ČTK (2011): Počet uživatelů mobilního internetu letos stoupl na 3,2 milionu. *ČTK*. 28.10.2011. [cit. 17.3.2020].

ČTK (2020): Australská tisková agentura AAP po 85 letech končí. *ČTK*. 3.3.2020. [cit. 17.3.2020].

### **Internetové zdroje**

Aktuálně.cz (2014): MÁDL, Luděk. Anglická liga na Digi Sport. Poběží i na O2 TV, na UPC ne. *Aktuálně.cz*. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://sport.aktualne.cz/fotbal/anglicka-liga-miri-na-digi-sport-zakaznici-upc-maji-smulu/r~3fac879c245911e4a8700025900fea04/>.

Facebook (2021a): Oficiální facebooková stránka českého olympijského týmu. *Facebook.com*. [online]. [cit. 13.10.2021]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/olympijskytym/>

Facebook (2021b): Oficiální facebooková stránka fotbalového klubu AC Sparta Praha. *Facebook.com* [online]. [cit. 13.10.2021]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ACSpartaPraha/>

Facebook (2021c): Oficiální facebooková stránka fotbalového brankáře Petra Čecha. *Facebook.com* [online]. [cit. 13.10.2021]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PetrCech.official/>

Forbes (2016): Český nápad posílá branky, body, vteřiny online do celého světa. *Forbes.cz*. 16.5.2016. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.forbes.cz/cesky-napad-posila-branky-body-vteriny-online-do-celeho-sveta/>.

iDnes.cz (2017). Příběh videa na iDNES.cz začal před 17 lety. Štáby se praly o fabii. *iDnes.cz*. 25.5.2017. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/video-idnes-cz-historie-2000.A170525\\_101434\\_domaci\\_pas](https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/video-idnes-cz-historie-2000.A170525_101434_domaci_pas).

iDnes.cz (2018): (min). Jeden zápas z každého kola. Česká televize o fotbalovou ligu nepřišla. *iDnes.cz*. 19.7.2018. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.idnes.cz/fotbal/prvni-liga/ceska-televize-o2-tv-fortuna-liga-fotbalova-liga-prime-prenosy.A180719\\_144859\\_fotbal\\_min](https://www.idnes.cz/fotbal/prvni-liga/ceska-televize-o2-tv-fortuna-liga-fotbalova-liga-prime-prenosy.A180719_144859_fotbal_min).

iDnes.cz (2019): Sportovní rubrika iDNES.cz slaví 20. narozeniny. Vznikla 2. září 1999. *iDnes.cz*. 2.9.2019. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.idnes.cz/sport/ostatni/sportovni-rubrika-idnes-cz-slavi-dvacet-let.A190901\\_185222\\_sporty\\_ber](https://www.idnes.cz/sport/ostatni/sportovni-rubrika-idnes-cz-slavi-dvacet-let.A190901_185222_sporty_ber).

iRozhlas.cz (2014): Český rozhlas začíná vysílat přes internet přímé sportovní přenosy. *iRozhlas.cz*. 29.7.2014. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.irozhlas.cz/node/5941975>

iSport.cz (2014): (fot). Portál iSport.cz žije fotbalovou ligou. Odvysílá všechny její zápasy! *iSport.cz*. 22.7.2014. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://isport.blesk.cz/clanek/fotbal-1-liga-rocnik-2014-15/210005/portal-isport-cz-zije-fotbalovou-ligou-odvysila-vsechny-jeji-zapasy.html>.

Lupa (2003). AUST, Ondřej. Rok 2003 v online médiích a reklamě. *Lupa.cz*. 17.12.2003. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.lupa.cz/clanky/rok-2003-v-online-mediich-a-reklame/>.

Lupa.cz (2006): POTŮČEK, Jan. ČT 4 Sport: Začíná boj sportovních kanálů. *Lupa.cz*. 10.2.2006. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.lupa.cz/clanky/ct-4-sport-zacina-boj-sportovnich-kanalu/>.

Lupa.cz (2008): POTŮČEK, Jan. Galaxie sport končí, přichází širokoúhlá Nova sport. *Lupa.cz*. 4.10.2008. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.lupa.cz/clanky/galaxie-sport-konci-prichazi-sirokouhla-nova-sport/>.

Marketing&Media (2009): (mav). Šíp už nebude vycházet jako deník. *Marketing&Media*. 11.2.2009. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://mam.cz/zpravy/2009-02/sip-uz-nebude-vychazet-jako-denik/>.

Mediaguru (2019a): (mav). Livesport koupila od O2 zpravodajskou aplikaci Tapito. *Mediaguru.cz*. 7.6.2019. [cit. 16.9.2019]. Dostupné z <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/06/livesport-koupila-od-o2-zpravodajskou-aplikaci-tapito/>.

Mediaguru (2019b): (mav). Horký nastoupí do Livesportu, povede projekt FlashNews. *Mediaguru.cz*. 26.11.2019. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/11/horky-nastoupi-do-livesportu-povede-projekt-flashnews/>.

O2TV (2015a): Liga mistrů zamíří do O2 TV. *O2.cz*. 3.2.2015. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-zpravy/399025-](https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-zpravy/399025-Liga_mistru_UEFA_zamiri_do_O2_TV.html)

[Liga\\_mistru\\_UEFA\\_zamiri\\_do\\_O2\\_TV.html](https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-zpravy/399025-Liga_mistru_UEFA_zamiri_do_O2_TV.html).

O2TV (2015b): To nejlepší ze Synot ligy na O2 Sport. Režisérem může být divák. *O2.cz*. 26.5.2015. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-zpravy/414697-To\\_nejlepsi\\_ze\\_Synot\\_ligy\\_na\\_O2\\_Sport\\_Reziserem\\_muze\\_byt\\_divak.html](https://www.o2.cz/spolecnost/tiskove-zpravy/414697-To_nejlepsi_ze_Synot_ligy_na_O2_Sport_Reziserem_muze_byt_divak.html).

ČSÚ, (2012): MANA, Tomáš. Internetová populace. *Statistika a my. Český statistický úřad*, 2012, č. 3, s. 31. [cit. 15.08.2019]. Dostupné

z [https://www.czso.cz/documents/10180/20555413/1804120330\\_33.pdf/a4062bae-cbfe-44e3-8300-9c1a37baa72f?version=1.0](https://www.czso.cz/documents/10180/20555413/1804120330_33.pdf/a4062bae-cbfe-44e3-8300-9c1a37baa72f?version=1.0).

ČSÚ (2015): MALEČKOVÁ, Romana. Češi a internet. *Český statistický úřad*. 26. 11. 2015. [online]. [cit. 15.08.2019]. Dostupné

z [https://www.czso.cz/documents/10180/36408914/csu\\_tk\\_internet\\_prezentace.pdf](https://www.czso.cz/documents/10180/36408914/csu_tk_internet_prezentace.pdf).

TVcom.cz. TVCOM.cz ukazuje sport, jaký opravdu je. *tvcom.cz*. [cit. 25.5.2019]. Dostupné z [https://www.tvcom.cz/clanky/o\\_webu/](https://www.tvcom.cz/clanky/o_webu/).

# Přílohy

## Příloha č. 1: Rozhovor s Daliborem Balšínkem

V období 2009 až 2013 zastával v Lidových novinách pozici šéfredaktora i ředitele redakce a současně v představenstvu vydavatelství Mafra koordinoval internetové projekty. Předtím vedl časopisy Spy a Týden, působil také v televizi Nova. Poté, co vydavatelství Mafra koupil v roce 2013 holding Agrofert, založil nový projekt Echo/Echo24. Rozhovor vznikl při osobním setkání 20. července 2021.

**Vy jste vedl Lidové noviny v letech 2009 až 2013, tedy v době po finanční krizi, kdy se zrychlil propad prodaného nákladu, klesly příjmy z inzerce, naopak stále posilovala nová média. Jak se v tomto období měnily tištěné noviny?**

Původně jsem byl přesvědčený, že lze zachovat noviny jako deník, nepřicházel jsem s tím, že internet bude dominantním informačním médiem. Ale postupně jsem si uvědomil, že problém je hlubší a trend se zastavit nedá. Proto jsem měl ideu, že bych omezil distribuci v regionech, protože Lidové noviny byly primárně silné v Praze, což platí dodnes. V Praze by zůstaly v prodeji i volně na stánku, ale v regionech, kde byla obrovská remitenda, už jen pro předplatitele. Přibližně v roce 2012 jsem pochopil, že noviny v zásadě zachránit nejde. Už tenkrát jsem myslel na úspěšný model Die Zeit, což je německý týdeník na novinovém papíře, což by se pro Lidové noviny hodilo. Měly a pořád mají přílohu Pátek a silné sobotní vydání s přílohami. Chystal jsem se na to, že přijde doba, kdy Lidové noviny a Lidovky.cz budou fungovat jako deník na internetu a můžou mít týdeník jako silný tištěný formát.

**Co ovlivnilo nejvíc změnu názoru?**

Důvodů bylo víc, pokles nákladu, inzerce i další okolnosti. Prodaný náklad se snižoval kontinuálně a všem. Někomu víc, někomu méně, ale padali všichni a bylo zřejmé, že se to nedá zastavit. A nejenže se noviny potýkaly s propadem nákladu nebo inzerce, ale přišly také o příjmy, které nejsou vidět v klasických marketingových rozpočtech firem. Mladá fronta měla třikrát do týdne přílohu kariéra, zaměstnaneckou inzerci, která z roku na rok přešla na internet. To byl propad dvě stě milionů. To se stalo i v Americe. Ve starých filmech sedí nešťastník v parku, čte si New York Times a hledá v nich nabídku práce, kterou teď převzaly specializované servery. Noviny začaly trpět ve všech ohledech a přestaly být konkurenceschopné se zpravodajskými servery, což je typické právě pro sport. Čtenáři už

výsledek znají z internetu, nemusí čekat, aby si druhý den o zápase přečetli. Tehdy se uvažovalo o změnách.

### **Periodicita Lidových novin ale zůstala stejná. Proč?**

Mafra jako vydavatelství vlastnila také tiskárny a zajímalo ji hospodaření celku včetně tiskáren, ne pouze zlepšení ekonomického výsledku Lidových novin. Němci neměli sílu, aby část tiskařských strojů odstavili, protože to tehdy byla velká investice, cena papíru byla lepší, pokud se kupoval ve velkém objemu. Pro Lidové noviny izolovaně jako jeden titul jsem cestu viděl, ale ony izolované nebyly.

### **Reakcí na vývoj byly změny ve fungování redakcí, například jejich spojování, což se týkalo i sportu.**

Tehdy jsem dostal na starost projekt synergií. Věděl jsem, že Lidové noviny se nikdy nebudou profilovat a orientovat na sport. A přistupoval jsem k tomu tak, že se musí rozvíjet to, v čem jsou silné, co od nich čtenáři očekávají. V případě Lidových novin je to primárně politika, společenská a kulturní témata. Ale ne sport. Sport nikdy nemohl být na takové úrovni, jakou měly díky zázemí, prostředkům a personálnímu obsazení Mladá fronta Dnes a iDnes.cz.

### **To pro sport v Lidových novinách znamenalo konkrétně co?**

Chtěl jsem, aby zůstali jen editoři, ale obsah se sdílel.

### **Vizi pro Lidové noviny o online médiu a k němu silnému týdeníku realizujete teď v Echu. Jak to funguje?**

Echo24.cz je marketingový nástroj pro prodej týdeníku. My existujeme finančně primárně díky němu, týdeník si může udržet signifikantní prodej, aby se užíval. Dominantních 45 procent příjmů představuje prodej tisku, 30 procent plyne z kombinovaného předplatného a zbytek je digitální.

### **S týdeníkem jste ale přišli později.**

Startovali jsme jako internetový deník, ale od začátku jsem věděl, že bez tištěného produktu fungovat nemůžu. Z ceny internetové inzerce, zvláště u menšího média, se uživit nelze. Po dvou, třech měsících jsme začali vydávat digitální týdeník a po pěti měsících jsme spustili tištěný. A gró peněz jde právě z tištěného.

### **Co z toho plyne obecně? Že tištěná média mohou přežít, ale už ne s denní frekvencí?**

Přesně. Na denní bázi je to dojezd, který nikdo nezastaví. Určitě to musí být na hraně rentability pro všechny. Noviny vyrobíš, někdo je musí vytisknout, distribuovat, prodat, to je komplikovaný řetězec, který na internetu není, ale tam jsou lidé méně ochotní platit. Každopádně dnes je tolik zpravodajských kanálů, tiskové konference jsou online, takže lidé jsou přesyceni informacemi. Základní zpráva nemá hodnotu, čtenáři si nebudou kupovat informace, je zajímavá kontext, souvislosti, komentáře, rozhovory, analýzy, za které už třeba nebude platit masa. V každém případě tištěný deník je dead, mrtvý.

### **Jaký by tedy měl být nabízený obsah tištěného média?**

Musí být vyhraněný pro jasně vymezenou cílovou skupinu. Masovost, nebo přesněji střed, odejde na internet i v případě časopisů. To je problém třeba zpravodajských týdeníků, kterým zmizela spousta témat. I pro některé časopisy je internet smrtelný. My jako Echo se profilujeme trochu proti proudu, nejedeme na módní vlně a využíváme toho, že ne všichni na ni naskakují. Za prvních šest měsíců roku 2021 máme nárůst předplatného a prodeje obsahu o 25 procent. Inzertně stagnujeme, ale prodeje rostou. Souvisí to s tím, že máme nějakou čtenářskou komunitu, které nabízíme další produkty, třeba knihy, kterých jsme vydali už osm. My jsme na druhé straně názorového spektra, než je Respekt, kterému se relativně daří, protože má silnou komunitu. My ji vytváříme na konzervativní části spektra.

### **Jakou tedy mají tištěné noviny s denní periodicitou za těchto okolností perspektivu?**

To nevím, ale určitě už to není jen čistě ekonomické rozhodnutí. CNC je relativně nejzdravější, myslím, že ještě může fungovat Mladá fronta Dnes, přestože stála hodně na inzertních příjmech, které z novin vymizely. Ale žádná z podnikatelských skupin, které deníky v současnosti vlastní, nevytvořila žádný nový projekt, takže je budou zatím držet při životě. Mafra má sice týdeník Téma, koupila TicketPortál, ale nic nového nerozjela. Ovšem má dobré postavení, protože ani vlastnictví Andreje Babiše neohrozilo pozici iDnesu, který je pro mě osobně pořád jedničkou, byť oficiálně podle čísel je to Seznam díky emailovým adresám. Co se týká deníků celkově, možná je to otázka pěti let, než to přestane dávat smysl úplně.



## **Příloha č. 2: Rozhovor s Robertem Čásenským**

Na vedení Mladé fronty Dnes se podílel v letech 2001 až 2013, nejprve jako zástupce, od roku 2006 jako šéfredaktor. Předtím pracoval v Českém deníku, Denním Telegrafu a Lidových novinách. Mladou frontu Dnes opustil po vlastnických změnách v roce 2013 a následně uvedl na trh Reportér Magazín. Rozhovor vznikl při osobním setkání 6. března 2020.

### **Jak se změnila tištěná noviny v 21. století?**

Noviny se přirozeně proměňovaly už od poloviny devadesátých let, kdy postupem času klesal zásah a čtenost. Zaprvé se toho dělo méně než v devadesátých letech, kdy stále přicházely převratné události a lidé měli zájem o politiku a společenské dění. Zadruhé přibýly nové zdroje informací, víc a víc internet, ze začátku hlavně servery spjaté s deníky, ale vznikla i ČT24 jako zpravodajský zdroj zdarma. Tohle byl dlouhodobý trend, patrný od poloviny devadesátých let. V určitých obdobích, typově po atentátech na dvojčata v roce 2001 se na tři měsíce zvýšil prodej novin, totéž platilo další rok při povodních. Ale později i velké události vyvolávaly menší výkyvy směrem vzhůru. Ale pak přišly dva zásadní zlomy, které trend ještě urychlily.

V roce 2008 nastoupila ekonomická krize. Pokud si to pamatuju dobře, v listopadu, během jednoho jediného měsíce, přišla Mladá fronta Dnes o třetinu příjmů z inzerce, takhle rychle to šlo. Mluvíme o stovkách milionů korun, v letech 2006, 2007 byly tržby z inzerce Mladé fronty nad miliardou, miliarda a dvě stě milionů. To se nikdy nevrátilo. Dvakrát týdně vycházela příloha Zaměstnání, což byla strana textu a přes deset stran inzerátů, někdy dvanáct, čtrnáct a přinášela na tržbách dvě stě milionů korun ročně. Všechno přešlo na internet, na jobs.cz a další. Bez ohledu na tyto zlomy by se to rozplynulo stejně, ale ekonomická krize a vlastnické změny v letech 2013 a 2014 tomu daly novou dimenzi. Do roku 2007 sice klesal náklad a čtenost, ale pořád byly nesrovnatelně vyšší než dnes a tím, že se novinám dařilo ekonomicky, mohly si dovolit investovat. Byly sebevědomé, věděly, že nikoho nepotřebují, vydělávají spoustu peněz, mohly posílat lidi, kam si vzpomněly, nebo minimálně velké noviny, jako byla Mladá fronta, která měla v tomto směru unikátní pozici. Situace se postupně zhoršovala, nejenže ubývali čtenáři, ale v krizi ubývali ještě rychleji, a ztenčoval se ekonomický výtlak, který deníky měly.

### **Jak na tu situaci noviny reagovaly?**

Zpočátku se snažily přidávat různé publicistické materiály, aby byly zajímavější proti webu, což určitý smysl mělo. Minimálně to byla logická úvaha: Když v rychlosti zpravodajství nejsme

schopní konkurovat, tak musíme čtenářům nabídnou hodnotu navíc. V dobách hojnosti, v první půlce nultých let, nebyla výjimkou vydání, která měla třeba čtyřicet osm stránek.

### **Podle konkrétních vydání v tomto výzkumu někdy i víc, přes padesát nebo i šedesát.**

To je dnes nemyslitelné. Noviny reagovaly tím, že budou dávat něco navíc. Proti tomu jde trend, kdy čtenáři mají omezené množství času. Když se cítí přehlcení, u některých může vést k tomu pocitu: Ne že za stejné peníze mám velkou nabídku, ale je toho hodně a nestíhám číst. Když se budeme bavit o období téměř do konce roku 2008, tak ti, kteří na to měli, a mluvím teď o Frontě, se snažili investovat, aby měli exkluzivní obsah. Posílali lidi na zahraniční cesty a sázeli na magazíny, suplementy, což mělo dva důvody. Čtenářský, protože bylo vidět, že vydání s přílohou byla úspěšnější. A inzertní: přidáváním suplementů, jako byly Ona v únoru 2006 nebo později Doma Dnes, se noviny snažily oslovovat segment, který by jinak neměly. U Ony to byl pokus, jak sáhnout do ženské inzerce, která by v klasickém deníku prakticky neexistovala.

Speciálně pro Frontu jsme kolem roku 2008, 2009 vytvořili unikátní investigativní oddělení. Samostatné, které nebude svázané každodenním zpravodajstvím a bude se profilovat tak, že noviny budou schopné nejlíp kontrolovat vládní moc a přinášet případy, na kterých se musí pracovat dlouho. Pořád to bylo v době, kdy deník, speciálně Mladá fronta, byl schopný nastolovat agendu. Když Mladá fronta přišla na titulce s kauzou a vydržela tam tři dny, na sedmdesát, osmdesát procent bylo jasné, že ji převezmou televize a začne se jí mediální, politická a byznysová scéna zabývat. Dnes je situace jiná, souvisí to i s jinými politickými poměry, politici, ministři nejsou až tak závislí na vůli stranických kolegů, ale jednoho bosse, který to řídí, takže to nemá takový dopad. Ani deníky nemají takový dopad, ti ostatní je necitují často proto, že mají jiný zájem nebo nemají zájem, aby se to někde ukázalo.

Za třináct let ve Frontě jsem zažil jediný rok, kdy byl průměrný náklad vyšší než rok předtím: 2006. Tehdy jsme vytvořili systém mimořádných servisních příloh, který měl zpočátku velký ohlas. Dalším marketingovým tahem, asi od roku 2007 nebo 2008, bylo přidávání cedéček. Mimořádné prvky náklad zvedaly, bez nich by poklesl, ale také byly drahé. Situaci v novinách bych přirovnal k fotbalovému zápasu, ve kterém jenom bráníš. Když všechno půjde hodně dobře a budeš mít dobrý rok, klesneš o pět procent, zatímco trh o deset. Je fajn být o polovinu lepší, ale je hrozné dívat se na aktuální čísla a pamatovat si, že loni byla lepší, před dvěma lety ještě lepší, před třemi ještě víc. To je celkem psychicky náročné. Většinou lidé radši pracují na něčem, co roste, než aby bylo úspěchem být lepší než ostatní, kteří klesají ještě rychleji.

### **Co z toho platí i pro sportovní obsah?**

Do doby, než začaly fungovat zpravodajské servery a než se na nich začaly objevovat sportovní výsledky, byly jejich zdrojem teletext, ale opravdu jenom ve tvaru Bohemians – Slavia 1:2, potom pár minut na konci televizních zpráv, něco málo v rádiu a to bylo všechno. Koho zajímal sport, tak pro něj byly noviny základním zdrojem informací, když mě třeba zajímala jen hokejová liga. Podle toho noviny vypadaly. V devadesátých letech a ještě začátkem nultých, i když tam se to začalo měnit, byl běžnou sportovní zprávou referát o utkání, Pardubice – Zlín 2:3 a k tomu odstaveček o osmi centimetrech, co se stalo. A to ze všech zápasů. Dneska, když se člověk podívá na sportovní stránky, nikde v žádných novinách, možná s výjimkou Sportu, už nenajde, jak utkání probíhalo. To si přečteš v online reportáži na webu. Stejně tak výsledky ligy jsou v novinách někde krátce, spíš tam bude text o tom, jak je někdo výjimečný.

### **Jednou z reakcí je i těsnější spolupráce Mladé fronty Dnes a iDnes.cz. Kdy a jak začala?**

Ještě dávno předtím, než se začalo mluvit o spojování rubrik, což bylo z rozpočtových důvodů, se jednotlivé rubriky začaly sestěhovávat k sobě. Zhruba kolem od roku 2006, kdy jsem začal mít Frontu na starosti a iDnes.cz zase Michal Hanák, jsme se dokázali domluvit a dávalo nám to takhle smysl. Michal Musil, který tam byl tehdy také, byl velkým zastáncem, že mají redakce spolu kooperovat. Přišlo nám logické, aby redakce, které dělají obsah ke stejnému tématu, byly u sebe, aby se mohly domluvit, kdo co kam bude dělat. Byly různé pokusy, jak spolupracovat víc nebo míň, někde jsme zjistili, že to nejde, aby dělali všichni všechno. Obsahová spolupráce nám dávala smysl.

### **To byla Mladá fronta Dnes a iDnes.cz. Ale později se spojily některé redakce i s Lidovými novinami. Konkrétně fotooddělení, zahraničí a hlavně sport. Proč tak vedení rozhodlo?**

To se stalo v roce 2012, protože každý rok předtím se škrtaly redakční náklady ve všech třech hlavních titulech: ve Frontě, na iDnesu a Lidovkách. Někdo, a teď už nevím kdo, přišel s myšlenou, že by dávalo smysl některé rubriky propojit. Když jsme se bavili, jak šetřit, tak se uvažovalo, že by se třeba Lidové noviny měly zbavit sportu a Fronta kultury, což mně ani Michalovi Hanákovi ani Daliboru Balšínkovi, který vedl Lidovky, nedávalo smysl, bylo by to kontraproduktivní. Proti tomu stála úvaha, nakolik bude čtenářům vadit, když budou dostávat stejný materiál ve dvou různých titulech. Obava byla docela velká, ale ukázalo se, že vlastně spíš lichá, lidi moc neřešili, možná ze začátku si toho občas všímali. Lidovkám bylo jedno, že měly články ze sportu z Mladé fronty, protože byly lepší než do té doby, a čtenáři Lidových

novin si je nekupovali kvůli sportu. Takže ta úvaha byla následující: Když to dokážeme propojit, dosáhneme žádoucího efektu v úspoře a zároveň zachráníme obsah pro všechna média.

Ke spojování redakcí dám příklad: bylo jasné, že tři redakce na celostátní úrovni přijdou o třicet lidí. Na Frontu i iDnes by vzhledem k velikosti připadalo dvaadvacet, čtyřadvacet. A nám přišlo výhodné vzít do těch celkových počtů Dalibora a jemu taky. Řekli jsme si, že když se dokážeme domluvit, což nebylo snadný, tak každý z nás přijde o méně, než bychom přišli sólo. Je nutné to brát v kontextu: Všechny tři redakce měly za sebou tři kola propouštění, nebyl to první pokus. Fronta měla v té době po třech prořezech třeba o padesát lidí méně. A věděl jsi, že v pětičlenné nebo šestičlenné ekonomické redakci už o dva lidi přijít nemůžeš, protože to přestane dávat smysl: bude to Četka a občas článek. Já jsem nechtěl přijít o sport, protože jsem věděl, že pro Frontu je důležitý a pro mě emocionálně taky. Osobně bych řekl, že z těch nespecializovaných deníků byla Mladá fronta zdaleka nejsportovnější. A že podstatná část čtenářů minimálně sport četla a určitě mezi nimi byli i tací, kteří si ji kvůli sportu kupovali. Fronta mu dávala slušný prostor a sportovní redakce měla už od osmdesátých let dobrou pověst, kterou držela a drží doteď, protože doteď tam jsou lidé, kteří jsou na poměry sportovního trhu mimořádní a dobří. Takže jsme se dohodli na spolupráci. A nebylo to výjimkou, různě po světě se ve stejných vydavatelstvích sdíleli lidé nebo materiály.

### **Jakou mají tištěné noviny perspektivu?**

Myslím si, že zpravodajský deník je relativně nejohroženější žánr ze všech médií. U deníků je situace mnohem těžší než u ostatních. Jaký bude ten exkluzivní obsah, který jsi schopný vyrobit každý den, aby byl dál než na dobrém webovém médiu? Na iDnesu ve sportu jsou dlouhé příběhy, rozhovory, takové, jako byly dřív pouze v novinách, kdy se na web dávaly jenom krátké zprávy. Noviny mají v tomhle směru strašně těžkou úlohu, cokoli, co by mělo být placené a konzumované na denní bázi. Určitě to jde, jsou deníky, které mají zamčený obsah na webu. A sport, i když se to možná týká spíš přenosů než psaní o sportu, je po celém světě jedním z hlavních motorů placeného obsahu. Vášniví fanoušci jsou ochotní platit za to, že to uvidí naživo. Za Premier League, za NBA, za kdecu, za to, že se můžou dívat. V tom to má běžné zpravodajství ještě těžší, protože nemá co nabídnout.

Na druhou stranu má deník daleko delší životnost, než se mu předpovídá, pokud nepříjde nějaká skoková změna, třeba v ekonomice. Navíc u nás se to těžko posuzuje. Žádný z hlavních deníků nehraje jenom na svoje triko. Vzhledem k vlastnickým strukturám, které za nimi stojí, i když

jsi dlouhodobě prodělečný, tvoje existence nezávisí na reálné situaci, ale jestli se to vydavateli chce vydávat. V tomhle směru to může trvat dlouho. To není nic zlého proti Lidovkám, ty prodělávaly stabilně velké peníze pořád, už za německých vlastníků. Za tržních okolností by nemohly existovat, protože to jsou desítky milionů každý rok. Hospodářky na tom také nejsou samy o sobě dobře, ale fungují v rámci skupin, a ty dokáží být ziskové. Nevím, jak Economía, Mafra jo, takže můžou existovat dlouho. Ale je zjevné, že dosah a čtenost deníků bude dál klesat, na tom se nic nezmění. Otázkou je, co bude ten moment, který to změní. Jestli si třeba první z oligarchů řekne, že mu to nedává smysl, pak to může mít celkem rychlý dominový efekt. Těžko říct. Kdybych to věděl, budu se živit jako konzultant a za strašné peníze prodávat věštby.

Po světě existují, budou na dalším ústupu a někde se to zastaví. Bude určitá skupina lidí, kterým je příjemné si noviny koupit a číst. Že je to zážitek. Podobně se před deseti, patnácti lety, kdy přišly čtečky, předpovídalo, do kdy skončí knihy. A vychází titulů pomalu snad jako nikdy v životě. Ale v mediální branži: nejdřív na ústupu byly lokální deníky, obecné deníky a bylo vidět, že zmizely zpravodajské týdeníky, třeba Time nebo Newsweek. Najednou se zjistilo, že je nikdo nepotřebuje. Přitom pár let před zánikem, jestli se nepletu, míval Time pět milionů, Newsweek tři miliony prodaných kusů. A pak se všichni půjdeme živit nějakou normální poctivou prací.

### **Příloha č. 3: Rozhovor s Vladimírem Dušánkem**

Jeho jméno se dlouhodobě pojí s vydavatelstvím Borgis a deníkem Právo, kde patří od roku 2014 mezi zástupce šéfredaktora. Přímo se podílí na vedení online projektů Novinky.cz, Sport.cz či Super.cz, propojených se Seznamem, a u jejichž vzniku stál či se na jejich vývoji podílel. Už předtím připravoval webovou stránku a archiv Práva či projekt Flashnews. Rozhovor vznikl při osobním setkání 2. prosince 2020.

**V období 2001 až 2015, kterému se věnuje tato práce, vznikla řada internetových projektů zaměřených na sport. A z nich nejnavštěvovanější je Sport.cz, který jste zakládal. Vzpomenete si na jeho začátky?**

Nejdřív jsme v roce 2000 spouštěli Flashnews. Tehdy jsme byli čtyři, měli jsme i sportovní rubriku, ale nikdo se na ni nespécializoval. Ze začátku jsem se jí věnoval většinou já, protože táta je sportáček a vedl sport v Zemědělských novinách. Ze začátku nás bylo málo, vyrábělo se málo vlastního obsahu a noviny s námi spolupracovaly podle situace. Přece jen jsme byli tehdy noví, malí, ještě jsme nevydělávali a ochota byla menší. Jen v zahraniční redakci na to vyčlenili jednoho konkrétního člověka. Mám na tu dobu a tehdejší situaci konkrétní osobní vzpomínku: Pamatuju si přesně, jak jsem 11. září zažil u Karla Felty, šéfa sportu v deníku, kdy jsme spolu mluvili a přemlouval jsem ho, jestli by s námi o víkendu, kdy se hlavně hrají fotbalové a hokejové zápasy, mohli víc spolupracovat. Jenže vtom mi přišla zpravodajská esemeska, že malé dopravní letadlo narazilo do budovy Světového obchodního centra v New Yorku. Spěchal jsem od něj pryč a následujících osmačtyřicet hodin jsem strávil jen u počítače.

**Jak se nový projekt vyvíjel dál?**

Postupně jsme se rozšířili na šest lidí, to už jsme také měli i prvního specialitu na sport. Prvním sportáčkem se stal tehdy Martin Kavka. Sice jsme dostávali články z novin, ale hodně jsme stáli na agenturním servisu. Když se rozšiřovaly Novinky.cz, tak jsme přijali Pavla Novotného. A naplno se sportovní obsah rozjel v okamžiku, když Seznam koupil doménu Sport.cz.

**Jak se změnila spolupráce serveru Sport.cz a deníku Právo?**

Sport je ten typ obsahu, kde je spolupráce nejjednodušší a který se současně musel přizpůsobit nejrychleji. Zápas se hraje teď, výsledek máte teď, takže není důvod cokoli skrývat. Ale my jsme měli oddělené tištěné sportovní redakce a onlinové redakce. Potřebovali jsme, aby spolu víc komunikovaly.

### **Takže jste obě redakce propojili.**

Po dohodě s šéfredaktorem Zdeňkem Porybným jsme je sestěhovali do jedné místnosti. Ale ještě to není úplně jedno společné oddělení, jak bych si ho ve finále představoval, kde zůstane z papíru už pouze editor a velitelé se spolu domluví, co se kde vydá. Ale tohle není otázka jen ve sportu, každý člověk je s něčím historicky spjatý.

### **Jak je tedy současné fungování nastavené?**

Redakce sedí v jedné místnosti, jedni vlevo, druzí vpravo, ale už úzce spolupracují. Například když online potřebuje k nečekané události okamžitě rychlou zprávu, napíše ji klidně redaktor z novin. A stejně to funguje i naopak, když někdo z onlinu připraví nový text, nabídne ho také novinám.

### **Důvody spojování byly tedy obsahové? U jiných redakcí hrály roli také možné finanční úspory.**

My jsme chtěli hlavně lepší kooperaci. Tím, že jsou si lidé blíží, si mohou lépe a rychleji vyměňovat informace.

### **Jak se sportovní rubrika tištěných novin vedle stále čtenějšího obsahu na internetu proměnila?**

Rozhodně ubylo referátů, které popisovaly, jak se utkání vyvíjelo. Ty se přesunuly na internet. Výsledky v novinách samozřejmě být musí, tak jako souhrn kola, klíčové okamžiky. Ale dál už třeba rozhovory nebo větší materiály. Sám jsem byl u toho a tímhle směrem by se měl sport v novinách vyvíjet. Tak je to asi všude, jako jediný možný směr.

**Ve srovnání s ostatními sledovanými tituly, Hospodářskými novinami, Lidovými novinami i Mladou frontou Dnes se Právo trochu liší. Zaprvé v rozsahu sportu, který se příliš nemění. Zatímco ostatní z něj ubírali, takže Právo mělo na konci sledovaného období největší sportovní rubriku. A jiná je také její struktura: publikované příspěvky jsou kratší, je jich tak mnohem víc a povahou mají stále blíže k aktuálnímu zpravodajství. Sport má pořád svoje čtenáře. Vždycky se říkalo, že čtenáři Práva jsou nejstarší a ti na internet tolik nepřecházeli, i proto se stále zachovával. Co se týká obsahu: Když jsme se opakovaně bavili, jak noviny přizpůsobit, a to nejen sport, tak jsem lobboval za větší tematické stránky nebo témata a také jsem je nějaký čas připravoval. Ale pro naše čtenáře je zpravodajství důležité. Jsou lidé, kteří dřív kupovali Mladou frontu, ale přešli k nám. Máme větší pultový**

prodej než Mladá fronta, to nikdy předtím nebývalo. Když s nimi mluvím, ptám se: Proč? Je to kvůli Babišovi? A částečně je to také kvůli němu, někteří už nechtějí kupovat Mladou frontu nebo Lidové noviny, pro někoho to mohou být stranické noviny. To je ale samozřejmě zcela jiný vliv než vývoj na trhu. Ale to se stává i v Ústeckém kraji, kde má Babiš jinak velkou podporu.

### **Jak odpovídali?**

Říkali, že jim Právo víc vyhovuje, že je tam víc zpravodajství, že mají pocit, že dostanou víc zpráv, víc si toho koupí. A musím říct, že to tak taky někdy cítím. Nejsem sportáček, ale když si otevřu Mladou frontu, jsou tam dvě, tři rozpálená témata. Ale když se netrefí ani jedním, které by mě jako čtenáře zajímalo, tak si říkám, co si tady přečtu. Věřím, že čtenáři na Právu oceňují, že jsou tam sice kratší texty, ale najdou jich tam víc. Svě představy má ten, kdo noviny vyrábí, a ten, kdo je konzumuje. A můžou se lišit. Někteří grafici by třeba řekli, že vzhled Práva není moderní, ale záleží na čtenářích, ne na graficích.

### **A pohled čtenáře je z Vaší zkušenosti jaký?**

Vzpomínám si, jak jsem jednou seděl nad různými grafy a porovnával křivky nákladu. S různými lidmi jsme diskutovali, jak se noviny musí proměnit, aby se udržely na trhu. Na Mladé frontě i Lidovkách bylo vidět, jak změnily grafiku, Hospodářské noviny ji upravovaly pořád. A my jsme slýchali, jak to děláme špatně, že také pořád dáváme hodně zpravodajství, že už to lidé nechtějí, protože ho mají na internetu, v počítači, v mobilu. Ale pak se člověk podíval na údaje a byly úplně stejné. Každý padal z jiné výchozí úrovně, ale plus minus všichni stejně.

### **Jakou mají podle Vás za těchto okolností tištěné noviny perspektivu?**

To je otázka za milion. Vždycky budou mít nějaké čtenáře. Osobně mám rád noviny proto, že i když dělám online a možná právě proto, že se věnuji onlinu, je na nich vidět odstup. Vezměte si z nedávné doby případ tehdejšího ministra zdravotnictví Romana Prymuly v restauraci na Vyšehradě. Zjistím to ráno u snídaně, volám do redakce, že to musíme mít, posílám tam štáb, sháníme respondenty. Jedeme to celý den, vyrobíme spoustu obsahu a na aktuálních číslech vidíte, jak to čtenáři konzumují. Ale pak si stejně druhý den otevřete noviny, které nabízí shrnutí z nadhledu. To vidíte už z titulku. Když se papíroví novináři naučí dát tomu odstup, pořád to může být atraktivní, dýchne na mě novinářská zkušenost. Během toho dne jdou zprávy hrozně rychle, někdy protichůdně, přichází různé velety, letí fámy, které někdo popře. Noviny to shrnou a je zajímavé to číst. I když někdo řekne: To je všechno staré, to přece víme.



## **Příloha č. 4: Rozhovor s Martinem Jašminským**

V Hospodářských novinách pracoval v letech 1995 až 2000, v roce 2005 se do nich vrátil po působení v Mladé frontě Dnes. Zastával roli zástupce šéfredaktora, v roce 2013 ještě povýšil. V únoru 2021 se přesunul do redakce Seznam Zpráv. Rozhovor vznikl telefonicky 27. března 2020.

### **Hospodářské noviny měly sport pravidelně, teď v pondělí jednu autorskou stranu. Proč?**

V roce 2008 jsme udělali relaunch novin a sport jsme posilovali. Hospodářské noviny měly být víc všeobecným deníkem, novinami první volby, aby čtenář nepotřeboval kupovat další, aby měl pocit, že mu nabízíme všechno. Tím jsme sledovali, že když se noviny víc rozkročí, zpomalí se trend, kdy šly dolů. Ale nebyla to dobrá strategie, pořád měly slabinu: nevycházely v sobotu a vždycky je lidé vnímali víc jako byznys. Dělali jsme si průzkumy a z nich vyplývalo: Je to fajn, že tady sport je, je dobrý, ale nikdy to nebude hlavní důvod, kvůli čemu to kupujeme. Noviny se ztenčovaly a my jsme stáli před volbou, jestli držet všechny rubriky, nebo posílit to, kvůli čemu si lidé Hospodářské noviny kupují. Kromě sportu se to stalo i kultuře, kterou jsme měli také každý den. Přidali jsme Právo, Reality, Investice, HR, to, co víc patří k byznysu.

### **Jaké tedy sport představuje pro Hospodářské noviny téma?**

Silné, proto každé pondělí máme autorskou stranu. Jak jsme zpoplatnili web, víme, že nám fungují autorské články. Neděláme branky, body, vteřiny, ale zpracováváme ho jako fenomén. Děláme rozhovory se sportovci do magazínu, ad hoc do novin. Myslím si, že objektivně jsme měli dobré autory, ale když jsme se podívali na deník Sport nebo na Mladou frontu Dnes, měli jsme sport jako doplněk. Teď máme šestnáct až dvacet stran a potřebujeme prostor pro ostatní.

### **Jakou roli v rozhodování hrál internet a prezentace sportu na něm?**

Vežmu-li to sám na sobě, protože jsem velkým sportovním fanouškem, internet nabízí mnohem víc obsahu a víc služeb, než může dát papír. Sleduju fotbal a hokej a když čtu článek, jsem hned v tabulkách, pouštím si video, dívám se na statistiky. V tomhle papír konkurovat nemůže.

### **V roce 2013 Economia koupila Centrum i s Aktuálně.cz, následně řada redaktorů musela odejít, hodně se propouštělo. Přispělo i to ke zrušení sportovní rubriky?**

Určitou roli to hrálo, ale ne hlavní. Kdyby to čtenáři chtěli, udělalo by se to. Propouštění bylo na úrovni sedmnáct až osmnáct procent, maximálně patnáct až dvacet a souviselo s tím, že se

spojily dvě firmy a někteří dělali stejné věci. Když se v roce 2013 spustil integrovaný newsroom, tak sport zůstal právě přes Aktuálně.cz. Ale dál jsme potřebovali prostor pro byznys.

### **Hrálo v rozhodnutí roli právě i to, že jste měli sport na Aktuálně.cz?**

Každý vydavatelský dům se dívá, jak se jeho tituly profilují. Třeba Mladá fronta Dnes a Lidové noviny jsou sice v sobotu jiné, ale jinak víc podobné. My jsme si řekli, že sport bude doménou Aktuálně, je to otevřený web. A obráceně: Aktuálně má ekonomickou redakci, kde jsou asi tři lidé a zaměřují se víc na spotřebitelské věci. Ale když se konají velké sportovní akce, můžeme přebírat a využíváme synergii.

### **Kolik redaktorů se tehdy podílelo na sportovní rubrice Hospodářských novin?**

Čtyři, pět lidí určitě, Luděk Mádl, Josef Káninský a další plus externisté. Než jsme sportovní rubriku opustili úplně a dodávalo nám sport Aktuálně, byl tu jeden člověk.

### **Jak se měnily obecně noviny v jedenadvacátém století?**

Jsme v konkurenci rádia, televize, inzerce, nových formátů. My jako papír chceme sázet na kvalitní autory, na autorskou žurnalistiku, soustředit se na delší texty v kontextu. Je sice celá řada dobrých internetových projektů nebo pořadů v televizi, ale internet je hodně rychlý, pozornost při čtení roztěkaná. Noviny nabízí klidnější čtení a víc do hloubky. Vytrácí se zpravodajství a když to budou věci vztažené k aktuálnímu dění, tak spíš rozhovory.

### **Jakou mají tištěné noviny perspektivu?**

To je hrozně obtížné. V roce 2004, 2005 se předpovídalo, že do pěti let zmizí, a podobné to bylo s knížkami. Nejsem naivní, na druhou stranu ve všech vydavatelstvích s výjimkou Seznamu a možná Mafry, která má z iDnesu velké příjmy, pořád patří print ke klíčovým titulům s výnosy, tím myslím i časopisy. Printový trh tady ještě nějakou dobu bude, i deníky, i když budou třeba vycházet jenom tři, čtyři dny v týdnu. I takové jsou modely. Budou se přizpůsobovat tomu, co lidi chtějí. Máme spíš starší čtenáře, pětáctýřicet let a výš, a máme hodně předplatitelů, kteří digitál odmítají. Osobně mám papír a noviny rád, bylo by hezké, kdyby přišla renesance a zase začnou být módní, ale to si nemyslím. Možná se budou transformovat a doplňovat přílohami. Možná se otočí work flow, všechno se bude psát pro web a něco se bude dávat do novin. Svůj trh můžou mít. Když přijdu do kavárny, radši si vezmu noviny, pokud je tam mají. Myslím si, že perspektivu určitě mají. Minimálně v letech.

## **Příloha č. 5: Rozhovor s Petrem Adamem**

V letech 2004 až 2012 pracoval ve sportovní redakci Lidových novin, pokrýval vrcholné fotbalové turnaje, svého času byl také vedoucím rubriky. Dnes je šéfreditorem webu iSport.cz a zástupcem šéfredaktora deníku Sport. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v březnu 2020.

### **Jak se změnila sportovní žurnalistika v 21. století?**

Zásadně ve dvou věcech. Ve zpravodajství o výsledcích definitivně převzal iniciativu online svět nad novinami, kontakt sportovců s fanoušky se stále odehrává prostřednictvím médií, ale podstatnou část této komunikace nyní také obstarávají sociální sítě, klasická média jsou v tomto případě z tohoto procesu už vynechaná.

### **Co to znamená konkrétně pro tištěné deníky a jejich sportovní rubriku?**

Zpravodajství ze zápasů v deníku Sport, kde působím posledních sedm let, je stále zásadním pilířem, jinde už vnímám větší důraz na větší témata, analýzy, rozhovory, komentáře apod.

### **Jak se v Lidových novinách proměnilo zpracování a pokrytí fotbalu?**

Zmizelo klasické referátové popisování zápasu od první do poslední minuty, ubylo statistik. Tak to vnímám na dálku u Lidovek, u deníku Sport je specifická situace: stále má čtenáře, kteří o tyto údaje stojí a vyhledávají je.

### **A sport celkově?**

Z toho, co jsem v Lidovkách zažil, bych viděl tři období:

2004 až 2006: Prioritní bylo pondělní vydání, do kterého se soustředily kromě největší porce zpravodajství i profilové rozhovory (seriál s Lukášem Pollertem, který zpovídal sportovce). Přes týden pak byla sportovní rubrika úspěšnější. V té době byla personálně vůbec nejvíc silná. Ve fotbale se cestovalo na všechny významné reprezentační akce a pohárové zápasy.

2006 až 2008: Priorita se otáčela k sobotnímu vydání, vznikla stránka Ofsajd s netradičními tématy, rozsahem stále nejobsáhlejší pondělní vydání. Účast na fotbalových utkáních mimo Česko už jen spíš výjimečně, stále redaktoři vyráželi na velké turnaje. Rokem 2008 podle mého odhadu skončilo také období, kdy už existovaly online reportáže, ale ještě nebyly tolik rozšířené chytré telefony a nevysílalo se tolik sportu v televizi.

2008 až 2012: S nástupem šéfredaktora Dalibora Balšínska se rozsah sportu zmenšil, klesl také počet míst ve sportovní redakci. Spustil se další zásadní projekt Pohnuté osudy, který se postupně rozrostl i do formy samostatně prodejných magazínů mimo sportovní stránky. Obecně nastal tlak vytvářet v novinách analytičtější témata, nezachycovat jen dění po zápasech. Řada významných sportovců přešla pod křídla agentur, což novinářům ztěžovalo kontakt s nimi, ale na druhou stranu neměli ještě postavenou komunikaci s fanoušky na sociálních sítích. To jsem naplno poznal až po přechodu na iSport.cz v roce 2012.

### **Dá se aspoň orientačně přiblížit, jak se vyvíjel počet členů v redakci, třeba od toho roku 2004?**

Snad jsem dobře spočítal, že v roce 2004 nás bylo v redakci devět, na konci šest, včetně webu. V roce 2004 ještě lidé zvláště na sport na webu vyčlenění nebyli.

### **Jak se vyvíjela spolupráce se serverem Lidovky.cz?**

Opouštěl jsem Lidovky ve chvíli, kdy byla propojenost noviny – web ještě na začátku. Například se ještě v předstihu ani ráno souběžně s papírovým vydáním nepoužívaly na webu materiály z novin. Článků, které by lidé z novinové redakce psali speciálně pro web, bylo minimum.

### **Lidové noviny v listopadu 2012 spojily sportovní redakci s Mladou frontou Dnes a iDnes.cz. Jak to tehdy bylo a jak to vedení novin vysvětlovalo?**

Odcházel jsem do deníku Sport měsíc před tímto oznámením, takže důvody jsem oficiálně neslyšel, ale předpokládám, že hlavním byly úspory.

### **Kolik tam tehdy bylo lidí a jak pokračovali dál?**

Skončili tam tři, další tři pokračovali? Nepamatuji si to přesně...

### **Jakou roli mají noviny dnes?**

Stále klíčovou, co se týče příjmů z prodeje a inzertních příjmů.

### **A jakou mají perspektivu? A konkrétně sport?**

Perspektivu mají především na webu, předpovídat vývoj novin je obtížnější, ale jejich rušení ještě zdaleka není tématem, o kterém by se vážně uvažovalo.

## **Příloha č. 6: Rozhovor s Luděkem Mádlem**

V Hospodářských novinách či na Aktuálně.cz strávil období 2009 až 2017. Předtím působil v Denním Telegrafu, Svobodném slově a především v deníku Sport, kde zastával i roli zástupce šéfredaktora a série textů o korupci ve fotbale mu vynesla ocenění Novinářská křepelka za rok 2005. Od roku 2017 je členem redakce Seznam Zpráv. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v lednu 2020.

### **Jak se změnila sportovní žurnalistika v 21. století?**

Ve 21. století v souvislosti s hospodářskou krizí (pád Lehman Brothers) a rozvojem zpravodajství na internetu zdarma obecně ekonomicky oslabila veškerá média. To se samozřejmě odrazilo i do české sportovní žurnalistiky. Po mém soudu například v úhrnu ubylo zahraničních cest.

Rychlý nástup internetu a rychlý technologický progres obecně urychlil odchod části starší generace novinářů, zvyklé ještě na psací stroje. Možná abych to upřesnil: devadesátá léta už byla samozřejmě „computerizovaná“, postupně se objevovaly modemy, maily, internet, google, tablety, iphony. Stupňovalo se to tak, že ne každý z generace ještě starší, než jsem já, to všechno zvládl. Skutečnost, že mnohé informace nosili v hlavě, přestala být v době Googlu jejich výhodou. Redakce se začaly zaplňovat mladou, levnou pracovní silou, která začala chrlit požadovaná kvanta článků a „ajdýček“, zhusta na základě překládání ze zahraničních serverů. Obecně se, také díky tomu, začal větší prostor než dříve, věnovat tematice zahraničního sportu. S tím souvisí i fakt, že digitalizace televize přinesla možnost sledovat velké množství sportovních kanálů.

Zatímco v minulém století se novináři se sportovci setkávali a hovořili naživo, nyní se řada z nich pohybuje ve velké míře jen ve virtuálním světě, kde stahuje citace z jiných serverů, nebo je sbírá na sociálních sítích. Pro uživatele médií se oproti minulému století dramaticky zvýšila nabídka kvanta informací, navíc bleskurychlých a permanentně dostupných, třeba i díky aplikacím ve smartphonech.

Zatímco v zahraničních médiích je zřejmý rostoucí zájem o hlubší sportovní analýzy, o texty, jimž nechybí přesah do jiných oblastí nebo třeba o multimediální způsoby, jak díky expertům odhalit taje taktiky, strategie či rozebrat konkrétní herní situace, v Česku po mém soudu tato

evoluční transformace směrem od tradiční popisnosti k právě popsanému postupuje průřezově pomaleji než v USA, Velké Británii, Německu, Francii...

### **Projevovaly se tyhle změny v nějaké podobě během práce v Hospodářských novinách? Jak měl vlastně jejich tehdejší sport vypadat a co měl splňovat?**

Zadání směřovalo k trendům, které jsem nastínil. Nepopisovat branky-body-vteřiny, nesledovat, kdo v kolikáté minutě komu přihrál a neptat se střelce, jestli měl po gólu radost. Hospodářské noviny kladly důraz zejména na ekonomické jevy ve sportu, přesahy do různých oblastí, například zahraniční či domácí politiky, pohled na dotace do sportu a podobně.

### **Jak se změnila situace ve sportovní redakci Hospodářských novin, když Economia koupila Centrum i s Aktuálně.cz?**

Tehdy redakce Hospodářských novin i Aktuálně.cz personálně zeštíhly. V rámci toho z Hospodářských novin sportovní redaktoři odešli, nebo se přesunuli na jinou práci v redakci. Na krátké období byla sportovní redakce Aktuálně.cz pověřena tím, aby plnila jednu stránku Hospodářských novin v každém vydání. Vbrzku byly sportovní a kulturní stránka zrušeny. S tím, že pokud bylo k dispozici téma z oblasti sportu, které mělo opravdu silný přesah nebo kvalitu, zařadilo se na stránky domácího, zahraničního či ekonomického zpravodajství podle tématu. Pro příklad: rozdělení státních dotací do sportu, různé korupční aféry, ať už na úrovni FIFA nebo obvinění šéfa českého fotbalu Miroslava Pelty. V rámci konceptu posledních stran, kde byly jednotlivé dny v týdnu přiděleny například Jindřichu Šídlovi, Miloši Čermákovi, Danielu Anýžovi a podobně, vycházela v rozmezí březen 2014 až září 2017 každé pondělí Hra Lud'ka Mádra, což byla moje publicistická stránka o sportovních tématech.

### **Jakou mají tištěné noviny perspektivu? A konkrétně sport v nich?**

Pokud tištěné noviny přežijí, musí jejich „konzumentovi“ přinést jiný komfort než rychlá zpráva ze sociálních sítí v mobilu. Tomu noviny s jejich pomalou výrobou a distribucí nemohou stačit. Pro chvíle klidu dlouhých zimních večerů ale mohou přinést možnost zahloubání se do analýzy, proč se (nejen ve sportu) dějí věci, jak se dějí a jak by se mohly dít. Mohou nabídnout přehledné grafiky, pavouky vztahů a podobně, které na malý displej telefonu komfortně nevměstnáte... Obecně se domnívám, že pokud tištěné noviny zůstanou, pak pro elitní čtenáře, toužící zachovat si navíc v pekelně se řítícím světě i kousek atmosféry starých časů. A nadhledu nad vší tou rychlostí a zběsilostí.

## **Příloha č. 7: Rozhovor s Radkem Malinou**

Začínal v Kladenských novinách, působil také v Kladenském deníku. V Právu pracuje od prosince 1999. Nejdřív v rámci pražské a středočeské přílohy, na podzim se přesunul do sportovní redakce. Během více než dvaceti let pokrýval fotbalová mistrovství Evropy 2012 a 2016, v letech 2006, 2012, 2014, 2016 a 2018 pokrýval také olympijské hry. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v období od ledna do března 2020.

### **Jak se změnila sportovní žurnalistika v 21. století?**

Ve srovnání s dobou, kdy jsem začínal, se v „papíru“ potlačuje zpravodajství. Když jsem do redakce přišel, vyráběly se kupříkladu z fotbalu referáty, až druhý den se zařazovaly rozhovory, nějaké ohlasy. Dnes už se čisté zpravodajství vytlačilo. Pokud se má „referovat“ o výsledku, tak prostřednictvím rozhovoru či ohlasového článku. S ohledem na nástup internetu je navíc snaha v případě tisku vymýšlet témata, která jsou ke konkrétní události, ale současně vybočují ze zpravodajského rámce. Například na podzim 2019 pozvánku na utkání Ligy mistrů obstarával rozhovor s Martinem Haškem, který před x lety hrál v Barceloně se Spartou, a rozhovor s brankářem Slavia, který byl vlastně o tátovi a jedna otázka se vztahovala k zápasu. Současně se na web dělají i klasické „namlouváky“, myslím otvíráky, klasické materiály před akcemi. A jedno téma se v případě novin i webu jede i několik dnů, což v minulosti neplatilo.

Za dobu, kdy jsem v novinách, se navíc zásadně změnila možnost přístupu ke sportovcům. Zastupují je agentury. O prezentaci se starají sami prostřednictvím sociálních sítí. Ještě jsem zažil, že jsem volal Karlu Poborskému do Itálie nebo Milanu Barošovi do Anglie. Dnes je něco takového prakticky nemožné. Je potřeba více pracovat s novými zdroji v podobě sociálních sítí, komunikovat rozhovory nebo vyjádření přes agentury. Není to jednoduché jako před dvaceti či patnácti lety.

### **Co to znamená konkrétně pro tištěné deníky a jejich sportovní rubriku?**

Je složitější mít každý den kvalitní materiály. Vyžaduje to mnohem větší úsilí, mnohem více času.

### **Jakou roli mají dnes noviny?**

Myslím, že se to posunulo od zpravodajské formy k většímu čtení. Snaží se témata ve srovnání s webem „posouvat“ nebo v některých případech třeba komentovat.

### **Reagují nějak na uvedené změny čtenáři? Pokud ano, tak jak?**

Myslím, že nejméně vypovídající je prodejnost.

### **Myslel jsem to jinak. Jestli reagují třeba na to, že jste z novin vypustili zpravodajství.**

Do novin referáty nedáváme a jednu dobu to směřovalo k tomu, že je zrušíme i na webu. Jenže čtenáři volali nebo psali docela ve velkém, že po přesunutí přenosů na O2TV zápasy nevidí. Takže se vrátily a striktně se drží.

### **Jakým způsobem fungují společně sportovní rubriky/redakce Práva a Sport.cz?**

Jsem v redakci vlastně od vzniku Sport.cz. Společné fungování se změnilo výrazně. V počátcích byla spolupráce vlastně nulová. Vybavuji si, že při mistrovství Evropy 2008 měl Sport.cz vlastního akreditovaného člověka, který do novin nenapsal ani řádek. Za noviny se akreditovali dva redaktori, jejich články byly na webu publikovány až v okamžiku, kdy vyšly v novinách, nebo je zásadně přepisovali. Navíc tehdy obě redakce seděly v jiné části budovy. V roce 2012 došlo před mistrovstvím Evropy ke spojení a „sestěhování“. Dnes jsme v jedné místnosti, přednost téměř vždy dostává web s výjimkou materiálů, které jsou nějak zásadně nadčasové. Mám pocit, že když to srovnám třeba s vaší redakcí, tak je to „rozlišení“ redaktorů pro papír a web mnohem menší. Takže z některých akcí třeba nejde nic do novin, ale jen na web, a stejně tam jdu, byť „pracovní zařazení“ mám pro noviny.

Pokud se nejedná o reprezentační akce (u hokeje a fotbalu), nechodíme na žádné akce v zastoupení Práva a Sport.cz, ale jde jeden člověk a ten plní obě verze. Někdy to tak je třeba i v případě pohárových utkání ve fotbale, zejména Evropské ligy. Co se týče menších sportů, jako jsou cyklistika, atletika, lyžování, to platí vždy. Ve srovnání se začátky se změnilo rovněž to, že zpravodajství už se nabere z ČTK (lyžování, cyklistika) a redaktor udělá na web i do novin rozhovory, ohlasy. U fotbalu a hokeje i ty zpravodajské věci dělají redaktori na místě.

### **Jak se změnily počty redaktorů?**

Když jsem začínal, bylo nás určitě víc: jestli jsem to dobře spočítal, tak devět píšících a k tomu tři editoři, kteří rovněž, byť velice skromně psali. Teď je píšících sedm. A píšeme i na web. Současně zase kluci z webu píšou do novin. A těch je jedenáct.

### **Zatímco další deníky prostor pro sport a i celkově omezovaly, Práva naopak. Díky čemu?**



Ve srovnání s dobou, kdy jsem v redakci začínal, množství sportu narostlo. Šéfredaktor má rád sport. To je z hlediska toho, proč držel, respektive rozšiřoval počet sportovních stránek. Pamatuji si, že jednu dobu jsme jich do pondělníku dělali osm. A podotýkám, že to nebylo v době olympiády nebo fotbalových šampionátů.

### **V roce 2005 jich bývalo dokonce devět.**

To je pravda. Kolega říkával, že až jich bude deset, měly by se řadit rovnou od jedničky.

### **Proměnila se za tu dobu i profese novináře? Mimo jiné v nárocích na novináře, který píše pro noviny?**

Pokud se to týká naší redakce, tak v počtu hodin, které trávíš u počítače, protože je potřeba zaplnit větší prostor v podobě novin i webu. Samozřejmě v rychlosti kvůli webu. Pokud se ptáš obecně, tak mám pocit, že kvalita v mnoha případech musí ustoupit na úkor kvantity. Stejně tak to vidím s ověřováním informací, kdy se hodně věcí schová za spojení „dobře informovaný zdroj“ a už nikdo neřeší, že se napsal totální nesmysl, protože těch zpráv všechny weby chrlí tolik, že za dvě minuty nikdo předešlou zcela nesmyslnou zprávu neřeší. Když jsem začínal, tak bylo něco takového nemyslitelné. Pokud se řešil přestup hráče nebo jiná zpravodajská věc, ověřovalo se to na několika místech. Dneska u mladších kolegů tento pocit nemám. Stačí zachytit „klíčové slovo“ někde na sociálních sítích a zpráva je na světě.

### **Jakou mají tištěné noviny perspektivu? A konkrétně sport?**

Doufám, že dobrou. Ale když vidím děti čučící do mobilů a jejich zájem o sport, tak vlastně nevím.

## **Příloha č. 8: Rozhovor s Janem Paličkou**

První zkušenosti během středoškolských studií sbíral v tehdejší vydavatelství Vltava-Labe-Press, tři roky působil v deníku Práce, od roku 1998 je v Mladé frontě Dnes. Od roku 2000 nechyběl na žádném fotbalovém mistrovství Evropy ani světa, v letech 2000 až 2010 pokrýval i olympijské hry. Rozhovor vznikl e-mailovou korespondencí v lednu a v březnu 2020.

### **Jak se změnila sportovní žurnalistika v 21. století?**

Nevím, jestli dokážu být úplně korektní, protože jsem zažil dobu, kdy se aktuální články pro sportovní rubriku diktovaly z telefonních budek. Nedejbože, když hořela uzávěrka a v budce bylo obsazeno... Mobilní telefony ještě nebyly. S nástupem moderních technik a digitalizace se žurnalistika, a samozřejmě nejen ta sportovní, vyvinula do úplně jiné sféry. „Sportáči“ jsou ovšem velmi specifický druh, přizpůsobivý, nesmírně pracovitý a odhodlaný, tudíž pokud je potřeba vyzkoušet něco nového, zkouší se většinou ve sportovním oddělení. A zdá se mi, že se zkouší pořad, co sportáči vydrží. Souvisí to s rychlostí psaní, s kvantitou článků, s nápaditostí témat. Každopádně největší změna, která cech sportovních novinářů potkala, je nástup internetu. Pro tištěné deníky je to konkurence, které nelze konkurovat, leda se lze přizpůsobit.

### **Co to znamená konkrétně pro tištěné deníky a jejich sportovní rubriku?**

Konkrétně to znamená, že díky internetu má čtenář informaci okamžitě. Dost často také s přidanou hodnotou, což je pro tištěné deníky téměř vražedné. Jak chcete druhý den konkurovat článkům, které už jsou v éteru třeba dvacet hodin? Vždyť nebudete zajímaví. Proč by si lidé měli ráno koupit noviny ve stánku, když už všechno vědí? A když nevědí, můžou si to za chvíli přečíst v mobilu.

### **Lze změny ve způsobu informování doložit na konkrétním obsahu?**

To přímo souvisí s předešlou odpovědí: aby byly novinové články zajímavé, originální a chutné, měly by být jiné než internetové. Mělo by z nich číset, že mají nápad, propracovanou formu, že jsou svým způsobem výjimečné. Jak toho docílit, to už přímo úměrně záleží na kvalitě autorů.

### **Jak se třeba proměnilo zpracování a pokrytí fotbalu v novinách?**

Nebetyčně. A stále se to proměňování vyvíjí. Pokud tedy tištěné médium nezůstane přešlapovat v pravěku a vystačí si s desítky let zažitou formou. Ano, i takové deníky v Česku stále vycházejí. Ovšem žurnalistika se mění před očima. Právě kvůli internetu, který se snaží zachytit vše a

okamžitě. Proto se kupříkladu fotbalové oddělení MF DNES snaží nežít tady a teď, jak to bývalo zvykem dřív, nýbrž sledovat události v kontextu. Prioritou jsou útvary jako analýza, komentář, reportáž, interview.

### **A počty redaktorů? Dá se zpětně porovnat tehdejší a současné fungování redakce?**

Stav tehdy a dnes podle mého soudu lze velmi těžko srovnávat. Sportovní novinářina byla podstatně pomalejší, dalo by se říct privátnější. Pracovalo se v kancelářích, nikoli v newsroomech. I lidí, kteří obstarávali novinový provoz, bylo víc. Jen fotbalové oddělení mělo v roce 1998 pět členů, navíc velmi zkušených a protřelých kapacit. Plus samozřejmě regionální pomocníky, kteří byli ve svých krajích respektovaní. A dnes? Dvě jména z celostátní redakce se pravidelně objevují u novinových článků, tři další na webových stránkách, ovšem práce, napětí a zodpovědnosti je nepoměrně víc.

### **Jakou roli mají noviny dnes?**

Společensky nezbytnou, byť se množí názor, že se staly přežitkem.

### **Reagují nějak na uvedené změny čtenáři? Pokud ano, jak?**

Čtenáři jsou veskrze konzervativní, proto jim změny vadí. Nechutná jim, že nemají články, na které byli zvyklí. Bohužel to jsou v drtivé většině články takzvaně obyčejné, které už si dávno mohli přečíst na internetu. Noviny, aby byly vůči internetu konkurenceschopné, by měly papouškovat co nejméně. A mnozí čtenáři tuhle posloupnost nevnímají, nebo vnímat odmítají. Například v MF DNES jen zřídka naleznete útvar zvaný referát, který byl dřív pro sportovní rubriku naprosto klíčový. Samostatnou kapitolou je pak na sportovních stránkách rubrika výsledkový servis, jejíž pozvolné mizení čtenáře mrzelo nejvíc.

### **Proměnila se za tu dobu i profese novináře? Mimo jiné v nárocích na novináře, který píše pro noviny?**

Předpokládám, že novinářská profese je pořád stejná, mění se však nároky na originalitu a na instinkt. Zvlášť pokud mluvíme o novinářích z tištěných médií.

### **Jakou mají tištěné noviny perspektivu? A konkrétně sport?**

Pevně věřím, že noviny jsou nesmrtelné, byť se počet jejich čtenářů stabilně snižuje. A my, sportáři? Dřív jsme byli především popisovatelé a líčitelé, nyní jsme především komentátoři, což se zřejmě do budoucna měnit nebude.

## Příloha č. 9: Přehled prodaného nákladu

### Hospodářské noviny

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Průměr	Trend
<b>2001</b>	75 430	75 737	75 216	75 183	74 981	74 869	74 549	74 561	77 229	76 330	75 690	74 968	75 395	
<b>2002</b>	72 565	72 957	73 445	74 629	75 123	75 157	75 226	75 192	75 508	75 508	75 513	74 808	74 636	-1,01 %
<b>2003</b>	73 588		74 577	74 366	74 523	74 382	74 058	74 027	74 156	74 195	74 205	73 476	74 141	-0,66 %
<b>2004</b>		67 577	68 502	67 834	67 150	66 448	65 562	64 984	65 643	66 712	66 891	66 024	66 666	-10,08 %
<b>2005</b>	63 273	63 115	62 982	63 254	62 700	62 572	62 367	62 183	62 920	63 632	64 541	68 174	63 476	-4,79 %
<b>2006</b>	59 802	62 485	61 952	62 576	62 447	64 610	61 865	61 719	65 184	62 414	62 414	62 251	62 477	-1,57 %
<b>2007</b>	59 802	59 987	61 570	60 258	59 758	58 783	59 003	58 614	59 378	60 609	60 609	61 421	59 983	-3,99 %
<b>2008</b>	58 117	58 281	57 645	57 694	56 857	56 986	56 218	55 910	58 443	58 095	57 417	57 111	57 398	-4,31 %
<b>2009</b>	57 243	56 860	56 000	54 757	54 927	54 921	53 417	54 122	54 072	53 063	51 593	50 440	54 285	-5,42 %
<b>2010</b>	43 682	43 450	45 065	45 379	45 104	44 460	43 543	43 272	44 510	44 415	44 340	43 483	44 225	-18,53 %
<b>2011</b>	42 027	42 969	42 262	41 094	41 379	41 323	41 268	41 203	42 798	42 179	41 689	43 000	41 933	-5,18 %
<b>2012</b>	38 629	39 867	39 627	39 985	39 485	39 509	39 038	38 479	39 884	39 465	39 164	38 629	39 313	-6,25 %
<b>2013</b>	37 459	38 090	37 851	38 658	38 190	38 158	38 050	37 532	38 361	38 856	37 717	36 718	37 970	-3,42 %
<b>2014</b>	33 994	34 964	35 707	35 242	35 760	35 103	34 651	34 931	35 465	35 235	34 800	34 688	35 045	-7,70 %
<b>2015</b>	31 255	31 578	33 190	32 875	33 262	32 970	32 894	32 816	33 826	32 807	32 752	32 112	32 695	-6,71 %

### Lidové noviny

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Průměr	Trend
<b>2001</b>	136 575	127 041	116 368	111 500	100 234	89 641	87 171	89 504	95 500	108 568	109 676	88 835	105 051	
<b>2002</b>	106 181	106 853	92 128	83 827	81 253	85 372	92 832	91 914	84 333	84 383	92 480	90 453	91 001	-13,37 %
<b>2003</b>	81 678		88 158	79 778	76 613	78 504	80 264	75 988	73 435	77 558	75 602	73 971	78 323	-13,93 %
<b>2004</b>		72 673	71 075	72 722	73 025	72 270	69 714	69 523	71 918	76 720	70 301	70 593	71 867	-8,24 %
<b>2005</b>	71 068	70 420	70 556	72 622	68 851	71 255	69 070	68 172	70 725	73 586	65 811	66 473	69 884	-2,76 %
<b>2006</b>	72 560	69 569	67 984	72 298	74 574	73 324	74 505	72 980	82 086	72 087	73 497	66 139	72 634	3,93 %
<b>2007</b>	71 338	75 474	76 231	65 550	67 836	70 680	67 350	68 302	65 871	77 809	69 151	68 660	70 354	-3,14 %
<b>2008</b>	67 422	67 943	69 289	72 179	70 296	76 104	70 237	68 339	71 113	74 009	76 600	61 430	70 413	0,08 %
<b>2009</b>	62 495	62 468	65 251	63 588	60 693	62 703	59 867	56 522	54 559	51 818	50 804	51 740	58 542	-16,86 %
<b>2010</b>	50 213	50 502	51 028	51 470	51 380	50 479	50 334	50 171	51 183	47 342	47 002	47 937	49 920	-14,73 %
<b>2011</b>	46 121	46 144	44 213	44 217	43 479	43 518	43 251	41 710	41 669	40 997	40 549	42 183	43 171	-13,52 %
<b>2012</b>	40 412	41 384	40 965	41 700	43 330	43 994	43 000	41 366	42 451	39 949	39 058	38 540	41 346	-4,23 %
<b>2013</b>	38 966	40 730	40 438	40 037	39 001	40 634	39 953	38 530	38 460	37 303	35 379	35 082	38 709	-6,38 %
<b>2014</b>	34 127	34 544	35 098	35 940	38 431	39 816	40 047	39 944	40 177	39 397	39 606	38 946	38 006	-1,82 %
<b>2015</b>	39 682	41 537	39 255	39 663	39 520	40 309	39 166	39 373	41 257	39 645	38 346	38 213	39 664	4,36 %

## Mladá fronta Dnes

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Průměr	Trend
<b>2001</b>	336 069	367 889	381 523	363 735	343 827	330 141	317 834	308 421	340 037	333 796	323 362	309 226	337 988	
<b>2002</b>	324 159	332 709	304 799	302 854	292 966	302 550	308 835	322 839	322 360	320 200	305 556	305 100	312 077	-7,67 %
<b>2003</b>	308 596		319 636	307 446	305 819	302 135	309 858	308 274	307 458	316 206	314 467	304 242	309 467	-0,84 %
<b>2004</b>		308 092	308 956	326 790	308 629	312 603	303 497	306 632	299 373	294 576	316 092	311 609	308 804	-0,21 %
<b>2005</b>	306 035	304 886	306 789	312 406	295 188	292 652	296 925	298 083	303 466	301 654	290 185	290 424	299 891	-2,89 %
<b>2006</b>	291 787	297 042	291 226	290 588	285 222	305 646	324 939	318 725	312 994	321 563	303 299	297 234	303 355	1,16 %
<b>2007</b>	315 658	314 685	304 606	308 484	295 383	287 863	293 083	303 627	293 416	297 665	308 869	296 383	301 644	-0,56 %
<b>2008</b>	300 595	291 716	281 091	295 993	290 820	291 043	290 216	293 007	283 987	297 225	303 034	281 808	291 711	-3,29 %
<b>2009</b>	262 697	260 494	257 597	277 789	256 941	255 005	251 294	251 811	249 943	256 141	256 725	236 978	256 118	-12,20 %
<b>2010</b>	233 436	233 911	246 620	247 185	246 277	243 731	242 151	240 856	229 975	236 339	245 862	229 413	239 646	-6,43 %
<b>2011</b>	226 944	222 888	223 966	234 162	220 501	216 258	220 544	221 805	214 069	230 873	219 758	216 752	222 377	-7,21 %
<b>2012</b>	207 792	204 269	207 005	212 657	209 878	203 490	202 006	198 850	205 922	220 742	201 045	199 519	206 098	-7,32 %
<b>2013</b>	195 920	192 183	195 399	208 150	191 088	187 131	190 821	189 985	185 664	201 495	189 388	182 683	192 492	-6,60 %
<b>2014</b>	174 421	174 013	174 261	171 082	171 761	170 390	174 129	171 125	169 593	174 936	169 305	159 790	171 234	-11,04 %
<b>2015</b>	158 823	158 847	155 876	160 869	155 877	155 542	154 085	155 478	153 014	152 786	150 201	146 201	154 800	-9,60 %

## Právo

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Průměr	Trend
<b>2001</b>	219 490	218 461	222 403	216 012	206 891	203 655	204 731	205 110	218 660	214 427	209 887	213 964	212 808	
<b>2002</b>	210 989	206 877	205 828	204 852	201 930	202 458	205 451	208 807	205 670	203 457	202 736	202 093	205 096	-3,62 %
<b>2003</b>	202 122		205 452	198 425	193 816	203 115	189 362	190 327	190 093	189 593	186 954	187 471	194 248	-5,29 %
<b>2004</b>		188 211	184 438	181 168	178 222	182 078	180 811	180 350	177 187	175 046	175 282	173 749	179 686	-7,50 %
<b>2005</b>	176 838	173 607	174 289	170 631	168 740	169 021	170 446	171 060	169 471	167 562	168 100	167 228	186 090	3,56 %
<b>2006</b>	168 041	167 317	165 363	162 196	162 344	165 291	165 760	164 418	161 055	158 876	155 766	158 069	162 875	-12,48 %
<b>2007</b>	160 468	159 316	155 475	153 477	155 472	154 167	154 875	154 465	151 861	149 181	148 986	149 580	153 944	-5,48 %
<b>2008</b>	147 980	148 083	146 497	143 395	143 287	145 397	144 011	145 821	144 465	145 308	142 335	143 797	145 031	-5,79 %
<b>2009</b>	143 079	140 930	141 264	139 427	138 594	138 580	139 088	139 469	138 447	136 435	133 972	132 414	138 475	-4,52 %
<b>2010</b>	131 291	130 572	129 924	128 345	128 857	128 884	130 893	130 020	128 382	136 435	124 151	123 125	129 240	-6,67 %
<b>2011</b>	123 038	122 766	122 985	121 889	120 804	120 502	121 513	121 609	119 765	118 594	116 157	115 769	120 449	-6,80 %
<b>2012</b>	114 857	114 567	113 586	113 039	112 867	112 485	113 633	111 280	110 933	108 766	106 673	106 945	111 636	-7,32 %
<b>2013</b>	107 066	104 787	104 834	103 208	103 565	104 786	106 008	105 570	103 880	101 843	100 505	101 367	103 952	-6,88 %
<b>2014</b>	97 587	96 185	96 313	96 137	96 459	96 533	97 008	95 374	94 272	92 308	90 397	91 068	94 970	-8,64 %
<b>2015</b>	89 495	88 396	88 051	88 885	88 696	89 560	91 347	90 255	89 471	86 449	85 088	85 616	88 442	-6,87 %

## Příloha 10: Přehled počtu stran sportovních rubrik

### Hospodářské noviny

2001	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	2	2	2	3	2	
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	3	3	3	2	2	
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	3		3	2	2	
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	3	2	2	3	2	
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	2	2	2	2	3	
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	3	2	2	2	3	

2009	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	27. 4.	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.
Stránky	3	2	2	2		
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	5	1	1	1	1	
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	5	1	1	1	1	
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	5	1		2	1	

2003	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.
Stránky	3	3	2	2	2	
Datum	10. 3.	18. 3.	26. 3.	3. 4.	11. 4.	19. 4.
Stránky	3	2	2	2	3	
Datum	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.
Stránky	3	2	2		3	
Datum	14. 7.	22. 7.	30. 7.	7. 8.	15. 8.	23. 8.
Stránky	2	2	2	2	2	
Datum	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	13. 10.	21. 10.	29. 10.	6. 11.	14. 11.	22. 11.
Stránky	3	2	2	2	3	

2011	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	3	1	1	1	1	
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	3	1	1	1	1	
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	3	1	1	1	1	
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	3	1	1	2	1	
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	3	1	1	1	1	

2005	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	2	2	2	2	2	
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	4	2	2	2	3	
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	3	2	2	2	3	

2013	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.
Stránky	2	1	1	1	1	
Datum	11. 3.	19. 3.	27. 3.	4. 4.	12. 4.	20. 4.
Stránky	2	1	1	1	1	
Datum	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.	10. 5.	11. 5.
Stránky	2	1		1	1	
Datum	8. 7.	16. 7.	24. 7.	1. 8.	9. 8.	17. 8.
Stránky	2	1	1	1	1	
Datum	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.
Stránky	1	1	1	1	1	
Datum	14. 10.	22. 10.	30. 10.	7. 11.	15. 11.	23. 11.
Stránky	1	1	1	1	1	

2007	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	3	2	2	2	3	
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	3	2	2	2	3	
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	3		2	2	2	
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	3	2	2	2	2	
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	3	2	2	2	3	
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	3	2	2	3	3	

2015	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	0	0	0	0	0	
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	1	0	0	0	0	
Datum	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.
Stránky	1	0	0	0	0	
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	0	0	0	0	0	
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	1	0	0	0	0	
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	1	0	0	0	0	

## Lidové noviny

2001	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	7	2	2	3	2	2
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	7	2	2	3	2	2
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	7		3	2	3	2
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	4	3	3	4	3	2
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	10	3	2	4	3	2
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	10	3	3	2	3	3

2003	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.
Stránky	9	3	3	3	4	3
Datum	10. 3.	18. 3.	26. 3.	3. 4.	11. 4.	19. 4.
Stránky	12	3	4	3	4	3
Datum	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.
Stránky	12	3	4		4	3
Datum	14. 7.	22. 7.	30. 7.	7. 8.	15. 8.	23. 8.
Stránky	5	3	3	3	3	3
Datum	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.
Stránky	10	4	4	3	4	3
Datum	13. 10.	21. 10.	29. 10.	6. 11.	14. 11.	22. 11.
Stránky	10	4	3	3	2	3

2005	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	10	4	4	4	3	3
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	8	3	6	3	4	4
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	6	3	3	4	4	4
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	4	3	4	4	4	4
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	6	4	6	3	3	4
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	6	5	5	3	4	4

2007	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	5	4	4	5	4	5
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	6	4	4	3	4	3
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	6		5	4	5	4
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	4	3	3	3	3	3
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	6	3	4	4	4	4
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	6	4	4	4	4	3

2009	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	6	3	4	4	4	3
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	6	3	4	3	3	3
Datum	27. 4.	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.
Stránky	5	3	4	4		3
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	5	3	3	3	4	3
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	4	2	2	2	2	4
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	4	2	2	2	2	4

2011	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	7	4	3	3	4	3
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	4	3	3	3	4	2
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	4	4	4	4	3	3
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	4	2	3	2	3	3
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	2	2	2	2	3	3
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	2	2	2	3	3	3

2013	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.
Stránky	4	2	2	3	2	3
Datum	11. 3.	19. 3.	27. 3.	4. 4.	12. 4.	20. 4.
Stránky	5	2	2	3	2	3
Datum	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.	10. 5.	11. 5.
Stránky	5	2		2	2	3
Datum	8. 7.	16. 7.	24. 7.	1. 8.	9. 8.	17. 8.
Stránky	4	3	3	3	4	3
Datum	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.
Stránky	4	2	2	3	2	3
Datum	14. 10.	22. 10.	30. 10.	7. 11.	15. 11.	23. 11.
Stránky	4	2	2	2	2	3

2015	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	2	1	1	1	1	2
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	2	2	2	2	2	2
Datum	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.
Stránky	4	2	2	2		2
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	2	2	2	2	1	2
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	2	1	1	1	2	2
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	1	1		2	1	2

## Mladá fronta Dnes

2001	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	11	5	4	5	5	5
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	11	5	5	4	5	4
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	11	5	5	4	4	4
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	5	4	3	3	3	3
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	10	4	3	3	4	5
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	10	7	6	5	4	4

2003	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.
Stránky	11	6	5	4	5	5
Datum	10. 3.	18. 3.	26. 3.	3. 4.	11. 4.	19. 4.
Stránky	11	5	4	5	5	3
Datum	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.
Stránky	9	5	4		6	4
Datum	14. 7.	22. 7.	30. 7.	7. 8.	15. 8.	23. 8.
Stránky	7	3	4	3	4	3
Datum	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.
Stránky	7	4	4	4	4	4
Datum	13. 10.	21. 10.	29. 10.	6. 11.	14. 11.	22. 11.
Stránky	12	4	4	4	4	2

2005	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	8	4	5	2	4	3
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	8	4	4	5	4	3
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	8	4	4	5	4	3
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	8	4	4	4	3	4
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	9	4	5	5	4	3
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	10	3	4	5	5	3

2007	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	8	6	5	4	4	3
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	8	4	5	5	5	4
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	7	6	6	5	5	4
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	8	3	3	3	3	5
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	9	4	5	5	5	4
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	10	4	5	6	5	4

2009	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	7	3	3	3	3	5
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	6	3	2	4	3	5
Datum	27. 4.	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.
Stránky	8	3	3	3	5	5
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	9	3	3	3	5	3
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	9	3	3	5	4	4
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	9	2		3	4	3

2011	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	8	5	5	5	3	6
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	8	5	5	5	3	3
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	8	5	5	6	5	5
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	7	3	1	3	3	4
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	7	4	4	5	4	6
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	6	4	3	5	3	3

2013	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.
Stránky	5	5	5	6	3	4
Datum	11. 3.	19. 3.	27. 3.	4. 4.	12. 4.	20. 4.
Stránky	9	5	4	5	5	5
Datum	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.	10. 5.	11. 5.
Stránky	7	4		3	3	5
Datum	8. 7.	16. 7.	24. 7.	1. 8.	9. 8.	17. 8.
Stránky	7	3	3	3	4	5
Datum	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.
Stránky	7	2	3	5	3	4
Datum	14. 10.	22. 10.	30. 10.	7. 11.	15. 11.	23. 11.
Stránky	5	2	3	2	3	4

2015	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	5	2	4	3	3	4
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	5	2	2	4	3	3
Datum	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.
Stránky	6	3	3	4		6
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	4	3	3	4	5	5
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	5	3	3	3	4	5
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	4	4		3	3	5



## Právo

2001	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	6	3	3	3	2	2
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	6	3	2	2	2	2
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	6		5	2	3	2
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	5	3	2	2	3	2
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	6	4	2	2	3	3
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	7	4	2	2	3	2

2003	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.
Stránky	7	3	3	3	3	3
Datum	10. 3.	18. 3.	26. 3.	3. 4.	11. 4.	19. 4.
Stránky	7	3	2	3	4	3
Datum	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.
Stránky	6	4	4		4	3
Datum	14. 7.	22. 7.	30. 7.	7. 8.	15. 8.	23. 8.
Stránky	4	4	3	3	3	3
Datum	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.
Stránky	7	5	4	3	4	3
Datum	13. 10.	21. 10.	29. 10.	6. 11.	14. 11.	22. 11.
Stránky	7	4	5	3	3	4

2005	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	9	4	4	4	4	4
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	8	5	4	4	4	4
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	9	5	4	4	5	4
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	8	4	3	3	4	3
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	9	4	4	4	4	4
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	9	4	4	4	4	3

2007	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.
Stránky	8	3	3	3	5	3
Datum	12. 3.	20. 3.	28. 3.	5. 4.	13. 4.	21. 4.
Stránky	8	3	3	3	3	3
Datum	30. 4.	1. 5.	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.
Stránky	8		5	3	3	3
Datum	9. 7.	17. 7.	25. 7.	2. 8.	10. 8.	18. 8.
Stránky	6	3	3	3	3	4
Datum	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.	13. 10.
Stránky	8	4	4	3	4	4
Datum	15. 10.	23. 10.	31. 10.	8. 11.	16. 11.	24. 11.
Stránky	8	4	3	3	4	4

2009	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	7	4	4	5	3	3
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	8	4	3	3	4	3
Datum	27. 4.	28. 4.	29. 4.	30. 4.	1. 5.	2. 5.
Stránky	8	3	3	3		3
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	5	4	3	3	3	3
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	8	3	3	3	3	3
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	8	3		3	3	3

2011	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	7. 3.	8. 3.	9. 3.	10. 3.	11. 3.	12. 3.
Stránky	8	3	3	3	3	3
Datum	14. 3.	22. 3.	30. 3.	7. 4.	15. 4.	23. 4.
Stránky	7	3	3	3	3	3
Datum	2. 5.	3. 5.	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.
Stránky	7	4	3	4	3	3
Datum	11. 7.	19. 7.	27. 7.	4. 8.	12. 8.	20. 8.
Stránky	5	3	3	3	3	4
Datum	3. 10.	4. 10.	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.
Stránky	7	3	3	3	3	4
Datum	10. 10.	18. 10.	26. 10.	3. 11.	11. 11.	19. 11.
Stránky	7	3	3	3	3	3

2013	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.	8. 3.	9. 3.
Stránky	7	3	3	3	2	3
Datum	11. 3.	19. 3.	27. 3.	4. 4.	12. 4.	20. 4.
Stránky	7	3	3	3	3	3
Datum	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.	10. 5.	11. 5.
Stránky	7	3		4	3	3
Datum	8. 7.	16. 7.	24. 7.	1. 8.	9. 8.	17. 8.
Stránky	6	1	2	3	3	2
Datum	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.	11. 10.	12. 10.
Stránky	5	3	3	3	2	3
Datum	14. 10.	22. 10.	30. 10.	7. 11.	15. 11.	23. 11.
Stránky	6	3	3	3	3	3

2015	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek	Sobota
Datum	2. 3.	3. 3.	4. 3.	5. 3.	6. 3.	7. 3.
Stránky	7	3	3	4	3	3
Datum	9. 3.	17. 3.	25. 3.	2. 4.	10. 4.	18. 4.
Stránky	8	3	3	4	3	3
Datum	4. 5.	5. 5.	6. 5.	7. 5.	8. 5.	9. 5.
Stránky	7	4	4	4		4
Datum	13. 7.	21. 7.	29. 7.	6. 8.	14. 8.	22. 8.
Stránky	4	3	3	4	3	3
Datum	5. 10.	6. 10.	7. 10.	8. 10.	9. 10.	10. 10.
Stránky	7	3	3	4	3	3
Datum	12. 10.	20. 10.	28. 10.	5. 11.	13. 11.	21. 11.
Stránky	7	3		4	3	3