

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Mgr. et Mgr. Marta Chladová

**Sebepojetí současných českých
sportovních novinářů**

Disertační práce

Praha 2023

Autorka práce: Mgr. et Mgr. Marta Chladová

Školitelka: doc. PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Bibliografický záznam

CHLADOVÁ, Marta (2023). *Sebepojetí současných českých sportovních novinářů*. Praha. Disertační práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí disertační práce doc. PhDr. Alice Němcová Tejkalová, Ph.D.

Abstrakt

Profese sportovních novinářů se podle odborné literatury v různých směrech vymyká standardům žurnalistické praxe. Obsah, forma a důležitost jejich práce bývá zpochybňována. Sportovní redakce často pracují podle pravidel, jež nejsou typická pro zbytek daného média, fungují ve „vlastním světě“. Disertační práce ukazuje, jak svou profesi vnímají sami sportovní novináři a novinářky. Kvalitativní výzkum založený na hloubkových rozhovorech s bývalými i aktivními sportovními novináři z různých typů médií obecně popisuje jejich práci a akcentuje výjimečné rysy profese, jež by mohly objasnit jejich postavení v žurnalistické hierarchii a odhalit případná specifika, která sami žurnalisté vnímají jako relevantní. Pro analýzu byla využita metoda zakotvené teorie, jejímž prostřednictvím se v práci definuje ústřední i další hlavní témata, která rezonují na akademické půdě i mimo ni a spoluutvářejí obraz sportovních novinářů. Cílem výzkumu je především odpovědět na otázku, jaké je profesní sebepojetí českých sportovních novinářů. Disertační práce je souhrnem zjištění, která se týkají každodenního života českých sportovních novinářů, s důrazem kladeným na charakteristiku klíčových specifik jejich profese a pracovního prostředí.

Klíčová slova

sportovní novináři, sportovní novinářky, sportovní žurnalistika, zakotvená teorie

Abstract

The profession of sports journalists, according to the literature, is in various ways outside the standards of journalistic practice. The content, form and importance of their work is often questioned. Sports editorial offices tend to work according to rules that are not typical of the rest of the media; they operate in a 'world of their own'. This dissertation reveals how sports journalists themselves perceive their profession. The qualitative research, based on in-depth interviews with former and active sports journalists from different types of media, describes their work in general terms and highlights the unique features of the profession that might enlighten their position in the journalistic hierarchy and identify any specifics that the journalists themselves perceive as relevant. The grounded theory method has been used for the analysis, through which the thesis defines the central and other major themes that resonate in and out of academia and co-create the image of sports journalists. The main aim of the research is to answer the question what the professional self-concept of Czech sports journalists is. The dissertation is a summary of findings concerning the everyday life of Czech sports journalists, with an emphasis on the characteristics of the key specifics of their profession and work environment.

Keywords

Sports journalists, Sports female journalists, Sports journalism, Grounded theory

Rozsah práce: 338 713 znaků (188 NS)

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila 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 25. září 2023

Mgr. et Mgr. Marta Chladová

Poděkování

Ráda bych za důvěru, podporu a konstruktivní kritiku poděkovala své školitelce doc. PhDr. Alici Němcové Tejkalové, Ph.D., která si na mě ve svém nabitém programu vždy našla čas a jejíž nadšení pro sportovní žurnalistiku mi bylo velkou inspirací. Obrovské díky pak patří mým úžasným rodičům, kteří při mně vždy stáli a zůstanou pro mě nedostižnými vzory. Za všechny inspirativní hovory a pomoc jsem vděčná kolegyním a dvěma žižkovským bohyním (díky Adél, Ester, Katko a Verčo). Upřímně poděkovat bych chtěla také všem sportovním novinářům a novinářkám, kteří se stali součástí mého výzkumu. Děkuji rovněž svým báječným dětem, bez nichž by to bylo celé mnohem kratší a méně napínavé. Z hloubi srdce pak děkuji svému muži, že mi vždycky věřil a nikdy se mě nepřestal ptát. Ano, lásko, už to mám napsaný.

Obsah

OBSAH	7
ÚVOD	9
1 TEORETICKÁ ČÁST	13
1.1 Vymezení základních teoretických konceptů	13
1.1.1 Novinářská profese	13
1.1.2 Profesní sebepojetí	16
1.1.3 Sportovní novinář	18
1.2 Sportovní žurnalistika v akademickém diskurzu.....	18
1.2.1 Mezinárodní výzkum sportovní žurnalistiky	19
1.2.2 Český výzkum sportovní žurnalistiky.....	21
1.3 Specifika profese sportovních novinářů	23
1.3.1 Postavení sportovních novinářů	24
1.3.1.1 Oddělení hraček	24
1.3.1.2 Profese sportovních novinářů	28
1.3.1.3 Vztah sportovních novinářů a PR pracovníků	30
1.3.1.4 Čeští sportovní novináři.....	33
1.3.2 Proměny pracovních rutin.....	39
1.3.2.1 Technologické změny	40
1.3.2.2 Sociální sítě.....	45
1.3.3 Genderová tematika	47
1.3.3.1 Situace v zahraničí	48
1.3.3.2 České sportovní novinářky	53
1.4 Shrnutí teoretické části	55
2 VÝZKUMNÁ ČÁST	59
2.1 Cíle výzkumu.....	59
2.2 Použitá metoda	60
2.2.1 Metoda zakotvené teorie	60
2.2.2 Kódování v rámci zakotvené teorie	62
2.2.3 Techniky zvyšování teoretické citlivosti	66
2.2.4 Limity využití zakotvené teorie	67
2.3 Způsob sběru a zpracování dat	68
2.3.1 Polostrukturovaný hloubkový rozhovor	68
2.3.2 Popis sběru dat	69

2.3.3	Výzkumné rozhovory a jejich kódování	70
2.4	Výzkumný soubor	71
2.4.1	Představení respondentů	71
2.4.2	Etika	72
2.5	Limity výzkumu	73
3	VÝSLEDKY VÝZKUMU: MODEL PROFESNÍHO SEBEPOJETÍ ČESKÝCH	
	SPORTOVNÍCH NOVINÁŘŮ	75
3.1	Základní popis modelu	75
3.2	Ústřední kategorie: Práce jako koníček	79
3.3	Dobrá parta	85
3.4	Znevažování sportovní novinářiny	89
3.5	Maskulinní prostředí	91
3.5.1	Mužský svět a předsudky	92
3.5.2	Jiný pohled žen	96
3.5.3	Interakce se sportovci	99
3.5.4	Rodičovství jako komplikace	103
3.6	Kariéra	106
3.6.1	Změna rychlosti profesního růstu	106
3.6.2	Událostní žebříček	110
3.7	Náročnost práce	112
3.7.1	Časové vytížení	113
3.7.2	Nové technologie	117
3.7.3	Sociální síť	120
4	DISKUZE VÝSLEDKŮ	124
4.1	Sport je zábava a práce radost	124
4.2	Budování prestiže sportovních novinářů	125
4.3	Sportovní novinářky narazily na strop	127
4.4	Náročnost práce se stupňuje	129
4.5	Kariérní vrcholy ve sportu	130
4.6	Shrnutí diskuze	131
	ZÁVĚR	134
	SUMMARY	138
	POUŽITÁ LITERATURA	140
	SEZNAM PŘÍLOH	167
	PŘÍLOHY	167

Úvod

Na první pohled se může zdát, že výzkum českých sportovních novinářů a novinářek nemusí být dostatečně přitažlivým a nosným tématem pro disertační práci. Opak se, věřím, ukáže pravdou. Množství zahraničních studií a přehledových publikací z vědeckého prostředí věnující se sportovní žurnalistice jsou přesvědčivým důkazem toho, že zajímavých témat souvisejících s prací sportovních novinářů se nabízí velké množství¹. Rovněž zájem tuzemských autorů a autorek, kteří se této problematice na akademické půdě výzkumně věnují², je rozsáhlý a z mého pohledu postihuje většinu klíčových témat. Výzkum soustřeďující se na komplexní profesní sebepojetí českých sportovních novinářů a novinářek však v předcházejícím výčtu chybí. Předkládaným textem bych tak chtěla přispět k prohloubení poznání v rámci oboru.

Zahraníční i české odborné texty zkoumající sport a média jsou velmi často oborově nevyhraněné a využívají poznatků a přístupů dalších vědních disciplín jako je například sociologie, psychologie, historie, kinantropologie, ekonomie či mezinárodní vztahy. Toto pro sportovní žurnalistiku typické mezioborové rozkročení vnímám jako velmi obohacující, a přestože je má práce primárně zakotvena v oboru mediálních studií a žurnalistiky, lze v ní rovněž nalézt různorodou inspiraci jinými hlavně společenskovědními odvětvími.

Sportovní žurnalistikou se zabývám dlouhodobě. V rámci magisterského studia jsem obhájila diplomovou práci, která se zaměřila na mediální reprezentaci národní identity v průběhu fotbalového mistrovství Evropy (Fialová, 2011). Jedním z cílů textu bylo přispět k hlubšímu poznání této problematiky a doplnit tehdejší mozaiku českých a zahraničních prací, které zobrazují sportovní žurnalistiku jako specifický a v mnoha směrech svébytný typ novinářiny, který se vymyká svou formou i obsahem.

Diskurzivní analýza obsahu sportovních článků mě tehdy přivedla k otázce, zda se i jejich autoři něčím neodlišují od ostatních, tj. nesportovních novinářů. Během studia jsem poznala několik redaktorů ze sportovních rubrik deníků a jejich práce mě upřímně

¹ Např. Hardin a Billings, 2022; McEnnis, 2022; Harrison a Dicaro, 2021; Steen et al., 2021; Bradshaw a Minogue, 2020; Washburn a Lamb, 2020; Billings, Butterworth a Turman, 2018; Billings, 2017, 2014, 2011; Steen, 2015; Andrews, 2014; Toney, 2013; Wenner (ed.), 2013, 1989; Hutchins a Rowe, 2012; Boyle a Haynes, 2009; Boyle, 2006; Rowe, 2004; Horne, Tomlinson a Whannel, 1999; Whannel, 1992.

² Např. Lukšů, 2022; Trunečka, 2021; Turková, 2021; Macková, 2020; Němcová Tejkalová, 2012; Děkanovský, 2008; Slepíčka a kol., 2010; Sekot, 2006.

fascinovala. Když jsem po letech zvažovala doktorské studium, oslovila mě právě možnost pokračovat ve výzkumu sportovní žurnalistiky. Na rozdíl od předchozího výzkumu jsem se rozhodla, že právě novináři a novinářky, kteří zasvětili svůj profesní život sportu, budou klíčovými postavami mé disertační práce. Na základě důkladné rešerše a odborných diskuzí se školitelkou jsem se nakonec rozhodla zaměřit přímo na sebepojetí sportovních novinářů a novinářek. Cílem bylo prostřednictvím jejich výpovědí postihnout podstatu a charakter jejich práce, pochopit jejich přístup a vnímání sportovní žurnalistiky a přiblížit do hloubky jejich profesní vývoj.

Následující studium literatury jsem mi ukázalo, že dosavadní pokrytí tématu v rámci českého bádání je spíše roztržité a zcela chybí nějaký komplexnější pohled na tuto problematiku. Existuje množství dílčích (převážně studentských) prací, jež se věnují například výrazným průkopnickým postavám českého sportovního novinářství (Pavelková, 2013; Marek, 2012; Famfulíková, 2007; Malina, 1985;) nebo historickému vývoji sportovní žurnalistiky v českých zemích (Lukšů, 2022, 2011; Tylšar, 2019; Charvát, 2018; Rybář, 2017; Řanda, 2017; Michna, 2016; Vokáč, 2011; Záruba, 1989), nicméně systematický pohled zaměřený na současné české sportovní novináře zatím v rámci akademického výzkumu stále schází.

Řada dřívějších výzkumných prací je podobně jako moje disertace postavena na rozhovorech s žurnalisty specializujícími se na sport, ovšem tyto výzkumy jsou zaměřeny na vybraná dílčí témata (např. Hobzová, 2023; Borovský, 2021; Zoubková, 2020; Ustohal, 2019; Hilbertová, 2016; Stránský, 2016; Fojtů, 2011). V posledních letech se také zvýšil zájem studujících o specifické postavení sportovních novinářek (Jenčková, 2020; Koreis, 2017; Janeczek, 2016; Ondřejková, 2013). Z výše uvedených prací se předkládané disertaci svým pojetím a obecnějším uchopením nejvíce přibližují texty Ilony Hobzové (2023), Ludka Stránského (2016) a Ondřeje Tomka (2000). Práce Stránského a Tomka pokrývají 80. a 90. léta minulého století, lze tedy konstatovat, že na ně můj výzkum částečně navazuje.

Analýza zahraniční odborné literatury pak jasně ukazuje, že je mnou zvolené téma relevantní a velice aktuální. Sportovní žurnalisté a žurnalistky, jejich rutiny, postavení v redakci, specifika jejich práce, motivace a další témata byla sledována v množství zajímavých a objevných výzkumů (např. García et al., 2022; McEnnis, 2022; English, 2021; Steen et al., 2021; Abisaid a Li, 2020; Daum a Scherer, 2018; Genovese, 2015; English, 2014; Sherwood a Nicholson, 2013; Rowe, 2007; Salwen a Garrison, 1998 a další). Touto i další odbornou literaturou jsem se inspirovala při přípravě disertační

práce, jejímž prostřednictvím bych chtěla prohloubit a rozšířit znalosti o současné české sportovní žurnalistice. Svým výzkumem a formulovaným teoretickým modelem bych chtěla přispět k jejímu odbornému zakotvení.

Původní okruhy témat, které byly základem otázek kladených³ v rozhovorech, vycházely z odborné literatury i ze zkušeností sportovních novinářů a novinářek, se kterými jsem se osobně znala. Zajímala mě jejich individuální cesta ke sportovní žurnalistice, vzdělání, první zážitky, úspěchy, ale i problémy či profesní rutiny. Hned od začátku jsem se rovněž ptala na to, zda vnímají specifika tohoto typu žurnalistiky, jaké mají vztahy mezi sebou a se sportovci a jaké postavení mají v tomto oboru ženy. Zjišťovala jsem rovněž, jak hodnotí využívání stereotypů a klišé nebo jak nazírají problematiku fanouškovství v případě národního týmu⁴, což se vzhledem k literatuře věnující se sportovní žurnalistice nabízelo. Klíčová pro mě byla i otázka, zda a proč je sportovní žurnalistika baví.

Přestože jsem výše popsaná témata zachovala a refletovala je ve všech uskutečněných rozhovorech, snažila jsem se při jejich pokrytí jít do hloubky i šířky a zejména jsem se snažila rozvíjet nová témata, která se díky volnému vyprávění postupně vynořovala. Sama sobě i respondentům jsem pak kladla specifitější otázky. Jakou roli hrál vztah ke sportu při volbě studia/práce? Jak se cítí sportovní novinářky v převážně mužských kolektivech sportovních redakcí? Vnímají nějaké předsudky nebo znevýhodnění ze strany ostatních redakčních kolegů? Nebo třeba sportovců? Jaké kariérní ambice novináři a novinářky mají? Který typ práce je baví nejvíc? Upřednostňují práci v redakci, nebo v terénu? Jak vnímají své úspěchy? Měří je kariérním žebříčkem, nebo účastí na klíčových sportovních akcích? Odlišuje se podle nich sportovní žurnalistika od jiných druhů novinářiny? Můžou vůbec s něčím srovnávat? Mají pocit, že se na ně kolegové z jiných redakcí dívají přezíravě? Pokud ano, co je podle nich důvodem této skepse k jejich práci, a vadí jim to?

Tyto a další otázky jsem pokládala svým informantům (v letech 2015 až 2021 jsem provedla celkem 42 rozhovorů s 21 sportovními novinářkami a 21 novináři), abych mohla

³ K tvorbě konkrétních otázek jsem přistoupila navzdory doporučení pro využití metody zakotvené teorie (viz kapitola 2.2.2 Kódování v rámci zakotvené teorie). Seznam příkladů konkrétních otázek je obsahem Přílohy č. 1.

⁴ V diplomové práci jsem například identifikovala prvky banálního nacionalismu, který novináři využívali v reportážích i jiných sportovních útvarech referujících o evropském fotbalovém mistrovství v souvislosti s českým národním týmem. Výjimkou nebyla ani stereotypizace herních stylů podle národní příslušnosti nebo mytizace odkazující na historické události nebo postavy (Fialová, 2011).

naplnit hlavní cíl disertační práce a ukázat, jak sebe a svou profesi vidí současní čeští sportovní novináři a české sportovní novinářky. Zaměření výzkumu reflektuje i název mé práce, který využívá slova *sebepojetí*. V titulu dále používám generické maskulinum „novináři“ a ani na následujících stranách se mu občas s ohledem na přehlednost a plynulost textu nevyhnu. Snažím se tak činit jen výjimečně, protože jsem si vědoma toho, že tím mohu přispívat k udržování určitých genderových stereotypů. Využití generického maskulina se navíc netýká jen novinářů, ale rovněž diváků, výzkumníků, nebo sportovců a prosím v tomto směru čtenáře i čtenářky, aby byli shovívaví a nahlíželi na využití generického maskulina jako na nástroj pomáhající udržet určitou subtilnost textu.

Práce je rozdělena do tří hlavních celků. První teoretická část přibližuje stěžejní témata práce, jak jsou nastíněna v tuzemské i zahraniční literatuře. Podkapitoly se konkrétně zaměřují na specifika sportovní žurnalistiky (postavení sportovních novinářů, náročnost práce, nesoulad práce s osobním životem), proměny pracovních rutin a genderovou problematiku (postavení žen novinářek, překážky v jejich práci, harmonizace práce a mateřství). Následující výzkumná část přibližuje nejen způsob sběru dat (hloubkové rozhovory) a podobu výzkumného vzorku, ale zejména rozebírá zvolenou metodu výzkumu, kterou se stala zakotvená teorie. Součástí je i stěžejní prezentace modelu *sebepojetí* současných českých sportovních novinářů zahrnující ústřední i všechny navazující kategorie, které byly vytvořeny na základě pečlivého kódování všech 42 hloubkových rozhovorů. Podrobně v rámci formulované teorie malého dosahu popisují utvořené kategorie a vysvětlují jejich vzájemné vztahy. Neméně důležitou částí textu je navazující diskuze výsledků, která propojuje prezentovaná zjištění se závěry teoretické části. Výsledky mého zkoumání jsou tak s relevantní odbornou literaturou srovnávány, hodnoceny a nakonec zařazeny do celkového kontextu.

Hlavním přínosem práce by mělo být vytvoření celistvého portréту profesního *sebepojetí* českých sportovních novinářů a novinářek. Disertační práce shrnuje související české a zahraniční výzkumy i studie a propojuje je se zjištěními vycházejícími z originálních primárních dat. Ve středu mého zájmu stojí současní čeští sportovní novináři a současné české sportovní novinářky a doufám, že tato práce přispěje k hlubšímu porozumění jejich profesi v celé její komplexnosti.

1 Teoretická část

Sportovní žurnalistika stojí v zájmu akademického výzkumu již několik desetiletí. Z tohoto důvodu jsem se při teoretickém zakotvení této práce rozhodla pro spíše povrchní pohled do historie zkoumání a explicitně a hlouběji jsem se zaměřila až na témata, která plně souvisí s disertační prací, tedy se zabývají samotnými sportovními novináři a novinářkami.

Úvod mé disertační práce ve stručnosti shrnul nejdůležitější oborové publikace a cílem následujících kapitol je vymezit základní teoretické koncepty a ukázat různé směry výzkumu v rámci sportovní žurnalistiky. Text postavený na stěžejních publikačních výstupech mezinárodní a české produkce přiblíží základní témata oboru sportovní žurnalistiky. Nejedná se o vyčerpávající soupis, ale o výběr mířící na hlavní směry akademického výzkumu.

Na tuto primárně přehledovou část textu navazuje kapitola věnující se specifikům sportovní žurnalistiky s důrazem na její aktéry. V rámci podkapitol je definováno několik klíčových témat, která jsou poté podrobněji analyzována za využití relevantní odborné literatury. Popsán je mimo jiné například koncept „toy department“, dopady nových technologií na práci sportovních novinářů nebo genderová tematika v rámci sportovních redakcí.

1.1 Vymezení základních teoretických konceptů

1.1.1 Novinářská profese

Pokud budeme vycházet ze sociologického pojetí, je definování žurnalistiky jako profese problematické (Waisbord, 2013; McNair, 2004; Reifová (eds.), 2004; Aldridge a Evetts, 2003)⁵, protože nemá jasně stanovený soubor nutných znalostí a dovedností. Odborná literatura rovněž nenabízí žádnou „zavedenou“ definici novináře. Nemáme tak k dispozici popis, který by formuloval, co by měl žurnalista umět nebo jak by měla vypadat jeho profesní příprava. (Volek a Urbániková, 2017: 45). Jak uvádí *Slovník mediální komunikace*: „Označení ‚žurnalista‘ není v řadě zemí nijak chráněno, není

⁵Mnoho výzkumníků se také podrobně zabývalo definováním samotné žurnalistiky (Starr, 2012; Fitzgerald a Housley, 2010; McNair, 2004). Například Brian McNair (2004: 12-14) vidí žurnalistiku jako „cílevědomě vytvářené vyprávění“ a zmiňuje pojmy jako pravdivost, přesnost, novost, autorství nebo ideologie.

vázáno na žádnou formu certifikace a za žurnalistu se může označit každý.“ (Köppllová, Reifová a Jiráková, 2004: 322).

Osvaldová (2017: 160) uvádí pod heslem novinář následující: „Profesní označení s několika základními významy; 1. pracovník zaměstnaný v médiích, tj. novinář z povolání, řádný člen redakce; 2. v obecnějším smyslu i externí, smluvně vázaný spolupracovník tisku, rozhlasu, televize či agentur nebo také tzv. volný novinář, který nemá žádnou smlouvu s redakcí a nabízí své materiály pouze jednorázově. [...]“

Když novináře pro potřeby svého výzkumu vymezili autoři projektu *Worlds of journalism* (WJS), neopomněli zdůraznit, jak velkou roli hrají národní hranice. Za novináře totiž může být stejně dobře považován striktně pouze žurnalista specializující se na hard news, aktivní publikující občan, nebo člověk využívající klasických novinářských technik při zpracování informací, které pak prezentuje kupříkladu na sociálních sítích (Hanitzsch et al., 2019: 9). Možností je nepřeborně, a proto se autoři mezinárodní studie rozhodli neomezit výzkum jen na profesionální novináře věnující se ať už hard news, nebo soft news, kteří jsou zaměstnanci mediálních domů. Na druhou stranu nechtěli do výzkumu zahrnout úplně laiky, a proto nakonec zvolili pojetí, kdy za novináře považují jednotlivce, kteří přispívají k šíření zpravodajského obsahu, přičemž odměna za tuto práci tvoří minimálně polovinu jejich příjmu, bez ohledu na to, jestli jsou zaměstnaní nebo pracují na volné noze (Hanitzsch et al., 2019: 9–10).

Pokud bychom tedy chtěli shrnout základní znaky, které lze použít k popisu a vymezení novinářů, jednalo by se o povahu jejich činnosti, lokalizaci podle typu média a smluvní vztah s vydavatelem. Obecně lze považovat za profesionály, kteří shromažďují, editují a šíří aktuální informace publiku (Deuze 2005; Knight et al. 2008; Volek a Urbániková, 2017). Tradičně organizovaný zpravodajský průmysl už podle Marka Deuzeho (2019) nehraje tak důležitou roli a novinářinu lze vnímat jako proces důsledného ověřování informací a řemeslného vyprávění přesvědčivých příběhů, které díky tomu mají v životě lidí význam.

V českém tiskovém zákoně není novinářská profese uvedena a pro výkon povolání není vyžadováno žádné povolení (Osvaldová, 2017: 160). Z toho důvodu je žurnalistika některými odborníky (Volek a Urbániková, 2017; Nicey, 2016; Ryfe, 2009; Weaver et al., 2007; Jiráková a Volek, 2006) vnímána spíše jako semi-profese s nejasnou hranicí mezi řemeslem, uměním a politickou činností, která má navíc velmi volné profesní standardy. Žurnalistická činnost je v tomto smyslu příkladem „tekutého povolání“, které uniká silnějšímu profesní ukotvení. Podle Voleka a Urbánikové (2017: 45) navíc přetrvává spor

o to, „zda má novinář speciální společenské poslání, spojené s obhajobou vyšších civilizačních hodnot, nebo jde o činnost, která má primárně řemeslnou povahu“ a vyžaduje zejména rutinní zvládnutí profesních dovedností.

Někteří z výzkumníků a výzkumnic participujících na projektu WJS, navázali na výsledky novinářské studie v dalších textech a mimo jiné definovali tzv. periferní novináře. Zejména s růstem online žurnalistiky a významu sociálních sítí se totiž ukázalo jako důležité znovu redefinovat, kdo může a nemůže být považován za novináře. Do hledáčku výzkumníků se dostali blogeri, občanští žurnalisté nebo třeba influenceři.

Komparativní studii založenou na rozhovorech s 18 novináři z Austrálie, Německa a Velké Británie nabídla ve svém článku trojice autorů – Aljosha Karim Schapals, Phoebe Maares a Folker Hanusch, jež se zaměřila na motivaci periferních aktérů zabývat se novinářinou a jejich definici žurnalistiky v digitálním věku. Výsledky výzkumu ukázaly, že motivace periferních novinářů jsou totožné s těmi, které akcentují profesionální novináři (Schapals, Maares, Hanusch, 2019: 23). Je to například vášeň pro psaní nebo novinářskou profesi, splnění dětského snu, touha poznávat lidské příběhy nebo dávat hlas těm, kteří ho nemají. Žurnalistiku pak idealisticky definovali jako „společenské dobro“ (Schapals, Maares, Hanusch, 2019: 27).

Phoebe Maares a Folker Hanusch dále rozpracovali téma periferních novinářů na příkladu německých a rakouských lifestylových influencerů prezentujících se na Instagramu. Ti, ačkoliv se vyskytují na okraji (periferii) novinářského pole, jsou jeho důležitou součástí. Ve studii dotazovaní semi-profesionálové zabývající se lifestylovými tématy mnohdy sami sebe vůbec neoznačovali za novináře s odkazem na nezpracovávání seriózních témat a nedodržování etických zásad novinářské práce. (Maares a Hanusch, 2020: 271). Právě kvůli jejich lokalizaci mimo standardizovaný novinářský svět jsou tito semi-profesionálové často označováni za periferní aktéry/novináře.

Zajímavé pojetí periferních aktérů představily v českém prostředí Lenka Waschková Císařová s Monikou Metykovou (2020) v článku věnujícím se kameramanům, kteří jsou v akademickém diskurzu spíše přehlíženi, přestože je autorky popisují jako plnohodnotné profesionály patřící do novinářského pole. To potvrdily i výpovědi jejich respondentů, kteří si jsou vědomi novinářských hodnot výstupů své práce, přestože sami sebe za novináře nepovažují. Perifernost své činnosti však akcentují a zdůrazňují vedoucí roli redaktorů, jimž se přizpůsobují a podřizují (Waschková Císařová a Metyková, 2020: 851).

Podobně vyčlenění se cítili na počátku své online kariéry respondenti Tamase Tofalvyho, který se ve svém článku z roku 2021 věnoval sebepojetí a profesionalizaci maďarských online novinářů. Autor se konkrétně zaměřil na redaktory prvních dvou online zpravodajských webů, kteří se v 90. let 20. století stali průkopníky online žurnalistiky v Maďarsku.⁶ Jejich profesionalizace a sebepojetí se vytvářely na pozadí debat týkajících se hodnot a principů online žurnalistiky. Nová technologická platforma, kterou využívali jako novinářský nástroj, byla veřejnosti víceméně neznámá, a proto online novináři v této době byli do značné míry outsidersy, kteří si teprve hledají profesní identitu (Tofalvy, 2021: 395).

Celkově je dosud prezentované pojetí periferních novinářů možné významově posunout a zvažovat, zda i sportovní novináři kvůli tématům, kterým se věnují, nemohou být vnímáni jako novináři periferní a nevnímají tak také sami sebe. Pro potřeby disertační práce budu proto žurnalistiku považovat za profesi, a protože je sport pojímán jako oblast méně prestižní a okrajová, bude diskutován i výše popsáný koncept periferních aktérů. Protože stejně jako profesionální novináři věnující se např. regionálním, či lokálním tématům, nebo redaktoři a redaktorky zaměřující se na lifestyleová témata, může být v určitých aspektech i sportovní novinářina pokládána za periferní specializaci.

1.1.2 Profesní sebepojetí

Pro potřeby disertační práce používám pojem profesního sebepojetí, který nejlépe vystihuje podstatu informací, jež jsem získávala prostřednictvím rozhovorů s novináři a novinářkami pracujícími v rámci sportovních redakcí. Sebepojetí je přirozeně spojeno s rolí žurnalistiky v rámci dané společnosti, která se časem proměňuje. Novináři se musí přizpůsobovat lokálním situacím, a právě tyto okolnosti primárně definují a určují, jakých podob může jejich role ve společnosti nabývat (Hanitzsch et al., 2019: 161). Tým výzkumníků v rámci projektu WJS se zabýval žurnalistickými rolemi, aby ukázal profesní identitu novinářů, které se právě od nich odvíjí. Z normativního pohledu mezi novináři stále nejsilněji rezonují „klasické“ role – novináři jako „informátoři“, „reportéři“, „hlídači demokracie“, „investigativci“, „sledující“ a „vzdělavatelé“, na čemž

⁶ Tofalvy (2021: 395) popsal tři klíčové charakteristiky těchto novinářů. V první řadě psali nejdříve a výlučně pro online zpravodajské weby, zadruhé si práci organizovali velmi odlišně ve srovnání se zažitými rutinami a dělbu práce v klasických redakcích a zatřetí za pochodu hledali cesty a formulovali nová pravidla a systémová nastavení, která by byla funkční pro novou formu novinářiny – online žurnalistiku. Zejména poslední dvě zmiňované charakteristiky dobře ilustrují, jak spolu mohou souviset nové technologie a profesionalizace.

se ve výzkumu shodli novináři ze všech 67 zúčastněných zemí (Hanitzsch et al., 2019: 165). Novináři tak jasně demonstrují, že svou normativní žurnalistickou roli vidí stále nejvíce na politické aréně, zatímco z hlediska kognitivních rolí je na prvním místě monitorovací role, dále jsou zmiňovány role intervenční, akomodační a kolaborativní (Hanitzsch et al., 2019: 168–171).

Proměnou novinářských rolí v souvislosti s novými technologiemi a jinými společenskými změnami (např. COVID-19) se zabývalo hned několik výzkumníků (García et al., 2022; Tofalvy, 2021). Primární novinářská role z pohledu samotných novinářů zůstává nezměněná – novináři se považují za „zdroj ověřených informací“, což souvisí i s jejich úlohou „hlídačů demokracie“ a „propagátorů veřejné diskuze“ (García et al., 2022: 123). Thomas Hanitzsch (2011) představuje podobné pojetí a definuje pro svou klastrovou analýzu celkem čtyři koncepty „odloučený hlídací pes“ (ten dominuje), „populistický šířitel“, „kritický agent změny“ a „oportunistický zprostředkovatel“.

Mnohé texty (např. Hanitzsch, 2011) vychází při konceptualizaci společnosti pro potřeby vymezení novinářského pole z původního Bourdieuho (2005) přístupu. Odlišný kulturní a ekonomický kapitál v různých zemích může zásadně ovlivnit, jaké bude sebepojetí novinářů.

V českém prostředí se výzkumem profesního sebepojetí novinářů a novinářek zabývali například mediální odborníci Jan Jiráček a Jaromír Volek (2006). Jejich text se stejně jako předchozí prezentované studie zaměřuje na žurnalisty obecně, ale zjištění jsou z velké části platná i pro sportovní specializaci. Autoři hned v úvodu svého textu zmiňují, jakým turbulentním vývojem prošla definice profesní novinářské role. Poslední transformace se podle Jiráčka s Volkem uskutečnila v roce 1989, kdy se do médií navrátili zkušení novináři a novinářky a nastoupila nová mladá žurnalistická generace.

Tehdejší probíhající ekonomická a kulturní globalizace akcelerovala komercializaci mediální sféry a spolu s nástupem nových informačních a komunikačních technologií zapříčinila, že se žurnalisté museli přizpůsobit globálnímu systému komunikace, který novinářskou práci založenou na osobních výpovědích a svědectví rozšiřuje o naplňování určené administrativní role. „*Pozdně moderní žurnalisté jsou dnes nuceni spojit svou tradiční kritickou roli referentů o událostech a interpreta společenských jevů s technickými požadavky a možnostmi, které poskytují nové komunikační technologie,*“ (Jiráček a Volek, 2006: 22). Jedním z důsledků tohoto procesu je podle autorů i postupná deintelektualizace novinářského povolání. Jiráček s Volkem (2006: 36) dospívají ke konstatování, že novinářské profesní sebepojetí je

značně rozkolísané a většina českých novinářů se brání zařazení do jednoho profesně-hodnotového systému. U nás i ve světě dominantní liberální ideologii pak do značné míry odpovídá jediný výraznější přístup, jenž kombinuje „pátračské“ a „advokátské“ hodnoty novinářů (Jiráček a Volek, 2006: 37).

Profesní sebepojetí, tak jak ho pro potřeby disertační práce využívám, zahrnuje soubor představ, které mají sportovní novinářky a novináři o své profesi. Získané informace se nesnažím zobecňovat ani nevyvozují závěry, které by měly být obecně platné pro české (sportovní) novináře. Můj výzkum neaspiruje na předložení reprezentativního vzorku se zobecnitelnými výstupy a závěry. Zvolené výzkumná metoda vede k vytvoření substantivní teorie (více viz kapitola 2.2 Použitá metoda), která je platná právě pro v práci popsany vzorek sportovních novinářů.

Výpovědi sportovních novinářů a novinářek nemusí z vnějšího pohledu odpovídat realitě, ale posuzování shody mezi interním vnímáním a vyjádřenými názory a postoji zpovídaných novinářů není předmětem analýzy. Jak popisuje de Bruin (2004: 8) není podstatné, zda výroky respondentek a respondentů jsou, nebo nejsou pravdivé, protože u tohoto typu výzkumu jde především o to, jak konkrétní aktéři vnímají to, o čem vypovídají. V našem případě tedy svou pozici jakožto sportovních novinářů se všemi nuancemi jejich osobních příběhů, které spoluutváří sebepojetí jejich profese.

1.1.3 Sportovní novinář

Za sportovního novináře pro potřeby práce považujeme novináře, kteří se ve své pracovní náplni primárně zaměřují na sportovní tematiku. Sport je tedy jejich hlavním zaměřením – specializací. Specifika této specializace jsou podrobněji popsána v následujících teoretických kapitolách, které podrobně přibližují sportovní žurnalistiku i samotné sportovní novináře.

1.2 Sportovní žurnalistika v akademickém diskurzu

Všeobecně lze výzkum médií podle zaměření rozdělit do tří větších celků. Prvním je výzkum mediálních organizací, kam může spadat například zkoumání mediálních struktur, redakcí, rutin a také samotných médií a mediálních profesionálů. Druhou skupinou je výzkum mediálních obsahů, který často zahrnuje například zpracování různých druhů analýz mediálních sdělení. Třetí soubor tvoří výzkum mediálních publik a účinků médií, které jsou ve studiích často provázané. Tyto tři odlišně zaměřené

tematické skupiny výzkumu pokrývají všechny základní složky tvořící Lasswellův lineární model komunikace z roku 1948, který je složen ze série otázek: Kdo? Co? Komu? Jakým kanálem? S jakým efektem? Jejich zodpovězením jsme podle Lasswella (Reifová eds., 2004: 150) schopni zcela popsat komunikační akt. Právě díky své přehlednosti je přenosový model využíván také pro systematizaci celého oboru zabývajících se masovou a mediální komunikací. Jednosměrný komunikační model se dočkal několika revizí, ale jeho původní podoba je jako nástroj pro systematizaci oboru dostačující.

Stejné rozdělení je možné úspěšně aplikovat také na obor sportovní žurnalistiky, jak názorně ukázal například Lawrence Wenner (1998) ve své průlomové publikaci *MediaSport*. Můžeme tak definovat tři hlavní směry výzkumu sportovní žurnalistiky, kterými jsou mediální instituce, obsahy a publika. Akademické práce zabývající se jednou nebo vícero z popsaných výzkumných oblastí vznikají nepřetržitě již několik desetiletí. Ze začátku se přitom mediální odborníci studiu sportu v médiích spíše vyhýbali z důvodů, které budou přiblíženy v následujících kapitolách. Postupně se však akademické bádání zaměřené na sport stalo důležitou součástí mediálně-vědního výzkumu.

Následující dvě podkapitoly přinášejí historický a primárně deskriptivní pohled na vývoj sportovní žurnalistiky v akademickém diskurzu. Text v tomto případě pokrývá všechny tři výše definované směry výzkumu. Další kapitoly teoretické části práce se však již budou plně soustředit na výzkumnou oblast zabývající se výlučně producenty sportovní žurnalistiky, členy mediálních institucí, kteří vytvářejí sportovní mediální výstupy – sportovními novinářkami a novináři.

1.2.1 Mezinárodní výzkum sportovní žurnalistiky

Podíváme-li se do zahraničí, vidíme, že výzkum sportovní žurnalistiky a sportovních žurnalistů je rozsáhlý. Analýza sportu se stala zajímavou kvůli významné a stále rostoucí roli, kterou sport sehraává v rámci většiny světových kultur a společností. Již v devatenáctém století měla sportovní žurnalistika zásadní význam při vzniku organizovaného sportu jako moderního fenoménu. Služba to byla oboustranná, protože sport zase poskytl novinářům nový zdroj zpráv, díky kterému mohla vzniknout zcela nová skupina žurnalistů, kteří se na sport specializovali (Boyle a Haynes, 2009). V posledních několika desetiletích byl sport v masových médiích přítomen v takovém množství a rozsahu, že nemohl uniknout zájmu mediálních odborníků. Množství prací, které se dotýkají sportu a jeho mediální formy, rapidně vzrostlo a jejich záběr se dále rozšiřuje.

Pokud bychom chtěli časově určit období, kdy se výzkumníci začali mediovanému sportu věnovat seriózně a hlavně systematicky, byly by to 70. léta. Za průkopnickou lze označit studii Edwarda Buscombeho z roku 1975, která se věnovala televiznímu pokrytí fotbalu. Na stejné médium se zaměřil i kratší text Roye Peterse (1977). Ten už však není jen o fotbale, ale obecně o televizních pokrývání sportu. Na konci 70. let navíc vychází specializované číslo časopisu *Journal of Communication*, jehož ústředním tématem byl právě medializovaný sport (Horne, Tomlinson a Whannel, 1999: 167). Vztah médií a sportu byl obecně častým tématem odborných prací (viz např. Steen et al., 2021; Bernstein a Blain, 2002; Boyle a Haynes, 2000; Horne, Tomlinson a Whannel, 1999; Maguire, 1999; Whannel 1992; Barnett, 1990). Další bádání pak zpracovávalo například téma mediální prezentace sportu s dopadem na utváření národní identity (viz např. Bradshaw a Minogue, 2020; Allison, 2002; Robidoux, 2002; Duke a Crolley, 1996; Blain, Boyle a O'Donnell, 1993). Později se studie začínají dále tematicky zužovat. Pro výzkum sportovní žurnalistiky se stává atraktivním například téma genderu nebo etnicity (např. Antunovic, 2019; Bradshaw a Minogue, 2020; Nauright a Wiggins, 2017; Creedon, 2014, 1994; Bruce, 2013; Ferrucci et al., 2013; Kilvington, 2012; Cooky et al., 2010; Buysse a Embser-Herbert, 2004; Back, Crabbe a Solomos, 2001).

Sportovní zpravodajství a publicistika jsou dnes pevnou součástí mnoha novin, jež usilují získat a udržet si stabilní počet čtenářů na vysoce konkurenčním obchodním trhu. Nejinak je tomu v televizi, kde významné sportovní události, jako jsou olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale, běžně narušují stabilní program. O sportovního fanouška – čtenáře či diváka – bojují média komerční i veřejnoprávní, bulvární i seriózní (Blain a Boyle, 1998). Na úrovni národních států pak nabývají na důležitosti sportovní akce, které jsou vnímány jako podstatné s ohledem na národní identitu dané země.

Výzkum sportovní žurnalistiky se v zahraničí tematicky hluboce diverzifikoval. Je tedy možné najít celé kolekce výzkumů, které se zaměřují například jen na problematiku nacionalismu, stereotypizace nebo třeba mytizace v rámci sportovní žurnalistiky (např. Ferrucci a Tandoc, 2018; Billings et al., 2015; Buffington, 2012; Tzanelli, 2010; Poulton, 2004; Robidoux, 2002; Alabarces, 2001; Crolley, 2000; Maguire a Poulton, 1999). Mimo zájem odborníků nezůstává ani mediální pokrytí sportu handicapovaných (Jackson-Brown, 2020; Apeldo, 2017; Jackson et al., 2015) a vznikají také práce o identitě a LGBTQ+ komunitě zobrazování v rámci sportovní novinářiny (Holden et al., 2021; Bradshaw a Minogue, 2020; Kian a Anderson, 2015; Dashper, 2012; Hundley a Billings, 2010). V poslední době se navíc zvyšuje počet článků a publikací, které reflektují roli

nových médií ve sportovní žurnalistice (McEnnis, 2022; Abisaid a Li, 2020; Bradshaw a Minogue, 2020; Lambert, 2019; Daum a Scherer, 2018; English, 2016; Billings a Hardin, 2014).

Popularitu sportovní žurnalistiky mezi akademiky velmi dobře ilustruje také množství specializovaných odborných časopisů, které pravidelně vycházejí i několikrát do roka plné nových studií zabývajících se různými vybranými tématy z oboru. Z těch nejvýznamnějších bych zmínila *Communication and Sport*, *Journal of Sports Media*, *International Journal of Sport Communication*, *Journal of Sport & Social Issues*, *International Review for the Sociology of Sport* a *Sociology of Sport Journal*. V českém prostředí oborové články často vycházejí v časopise *Mediální studia*, nebo v primárně sportovně zaměřených časopisech jako jsou *Studia Sportiva*, *Česká kinantropologie*⁷ nebo *AUC Kinanthropologica*. Články věnující se sportovní žurnalistice však vycházejí i v klasických žurnalistických a komunikačních časopisech jako je *Journalism*, *Digital Journalism*, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *Journalism Studies*, *International Journal of Communication*, *Journalism Practise*, *Journal of Computer-Mediated Communication* nebo *Communication Research*.

Přístupy výzkumníků a výzkumnic jsou rozmanité, od malých kvalitativních studií jednotlivců po články autorských kolektivů založených na kvantitativních datech z velkých mezinárodních výzkumů. Typické pro studium sportu a médií je pak v úvodu disertace zmiňované oborové rozkročení, které umožňuje zasadit informace do relevantních společenských a sociálních souvislostí.

1.2.2 Český výzkum sportovní žurnalistiky

V českém prostředí je klíčovou mediálně vědní publikací širšího rozsahu a záběru kniha Jana Děkanovského *Sport, média a mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové* z roku 2008. Další významné publikace již přinášejí výzkumy zaměřené na konkrétní témata, jako je například sport handicapovaných (Macková, 2023; Němcová Tejkalová, 2012). Za zmínku stojí i práce sociologů se zájmem o sport jako je Dino Numerato (2018), Aleš Sekot (2006) nebo manželé Slepíčkovi (2010).

Výzkumné závěry týkající se české sportovní žurnalistiky je však možné dohledat rovněž v mnoha dílčích studiích uveřejněných v českých i zahraničních odborných

⁷ Autorka v některých zmíněných českých časopisech v minulosti publikovala (např. Fialová, Macková a Tejkalová, 2016; Chladová, 2018).

časopisech (např. Tejkalova a Kristoufek, 2021; Turková, Macková a Němcová Tejkalová, 2021; Trunečka, 2021; Macková a Turková, 2019; Botiková, 2018; Fialová, Macková a Tejkalová, 2016; Macková a Trunečka, 2015).

V českém prostředí pokrývá výzkum sportovní novinářiny bohatý korpus diplomových prací⁸, který dokazuje, že má sport velkou oblibu u studujících žurnalistiky a mediálních studií. Tyto práce je možné rozdělit do několika skupin podle témat, na která se zaměřují. Nejčastěji je možné se setkat s analýzami mediálních sportovních obsahů, ať již jde o různé mediální obrazy sportovců, klubů nebo sportovních událostí typu mistrovství světa, mistrovství Evropy, olympijské nebo paralympijské hry (např. Borková, 2021; Keimar, 2021; Špaček, 2019; Michovský, 2017; Fialová, 2011).

Oblíbené je rovněž studium jazykových prostředků typických pro sportovní žurnalistiku (např. Tinková, 2019; Kopečný, 2011; Jelínková, 2008; Havránková, 2006). Některé texty přibližují profesi nebo přímo práci sportovních novinářů (Borovský, 2021; Weinlichová, 2020; Bereň, 2014; Macková, 2012), jiné se pouští do popisu sportovních deníků, kanálů nebo vybraných sportovních žánrů (Dvořák, 2014; Kaufnerová, 2012; Hanzlík, 2011), další zkoumají prostředí sportovních redakcí (Zoubková, 2020; Fojtů, 2011) nebo sportovní komunikaci na sociálních sítích (Turková, 2021). V posledních letech se také objevují práce zaměřující se na genderová hlediska sportovní žurnalistiky (např. Doškářová, 2021; Hrbáčková, 2020; Jonáčková, 2020; Koreis, 2017; Ondřejková 2017; Janeczek, 2016; Kolečkářová, 2012).

Na základě studia literatury můžeme konstatovat, že v českém akademickém prostředí zatím chybí komplexnější výzkum, který by se věnoval primárně sportovním novinářům a jejich práci. Výjimku tvoří disertační práce Davida Lukšů (2007) *Počátky české sportovní žurnalistiky do roku 1918*, která je však, jak již z názvu vyplývá, primárně historickým příspěvkem, jehož hlavní ambicí bylo popsat vznik české sportovní žurnalistiky.

⁸ Následující výčet příkladů kvalifikačních prací není ani zdaleka vyčerpávající, protože sportovní žurnalistikou se v posledních letech výzkumně zabývalo velké množství studujících. Rozhodla jsem se proto primárně zařadit texty, se kterými v disertaci dále pracuji a považuji je za přínosné pro obor.

1.3 Specifika profese sportovních novinářů

Vzhledem k tomu, že se osobnost autorů v nějaké míře odráží v jimi produkováných mediálních sděleních, je podle Trampoty a Vojtěchovské (2010: 88) „*důležité zkoumat, kdo jsou pracovníci médií, zda určitá média zaměstnávají spíše ženy nebo muže, ze kterých sociálních vrstev se zaměstnanci jednotlivých typů médií rekrutují, jaká je jejich vzdělanost a jaké obory absolvovali, a také jak vnímají svou profesi, čím jsou motivováni, co je jejich kariéřním cílem a v neposlední řadě, zda jsou během své práce vystavováni nějakým tlakům (politickým, ekonomickým – ze strany zadavatelů reklam)*“. Právě proto se téměř všechny následující řádky budou zabývat právě sportovními novináři a novinářkami, vnímáním jejich profese zevnitř i zvenku, jejich pracovní každodenností i kariéřními výzvami.

Po nastudování literatury jsem se rozhodla seskupit dílčí témata do tří skupin. Nejprve se budu zabývat postavením sportovních novinářů a jejich redakcí, se kterým se pojí problematika nazírání sportovního zpravodajství jako druhořadého („soft news“) a celkový mírný despekt ze strany politických zpravodajů („toy department“) související rovněž s rizikovým překrýváním novinářiny a sportovního PR. V této části přiblížím rovněž samotné sportovní novináře, jak je vykreslují české i zahraniční výzkumy.

Další podkapitola bude sledovat proměny práce sportovních novinářů, a to zejména s ohledem na rozvoj nových technologií a nástup nových médií a sociálních sítí, které značně proměnily novinářské rutiny nejenom ve sportu. Změny budou popsány s ohledem na jejich pozitivní i negativní dopady na sportovní novináře. Zmíněna bude například zvyšující se rychlost a množství práce, tlak na všestrannost, ale i stoupající stres.

Závěrečným okruhem teoretické části je genderová tematika. Kapitola na základě rešerše odborné literatury přiblíží, jaké je postavení sportovních novinářek a částečně i zastoupení ženského sportu v médiích. Zahraniční studie nabídnou pohled přímo do nitra některých redakcí a poukážou na výzvy, případně překážky, či naopak benefity, se kterými mohou ve své profesi pracovat sportovní novinářky. Součástí této části bude i popsání stavu české sportovní žurnalistiky v otázce genderové vyváženosti. Reflexe různých výzkumných prací přinese vcelku kompaktní obraz, ve kterém rezonují obdobná témata jako v zahraničí.

1.3.1 Postavení sportovních novinářů

Aktivní sportování nebo přímé zkušenosti z profesionálního sportu nejsou pro vykonávání profese sportovních novinářů podmínkou, ale dozajista výhodou. Není proto překvapením, že se velké množství sportovních novinářů a novinářek rekrutovalo právě z řad sportovců. Zvláště v počátcích sportovní žurnalistiky bylo časté, že se pro některé závodníky, atlety a další sportovce psaní o sportu stalo vedlejší aktivitou a zálibou (Lukšů, 2011). Profesionalizace sportovní žurnalistiky byla pozvolná, ale svou pozici si v médiích postupně vydobyla.

1.3.1.1 Oddělení hraček

„Myslím, že vím, proč je editace (sportovních sekcí novin – pozn. autorky) tak sporadická. Myslím, že vím, proč jsou sportovní autoři postaveni do situace, která je pod úrovní jejich pozoruhodných kompetencí – protože tohle je sport, ‚oddělení hraček‘,“ cituje autor článku z roku 1988 tehdejšího prezidenta baseballové National League (a bývalého rektora Yalské univerzity) Bartletta Giammatiho (Dunham, 1988). Ten během svého projevu na výročním sjezdu amerických novinářů ostře kritizoval redakce, které podle něho sportovní obsah editují na základ výrazně nižších „laxních“ standardů, než je tomu ve zbytku novin. Nedostatečná editace se podle Giammatiho (Dunham, 1988) projevuje zejména nepřesnostmi, nedostatečnou odborností a nedůsledným rozlišováním faktů od názorů. Použité přirovnání k oddělení hraček našlo využití i v odborné literatuře.

V profesní novinářské hierarchii nepatřila sportovní specializace nikdy na vrchol váženosti, nedosahovala dostatečného uznání. Novináři, kteří se dennodenně věnují sportu, jsou sice ceněni profesionálové, ale z celkového pohledu patří jejich články mezi „soft news“. Mnoho autorů (Rowe, 2017, 2004; Steen, 2015; Lamble, 2011; Zion et al., 2011; Boyle a Haynes, 2009; Boyle, 2006) popisuje, že v interním prostředí novin sportovní žurnalisté bojovali s nálepkou těch „méněcenných“ a jejich postavení v redakci trpělo stereotypním pojmáním sportu jako triviálního tématu. Hojně užívané bylo v akademickém prostředí výše zmíněné označení sportovní redakce jako *oddělení hraček* („toy department“) v rámci mediálního zpravodajství, což odkazovalo zejména na zábavný a nenáročný obsah sportovního zpravodajství, jehož primárním cílem přece jen nebylo „hlídat demokracii“ (Rowe, 2004).

V literatuře jsou zmiňovány i pohrdavé pohledy odsuzující sportovní novinářinu jako „baštu snadného výdělků, lajdácké žurnalistiky a ‚měkkých‘ zpráv,“ (Boyle, 2006: 1).

S problematickým pojmáním sportovního zpravodajství jako obsahově a významově nedůležitého pracuje i výzkumnice Pamela Creedon (1994: 68): „*Sport byl tradičně viděn jako ‚soft‘ zpravodajství nebo zábava, což znamená, že měl nižší význam.*“ Tento způsob nahlížení mohl podle autorky ovlivnit mediální odborníky v tom smyslu, že studie věnující se sportovní žurnalistice nebyly akademickou obcí dlouhou dobu považovány za dostatečně významné a seriózní, a tudíž výzkum v rámci tohoto oboru nebyl pro mnohé vědce atraktivní. (Creedon, 1994).

Malou prestiž sportovní žurnalistiky mohla způsobit také její popularita mezi nižší společenskou třídou. Ačkoliv fanoušky sportu bylo možné nalézt napříč všemi společenskými vrstvami, tak nejnáruživějšími čtenáři byli ti méně privilegovaní. Navíc sportovní novináři mívali nižší vzdělání ve srovnání s ostatními novináři a byli často kritizováni za nedostatečnou profesionalitu v souvislosti s kamarádskými vztahy, které navazovali se sportovci (Beck a Bosshart, 2003: 15).

V roce 2002 provedl Soren Schultz-Jorgensen (Rowe, 2007) analýzu téměř 3200 sportovních článků z devíti dánských, švédských a norských deníků s cílem popsat jejich obsah, a tím získat určitý obecný obraz sportovní žurnalistiky ve Skandinávii. *International Sports Press Survey 2002* odhalila, že skandinávský sportovní tisk je převážně orientován na mužský sport a mužské čtenáře, převládá prezentace výsledků, shrnutí a pokrývání akcí, typický je nekritický přístup a minimální zájem o politiku nebo ekonomiku (Rowe, 2007).

O několik let později provedl shodný výzkum David Rowe (2007) v Austrálii a došel k obdobným výsledkům. V článku nicméně konstatuje, že sportovní žurnalistika má v rámci zpravodajských médií nelehké postavení, přestože je důležitá z ekonomického hlediska. Z marketingového hlediska by totiž k novinám měla čtenáře (především muže) přitáhnout, a ne je odradit. Z toho důvodu by sportovní žurnalistika měla být prosta konfliktních témat a celkově se vyhýbat potenciálně problémovým kauzám, ačkoliv jsou nedílnou součástí sportovního prostředí. V tomto ohledu se pak nelze divit, že Rowe došel k závěrům, že australský sportovní tisk „*se soustředí na předvídaní, popis a reflexi sportovních událostí, vyhýbá se problematickým sociálním tématům a radí se s prominentními lidmi ze sportu (zejména celebritami)*“,“ (Rowe, 2007: 400). Autor však dodává, že k obecnějším závěrům ohledně sportovní žurnalistiky, které by reflektovaly vývoj v čase i místní specifika různých zemí, by bylo zapotřebí plnohodnotné mezinárodní komparativní analýzy.

Rowe (2007) v závěru svého textu dodává, že klíčovou otázkou tedy není, zda je sportovní žurnalistika skutečně „oddělením hraček“ zpravodajských médií, ale zda jsou sportovní novináři spokojeni s tím, že dobrovolně fungují v izolovaném systému, jehož součástí je neustálá kritika jejich nedostatečné profesionality a celkové pohrdání jejich prací (Rowe, 2007: 401).

Také Bradshaw a Minogue (2020) se ve své publikaci zabývají nesrovnalostmi mezi náročností a kvalitou práce sportovních novinářů a jejich hanlivým označováním za „roztleskávačky“ nebo „fanoušky s psacími stroji“. Podle názoru mnohých výzkumníků (více např. Boyle, Rowe a Whannel, 2010) je příčinou právě zmiňovaný nízký profesní status, který dle vyjádření Bradshaw a Minogue (2020: 5) může vyvěrat z „*odporu nafoukaných intelektuálů a samozvaných arbitrů kulturního vkusu nebo čiré ignorance*.“ Přednosti sportovních novinářů, které jsou v rozporu se zmíněnou bagatelizací jejich profesního statutu, vyzdvihuje také James Toney (2013). Sportovní novináři jsou podle něj vzhledem k proměnlivosti sportovního světa nuceni kontinuálně rozšiřovat portfolio svých znalostí a jsou si vědomi toho, že píšou pro informované publikum, které je „*se škodolibou radostí upozorní na každou chybu nebo nepřesnost*.“ (Toney, 2013: 28).

Rovněž čeští novináři se podle dostupných informací setkávají s určitou mírou despektu. V novinářské branži jsou občas bráni jako „tělocvikáři mezi učiteli“ a jejich celospolečenská prestiž není příliš vysoká (Tomek, 2000). Přitom, jak popsal jeden z respondentů Tomkovy práce⁹, po řemeslné stránce by se prý mohli od sportovních novinářů učit všichni, protože sportovní praxe vyškolí každého novináře k pohotovosti a zručnosti. Sportovní novinář Jaroslav Beránek tento fakt dokládá historkou, ve které se redakce Lidových novin snažila zbavit sportovního novináře, který však výpověď nechtěl podepsat. Vedení ho tehdy „potrestalo“ převedením do domácí redakce, kde se z něj stal během několika týdnů natolik výkonný zpravodaj, že ho nakonec prosili, aby nikam neodcházel (Tomek, 2000: 14). Redaktor z tohoto příběhu tak v praxi potvrdil slova sportovní novinářky Natashi Woods, která v rozhovoru s Raymondem Boylem v roce 2005 uvedla, že „*dobrá sportovní žurnalistika je dobrá žurnalistika a dobrý sportovní novinář by měl být schopen jít do jakékoli sekce novin a pracovat v ní*.“ (Boyle, 2006: 167).

⁹ Ondřej Tomek (2000) provedl v rámci své bakalářské práce sérii novinářských rozhovorů se sportovními novináři za účelem popisu specifík české sportovní žurnalistiky v 90. letech. Ačkoliv se jedná o tvůrčí práci, a ne výzkumnou práci, rozhodla jsem se s textem pracovat a citovat některé z Tomkových respondentů. Ačkoli jsem si vědoma jejich limitů, text přináší jedinečné výpovědi, které jsou velmi zajímavé v komparaci s mými výsledky. Podrobněji viz kapitola 1.3.1.4.

U sportovních novinářů se podle Tomka (2000: 64) řeší i prestiž uvnitř redakcí. Podle Tomkova vlastního pozorování „*zástupci sportovní redakce jako by nebyli vnímáni jako plnohodnotní členové posádky jedné lodi,*“ proto se respondentů ptal, jak vycházejí s kolegy z jiných oblastí. Pětice jeho respondentů poukázala na individuální roviny takových vztahů a shodli se, že nikdo nenaznačuje, že by sportovní novináři byli nerovnoprávními členy redakce. Ovšem „*všude se vede jakýsi tichý boj o prostor sportu mezi jeho příznivci a odpůrci v řadách členů redakce,*“ (Tomek, 2000: 65). Tehdy čtyřicetiletý Pavel Procházka z deníku *Sport* popsal svou zkušenost následovně: „*Ze svého působení v Lidových novinách můžu říct jen to, že tam byl mezi intelektuálským vedením listu sport brán jako nutné zlo. Přitom si myslím, že dobré sportovní zpravodajství je plus pro kterékoliv periodikum,*“ (Tomek, 2000: 16).

Důležitým tématem, které je v literatuře opakovaně zmiňováno, je paradoxní postavení sportovní žurnalistiky, jež je na jedné straně ostatními redakcemi brána jako nerovnocenná (méněcenná) a na straně druhé je jednou z komerčně nejdůležitějších součástí novinového průmyslu (Washburn a Lamb, 2020; Toney, 2013; Boyle, 2006).

Právě komerční a PR potenciál¹⁰ je předností a zároveň slabinou sportovní žurnalistiky. Sportovní redakce mohou svou produkcí přinášet značný zisk, ale zároveň se musí vyrovnat s tlakem ze strany profesionálních tiskových zástupců sportovců a sportovních klubů, kteří chtějí své klienty zviditelnit. Sportovní novináři jsou v této souvislosti pod drobnohledem publika, které pečlivě sleduje, zda novináři někomu nefandí, někoho zbytečně nekritizují, nebo slepě neadorují (Boyle, 2017; English, 2014; Schultz-Jørgensen, 2005). Tento kritický přístup k práci sportovních novinářů je samotnými aktéry přijímán nelibě. Nelze se však divit, že je pobuřuje představa sportovní novinářiny porušující základní etické zásady žurnalistické praxe, která striktně odděluje zpravodajství od PR a inzerce. Bohužel právě vnímání sportovních novinářů jako „hračičků“, kterým jde spíš o sportovní zážitky než o novinářinu, přispívá k prohlubování již tak problematické pozice sportovních novinářů v rámci mediálních organizací.

Přestože tedy mnozí teoretici (Rowe, 2007; Toney, 2013) zdůrazňují, že sportovní žurnalistika už dávno není oním „hračkářstvím“, její pozice v rámci mediálního zpravodajství je zasloužená, výstupy profesionální a náročnost práce vysoká, tak určitý stín pochyb přetrval.

¹⁰ Postavení PR v rámci sportovní žurnalistiky bude podrobněji rozebráno v jedné z následujících kapitol (konkrétně 1.3.1.3).

1.3.1.2 Profese sportovních novinářů

„Je to nejlepší práce na světě, že? Cestujete po světě, sledujete velké sportovní akce zadarmo z těch nejlepších míst na stadionu, družíte se s hvězdnými hráči a sportovci, vaše jméno vidí v novinách a v televizi milióny lidí, a ještě vám za tato privilegia platí hodně peněz,“ tímto smyšleným popisem profese sportovního novináře začíná úvodní kapitola knihy Phila Andrewse (2014: 1). Autor hned vzápětí uvádí tuto naivní představu na pravou míru a vysvětluje, že realita přináší spíše tvrdou náročnou práci ve vypjatých uzávěrkách, dlouhou pracovní dobu ve dne či v noci, nutnost psát výstižně a přitom zábavně, rychle a mnohdy za obtížných podmínek. Výčet negativ práce pokračuje, a přesto podle Andrewse nehrozí, že by byl nedostatek nadšených adeptů sportovní žurnalistiky.

Že je sportovních novinářů pravděpodobně dostatek, nejlépe ukazuje International Sports Press Association (AIPS), mezinárodní profesní organizace sportovních novinářů zastupující celosvětově sportovní média, která sdružuje více než 9500 členů ze 161 zemí světa. Členům je vydávána karta AIPS, která je jako jediná oficiální tisková průkazka pro sportovní novináře uznávaná napříč všemi zeměmi (AIPS, 2021).

A kde se ti nadšení adepti a adeptky sportovní žurnalistiky berou? Podle všeho se přirozeně rekrutují z rodin, které mají pozitivní přístup ke sportu. Jon F. Nussbaum a Amber K. Worthington (2017: 178) se rolí sportu v rodinách podrobněji zabývali ve svém výzkumu. V úvodu textu se sami autoři představují jako děti ze sportovních rodin, kde bylo samozřejmostí se sportu věnovat aktivně i pasivně. Američtí výzkumníci dále upozorňují na to, že v mnoha rodinách je sport nedílnou součástí identity celé rodiny, jejíž členové se sportu věnovali jednak v mládí, ale nějakým způsobem i později v profesním životě. Nussbaum s Worthington (2017) představují tři charakteristiky sportu jako rodinné komunikace. Zaprvé nazírají sport jako rodinnou identitu a zkoumají důležité funkce, které sport v rámci rodin naplňuje. Popisují vzájemné pocity a porozumění, směřující k vnímání sportu jako rodinné aktivity, jež utváří její podstatu, a proto je klíčové se jich zúčastnit. Dále se autoři (Nussbaum a Worthington, 2017) zabývají sportem jako platformou mezigenerační výměny se speciálním důrazem na interakci mezi rodiči a dětmi. „Zatřetí prezentujeme sport jako generativitu [...] pokračování sportovní tradice rodiny,“ (Nussbaum a Worthington, 2017: 179).

Právě s rodiči v rámci rodiny většina dětí začíná se sportem. Sport je komunikačním tématem v mnoha rodinách až do dospělosti. Může být dokonce jedním z celoživotních

spojujících témat. Zejména pokud jde o vztahy otců a synů, je sport jedno ze silných pout, které jejich vztah pojí (Billings, Butterworth a Turman, 2018). Ani matky však nezůstávají v ústranní. Nussbaum s Worthington (2017: 182) zmiňují například termín „fotbalová máma“, který odkazuje na nálepku používanou v Americe především v polovině 90. let. Nabývala dvou kontradiktorních vyznění: pozitivního (starostivá matka podporující dítě ve sportovních aktivitách) a negativního (bílé matky s vysokým příjmem, které nemají nic lepšího na práci než vozit děti na tréninky v drahých autech).

Aktivní i pasivní vedení ke sportu ze strany rodiny může být důležitým základem, na kterém sportovní novináři a novinářky mohou stavět. Bez lásky ke sportu, který má kořeny právě v dětství a v rodině, by sportovní žurnalistiku jako možnou budoucí profesi třeba ani nezvažovali. Hluboce zakořeněný pozitivní vztah ke sportu navíc může být konstantou, která kompenzuje četné nevýhody této profese, jak již bylo naznačeno a bude popsáno níže.

Michael B. Salwen a Bruce Garrison (1998) se ve svém výzkumu zabývali tím, jaké oborové problémy vnímají sportovní novináři. Studie používala kombinaci standardizovaných dotazníků a navazujících hloubkových rozhovorů. Klíčovým zjištěním byl pocit odlišení a odcizení od ostatních zpravodajských redakcí. Podíváme-li se podrobněji na výsledky, můžeme si všimnout, že sportovní novináři řeší primárně profesionalitu, což může být výsledkem toho, že v minulosti byla sportovní novinářina hodnocena jako zábava častěji než jako seriózní žurnalistika, což je z dnešního pohledu již nepřijatelné. Sportovní novináři se podle studie zajímají intenzivně o čtenáře s ohledem na obsahovou kvalitu a zástupci starší generace novinářů jsou nespokojeni s tou mladší. Závěry výzkumu zmiňují i určitou řevnivost, či žárlivost mezi sportovní televizní a tištěnou novinářinou. Celkově lze sledovanou skupinu novinářů popsat jako znepokojenou nejasnou rolí novinové sportovní žurnalistiky v budoucnosti (Salwen a Garrison, 1998: 100).

„Můj dojem je, že editoři všeobecně ignorují sportovní sekci,“ citovali (Salwen a Garrison, 1998: 89) ve svém textu již dříve zmiňovaného prezidenta baseballové National League Bartletta Giammatiho. Ten ve svém vyjádření kritizoval sportovní články jako ty, které jsou editory opomíjeny na základě vnímání sportu jako něčeho, co si pozornost nezaslouží. Opět jsou tedy profese sportovního novináře a jejich výstupy nahlíženy s jakousi „pochopitelnou shovívavostí“.

Beck a Bosshart (2003) popisují, že dříve byl problémem nedostatek novinářských zkušeností, protože ještě desetiletí zpět byl při najímání sportovních novinářů vnímán

osobní vztah ke sportu a jeho znalost jako důležitější než žurnalistické dovednosti. Mnoho sportovních novinářů z této studie pocítuje v práci určitou izolaci: mají mnohem intenzivnější kontakt se sportovními novináři z jiných redakcí než s kolegy z vlastního média pracujícími v jiných sekcích. Navíc, protože dříve byla požadována jiná kvalifikace (primárně sportovní, viz výše), pro ně bylo téměř nemožné změnit oddělení a psát o jiných tématech.

Toney (2013) popisuje jednu ze specifik profese týkající se objektivity a fanouškovství. Na zachování nejvyšší možné míry objektivity je kladen důraz v rámci celého oboru žurnalistiky, ale sportovní novináři musí počítat s tím, že v jejich případě nebude tato snaha vždy pozitivně přijímána. Sportovní novinářina přináší celou řadu analytických článků, které posuzují výkony jednotlivých týmů nebo hráčů. Případná kritika se pak může setkat s nesouhlasem fanoušků z řad publika, kteří jsou zaujatí a disponují vlastním pohledem na události. Toney (2013) v tomto směru apeluje na novináře, aby všechny soudy podložili fakty a přiblížili se tak co nejobjektivnějšimu způsobu hodnocení.

Výše popsané situace, závěry a předpoklady spojené s profesí sportovních novinářů mohou vést také k tomu, že jsou sportovní redakce uzavřenější a nastavují si „vlastní pravidla hry“. Vzhledem ke zmiňovanému menšímu dohledu, chybějící odbornosti editorů a specifičnosti obsahu mohou dosáhnout situace, kdy je sportovní rubrika připravován velmi samostatně a odloučeně od zbytku novin.

1.3.1.3 Vztah sportovních novinářů a PR pracovníků

Není pochyb o tom, že sportovní žurnalistika může být výnosným byznysem, protože je zábavou pro miliony diváků, na něž cílí reklama, kterou mediím platí inzerenti. Sportovní žurnalistika však může být víc než jen zdroj financí, protože mnoho výzkumů citovaných v této práci odhaluje, že má širší kulturní, sociální a politické dopady, než se může na první pohled zdát. Obzvláště pak s nástupem komercializace, globalizace a digitalizace (Maguire, Liston a Falcous, 2021; Billings a Hardin, 2014; Hutchinson a Rowe, 2012) se stále intenzivněji ukazuje, že sportovní žurnalistika má svou nezastupitelnou roli a může být prostředkem politického vyjádření, národního sebeurčení či nástrojem protestu.

V této kapitole bych se však chtěla více věnovat právě problematice reklamy a PR. Pro sportovní kluby i jednotlivé sportovce je mediální zájem životně důležitý. Většina

z nich je totiž závislá na sponzorských příspěvcích, které se mnohem lépe získávají, pokud je člověk či klub pro média zajímavý. Sponzoři totiž s rostoucí popularitou sportu začali využívat týmy i jednotlivce jako reklamní nástroje a bez jejich přítomnosti v médiích ztrácí jejich investice smysl. Atraktivita sportu je pro sponzory určujícím faktorem, a proto se sport svou podobou snaží maximálně přizpůsobit sponzorským požadavkům. Sport potřebuje mediální přízeň, protože s ní souvisí i přízeň sponzorů (Děkanovský, 2008). Je to však na první pohled začarovaný kruh, kde úspěšní sportovci mají dostatek sponzorů a zájem médií, a těm méně úspěšným nebo z hlediska sportu mediálně neatraktivním sponzoři chybí, protože jim nemají co nabídnout. Tím pádem nemají šanci získat finance, které by jim mohly pomoci v budování profesionální kariéry a získání úspěchů, jež by následně mohly vést k zvýšení jejich mediální zajímavosti.

Podle Lefever (2012) by v současnosti sport, jak ho známe, nemohl vůbec existovat bez zisků plynoucích ze sponzorských příspěvků. Původní představy organizátorů sportovních akcí, kteří se obávali, že mediální zprostředkování přenosů odvede jejich zisky, se ukázaly jako liché. Když se sport prostřednictvím médií zpřístupnil široké veřejnosti, stal se celospolečenským fenoménem a zisky a sledovanost dramaticky rostly. Dostupnost medializovaného sportu postupně učinila z osobního navštěvování sportovních akcí exkluzivní záležitost pro vyvolené (Lefever, 2012).

Zejména v posledních letech je pak velkým tématem prolínání sportovního PR a žurnalistiky, protože zatímco sportovní redakce jsou nuceny šetřit a snižovat stavy, tak PR oddělení sportovních klubů se rozšiřují a modernizují. Vztah mezi těmito dvěma skupinami by měl být ideálně vyrovnaný, protože se vzájemně potřebují. Novináři se neobejdou bez informací od zdroje a PR pracovníci touží po mediální publicitě svých klientů (Ruß-Mohl a Bakičová, 2005). Rowe (2004) uznává vzájemnou spolupráci mezi médii a klubem jen v případě, kdy mezi nimi panuje rovnost a klub nemůže sportovního novináře ovlivňovat z pozice moci. Přímočařejší je Macnamara (2016), který považuje PR odborníky a žurnalisty za spojence.

Novináři však podle Jempsona (2005) nahlíží na PR odborníky spíše skepticky, protože reflektují, že jejich hlavním úkolem je prezentovat zaměstnavatele v tom nejlepším světle. Na druhou stranu pracovníci PR zase mohou mít pochybnosti, zda novináři použijí poskytnuté informace adekvátně a v odpovídajících souvislostech. Může se tedy snadno vyvinout vztah vzájemné nedůvěry. Vyhrčeněji vidí situaci podle Jempsona (2005) většina literatury, která popisuje vztah PR profesionálů a novinářů jako negativní či protichůdný. Pozitivněji na problematiku vztahu nahlíží Neijens (2006),

v jehož výzkumu nizozemských novinářů nevypadaly vztahy s PR pracovníky nijak napjatě.

Přestože se z etického hlediska jeví angažování sportovních novinářů jako komunikačních zástupců sportovních klubů nebo sportovců či sportovkyň jako zcela nepřístupné, překrývání těchto pozic není bohužel výjimečné. Taková činnost je v odborné literatuře nazývána „moonlightingem“ (Fröhlich, Koch a Obermaier, 2013), v českém prostředí lze využít pojmu „melouchaření“. Jedná se tedy o kombinování novinářské práce s působením v PR (například sportovní novinář pracující zároveň jako člen tiskového oddělení sportovního klubu), kde nevyhnutelně hrozí střet zájmů.

Tomuto problému se v českém prostředí věnovala například práce Jana Suchana (2011), který se zaměřil na sportovní novináře působící jako tiskoví mluvčí sportovců, či sportovních klubů. Suchanův výzkum ukázal, že 12 ze 16 sportovních redakcí otevřeně odmítá působení novinářů, kteří zároveň pracují v oboru PR. Výjimkou je, pokud novinář PR činnost dříve ukončil. To pak tato zkušenost může být vnímána jako přínos s ohledem na zisk kontaktů, dovedností a orientace ve sportovním prostředí. Z výzkumu tedy vyplynulo, že přechodu z jedné oblasti do druhé nic nebrání (Suchan, 2011).

Tento závěr potvrzuje rovněž výzkum Volka a Urbánkové (2017), který se mimo jiné zaměřoval na české studenty žurnalistiky. Z výsledků šetření vyplynulo, že jejich značná část vnímá žurnalistické pole a pole PR, reklamy či marketingu jako příbuzné oblasti s volně definovanými a prostupnými hranicemi, o čemž svědčí nejen analýza jejich kariérních preferencí, ale i analýza jejich aktuálních pracovních pozic. „[...] dneska už jako nevíš, co je PR a co je jako opravdu zpráva, jako. [...] No já bych chtěla se věnovat marketingu, ale zároveň bych chtěla někam psát,“ uvedla ve studii studentka 3. ročníku bakalářského studia na Karlově univerzitě Marie. (Volek a Urbánková, 2017: 219).

Jakubec (2018) ve své analýze společnosti eSports dospěl k názoru, že praktická příprava ve sportovním PR, kterou eSports poskytl za svého působení již dlouhé řadě zájemců, se ukázala jako prospěšná při výchově českých mediálních profesionálů. „Cenou za tuto výchovu je ovšem stírání rozdílů mezi žurnalistikou a PR komunikací,“ konstatuje v závěru Jakubec a potvrzuje tak výsledky předešlých výzkumů (Jakubec 2018: 143).

Havel (2019) se chtěl blíže podívat na konkrétní vztahy mezi sportovními novináři a PR pracovníky a za tímto účelem provedl rozhovory se čtyřmi zástupci PR brněnských sportovních klubů a stejným počtem sportovních novinářů působících rovněž v Brně.

Jeho studie předestřela existenci neformálních vztahů mezi těmito dvěma skupinami respondentů. Úroveň intenzity vzájemných vztahů se však u jednotlivců značně lišila. Záleželo na tom, zda aktéři měli nastavené nějaké osobní hranice nebo dodržovali nepsaná pravidla své organizace. Havel (2019: 69) popsal negativní vnímání neprofesionálního přístupu ke komunikaci, na které se shodli všichni zúčastnění respondenti. Zajímavé zjištění se pak týkalo doloženého vlivu velikosti klubu, respektive sledovanosti daného sportu na podobu vztahů mezi pracovníky PR a sportovními novináři, ve smyslu důležitější klub/sport rovná se větší vliv. Podle Havla (2019: 70) se sportovní novináři a PR specialisté vzájemně potřebují a navázání vztahů se nebrání. Liší se však ve způsobu, jakým vzájemný kontakt chtějí vytvářet a udržovat. Také zahraniční literatura zmiňuje v dnešní době zcela klíčovou roli sportovního PR, které má na starosti kromě dodávání důležitých informací také autorizaci textů, či fotografií, takže dobré vztahy s agenturami mohou sportovním novinářům zásadně zjednodušit práci (Boyle, 2013).

Velmi důležité při vymezování postavení sportovní žurnalistiky a PR je také klíčový obsahový rozpor. Zatímco v článcích, které se objevují ve zpravodajských médiích, se sportovní novináři snaží o maximální objektivitu a jsou často ke sportovním výkonům kritičtí, na klubových webech zástupci PR oddělení nahlízejí na výkony svých klientů shovívavěji a vždy se snaží najít spíše pozitiva a prezentovat je v co nejlepším světle (Daum, 2015).

1.3.1.4 Čeští sportovní novináři

Studie, které by se zaměřily výhradně na české sportovní novináře a přinesly potřebná tvrdá data ohledně jejich charakteristiky, nejsou k dispozici, proto přináším alespoň informace, které se věnují českým novinářům obecně. Podle závěrů české části výzkumu provedeného v rámci projektu *Worlds of Journalism Study* (Tejkalová a Láb, 2016a) je možné popsat české novináře ve zpravodajských médiích jako obecně docela mladé, vzdělané lidi, častěji muže než ženy. Výzkumníci se dotazovali celkem 291 českých novinářů (165 mužů – 56,7 % a 126 žen – 43,3 %), což podle jejich odhadů odpovídá genderovému rozložení v redakcích. Průměrný věk žurnalistů byl 35,68 let, přičemž polovina respondentů měla méně než 34 let, což je podle Tejkalové a Lába (2016a) důsledkem generační propasti, která vznikla jako následek společenských změn po sametové revoluci v roce 1989. Pokud jde o vzdělání českých novinářů, je celková úroveň

vysoká, protože většina novinářů vystudovala vysokou školu univerzitního nebo neuniverzitního typu (bakalářské studium dokončilo 22,9 % respondentů, magisterské 41,3 % a doktorské 3,5 %). Navíc většina vysokoškolsky vzdělaných novinářů se specializovala na žurnalistiku nebo komunikační studia (více viz Tejkalová a Láb, 2016a).

S ohledem na rozložení v rámci různých media typů popisují autoři výzkumu svůj vzorek následovně: „Většina novinářů z našeho vzorku pracovala v tištěných denících (36,4 %), 22 % v týdenících, 15,8 % v rádiu, 10,7 % v televizi, 6,5 % pak pro online verzi některého z tištěných médií, 4,8 % pro čistě online média, 2,7 % pro zpravodajskou agenturu a 1 % pro časopis s nižší než týdenní periodicitou,“ (Tejkalová a Láb, 2016a).

Na české novináře a novinářky se ve svém výzkumu zaměřili také Jaromír Volek spolu s Marínou Urbánikovou a své závěry publikovali v knize *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi* (Volek a Urbániková, 2017). Autoři v ní mimo jiné upozorňují, že pokud bude nadále slábnout pozice profesionálních novinářů, kteří kompetentně interpretují sociální realitu, je pravděpodobné, že bude majoritní populace stále více informačně dezorientována. Tento svůj názor výzkumníci spojují s narůstající nedůvěrou vůči profesionálním novinářům, izolací členů populace v uzavřených názorových bublinách se sílící hrozbou propagandistické manipulace a nebezpečím spojeným s přesycením běžných konzumentů a jejich utonutím v informačním balastu (Volek a Urbániková, 2017: 16)¹¹.

Publikace o českých novinářích (Volek, a Urbániková, 2017) je založena na několika kvalitativních výzkumech a kvantitativních šetřeních. Ze sesbíraných sociodemografických dat vyplývá, že průměrný věk českých novinářů byl v roce 2015 38 let, věkový medián 36 let, což se shoduje se závěry výzkumné zprávy WJS prezentované výše. Je to o několik let méně, než je běžné v západoevropských zemích a Spojených státech (Tejkalová a Láb, 2016a). „Tato věková nerovnováha se projevuje na úrovni obou pohlaví, byť platí, že česká žurnalistika zůstává dále profesí, která se vykonává ‚v kalhotách‘,“ (Volek a Urbániková, 2017: 59).

Dalším výzkumným zájmem autorů (Volek a Urbániková, 2017: 195) byla profesní identita českých novinářů. Ta je podle nich křehká, protože prošla dramatickou a příliš překotnou změnou zapříčiněnou snahou dohnat období stagnace. Bohužel fragmentovaná

¹¹ Do jaké míry se naplnily hrozby pro profesi popsané výzkumníky v následujících letech, zejména s celosvětovým rozšířením koronaviru v roce 2020, si může každý čtenář zhodnotit sám.

či dokonce rozštěpená identita snadněji podléhá politické či ekonomické manipulaci a podle výsledků kvalitativního výzkumu se studenty žurnalistiky to vypadá, že nová generace tuto již velmi křehkou identitu novinářů ještě více oslabí (Volek a Urbániková, 2017: 215). Prezentované závěry těchto dvou studií je možné do značné míry aplikovat i na sportovní redaktory, kteří jsou nedílnou součástí novinářské obce.

Z mého pohledu s nadsázkou, ale velmi trefně shrnul své postřehy o tuzemských sportovních novinářích už v roce 1937 Karel Čapek ve své útlé publikaci *Jak se dělají noviny*. Čapek (1937: 21) v ní zdůrazňuje, jak hodně se od zbytku redakce odlišuje sportovní oddělení, kde panuje „*duch mužné bojovnosti a síly*“. Čapek dále s humorem zmiňuje, jak musí původně horlivý fotbalista proniknout do pravidel spousty sportů, o kterých dřív nic nevěděl, aby o nich mohl psát od stolu, kde jenom tloustne a přijímá návštěvy. „*Sportovní redaktor krom své rubriky představuje v redakci element statečného optimismu, rytířství a vůbec mužných ctností; to už náleží k tomu povolání,*“ idealizuje profesi Čapek (1937: 22). Podle něj je takový sportovní novinář v hloubi srdce spartan nebo slávista, ačkoliv to na sobě nedá znát, protože mu to mravní kodex a smysl pro fair-play nedovolí.

Nejen zahraniční sportovní novináři mají profesní organizace. Již v roce 1923¹² vznikl v tehdejší Československu Klub sportovních novinářů (KSN), který tak dokonce jako profesní novinářský klub o tři roky předběhl Syndikát československých novinářů. Členové tohoto klubu se navíc během olympijských her v Paříži v roce 1924 podíleli na založení výše jmenované Mezinárodní asociace sportovních novinářů (AIPS)¹³. V současnosti se KSN definuje jako „*profesní sdružení profesionálních novinářů, televizních a rozhlasových reportérů, fotoreportérů a filmařů, kteří se zabývají převážně sportovní problematikou,*“ (KSN, 2021). KSN vyhlašuje také ankety Sportovec roku a Zlatý míč.

Členská databáze obsahovala v říjnu roku 2021 celkem 405 členů, z toho 33 žen (8 %). Počet členů poslední roky osciluje mezi 350–400, ale je potřeba zdůraznit, že toto číslo a jmenné seznamy ani zdaleka neodráží realitu. Členství v KSN je totiž dobrovolné a jen část novinářů chce být součástí klubu a platit poplatky. Mnoho v tom jednoduše

¹² Prvním předsedou klubu byl tehdejší vedoucí redaktor sportovní rubriky *Národních listů* Vilém Heinz (KSN).

¹³ Jedním z pěti zakládajících členů byl Ondřej Sekora, který na OH pracoval jako zpravodaj deníku *Lidové noviny* (KSN).

nevidí žádný smysl (viz dále informace z rozhovorů) a na seznamu jsou naopak lidé, kteří se sportovní žurnalistice již vůbec aktivně nevěnují, případně se jí ani nikdy nevěnovali. Tento problém reflektoval ve svém projevu na valné hromadě v květnu 2005 předseda KSN Zdeněk Pavlis: „*Sami se ostatně setkáváte a také oprávněně poukazujete na lidi, kteří se vydávají za sportovní novináře, ale s touto profesí nemají absolutně nic společného. Spíš dělají naši branži ostudu,*“ (Vokáč, 2011: 27). Aby se zabránilo začleňování lidí, kteří nesplňují požadavky, nové členy přijímá KSN na schůzích výboru a po nováčcích je podle dlouholetého člena výboru Vladimíra Drbohlava striktně vyžadováno doložení členství v redakci, nebo v případě volných novinářů ukázky publikační činnosti (Vokáč, 2011: 27).

Nereprezentativnost členské databáze KSN dobře ilustruje i fakt, že ze 42 sportovních novinářů a novinářek, se kterými jsem dělala rozhovor pro tuto disertační práci, je jich na seznamu pouze 17. Navíc, když srovnám členství mých respondentů z roku 2016 a 2021, tak sice počet stále zůstává 17, ale pět jmen je zcela jiných, což ilustruje proměnlivost a nestálost členské základny.

V České republice je celá řada sportovních redakcí. Jedny z nejvlivnějších jsou ty veřejnoprávní, tedy sportovní redakce České televize a Českého rozhlasu. Dalším důležitým hráčem na poli televizní sportovní novinářiny je pak televize O2 TV, sportovním zpravodajstvím disponuje i TV Nova. Tištěná a online sportovní žurnalistika je pevnou součástí většiny deníků, ve kterých proto figurují i specializované redakce. Jedná se o deníky MF DNES, Deníky (a jeho regionální mutace), Právo nebo Blesk. Výsadní postavení má jediný specializovaný sportovní deník Deník Sport. Určující roli sehrává sportovní redakce agentury ČTK. K dispozici jsou také různé specializované časopisy a magazíny (Gól, Hatrick, časopis Golf atd.).

Při rešerši odborných prací zabývajících se sportovní novinářinou jsem si uvědomila, že velké množství současných českých sportovních novinářů a novinářek jsou absolventi sociálně vědních nebo sportovních fakult. Při procházení univerzitních depozitářů s cílem najít práce zabývajících se sportovní žurnalistikou tak badatel často narazí na jména, která zná z médií. K dohledání jsou bakalářské (Barboříková, 2008; Kozohorský, 2001; Langer, 1997; Suchan, 2011), magisterské (Kára, 2012; Nekolná, 2003; Peřinová, 2003; Záruba, 1989), ale i disertační práce (Lukšů, 2011; Macková, 2020; Němcová Tejkalová, 2011; Vymětalíková, 2015). Někteří z nich navíc působili nebo stále působí na katedrách žurnalistiky nebo mediálních studií (např. Jaromír Bosák, David Lukšů, Veronika Macková, Ondřej Tomek, Ondřej Trunečka nebo Robert Záruba). Je tedy možné potvrdit

závěry studií Tejkalové a Lába (2016a), stejně jako Volka a Urbánikové (2017) ohledně vysokoškolského vzdělání novinářů. Jak potvrzuje výpis závěrečných prací, značná část sportovních novinářů v celostátních médiích je vysokoškolsky vzdělaná, a to přímo v mediálních a komunikačních oborech.

Představit české sportovní novináře a novinářky není snadné, protože je to velice různorodá skupina. Pro ilustraci použiju tvůrčí práci Ondřeje Tomka z roku 2000, který provedl pět publicistických interview se sportovními novináři a snažil se zjistit, zda existují rozdíly mezi sportovními a „ostatními“ novináři (Tomek, 2000: 64). V textu autor přiznává, že mu pro formulaci relevantních závěrů chybí vyjádření druhé strany (tedy nesportovních novinářů), navíc zjistil, že se odpovědi sportovních novinářů rozcházejí napříč mediatypy a drobné odchylky se najdou i mezi „homogenní“ skupinou píšících novinářů. O nějakém zobecnění tak nemůže být řeč. Přesto však je zajímavé se na Tomkovy úvahy a zjištění podívat detailněji.

Novináři, se kterými mluvil, byli ve věku 30–49 let, všichni vysokoškolsky vzdělaní v oboru žurnalistiky. Většina jeho respondentů navíc potvrdila, že v redakcích byli další univerzitně vzdělaní redaktoři, ať již se vzděláním z komunikačně zaměřených fakult nebo těch sportovních. Tomek (2000: 65) sám však zdůrazňuje, že rozhovory dělal se členy pražských redakcí, a proto může být celorepublikový stav jiný.

Všichni respondenti se stali sportovními novináři záměrně, protože měli odmala blízký vztah ke sportu, kterému se věnovali a někteří z nich i úspěšně. „*Žádný ze sportovních novinářů si nedovede představit, že by dělal něco jiného,*“ uvádí Tomek a odkazuje na Kolínskou studii¹⁴, která prokázala, že sportovní novináři oproti jiným profesím nepovažují své povolání za nutný zdroj obživy, ale věnují se mu takřkajíc z čisté lásky. Pěkně to ilustruje například výpověď tehdy dvaatřicetiletého Roberta Záruby z České televize: „*Už od malička jsem měl k aktivnímu sportování úzký vztah. Okusil jsem v podstatě téměř všechny sporty. Nejvíce jsem se věnoval atletice, se kterou jsem v dorosteneckém věku kvůli zdravotním potížím skončil. U sportu jsem se rozhodl zůstat tedy touto formou.*“ (Tomek, 2000: 27).

Píšící novináři z Tomkova výzkumného vzorku viděli přidanou hodnotu sportovních novinářů v jejich technické zručnosti a vyspělosti. Každý z jeho respondentů měl

¹⁴ Studie se zúčastnilo 4087 německých sportovních novinářů a novinářek a průzkum, který se ptal na celou baterii otázek, byl několikrát opakován (více informací bisp-surf.de).

zkušenost i s řešením typografických náležitostí novinových stránek. Jaroslav Beránek, oficiálně první český online sportovní novinář, popisoval své zkušenosti ze sportovní redakce Lidových novin: „*My si ve sportovní redakci musíme udělat spoustu věcí sami. Proto si myslím, že sportovní novináři jsou zručnější po řemeslné stránce. Myslím tím funkci editora, lamače stránky, večerní služby a podobně. Doba se hodně vyvíjí dopředu, a proto už v těch největších a bohatších redakcích tento trend ustupuje, ale myslím, že každý sporták tím jednou prošel,*“ (Tomek, 2000: 10).

Rozhovory dále odhalily, že jsou si sportovní novináři vědomi i náročných částí své profese. Pavel Procházka situaci vysvětluje: „*Sportovní redaktor pracuje většinou v mnohem větší časovém presu. Mnohokrát musí diktovat přímo z hlavy cestou na letiště a realita ho vyloženě nutí k rychlé reakci. Po revoluci se taky z některých bývalých sportovních redaktorů stali šéfredaktoři transformujících se listů. Nebylo to dáno jen jejich čistou politickou minulostí, ale zejména tvůrčími a novinářskými schopnostmi. Můj názor je, že sportovní novinář, pokud má odborné znalosti, může v klidu přejít k politice. Ale naopak to asi nejde,*“ (Tomek, 2000: 16).

Všestrannost a neustálou připravenost popisuje i Aleš Procházka, v té době téměř padesátiletý sportovní novinář z ČRo: „*Každý z nás by měl být připraven na komentování hokeje nebo fotbalu. Kdykoliv totiž může dojít k nemoci nebo jakémukoliv výpadku. I já jsem byl několikrát poslán na fotbal. Jen naše redaktorka je toho ušetřena, neboť posluchač je konzervativní a my máme za to, že ženský hlas by k těmto sportům nemusel být úplně vhodný,*“ (Tomek, 2000: 24). Ráda bych tady upozornila na poslední větu, která dobře ilustruje předsudky, které panovaly v Česku na přelomu tisíciletí ohledně ženského komentování. Je potřeba dodat, že situace se v tomto směru ve většině médií od té doby nijak výrazně nezlepšila.

Podle výpovědí redaktorů z Tomkovy studie má domácí sportovní žurnalistika průměrnou úroveň – v ničem příliš nevyniká, ale zároveň za ostatními státy ani výrazně nepokulhává. Tomek (2000) se domnívá, že přímou tvorbu českých a zahraničních sportovních redaktorů lze porovnávat. Zahraniční novináři však na něj působí jako větší osobnosti. Jsou podle něj bráni vážněji, ať už je to větší prestiží, nebo vyššími platy (Tomek 2000: 66).

Na české sportovní novináře se zaměřila i Weinlichová (2020), která se pokusila identifikovat aspekty jejich životní dráhy v kontextu volby profese. V rámci výzkumu vyzpovídala osm novinářů a identifikovala čtyři stěžejní aspekty, které ovlivnily volbu profese směrem ke sportovní novinářině. Byla to konkrétně láska ke sportu, která se

u každého z respondentů projevila již v dětství; volba studia, či přechod z jiného zaměstnání do oboru sportovní žurnalistiky; první kontakt s prací v redakci sportu a výhody související s profesí sportovního novináře, jež respondenti oceňovali na začátku kariéry a vnímají je stejně pozitivně i v současnosti. Weinlichová v závěru své práce popisuje, že „*si nemohla nevšimnout, že každý ze sportovních novinářů přijal odmala sport jako životní styl. V některých pasážích bych jejich zápal nazvala až posedlostí,*“ (Weinlichová, 2020: 86). Také Luděk Stránský (2016: 50) na základě svého výzkumu konstatuje, že dotazovaní sportovní novináři ke sportu tíhli již od dětství. Často sami aktivně sportovali nebo si na sportovní redaktory a komentátory hráli.

1.3.2 Proměny pracovních rutin

S příchodem ekonomické krize v roce 2008 klesaly současně tržby a náklady tištěných médií, a to vedlo k vlně propouštění. Tyto změny zasáhly i psanou sportovní žurnalistiku a hlavním důvodem se jeví nástup internetové a digitální novinařiny. Ta se stala pro stávající redakce buď doplňkem, nebo konkurencí. Online sportovní žurnalistika těžila zejména ze své rychlosti, aktuálnosti a samozřejmě také z nižších celkových nákladů. Ačkoliv nejdříve byla spíše obsahovým zrcadlem tištěných médií, postupně se témata začala více diverzifikovat a mediální sportovní scéna se začala rozdrobovat v souvislosti s rozmanitými specializovanými obsahy. Internetové publikum je specifické, více roztržštěné a dopad to mělo i na snížení zájmu o tisk. Příjmy z reklam v online prostoru však rozhodně nevynahradily ztráty, které se generovaly v klasickém sportovním tisku. Online žurnalistika se navíc vyznačuje nutností upoutat zájem návštěvníka stránek, aby si článek rozklikl a přečetl, což vedlo k určité bulvarizaci titulků, fotek a obsahu i v prostředí sportovní novinařiny.

Nástup internetu a později sociálních sítí byl zásadní změnou, která ovlivnila každodenní rutiny současných sportovních novinářů (English, 2016, 2014; Lowes, 1999). Většina z nich však zažila a ocenila také ty praktičtější technologické proměny, které souvisely s přechodem od psacích strojů k počítačům a notebookům, se zmenšováním záznamových zařízení nebo s rozšířením mobilních telefonů, které později umožnily snadné připojení k internetu ze zahraničí. Digitální věk museli reflektovat sportovní novináři při způsobu tvorby i při zisku informací. Ani ti nejzkušenější novináři dnes nemohou zcela ignorovat sílu sociálních sítí jako je X (dříve Twitter), Facebook nebo třeba Instagram. Některé zahraniční trendy se do českého prostředí sportovní žurnalistiky

nepřepsaly (např. vedoucí role Twitteru jako hlavního komunikačního nástroje), ale následující text odhalí, že proměna pracovních postupů byla výrazná a významná i u nás. Obzvláště pak s ohledem na poslední roky, kdy vzhledem k epidemiologické situaci (onemocnění covid-19) byli sportovní novináři nuceni změnit většinu svých pracovních návyků, protože bylo zcela zrušeno nebo odsunuto velké množství sportovních akcí a většina komunikace byla přesunuta do online prostoru. Nejen sportovní novináři si tak museli zvyknout na distanční formu práce a čelit různým, do té doby zcela neznámým, profesním výzvám.

1.3.2.1 Technologické změny

Již v 60. letech minulého století představil Everett M. Rogers svou teoretickou koncepci difusionismu. Jeho kniha *Diffusion of Innovations* z roku 1962 byla už několikrát aktualizována a dočkala se řady nových vydání. Rogers v ní představil svoji teorii difuze (rozptylu) inovací, jež je popsána jako proces sdílení inovace komunikačními kanály v průběhu času mezi různými členy společnosti. Rogers (1995) definoval čtyři proměnné¹⁵, které podle něho ovlivňují rychlost přijetí inovace a svou teorii posléze aplikoval na již dříve zmiňovaný Lasswellův komunikační model (1948)¹⁶. Rogersovu teorii zmiňují, protože se ve své práci soustředil na výzkum osvojitelů nových technologií, které podle rychlosti přijetí inovace rozdělil do několika kategorií, a tato teorie je velmi dobře využitelná pro výklad adaptace sportovních novinářů na technologické změny.

Podle Rogersovy (1995: 22) klasifikace členů sociálního systému na základě rychlosti s jakou přijímají inovace můžeme hovořit o pěti skupinách: inovátorech, raných osvojitelích, rané většině, pozdní většině a opozdících. Inovátory lze popsat jako nadšence, kteří sami aktivně vyhledávají novinky a v populaci jich je pouze asi 2,5 %. Jde většinou o mladé, vzdělané lidi s přístupem k informacím a ochotou riskovat. Následujících raných osvojitelů je násobně více, uvádí se 13,5 % z celkové populace,

¹⁵ První je konkrétní inovace (myšlenka, objekt), kterou společnost vnímá jako novou. Druhou proměnnou jsou komunikační kanály umožňující šíření informací. Třetí tvoří čas, kterým měříme rychlost, s jakou inovace postupuje, a poslední čtvrtou proměnnou jsou sociální systémy, jež vytvářejí společnost složenou z možných příjemců dané inovace (Rogers, 1995).

¹⁶ Rogers (1995) pracoval s Lasswellovým komunikačním modelem přímo. Jako odesílatele (Kdo?) označil samotné vynálezce, či názorové vůdce. Zprávou (Co?) je konkrétní inovace a příjemci (Komu?) jsou členové společnosti. Komunikačním kanálem (Jakým kanálem?) je běžná mezilidská komunikace, ale i její mediální forma a efektem (S jakým efektem?) pak může být právě přijetí inovace a následná změna chování.

a proto křivka¹⁷ prudce roste. Jedná se o uživatele, kteří se nebojí zkoušet nové věci a rádi jsou nositeli změn a názorovými lídry. Jak vyplývá z názvu dalších dvou skupin osvojitelů, na vrcholu inovační křivky přijímá změny většina populace. Nejdřív 34 % rané většiny, již představují pragmatici, kteří si počkali na to, zda se inovace osvědčí, ale hned poté se na změnu rychle a snadno adaptovali. Dalších 34 % tvoří konzervativní pozdní většina, která je specifická tím, že změny přijímá nerada, a tudíž čeká až inovaci přijme dostatečného množství uživatelů. Křivka postupně klesá a poslední na řadu přicházejí váhající opozdilci, kteří reprezentují zbývajících 16 %. Tito lidé jsou k jakýmkoli změnám skeptičtí a většinou je pro ně přijetí inovací nedobrovolnou nutností. Členové této skupiny jsou většinou starší, nevzdělaní lidé s nižším socio-ekonomickým statutem. (Rogers, 1995).

Novináři jsou vzhledem k povaze své práce nuceni být velmi pokrokovými, pokud jde o přijetí nových technologií. Ty totiž většinou přinášejí kvalitativní změny, které zvyšují atraktivitu výstupu novinářské práce pro publikum, což je z ekonomického hlediska velice žádané. Z tohoto pohledu je tak zřejmé, že novinářská obec se bude řadit do skupiny inovátorů a raných osvojitelů technologických inovací. Samozřejmě se najde i zde mnoho výjimek, protože některé změny jsou natolik náročné, že jejich uskutečnění zabere delší čas. Všechny technické novinky se musí nejdříve pečlivě ozkoušet v provozu, aby se odstranily všechny případné problémy. Mezi novináři je bezesporu množství konzervativních jednotlivců, kteří změny vítají s nelibostí a snaží se držet zavedených postupů. Výzkumy provedené ve zpravodajských redakcích ukázaly, že pokud jsou změny v rozporu se základními hodnotami profese, tak vůči nim zůstávají žurnalisté rezistentní a můžou pasivně nebo aktivně blokovat jejich přijetí (Groves a Brown-Smith, 2011; Singer, 2004).

Technologické inovace minulého století, jako byl vynález rádia nebo televize, zásadním způsobem proměnily mediální svět a práci novinářů. V kontextu hlavního tématu disertační práce je vhodné zdůraznit, že to byla právě sportovní rozhlasová žurnalistika, která zejména díky hlasateli Josefu Lauferovi¹⁸ přispěla v tehdejších Československu k rozšíření masového poslechu rozhlasu. Rovněž v případě televizní

¹⁷ Rogersova (1995) inovační křivka mapuje přijetí inovací členy populace v čase a názorně tak kvantifikuje jednotlivé popsané kategorie osvojitelů.

¹⁸ Postavě Josefa Laufera a počátkům sportovní rozhlasové žurnalistiky jsem se podrobněji výzkumně věnovala v několika textech (Chladová, 2018 a 2019), ve kterých jsem přiblížila i průlomové technologické události spojené se sportovní žurnalistikou, jako byl například první rozhlasový přímý přenos nebo záznam zvuku na voskovou desku.

sportovní žurnalistiky nalezneme příklady ilustrující pokrokovost v užití nových technologických postupů sportovními novináři (více o roli technologií ve vývoji českých médií například Bednařík et al., 2011 nebo Končelík et al., 2010).

V rozhlasové i televizní žurnalistice se zpočátku používaly nástroje velké a těžké, se kterými se obtížně manipulovalo. Další vývoj přinesl technologická vylepšení, která zjednodušovala každodenní novinářské rutiny a zpřístupňovala informace divákům snadněji a rychleji. Díky dalšímu pokroku mohli novináři začít používat mobilní telefony, laptopy a wifi připojení k internetu. Ze způsobu ne/přijímání technologických inovací se stal velice populární výzkumný směr. Zvláště ve sportovních redakcích si novináři a novinářky na novinky museli naučit rychle zvykat. Ukázalo se totiž, že právě sportovní novináři se často stávali buď přímo „testovacími“ objekty v rámci zavádění různých nových postupů při pořizování, zpracování a šíření mediálního obsahu, nebo minimálně těmi, kteří museli inovace přijmout velmi rychle (McEnnis, 2022; Borovský, 2021; Daum a Scherer, 2017; Hutchins a Boyle, 2017; Lareau, 2017; Hilbertová, 2013; Groves a Brown-Smith, 2011). Potvrzuje se tedy, že sportovní novináři byli okolnostmi nuceni stát se přímo inovátory nebo aspoň ranými osvojiteli mnohých nových technologií.

Již v předešlých výzkumech vyšlo najevo, že se od sportovních novinářů očekává, že se naučí pracovat s každou novou technologií a ve výsledku tak budou umět všechno. Multimediální přístup však extrémně zvyšuje objem práce, který je pak pro novináře velmi náročné zvládnout. Očekávání ze strany vedení jsou vysoká, ovšem vyšší finanční ohodnocení, které by odpovídalo většímu množství práce, nepřichází (McGuire a Murray, 2016: 60). Právě to je jeden z klíčových důvodů nespokojenosti respondentů z výzkumu McGuireho a Murray, kteří při porovnání požadovaných vstupů a na druhé straně ohodnocení výstupů, vnímají citelnou nerovnováhu ve svůj neprospěch. Novináři konkrétně popisovali, jak intenzivně pracují, jak kvalita práce ustupuje kvantitě, jak jsou neustále vytíženi, a přesto je stále něco dalšího, co je potřeba udělat. Kvalitu práce podle nich ovlivňuje právě nutnost práce na vícero platformách, z nichž webové stránky navíc nemají limit délky, takže novinářská práce na nich takřkajíc „nikdy nekončí“. „*Technologie změnila prakticky všechno. Technologie změnila moji pracovní dobu... teď je prostě potřeba psát a být připraven psát celý den, místo toho, abychom měli večerní uzávěrku, ke které by psaní směřovalo,*“ popisuje permanentní celodenní uzávěrku jeden z respondentů výzkumu (McGuire a Murray, 2016: 63).

Ke stejným výsledkům došli například i spoluautoři *Worlds of Journalism Study*, která se snaží obecně a kvantitativně sledovat stav žurnalistiky ve světě. Z českých dat

(Němcová Tejkalová a Láb, 2016: 26) vyplynulo, že novináři vnímají nedostatek prostoru na potřebné rešerše ke článkům, a to přestože pracují výrazně více a intenzivněji než kdy dříve. Jedním z důvodů může podle autorů (Němcová Tejkalová a Láb, 2016) být vzestup online médií. „Většina redakcí pracuje na tištěných (nebo audiovizuálních) a online verzích zpráv současně, a to se stejným počtem zaměstnanců, takže na novináře je kladeno více kompetencí a odpovědnosti,“ (Němcová Tejkalová a Láb, 2016: 26).

Přechod k novým technologiím a platformám zvládá každý jinak. S nástupem nových médií tak prý někteří novináři žili v určitém „módu přežití“, protože každý dělal všechno, rychle a neustále. (McGuire a Murray, 2016: 64). Potřebná změna je organizačního charakteru, jde tedy zejména o úpravu množství práce, její efektivní rozdělení a v neposlední řadě o odpovídající finanční ohodnocení. Novináři by ocenili větší specializaci a celkový ústup od popsaného trendu „udělat vše“ (McEnnis, 2022; Lareau, 2017; McGuire a Murray, 2016).

Obdobné závěry přináší například i australský výzkum Bretta Hutchinse a Davida Rowa (2012), který popisuje, že novináři kromě klasického psaní musí umět pracovat s audiovizuálními technologiemi a sociálními sítěmi. Autoři rovněž uvádějí, že sportovní novináři upozorňují na nutnost zvládat enormní objem práce spojený s tvorbou velkého množství obsahu, což je způsobeno téměř nepřetržitou potřebou dodávat informace. (Hutchins a Rowe, 2012). Někteří autoři (Karlsson, 2011; Singer, 2010) uvádí, že v případě, kdy má žurnalistika formu permanentního a velmi rychlého toku informací, se výrazně zvyšuje možnost výskytu chyb. Ať již jde o nesprávné informace, nedokončené myšlenky nebo neúplná sdělení. Nutnost dodat informace co nejrychleji tak stojí v rozporu s cílem publikovat informaci správnou a kvalitně zpracovanou. Takže zatímco v minulosti přinášely technologie kvalitativní změny k lepšímu, dnes je jejich role značně problematická, jak vystihuje tvrzení Volka s Urbánikovou (2017: 130): „*Technologická změna, která v předcházejícím století posilovala proces profesionalizace novinářského stavu, dnes pracuje proti němu.*“

Zajímavý výzkum zaměřený na postoje sportovních novinářů s ohledem na jejich ne/spokojenost s narůstajícím množstvím práce provedli John McGuire a Ray Murray v roce 2016. Autoři vyzpovídali 18 novinářů a zjistili, že multimediální prostředí, ve kterém se sportovní novináři volně pohybují mezi tiskem, televizí, rádiem a internetem, aby naplnili požadavky nového mediálního prostředí, rozšiřuje zásadním způsobem jejich pracovní náplň a zvyšuje počet jejich povinností. Díky tomu novináři čelí ve větší míře stresu, tlaku a jsou ohroženi vyhořením (McGuire a Murray, 2016).

Rovněž Reinardy (2016) ve své studii zkoumal příčiny stresu a vyhoření a našel několik proměnných: emocionální vyčerpání, odcizení a osobní tlak na úspěch. Reinardy využil fáze vyhoření podle Christiny Maslach¹⁹ (1981) a došel k tomu, že sportovní novináři se potýkají s mírným emocionálním vyhořením a odcizením a velkým vnitřním tlakem na osobní úspěch.

Zajímavým aktuálním příspěvkem věnujícím se digitálním technologiím a sportovní žurnalistice je kniha Simona McEnnise *Disrupting Sport Journalism* (2022), ve které autor poukazuje na to, jak je sportovní žurnalistika zranitelná, pokud jde o její profesionalitu s ohledem na rozporuplnou minulost. Zvláště období covid-19 pak ukázalo, že je důležité budovat silné sportovní příběhy a nestavět sportovní žurnalistiku jen na zpravodajském informování (McEnnis, 2022).

Již před nástupem informačních technologií ukázal Carey (1965), že s nárustem tzv. objektivního zpravodajství se po novinářích začali vyžadovat spíše technické než intelektuální dovednosti. Nástup počítačů a internetu dále posílil hodnocení novinářů směrem k jejich technologickým kompetencím, a to na úkor jejich intelektuálních a tvůrčích dispozic (Salcetti, 1995). V oblasti žurnalistické výuky pak tento trend vedl k prioritizaci „tréninku“ nad „vzděláním“. Kladení důrazu na technické kompetence žurnalistů a upozadění významu kritické analýzy pak vede k tomu, že tato pracoviště produkují spíše pracovní sílu než myslící novináře (Volek a Urbániková, 2017: 40–41).

Reflektovat roli technologií v práci sportovních novinářů v českém prostředí se pokusil Jakub Borovský (2021). Autor při snaze postihnout proměnu práce sportovního novináře vyzpovídal devět zkušených redaktorů, kteří absolvovali několik mistrovství světa v hokeji v uplynulých třiceti letech. Borovského respondenti zažili výrazný technologický rozvoj, protože někteří z nich psali ještě na psacích strojích a posílali faxy. Notebooky, mobilní telefony, a zejména pak stabilní internetové připojení výrazně usnadnily a zpříjemnily novinářům práci v zahraničí. Všechny změny však podle nich nebyly jen k lepšímu. „*Přestože nové technologie zjednodušily novinářům práci, přinesly*

¹⁹ Christina Maslach spolu se Susanne Jackson v roce 1981 vyvinuly Maslach Burnout Inventory (MBI), což je dotazník obsahující 22 otázek, který je nejčastěji využívaným způsobem testování syndromu vyhoření. Maslach popsala čtyřfázový model procesu vyhoření následovně: 1. Idealismus, nadšení a s tím související přetěžování; 2. Emocionální i fyzické vyčerpání; 3. Dehumanizace ostatních jako obrana před vznikem vyhoření; 4. Konečné stadium: člověk se staví proti všemu a všem a syndrom vyhoření se projeví naplno (vyhoření všech zdrojů energie, „sesypání se“) (Křivohlavý, 1998: 90–93). Christina Maslach (2003: 189) popisuje syndrom vyhoření jako negativní reakci na dlouhodobý pracovní stres způsobený primárně interakcemi mezi spolupracovníky a emoční únavou. Definují ho tři dimenze – neefektivita práce, emoční vyčerpání a cynismus.

s sebou také negativní dopady – žurnalisté jsou často povinni nejen psát články, ale také například fotit, natáčet videa a případně se ještě starat o postprodukci,“ vysvětluje v textu Borovský (2021: 70).

Důraz na „multiskilling“ se ukazuje jako velice problematický, protože podle novinářů snižuje kvalitu žurnalistické práce. Potvrzuje to například téměř polovina respondentů z výzkumu Volka a Urbánikové (2017), jejichž postoj vhodně ilustruje následující úryvek z autory provedeného rozhovoru: *„Já už jsem moc stará na to, abych se učila nějaký novoty, který myslím nijak kvalitu práce nezvedají, ale spíše snižují. Je to jen takovej nástroj, jak z nás vydojit víc materiálů za stejný peníze a čas. [...] Ten tlak je v tomto smyslu stále větší a nejsem sama, kdo si říká, jak dlouho se to dá vydržet,*“ uvedla redaktorka ze střední generace (Volek a Urbániková, 2017: 162).

1.3.2.2 Sociální sítě

Digitální éra od základů proměnila povahu produkce mediálního obsahu. Do té doby neotřesitelný informační monopol médií se rozpadl a možnost tvořit a publikovat získali i konzumenti. Spojení pozice producenta a konzumenta označuje Alex Bruns (2008) pojmem „*producer(s)*“, s čímž souvisí i zrod tzv. občanské žurnalistiky (Rosen, 2008), která propojuje občanské aktivity s novinářskou praxí. Běžní uživatelé mají dnes díky přístupu k internetu a sociálním sítím možnost přispět svým názorem do veřejné diskuze, čímž mohou obohatit diskurz a vnést do mediálního prostředí další diverzitu.

Nová média a zejména sociální sítě, které se objevily s masivním rozšířením přístupu k internetu, měly rovněž velký dopad na podobu sportovní žurnalistiky. Stačilo jen několik krátkých let a Twitter se stal nejcitovanějším zdrojem informací, ze kterého novináři čerpali (Toney, 2013: 33). Předností online komunikace využívají sportovci a sportovní kluby, když hledají způsoby, jak zviditelnit a zpopularizovat sebe a svůj sport bez mediálních domů (Lefever, 2012). Podle Birknera a Nöllekeho (2019: 304) však sportovci neužívají sociální sítě s cílem obejít tradiční média a oslovit podporovatele přímo, ale proto, aby zvýšili svůj dosah a jejich profily měly větší vliv a staly se pro novináře atraktivnějšími. Autoři tento vztah popisují jako „bohatý na vzájemné výhody“ (Birkner a Nölleke, 2019: 368).

Mnohé práce se zabývaly vlivem různých online platforem, jako byly blogy, Twitter nebo Facebook na práci sportovních novinářů. Komplexnější pohled na Web 2.0²⁰ přinesli Merryn Sherwood a Matthew Nichol森 (2012), kteří se zaměřili na australský sportovní tisk. Pomocí kvalitativní analýzy 27 rozhovorů se sportovními novináři z devíti největších australských deníků došli ke zjištění, že nejpoužívanějšími internetovými nástroji jsou Twitter, fanouškovská fóra a Facebook. Každý z nich je podle závěrů Sherwood a Nichol森 (2012) používán za jiným účelem.

Twitter se ukázal jako klíčový pro získání aktuálních informací, jeho prostřednictvím novináři monitorovali, co se děje. Oproti tomu fanouškovská fóra byla zdrojem inspirace nebo prostorem, kde bylo možné provést nějaký zběžný průzkum, případně zjistit názor veřejnosti. Novináři ze studie Sherwood a Nichol森 (2012) však zmiňovali, že pokud online fóra využívali jako nástroj komunikace sami sportovci, tak byli nespokojeni, protože ztratili svou primární roli tvůrců agendy.

Poslední ve výzkumu zmiňovaná platforma, Facebook, byla pro novináře do velké míry důvěrným prostorem a používali ji pouze v případě oficiálních stránek sportovců a sportovních organizací (Sherwood a Nichol森, 2012). Sportovní novináři podle studie akcentovali etiku a ověřování informací, jejich postupy se nijak nelišily od klasického zpravodajství a zastávali také shodné profesionální hodnoty (Sherwood a Nichol森, 2012: 954). Tato zjištění potvrzují dřívější výzkumy (Boyle, 2006; Hardin, 2005).

V českém prostředí se můžeme podívat na výsledky, ke kterým dospěl Borovský (2021), jenž se zaměřoval na pracovní rutiny hokejových sportovních novinářů v období mistrovství světa. Z Borovského (2021) výzkumu vyplývá, že na práci novinářů měl podle jejich výpovědí největší vliv a nejzásadnější dopad internet. Novináři popisovali, že se kvůli rozšíření internetu zvýšilo množství a způsob práce, zvětšily se nároky na rychlost, a s tím i množství stresu. Z tohoto výzkumu pak překvapivě vyplynulo, že čeští hokejoví novináři, na rozdíl od těch australských z výzkumu výše, vnímali vliv sociálních sítí na jejich pracovní postupy jako nevýrazný. Novináři sítě k aktivnímu publikování textů používají prý zcela výjimečně. Připouští však, že jsou jim občas zdrojem zajímavého typu informací (Borovský, 2021).

V opozici stojí zjištění Hilbertové (2016), která na základě kvalitativních rozhovorů se sportovními komentátory veřejnoprávních i komerčních televizí došla ke zjištění, že

²⁰ Web 2.0 je platforma, kde se jednak budují inovativní technologie a zároveň prostor, kde je s uživateli zacházeno jako s členy první třídy. Zásadním odlišením je interakce dostupná uživatelům. Internet tak už není jen jednosměrným systémem, ale umožňuje komukoliv, aby byl tvůrcem (Toffler, 1991).

novináři běžně využívají sociální sítě k mnoha různým účelům. Jako zdroj informací o sportovcích, klubech a týmech, jako komunikační kanál se sportovci, fanoušky i sportovními manažery, nebo jako platformu, kde mohou prezentovat svou práci a reagovat na aktuální dění nebo fanoušky. Na sportovní komentátory se ve své případové studii zaměřil o několik let později i Marek Ustohal (2019), který ukázal, že ne všichni komentátoři ČT sport sociální sítě využívají a akcentoval nastupující Instagram, který je sportovními novináři využíván výrazně častěji než Facebook a mnohdy také intenzivněji než Twitter.

1.3.3 Genderová tematika

Podle šestého *Global Media Monitoring Project* (GMMP, 2020), který je světově největším pravidelným průzkumem sledujícím rovnost pohlaví ve zpravodajství a publicistice, to bude trvat minimálně dalších 67 let, než se podaří překonat genderové nerovnosti v tradičních zpravodajských médiích na celém světě. V současné době jsou podle GMMP čtyři z deseti příběhů v tradičních zpravodajských médiích zpracovány ženami, což je nárůst o tři procenta ve srovnání s výsledky z roku 2005, kdy bylo žen novinářek 37 %, což byl stagnující stav až do roku 2015.

Někteří výzkumníci (Macharia et al. 2015; Gallagher, 2005) se domnívají, že navýšení počtu žen v médiích na pozici tvůrkyň obsahu nebo na manažerských pozicích, sníží stereotypizaci žen a mužů v mediálních obsazích. Tento přístup má však i své odpůrce (např. Wackwitz a Rakow, 2007; Vochocová, 2019; van Zoonen, 1988), kteří prostřednictvím výzkumů dokládají, že zvýšení počtu žen produkující žurnalistické obsahy nemusí nijak přispět k jejich obsahové proměně. Zajímavý výzkum v této souvislosti provedly polské výzkumnice (Organista a Mazur, 2020), které odhalily, že samy sportovní novinářky vnímají ženský sport ve srovnání s mužským jako podřadný a nejsou nijak nakloněny tomu, aby se zvyšovalo množství informací o sportovkyních a ženském sportu.

Právě pokrytí ženského sportu v médiích a zastoupení žen ve sportovních redakcích jsou dvě nejdůležitější témata, které se řeší v rámci genderové problematiky ve sportovní žurnalistice. Oběma se věnuje velké množství studií z různých koutů světa, jež mapují postupný posun k větší genderové vyváženosti (např. Brisbane et al., 2021; Organista a Mazur, 2020; Hrbáčková, 202; Etling et al., 2011; Schoch et al., 2011). Liesbet van Zoonen již v roce 1988 upozorňovala na to, že nízké zastoupení žen v mediální produkci

nelze považovat za nevýznamný problém (van Zoonen, 1988). Kvantitativně se tímto tématem zabývá výše zmiňovaný výzkumný projekt GMMP, který se ptá *Who Makes the News?* (GMMP, 2020; Gallagher, 2005; Macharia, 2015).

Vzhledem k zaměření mé práce se budu v rámci této kapitoly primárně orientovat na výzkum sportovních novinářek. Nejdříve nabídnu krátký diskurz do americké historie a poté navážu přehledem aktuálnějšího bádání na tomto poli, a to nejen v Americe, ale také v Evropě. V závěru pak nabídnu shrnutí českého bádání, jež bude primárně založeno na reflexi absolventských prací na toto téma. Odborná literatura je v tomto směru nedostačující, protože k dispozici jsou spíše texty věnující se obecně novinářkám, bez akcentu na sportovní specializaci. Můj výzkum tak přispívá k rozšíření znalostí o tématu.

1.3.3.1 Situace v zahraničí

Pamela J. Creedon (1994: 68) v kapitole zaměřující se na sportovní novinářky v americkém tisku uvádí, že (stejně jako muži) ženy pokrývaly sport ještě předtím, než se sportovní zpravodajství stalo nedílnou součástí novin. Autorka však dodává, že zapojení žen nebylo v minulosti dobře zdokumentováno, což se však zcela změnilo v druhé polovině 20. století a kapitola z její knihy nazvaná *Women in Toyland* sleduje tento trend. Jedním z důvodů, které Creedon (1994) uvádí v souvislosti s nedostatkem informací o amerických sportovních novinářkách, je právě i dříve zmiňovaný celkový nezájem akademiků o sportovní žurnalistiku kvůli nižší prestiži v rámci novinářského odvětví. Autorka sama však v publikaci z 90. let poukazuje na probíhající proměnu, která sportovnímu výzkumu přiznává dostatečný kredit.

Na třiceti stranách Creedon (1994: 67–107) přibližuje historii sportovních žurnalistek v americkém tisku²¹ a mapuje tímto způsobem samotné dějiny sportovní žurnalistiky v Americe, protože ženy byly podle shromážděných pramenů jejich pevnou součástí. Zlatý věk sportovní žurnalistiky ve 20. a 30. letech zažívaly i ony a následné válečné období jim přineslo další příležitosti k uplatnění. Přesto ještě v roce 1946 musela jedna z nejslavnějších sportovních novinářek této generace, Mary Garber, bojovat o to, aby byla

²¹ V přehledné tabulce *Milestones for Women in American Newspaper Sports Journalism*, která začíná rokem 1869 a končí rokem 1988, je uvedeno celkem 27 ženských jmen, u kterých nechybí specifikace pokrývaných sportů a názvy periodik, v nichž autorky publikovaly. Jak sama Creedon (1994: 75) uvádí, seznam to rozhodně není vyčerpávající a jde spíše o pokus zachytit významné milníky a různá „poprvé“ v kariérách ženských sportovních novinářek v Americe. Obdobná tabulka, která se zaměřuje na různá „prvenství“ žen ve sportu v televizním a rozhlasovém vysílání, obsahuje jmen o něco méně (Creedon 1994: 139).

vůbec vpuštěna do novinářské lóže. S podobnými problémy se pravidelně potýkaly i její kolegyně (Creedon, 1994).

Další dvě dekády ženám v medializovaném sportu spíše nepřály, ale 70. léta přinesly sportovnímu zpravodajství mnoho změn, ať ve způsobu pokrývání, jež se posunulo od pouhého shrnování výsledků a popisů hry k hlubším analýzám a komplexnějšímu pojetí, a také obsahově, kdy se začaly v souvislosti se sportem řešit drogy a násilí. V tomto období však ženy narazily na další problém, kterým byly zavřené šatny, ve kterých se po zápasech mezi sportovci, trenéry a žurnalisty odehrávalo všechno podstatné. Chybět tam znamenalo pro sportovní novinářky přijít o zásadní informace týkající se individuálních názorů a postřehů ohledně hry, stejně jako o zachycení celkové pozápasové nálady. Problém vyústil až v žalobu Melissy Ludtke s rozsudkem, který na konci 70. let potvrdil, že novinářky nemohou být omezovány v práci na základě svého pohlaví. Ovšem platnost rozhodnutí byla dodržována jen na území New Yorku a jen v žalovaném klubu Yankees.

Proces změny vedoucí k rovnoprávnému postavení žen ve sportovní žurnalistice trval ještě několik let. Navíc umožnění přístupu do sportovních šaten sebou bohužel neneslo i skutečné přijetí sportovních reportérek a fotografek ze strany sportovců a sportovních činitelů. Naopak se naplno odkrylo, jaká zde převládá mužská hegemonie, která dělá z žen vetřelce a snadné cíle posměchu, obtěžování a vyloučení (Bruce, 2002). Ženy v 80. a 90. letech ve sportovních klubech a na stadionech také čelily sexuálnímu obtěžování²² i agresivnímu chování (Walsh-Childers et al., 1996; Schell a Rodriguez, 2000; Cann a Mohr, 2001; Miloch et al., 2005). Mnoho novinářek navíc problémy, se kterými se potýkaly, ani nenahlašovaly, aby neohrozily své kariérní pozice a nebyly vnímány jako „ubřečená mimina, která potřebují zvláštní péči“ nebo jako stěžovatelky, které na sebe chtějí strhnout pozornost (Creedon, 1994: 90).

Nebyly to však jen výše popsané flagrantní problémy, které sportovním novinářkám komplikovaly práci. Jak vyplývá z mnohých výzkumů, v posledních třech dekadách se sportovní novinářky opakovaně setkávají s genderovými bariérami, které se jim nedaří zcela prolomit. Z výzkumu Phyllis Miller a Randyho Millera (1995) vyplynulo, že některé sportovní novinářky musely v devadesátých letech bojovat o přijetí, kredibilitu a

²² Do roku 1990 se datuje jeden z největších skandálů, kdy Lisa Olson, šestadvacetiletá novinářka z Boston Herald musela při rozhovorech čelit několika nahým fotbalistům, kteří odkryli své genitálie a zahrnovali ji lascivními poznámkami včetně nabídky, zda penisy nechce „zkusit“ (v originále „take a bite“ – pozn. autorky). Autorky Kane a Disch (1993) ve svém článku analyzující mediální pokrytí celé aféry odkryly, že Olsen byla vyobrazována buď jako klasická oběť znásilnění („řekla si o to sama“), nebo přecitlivělá ženská („nerozumí vtipu“). Více viz Kane a Disch (1993).

také rovné platové ohodnocení. Setkávaly se s podhodnocením ohledně svých dovedností a znalostí a musely dosahovat vyšších standardů a výstupů, aby se prosadily. To vše za neustálé kritiky, která byla nepoměrně silnější než u jejich mužských kolegů. Ti se navíc podle výzkumníků ke svým kolegyním chovali povýšeně, s pohrdáním a někdy i hrubě. Není se bohužel čemu divit, když data z výzkumu v 80. letech prokázala, že sportovní novináři ospravedlňovali omezené pokrytí ženského sportu přesvědčením ohledně neexistence zainteresovaného publika (Anderson, 1984 cit. podle Salwen a Garrison 1998:89). Stejně tak tým výzkumníků (Miloch et al., 2005) o 15 let později prokazuje, že většina sportovních novinářek stále čelí diskriminaci ze strany svých mužských kolegů.

Sportovní novinářky jsou se svou profesí přesto většinou spokojené (Miller a Miller, 1995). Situace se pro ženy ve sportovní žurnalistice postupně zlepšila. Například Hardin a Shain (2004) popisují, že situace na přelomu tisíciletí byla lepší než kdy jindy, přesto však podle nich mají sportovní novinářky těžší práci než jejich kolegové. Autorky rovněž upozorňují na to, že identita ženy a identita novinářky mohou být v konfliktu, což může práci negativně ovlivnit. Na druhou stranu ze své ženskosti mohou v některých situacích i těžit, protože jim například umožní získat lepší informace a vytvořit originálnější články (Hardin a Shain, 2006). To potvrzuje i výzkum Lucie Schoch (2013), který ukazuje, že být ženou ve sportovní novinářině může přinést mnohé výhody, zvláště v kontaktu s mužskými zdroji. Podle Schoch (2013) švýcarské sportovní novinářky aktivně pracují se stereotypy o ženách (ženy jako matky/pečovatelky, ženy jako sexuální objekty a ženy jako slabší pohlaví)²³, které se pomocí úpravy svého vzhledu, jazyka a postojů adaptují na konkrétní situace takovým způsobem, aby dosáhly co nejlepších profesních cílů. Respondentky tohoto švýcarského výzkumu věří, že díky použití těchto strategií jsou schopny zdroje snadněji oslovit a přimět je k výpovědím, které jsou upřímnější a autentičtější. To pak podle nich vede k tvorbě článků s hlubším a lidštějším přístupem. Švýcarské sportovní novinářky tak obdobně jako ty americké (Hardin a Shain, 2005) vnímají své ženství jako přednost. (Schoch, 2013: 107).

²³ Stereotypy, které jsou přisuzovány novinářkám, se zabývala rovněž Lachover (2005) ve své studii izraelských novinářek. Lachover (2005) stejně jako Schoch (2013) ve svém výzkumu navazovala na typologii stereotypů charakterizující ženy na pracovištích, kterou představila již v roce 1993 Rosabeth Moss Kanter. Kanter (1993: 233–236) popsala celkem čtyři stereotypy: žena jako sexuální objekt, žena slabá a naivní, žena/matka a tvrdošíjná žena s některými maskulinními rysy. Jediným pozitivně vnímaným stereotypem z pohledu samotných žen je ten matek/pečovatelek. Novinářky totiž vidí samy sebe v rozhovorech jako přátelské, velkorysé a motivující. Zatímco muži mohou tihnout k agresivitě, ženy věří, že mají dar uvolnit a rozpovídat zdroje, tak aby mluvily upřímně a otevřeně.

Druhou stranou stejné mince je jejich neustále vyčleňování ze sportovního prostředí jako těch, co do něho nezapadají. V tomto směru je pozice sportovních novinářek a sportovkyň podobná: „*Nejsou muži a jako takové nejsou ceněny v rámci sportovního/mediálního komplexu, protože nenaplňují a nikdy nebudou mužské standardy, na kterých jsou vystaveny,*“ (Hardin a Shain, 2005). Pocit, že „nejsou na tom správném místě“, pocítovaly sportovní novinářky v kontaktu se svými kolegy a novináři i později (Schoch a Ohl, 2011). Protože mediovaný sport byl i v období kolem roku 2010 prostředím „*s naprostou převahou mužů, kde dominuje hegemonní maskulinita, která produkuje obsahy od mužů, pro muže a o mužích,*“ (Bruce, 2013: 128). Ani výzkumy z posledních let nedokládají, že by se ženám podařilo „dobýt tuto maskulinní pevnost“. Ačkoliv se celkové počty žen v žurnalistice dramaticky navýšily (Etling et al., 2011; Schoch et al., 2011), sportovní žurnalistika zůstává doménou mužů, a to v USA i evropských zemích.

Je zajímavé, že podle závěrů výzkumu Marie Hardin a Stacie Shain (2005) se mnohé sportovní novinářky často snaží své schopnosti nějak prokázat („*prove themselves*“), jiné pak své pohlaví primárně potlačují a na první místo staví svou profesní identitu. Jedna z respondentek v jiném jejich výzkumu konkrétně popsala, že se pokouší dosáhnout toho, aby ji její kolegové brali jako „jednu z nich“ (Hardin et al., 2008: 72). Tento fakt často vede k tomu, že novinářky přejímají maskulinní normy a hodnoty redakcí, kam nastupují. Karen Ross a Cynthia Carter (2011) upozorňují, že na míru socializace žen má větší vliv právě prostředí, do kterého vstupují, než jejich celkový počet v dané redakci. Pokud tedy redaktorky nastupují na místo, kde převládají muži a dominují zde i na pozicích gatekeeperů, je pravděpodobnější, že budou přejímat nejen normy redakční kultury, ale i hodnoty, které zastávají tito starší kolegové (včetně určitých předsudků např. ohledně témat vhodných spíše pro ženu nebo pro muže).

Projevy nepřijetí a podceňování sportovních novinářek jsou různorodé. Závěry studií (např. Schoch, 2013; Bruce, 2002) ukazují, že kompetence sportovních novinářek jsou častěji zpochybňovány než jejich mužských kolegů. „*Musíme se prokazovat dvakrát víc než muži, a navíc neudělat žádnou chybu...Stačí malé uklouznutí, jedna chybička, něco v článku a otočí se to proti nám třikrát tolik,*“ popisuje například novinářka Kathy (Schoch, 2013: 101).

Na stereotypní vnímání novinářek se zaměřili ve své studii rovněž Gayle J. Brisbane a Patrick Ferucci (2018), kteří se zabývali tím, jak diváci vnímají důvěryhodnost a informovanost sportovních reportérů a reportérek. Průzkum se snažil ověřit celkem čtyři

hypotézy. Jedna z nich například testovala tvrzení, že respondenti budou hodnotit mužské novináře jako důvěryhodnější a informovanější než ženské novinářky. Nakonec se výzkumníkům potvrdila pouze jedna hypotéza, ve které účastníci hodnotili jako důvěryhodnější a informovanější novináře, pokud byly jejich reportáže založeny na faktech a ne osobních výpovědích (Brisbane a Ferucci, 2018: 14–15). Lze tedy vyvodit závěr, že respondentům tohoto výzkumu je lhostejné, kdo je autorem sportovní reportáže, jestli muž nebo žena. Navíc to podle nich nemá vliv ani na zpracování reportáže. Brisbane s kolegy (Brisbane et al., 2021) dospěl k podobným výsledkům i o tři roky později a také analýza Karin Boczek (Boczek et al., 2022) potvrdila, že publikum nediskriminuje na základě toho, zda je autorem novinář nebo autorkou sportovní novinářka. V rámci tohoto výzkumu však badatelé (Boczek et al., 2022) rovněž poukazují na to, že je sportovní novinářina tvořená ženami stále silně marginalizována, a to průběžně beze změn v období let 2016–2020 (viz také Schoch, 2020).

Tato zjištění se však rozcházejí s tím, jaké je nastavení v samotných sportovních médiích. Výzkum Guy Harrison (2019) ukazuje, že ve sportovních audiovizuálních médiích stále přetrvávají dvojí standardy, pokud jde o vzhled. Od sportovních novinářek se očekává atraktivní sexy vzhled, který však nesmí přesáhnout míru, kdy je diváky oblečení vnímáno jako přehnaně vyzývavé. Dalším problematickým paradoxem je situace, kdy si sportovní novinářky samy zvolí odhalenější oblečení a vypadá to, jako by chtěly být dobrovolně objektivizovány, „*zatímco je mnohem pravděpodobnější, že mnoho žen nevidí jinou rozumnou alternativu, pokud chtějí v tomto odvětví prosperovat a postupovat,*“ (Harrison, 2019: 152).

Další pojmy, které je v souvislosti s problémy sportovních novinářek na pracovištích potřeba zmínit, jsou **skleněný strop** a **tokenismus**. Skleněný strop je metaforou pro neviditelné bariéry, které znemožňují určitým skupinám zaměstnanců stoupat výše na kariérním žebříčku. Často jsou těmi, kdo na strop narazí, právě ženy (Renzetti a Curran, 2005). Sportovní novinářky jsou typickým příkladem. Pozice sportovních komentátorek nebo šéfredaktorek jsou jim téměř zapovězeny.

Tokenismus popisující nerovnoměrné zastoupení žen v organizacích definovala Kanter (1993) a označila jím stádium, ve kterém je představitel nějaké skupiny v určité organizaci minoritní, tj. je početně velmi málo zastoupený. Tokeni (token ve významu symbol) jsou pak vnímáni jako reprezentanti své skupiny se všemi kulturně zažitými stereotypy a je k nim obrácena větší pozornost. Nejjednodušší pak je přistoupit na tento vnější pohled a přizpůsobit se stereotypům, což však vede k jejich udržení a další

reprodukcí. Podle Kanter (1993) je potřeba 15% zastoupení, aby se situace mohla proměnit, a takto vysokých počtů sportovní novinářky ve většině redakcí nedosahují.

1.3.3.2 České sportovní novinářky

V rámci české žurnalistiky obecně platí, že podíl novinářek v redakcích mírně roste, ale dynamika zdaleka neodpovídá silně feminizovanému studiu žurnalistiky na vysokých školách, kde ženy tvoří až dvě třetiny studujících. Volek s Urbánikovou (2017: 59) uvádějí, že jedním z důvodů, proč část novinářek opouští svou původní profesi, je mateřská role, která koliduje s časově náročnou novinářskou prací. Podle autorů je rovněž zajímavé, že téměř třetina novinářek v nejpočetnější věkové skupině (30–39) je svobodná a téměř polovina bezdětná. „[...] *tohle povolání je strašně mužský, a hlavně pro ženu, zejména má-li malé dítě, je téměř jako nemožný v něm zůstat na plnou páru,*“ uvedla vedoucí rubriky, střední generace (Volek a Urbániková, 2017: 60). Uvedená citace byla jedna z opakujících se odkazů na to, že žurnalistika není prorodinným zaměstnáním. Stížnosti směřují také k sexistickému chování, se kterým se novinářky musejí potýkat u respondentů i kolegů. „[...] *nevím, jestli se vám někdy někomu stalo, že jste dělali rozhovor, že vám někdo koukal celou dobu na prsa. [...] Přijde za mnou starší kolega, kterého si vážím, a říká: ,tobě vyjde cokoli...tobě každý koukne na kozy a máš tu informaci‘ [...],*“ popsala výzkumníkům své nepříjemné zkušenosti jedna z redaktorek střední generace (Volek a Urbániková, 2017: 60–61).

Sportovní žurnalistika se v posledních desetiletích postupně otevřela ženskému elementu, a i v Česku tak postupně byla aspoň částečně dobytá tato dříve primárně maskulinní pevnost. Zvláště na televizních obrazovkách jsou vidět ženy jako sportovní redaktorky, hlasatelky, ale jen výjimečně i jako komentátorky. Bohužel, podíváme-li se na česká sportovní tištěná a online média a také na rozhlas, tak najdeme žen spíše poskrovnu. Také v českém prostředí ženy již nejsou ve sportovních redakcích raritou, ale jejich zastoupení je stále mizivé. Tomu stavu se do určité míry vymyká pouze sportovní redakce České televize, kde je žen proti jiným redakcím výrazně více. Pokud bychom chtěli nějaký komplexnější obrázek, můžeme se například znovu podívat na Klub sportovních novinářů a na složení jeho členů. Zjistili bychom, že žen je tam pouze 8 %. Hrbáčková (2020) se snažila zjistit konkrétnější stav počtu žen v české sportovní žurnalistice, protože si byla plně vědoma nedostatků databáze KSN, oslovila proto přímo sportovní redakce, aby ji obeznámily s genderovým rozložením svých redakcí.

Odpověděla jí jen část oslovených médií. Podle získaných dat pracovalo v té době v ČTK šest žen z celkové skoro padesátky zaměstnanců (včetně externistů), Český rozhlas měl v 33členném týmu dvě ženy, v ČT bylo ve sportovní redakci celkem 14 žen, TV Seznam měl v týmu jednu ženu. Ve spoustě redakcí ženy nebyly zastoupeny vůbec (např. aktuálně.cz nebo Mladá fronta DNES). Jak svůj malý průzkum shrnuje Hrbáčková (2020: 30): „...je zřejmé, že v České republice, stejně jako v zahraničí, zůstává sportovní sféra mužskou doménou.“ Přesto lze konstatovat, že jsou ženy součástí novinářské obce i v případě sportovních redakcí.

Kristýna Koreis (2017) provedla kvalitativní výzkum zabývající se českými sportovními novinářkami, ve kterém se snažila popsat jejich pozici v rámci redakce a zjistit, zda se setkávají s nějakými stereotypy a jakým způsobem případně gender ovlivňuje jejich práci. Respondentky nepřekvapivě akcentovaly svůj kladný vztah ke sportu. „Mnohé sport spojovaly s rodinnými vzpomínkami nebo aktivitami z dětství,“ (Koreis, 2017: 52). Opakovaně byl respondentkami uváděn smířlivý postoj k marginální pozici sportovních novinářek v redakci, většinou se snažily přizpůsobit maskulinnímu prostředí. Výjimkou bylo televizní zpravodajství, kde ženství bylo možné pozitivně využít, ovšem i tady narazí podle Koreis (2017) ženy na skleněný strop u sportů, které jsou charakterizovány jako mužské²⁴. Souhrnně lze říci, že z výzkumu Koreis (2017) vyplynula důležitost genderu ve sportovní žurnalistice, ačkoliv je novinářkami často ignorovaná nebo nepřiznaná. Genderové rozdíly a stereotypy jsou v této profesi přítomné, což bylo zjevné, zvláště pokud se rozvinula problematika časové vytíženosti a stresu v kombinaci s rodičovstvím.

Zajímavé závěry přinesla z rozhovorů s novináři a novinářkami sportovní redakce České televize Dita Ondřejková (2017). Z jejího výzkumu mimo jiné vyplynulo, že v rámci sledované sportovní redakce ČT příslušnost k genderu sportovní redaktorky nijak nelimituje. Přestože v hierarchii zastávají spíše nižší pozice, ukázalo se, že ve většině případů se tak děje na základě jejich vlastní volby (Ondřejková, 2017). Velice zlomový byl z mého pohledu výzkum Anny Hrbáčkové (2020), která na analýze několika zpravodajských příspěvků ukázala, že zpracování sportovních článků se u žen a mužů

²⁴ Ve výzkumu Jenčkové (2020: 52) se ukázalo, že mediální publikum vnímá ve sportu stereotypy včetně těch genderových a dosud pracuje s rozdělováním sportů podle maskulinních a femininních genderových charakteristik. Jako spíše mužské byly označeny sporty, které jsou zaměřené silově nebo technicky a jsou objektivně měřitelné (čas, počet gólů). Jako ženské byly vyhodnoceny sporty estetického charakteru, většinou s choreografií, kde je hodnocení výkonu v rukou rozhodčích.

neliší. Tedy prokázala, že ačkoliv je na sportovní novinářky občas nahlíženo s nějakým předsudkem týkající se podoby mediálních výstupů, tak kvalitativní analýza neprokázala žádné statisticky zajímavé odlišnosti (Hrbáčková, 2020).

Anna Doškářová (2021) se ve své studii zaměřila na ženský sportovní komentář, konkrétně prostřednictvím dotazníkového šetření přiblížila pohled magisterských studentů žurnalistiky a mediálních studií a studentů sportovních fakult na komentování sportu ženami. Jedna z jejích respondentek uvedla, že se na pracovišti setkala s diskriminací na základě svého pohlaví: „*Projevovala se neustálým naznačováním, že sport sleduji jen kvůli pěkným mužům a že mu jako žena nemůžu dost rozumět. Dozvěděla jsem se také, že jsem oproti svým mužským kolegům zbytečně emotivní,*“ (Doškářová, 2021: 60).

Podle Ondřejkové (2013: 26) je sportovní žurnalistika obecně odvětví, ve kterém pracuje mnohem méně žen než mužů, což ve své podstatě velice dobře zrcadlí skutečnost, která je typická pro chápání sportu naší kulturou, „*tedy že se jedná o jakousi přehlídku testosteronem nabitě hegemonní maskulinity*“. Velmi alarmující ilustrací možného přístupu k ženskému sportu v Česku je pak názor místopředsedy Českého olympijského výboru Zdeňka Haníka, který v rozhovoru pro Reflex uvedl: „*Žena v principu nechce vyhrávat či konfrontovat se – chce důstojně a s úctou remizovat,*“ (Haník, 2018).

Výpovědi týkající se ženského sportu odpovídají i výzkumům českých sportovních novinářek. Ty odkryly bolavá místa, která se opakovaně objevují i v zahraniční literatuře. Sportovní novinářky čelí mnoha překážkám a předsudkům ze strany kolegů sportovců i organizátorů sportovních akcí. Pro úspěch musí mnohem intenzivněji než jejich mužští kolegové prokazovat své schopnosti a dovednosti. Časová náročnost této práce jim navíc významněji komplikuje rodinný život, protože se jen velice obtížně slučuje s mateřstvím a intenzivní péčí o děti.

1.4 Shrnutí teoretické části

Výše uvedené teoretické kapitoly ukazují, že současná mediální teorie víceméně neřeší komplexně a jednoznačně problematiku sebepojetí sportovních novinářů a novinářek. Zahraniční a čeští badatelé se prozatím zaměřovali jen na dílčí témata související s touto problematikou, upozorňovali na jednotlivá specifika a zvláštnosti tohoto profesního zaměření, nicméně se většinou nepokoušeli o nějaké teoretické zobecnění či začlenění dílčích teoretických závěrů do širšího teoretického konceptu či modelu.

Ze subkapitoly věnované postavení sportovních novinářů jednoznačně vyplývá shoda autorů na teoretickém závěru, že postavení sportovních novinářů je v redakcích méně významné než ostatních redaktorů v dalších odděleních (zahraničněpolitické, domácí, ekonomické atd.). Tento náhled na sportovní novináře vyplynul z dnes již překonaných tezí, podle kterých může sportovní žurnalistiku vykonávat prakticky kdokoliv (tzn. neprofesionální novinář, bez potřebného vysokoškolského mediálního vzdělání), že sportovní žurnalistika je nedůležitou součástí veřejného prostoru a zajímá jen nevzdělanou část čtenářů. Ostatně i zavedené odborné označení „toy department“ naznačuje, že sportovní novináři bojovali a neustále bojují se svým zařazením do pozice druhořadých žurnalistů.

Subkapitola zabývající se profesí sportovních novinářů potvrzuje, že současní členové sportovních redakcí jsou z velké většiny vysokoškolsky vzdělaní novináři, od kterých se očekává mnohem více než jen špičkové znalosti jednotlivých sportovních disciplín. Musí například udržovat neustálý bezprostřední kontakt s technologickými novinkami, které zásadním způsobem ovlivňují výkon jejich profese. Dřívější teoretický předpoklad, že sportovním novinářem se může stát kterýkoli bývalý sportovec, byl již dávno překonán a současné teorie sportovní žurnalistiky výzkumně reagují na probíhající změny pracovních podmínek související s technologickým pokrokem, který proměňuje způsob sběru, selekce a rychlosti předávání informací. Zvláště kontinuální online zpravodajství a komunikace prostřednictvím nejrůznějších sociálních sítí kladou na sportovní redaktory a redaktorky velké odborné nároky.

Jak ukazuje třetí podkapitola, teorie sportovní žurnalistiky musela pružně reagovat i na podstatnou změnu postavení sportu ve společnosti. V minulosti, kdy byl sport víceméně volnočasovou aktivitou amatérů, se sportovní informace dostávaly na stránky deníků a jiných periodik velmi sporadicky. Nicméně profesionalizací sportu ve 20. století se zásadním způsobem změnil i charakter sportovní žurnalistiky. Tato transformace souvisela zejména s propojením většiny významných sportovních disciplín s rozsáhnou obchodní činností (sportovní business), působením vlivných sportovních celebrit v médiích a na sociálních sítích a celkovým vlivem sportovního dění na společnost, a dokonce na politické dění (účast politických představitelů na významných sportovních akcích např. olympiádách, mistrovstvích světa ve fotbale a hokeji). Důsledkem je, že média dávají stále více prostoru informacím ze světa sportu a své pevné místo v mediálním prostoru mají i specializované sportovní deníky, časopisy, televizní kanály, či rozhlasové stanice, které kladou velmi vysoké odborné nároky na své zaměstnance.

Sportovní novináři se tak dostávají do důležité role spoluvůrců mediálního obrazu sportovců a sportovkyň, který se může pozitivně odrazit na množství perspektivních sponzorů. Negativní zprávy mohou sportovním celebritám snížit šanci na získání materiální podpory jak ze státních, tak soukromých zdrojů. Celková popularita sportu ve světě a množství peněz, které je na sport navázáno, pak dělají sportovní žurnalistiku atraktivní i pro inzerenty.

Zajímavé teoretické závěry nabízí i kapitola věnovaná proměnám pracovních zkušeností a dovedností sportovních redaktorů, které souvisí s nástupem technologických změn a sociálních sítí. Dřívější realita sportovního redaktora, který přijel na sportovní akci, a pak v klidu redakce zaznamenal její průběh formou popisné reportáže o jejím průběhu, je dnes již hlubokou minulostí. V současnosti se od sportovního novináře očekává nejen bezprostřední kontakt se sportovci, trenéry a sportovními činiteli, ale i zpracování nejrůznějších informací a zajímavostí získaných z rozličných online zdrojů a sociálních sítí. Nutnost neustálého zvyšování atraktivnosti mediálních výstupů nutí sportovní redaktory a redaktorky neustále si rozšiřovat obzory a aktivně pracovat se sociálními sítěmi, statistickými databázemi a novými multimediálními nástroji. Znalost moderních technologií a nejnovějších trendů v žurnalistice jsou proto dnes jedním ze základních předpokladů pro výkon profese sportovního novináře.

Zvláštní výzkumnou oblastí v rámci sportovní žurnalistiky nadále zůstává postavení žen a ženského sportu. Sportovní redakce byly v minulosti většinou hlavně mužskou doménou, a ačkoliv lze z literatury vyčíst určitý vývoj směrem k větší genderové vyváženosti, konkrétní situace v redakcích se nijak výrazně nezměnila. V poslední době je trendem zvyšující se počet výzkumů týkající se sportovních redaktorek, stále ovšem chybí komplexnější teoretické vymezení jejich specifických problémů při výkonu povolání (např. profesní znevažování, sexuální obtěžování, „odmítání“ a omezování ženského sportu, diskriminace spojená s pokrýváním tzv. mužských sportů, horší materiální ohodnocení a pomalejší kariérní růst).

Jen několik málo badatelů se v minulosti prostřednictvím dotazníkové metody nebo řízených rozhovorů pokoušelo přiblížit i pohled samotných sportovních novinářů, ze kterého by vyplynul jejich postoj k této profesi, důvody volby sportovní žurnalistické specializace, osobní vysvětlení všeobecného znevažování a negativního hodnocení sportovní žurnalistiky, nebo jejich pohled na rostoucí časovou náročnost a stoupající požadavky v souvislosti s technologickou revolucí (nové technologie, software, internet, sociální sítě atd.).

V rámci výzkumu se pokusím vytvořit teoretický model, který bude založen na výpovědích sportovních novinářů a novinářek, kterým jsem pokládala otázky i na základě znalostí, které byly prezentovány v teoretické části této práce. Výsledná teorie by měla odkrýt povahu jejich profesního sebepojetí.

2 Výzkumná část

Úvodní teoretická část disertační práce ilustruje, že stále víme poměrně málo o tom, jací jsou čeští sportovní novináři a novinářky a jak vnímají svou profesi a pozici v rámci novinářské obce. Hledané odpovědi ovšem přináší až závěrečná analytická kapitola, která shrnuje výsledky výzkumu. Následující podkapitoly však podrobně popisují, jak byly odpovědi nalézány. Obsahuje definici cílů výzkumu, formuluje hlavní i vedlejší výzkumné otázky a podrobně přibližuje metodu sběru i zpracování dat za pomoci zakotvené teorie. Text se dále věnuje způsobům zvyšování teoretické citlivosti, limitům zvolené metody i realizovaného výzkumu. Součástí je i popis výzkumného souboru.

2.1 Cíle výzkumu

Původní disertační projekt si kladl ambiciózní cíle ohledně výzkumu sportovních žurnalistů a výstupů jejich práce. Zrealizování několika různých výzkumů kombinováním kvalitativních i kvantitativních metodologických přístupů tak, aby byla pokryta všechna relevantní témata, však bylo v rámci disertace nereálné, a proto jsem již v původním projektu předpokládala postupné „tematické zúžení a zaostření“. Nakonec jsem zacílila výlučně na sportovní novináře a novinářky a jejich profesní sebepojetí. Tomuto hlavnímu badatelskému zájmu odpovídají i níže formulované výzkumné otázky, které mají vzhledem ke zvolenému kvalitativnímu přístupu explorativní povahu.

Hlavní výzkumná otázka:

VO1: Jaké je profesní sebepojetí současných českých sportovních novinářů?

Vedlejší výzkumné otázky:

VO2: Jak sportovní novináři vnímají svoji práci?

VO3: V čem sportovní novináři spatřují specifika svojí práce?

VO4: Jak sportovní novináři vnímají svoje postavení mezi ostatními novináři?

VO5: Jakým způsobem ne/ovlivňují práci a sebepojetí sportovních novinářů genderové aspekty?

2.2 Použitá metoda

Předkládaný výzkum má kvalitativní povahu. Výzkumník se v takovém případě snaží poznat sledované téma a porozumět mu na základě rozličných metodologických tradic. Creswell (1998: 15) zdůrazňuje, že výsledný obraz výzkumného problému by měl být komplexní, holistický, a mělo by proto jít o všeobíhající vyprávění, které čtenáři ukáže různé dimenze a všechny možné vrstvy, které problém spoluutvářejí. Jde tedy o přístup hloubkový a časově náročný. V literatuře je kvalitativní výzkum často vymezován vůči kvantitativnímu, oproti kterému využívá spíše měkká než tvrdá data, je flexibilnější, subjektivnější a spekulativnější, častěji se zpracovávají případové studie, které jsou zakotvené v konkrétních datech (Silverman, 2000: 2).

Klíčovým rozhodnutím pro zpracování disertační práce byl výběr metody analýzy a způsobu práce se sesbíranými kvalitativními daty. Vzhledem k tomu, že mým cílem bylo dosáhnout maximální možné věrohodnosti a validity výzkumu, a přitom formulovat z dat nová zjištění, která obohatí současné teorie popisující zkoumanou skupinu sportovních novinářů, zvolila jsem si jednu z ověřených a na prvcích pozitivismu postavených metod, a to zakotvenou teorii²⁵ (grounded theory). Ta patří v rámci sociálních věd mezi nepoužívanější (Bryant a Charmaz, 2019).

2.2.1 Metoda zakotvené teorie

Historie tohoto kvalitativního přístupu se datuje do šedesátých let minulého století. Milníkem byla kniha Barneyho G. Glasera a Anselma L. Strausse *The Discovery of Grounded Theory* z roku 1967. Následovaly další tři publikace, které se zakotvenou teorií dále podrobněji zabývají. „*Tyto knihy společně nabízejí jedno pojetí kvalitativní analýzy a jejich úzce vymezeným námětem je výstavba teorie. Filozofické domněnky a vědecká tradice ležící v základech těchto knih určují jejich poslání – tím je výstavba teorie pomocí kvalitativního výzkumu,*“ (Strauss a Corbinová²⁶, 1999: 4). Kořeny zakotvené teorie lze podle různých autorů (Heath a Cowley, 2004; Sedláková, 2014) dohledat mimo jiné v kombinaci symbolického interakcionismu George H. Meada, sociální psychologie

²⁵ Sedláková (2014) upozorňuje, že označení tohoto přístupu je terminologicky nestandardní, protože v sobě slučuje postup zkoumání i jeho výsledek. „*Nejedná se o teorii, ale o souhrnný přístup či strategii pro sběr i analýzu dat kvalitativního rázu,*“ (Sedláková, 2014: 400).

²⁶ Ačkoliv jména zahraničních autorek v textu nepřechyluji, v případě Juliet Corbin jsem v odkazech na publikaci z roku 1999 musela udělat výjimku, jde totiž o český překlad, který využívá koncovky -ová, proto ji v tomto případě také užívám.

Herberta Blumera, tradic Chicagské školy nebo Lazarsfeldových výzkumů. Pro samotnou praktickou aplikaci metody zakotvené teorie je pravděpodobně nejprínosnější poslední z výše uvedených knih – *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques* z roku 1990, kterou Anselm Strauss publikoval ve spolupráci s Juliet Corbin. Tento text byl navíc v roce 1999 přeložen do češtiny, díky čemuž mají tuzemští výzkumníci k dispozici ucelenou českou terminologii vztahující se k zakotvené teorii²⁷.

Zakotvenou teorii reflektovalo nebo rozvíjelo množství dalších autorů (např. Bryant a Charmaz, 2019; Řiháček et al., 2013; Hoare et al., 2012; Holt a Tamminen, 2010; Charmaz, 2006; Mioviský, 2006; Glaser a Holton, 2004; Heath a Cowley, 2004; Orton, 1997). Za vysoce přínosnou považují zejména práci Kathy Charmaz²⁸ (2006: 2), které se podle mého názoru podařilo hned v úvodu dobře vyzdvihnout některé z hlavních výhod této metody: „*Zakotvená teorie vám pomůže začít, vytrvat a dokončit projekt. Výzkumný proces bude plný překvapení, neotřelých myšlenek a zostří vaše analytické schopnosti. Metoda zakotvené teorie vám umožní vidět data novými očima a prostřednictvím brzkého analytického psaní vám pomůže přijít s novými nápady.*“ Jednoduše definovat zakotvenou teorii lze podle Kathy Charmaz (2006: 2) následovně: „*[...] metodu zakotvené teorie tvoří systematický, ale stále flexibilní návod sběru a analýzy kvalitativních dat směřující ke konstrukci teorie ‚zakotvené‘ v datech samotných.*“

Jedním z důvodů, proč jsem zvolila pro práci s daty zakotvenou teorii, je ten, že umožňuje opětovné formulování otázek i klíčových témat, a dovoluje tak výzkumníkům originálně pracovat s materiálem, který je možné dále doplňovat a obohacovat. Není tedy uzavřeným rigidním systémem, ale naopak klade důraz na hledání nových spojitostí, vzorců a schémat. Výzkumník je tak nucen kriticky přistupovat k sesbíraným datům, výpovědím respondentů i k vlastním zjištěním a závěrům. V případě, že odhalí nejasnosti, nekompletnosti, či zcela chybějící údaje, neznamená to pro něho, že to musí definovat jako limity své práce, se kterými nelze nic dělat, ale naopak to pro něho může být začátek zcela nové fáze sběru dat nebo alespoň důvod k doplnění těch původních.²⁹ Jedná se tedy do určité míry o opakující se proces práce s daty (srov. Řiháček et al., 2013; Creswell,

²⁷ Z toho důvodu používám v textu primárně český překlad Stanislava Ježka (Strauss a Corbinová, 1999), abych tím přispěla k dalšímu ukotvení vědecké terminologie.

²⁸ Profesorka Charmaz byla studentkou Barneyho Gläsera a Anselm Strauss byl jejím školitelem během Ph.D. programu.

²⁹ Těchto předností zakotvené teorie jsem v rámci analýzy dat a pokračování jejich sběru několikrát aktivně využila. Některá témata (např. klišé, nacionalismus, stereotypy) jsem upozadila a věnovala jim jen základní otázky, jiná (nové technologie, interakce novinářek a sportovců, spolupráce napříč médii) jsem naopak v rozhovorech mnohem intenzivněji rozvíjela.

1998; Orton, 1997). Samozřejmě tento proces nemůže být nekonečný a výzkumník by si měl jasně nastavit, jak by měl aspoň primárně vypadat stav saturace. Podle Creswella (1998: 56) výzkumník obvykle provede 20–30 rozhovorů³⁰, aby sesbíral dostatek dat pro saturaci analytického kódování.

Je důležité zmínit, že zakotvená teorie má velkou tradici hlavně v psychologii³¹ a například do sociologie a potažmo mediálních studií se dostává pozvolna. Důvodem její vzrůstající oblíbenosti v posledních třech dekadách i v českém prostředí může být nejen přístup k ucelené přeložené terminologii (Strauss a Corbinová, 1999 – přeloženo Stanislavem Ježkem), ale zejména precizní popis způsobu práce s daty, který je na rozdíl od jiných analytických metod velmi podrobný a návodný. Zajímavé je rovněž to, že mnoho studentů i výzkumníků využívá zakotvené teorie jen částečně. Inspirují se způsobem kódování, ale již neusilují o vytvoření teorie, ať už malého nebo středního dosahu. Přestože se výzkumníci rozhodnou nevyužít plného potenciálu metody zakotvené teorie, je stále velice užitečným a přínosným nástrojem při práci s kvalitativními daty.

2.2.2 *Kódování v rámci zakotvené teorie*

Základním nástrojem zakotvené teorie je tzv. kódování. Než se do něho výzkumník pustí, je nezbytné mít přichystaná a prostudovaná data, která shromáždil. V mém případě šlo jednak o opakovaný poslech nahraných audio záznamů, a pak zejména o četbu pečlivě přepsaných výpovědí respondentů. V pozdější fázi výzkumu již není nutné pořizovat doslovné přepisy rozhovorů, je možné přepisovat pouze věty, pasáže nebo odstavce, které jsou podstatné pro rozvíjející se teorii (Strauss a Corbinová, 1999: 19). Na začátku je nemožné odhadnout, co bude významné pro další vývoj výzkumu, a z tohoto důvodu přistupujeme ke všem zjištěním obezřetně, pracujeme s nimi jako s „provizorními“. Důvodem proč některá data vyhodnotíme jako relevantní pro výzkum a jiná ne, může být hned několik. Vždy jde o subjektivní proces a každého výzkumníka ovlivňují různé

³⁰ V tomto směru mohu s Creswellem (1998) souhlasit, klíčové kategorie jsem skutečně byla schopna v datech identifikovat již ve chvíli, kdy jsem za sebou měla kolem 20 rozhovorů. Důvodem, proč jsem jich nakonec uskutečnila dvojnásobek, byla zejména snaha o rozmanité zastoupení novinářů a novinářek podle věku a typu média. V první dvacítce rozhovorů totiž dominovali mužští zástupci tisku s věkovým průměrem kolem 35 let.

³¹ Například již v roce 1988 viděli výzkumníci (Rennie et al.) zakotvenou teorii jako užitečnou výzkumnou strategii v rámci oboru psychologie. „*V zásadě jakýkoli typ verbální výpovědi je vhodný pro tento výzkumný přístup*“, uvádějí autoři (Rennie et al., 1988: 148) s tím, že psychoterapeutičtí klienti nejsou pro využití zakotvené teorie vhodnější než jiní.

zkušenosti a znalosti, které autoři označují jako zdroje teoretické citlivosti, jež je důležitým tvořivým aspektem zakotvené teorie. (Strauss a Corbinová, 1999: 28–29).

Glaser (2004) i Strauss s Corbinovou (1999) jsou si vědomi toho, že žádný vědec nevstupuje do výzkumného pole bez nápadů, ovšem jejich přístup se odlišuje v pohledu na to, jakou roli by měla sehrávat literatura (Heath a Cowley, 2004: 143). Zatímco Glaser (Glaser a Holton, 2004) upřednostňuje induktivní práci s daty a předpokládá výzkumníka, který se vyhýbá ovlivnění způsobené rozsáhlým přípravným studium, Strauss s Corbinovou (1999) připouštějí obeznámenost vědce s odbornou literaturou a celkově s daným výzkumným problémem. Glaser s Holton (2004) tvrdí, že extenzivní rešerše literatury je v rozporu se základní premisou zakotvené teorie, jež vychází z dat a nikoli z nějakých již existujících teorií. Podle autorů může studium literatury³² omezit schopnost formulace nových neotřelých teorií, protože pokrývá vnímání výzkumníků. Ti pak mohou být předpojatí a můžou mít sklon využívat modely a přístupy formulované někým jiným (Glaser a Holton, 2004).

Proti tomu se vymezují Strauss s Corbinovou (1999), když podle jejich pojetí může i informovaný vědec přistupovat k analýze a formulování teorií otevřeně a kreativně. Detailnější znalosti mohou výzkumníka dokonce upozornit na jevy, které by jinak zcela přešel, protože by se mu například zdály příliš nevýrazné. Odborná literatura může podle autorů (Strauss a Corbinová, 1999: 34–35) podněcovat teoretickou citlivost, vzbuzovat relevantní otázky a je možné ji využít k dodatečné validizaci. Ovšem Strauss s Corbinovou (1999) upozorňují, že není nutné se seznámit s veškerou literaturou. „*Nechceme být natolik ponořeni v literatuře, aby naše znalosti dusily a omezovaly naše tvořivé úsilí!*“ (Strauss a Corbinová, 1999: 34).

Přístup Glase (2004) a Strausse a Corbinové (1999) se odlišuje rovněž v odlišném pojetí kódování. Strauss a Corbinová (1999) používají tři typy kódování: otevřené, axiální a selektivní. Glaser pracuje jen se dvěma typy kódování, a to substantivním a teoretickým (podrobné srovnání viz Heath a Cowley, 2004). V práci jsem se rozhodla využít třífázového postupu, který začíná **otevřeným kódováním**. Jde o poměrně hrubé třídění dat, kdy výzkumník označuje a kategorizuje všechna témata, která považuje za podstatná, pomocí pojmů, ale nesnaží se o jejich detailnější pochopení a hledání jemnějších rozdílů napříč korpusem dat. Pro názvy jednotlivých kódů může výzkumník použít zcela nové

³² S literaturou je v rámci tohoto přístupu k zakotvené teorii pracováno jako s dalším zdrojem dat, která mají být integrována do neustálého procesu srovnávací analýzy. Studium literatury v předstihu je podle autorů ztrátou času a vykojením relevance pro výzkum v rámci zakotvené teorie. (Glaser a Holton, 2014)

nebo již využitě termíny, případně slova, či slovní spojení objevující se přímo v datech. Různá „chytlavá“ slova, která přitahují pozornost při analýze se nazývají „in vivo“ kódy (Strauss, 1987: 33) a často se později stávají zdrojem pojmenování kategorií. Zvolená označení kódů by měla jasně a jednoduše zobecňovat, co je obsahem vybraných pasáží dat. Jednotlivé kódy je možné poté sdružovat do obecnějších kategorií, ale je důležité jasně vymezit jaké konkrétní podkategorie a kódy sem spadají (Strauss a Corbinová, 1999: 42–52).

Kódování je ve své podstatě formou redukce dat a vzhledem k jejich množství je pak také důležité rozhodnout se, zda pro kódování budeme využívat nějaký z dostupných analytických programů vytvořených pro práci s kvalitativními daty, nebo využijeme třeba vystřihování a poznámkování na fyzicky vytištěných textech případně v jejich elektronické verzi.³³ Velice nápomocné jsou různé náčrtky a jiné grafické vizualizace kategorií, a to zejména v rámci druhého stupně, tedy **axiálního kódování**. Strauss s Corbinovou (1999: 70) ho popisují jako „*soubor postupů, pomocí nichž jsou údaje znovu uspořádány novým způsobem, prostřednictvím vytváření spojení mezi kategoriemi*“. Cílem axiálního kódování je vzájemné propojení kategorií tak, aby postupně vzniklo schéma, ve kterém je možné identifikovat vzájemné vztahy mezi kategoriemi. Výzkumník by si měl všimnout zejména opakování, různých podobností nebo naopak velkých rozdílů. Měl by pátrat po důvodech, hledat souvislosti a zamýšlet se nad novým propojením kategorií nebo jejich reformulací. Je možné využít paradigmatického modelu, který prostřednictvím hledání příčin, kontextu, intervenujících podmínek, interakcí a následků umožňuje výzkumníkům „*o údajích systematicky přemýšlet a vzájemně je mezi sebou vztahovat složitými způsoby*“ (Strauss a Corbinová, 1999: 72).

Posledním krokem je **selektivní kódování**, které vede k vytvoření teorie, a proto od výzkumníka vyžaduje velkou míru abstrakce. Klíčové je určit centrální kategorii, na kterou se naváže celé interpretační schéma a ke které se budou vztahovat všechny ostatní kategorie. Kostra příběhu, tedy základ budoucí teorie, je postavena právě na ústředním jevu, který je proto autory (Strauss a Corbinová, 1999: 91) považován za extrémně

³³ Původně jsem měla v plánu pracovat s programem Atlas.ti, ale měla jsem k dispozici pouze starší verzi, která bohužel nebylo uživatelsky přívětivá a s přibývajícím množstvím dat mou kreativitu spíše ubíjela. Rozhodla jsem se proto pracovat s přepisy rozhovorů v rámci originálních textových souborů (v tištěné i digitální verzi), kde jsem těžila zejména z barevného označování, vlastních poznámek a komentářů. Postupně jsem si vytvářela tematické dokumenty s vybranými citacemi, se kterými jsem potom dále pracovala.

důležitý: „*Ústřední jev je srdcem procesu integrace. Je maltou, která spojuje – a drží pohromadě – všechny složky teorie.*“ Vznikající teoretické teze poté znovu testujeme aplikací na další data. Právě tyto kroky zpět, tedy opakované testování stále nových verzí teorie na původních datech jsou cestou, jak dosáhnout adekvátnosti nově vznikající teorie vzhledem k sociální realitě (Sedláková, 2004: 422).

Je zřejmé, že výběr hlavní kategorie a finální interpretace jsou odvozeny pouze od názoru výzkumníka, který by měl již dokonale rozumět zkoumané problematice. Míra subjektivity je vysoká, takže každý jeden výzkumník by mohl dospět k určení odlišné ústřední kategorie a aplikaci zcela odlišného interpretačního rámce³⁴. Vhodně formulovaná teorie je podle Strausse a Corbinové (1999) ta, kterou je možné poměrně jednoduše převyprávět. Pro zakotvenou teorii je typické, že ani v závěrečné fázi se často nevyhneme tomu, že se kvůli snaze o správné vysvětlení jevu musíme vrátit na začátek a analyzovat nová data, nebo reformulovat kategorie, či je zcela nově uspořádat. (Strauss a Corbinová, 1999).

Jak by měla vypadat samotná výsledná teorie, která je hlavním cílem této metody, a tím i hlavním výstupem celého výzkumu? Protože, jak jsem popsala výše, jsem primárně využívala zakotvenou teorii, jak ji definovali Strauss s Corbinovou (1999), mohla jsem dospět ke dvěma odlišným výsledkům. Konkrétně jde o dva odlišné typy výsledných teorií, které se liší mírou své obecnosti. *Substantivní teorie* je užší a vypovídá pouze o zkoumaných případech nebo jim velmi podobných situacích. *Formální teorie* má pak širší platnost, čehož je docíleno konstruováním širšího vzorku. Důležité je však vždy vést v patrnosti, že zakotvená teorie je kvalitativní metodou, a tedy artikulované teorie se vztahují vždy a pouze na výzkumné jednotky, jež patřily ke zkoumanému vzorku. Aplikace teorie na další jevy a vztahy mimo vzorek je vysoce problematická.

Výsledkem předkládané disertační práce je formulace substantivní teorie (označována rovněž jako teorie malého dosahu), která je přiměřeným vyjádřením o studovaném tématu. Teorie by měla být popsána takovým způsobem, aby byla přístupná dalším výzkumníkům, kteří se rozhodnou studovat stejné pole. V případě substantivní teorie jde o systematické organizování analyzovaných dat do integrované teorie, která je z pohledu výzkumníka maximálně věrohodná, protože je zakotvena v sesbíraných datech.

³⁴ Nalezení ústřední kategorie pro mě bylo jednou z největších výzev celého výzkumu. Zvažovala jsem v průběhu selektivního kódování tři různé možnosti, které mi všechny přišly velmi relevantní a funkční. Silně se tedy ztotožňuji s tvrzením ohledně subjektivity, protože jsem přesvědčena o tom, že i já sama bych za jiných okolností mohla zvolit odlišnou ústřední kategorii a formulovat na základě stejných dat rozdílnou teorii.

To však neznamená, že je to jediná možná teorie založená na daných datech, jejich analýza je totiž subjektivní, a proto je nejen možné, ale dokonce velmi pravděpodobné, že jiný badatel by dospěl k formulování odlišené teorie.

2.2.3 *Techniky zvyšování teoretické citlivosti*

Strauss a Corbinová (1999) předpokládají, že badatelé vstupují do procesu analýzy zaslepeni svými předpoklady, zkušenostmi a nekritickým lpěním na poznacích z literatury. Tyto předpojatosti je navíc jen velmi obtížné odhalit a často zjistíme, že jsme sklouzli k nesprávné interpretaci dat nebo jiné chybě v analýze jen díky postřehu někoho zvenčí. Zejména v počáteční fázi výzkumu je tak dobré pokusit se maximálně rozvinout svou teoretickou citlivost a otevřít své myšlení o zkoumaném jevu. Strauss s Corbinovou (1999: 53–69) představují hned několik těchto technik v jedné z kapitol své knihy. Cílem aplikace těchto metod je vyvést myšlení mimo hranice nastudované odborné literatury a osobní zkušenosti. Metody stimulují proces indukce tím, že nás nutí zaměřit se na to, co je před námi bez využití standardizovaných způsobů myšlení o zkoumaném jevu.

První technikou je *kladení otázek*, které nám umožňuje se maximálně otevřít údajům. Mezi ty základní patří: Kdy? Kde? Co? Jak? Kolik? A proč? Jejich pomocí je možné rozebrat každičký jeden úsek výpovědi respondentů. Výzkumník by měl při jejich použití využívat asociací a celkově postupovat tvořivým způsobem. Dále jsou k dispozici například otázky časového nebo prostorového rázu.

Dalším nástrojem je samotná *analýza slova, větného celku, věty*, kde Strauss s Corbinovou (1999: 58) na příkladech ukazují, do jaké hloubky je možné jít. Jak nakládat s jednotlivostmi a jak se pokusit na jejich analýzu podívat skutečně podrobně. Některá slova jsou mnohovýznamová, a proto je důležité se nad těmito často rozdílnými významy zamyslet. Do budoucnosti nám tyto nuance pomáhají také vhodněji formulovat otázky nebo se více doptávat, tak abychom lépe pochopili výpovědi informantů. Tedy jaké významy oni sami přisuzují svým slovům, pokud je to nejasné.

Analýza pomocí *porovnávání* je velmi efektivní za využití protikladů (*technika protikladů*). Pomocí porovnání můžeme identifikovat otázky, které pak můžeme využít při vedení dalších rozhovorů. Prostřednictvím porovnávání je možné také popsat a uchopit funkční podkategorie, se kterými můžeme dále pracovat. Strauss s Corbinovou (1999: 63) popisují, že systematické porovnávání je velice důležité zejména v počáteční fázi analýzy, kdy může výzkumníkům pomoci překonat vzorce jejich myšlení při

současném zachování všech důležitých zkušeností a odborných znalostí. Porovnávat můžeme s jevy blízkými i vzdálenými, obměna optiky je důležitá. Stejně tak technika protikladů staví na tom, že myšlenkovým pochodům dává zcela nový rozměr.

Poslední technikou, která by měla pomoci zvýšit výzkumníkovu teoretickou citlivost, je tzv. *mávání červeným praporkem*. Tato technika by měla pomoci vidět analytikovi víc než to, co je zřejmé na první pohled. Jejím hlavním cílem je snaha pokusit se oprostit od domněnek, které jsou kulturně podmíněny, což je samozřejmě velmi náročné. Zjednodušeně se dá říct, že autoři nás nabádají, abychom si dávali speciální pozor na určitá slova a fráze. Například „nikdy“, „vždycky“, „tak to nemůže být“, „každý ví, že se to tak dělá“ atd. (Strauss a Corbinová, 1999: 66). Ty jsou totiž podle autorů signálem k tomu, abychom se na záležitost podívali podrobněji. Co přesně tato slova nebo tyto fráze znamenají? Proč jsou například proneseny tak samozřejmě? My sami jako výzkumníci bychom nikdy neměli nic považovat za samozřejmé, protože si tím zavíráme možnosti, které mohou vést k vyřešení našeho výzkumného problému.

Důvodem, proč se snažit aplikovat výše popsané techniky zvyšování teoretické citlivosti, je zejména snaha omezit vlastní předpojatost, domněnky a narušit zaběhnuté vzorce myšlení. Techniky jsou jedním ze způsobů, jak při analýze nepostupovat jen podle získaných znalostí z odborné literatury, ale naopak se otevřít všem údajům a vidět v nich, co je důležité. Jsou cestou, jak z roviny popisné přejít do roviny teoretické v průběhu jednotlivých stupňů kódování. Cvičením technik je podle autorů možné dosáhnout rozvinutí fantazie (Strauss a Corbinová, 1999: 69).

2.2.4 *Limity využití zakotvené teorie*

Využití zakotvené teorie v sobě nese velké riziko pro výzkumníka v podobě znalostí, které má o daném tématu. Všeobecně se doporučuje vyvarovat se studiu relevantní odborné literatury před ukončením samotného výzkumu, aby těmito zjištěními nebyly ovlivněny jednotlivé postupy a hlavně závěry, tedy teoretická vyústění.

V tomto směru se mi do velké míry nepodařilo dostat navrženého ideálního postupu, protože jsem se souvisejícím tématům nevyhnula v rámci doktorského studia s ohledem na oponování a vedení diplomových prací zaměřených na sportovní žurnalistiku. Rovněž při přípravě původního disertačního projektu, zejména jeho teoretické části, jsem hojně čerpala z dostupné české i zahraniční literatury. Je tedy zřejmé, že mě získané znalosti

ovlivnily a mimo jiné se podepsaly na podobě provedených rozhovorů, které byly částečně strukturované právě v návaznosti na témata identifikovaná v literatuře.

Mým cílem bylo maximálně omezit nevyhnutelné zkreslení, které by mohlo být způsobené mými předsudky a stereotypními způsoby přemýšlení o údajích. Z tohoto důvodu jsem se snažila nepřimykát se unáhleně k žádným výkladům, ani těm, které odpovídaly známým výsledkům. V těchto případech jsem naopak aplikovala odstup a důkladnou kritickou analýzu. Kladla jsem důraz na otevřenost, nezaújatost a tvořivé myšlení.

2.3 Způsob sběru a zpracování dat

Pro disertační práci jsem zvolila kvalitativní formu sběru dat. Konkrétně šlo o polostrukturované hloubkové rozhovory. Technika interview je v rámci humanitních věd velice rozšířená a je možné ji úspěšně kombinovat s dalšími typy sběru dat (Sedláková, 2014: 207).

2.3.1 Polostrukturovaný hloubkový rozhovor

DiCicco-Bloom a Crabtree (2006: 315) uvádějí, že polostrukturované hloubkové rozhovory jsou v rámci kvalitativního výzkumu vůbec nejrozšířenějším formátem. Často jsou využívány nejen jako primární, ale jako jediný zdroj dat v případě různých kvalitativních projektů, což platí i pro předkládaný výzkum. Tento typ výzkumných rozhovorů se využívá jak v případě jednotlivců, tak i skupin. Rozhovory jsou obvykle předem naplánovány a klasicky trvají od 30 minut až do několika hodin. Standardně jsou založeny na souboru předem formulovaných otevřených otázek, přičemž další otázky přirozeně vyplývají z dialogu mezi respondenty a výzkumníkem. (DiCicco-Bloom a Crabtree, 2006: 315). Není tedy nutné se striktně držet naplánovaných (primárních) otázek, naopak vzhledem k jedinečným zkušenostem každého účastníka výzkumu je vhodné flexibilně reagovat na individuální reakce jednotlivých respondentů. K tomu se využívají (sekundární) tzv. sondážní otázky. Když výzkumník neplánovaně narazí na nějaké zajímavé a relevantní téma, pokusí se ho prostřednictvím těchto navazujících otázek uchopit a prohloubit tak rozhovor. Důležité je umožnit respondentům volně mluvit a rozvíjet myšlenky, výzkumník by neměl zasahovat do výpovědi, měl by pouze naslouchat (více viz Hendl, 2008: 174; Sedlíková 2014: 211). Tento typ rozhovorů je možné přizpůsobit potřebám jednotlivých respondentů a respondentek, protože umožňuje

flexibilně reagovat na specifické podněty a zároveň udržet základní zaměření. Z výše jmenovaných důvodů jsou polostrukturované hloubkové rozhovory vhodné pro předkládaný typ výzkumu.

2.3.2 Popis sběru dat

Výzkumný vzorek jsem primárně vytvořila metodou sněhové koule (snowball), která kombinuje účelový a prostý náhodný výběr. Do výzkumu zařazení respondenti na základě dotazu badatele navrhuji další aktéry pro oslovení (např. Miovský, 2006; Babbie, 2004). Mezi prvními jsem vyzpovídala sportovní novináře a novinářky, na které jsem měla sama kontakty získané během studia žurnalistiky a mé novinářské praxe. Novináři a novinářky působící ve sportu se dobře znají napříč médii, takže doporučení na další zajímavé respondenty se mi hromadila a bylo pak jednoduché vybírat si další tak, aby byl vzorek co nejpestřejší, pokud jde o typ média, délku praxe, sportovní zaměření, věk nebo pohlaví.

Pocit nasycenosti vzorku jsem měla překvapivě brzy, ale přesto jsem pokračovala ve sběru a doufala v nějaká další výjimečná zjištění. První rozhovor, který jsem uskutečnila, se datuje do února 2015, poslední do září roku 2021. Celkem jsem pro svůj výzkum nashromáždila 42 rozhovorů, konkrétně s 21 sportovními novináři a 21 sportovními novinářkami.

Zastoupeny byly různorodé profesní pozice, zpovídala jsem šéfredaktory, editory, fotografy, redaktory i elévy. Vzhledem k tomu se i výrazně lišila délka jejich praxe, což bylo cílem, protože jsem chtěla postihnout případné rozdílnosti ve vnímání profese z pohledu „ostřílených matadorů“ i sotva „rozkoukaných nováčků“. Počet žen v mém vzorku neodpovídá rozložení v populaci sportovních novinářů (viz kapitola 1.2.3.3 České sportovní novinářky), ale pohled žen byl pro mě stejně relevantní jako mužů, takže jsem se rozhodla pro vyrovnané zastoupení obou pohlaví.

Všech 42 rozhovorů jsem získala prostřednictvím osobního setkání s respondenty a respondentkami. Ačkoliv to v závěrečné fázi sběru dat v letech 2020 a 2021 bylo vzhledem k epidemiologické situaci spojené s šířením nemoci covid-19 náročné, podařilo se mi vyhnout se všem alternativám a vytěžit maximum z přímého kontaktu s novináři a novinářkami. Věřím, že jsem díky tomu měla možnost získat větší množství zajímavých informací a intimnější příběhy. Mé vnímání navíc nebylo ochuzeno o různé neverbální prvky komunikace, na které jsem mohla v rozhovorech přímo reagovat pokládáním navazujících otázek.

S respondenty a respondentkami jsem se setkávala v kavárnách, restauracích i na pracovištích. Výběr jsem nechávala na nich, protože jsem chtěla, aby jim místo bylo příjemné, ale vždy jsem apelovala na zajištění přiměřeného soukromí a ideálně i vhodné hladiny hluku vzhledem k tomu, že jsem rozhovory nahrávala na diktafon. Rozhovory jsem si většinou domlouvala v několika etapách a podařilo se mi rychle kontaktovat většinu³⁵ vybraných sportovních novinářů a novinářek.

2.3.3 Výzkumné rozhovory a jejich kódování

Kombinace polostrukturovaného a hloubkového rozhovoru mi umožnila pokrýt témata, která jsem si předem vytipovala, a zároveň dala informantům možnost vyprávět zážitky a rozvíjet myšlenky, jež považovali za zajímavé a důležité. Všeobecně lze shrnout, že uskutečněné rozhovory byly v první půlce primárně biografické, protože jsem se informantů dotazovala na minulost (na dětství, studium a vše, co souviselo s jejich rozhodnutím věnovat se sportovní žurnalistice). V průběhu rozhovorů jsem se snažila o plynulé přecházení z tématu na téma podle připravených okruhů bez zbytečné šroubovanosti, což se bohužel ne vždy povedlo. Respondenti často vzpomínali na různorodé zlomové zážitky či zkušenosti, které dále rozvíjeli, a rozhovor se blížil narativnímu. Mým cílem bylo v těchto momentech nenarušovat tok myšlenek a zachytit emoce i samotné klíčové informace, které by mohly být přínosné pro celkový výzkumný plán.

Již v průběhu sběru dat jsem jednotlivé rozhovory kompletně prepisovala a částečně kódovala, abych s nimi mohla pracovat, a tím modifikovat a zdokonalovat další plánované výzkumné rozhovory. Právě tímto způsobem se mi podařilo identifikovat velmi brzo důležitá témata, na něž jsem se poté v rozhovorech více zaměřovala a snažila se je co nejpodrobněji postihnout. Stále jsem však udržovala původně navržené okruhy témat a dodatečnými otázkami jsem rozvíjela ty prvky vyprávění sportovních novinářů, které v nich z mého subjektivního pohledu nejvíce rezonovaly.

Je třeba zdůraznit, že následná analýza všech rozhovorů s využitím zakotvené teorie přinesla do centra mého zájmu velké množství velmi zajímavých proměnných. První pročtení přineslo několik desítek kódů, které se naštěstí při druhém a třetím procházení

³⁵ Pouze jeden z oslovených novinářů na mé zprávy vůbec nereagoval. Na rozhovor jsem se nakonec nedohodla také se dvěma novinářkami, s první se nám opakovaně nedařilo najít vhodný termín, druhá měla pocit, že pro zařazení do výzkumu nemá dostatek zkušeností, což bylo z mého pohledu irelevantní, ale nepodařilo se mi ji přesvědčit.

začaly vzájemně překrývat, propojovat a dávat větší smysl v nalezených souvislostech. Tvorba kategorií nakonec nebyla tak nesnadná, jak jsem se původně obávala. Na tomto místě je potřeba podotknout, že jsem využívala také znalostí, které jsem načerpala četbou odborné literatury – zahraničních publikací, výzkumných článků i zajímavých diplomových prací.

V tomto směru pro mě tak bylo snazší nacházet funkční kategorie ve velkém množství kódů, ale bohužel mě to naopak velmi brzdilo v momentě, kdy jsem se snažila najít ústřední kategorii, která by byla dostatečně nosná a dokázala na sebe vhodně navázat několik dalších klíčových kategorií. Všechny mi přišly zajímavé a podstatné a bylo pro mě velmi náročné najít střed, osu, kolem které se bude otáčet celý můj výzkum, a přitom se smířit s tím, že více než polovinu definovaných kategorií budu muset v rámci disertace zcela vynechat a doufat, že se k nim jednou v nějakém budoucím výzkumu vrátím.

V celkovém souhrnu jsem analyzovala přepisy rozhovorů, které měly přes 280 000 slov, což odpovídá více než 860 normostranám textu. Právě obrovský objem dat byl spolu se snahou o zachování maximální anonymity mých zdrojů důvodem, proč jsem se rozhodla do disertační práce zařadit pouze vybrané a kódově označené citace respondentů a respondentek. V osobním archivu mám uloženy nejen všechny audio záznamy rozhovorů, ale rovněž všechny přepisy. Nejdelší uskutečněný rozhovor trval 2 hodiny a 8 minut, ten nejkratší 42 minut. Každý novinář však mluvil jinou rychlostí, takže délka rozhovorů většinou neodpovídala množství získaných informací. Pokud jde o délku prepisů, nejdelší měl 48 a nejkratší 8 normostran.

2.4 Výzkumný soubor

2.4.1 Představení respondentů

Výsledný počet respondentů mého výzkumného vzorku byl 42, z čehož byla polovina žen a polovina mužů. Tento poměr sice neodpovídá rozložení v populaci sportovních novinářů a novinářek, jak dobře ilustrují data z KSN, kde ženy tvoří jen 8 % členů (KSN). Výrazně menší podíl žen potvrzují i informace ze samotných redakcí (Doškářová, 2021; Hrbáčková, 2020).

Nejpočetnější částí vzorku jsou televizní sportovní novináři a novinářky, kterých bylo 20³⁶, tisk je zastoupen 16 rozhovory a zbytek tvoří zástupci rozhlasu (viz Tabulka č. 1). Respondenti působili ve veřejnoprávních i soukromých médiích a na celostátní i regionální úrovni.

Tabulka č. 1: Rozložení výzkumného vzorku podle typu média

Typ média	Televize	Tisk, online	Rozhlas
Počet respondentů	20	16	6

N = 42

Rozhovory jsem vedla především se žurnalisty a žurnalistkami v produktivním věku, kteří se sportovní novinářině aktivně věnují nebo se jí donedávna zabývali. Věkové rozložení výzkumného vzorku reflektuje Tabulka č. 2.

Tabulka č. 2: Rozložení výzkumného vzorku podle věkových skupin

Věková kategorie	20–29 let	30–39 let	40–49 let	50 let a více
Počet respondentů	4	22	12	4

N = 42

S ohledem na anonymizaci respondentů a respondentek jim byla zcela náhodně přidělena kódová označení, sportovním novinářkám Ž1–Ž21, sportovním novinářům M1–M21.

2.4.2 *Etika*

Všichni účastníci výzkumu byli obeznámeni se způsobem využití a zpracování dat a v případě potřeby jsem jim přiblížila způsob anonymizace rozhovorů. V práci jsem se snažila nevyužít žádná data, podle kterých by bylo možné respondenty a respondentky identifikovat. Z toho důvodu součástí práce nejsou prepisy rozhovorů, které by (i přes snahu o úpravy klíčových informací a vynechání jiných) s velkou pravděpodobností vedly u zasvěcených čtenářů k identifikaci zdrojů.

Věřím, že tento způsob využití dat pomohl zvýšit důvěru informantů a přispěl k jejich větší otevřenosti při rozhovorech. Vzhledem k tomu, že jsem se s některými respondenty osobně znala, začala jsem právě s nimi pořizovat první rozhovory. Využila jsem těchto

³⁶ Převaha zástupců televize ve vzorku je způsobena snahou o zařazení srovnatelného počtu žen, kterých je právě v televizní sportovní novinářině nejvíce.

nadstandardních vztahů nejen k získání dalších kontaktů, ale zejména také k reflexi mnou nastolených témat v průběhu následné diskuze.

2.5 Limity výzkumu

Disertační práce se potýká s celou řadou limitů. Některé vyplývají z povahy kvalitativního výzkumu, jiné ze složení výzkumného vzorku. Každopádně je třeba vyzdvihnout, že cílem práce je přinést nové informace a určitý vhled do úzce specializované skupiny sportovních novinářů a novinářek. Ačkoliv je vzorek vzhledem k populaci sportovních novinářů poměrně velký, nelze závěry práce v žádném směru generalizovat, protože se nejedná o reprezentativní vzorek.

Nejproblematictější vnímám svou úlohu výzkumnice, kdy jsem sama vedla a posléze interpretovala všechny rozhovory. V jejich průběhu se například mnohokrát stalo, že nějaká otázka nebyla položena optimálně, mohla vyznít zavádějícím způsobem. Ačkoliv jsem se vždy snažila všechny otázky dobře strukturovat a formulovat je neutrálně, občas jsem se bez nějakého vhodného příměru neobešla. Většinou jsem však nechala novináře plynule mluvit, snažila jsem se moc nezasahovat do toku jejich myšlenek, pokud se tedy nějakým zásadním způsobem nevzdalovali od tématu. Přepsané texty jsem posléze sama kodovala, a to se znalostí množství zahraničních prací i aktuálních tuzemských výzkumů věnujících se sportovní žurnalistice. To mohlo mé čtení textů a jejich následné kódování ovlivnit. Kvalitativní výzkumy stojí na subjektivním zpracování daného výzkumníka, v tomto případě jde tedy o mé interpretace sebíraných dat.

Omezující může být z mého pohledu i složení vzorku, kde jsou rovnoměrně zastoupeni muži i ženy, ač to neodpovídá skutečnému složení sportovních redakcí. Cílem výzkumu však nebylo vytvoření nějakého reprezentativního vzorku, ale získání detailních informací od relevantních aktérů a akterek, kteří a které mají dostatečné pracovní zkušenosti jako sportovní novináři a novinářky. Rovněž rozložení vzorku, pokud jde o věk a místo působnosti není tak diverzifikované, jak jsem původně plánovala. Problematické je například velké zastoupení novinářů působících v pražských redakcích (70 % účastníků výzkumu). Stejně tak je podhodnocena nejmladší a nejstarší generace novinářů a novinářek oproti těm ve středním věku. Tyto limity však do určité míry odrážejí realitu, protože například nejvíce redakcí (včetně těch sportovních) sídlí právě v Praze (Volek a Urbániková, 2017). Pro věkové rozložení sportovních novinářů bohužel nejsou dostupná relevantní data, ale je pravděpodobné, že zastoupení bude podobné jako

u českých novinářů jako celku, kdy je početně nejsilnější věková skupina 24–40 a poté 44–50 let (Němcová Tejkalová a Láb, 2016: 18).

3 Výsledky výzkumu: Model profesního sebepojetí českých sportovních novinářů

Následující kapitoly přinášejí podrobný přehled všech zjištění kvalitativního šetření. Nejdříve představuji finální model, který jsem vytvořila na základě analytických postupů zakotvené teorie, pomocí všech výše zmíněných druhů kódování. Ačkoliv je zařazení modelu, jež je výsledkem celého analytického postupu, na začátek kapitoly netradiční, prezentuji ho zde spolu s jeho základním popisem proto, abych zvýšila přehlednost textu a umožnila snáze sledovat jednotlivé kategorie a vnímat je ve vzájemných vztazích a dalších souvislostech. Jednotlivé části modelu od ústřední kategorie přes všechny další, jež jsem vyhodnotila jako relevantní, jsou posléze podrobně popsány v navazujících podkapitolách. Text je z velké části vystavěn na citacích, které slouží jako příklady pro dané kategorie a jsou klíčovými komponenty prezentace výzkumných závěrů.

3.1 Základní popis modelu

Pro sportovní novináře a novinářky je práce koníčkem. Jejich profese je opravdu baví, protože sport milují. Věnují se mu pasivně nebo aktivně už od malička. Skutečně sportem žijí a nejen pracovně. Právě kvůli tomu jsou ochotni se smířit i s různými nevýhodami této profese. Svě práci obětují večery i víkendy, cestují po světě a s nadhledem čelí případnému znevažování od kolegů z ostatních redakcí, kteří se na „sportáky“ občas dívají přehlíživě.

Práce je jejich vášní, o které se rádi baví i po skončení pracovní doby, třeba někde u piva. Láska ke sportu je spojuje v rámci redakce, kde jsou většinou dobrou partou kamarádů, ale i napříč různými médii. Je zcela běžné, že si na velkých akcích sportovní novináři vzájemně pomáhají, rivalitu pocítují výjimečně, sport je spojuje.

Jedna z pracovních povinností sportovních novinářů je sledování průběhu sportovních akcí, ať už jde o zápasy, turnaje, nebo různá mistrovství. Novináři jsou si v této souvislosti vědomi toho, že jsou placeni za činnost, která je většinou baví a zajímá a za kterou si musí ostatní v publiku zaplatit. Ačkoliv se nevyhnou nudným tiskovým konferencím nebo občas nekonečnému čekání na rozhovor, výsledek zápasu, či třeba příjezd sportovců, většinu času jsou nadšení, že mohou být na místě a naživo vidět sportovní výkony, a pak o nich s aktéry mluvit a zprostředkovávat publiku všechny důležité informace i zajímavé postřehy. Ve své žurnalistické práci vnímají příběhy

a s nimi spojené emoce jednotlivců i celých týmů. Prožívají s nimi úspěchy i neúspěchy a posílají do světa nejen finální výsledky, ale i své dojmy a pocity. Práce v terénu sportovní novináře tak nabíjí a baví, že většinou netouží po pohodlnějších editorských místech a své kariérní úspěchy přepočítávají na účasti na olympijských hrách (OH) nebo mistrovstvích Evropy (ME).

Sport je koníček číslo jedna pro mnoho mužů, ale i žen. Jen nepatrné množství z nich se rozhodne uplatnit v mediálním světě. Aktivních sportovních novinářů jsou v republice nízké stovky, žen pak pouze desítky, takže ženy kvůli tomu pracují v převážně mužských kolektivech. Ty, které se pro tuto práci rozhodly, si musí najít cestu, jak v tomto maskulinním prostředí fungovat, a mnohé dokážou ze svého postavení získat maximum. V posledním desetiletí se v Česku ženám dařilo převážně v rámci televizní sportovní žurnalistiky, jinde proměna k genderové vyváženosti téměř neprobíhá. Možná s tím souvisí také fakt, že ženy jsou v české společnosti stále hlavními aktérkami rodinného života, který se s časově náročnou profesí sportovního redaktora slučuje jen obtížně.

Zmíněný časový tlak přináší také stres a nutnost dokonale ovládat řemeslo, protože novináři mají často jen velmi krátký čas, ve kterém musí kompletně vytvořit své mediální výstupy. S prosazením nových médií a sociálních sítí navíc novinářům vznikají další povinnosti, protože přibývají zdroje informací, které je nutné sledovat, a platformy, jež je nezbytné obsahem naplňovat. Již před nástupem moderních technologií museli být sportovní novináři všestranní, své texty si často sami editovali i lámali, nyní jsou nuceni své dovednosti dále rozšiřovat (např. o natáčení a střih videí nebo pořizování a editaci fotografií). Co by však pro „svůj“ sport neudělali, na OH skoro nejlí, nespí a přece jsou plni nadšení. Sport, náplň jejich práce, je totiž jejich koníčkem.

Následující grafické znázornění představeného modelu na obrázku č. 1 umožňuje lépe postihnout vztahy a souvislosti mezi jednotlivými kategoriemi. Centrální pozici zaujímá kategorie **práce jako koníček**, která je současně ústřední kategorií celého modelu. Je tedy vztahově provázána se všemi ostatními kategoriemi. Obsahově nejbližší jí je kategorie **láska ke sportu**, jejíž subkategorie odkazují ke kořenům a důvodům tohoto pozitivního vnímání sportu. Láska ke sportu tedy většinou vyvěrá již z dětství, z aktivního nebo pasivního zájmu o sport, který byl často podporován rodinnými příslušníky (sportovní *rodinná tradice*). Tuto lásku prohlubují další definované subkategorie: *emoce spojené s prožíváním sportovních příběhů*, *adrenalin* pramenící z vypjatosti sportovních utkání a *zábava* plynoucí obecně z atraktivity sportu. Vše umocňuje ještě přímý kontakt se sportovci a sportovkyněmi (*vztahy se sportovci*).

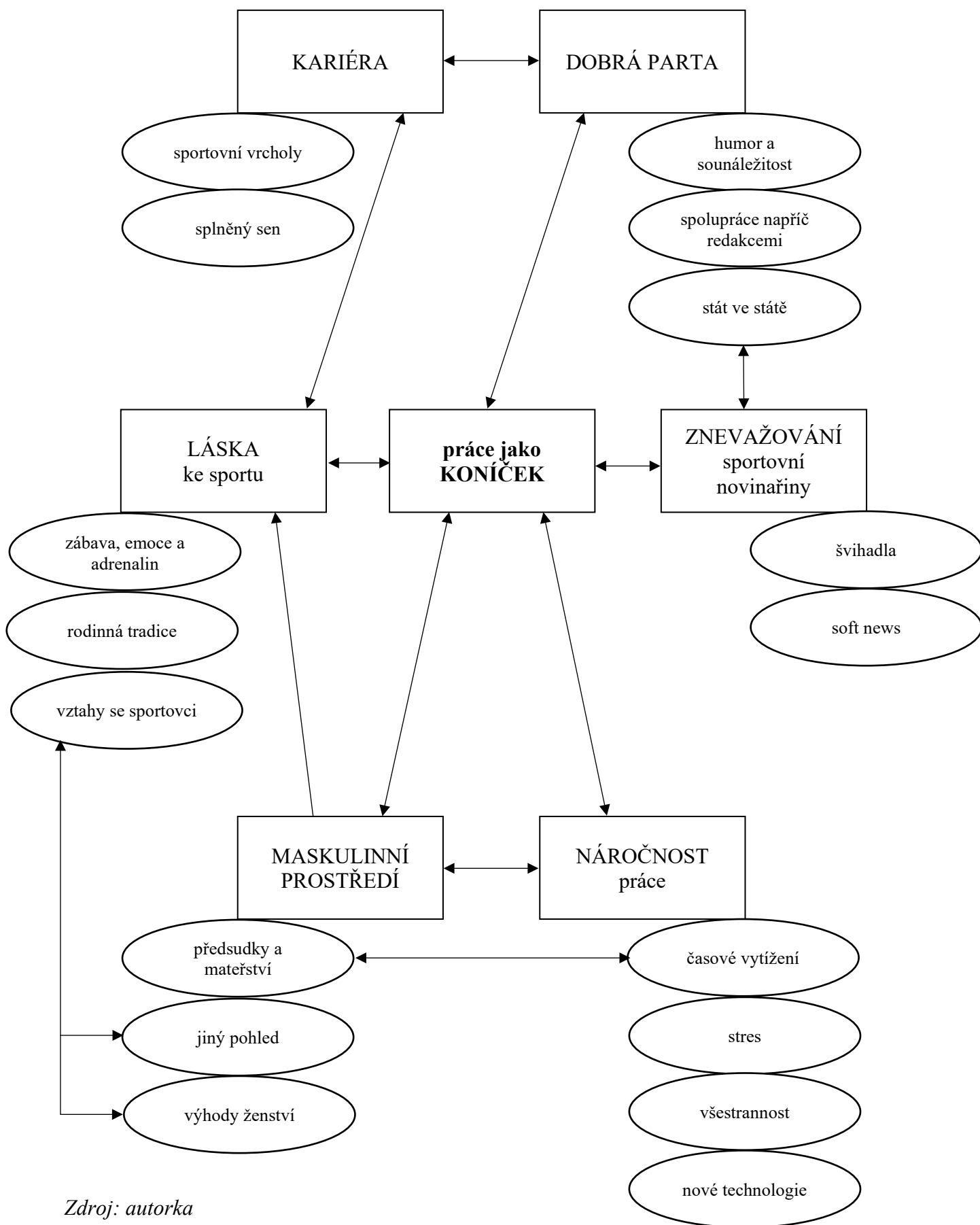
Láska ke sportu je dále propojena s kategorií **kariéra**, která odkazuje k vnímání práce sportovního novináře jako *splněného snu* a pojmání kariérních vrcholů prizmatem účasti na nejprestižnějších sportovních akcích (*sportovní vrcholy*). Absence kariérní řevnivosti pak vysvětluje navázání kategorie **dobrá parta**, jejíž podkategorie popisují *sounáležitost a humor* v rámci pracovního kolektivu, který funguje jako *stát ve státě*, a jehož členové jsou navíc schopni *spolupráce napříč redakcemi* sportu různých médií.

Bokem pak stojí kategorie **znevažování sportovní novinářiny** s podkategoriemi *švihadla* a *soft news*, jež odkazují k přehlížení sportovní redaktorů jako plnohodnotných členů redakce a k hodnocení sportovní žurnalistiky jako druhořadé. Tato kategorie je spojená s ústřední, protože právě fakt, že je práce sportovními novináři nazírána jako koníček, je pravděpodobně jedním z faktorů, jenž vyrovnává popsany despekt ostatních členů redakce. Stejně tak tento postoj vysvětluje, proč novináři akceptují i celkovou **náročnost práce**, což je kategorie, která pod sebou zahrnuje *časové vytížení, stres, tlak na všestrannost* a zvládání *nových technologií*. Na druhou stranu se tato kategorie vymezuje vůči znevažování, protože dokládá celou řadu kvalit a dovedností sportovních novinářů, jež jsou kritiky přehlíženy.

Poslední kategorií je **maskulinní prostředí**, jež reflektuje malé zastoupení žen v oboru a jejich specifické postavení. Podkategorie se věnují všeobecným *předsudkům* ohledně neprofesionality žen a bariérám spojeným s *mateřstvím*, které jsou přímo navázány i na subkategorii časové vytíženosti, protože právě intenzivnější zapojování žen do rodinného života koliduje s nutností časové flexibility. Dalšími subkategoriemi jsou *jiný pohled a výhody ženství*, které jsou obě napojeny na podkategorii vztahy se sportovci. Právě v interakci se sportovci mohou totiž ženy zažívat odlišný přístup na základě svého pohlaví. Zmiňovaný *jiný pohled* pak odkazuje k tvrzením, že ženy přinášejí do sportovní žurnalistiky jiný styl práce s důrazem na emoce a příběhy.

Následující kapitoly přibližují jednotlivé popsané kategorie za pomoci citací, které byly klíčové při analytickém kódování a byly fundamentální pro vytvoření celého modelu.

Obr. č. 1: Model profesního sebepojetí českých sportovních novinářů



Zdroj: autorka

3.2 Ústřední kategorie: Práce jako koníček

Ačkoliv to může znít velmi banálně, je vnímání „práce jako koníčku“ pro respondenty mého výzkumu zcela zásadní. Profese sportovního novináře není nenáročná, ani nadstandardně placená a většina respondentů díky ní nezíská slávu ani uznání, naopak mnozí musí čelit kritice a despektu. Přesto svou práci mají rádi, baví je. Vnímají ji jako něco mimo běžné žurnalistické tabulky, co jim může dennodenně přinášet radost. Jejich práce je pro většinu z nich skutečně koníčkem, čehož jsou si vědomi, i když mají zrovna náročný pracovní den, jak popisuje Ž3: „*I když nás to občas hodně štve, tak je to pořád prostě koníček*³⁷. Je to o tom, že když člověk dělá něco, co ho baví, tak se k tomu staví jinak a je pořád v pohodě.“ Podobný pozitivní přístup jsem zaznamenala v případě rozhovoru s Ž19, která navíc mohla srovnávat s fungováním v jiné než sportovní redakci: „*Byť je to práce a nese to sebou to, že ne všechny aspekty té práce člověka baví, furt je to koníček. Jinde to byla čistě práce.*“

Velice podrobně a názorně rozebrala koncept práce jako koníčku Ž9: „*Mě to jako hrozně bavilo (novinářská práce – pozn. autorky) a v podstatě jsem přišla na to, co mám teď, že nemám práci, já mám ale koníček, za který mě někdo platí. Což teď v pozdějším věku, když mám rodinu, je hrozně velká úspora času. Protože, která matka dokáže pracovat, starat se o rodinu, a ještě mít koníček. Tak já prostě jsem jedno z toho vynechala. Někdo vynechá rodinu, někdo vynechá práci, když třeba má bohatého manžela. Já jsem prostě vynechala práci, protože jsem našla způsob, že mi někdo za ten koníček platí.*“

Nejenom sportovní novinářky, ale také mnozí jejich kolegové škatulkují svou práci do kolonky koníček, například M18: „*Sport je ve mně odmalička. Jednak aktivně a z velké části i pasivně – hltal jsem přenosy, [...] byl to obrovský koníček, a když může člověk spojit koníčka s prací, tak je to to nejlepší.*“

Vybrané citace jsou jen střípky z těch, které zmiňují pojetí práce jako zábavy, která se stala zaměstnáním. Intenzita se samozřejmě u jednotlivců liší a rozhodně všichni informanti ve svých popisech nedošli až k explicitnímu využití slova koníček, ovšem výjimku, která by zcela popírala tento způsob chápání práce, jsem ve svém výzkumném vzorku nezaznamenala. Tři výše uvedené citace navíc vhodně reflektují několik

³⁷ Tučně jsou označeny části textu, které nesou stěžejní sdělení a často také v nějaké zkrácené podobě figurovaly v popisu kategorií, se kterými jsem pracovala při kódování. Rozhodla jsem se je v textu zachovat, abych tak přispěla k snazšímu dohledání klíčových myšlenek a zdůraznila jejich význam.

klíčových témat, jež budou dále v textu podrobněji rozebrána. Je to jednak dlouhodobý zájem o sport, který má začátek většinou již v dětství, pak časová náročnost práce, jež se může stát komplikací pro rodinný život, a do třetice celkově pozitivní přístup, který pramení právě ze specifické vlastnosti sportu jakožto druhu zábavy („soft news“).

Klíčové pro celý příběh je samozřejmě spojení novinářiny a sportu. Pro některé budoucí sportovní novináře byla na začátku jejich cesty k profesi na prvním místě žurnalistika, pro jiné to byl sport, ale velmi mnoho z dotazovaných mluvilo přímo o kombinaci obou prvků. V této první části se budu podrobněji zabývat tím, co všechno mají na své práci sportovní novináři a novinářky rádi a proč je i po desítkách let profese neomrzela, proč je stále jejich koníčkem. Nejdřív se však vrátím tam, kde jejich příběhy začaly.

První otázka všech mých výzkumných rozhovorů se týkala cesty, která dovedla respondenty až k práci sportovních novinářů. Většina z nich začínala vyprávění vzpomínkou na své dětství. Popisovali, jak aktivně sportovali, jakým sportům se věnovali a jakých úspěchů dosáhli. Velké sportovní ambice měla jako malá třeba Ž5: „*Já jsem sportovala odmala. Já jsem chtěla být olympijská vítězka /smích/.*“ Mnoho mých informantů sport intenzivně sledovalo i v tisku, rozhlase, či v televizi. Svůj pasivní zájem o sport popsala Ž2 následovně: „*Já jsem odmalička koukala na různé sportovní přenosy a hrozně mě to bavilo.*“ Sportovními průvodci byli pro mnoho novinářů členové jejich rodiny, kteří je k sportu aktivně vedli, nebo je v tomto zájmu jinak podporovali, Ž6 je ilustrativním případem: „*Jsem ze sportovní rodiny, sama jsem sportovala.*“ Obdobně popisovala své rodinné zázemí Ž18: „*My jsme celkem sportovní rodina, takže jsem u toho sportu v podstatě byla už odmalička.*“ Nešlo vždy jen o přímé aktivní sportovní vyžití, rodinné sdílení sportovních zážitků se týkalo právě i pasivní konzumace sportu, ať již přímo na místě dění nebo prostřednictvím médií. Ž1 v této souvislosti zmiňuje vzpomínku na svého prarodiče: „*S dědou jsem jezdila na všemožné hokejové a motokrosově závody, takže jsem si myslela, že o tom sportu mám velké ponětí.*“ Společné sledování sportu s otcem vzpomenula Ž19: „*První olympiáda, kterou si pamatuju, byl Soul, a to už jsme vstávali s tátou v noci na přenosy. Sport mě bavil odjakživa.*“

Specifikem sportovních novinářů, které se objevovalo v rozhovorech opakovaně, je pak jejich zájem o sport zhmotněný ve formě sběratelství nebo tvorbě speciálních sportovních statistik. Například Ž19 už od dětství pravidelně četla sportovní časopisy: „*Chodila jsem si kupovat tehda ještě Československý sport, jako opravdu malá*

školačka.“ M3 by se v tomto směru dal nazvat přímo vášnivým sběratelem sportovních časopisů: „*Já jsem odmalička sbíral, protože za socialismu vycházely dva sportovní časopisy – Stadion a Štart, plus Týdeník Gól. A já jsem si to kupoval za týdenní kapesné, které jsem měl 10 Kčs, tak jsem je věnoval na to, že jsem si kupoval za 3 Kčs Stadion v úterý a za 3 Kčs ve středu Štart. [...] a hrozně mě to bavilo ten sport, psaní mě hned nenapadlo, ale je pravda, že mi pak říkaly učitelky, že jsem třeba už na základce říkal, že budu sportovní novinář. Že jsem chtěl být buďto řidič šaliny, nebo sportovní novinář.*“

Ke splněným snům se ještě blíže dostaneme, protože tato výpověď, která budoucí profesi zmiňuje jako daleký profesní cíl, rozhodně není v mém výzkumném vzorku výjimečná. Stejně tak i grafomanů, historiků a statistiků, kteří si vše zaznamenávali, počítali a vyhodnocovali, se sešlo vícero. M18 vzpomíná: „*Sledoval jsem sportovní přenosy a mám doma spoustu sešitů, kam jsem si zapisoval sportovní výkony a porovnával je, sám jsem si vytvářel speciální soutěže.*“ Podobně postupoval i M13: „*Již v dětství jsem si vedl sportovní sešity a zapisoval jsem si výsledky hokejové ligy, před čtyřiceti lety jsem si pak začal vystřihovat obrázky z časopisu Stadion a dělal jsem si k nim vlastní popisky, nebo poznatky toho, jak by měl vypadat zápas.*“

Jak jsem již zmínila, respondent M3 nebyl jediný, který přiznal, že jeho současná profese byla jeho dětským snem. V detailech se jednotlivé příběhy mění, někdo chtěl být sportovním komentátorem, jiný toužil po psané žurnalistice, ale o naplňování snu mluvila více než polovina informantů. Svůj autentický pocit z prvního pracovního dne popsala Ž2: „*[...] když jsem přišla po tom zápase do té redakce a sedla jsem si obřadně k tomu počítači, tak to byl hrozně zvláštní pocit a řekla jsem si, že se mi opravdu plní životní sen, protože jsem v těch novinách.*“ Některé výpovědi byly až fascinující svým osudovým vyzněním, například M8 si podle všeho za svým dětským snem šel velmi důsledně a nikoho nenechal na pochybách, pro jakou práci se rozhodl: „*Já jsem zhruba od třetí třídy chtěl být sportovním komentátorem v televizi. Všichni se mi tenkrát smáli, když jsme vyplňovali ty klasické dotazníky ve škole, čím chci být. Ted' mi to někteří připomněli na školním srazu, že si to pamatují a že jsem si to dobře vytyčil,*“ (M8). Jiní své sny dokázali efektivně vyjádřit už jako opravdu malé děti, například M9 uvedl: „*Když jsem maloval pastelkami, co budu dělat, tak jsem maloval komentátory na zápasech s těmi sluchátko a mikrofonom s handsfree.*“

Hlavní hybnou silou byla pro některé touha po novinářské dráze. Sklony ke psaní byly ilustrovány vzpomínkami na participaci ve školních časopisech, na účast v literárních soutěžích nebo přímo na brigády v novinách. Pro většinu byla sportovní

žurnalistika jasnou první volbou, několik respondentů se dostalo do sportu původně jen na zkušenou a už zůstali. Přeběhlíků, kteří si vyzkoušeli jiné druhy novinářiny, nebo zcela jiné (většinou však příbuzné) obory, bylo minimum. Opět se příběhy vrací do dob studií, M2 zmiňuje střední školu: „*Na tom gymnáziu už jsem se začal vyhraňovat tomu sportu, protože vždycky, když jsem si koupil noviny, tak jsem hned šel k tomu sportu. Normální zpravodajství mě také bavilo, ale tím, že jsem hrál závodně i fotbal, tak jsem **k tomu sportu prostě tíhnul.***“ Pro M5 byl sport zcela zásadní, jiný typ novinářiny si vůbec neuměl představit: „*Já jsem si prostě četl o sportu, vypisoval jsem si z výsledků ty jména těch sportovců a **nedokázal bych psát o ničem jiném.***“ Svůj vývoj od literárních prvotin až k okouzlení sportem popisuje Ž3: „*Dodneška mám schované nějaké své první pokusy a povídky, tohle mě vždy bavilo. A pak jsem byla na nějaké soutěži a tam jsem tvrdila, že **budu novinářka**, to si matně vybavuji, ale asi největší zlom bylo to Nagano. To byl tak emotivní zážitek /smích/!*“

Finální pojítka mezi výpověďmi všech informantů by se s určitou nadsázkou dalo nazvat „láskou ke sportu“. Ta se pak u těch z počátku nevyhraněných novinářů projevila právě volbou této specializace v rámci redakce. Zůstanu-li akademicky opatrná a strohá, mohu napsat, že pro většinu mých respondentů stojí na počátku budoucí kariéry zájem o sport. Zájem hluboký, intenzivní a celoživotní. Všeobecně platí, že se část sportovních novinářů rekrutuje z řad profesionálních sportovců. Ovšem většina se aktivnímu sportu věnovala a stále věnuje spíše na amatérské úrovni. V rozhovorech mnoho novinářů a novinářek reflektovalo svoji sportovní kariéru a zkušenosti, které si z ní odnesli do své aktuální profese.

Pro některé byl přechod k novinářině jen pokračováním jejich sportovního příběhu, jak je vidět například u Ž8: „*[...] já jsem s tím sportem nikdy nechtěla skončit a tímto způsobem mám pořád k těm sportovcům strašně blízko, i když z druhé strany. Protože když **člověk žije sportem** nějaký pátek, tak úplně nechce uzavřít ty dveře a já jsem je v podstatě nezavřela.*“ Další z respondentek popisuje sport jako jednu z životních priorit. Ž2 rovněž zdůrazňuje, že bez skutečného zapálení se tato práce nedá dělat: „***Žij** (sportovní novináři – pozn. autorky) **tím sportem**, a pak je dlouho nic a pak až je celý ten zbytek. Takže spousta lidí, co v tom nežijí, tak to nemohou úplně pochopit. [...] Pokud tě ten sport nebaví, tak nemůžeš sportovní novinářinu dělat dobře. Pokud tam nedáš kus sebe a kus svého sportovního citění, tak prostě dobrý článek nenapišeš a dobrou reportáž nenatočíš.*“

Téměř shodným způsobem vysvětloval nutnost osobního zapálení i M1: „*Ty lidi (sportovní novináři – pozn. autorky) se v té práci našli. Určitě to nemůže dělat někdo, kdo to bere jenom jako zdroj obživy. Někdo, koho prostě nebaví podstata sportu, tak by byl hrozně frustrovanéj tou prací a nebyl by ani dobrej, odpadl by, ostatní by byli lepší, protože by do toho přidávali to své nadšení.*“ Když jsem se na charakteristiku sportovního novináře zeptala M4 předestřel obrázek, který je vlastně shrnutím předcházejících výpovědí, a tedy i dobrým popisem toho nejpodstatnějšího: „*Jsou to lidi, kteří tím sportem žijí, kteří ho sledují, protože bez toho, by to nemohli dělat. Neměli by dostatečné znalosti, člověk se musí do práce kousnout a kdyby ho to nebavilo, tak by hnedka musel skončit. Takže musí mít ke sportu vztah, nějaké pouto, aby tomu ty večery a víkendy obětoval.*“

V mém výzkumném souboru byli právě tito nadšenci³⁸, kteří sportovní žurnalistice obětovali mnohé, protože je práce naplňuje a baví, jak potvrzuje i M2: „*Tak mě vždycky bavilo psát o věcech, co mě baví a sport mě vždy bavil, bavilo mě to dělat a bavilo mě se na to dívat, a i o tom psát.*“ Praktickou úvahou, která v sobě spojuje všechny výše zmíněné prvky různých zájmů směřující k výběru sportovní žurnalistiky, došla k výběru své budoucí profese i Ž17: „*Přemýšlela jsem, co bych chtěla dělat, tak jsem si říkala, že novinářinu, psát mě baví, ten kontakt s lidma mě baví, a pak mě baví sport, tak jsem si řekla OK, můj cíl bude dělat sportovní redaktorku České televizi. V té době jsem si řekla, že je to taková utopie, takový sen, který nevím, jestli se mi někdy splní [...] no a od té doby si tak nějak žiju ten svůj sen sportovní redaktorky.*“ Ž17 rozhodně nebyla jediná, která v rozhovoru připustila, že měla s ohledem na své původní profesní cíle v životě štěstí v tom, že se jí je podařilo realizovat. Výpověď Ž14 je ukázkovým příkladem: „*Tohle je pro mě opravdu jako splněný sen, to v první řadě, protože je to něco, co si myslím, že chce dělat strašná spousta lidí, a mně se to poštěstilo.*“ Další maximálně spokojenou sportovní novinářkou je Ž9: „*A teďka prostě v podstatě žiju svůj sen, můžu říct, že žiju svůj sen, ale fakt sen, o kterém jsem si nikdy ani nedovolila snít, že bych já mohla být jeho součástí.*“

³⁸ Složení mého vzorku je v tomto směru pravděpodobně silně ovlivněno technikou sběru dat („sněhová koule“), protože jsem byla respondentkami a respondenty odkazována na jim podobné typy kolegů a kolegyň z dalších médií. Respondenty jsem si však vybírala i sama bez doporučení, pouze s ohledem na demografické zastoupení, typ média a délku praxe. Přesto nikdy nezazněla přímá kritika odkazující na nezábavnost nebo nezajímavost sportovní novinářiny. Vyslechla jsem ovšem příběhy, které ukazovaly na syndrom vyhoření, jež se však aktérům vždy podařilo vyřešit. Kvalitativní výzkum tohoto typu musí reflektovat, že věnovat čas výzkumnému rozhovoru se rozhodnou vždy spíše novináři, kteří mají svou práci dostatečně rádi na to, aby byli ochotni se o ní bavit i ve svém volném čase.

Poté, co se mi novináři a novinářky podobně jako M2 nebo Ž14 v předešlých citacích svěřili s tím, jak rádi mají svou práci a jak jsou šťastní, že ji mohou dělat, dalšími navazujícími otázkami jsem se snažila zjistit, co konkrétně tento pozitivní postoj k práci utváří. Přestože někteří zprvu obtížně hledali správná slova, kterými by popsali, co je na sportovní žurnalistice tak zábavného, že to z ní dělá práci a hobby v jednom, nakonec se vytvořil velice ostrý obrázek stavu věcí. Z výpovědí vyplynulo, že sportovní novinář pokrývá segment, který ho jako člověka upřímně zajímá a fascinuje. Práce ho navíc zavede za sportovci a sportovkyněmi, které pro jejich výkony respektuje, nebo dokonce obdivuje. Setkání s nimi ho proto většinou naplňuje radostí.

Publikum od sportovního novináře očekává, že mu zprostředkuje autentický zážitek z první řady, a proto v ní musí být. Publikum touží poznat své sportovní hrdiny, a novinář jim proto musí být co nejbliž, aby předal nejen informace, ale i pocity, emoce. Novináři by měli být přímo u zdroje, tam, kde se něco děje, což platí i pro novináře sportovní. Jsou na stadionech, v halách, bazénech, na kurtech, hřištích travnatých i tartanových. Znaří pravidla hry, týmy, hráče, strategie a čekají na konečné výsledky. Svým čtenářům, divákům a posluchačům přibližují výhry a prohry. Tvoří příběhy, ve kterých nechybí dobré zápletky, napětí a emoce. Každý zápas je unikátní. Každý sportovní výkon je jedinečný. Jen část novinářů je úzce specializovaná a zaměřená pouze na jeden sport, takže většina novinářů navíc oceňuje rozmanitost z hlediska různosti sportů. Takto by se daly shrnout důvody, proč sportovní novináře jejich práce baví.

Z výpovědi Ž2 vyplývá další z výhod této profese, což je její pestrost. Sportovním novinářům se podle Ž2 práce jen tak neomrzí, což tvrdí, přestože na opakující se pracovní činnosti a povinnosti nahlíží střízlivě: „*Z každé práce se časem stane rutina, ale myslím si, že u té sportovní žurnalistiky je ta míra té rutinizace opravdu minimální, oproti těm ostatním zaměstnáním. Protože jsou pořád nové závody, rodí se nové sportovní hvězdy, nové příběhy, takže v tom je to krásné.*“ Zajímavý je také postřeh Ž5, která popsala, jak pro ni bylo důležité, že jako novinářka získala přístup k těm nejčerstvějším informacím. Nové práci Ž5 propadla okamžitě: „*No já jsem byla **nadšená** /smích/. [...] Mě to bavilo, protože najednou jsem měla přístup do ČTK, informace, které teprve šly ven, tak my už jsme je věděli, a tak mě to moc bavilo a **chytilo mě to vlastně hned ten první den, kdy jsem tam byla.***“

Ve výpovědích respondentů se také opakuje dříve zmíněný koncept „koníčku zadarmo“. Tentokrát uvádím v této souvislosti dvě citace sportovních novinářů, kteří explicitně zmiňují výhodu v pracovní nutnosti navštěvovat sportovní akce a neplatit za

to. M3 zmiňuje ještě i důležitost setkávání s oblíbenými sportovci: „*To, co mě k tomu hnalo, bylo to, že se potkám s těmi lidmi, o kterých jsem četl a které jsem měl rád. A pak to, že se budu dostávat na ty sporty a nebudu muset za to platit. To bylo to první, co mě k tomu hnalo, já jsem žádné vyšší cíle neměl.*“ M5 je podobně realistický jako Ž2 a vnímá i určitá negativa této profese související s vysokými nároky na výkon a rychlost, ale pozitivní dojem vyplývající z postavení muže, který může jít zadarmo na fotbal, přetrvává: „*No a chytla mě ta práce a všem říkám, že moje práce je jít na fotbal, což prostě pro ty kluky, co mají opravdu rádi sport, tak je to samozřejmě úžasné. Samozřejmě vidím ta negativa a že je to řehole, ale baví mě to prostě.*“ (M5).

Ačkoliv tato kapitola vyznívá primárně jako shromaždiště výpovědí potvrzující konstatování, že pro většinu sportovních novinářů je jejich práce koníčkem a splněným snem, je nezbytné věnovat prostor i několika málo vyjádřením, které tento závěr nepotvrzují. Protože i mezi sportovními novináři se najdou tací, kteří o této práci v dětství nesnili a přistupují k ní se střízlivým odstupem. Příkladem je zkušená novinářka Ž7: „*Nikdy jsem to nebrala jako nějaký sen, že se někdo chce stát komentátorem nebo chce pracovat v televizi, to jsem fakt nikdy neměla /smích/.*“

Jiná z respondentek k profesi přistupovala velmi kriticky s ohledem na její smysluplnost a přidanou hodnotu. „*[...] já jsem se hrozně prala u té sportovní žurnalistiky s tou užitečností té profese. Je fajn, že si člověk plní své sny a setkává se s lidmi, se kterými by se nikdy nesetkal a s těmi hvězdami, ke kterým vzhlížel, ale jako k čemu? Pro mě je hrozně důležité vidět ve své práci smysl a já jsem ho vlastně úplně u sportovní žurnalistiky nikdy nenašla tak, abych mohla říct ‚tohle je věc, kterou chci dělat‘,*“ popisovala v rozhovoru Ž6, která však v rámci dalšího vyprávění dospěla k určitému smíření, protože se mi svěřila, že zejména díky ohlasům zvenčí musela uznat, že i profese „kde se nezachraňují životy“, mají svůj velký smysl a nezastupitelné místo v životech lidí.

3.3 Dobrá parta

Sportovní redakce jsou podle vnímání většiny novinářů plné lidí, kteří spolu tvoří funkční tým a jsou „pro každou srandu“. Stížnosti na kolegy jsem v rozhovorech nezaznamenala, naopak sportovní novináři potvrzují, že spolu vycházejí výborně v práci i mimo ni. Upřímný zájem o kolegy a jejich osobní život, potvrzuje i Ž4: „*[...] opravdu si myslím, že jsme velcí kámoši a já mám hrozně ráda ty lidi okolo toho a nejde jen o redaktory, ale*

*myslím třeba, když jsou přenosy, tak tam jsou zvukaři, osvětlovači, a mikrofonisti a my si tam v podstatě tři hodiny spolu povídáme, sdělujeme si, co je v našich životech nového, a nesedíme někde v kanclu u počítače. Odvedeme si tu práci, ale pak máme třeba 10 nebo 15 minut přestávky, kdy si můžeme říkat, co je nového a **držíme tu partu**.*“

Popis členů sportovní redakce jako dobré party se opakoval v mnoha výpovědích a dobře tak ilustruje sdílený pocit pohody, která podle všeho vládne ve většině sportovních redakcí. M5 upozorňuje i na faktor humoru: „*Myslím si, že jsme **výborná parta**, což je něco, co mě do té práce furt táhne, že jako fakt jsme tam poskládaný lidsky výborně a je tam vlastně pohoda, je tam prdel³⁹, jako fakt legrace velká, furt tam někdo vykládá nějaký kraviny, že bych až někdy řekl, že na pracovní podmínky, to není regulérní... /smích/.*“ Ž5 to vidí obdobně, ale neváhá upozornit na to, že zvlášť ve velkých redakcích, se pravděpodobně najde někdo, s kým kontakt nemusí být jen čistě bezproblémový: „*My tam fungujeme jako docela dobrá parta, ne vždy si člověk s každým sedne, takže já se tam těším, že jdu mezi své přátele, že tam bude **sranda**, že se tam zase něco nového dozvím, teďka když se tam cokoliv stane, tak my to řešíme společně.*“

Několik negativních výtek zaznělo z oblasti televizní žurnalistiky, kde je redakce početná, takže se vytváří menší skupiny a existuje tam do určité míry i rivalita v rámci konkurenčního prostředí, kde se bojuje o „čas na obrazovce“. Ovšem je potřeba zdůraznit, že tyto kritické poznámky byly spíše okrajové a často následovaly po pozitivním hodnocení kolektivu redakce sportu. Ž6: „*Jasně, je tam daleko větší šance jít si s někým zahrát tenis, beach volejbal, vzít ho na lyže, protože tam ti lidé jsou sportovně založení, ale fungují tam frakce a kroužky úplně stejně, jako kdekoliv jinde. A není pravda, že by to bylo tak, že si tam lidé více pomáhají, nebo že si ženy více pomáhají, to tak prostě není. **Pomáháš si s těmi kamarády, které máš, a určitě to není tak, že by ženy držely přirozeně spolu.***“⁴⁰

Výše uvedená citace jasně naznačuje, co sportovní týmy spojuje. Je to samozřejmě sdílený zájem o sport. Proč je sport tématem číslo jedna vysvětluje Ž2: „*Když se sejde banda sportůáků, tak se baví o sportu, protože o čem jiném by se asi tak byli schopní bavit?*“

³⁹ Citace respondentů jsem zachovala zcela v původním znění (až na opakování slov a případné nadměrné užití parazitních výrazů vyplývajících z mluveného projevu), proto obsahují jak nespisovné výrazy, tak stylistické nesrovnalosti a jako v tomto případě i vulgarismy. Ačkoliv mnohdy jejich užití nebylo nutné a respondenti mohli zvolit umírněnější vyjádření, sprostým slovům se nevyhýbali, což vnímám pozitivně. Věřím totiž, že to svědčí o určité uvolněnosti a otevřenosti při vedení rozhovorů, které vedlo i k vyšší autentičnosti jednotlivých výpovědí.

⁴⁰ Tématu žen a jejich ne/spolupráce v rámci sportovních redakcí se více věnuje Kapitola 3.6 Postavení žen v redakci.

/smích/ *Ne, ale myslím si, že tohle téma je pro ně tak důležité a svazující, že prostě je důležité pro ně se o tom bavit.*“ Zájem o sport však může zajít až do extrému, kdy je možné mluvit až o posedlosti. Zaznívají proto i názory, které hodnotí zapálení novinářů pro sport spíše kriticky. M9 dokonce použil slovo úchylka: *„Tohle dělají jenom sportáři, stran novinářů, že přijdou do hospody a baví se jenom o sportu. A opět, nevím, proč to tak je, ale tohle je ryze naše úchylka.“*

Někteří vnímají, že určitá sounáležitost mezi sportovními novináři překračuje hranice jednotlivých redakcí. M5 popisuje, jak funguje meziredakční výpomoc: *„My jsme schopni se domluvit prostě, že třeba za někým půjdeme každý zvlášť, anebo oba, za nějakým ředitelem klubu a že si ty otázky třeba střídáme nebo pak třeba, když máš hodinový rozhovor, tak si přepíšeme půl hodiny a pošleme si to a je to tak jako, že to funguje a **jsme kámoši.**“* Blízkost a ochota si vzájemně vypomoct vyplývá primárně ze společně tráveného času na různých sportovních akcích, na kterých se novináři pravidelně setkávají.

Ž5 nadstandardní kamarádské vztahy potvrzuje: *„Tak jako známe se všichni, setkáváme se na těch stejných závodech, na těch stejných tiskovkách, takže tam si spíše **vyjdeme vstříc.** Že fungujeme spíše jako kamarádi. Jak já říkám, ten sport, možná tím, že je to hra, tím, že nikdo z nás nechce úplně se nad ostatní povyšovat, vyniknout, takže já mám ten pocit, že fungujeme dobře.“* Také M19 souhlasí a vysvětluje, že utváření přátelských vztahů mezi redaktory nahrává i jejich nízký počet, ale že tato přátelství mají své hranice: *„Tam jsou hodně přátelské vztahy a z těch pěti médií dejme tomu se tam střídá deset lidí celkem, takže se velmi dobře známe, objeli jsme spolu kus světa a nejsme jenom kolegové, ale jsme do velké míry i **dobří známí a kamarádi.** Zároveň to ale také není tak, že bychom byli kolegové nebo kamarádi až jako na úkor těch našich mediálních domů, že když jako člověk má nějaké „solíčko“, tak to není o tom, že bych obvolal těch pět zbývajících a řekl hele, vydejte to taky.“*

M3 popisuje podobnou situaci a zdůrazňuje, že v regionech, kde malý počet sportovních novinářů musí pokrýt velké množství různých sportů, je spolupráce napříč redakcemi nezbytností: *„To je nutnost, když máš do pondělí udělat osm článků z basketbalu, volejbalu, házené, fotbalu, hokeje a všeho a jste tam na to dva nebo tři v té redakci, tak je jasné, že těch sedm osm nebo řekněme deset relevantních sportovních novinářů (v daném regionu – pozn. autorky), že **si to navzájem dají.** Protože to prostě musí dát /smích/. Dokonce jednu dobu fungovaly takové věci, [...] když se dozvěděli nějakou kauzu, tak si to navzájem dávali. Že jim bylo jedno, že to ty jejich noviny nebudou*

mít jediné.“ Jak z výpovědi respondenta M3 dále vyplynulo, sportovní novináři si v regionu takto extrémně pomáhali, protože nechtěli, aby byli jejich kamarádi „trestáni“ celorepublikovým vedením, že nějakou kauzu nepokryli. Takže lze říci, že jim bylo přednější přátelství a pomoc kamarádům před profesním úspěchem, který by přinesla exkluzivita v prezentaci nějaké informace.

Pokud se novináři s ohledem na meziredakční spolupráci pustili do srovnávání sportovních redakcí s jinými, většinou se přikláněli k tomu, že taková míra spolupráce, jaká funguje u sportovních novinářů, obzvláště na velkých mezinárodních akcích, je opravdu nadstandardní a pro jiné redakce až nepředstavitelná. Potvrzuje to například výpověď M4, který tvrdil, že i novináři z vyloženě konkurenčních titulů spolu dobře vycházeli: *„[...] na regionální úrovni jsme největší rivalové a my nemáme problém spolu jít do hospody. Pomocť si třeba, když je zápas těsně před uzávěrkou, tak si to pošleme, já třeba přepíšu jeden rozhovor, on druhý a vyměníme si to, takže spolupracujeme dobře. A co jsem slyšel tak určitě u těch civilních redaktorů, to nefunguje. V tomhle jsme specifictí. A i na té celostátní úrovni, když jedu třeba na mistrovství světa, tak víceméně celá ta banda tam spolu funguje, že si vypomáhá, nemají spolu vůbec problém. Takže myslím, že v tomhle **jsme určitě specifictí, že navzájem spolu vycházíme dobře, určitě mnohem líp než ten civil.**“* Zajímavé na uvedené citaci je i označení novinářů mimo sportovní redakci jako „civilních“, což bylo v celém korpusu rozhovorů zcela ojedinělé, ale z mého pohledu to vhodně ilustrovalo novináři sdílený pocit oddělenosti sportovní redakce od zbytku mediálních domů.

Toto specifikum sportovních sekcí, tedy jejich určitá výjimečnost v rámci celé redakce se jako téma vynořilo velmi brzo a zůstalo v rozhovorech opakujícím se motivem. Respondenti své pocity popisovali různě, takto například M2: *„To je takový ten kolorit těch redakcí, že ti sportáři jsou takový specifický charakter lidí, kteří musí pracovat trošku s nadhledem a humorem, častěji se setkávají a chlastají, než další členové redakce a často také mají své speciální kóje nebo části redakce. Prostě je to **speciální sorta lidí**, a proto je možné, že ostatní k tomu nahlížíjí jinak.“* Specifčnost a určitou oddělenost sportu v rámci médií popisuje a vysvětluje i Ž14: *„Sportovní redakce je **samostatně fungující subjekt**, který je úplně odtržený od všeho [...] ten sport je prostě tak specifický, a tak bokem řazený od všeho ostatního, že tam to asi ani nemůže fungovat jako v nějaký synergii s těma ostatníma redakcema.“*

Výraznější prostorové oddělení, a zejména odlišný způsob každodenního chodu redakce sportu, který se vymyká standardům zbytku redakce, byly v rozhovorech

zmiňovány opakovaně. Ž1: „*Vnímám to, že jsme jako redakce zvlášť, podle mě to tak vnímá celý barák. [...] My fungujeme strašně samostatně.*“ Specifické umístění redakcí sportu velmi dobře ilustrují zážitky Ž3: „*V novinách jsem moc nepřišla do styku s lidmi mimo sport, sportovní redakce bývá nejčastěji někde zašitá a odstrčená. Pamatuji, když jsem chodila do Ústí do redakce za kluky, tak seděli někde v kamrlíku v podkrovní za železnou mříží, a i v Brně mám pocit, že ta redakce je dost zašitá, tam když jdu, tak bloudím.*“

V souvislosti s určitou uzavřeností sportovních redakcí a jejich výjimečným postavením několik respondentů popsalo, že sport funguje jako „stát ve státě“. Pojem zazněl například v rozhovoru s M5: „*Vždycky to tak bylo, tak my jsme stát ve státě.*“ Blíže tento obrat osvětluje M2: „*My říkáme, že sport je stát ve státě a je to tím, že tam jsou ty služby a že si dělají noviny, ty čtyři strany, po svém a jsou docela neradi, když se jim do toho zasahuje a nadávají, když mají psát něco dopředu a tak.*“ Jiného opisu se stejným významem užila Ž2: „*Ten sport je prostě takový svět sám pro sebe, je to na okraji a ti sportáři jsou tak dobří, že tu práci zastanou sami a nikoho nepotřebují.*“

V kapitole věnující se pracovnímu kolektivu v případě novinářů nelze nezmínit fenomén společného kamarádství ústící ve společném trávení času a konzumaci alkoholu. Trefně to shrnuje Ž10: „*Ano, chodíme spolu do hospody, slavíme, když se někomu narodí dítě, píšeme si, jak se máme, ano, to všechno tam je.*“ Popíjení s kolegy po práci není u sportovních novinářů nijak výjimečné, což platí i pro další novináře a samozřejmě mnoho jiných profesí. Navíc každá sportovní redakce je v tomto směru unikátní a situace se často různě proměňuje v čase, jak dobře ilustruje výpověď Ž1: „*Už jsme starší, tak jsme se umírnili, ale do hospody jsme dřív chodili fakt často.*“

3.4 Znevažování sportovní novinářiny

Jedno z témat, které zpracovává odborná literatura, je řazení sportovní žurnalistiky a jejího zpravodajství mezi takzvané „soft news“. Jde tedy o zprávy s nižší mírou důležitosti, ale často s vyšší atraktivitou pro publikum. Přestože je vrcholový sport seriózním zaměstnáním pro mnoho profesionálních sportovců, všeobecně je nahlížen jako zábava. Způsob trávení volného času, který je zdraví prospěšný a má přinášet radost a rozptýlení od pracovní každodennosti. Z tohoto pojetí sportu vyplývá také postavení, jež zaujímají sportovní témata v rámci klasických mediálních domů (specializovaná média jsou v tomto směru mimo následující srovnání), kde nepatří mezi prioritní.

Respondenti, kteří mají možnost se setkávat s novináři z jiných oddělení, popisují, že jsou si vědomi určitého zlehčujícího přístupu ke sportovní žurnalistice a jejím autorům. Velmi výstižně fenomén shrnuje Ž4: „*To je ten sport a ten není důležitý, tam nebojujeme o nějaký práva lidský, jakoby kvalitativně je přece sport jenom zábava, tam to není seriózní, nejde o život, není to důležitý, jako ta politika a tady ty věci.*“ Ž9 pak mluví přímo o despektu: „*My s kolegy pro to máme takovou shrnující větu, která zazněla tisíckrát na nějakých poradách jako třeba se zpravodajstvím a tak. Vždyť je to jenom sport. Takže takhle k nám přistupují. S despektem.*“ Jinými slovy ovšem s velmi podobným obsahem popisuje postavení sportovních novinářů v televizi Ž17: „*My jsme úplně ti vzadu. My jsme tady ten ocásek té televize, ted' možná řeknu blbost, ale kluci s počítači dole ve velině mají vyšší rychlost internetu než my nahoře ve sportu, protože my to nepotřebujeme. [...] nás prostě berou, jako že vy jste ti tam někde vzadu.*“

S označením sportovní novinářiny jako druhořadé se setkala i Ž19, která se však vůči tomuto hodnocení vymezuje: „*Dějiny se prý píšou jinde. Podle mě to podřadný téma není, nevnímám to tak.*“ Ztotožňuje se s ní M15, který své myšlenky ohledně kritického pohledu na sportovní žurnalistiku v rozhovoru podrobněji rozebral: „*Sportovní žurnalistika není až tak úplně ta klasická žurnalistika v tom pravém slova smyslu, tzn. neodhaluje úplně aféry, neodhaluje kauzy, není to skutečně to, z čeho stojí a padá svět, není to politika, která ovlivňuje ten život jako každodenně. Tohle samozřejmě určitě je svým způsobem pravda a je samozřejmě jasné, že ta sportovní žurnalistika je jiná. Ale já si myslím, že není úplně správné tu sportovní žurnalistiku podceňovat.*“

Výpovědi respondentů a respondentek mého výzkumu však dokládají, že sportovní žurnalistika podceňovaná je. Znevažování sportovních novinářů ze strany domácího zpravodajství, které ústí až v nedůvěru v jejich novinářské dovednosti, popsala mimo jiné Ž6: „*Vždycky jsem se setkávala ze strany zpravodajství politického domácího s jistým druhem nedůvěry k našim schopnostem vidět svět v širším kontextu. Což se rovnalo s tím, že sporták = malý mozek – velká taška, protože v ní nese to sportovní vybavení. Tak to se stává a stávalo se to docela často, že nám třeba vzali velká témata. Že nevěřili tomu, že někdo z naší redakce může odjet a dělat dobře třeba kontextové zpravodajství z olympijských her [...]. A tenhle projev nedůvěry je podle mě hloupý, zejména proto, že málokterá redakce je tak vzdělaná, jako ta naše.*“

Sami sportovní novináři se považují za vzdělané a kritice zvenčí nerozumí. Toto sebezpojetí pak ostře kontrastuje s označením „švihadla“, které podle respondentů z tisku i televize směrem k nim v minulosti zaznívalo. Ž4 popisuje absurditu tohoto označení:

„Podle mě je u nás abnormální koncentrace vzdělaných lidí a stejně jsme bráni pejorativně, že jsme prostě **švihadla**.“ M19 její slova potvrzuje: „Kolikrát nám tady říkají, že jsme **švihadláři** nebo kopačky a tak. Myslím, že to má přece jenom u těch lidí z jiných oborů trochu nižší reputaci.“

Významné je však zmínit, že si sportovní novináři uvědomují, že kritika směřovaná na nižší důležitost jejich práce ze společenského hlediska, je do určité míry oprávněná. Nejsou nekritičtí a umějí si přiznat výhody, které vyplývají z povahy sportovní žurnalistiky jakožto zábavy. Výstižně situaci popsala Ž7: „Myslím si, že je fajn, že si pak můžete říct: **„je to jenom sport“** /smích/. Což, jako když jedete někam do války si říct asi úplně nemůžete, takže v tomto je to jednodušší, vlastně se nic nestane. Pokud to samozřejmě neskončí nějakou lidskou tragédií.“

Popsaného aspektu sportovní žurnalistiky si je pravděpodobně vědoma většina novinářů. Respondenti mého výzkumu rozhodně nestavěli svou profesi na nějaký piedestal a v hodnocení byli velmi realističtí. Neplýne však z toho, že by jakkoli podceňovali svou práci a její nezastupitelnou roli v rámci zpravodajství jako celku, ale zjednodušeně řečeno jsou si vědomi limitů i předností, které souvisejí například s pocíťovanou mírou odpovědnosti, jak ilustruje výpověď Ž9: „Ale já to taky tak trochu беру. Беру то, že та **vlastně odpovědnost je menší než u těch ostatních typů žurnalistiky**.“

Dalším zajímavým polem určitého nedocení z pohledu zbytku novinářské obce je podle některých respondentů kvalita jejich psaní. Například M10 uvedl: „Je problém, že si třeba myslím, že ti sportovní novináři **nemají takový respekt, a co jsem třeba poznal v tištěných médiích, tak sportovní novináři píšou vesměs daleko líp než všichni ostatní**. Protože tím, jak popisují tu samou skutečnost pořád dokola a musí pokaždý jinak, jinak by jim to nikdo nezaplátil, tak uměj psát.“ M9 obdobnou myšlenku pouze konstatuje jako informaci, kterou zná, ale její faktickou správnost neobhájí: „O sportácích se říká, že **umí velice dobře psát a používat češtinu, ale nevím proč**. Tohle taky беру jako jeden z faktů, který se dějou, ale nevím, čím to je, že mají **vytříbený styl psaní**.“

3.5 Maskulinní prostředí

Otázky zaměřené na sportovní novinářky, jejich postavení v redakci, interakci se sportovci a fungování v rámci často primárně mužských kolektivů v rozhovorech rezonovaly. V současnosti již sice není problém najít ve sportovních redakcích ženy, ale například v rámci sportovního tisku je jich stále velmi málo. Rozhovory s průkopnicemi,

kteře patřily mezi první výraznější postavy sportovní novinářiny v Česku, přinesly nepřekvapivé zjištění, že ženy byly nejprve považovány spíše za milé zpestření než za plnohodnotné novinářky. Jakým nečekaným úkazem byla kdysi žena ve sportovní žurnalistice, popisuje Ž20: „[...] *on se na mě podíval a říká mi: ‚Ženská ve sportu? tak to už je možný všechno, ‘ ale mně to přišlo jako spíš vlastně vtipný, mně to neurazilo, [...] tehdy ty ženský byly opravdu za exoty.*“ Tato situace se postupně s proměnou společnosti a její větší otevřeností změnila. Přesto však ženy ještě před několika lety čelily diskriminaci a mnohým dalším výzvám a dodnes se potýkají s odsudky a kritikou založenou na předsudcích a stereotypch.

3.5.1 Mužský svět a předsudky

Sportovní novinářina je stejně jako ve světě i v České republice stále doménou mužů, ale v minulých letech prošla výraznou proměnou, jak popisuje Ž1: „*Je tam víc chlapů samozřejmě. Tak 70 na 30 procent. Je tam určitě více holek, než když jsem přišla, to tam byly čtyři holky. Ted’ je nás tam mnohem víc.*“ Tuto konkrétní proměnu televizní redakce směřem k větší genderové vyváženosti, jež se odráží také v pozitivnějším přístupu pracovníků sportovních redakcí, potvrzuje rovněž Ž6: „*Už se to všechno změnilo a ten přístup kolegů už byl jiný a bylo tam daleko více holek, které přišly po nás a také tam zůstávaly, začalo se to propojovat a v rámci té redakce posouvat k větší vyváženosti, dneska je tam vlastně asi třetina redaktorek, což si myslím, že také odpovídá tomu, jaký je zájem v populaci o sportovní žurnalistiku, ale samozřejmě v jiných médiích to tak není.*“

Vývoj to však rozhodně nebyl překotný, naopak šlo podle M18 o pomalý a plynulý přechod, který stávající členové redakce nevnímali s nějakou averzí. „*Ono se to docela dlouho vyvíjelo v dlouhém časovém horizontu. Tak postupně se k tomu dostávaly a bylo to tak přirozené, že jsem to ani nevnímal. Byly v takové pozici, že ani nechtěly hned dělat tu top práci a přišlo to až postupně. Nezaznamenal jsem ani, že by byl někdo tady v redakci, kdo by říkal, hele, já ty ženské tady nechci. To absolutně ne, naopak,*“ popisuje v souvislosti se zvyšujícím se počtem kolegyně v redakci M18. Zajímavé je sledovat, jak M18 zdůrazňuje, že přechod byl poklidný, protože ženy neměly žádné velké ambice a neohrožovaly tím pozice mužů.

S tím rezonuje výpověď Ž17, která popisuje, jak některé novinářky přistupovaly na „mužská pravidla hry“, tedy přizpůsobily se mužskému nastavení sportovní redakce:

„Ženy, které většinou dělají ve sportu, tak jsou jako naladěné **na podobné vlně s těma mužema**, jinak by s nima asi nemohly spolupracovat a být s nima jakože furt.“ Toto zjištění částečně potvrzuje Ž18, v tom ohledu, že s fungováním v mužském kolektivu neměla výraznější problémy, zejména díky dřívějším zkušenostem: „*Vždycky tam (ve sportovní redakci pozn. autorky) bylo víc chlapů, mně to zas až tolik nevadí, já jsem na to tak nějak zvyklá, vyrůstala jsem s bráchou, takže to si myslím, že taky celkem pomůže člověku potom. I třeba na vysoké jsem měla víc kamarádů kluků než holek, takže až tolik mi to nevadilo, možná i tím, že jsem v mužském sportovním prostředí vyrůstala.*“ Umět se přizpůsobit a akceptovat mužské prostředí je pro sportovní novinářky velká výhoda a do určité míry podle M6 i nutnost: „*Musí být připravené na to, že ten kolektiv je víc macho, chlapskej, takže je jasný, že když tam chce žena proniknout, tak se musí přizpůsobit, musí se připravit, že se tam třeba budou probírat témata, který ji nebudou bavit, nebo jí nebudou příjemný.*“

Jednou z dalších novinářek, která s přizpůsobením se mužskému kolektivu neměla problém je Ž14, jež šla v popisu svého spříznění s muži ještě o kus dál: „*Platí, že jsem z poloviny chlap prostě, já jsem hrozně po svém tátovi a jde to hrozně znát i na tý komunikaci s těma lidma, že oni vědí, že si ke mně můžeš dovolit víc než třeba k jiným ženským, které jsou třeba u nás a jsou na spoustu věcí citlivější. Tak já to tak nemám a i tím, že těch x let dělám v tomhle prostředí v drtivé většině mezi chlapama.*“ Umět spolupracovat v primárně mužském kolektivu nemusí být podle citací pro ženu nijak komplikované, naopak toto výsadní postavení může přinášet i nějaké výhody, například Ž18 zmiňovala, že její příchod byl oživením, použila dokonce přirovnání „*ruže mezi trnám*“. Nic to nemění na tom, že první dojmy novinářek ze sportovních redakcí vypadaly podobně jako ten Ž4: „*Je tam strašně moc chlapů.*“

Z rozhovorů dále vyplývá, že ne všichni měli k ženám tak pozitivní a bezproblémový postoj, jak trochu nepřesvědčivě tvrdil M18. Někteří novináři otevřeně přiznali, že v sobě mají zakořeněné předsudky vůči ženám ve sportovní novinářině. Příkladem může být M5: „*Já fakt nejsem žádněj mačo nebo šovinista, nebo někdo takovej, ale jako vlastně ještě, než ta baba promluví a vidím, jak funguje, tak ji prostě odsoudím, že nemůže dělat tuhle práci.*“

Nakonec i z dalších odpovědí M18 vyplynulo, že to s jeho otevřeným přístupem k ženám nebude tak bezproblémové, jak popisoval v předešlém úryvku. Následující citace jasně ilustruje, že sportovní novinářky pro M18 budou vždycky svým způsobem méněcennými spolupracovnicemi, a to čistě na základě svého pohlaví: „*Jak říkám, jsou*

*pracovité, patří tady, je to **zpestření**, dívá se na to hezky, ale z mého pohledu je to trošku o tom, že je to **prostě žena**. Z mého pohledu, ti kluci, kteří tady jsou a dělají ten hokej, jsou prostě špička a udělali by to lépe, to jsou novináři se vším všudy.*“

Na projevy toho, s jakým pohrdáním dříve někteří sportovní novináři na své kolegyně nahlíželi, a jak jim soužití v redakci schválně znepríjemňovali, vzpomíná Ž6: *„Ale to genderové rozdělení ze začátku bylo opravdu strašné, kluci nabití testosteronem, vůbec nebrali v potaz, že by ženská mohla být dobrá sportovní redaktorka. Dělali mi **naschvály** typu, že si povídali o svých milostných zážitcích spolu explicitně a věděli, že mně je to nepříjemné, a dělali to jako naschvál, aby tu holku zatlačili.*“

Ž6 nebyla jediná, která zmiňovala určité prvky nevhodného chování a přezíravého přístupu mužů ke kolegyním. Mnohé sportovní novinářky reflektovaly například vyšší nároky, které na ně byly kladeny z principu jejich ženství. Ž2 se snaží si nestěžovat, ale její výpověď naznačuje, že vztahy na pracovišti nebyly vždy ideální: *„Já nechci říkat, že na mě byli zlí, to ne, byli na mě tvrdí, myslím si, že **tvrdší, než kdybych byla chlap**.*“ Mnohé sportovní novinářky tak do profese vstupovaly s tím, že s předsudky a větší kritikou dopředu počítaly. Jen některé se s tím dokázaly dobře vyrovnat hned na začátku kariéry, většina si pravděpodobně stejně jako Ž17 prošla několika fázemi. Součástí první fáze býval často strach ze selhání, který by se z pohledu respondentek negativně projevil jako obecný neúspěch žen ve sportovní žurnalistice. *„Asi jsem vždycky měla strach, že něco pokazím, a pak si řeknou ,jo, **to je ta holka a ta to zkazila**‘, že jako si myslím, že se dostáváme do většího tlaku, když pak vidíme, že tu práci dostanou ti kluci a my holky jako ne. Takže jsme se asi dostaly do většího tlaku, ale možná nás to naopak vyburcovalo k tomu, že jsme se snažily.*“

V této souvislosti jsem požádala Ž3, aby mi popsala, co by měly očekávat mladé novinářky, které vstupují do oboru sportovní žurnalistiky: *„Možná musí být vytrvalejší a počítat s tím, že na ně budou kladeny **vyšší nároky** a budou muset dokazovat, že tam patří a že tomu rozumí. Protože se automaticky bere, že chlapi rozumí sportu, ale že ženská to musí dokazovat.*“ Její vyličení situace, jaké čelí sportovní novinářky, se shoduje se zkušeností, kterou v rozhovoru popsala Ž14: *„Ženská v tomhle oboru musí vynaložit **dvakrát tolik úsilí**, aby si prostě vydobyla tu pozici. Aby ti lidi věděli, že to není s prominutím nějaká nána, která tam prostě stojí s tím mikrofonem jenom, protože má prsa.*“ Ž3 i Ž14 tak potvrdily, co již zaznělo z úst dalších novinářek: ženy ve sportu to mají složitě. Složitější než muži. Rovněž podle Ž1 musí sportovní novinářky dokazovat, že svou práci zvládají stejně dobře jako muži, u kterých je to bráno jako samozřejmost:

„Když jede holka na hokej, tak musí **působit hodně profesionálně**, [...] když je tam chlap, tak se automaticky předpokládá, že o tom má přehled.“

Určitá nedůvěra sportovních novinářů ve schopnosti jejich kolegyň vyplývá, zvláště v případě tištěných médií, z jejich nedostatečného zastoupení. Kvůli tomu pak ženy působí jako něco nestandardního, co je potřeba nejdříve „otestovat“, jak uvádí Ž3: „U nás se furt bere jako takovej **úlet**, ženská ve sportovní novinářině to není úplně obvyklý, to si budeme muset napřed vyzkoušet a oúkat, **jestli na to opravdu má**.“ Data naznačují, že mnohé respondentky čelily na pracovištích nerovnému zacházení. Jedno takové srovnání nabízí Ž5: „Myslím, že dříve to měli kluci mnohem lehčí v tom, že měli mnohem lepší startovací pozici, že holka musela dokázat, že jede udělat hezkou reportáž, ale musela to **xkrát dokazovat a potvrzovat, že je prostě dobrá, ne jednou jak kluk**.“

Běžně se také setkávaly s předsudky svých kolegů týkající se jejich znalostí. Právě nedostatek důvěry sportovních novinářů mohl vést k pomalejšímu přijetí žen do redakcí. Ž3 však dokládá, že je možné tento ze začátku odmítavý postoj změnit: „Asi se ze začátku trochu dívali **skrz prsty**, pro ty kluky najednou ženy ve sportu je jako: co o tom víš a prd tomu rozumíš. Když pak pochopí, že si na nich nechceme honit triko, tak je to hrozně fajn.“

Nejenom ženy aktivně pociťovaly, že začátky pro ně byly o něco krušnější než pro jejich mužské kolegy. Na zapojení první ženy do moderování sportovního zpravodajství vzpomínal M12 a jeho výpověď potvrzuje výše zmíněnou nedůvěru, která se i v tomto případě ukázala jako neoprávněná: „Určitě, jistá míra, nechci říkat despektu, ale takové zdrženlivosti tam byla. Zaprvé si nebyli jistí ani ti vedoucí, **jestli teda je to to pravé, když žena bude moderovat ten pořad**, [...] mám pocit, že trochu malinko jí tak jako nevěřili, že to zvládne. No ale všechno dopadlo nadmíru dobře jejím přičiněním.“

S podobným postřehem se svěřil i M9: „První bariéru mají určitě silnější než ti začínající kluci. Ten **první předsudek** musí prorazit.“ Svým výrokem tento postoj potvrzuje i M5: „Ve výsledku ale musí dokázat víc, abych je bral, protože je ze začátku odsoudím.“ Svůj názor na sportovní novinářky M5 v rozhovoru dále rozvíjel a nakonec své pocity shrnul do této výpovědi: „Já je jako nějak neodsuzuju, ale jsem rád, že je tam nemáme. Myslím, že v kolektivu to musí dělat neplechu, že **ten ženský náhled je jiný**.“

3.5.2 Jiný pohled žen

Ovšem právě určitá „jinakost“ je to, co mnozí na práci sportovních novinářek oceňují. Například M7, který přiznal také určitou prvotní skepsi ohledně dovedností nových spolupracovnic ve sportovní redakci, nakonec dospěl k závěru, že mohou pracovat dobře, a to přestože, nebo spíše právě proto, že k práci přistupují jinak. „*Očekávání jsou určitě nižší, z pozice kolegy, ale potom, když je člověk pozná, tak většina na tom byla dobře a přistupovala k tomu zajímavým způsobem a řekl bych, že možná i kreativněji nebo rozhodně z jiného úhlu než ti chlapi. Dokážou si všimnout i jiných věcí a ptát se na otázky, který by chlapa nenapadly. Ačkoli chlapi protočí panenky, ale když si to pak přečtou celý, tak zjistí, že je to třeba od toho dobře odpíchnutý,*“ hodnotí M7 pracovní přednosti svých kolegyně.

Respondent M7 není sám, který umí pochválit pracovní výkony sportovních novinářek. Rovněž ve výpovědi M3 se setkáme s „jiným pohledem“, který může být pro výsledný mediální výstup přínosem. „*Já si myslím, že to naopak obohatilo, protože ony měly takový ten úplně jiný pohled, my se snažíme potlačovat sílu celebrit a dávat více šanci tomu, co není tak to. A ony naopak prosazovaly celebrity a říkaly, že je to zajímavé, protože tohle je Jágr nebo protože tohohle znají moje kámošky. Díky tomu dokázaly daleko více třeba poznat, co může být zajímavé rovnou novinářsky.*“

Samy sportovní novinářky vnímají, že k práci přistupují jinak než jejich kolegové, například Ž2: „*Je vidět úplně jiný způsob práce a že to ženské myšlení je i v tom sportu jiné a že to zní hrozně hezky.*“ Obdobně i Ž4 operuje s oním špatně uchopitelným „jiným pohledem“, když říká: „*Vždycky se do toho snažím dostat trošku jiný pohled.*“ Konečně Ž5 byla podrobnější a podařilo se jí aspoň částečně zachytit, v čem může spočívat zmiňovaná pracovní specifičnost žen: „*Stejně tak, když jedu točit, tak se snažím na to připravovat. Já nevím, jestli to kluci mají podobné, možná holky jsou v tomhle jakoby pečlivější, ale možná na tomhle také záleží osobnost od osobnosti. [...] Takže já nevím, jestli tohle to mají také ostatní holky nebo je to jen moje specifikum, já dávám hodně na detail a maličkosti a v tomhle to mám asi jiné než kluci.*“ Další odlišnosti se podle Ž20 mohou týkat nejen přístupu, ale i obsahu: „*Já se na tom snažím nacházet spíš příběhy [...] Můžeme se na to podívat třeba ženskýma očima, a to jsou třeba ty emoce, že tam může být i víc ty příběhy nezatížený tím výkonem, že to může být víc lidský.*“

Svědomitost, kreativita, důraz na detail a pracovitost, která je pro ženy podle Ž3 dokonce nutností, pokud chcete v kariéřním žebříčku postoupit, to by mohly být atributy,

keré lze definovat, pokud se snažíme poukázat na to, v čem se liší pracovní principy žen a mužů. „Přijde mi, že ty ženy jsou pečlivější, že **kdyby nebyly tak pečlivé a nedřely dvakrát více než ti chlapi, tak se těžko dostanou na stejné pozice. Nemyslím si, že by to bylo úmyslně,**“ říká smířlivě Ž3. Avšak v předešlých citacích vidíme, že nutnost většího pracovního nasazení sportovní novinářky opakovaně zmiňují.

Zmiňovaný „jiný pohled“ by tedy mohl být tím, co ženy sice odlišuje, ale činí je to i atraktivními, protože se sebou přinášejí něco nového a žádaného. Mohl by tak být jedním z důvodů, proč ženy do sportu patří. Obohacení tohoto typu mohou však do sportovní novinářiny bez problémů vnést i muži, protože i mezi nimi se najdou tací, kteří rádi vyprávějí příběhy, zaměřují se na detaily a umí do článků promítnout emoce. V tomto směru tak zůstává „jiný pohled žen“ proměnnou, která není pro ženy nijak výlučná. Atributy jinakosti se totiž dají aplikovat na různé novináře i novinářky.

Je podstatné zmínit, že právě „jiný pohled“ žen byl často zmiňován v souvislosti s pozitivní diskriminací. Ta sice v rozhovorech nikdy nebyla plně popsána, ale určité její prvky bylo možné dohledat. Například Ž11 uvedla: „*Mně taky trochu pomohlo, že jsem žena a chtěli zkusit trošku něco jiného, jiný prvek. Ale nejsem si vědoma toho, že by to byla nějaká extra **pozitivní diskriminace, to ne, protože nevím, jestli to vnímám naivně nebo ne, ale když jsem se o tom s vedením bavila, tak mi řekli, že jako spíše potřebují někoho s určitými charakterovými vlastnostmi, než někoho s určitou délkou vlasů.***“ Jiné vedení však správnou „délku vlasů“ a odpovídající atraktivitu sportovních novinářek přímo vyžadovalo.

Fenomén krásných reportérek, které se dostanou ke sportu primárně kvůli svému vzhledu, komentovala Ž14: „***Držáky mikrofonu** nějaké jsou, pokud to stačí tomu vedení firmy, že tam prostě ten člověk nějak vypadá, a je jim jedno, jaký to je po obsahové stránce, nebo jak to působí na lidi venku, tak je to jejich volba a člověk s tím nic nenadělá. Já se snažím taková nebýt, dávat tomu nějakou přidanou hodnotu a být těm klukům prostě rovnocenným partnerem **navzdory tomu, že jsem ženská.***“ V této výpovědi Ž14 rezonovalo i její autentické přijetí a smíření s tím, že jakožto žena je principiálně méněcennou novinářkou ve sportovní redakci a její snaha o profesionalitu a vyrovnání se kolegům naráží na tuto očividnou velmi diskvalifikující vlastnost, tedy její žensství.

Pokud jde o atraktivitu sportovních novinářek nebyla Ž14 jediná, která zmiňovala trend, kdy jsou hezké novinářky ve sportu vítány a upřednostňovány: „*Některé třeba internetové televize bazírují na tom, aby tam byly holky ideálně mladý, který k sobě víc*

pustí hráče. Sázej na to, že budou otevřenější, když uvidí nějakou pěknou holku,“ popsal své dojmy M21.

Ž4 byla podle dostupných informací mnohem více než jen držákem na mikrofon, když dostala vysněnou moderátorskou pozici. Měla dostatek znalostí o sportu a zkušeností a příležitost se naskytla na základě zájmu vedení „*to udělat trošku jinak*“. Ž4 si však byla vědoma toho, že někteří její kolegové, kteří nabídku nedostali, byli v té době zkušenější: „*To jsem třeba cítila, že mi to pár kolegů i zazlívalo třeba. Ale to úplně chápu, protože oni v té době už roky objížděli stadiony a najednou se dívali na to, jak holka, která těch reportáží neudělala ani zdaleka tolik, co oni, [...] dostala tuhle pozici.*“ Ž4 se podle výpovědi M11 nemýlila, když předpokládala určitou nevoli ze strany zkušenějších kolegů, kteří o moderátorské místo rovněž stáli a nedostali ho: „*Mně to tehdy vadilo, protože to narušilo takovou tu klasickou evoluci toho, že na něčem děláš, pak dostaneš šanci a postoupíš třeba o stupínek výš. Nebylo to o tom, že by ty holky byly lepší moderátorky, že by tomu víc rozuměly, bylo to přesně naopak, ale prostě dostaly tu šanci, protože byly holky.*“ Že se v tomto konkrétním případě skutečně mohlo jednat o pozitivní diskriminaci naznačují slova M13: „*Museli jsme je trošku postrčit do toho a podpořit je, protože samozřejmě ty první reakce taky byly ne úplně chápavé a chtělo to určitou dávku trpělivosti. [...] byly (sportovní novinářky – pozn. autorky) křehčí na nějakou kritiku, zevnitř i zvenčí, takže když jim někdo napsal ,náno pitomá, vrat' se ke sporáku‘ [...] ty holky jako byly nejisté.*“ Svou kritiku vůči upřednostnění žen spojenou s adorací sportovních novinářů popsal M18, který se však se situací nakonec smířil: „*Upřímně, já jsem byl spíš proto, aby tam jeli ti zkušení kluci, kteří by tu práci udělali mnohem dynamičtěji a rychleji, možná v té době i lépe, ale dneska se to dostalo do té roviny, že to tak bereme, že to tak je.*“

Tato vyjádření však byla ojedinělá a celkově lze říct, že pozitivní diskriminace rozhodně není v českém sportovním prostředí častým jevem. Naopak není výjimečné, že jsou ženy natolik podceňovány, že jakékoliv jejich kariérní úspěchy nejsou primárně připisovány jejich dovednostem, jak si v rozhovoru postěžovala Ž15: „*Když dostane šanci holka, tak je to spojený s tím, že proč ona a ona s někým něco má a tohle tam jede, jako úplně, že v tomhle je to jako hrozně šílený.*“

Následující kapitola se rovněž zabývá výše zmiňovaným „jiným pohledem“, ale tématu se věnuje ze zcela odlišného úhlu pohledu. Zaměřuje se výlučně na sportovce a jejich přístup ke sportovním novinářkám jakožto profesionálkám za mikrofonem/diktafonem. Vzhledem k designu výzkumu půjde samozřejmě o úvahy

a interpretace zpovídaných novinářů a novinářek, které v rozhovorech vyjádřili v souvislosti s interakcemi mezi sportovci a novinářkami.

3.5.3 Interakce se sportovci

S novináři a novinářkami jsem se vždy bavila o komunikaci se sportovci a často jsem se konkrétně ptala na přijetí reportérek sportovci. Jako klíčové vnímám, že specifický přístup sportovců k novinářkám, který je podle respondentů gentlemanský a umírněnější, zdůrazňovali ve svých výpovědích muži i ženy. Zajímavé bylo, že se v této souvislosti novinářky pravidelně vracely k problematice ne/důvěry a ne/přijetí ze strany jejich mužských kolegů.

Ž2 popisuje určité předsudky sportovců ohledně sofistikovanosti otázek od reportérek a zároveň upozorňuje, že právě díky těmto výzvám je pro sportovní novinářky těžší se prosadit a dokázat svou profesionalitu. Ž2: „*Pro sportovce jsem nebyla konkurence, ale **takové ozvláštnění** toho, na co byli zvyklí, kdežto pro novináře jsem byla jakoby něco nového, co jim lezlo do jejich rajónu, a ještě k tomu to nebyl chlap. Ale nevybavuji si nikoho, který by mi vysloveně dával jakože něco sežrat.*“ U sportovců popisuje Ž2 zbytečná očekávání typu: „*Panebože, na jakou se mě to zeptá kravinu?!*“ V případě mužských kolegů podle ní tyto obavy sportovců ohledně triviálních nebo přímo hloupých otázek nevnímala, ale jsou to samozřejmě pouhé domněnky. Rozhovor k tomu tématu zakončila Ž2 relativně smířlivě: „*To se teď možná mění v posledních deseti letech, že se rozmohlo to zaměstnávání žen sport'aček, takže jo, myslím si, že **sportovní novinářka žena to má dneska těžší**. Ne, aby se obhájila před sportovci, ale aby se obhájila před svýma mužskýma kolegama.*“ Stejně se na tento fenomén dívá i Ž18: „*Je teda pravda, že víc problém s tím, že jsem žena, je mezi těma kolegama, než mezi těma sportovcema.*“

Když se vrátíme ke kontaktu sportovců a novinářek, můžeme zaregistrovat postřehy respondentů i respondentek směřující k určitému zvýhodnění sportovních novinářek, pokud jde o shovívavost a ochotu mluvit ze strany sportovců. M8 tvrdí: „*Mně se zdá, že jim **vždycky vyjdou vstříc**, protože je tam jiná ta vazba jako mezi mužem a ženou. Kdyby byli třeba mimořádně nasraní a třeba v nějakém afektu, tak holce třeba vyhoví, když ho poprosí o rozhovor, že si řekne nebudu z toho dělat vědu, usměje se a udělá rozhovor a třeba chlapa by poslal do prdele.*“

Názor M9 je skoro totožný a novinář ho doplňuje úvahou týkající se rozdílné míry tolerance sportovců k akceptování banálních dotazů u mužů a žen: „*Sportovci jsou*

tolerantnější vůči reportérkám, dávají si víc pozor na pusu, takže když ten sportovec nemá náladu po zápase, tak tu holku většinou nepošle do prdele tak razantně, jak toho chlapa. Jsou k nim shovívavější. Jako spousta reportérů z nás se neumí ptát, ale těm chlapům to dávají daleko víc sežrat ti sportovci než těm ženám. Po těch ženách se méně vozí, což je vlastně část toho negativního předsudku, že ta holka je slepice, která holt za to nemůže.“

M8 rovněž vnímá, že ženám jsou sportovci ochotni odpustit méně sofistikované otázky, kdežto od mužů očekávají při vedení rozhovoru větší profesionalitu: „*Od chlapů sportovci také vyžadují trochu kvalifikovanější dotazy, já jsem si všiml, že třeba u holek akceptují tu menší odbornost a obecnější otázku než třeba u chlapa.“* Že sportovci kladou na novinářky nižší nároky vyhodnotil i M3, který obrázek doplnil o další postřeh týkající se spíše povrchního zhodnocení novinářek sportovci: „*Tak jako samozřejmě každý ten zejména hokejista projede nejdříve screening od hlavy až k patě, co jsme tak sledovali, ale tak jako...jako asi jo, asi jim odpouštějí víc.“*

Atraktivita sportovních novinářek hraje roli i podle M5, který ve své výpovědi naopak zdůrazňoval důsledky shovívavějšího přístupu žen vůči sportovcům. Tedy, že ženy nejsou v rozhovorech většinou tak útočné a tvrdé, což může sportovcům vyhovovat. „*Přijde mi, že i pro ty borce je to jako jiný, že když je tam jako pěkná baba, tak je to příjemný, ale možná to vidím, protože to chci vidět. Ale třeba ti borci prostě ví, že se u nich nemusí ničeho bát, že by třeba šli do nějaký kritiky, že by je ta baba prostě sepsula a že by to byl nepříjemný rozhovor, kdežto k těm chlapům už chodí takoví otrávení, protože ví, že třeba po porážce do nich budou tesat,“* líčí svou úvahu M5.

Očekávání přímějších a kritičtější dotazů od sportovních novinářů zaznamenal u sportovců i M7: „*[...] když je to třeba po zápase, který prohráli, stejně předstoupí zpocenej nasranej fotbalista a já do něho rýpu s výkonem, jestli to jako nešlo líp a co ten centr, tak ho to prudí a začne zasekávat a chová se jinak. Ale k těm babám se většina chová opravdu getlemansky, nebo se snaží laškovat, a pak z nich dokážou dostat ty lepší informace. Ale zase to nechci svádět jenom na to.“*

Stejným směrem se ubírala úvaha M19, který zásluhy o plynulejší a bezproblémovější průběh sportovního pozápasového rozhovoru přikládá nejen pouze holému faktu ženství, který vzbuzuje ve sportovcích profesionálnější komunikaci, ale připisuje důležitost i specifickému dotazování sportovních novinářek. Konkrétně vyzdvihuje jejich schopnost empatie a sofistikovanějšího způsobu kladení otázek, které často vede k zajímavé komunikaci, jež může být zásadním obohacením připravované

reportáže nebo článku. „*Myslím si, že žena dokáže být obvykle, nelze to generalizovat, ale umí být **empatičtější**, že dokáže kolikrát i naladit sportovce na nějakou vlnu, kde to chlap třeba nedokáže, že můžou být třeba sportovci i upřímnější k těm ženám,*“ popsal svůj názor M19.

Pohled sportovních novinářů je dost vyhraněný, o to víc jsem byla zvědavá, zda ho potvrdí jejich kolegyně. Z odpovědí vyplynulo, že se v tomto případě náhled sportovních novinářů i novinářek do velké míry překrývá. Sportovci k nim byli ve vyprávění sportovních reportérek galantní a ochotní. Respondentky vnímaly trochu odlišný přístup, který se vyznačoval určitým nádechem gentlemanství, nebo aspoň minimalizací hrubosti.

Jednou větou to dobře vystihla Ž3: „*Málokterý hráč pošle ženskou do určitých míst.*“ Podrobněji svou zkušenost popsala Ž2: „*Je to chlap a k té ženské se chová jinak. Nikdy jsem nezažila, že by mě někdo odmítl, ať už byli ti lidi sebenaštvanější, sebezklamanější, sebezpruzenější, tak vždycky jsem z nich něco dostala a v tomhle ten **ženský element** hraje strašně velkou roli.*“ Ž4 mi vylíčila velmi podobnou zkušenost, ve které se ukazuje, jak sportovci krotí své emoce a snaží se působit přístupněji a vyrovnaněji, když za nimi přijde reportérka, čehož se dalo v některých situacích přímo využít: „*Ti chlapi **reagují na ženskou trochu jinak**. Nebudou na ně sprostí třeba, v některých krizových situacích, ale to se mi stávalo teda hlavně v motorismu, že mě někteří kluci cíleně posílali za naštvanýma jezdcema, případně v nějakém konfliktu, ať to jdu udělat já ten rozhovor. Prostě ten borec vylezl z buginy, hodil helmu a začal rvát do přirození a vykřikoval tam a já jsem k němu přistoupila s kamerou, plaše a čekala jsem, co bude a nejhorší slovo, které řekl, bylo třeba, že je rozčarovaný. Najednou se **dokázali strašně ovládnout** a snažili se už před tou ženskou z výchovy a z principu nebýt sprostý a držet se.*“ Právě v tomto „gentlemanském“ přístupu, který se vyznačuje omezením vulgarit a snahou o slušnou komunikaci je podle Ž14 skrytá výhoda žen: „*Jako ženská to má člověk jednodušší v tom, že mě nikdo **nepošle do háje**, většinou teda a když už mi ten rozhovor odmítne, tak mi ho odmítne alespoň slušně.*“

Podobnou zkušenost s jiným přístupem k ženám popisuje i Ž1, která však zmiňuje i předsudky o ženské neznalosti sportu a naopak zdůrazňuje, že sportovní novinářky se o to víc snažily dokázat všem, jak jsou dobré. „*Ze začátku si sportovci museli zvyknout, že s nimi dělá rozhovor holka. Což v některých momentech, ale mohla být samozřejmě výhoda /smích/. Setkávali jsme se s tím přežitým názorem chlapů z hospody – ježišmarjá, co ta může vědět o sportu. A bylo na nás, jestli dokážeme, že něco umíme nebo ne. Takže si myslím, že ty rozhovory a položené otázky musely být ještě lepší než u těch chlapů, aby*

nás *„začali brát“*. Ale to může být jen můj pocit,“ analyzuje své zážitky a pocity Ž1. Myslí si, že muži se s tímto podceňujícím přístupem nesetkávají, protože všichni automaticky očekávají, že muži mají o sportu přehled.⁴¹

S předsudky a určitou skepsí ohledně jejich znalostí a novinářských schopností se setkaly i další novinářky. Ž5 potvrzuje přetrvávající prevalenci mužů ve sportu i ve sportovní žurnalistice, čemuž podle ní odpovídají i očekávání publika: *„Já si myslím, že je to pořád ten pohled, že chlapi dělají sport a že je to i ten pohled, že fotbal a hokej hrají chlapi. Nebo teda ženy už taky, ale málo tady. Takže si myslím, že když ten fanoušek na to kouká, tak na to kouká z tohohle pohledu.“* Jak zaznělo již od sportovních novinářů, ženy v rámci této profese mohou využít toho, že nemají problém se více otevřít a naslouchat, což jim při zpovídání sportovců může pomoci. Obdobně o tom uvažovala například Ž3: *„Já si myslím, že jsme **empatičtější** a že to cítí. Když mluví chlap s chlapem, tak je to na té profesionální úrovni, ale ve chvíli, kdy tam stojí žena, tak jsou schopni se více otevřít. Možná je to tím, že se člověk pohybuje v té branži už dlouho a s některými těmi lidmi se zná, tak jsou přístupnější.“*

Respondentka Ž3 není jediná, která přemýšlela o tom, jak důležitý je v komunikaci novinářek a sportovců čas a zvyklost. Tedy, zda nestačí jen počkat, až se situace ustálí, vazby upevní a předsudky samovolně zmizí, protože se ukážou jako irelevantní. Kupříkladu Ž2 také bojovala s prvotní nedůvěrou sportovců, ale popsala, že je s ní možné pracovat: *„Ono to chvílku trvalo, než se přišlo na to, že jsem inteligentní holka, která je schopná, a když řekne nějakou blbost, tak se za to i umí omluvit. [...] vidíš tu reakci, čekají, co z tebe vypadne. A je hrozně příjemné zjistit, že když přijdou na to, že máš v hlavě nějakou inteligenci a jsi schopná se s nimi bavit opravdu fundovaně o tom sportu, kterému oni se věnují, tak je hezký se dívat na to, jak se jim to myšlení přehodí a najednou si řeknou aha, tak ona **není jen ta ,pohledná tvářička‘**, ale ona tomu fakt rozumí. Krásně se pak rozvíjejí ty přátelské vztahy. Oni musí zjistit, že tomu rozumíš a že jsi na stejném levelu jako ti chlapi, co se novinářině věnují.“*

Všechny respondentky vnímají, že výše popsaným profesním výzvám, založeným většinou na stereotypním nahlížení žen, musely čelit primárně proto, že jsou ženami v mužském prostředí. Vetřelci, se kterými se jedná s nejvyšší obezřetností. Ojedinelé nebyly ani velice negativní zkušenosti, kdy třeba byly sportovní novinářky otevřeně

⁴¹ Konkrétní citace Ž1 na straně 74: *„[...] když je tam chlap, tak se automaticky předpokládá, že o tom má přehled.“*

podceňovány, plně přehlíženy, nebo přímo dehonestovány, ale v tomto směru se zkušenosti již tolik netýkaly interakce se sportovci jako spíše s organizátory sportovních akcí, kolegy z dalších sportovních médií, nebo diváky. Ž9 zavzpomínala na jeden z útočných e-mailů, který obdržela: „*Jeden si pamatuju, kterej psal: ‚Vrat’ se k plotně a háčkování...‘*“

Důležitým opakujícím se bodem výzkumných rozhovorů byl důraz, který všechny respondentky kladly na nutnost většího úsilí, které spolu s pečlivostí a připraveností hraje klíčovou roli v procesu prosazení se žen ve sportovních redakcích. Vzhledem k tomu, že jsou ženy v současném Česku⁴² stále primárními hráčkami na poli péče o děti, rodinu a domácnost, je potřebu „dělat víc a lépe“ velmi obtížné naplnit.

3.5.4 Rodičovství jako komplikace

V předcházejících kapitolách již bylo naznačeno, že práce sportovních novinářů je v mnoha směrech náročná a že jednou ze zásadních výzev je efektivní nakládání s časem. Pracovní povinnosti sportovních novinářů jen málokdy zahrnují klasickou denní osmihodinovou pracovní dobu. Naopak se novináři musí připravit na to, že se jim nevyhne práce po večerech a o víkendech, protože to jednoduše vyplývá z podstaty této profese, která se věnuje sportu, jenž se většinou neodehrává během klasického pracovního dne.

Sladit pracovní a rodinný život tak s ohledem na informace zmíněné výše může být pro ženu mnohem komplikovanější než pro muže. Potvrzují to slova a osobní zkušenost Ž8: „*Myslím si, že je to náročné, hlavně pro ženu, pro muže ne, že chlap si odejde, ale od té matky se očekává, že bude doma s dětma, od matky se očekává, že ty děti vyzvedne ze školky, od matky se očekává, že udělá večeri. Možná mám negativní zkušenosti, ale mně přijde, že matky mají vlastně v tuhle chvíli stíhat naprosto všechno a ti chlapi se mají vlastně lépe, protože o to, co mají doma se postarají ty ženské.*“ Podobně se na tuto problematiku dívá Ž9, která popisovala, že jsou období, kdy je pracovní vytížení natolik

⁴² Ze zprávy z výzkumu veřejného mínění, která se věnovala rozdělení rolí v rodině vyplynulo, že v představách české společnosti stále přetrvává na jedné straně obraz muže živitele a na druhé straně ženy starající se o domácnost a děti (CVVM, 2003). Aktuálnější výzkum názorů veřejnosti na roli muže a ženy v rodině z února 2020 sice z většiny akcentuje při péči o děti zapojení obou rodičů, ale stále celá třetina populace přisuzuje primární roli ženám (CVVM, 2020). Ve skutečnosti zátěž spojená s péčí o děti dopadá na ženy mnohem silněji. „*Před krizí covid-19 trávily matky v České republice téměř dvakrát více času péčí o děti než otcové. I ženy zaměstnané na plný úvazek trávily péčí o děti o 50 % více času než otcové zaměstnaní na plný úvazek,*“ (Menzel a Miotto, 2020). Pandemie náročnou situaci žen pokrývajících většinu neplacené práce v domácnosti a při výchově dětí dále prohloubila.

velké, že sportovní novináři nejsou schopni plnit své běžné role v rámci rodiny a domácnosti a musí je někdo zastoupit: „*Takže jako umím si představit, že i kolegové takhle fungují, protože **fungují jejich manželky**, no já funguju, protože mi fungují babičky, jinak bych to nemohla prostě dělat.*“

Této disproporce, tedy výrazně většího zatížení žen v rámci každodenního chodu rodiny a domácnosti, jsou si vědomi i sportovní novináři a dokáží situaci dobře reflektovat, jako například M19: „*Myslím si, že ten sport je pro ty ženy nekomfortnější, řekněme, protože to jsou hodně večery, takže se to **blbě kombinuje s rodinou.***“ V rozhovoru popsal, že pokud sportovní novinářka nemá respektující vedení, které jí vyjde vstříc úpravou pracovních povinností, tak je pro ni bez vnější pomoci téměř nemožné v práci plnohodnotně fungovat: „*[...] takové to zapojení naplno, jakože i včetně zápasů, tak to musí mít ta žena asi **hodně tolerantní a nápomocné okolí**, ať už prostě partnera nebo babičky, a tak dále.*“

M11 ve své výpovědi také akcentoval větší odpovědnost žen za děti. Rodičovství vnímá jako jedinou událost v rámci profese, která dopadá více na ženy, a tím je oproti mužům pracovním znevýhodňuje: „*Ve chvíli, kdy se zakládají rodiny, tak tam si myslím, že hraje velkou roli ten čas, který ta profese vyžaduje, a tam asi ty holky mají větší handicap, protože se musí starat o děti a podobně, ale jinak si myslím, že vůbec.*“ Zatímco M11 mluví o handicapu, M18 je nekompromisní a zmiňované období, kdy jsou ženy jako rodičky a pečovatelky malých dětí nenahraditelné, považuje u sportovních novinářek za nepřekročitelnou kariéru překážku: „*Protože z toho vypadnou, když mají děti a musí se věnovat rodině. **Bud' ten život tomu obětují, anebo ne.***“

Sportovní novinářky však nejsou tak nekompromisní a vidí možnosti, jak rodičovství a profesi skloubit. Že je to však extrémně náročné předestírá Ž7: „*No, já si spíše myslím, že to chce opravdu **velikou vytrvalost**, a vždycky ta naše pracovní pozice je dána tím, jak to funguje v soukromí, a pokud máte rodinu a tak, tak je to ovlivněno tím, jak je to rodina ochotná akceptovat, protože žurnalistika celkově je časově složitá práce. I co se týká víkendů i programu během dne, tak si myslím, že když muž řekne, že jde do práce, protože musí živit rodinu, tak jde do práce, ale u té ženy tam je ještě **x dalších povinností spjatých s tou rodinou**, které jí leží v hlavě a musí je udělat a zařídit, aby do té práce mohla jít.*“

Je zajímavé sledovat, že pro některé mladší sportovní novinářky⁴³ je tato výzva natolik velká, že jsou dopředu smířeny s tím, že se profesi v případě založení rodiny nebudou nadále věnovat. Jednou z nich je Ž10, která sice vnímá, že se doba proměňuje, ale přesto v profesi nevidí svou budoucnost: „*Dneska je reálné vlastně všechno, čas plyne rychle, také jsem ženská a nejde to dělat pořád, myslím si, že kdyby byl člověk chlap, tak to má trošku snadnější. Jestli ve třiceti odjet do Anglie budovat kariéru, nebo zůstat tady a budovat rodinu, to je dost na zvážení, myslím, že v tom to má ten **chlap jednodušší**. [...] Takže zatím si užívám, ale uvědomuji si, že pokud jednou to dítě chytí mít budu, tak budu muset s tímhle skončit, protože to nepůjde dělat.*“ K totožným závěrům ohledně opuštění profese v souvislosti s budoucím rodičovstvím dospěla i Ž17: „*Já jsem si totiž řekla, že až budu mít děti, že si tu práci v televizi nedovedu představit, obzvláště sportovní redaktorky, která dělá víkendy, dělá večery, dělá odpoledne, takže jsem si řekla, že **nevím, jestli to chci dělat, až budu mít děti**.*“ Tomuto nastavení podle výpovědí dost odpovídá i reálný stav, jak evokuje zkušenost Ž18: „*Když se nad tím zamýšlím, ve sportovní novinářině napříč si **sportovních novinářek matek tolik nepamatuju**, většinou to dělaly spíš jako mladší holky a postupně vymizely, ať už šly někam jinam, nebo se na ten obor vykašlaly úplně.*“

V mém výzkumném vzorku byl však zastoupen dostatečný počet starších a zkušených sportovních novinářek. Některé z profesí kvůli dětem na čas odešly a postupně se k ní vrátily, jiným se podařilo rodičovství s prací skloubit díky vstřícnému přístupu vedení, které jim pomohlo úpravou pracovních povinností, tak aby měly dostatek prostoru pro rodinný život. Rozhovor jsem však vedla i s několika novinářkami, které skutečně svou kariéru ve sportovní žurnalistice úplně opustily, ovšem většina z nich se přesunula na pole sportovního PR.

M13 přispívá k tématu širším pohledem, který zahrnuje popis dřívějšího nastavení společnosti, ve které bylo tradiční rozdělení rolí, které zahrnovalo zaměstnaného muže a ženu na mateřské dovolené. Když M13 reflektuje současnou situaci, popisuje mateřství jako něco nepřehlédnutelného v kariéře sportovních novinářek: „*To se dnes také hodně změnilo. Nevím, no, pro mě je to věc takového osobního rozhodnutí, protože samozřejmě **ženy ten limit s tím mateřstvím mají**. Nebo takhle, limit asi není to nejlepší slovo, protože omezuje, ale abych to tedy řekl neutrálně, je to nějaká okolnost, kterou nemůžou*

⁴³ V této souvislosti je významnou proměnnou forma pracovního poměru. Většina mladších respondentek nemá uzavřené klasické zaměstnanecké smlouvy, ale pracují jako externí pracovnice, což může výrazně ovlivňovat to, jak stabilně a zajištěně se ve své pracovní pozici cítí a s jakou nadějí vidí svůj kariérní postup.

pominout, ani muži ani ženy, prostě to tak je. Ale v minulosti to bylo skutečně bráno jako omezení, že to tu ženu osobně omezuje, a také pohled na ni.“

Závěrem této kapitoly využiji citace M14, ve které zaznívají všechny klíčové poznatky, které byly součástí výpovědí velké části mých respondentů a respondentek v souvislosti s rodičovstvím, a je proto vhodným shrnutím tématu: *„Je pravda, že u žen to je trochu složitější v tom, že pokud mají rodinu, tak ty soboty neděle, víkendy složitě vyrovnávají. [...] Vyvážit tuhle úžasnou práci s osobním životem je složité, ale i u mužů. To je všeobecně složité. Já mám dvě děti [...] předtím jsem na ně neměl čas. To je nebezpečí, to je úskalí sportovní novinářiny.“*

3.6 Kariéra

Jedním z témat, které jsem v rozhovorech pomocí otázek nastolovala, byla otázka kariérního růstu. V Česku není pro sportovní novináře extra velké pole působnosti, pokud tedy nepřejdou na „druhou stranu“, tedy do PR prostředí⁴⁴. Z toho důvodu je zásadní, aby novináři byli na svých pracovních pozicích spokojeni, protože v rámci jednotlivých redakcí mají jen omezenou možnost růstu a nabídka konkurenčních médií, kam by mohli odejít, je velmi malá.

Zatímco někteří novináři s radostí přijali kariérní posun směrem k editorským nebo vedoucím pozicím, jiní si cení redaktorské práce v terénu a žádnou změnu nehledají. Chtějí být v kontaktu se sportovci, vnímat atmosféru na místě a pak nabyté dojmy zprostředkovat svému publiku. Takto své nadšení z redaktorské práce popisuje Ž17: *„Mě baví ta práce v terénu prostě. Baví mě jezdit na to natáčení, baví mě komunikovat s těma lidma. Člověk se často i dostane k věcem, ke kterým se normálně nedostane.“* Ovšem v mnoha redakcích je nutné se k redaktorské práci nejdříve propracovat skrze o poznání méně zábavné činnosti, jak přibližuje následující kapitola.

3.6.1 Změna rychlosti profesního růstu

Cesta, jakou museli ujit sportovní novináři v minulosti, aby se z elévů stali plnohodnotnými členy redakce, se podle výpovědí respondentů zásadně zkrátila. Podíváme-li se nejdřív na pole televizní žurnalistiky, tak uvidíme zásadní zrychlení celého procesu, kde bylo dříve standardem projít si hned několika pracovními pozicemi.

⁴⁴ Úskalí propojení těchto dvou světů bylo blíže popsáno v kapitole 1.2.1.3. Sport jako byznys a vliv PR.

Vícero zkušených televizních novinářů a novinářek mi popsalo proces, který začínal u skriptování. „Začala jsem dělat skriptku. Což je docela **nezáživná práce**, člověk sedí a kouká na sport a zapisuje body a je to hlavně pro zpravodajství, je to proces vytváření těch zpráv, a tím jsem strávila rok a půl,“ popisovala Ž1.

Dalším krokem bylo většinou zpracovávání agenturních zpráv, což byla zvláště před nástupem internetu velmi důležitá činnost. Následovalo to, na co se nováčci těšili nejvíc, začali se zkušenějšími redaktory jezdit natáčet do terénu. M18 popisoval, jak jezdil a pozoroval při práci služebně starší kolegy, aby napřímo viděl, „*jak se dělají ty reportáže*“.

Když se adeпти sportovní novinářiny dostatečně napozorovali, mohli se posunout dál k samostatnému točení reportáží, jak však popsal M18, čekání to bylo mnohdy dlouhé a ani finální zpracování se neobešlo bez dalších komplikací: „*Až třeba po roce dostal člověk možnost si tu reportáž natočit sám, ale třeba ne i namluvit, tam byly takové, říkalo se tomu košilký, a byli to zkušenější, kteří to namlouvali, než ten, co nás měl na starost, usoudil, že to zvládneme také intonačně a se vším, a pak už jsem si mohl tu reportáž načíst sám.*“

Postup zaškolení se v České televizi za poslední dvě desetiletí nijak výrazně neproměnil, ale jak někteří respondenti uvedli, když jsou nováčci draví, je možné se v současnosti na obrazovku probojovat mnohem rychleji. Ž11 popisuje svoji zkušenost následovně: „*My jsme vždycky museli začít úplně odspodu a dlouho trvalo, než jsem se dostali k nějaké zajímavější práci, ale teď je to tak do značné míry taky, že všichni externisti, kteří tady začínají, musí objíždět ta kolečka a dívat se, jak pracují starší redaktori, a nějakou dobu trvá, než mohou namluvit nějaký svůj příspěvek, protože musí mít školený hlas. [...] Je to pořád dlouhá cesta, ale teď se vysílá 24 hodin denně na programu ČT sport a těch příležitostí je daleko více, a když chce někdo pracovat a má chuť, tak se může rychleji prosadit.*“

Podle všeho si tedy i současní mladí televizní sportovní novináři a novinářky musí vyšlapat své cestičky, aby mohli natáčet v terénu a aktivněji se podílet na tvorbě sportovního zpravodajství. Ž16 začátky svého pracovního postupu v rámci redakce hodnotí s určitým rozhořčením: „*Dělá (začínající sportovní novinář – pozn. autorky) strašně podřadnou práci, začíná jako skriptér, když to řeknu úplně jako otevřeně, tak je strašně smutný, že má takovouhle špatnou pozici. Je ten skriptér, který vlastně jenom značí do záznamu, kdy se co děje v tom přenose, ale prostě chtěl by něco víc.*“ Jedním z důvodů nespokojenosti Ž16 byla určitě i skutečnost, že osobně znala případy lidí, kteří

se dostali k natáčení velmi rychle, bez oné popisované zdlouhavé cesty plné nezáživné práce: „*Ted' jsou lidi, kteří třeba skriptovali jednou a už jedou točit, že už je to takové, že ten postup je rychlejší.*“

Je však zajímavé, že ačkoliv Ž16 kritizovala období úmorného skriptování, tak zrychlený postup vedoucí přímo k natáčení se jí rovněž nezamlouvá: „*Myslím si, že jako nabídnout těm lidem hned natáčení a hned je prostě postavit do té pozice toho reportéra, je jako špatně, protože ten člověk jako neví a **neváží si toho tolik**, jako ten člověk, který si to odpracoval.*“ Aktuální situaci na poli televizní sportovní žurnalistiky dobře shrnul M14, jež zdůraznil zejména zvyšující se rychlost, kterou podle něho mladší generace vítá: „*Tak dnes je vše hlavně mnohem rychlejší. [...] **Mladí neumí čekat**, chtějí všechno hned. Ale zase mají tu výhodu, že v tomhle fofru se chytí jen ti kvalitní lidé.*“

Také rozhlasoví novináři dříve procházeli delšími zkušebními obdobími, než byli puštěni do éteru. Píšící novináři však články tvořili hned od začátku, ale své schopnosti si většinou cvičili na menších sportech, kde by případná nekvalita nebyla z hlediska vedení jejich redakcí tolik problematická. Trnité cesty k vysněné pozici už jsou však minulostí. Doba se zrychlila a dnes začínající novináři mají většinou jen velmi málo času na rozkoukání a zaučení, než se dostanou do ostrého provozu. „*Dneska velmi často, dá se říct téměř v několika dnech, maximálně týdnech, tam přicházejí kolegové k mikrofonu a ke kameře. [...] Dneska je to **házení do té vody a plav si**,*“ popisuje M12. Jeho slova potvrzuje Ž16, která přidává stížnost směrem na nedostatek odborného vedení a tento překotný vpád do neznámých vod na „vlastní nebezpečí“ vnímá velmi problematicky: „*Já jsem v redakci, když jsem nastoupila, nezažila, že by se o mě nadřízený staral, to jsem byla hozená do vody a plav, spíš mi ještě **drželi hlavu pod vodou** a zajímalo je, jestli se zvládnou z toho dostat, tak mi to přišlo.*“

Ačkoliv výše uvedený překotný postup zkušených novinářů a novinářky částečně kritizují, zároveň si uvědomují, že by dnes pozvolný postup byl pro nováčky neúnosný, protože nemají dostatek trpělivosti, jak už bylo zmiňováno výše. M18 si také myslí, že by pomalé zaučení pravděpodobně mohlo některé od práce odradit: „*Ta doba je ted' rychlejší a asi bychom **ty lidi tady ani neudrželi, kdyby měli rok chodit na skripty**. Mám pocit, že většina z nich ani neví, jestli by to chtěli dělat, že si to očuchávají, ta trpělivost je jinde, a když se rychle nedostanou k něčemu atraktivnímu, tak odejdou.*“

Nejinak je tomu v tištěném sportovním zpravodajství, kde nastupující sportovní novináři dostávají příležitosti, o kterých se jejich starším a zkušenějším kolegům ani nesnilo. „*Ted' je všechno strašně **rychlejší**, u nás neexistuje takový ten americký nebo*

britský systém, že opravdu ten novinář nějaké to místo v popředí redakce musí vyčekat,“ popisuje M17 a dodává, že stejné to bylo i v případě zahraničních cest, na které vyjížděli ti nejlepší z redakce, zatímco dnes je takový nedostatek lidí, že na nejvýznamnější akce jezdí vysokoškolští studenti, kteří jsou v redakci úplně nováčky. Když pak starší kolegové a kolegyně zavzpomínají, čím si na začátcích své kariéry prošli, vyznívají jejich příběhy skoro až neuvěřitelně. *„Můj první úkol byl, že jsem dostala čtyři krabice, kde bylo akorát jméno autora fotky a měla jsem je roztrždit a popsat. Bylo to peklo. Jednalo se o černobílé fotky sportovců [...] Tak jsem se s tím trápila asi měsíc,*“ popisuje Ž12. Podobně absurdní činnost v rozhovoru vylíčil M12: *„Takže jsem třeba tři týdny rovnal noviny.“*

Než se dostali do samotné praxe, měli novináři různorodé představy o své budoucí profesi. Někteří toužili již od dětství po komentátorském křesle například M1: *„Velkej sen bylo být komentátorem sportovních přenosů.“* A nebyli to jen muži, kteří za vysněnou považovali pozici komentátora: *„Já jsem vždycky chtěla komentovat, anebo dělat sportovní dokumenty,*“ uvádí Ž6 a vysvětluje, že moderování ji nelákalo kvůli množství rutin, které nebyly slučitelné s její představou kreativity. Většina začínajících sportovních novinářek však ambice ohledně komentování neměla: *„Když jsem se začala té kariéře věnovat, tak jsem si nemyslela, že bych se dostala třeba ke komentování,*“ připustila v rozhovoru Ž2. Zajímalo mě tedy, proč ženy také netouží po komentátorských pozicích, které byly mnohými považovány za vrchol sportovní novinářské práce.

Ukázalo se, že velká část sportovních novinářek sdílí dlouhodobě zažitý názor (prezentovaný zejména jejich kolegy) ohledně nevhodnosti ženského hlasu pro komentování, obzvláště pokud jde o hokej nebo fotbal. Jednou z nich je Ž13: *„Žena nemá komentovat velké sporty jako hokej a fotbal. Já jsem jednou slyšela bývalou kolegyni komentovat tenis a znělo mi to divně, ti chlapi mají hlubší hlas a od té holky mi to znělo, že ječí.“* Podobné výtky má k ženskému komentování Ž3, která zmiňuje konkrétně hokej: *„U toho hokeje mi to přijde takové nepřirozené. Možná v kategorii juniorů nebo ženský hokej, ale chlapský hokej je tvrdý, drsný a ta žena do toho nepatří, si myslím. Cítím to tak.“*

Respondenti jako argument pro odmítnutí žen v komentátorských křeslech často využívali publikum, které by podle nich vývoj tímto směrem nepřijalo dobře. Například Ž14 si vůbec nedokáže představit pozitivní odezvu: *„Ženská komentátorka – to si jako nedokážu představit, že by to některý lidi zkousli, protože podle mě český prostředí je tady na tohle velmi nezralý, aby ženská komentovala hokej.“* Stejně skepticky na

problematiku ženského komentování velkých sportů nahlíží M20: „*Já si myslím, že ty předsudky u fotbalu, hokeje budou ještě dlouho a bohužel teda si myslím, že jako je to opodstatněný, říkám třeba u té elektronický tužky já tomu ženskému hlasu prostě neuvěřím.*“

Mezi novinářkami se však najdou i ty, které situaci vnímají zcela odlišně. Ž15 se dívá na komentování žen jako na jedno z posledních tabu, které ve sportovní žurnalistice zůstávají. Výše zmíněné argumenty o výšce hlasu považuje Ž15 za výmluvy: „*To jsou podle mě kecy, protože je spousta žen, které mají hlubší hlas než muž. [...] Já si osobně myslím, že jsou třeba sporty, ke kterým se ten ženský hlas hodí víc, že je jakoby takový něžnější.*“

3.6.2 Událostní žebříček

Velmi zajímavé bylo, když jsem se novinářů a novinářek ptala na jejich kariérní úspěchy. Nebyla jsem překvapená, že nejsou skloňovány editorské a šéfredaktorské pozice. Přesto mě překvapilo, s jakou samozřejmostí většina respondentů vynechala kariérní žebříček a přešla k výčtu velkých sportovních akcí, kterých se zúčastnili. Precizně to popsala Ž2: „*Já si myslím, že je to událostní žebříček, pro drtivou většinu novinářů je největší událost olympiáda. [...] Myslím si, že to je ten top, čeho může člověk dosáhnout.*“ Tvrzení potvrzuje i Ž19: „*Vrchol je asi vždycky olympiády, vždycky, pro všechny.*“

Samozřejmě mě zajímalo, proč to tak je a jaké pro to mají respondenti zdůvodnění. Jedno nabídl M2: „*Všichni ti novináři to s těmi sportovci prožívají, proto to tak berou. OH je prostě top sportovní akce, a když jsi novinář, tak je to top i pro tebe a vrchol novinářské kariéry, protože v tom sportu nemůžeš psát nic víc než zpravodajství z OH.*“ Velmi obdobně ve své komplexní odpovědi argumentovala Ž18: „*Když to člověk bere z pozice nějaké firemní hierarchie, tak si myslím, že to v té sportovní novinářině úplně nejde. U té sportovní novinářiny ty úspěchy jsou brány spíš tak, jak u těch samotných sportovců. Že ačkoliv mnozí kolegové vždycky ‚jéé, zase olympiáda, mně se tak nechce‘ a podobně, tak pořád si myslím, že i pro toho novináře je dostat se na tu olympiádu to nejvíc, co může v kariéře dosáhnout.*“

Někteří, jako M8, při argumentaci volili rovnou i sportovní příklady, aby bylo zcela zřejmé, jak důležitá je pro ně v jejich profesním životě účast na největších sportovních akcích: „*Máš určité životní mezníky a sportovní akce, které jsou jak prestižní pro ty sportovce, tak pro ty novináře, takže třeba na olympiádu by z té redakce chtěl alespoň*

jednou za život jet každý, to znamená, že když tě tam ten šéf nominuje, tak tě nominuje jako ty sportovce.“ Takto vysoko jsou hodnoceny všechny velké sportovní akce typu mistrovství světa nebo OH.

M5 mluví v této souvislosti o naplnění snu: *„Takže vrchol je olympiáda, samozřejmě, to si myslím, že stejně jako sportovci, tak já jsem si splnil sen, že jsem byl na olympiádě, a to je prostě super být tam s těmi sportovci.*“ Vzhledem k množství odkazů na různé velké akce, je podle mého názoru zcela legitimní konstatovat, že profesní kariéra je sportovními novináři vnímána primárně přes účast na sportovních akcích.

Z vyprávění sportovních novinářů jasně vyplynulo, že jsou pro ně tyto obrovské mediálně vděčné sportovní akce zdrojem velkého fyzického vypětí a stresu, přesto je účast na nich prestižní. Akce jako OH jsou tak nabitě, že je nemyslitelné být všude a vše pokrývat, ale novináři se i tak snaží o nemožné. Aby se toho stihlo co nejvíce zpracovat, novináři skoro nejí, nespí a pracují od rána do večera, což velice expresivně popisuje Ž4: *„Ta práce (na OH – pozn. autorky) je furt stejná, ale jenom je jí mnohem víc a nemáš čas se ani najíst, ale můžeš říct, že jsi byla na olympiádě. Že jsi tam byla tři týdny zavřená v hale a jedla máslové sušenky a maximálně nějaké hnusný jídlo, kterýho bylo málo pro celý tiskáč hladových novinářů a udělala si asi čtyři sta rozhovorů.*“ Podobné shrnutí nabízí i Ž19, ale uzavírá ho pozitivně: *„Je to náročný, člověk strávil strašně hodin na cestách, psali jsme v autobusech, všude možně, spánek byl cizí slovo, ale mě to prostě baví.*“

M21 ve stejné souvislosti upozorňuje na zdravotní následky, které přináší fyzické a psychické vypětí spojené s nadměrnou prací a extrémním nasazením: *„Na těch olympiádách to i pár kolegů zdravotně nedalo, ta práce je stresová určitě hodně, vždycky záleží, jak si to člověk připouští, v jakém pracuje kolektivu, jak to tam mají nastavený a tak, ale ten stres tam určitě bývá.*“ Extrémní pracovní nasazení potvrzuje i M17, jenž přibližuje běžný harmonogram na OH a svou strategii: *„Spíte čtyři hodiny denně, když to děláte pořádně. Ale nějak jsem to tělo naučil, že to takhle vydrží ty tři týdny, pak dojedete domů a spíte třeba dva dny v kuse, funguje to tak. Zvláště teď zase s tím internetem se to ještě jako by zkomplikovalo.*“ Jaké výzvy a problémy přinesl do pracovních rutin sportovních novinářů internet a všeobecně nové technologie odhaluje následující kapitola.

3.7 Náročnost práce

V předcházejících kapitolách opakovaně zaznělo, jak se sportovním novinářům a novinářkám postupně zvyšuje množství práce a rychlost, se kterou ho musí zpracovat. Objem práce je velkým tématem, které je silně propojeno s nástupem internetu, protože ten rozšířil množství platforem, jež je nutné naplnit obsahem. M10 to ukazuje na příkladu OH: „*Je hrozně znát, že těch lidí je málo dneska, že tam vlastně jedeš ve dvou lidech a víš, že musíš naplnit 45 stránek nějakýho textu a do toho jsme dělali časák o olympiádě, který vlastně šel do tisku v den, kdy skončila olympiáda a do toho se dělal web, takže dneska je to vlastně hrozná rasovina.*“

Ovšem i bez internetu mají sportovní novináři s pár pauzami velmi napilno po celý rok. Osmihodinová pracovní doba je podle M13 možná jen v době mimo sezónu, většinou je pracovní nasazení výrazně vyšší: „*Jsou období, kdy je hodně práce, která se střídají s období, kdy je extrémně hodně práce /smích/. Takže když je normální den, kdy musím zařídit ty věci, které mi zaberou tak těch osm hodin, tak je to pro mne extrémně klidné období. [...] Ale pak třeba období únor, březen, duben, květen, dokud neskončí MS v hokeji, tak to je síla, to se nestíhám třeba ani zajít ostříhat.*“

V čem práce sportovních novinářů byla vždy typická, je nutnost jejich všestrannosti. Častokrát nedisponují velkým štábem a musí tak na místě reportáže zvládnout více různorodých činností. Ž6 si myslí, že tento trend není specifikem jen sportovní žurnalistiky: „*Myslím si, že ta všestrannost v televizi je obecně trendem, se kterým se setkávají všichni, že to není jen výsada sportu. Být univerzální, být schopen si sám něco natočit a sestříhat, to už je dneska normální napříč tím oborem.*“

Ovšem podle jiných mají sportovní novináři přece jen trochu výjimečnější postavení v redakci, pokud jde o jejich technické multimediální dovednosti, o čemž svědčí to, že za nimi jiní novináři chodí pro rady. Dobře to ilustruje zkušenost respondenta M19: „*Tak určitě jsme všestranní, protože všichni děláme všechno. [...] když někdo přijde a potřebuje poradit, není to denně, ale řada z nás se s tím setkala, že zajde za sportákem.*“

Zajímavé úvahy směřující ke kariéernímu postupu sportovních novinářů respondenti spojovali s jejich odolností vůči stresu a schopností zvládat vypjaté situace vznikající v důsledku omezeného času a turbulentnosti sledovaných událostí. „*Právě ti sportáči tým, že jsou tak otrkaní a zvládají ten stres, tak pak mohou postupovat například do toho vedení redakce, a je to docela běžné,*“ popisuje svou zkušenost M2.

Názor s ním sdílí M5, který taktéž zdůrazňuje, že sportovní novináři umí pracovat v náročných podmínkách časového nedostatku: „Podle toho, jak se prostě třeba tlačí uzávěrka. Tak prostě jedeš, což se o těch sportácích prostě říká, že jako z nich vyrůstají fakt dobří editoři a tak, že prostě jsme **umíme prostě pracovat pod tlakem**. Že prostě skončí hokej fotbal a my prostě máme hodinu na dva články, tak to prostě nasypeš. Musíš.“ Když jsem se ptala M14 na nezbytné dovednosti sportovního novináře, popsal je následovně: „Musí být **bystrý, musí mít zkratku**, většinou by měl být empatický a drzý, a to všechno se dá využít i při jiných disciplínách.“

Popsané dovednosti přijdou vhod i v rámci jiných specializací nejen podle M14, za určitých okolností jsou dokonce velkou předností, jak na konkrétním případě popsal M18: „Je to také jeden z důvodů (rychlost a odolnost – pozn. autorky), proč jsme právě my dělali vstupy z povodní, protože jsme to byli schopní nějakým způsobem vstřebat a zpracovat. Já, když jsem viděl, jak se pracuje na velké budově (budova filmové a dokumentární tvorby a publicistických pořadů – pozn. autorky), tak co oni udělají za den, tak my uděláme za hodinu, taky asi dříve umřeme, **jsou to nervy** /smích/.“

Sportovní redakce se tak pro novináře, kteří touží si řemeslo rychle a „bezpečně“ osvojit, může stát dobrým odrazovým můstkem. Konkrétní případ popsal respondent M12: „No napadl mě takový zajímavý konkrétní příklad, kdo je velmi ambiciózní a nemá buď cíl dělat sport nebo nemá vztah k tomu sportu, tak vlastně ten sport použije na to, aby se na něm něco naučil, a pak jde dál. [...] Takže **sport je dobrá škola**, to určitě, to bezesporu.“ Tento názor je podle výpovědi M14 nejen teorií, ale vžitou praxí některých (již bývalých) sportovních novinářů: „Já znám spoustu sportovních novinářů, kteří přešli do jiných oborů a tam vynikají. Takže já si dokonce myslím, že **sportovní novinář je základ pro to, být dobrý novinář**, to říkám ze své zkušenosti.“ Podobnou zkušenost mi popsala rovněž Ž19: „Jsou tam kluci, kteří začínali na sportu, a pak se uchytili v domácím a velmi si je chválí.“

3.7.1 Časové vytížení

Jedna z nejvýraznějších odlišností sportovních žurnalistů od zbytku novinářské obce je nestandardní časová vytíženost. Sportovní akce se odehrávají v časech, které jsou pro většinu lidí mimopracovní, a to právě proto, aby mohly být veřejností navštěvovány. Turnaje, zápasy a závody profesionálních sportovců se tak konají v pozdních odpoledních, večerních a víkendových časech. Z čehož plyne, že v těch časech, kdy jsou

lidé zvyklí se sportem bavit, tak novináři, kteří ho pokrývají, pracují. Toto nastavení potvrzuje i M8: „*My máme zase mnohem exponovanější ty večery a víkendy, ale je to logické, protože já vždycky říkám, sport je zábava pro lidi v jejich volném čase a my, když máme být u toho, tak jsme v práci, když většinová populace má volno.*“

Výjimečnost a svým způsobem i nevyzpytatelnost pracovní doby sportovních novinářů popisuje M3, který navíc poukazuje i na jiné nastavení pracovních rutin ve sportovní redakci: „*Pracovní doba se absolutně liší s pracovní dobou normální u 90 % lidí. A liší se i s pracovní dobou zpravodajského novináře. Jako pro sportáky je velký problém a před deseti lety by to nikdo neudělal, dojít v devět ráno na poradu. Oni jsou zvyklí chodit do práce v jednu, ale být tam zase naopak do desíti do večera.*“ Expresivněji se vyjádřila Ž18, která rovněž potvrdila výše popsanou časovou náročnost práce: „*Volné víkendy to je v mnoha případech sprosté slovo, takže časová vytiženost určitě. Hlavně má člověk úplně jiný režim dne [...] máte dopoledne volno, ale večer máte zabíjet pracovní.*“

Časová náročnost, která je navíc proměnlivá a špatně plánovatelná, se podle některých novinářů negativně projevuje na jejich osobním životě. Netýká se to jen žen a jejich mateřských rolí, jak bylo popsáno dříve, ale rovněž mužů. Nepříznivé důsledky časové náročnosti a nevyzpytatelnosti pracovního vytížení na partnerské a rodinné vztahy popisují sportovní novináři i novinářky. Extrémní časové vytížení a jeho vliv na vztah zmiňuje například M2: „*Hlavně je to obrovský žrout času, protože ty sportovní redakce fungují jinak než ty zpravodajské, což také platí pro všechny a u nás zvlášť. Protože my pracujeme hlavně po večerech a u nás to bylo ještě tak, že jsem měl třeba službu dvakrát třikrát týdně, kdy jsem ještě do jedenácti do večera editoval a dvakrát třikrát jsem šel ještě na zápas, takže šestkrát v týdnu jsem byl večer prostě pryč. Takže nám to s přítelkyní moc neladilo, i když to x let tolerovala. To normální žena nedá.*“

Velice podobný příběh mi vyprávěl M5, který však přiznal, že problémem partnerského života bylo i to, že stavěl práci na první místo: „*Práce je to fakt časově hrozná v tom, že já nechci říct, že na to jako doplatil můj vztah, ale [...] já jsem s tím ze začátku neuměl vůbec operovat, protože fakt to pro mě byla jenom práce. Že jako když jsem měl prostě vztah, tak prostě vyhrávala u mě práce na celý čáře, že jsem prostě přemýšlel jenom nad tím, co mám dělat do práce, kam mám jít, na všechno jsem se skoro hlásil, když prostě někdo odřekl nějakou práci, tak jsem prostě řekl, že do toho jdu a na to prostě doplácel můj předchozí vztah, no a ve výsledku vlastně i současnej. Máš tam prostě jednu věc třeba do jedenácti do večera, a máš prostě soboty, neděle. Tak já prostě chodím o víkendu do práce, to je pro mě pracovní den.*“

Tento přístup by se jistě dal nazvat workoholismem, a jak vyplynulo z rozhovorů M5 nebyl jediný, který se s přemírou pracovního nasazení potýkal. Do extrému zašel například M9: „*Tam jsem se **do toho zavrtil** tak, že ze dvoumístného oddělení se stalo jednomístné, protože jsem se jim vyplatil víc já než platit dva lidi, pak jsem si kromě psaní lámal i sám stránku a tohle mě dostalo do takového kafemlejnku.*“

Negativní důsledky práce mimo klasickou pracovní dobu potvrdil M3: „*Ta práce je prostě v tomhle taková blbá v tom, že **jsi někde po večerech**, já se nebudu skrývat s tím, že mi také na tom dva vztahy ztroskotaly, nechci to svádět na to, ale ten **člověk do toho musí být magor.***“ M3 však vysvětluje, že právě takovým „bláznem“, který miluje svou práci, byl: „*Jako já jsem první dva tři roky to ani nepovažoval za práci, já jsem to bral tak, že to, co jsem vždycky chtěl a kam jsem si platil ty vstupenky, tak že tam můžu ještě být a psát o tom, **mi to vůbec nepřišlo jako práce.** Také kvůli tomu jsem vůbec nemyslel na to okolo mě, o přidávání peněz, já jsem na to úplně kašlal, protože mě to bavilo a až potom po těch třech letech, kdy mi to začalo připadat trošku stereotypní, tak jsem začal přemýšlet více o penězích apod.*“ Stejně prvotní pracovní nasazení a absolutní ponoření do práce, která jí bavila tak, že v ní trávila i 16 hodin denně, popisuje Ž2: „*Můj pracovní den začínal o půl sedmé ráno a končil v jedenáct večer, sedm dní v týdnu. Ale mě to neskutečně bavilo a nabíjelo, bylo to strašně **fajn dělat něco, co mě baví, a ještě se tím žít.***“ M13 čistý workoholismus sportovních novinářů popisuje jemněji: „*Jsou to lidé, kteří obětují svůj volný čas, do určité míry tím pádem svůj soukromý život, své práci. [...]* Jsou to takoví hledači té poetiky Oty Pavla.“

Náročnost práce sportovních novinářů ovšem nespočívá jen ve vyčerpání v netradičních časech. Vzhledem k termínům, ať již televizního zpravodajství, nebo odeslání novin do tisku, je mnohdy velmi náročné stihnout vše včas připravit, když samotné sportovní akce končí krátko před uzávkami. Novináři tak mají velmi omezený čas, ve kterém musí kvalitně zpracovat informace a připravit své mediální výstupy. Tyto vyhrocené situace, které jsou typické pro sportovní novináře napříč téměř všemi sporty, popisuje Ž5: „*A je to náročné v tom, že jsme často limitováni časem, takže pak je v tom **hrozný stres** to ustříhat, napsat, poslat nebo udělat.*“ M8 v této souvislosti poukazuje na to, že právě po skončení zápasu přichází čas, kdy se situace obrací, a zatímco divákům skončila zábava a můžou v klidu vstřebávat dojmy, tak sportovní novináři jsou na startu pracovního shonu: „*Má to svoje pro a proti, ale ostatní pak budou pařit pívko a dávat si klobásu a užívat tu pohodu a já tam budu lítat s mikrofonom a stresovat, aby se něco stihlo, takže tak to je.*“

Obdobně Ž4 poukazuje na to, že blízké okolí velmi rychle musí pochopit a přijmout fakt, že ač se na začátku pracovní náplň mohla zdát z pohledu sportovního fanouška ideální, pokud jde o čas, tak na tom sportovní novináři nejsou nejlépe: „*Hlavně rodina už ví, co to stojí. Kde je ten čas a i kamarádi, kteří všechno záviděli, tak najednou vidí, že já nikdy nemůžu jet na tu víkendovou pařbu, protože prostě je Zlatá přilba, a protože tohle to a támhle to, a že mám volno dopoledne, ale kdo se mnou půjde dopoledne, teď je výhoda, že mám dítě, ale kdo se mnou půjde dopoledne do kina nebo kamkoliv, a já musím ve tři odcházet do práce. Takže ten společenský život je trochu jiný.*“ Na negativní dopady časové vyčerpání po večerech a o víkendech na rodiče (a speciálně na ženy, na kterých často leží větší část povinností spojených s chodem domácnosti a péčí o děti) bylo poukázáno již v předešlých kapitolách, kde bylo zmíněn i související nepříznivý vliv na partnerské a rodinné vztahy obecně.

Jak skutečně limitujícím faktorem může být specifická časová vyčerpání sportovních novinářů, pak nejlépe ukazuje to, že se stává konkrétním důvodem pro ukončení kariéry. Potvrzuje to například Ž1: „*Několik lidí od nás odešlo, protože **chtěli mít volné víkendy a finanční jistotu** a třeba dělají PR nebo v marketingu nebo tiskové mluvčí.*“

Klíčové je tedy jak časové vyčerpání, tak napětí spojené s časovým tlakem v rámci uzávěrek, který zásadně zvyšuje náročnost novinářské práce. Jak bylo zmíněno dříve, tento fenomén se plně týká i sportovní žurnalistiky, kde se od aktérů očekává, že budou dlouhodobě zvládat vysoké pracovní nasazení v exponovaném prostředí plném nepředvídatelných situací. Ž7 v tomto směru popisuje, že si někteří kolegové a kolegyně neuvědomují, že neustálý stres a napětí mohou mít negativní následky na jejich zdraví: „*[...] ten stres a tlak je opravdu obrovský. Možná si to každý nepřipouští, ale ta práce v té televizní žurnalistice je opravdu **velmi stresující** a myslím si, že to opravdu na každém z nás nějaké stopy zanechá, na někom více, na někom méně. Ale opravdu je to **práce pod tlakem**, že tu vaši práci vidí mnoho lidí a ten výsledek je okamžitý, tak si myslím, že to je hodně stresující.*“

Ž7 nebyla jediná, která otevřeně zmiňovala své úvahy týkající se toho, jak se náročnost práce může negativně projevit na zdravotním stavu. Své obavy z dlouhodobé neudržitelnosti extrémního pracovního vypětí popsala rovněž Ž15: „*Tak to vlastně vidím tak jako nějak maximálně třeba jako do 40, že si myslím, že to je člověk tak jako schopný tak nějak jako zvládnout, ale pak si říkám, že jako na to nebudu mít ani jako sílu, že už jako člověk pak bude chtít i mít větší rád.*“

3.7.2 *Nové technologie*

Nástup nových technologií vždycky zásadně proměňoval způsoby komunikace. Internet pak přinesl signifikantní změnu, jež novinářům práci v mnohém zkomplikovala a zároveň v mnohém ulehčila. Rychlost a jednoduchost zasílání podkladů ze zahraničí, nebo získání informací z webu – to jsou jen dva příklady pozitiv z mnoha. Negativa pak souvisí například s nárůstem pracovních povinností a přemírou informačních zdrojů, jež je nutné sledovat. M19 zdůrazňuje vzrůstající rychlost i množství práce: „*Ty technologie vnímáme jako více práce, takhle by se to dalo říct. Takže ta práce téma technologiemi logicky přibyla, ale zároveň se to usnadnilo v tom, že všechno je rychlejší, všechno se dá dělat rychle, nemusíme stříhat na páscích a můžeme stříhat na počítači a za krátkou dobu, pokud to člověk umí.*“

Technologická proměna byla výrazná ve všech média typech. Novináři z televize, rozhlasu i tisku měli k dispozici stále kvalitnější záznamovou techniku. M12 během studií a později při práci v televizi vyzkoušel mnoho z těchto nových průlomových technologií: „*Takže třeba já jsem se naučil točit na filmovou kameru. Taky jsme tam trochu koketovali s tou elektronikou, s tím magnetickým záznamem, ale to bylo v počátku, protože když jsem přišel do televize, tak ještě dokonce se používal film a filmová technologie, takže se stříhalo a vyvolávalo do zpravodajství na filmy a hlas se musel namluvit, buď se to živě ty ukázky komentovaly tenkrát, anebo se to namluvilo a byl to tzv. dvojpás, to bylo moc pěkný.*“

Televizní žurnalistika prošla z pohledu zavádění nových technologií opravdu velkou proměnou. Ž11 popisuje své zkušenosti s postupným zaváděním inovací: „*Z hlediska těch technologií je tam obrovská změna. Když jsem začínala, tak to fungovalo trochu takovým zálesáckým systémem, než se přešlo na ty počítačové střižny a tak. Ale teď se všechno jede ve velkých vysílacích systémech jako je Octopus, což je takový redakční systém, kam se ty příspěvky vkládají, a pak se z toho vysílají, všechno se řeší přes počítačové střižny, ale ledacos se dělá tímhle způsobem, takže z hlediska těch technologií a toho postupu, ten progres je tam obrovský.*“

Mezi řádky předcházejících citací lze tušit, že ten zcela zásadní obrat přišel až s nástupem internetu. Práce televizních novinářů a novinářek se stala zase o něco náročnější, rozmanitější a rychlejší, jak velmi podrobně popsala Ž6: „*Jsi třeba na nějaké významné akce, kde jsi s přenosovým vozem a neustále vstupuješ do vysílání a mezitím máš udělat nějakou práci na tom místě a do toho se stresuješ, jestli vypadáš tak, abys*

*mohla být na tom obraze, do toho se honíš za nějakými lidmi a sháníš ohlasy, do toho kontroluješ výsledky, a pak je teda ta minuta slávy vstupu do vysílání, kde se tě na něco zeptají, ty jim to řekneš buď dobře, nebo špatně, a pak teda přijedeš ještě zpátky a tam dáváš dohromady nějaké věci. Nebo v horším případě jedeš přímo z nějakého místa, nastříháš s kameramanem na notebooku nějaký materiál, který odtamtud posíláte přes internet rovnou do redakce a oni jej odbavují a ty to komentuješ živě z toho místa. Je toho hrozně moc, co se změnilo s nástupem nových technologií, které **zrychlily přenos informací**, a tím pádem je tlak na každé médium přenést ty informace rychleji. “ Zvyšující se nároky s ohledem na množství výstupů, které musí vzniknout, se týkají všech druhů sportovní žurnalistiky a ze strany sportovních novinářů nejsou dobře přijímány.*

Nutnost publikovat texty na různých platformách v různých formátech akceptovali sportovní novináři jen s velkou nevolí. Mnoho z nich při rozhovorech vzpomínalo na dobu, kdy nebyla jejich práce tolik hektická a bylo více prostoru pro plánování a na samotné tvoření textů. M9 stručně popsal všechny benefity doby před rozmachem internetu: „*Tehdy se dalo cíleněji plánovat, co bude v těch novinách, bylo na to více času, více lidí se tomu mohlo věnovat a každý člověk mohl denně udělat třeba jedno to téma, nemusel mít čtyři tiskovky, spěchat na zápas a večer pak přepisovat rozhovory na další den, čímž bylo zajištěné to, že ta práce bude důkladnější. [...] Nemuselo se všechno rychle chrlit na internet, z čehož vzniká nejvíce chyb, protože když se člověk snaží být rychlý, tak téměř nic nevyzdrojuje a odflákne to, hlavně, aby to měl co nejrychleji a aby předběhl ostatní kvůli klikání na server. “*

Nejenom texty, ale rovněž fotky je dnes nutné dostat k publiku mnohem rychleji, než bývalo dříve zvykem. „*Takže tehdy bylo dost času na to, aby to (fotku – pozn. autorky) dali do novin a na internet se ta fotka možná ani nepoužila. Ted' je to tak, že je pro nás důležité mít hned po zahájení zápasu fotku na webu, že se zahájil zápas Sparta-Slavia a je to 0:0. Takže prostě ta rychlost na odevzdání těch fotek je největší a nejzásadnější rozdíl, “* vysvětlovala změnu v nastavení novinářských rutin respondentka Ž10.

Výpovědi mnohým starších respondentů měly nádech určité nostalgie po „tehdy“, tj. těch „starých dobrých časech“. Tato generace však zároveň dokážou plně ocenit výtobytky digitální revoluce. „*Dnešní online doba je prostě výborná, takže to je taky úplně někde jinde, že člověk obvolával před začátkem kola všechny stadiony, tak co tam máte nějaký zraněný, co od toho čekáte a takovýhle blbosti a strávil tím půl dne a dneska udělá párkrát klik klik klik, každý má stránky, každý má všechno a je to jako neuvěřitelný, a je to jako skvělé z toho vycházet. Jasně, že každý novinář chce jako nějaký svoje a tohle,*

ale v tomhleto je pomoc velika [...] **Je to úplné sci-fi** (nové technologie – pozn. autorky), jsem jak na jiné planetě. Tehdy my jsme [...] neměli ani počítač, ani chat, ani nic, takže jsme si na televizi pustili teletext a opsali si zprávy z teletextu,“ vyličila Ž20 barvitě, jak nahlíží na rutiny minulých dob a pozitiva online světa.

Střední generaci zastupuje s víceméně totožnou výpovědí Ž9: „Dneska jsou třeba před každým zápasem informace prostě první na webu. [...] **hrozně se to ulehčilo na jednu stranu, ale na druhou stranu se všechno zrychlilo a klade to větší nároky. Dneska neexistuje, aby reportér neuměl zároveň stříhat.**“ Jen o něco mladší M15 popisuje ze svých zkušeností nástup internetu v deníkové sportovní redakci: „Víceméně jsem si prožil tu éru vzestupu internetové novinářiny až do dneška. Tehdy si pamatuji, že kolegové líčili, já jsem to ale nezažil, že **se jim ostatní kolegové směli, že jsou zavináči a že píšou pro online.** [...] Já, když jsem začínal, tak jsem začínal přímo na online a viděl jsem ten vzestupný trend a tu tendenci posouvat internet, zpravodajství a trendy, které jsou s tím spojeny.“

Sportovní redakce byly skutečně občas využity jako určité testovací oddělení, aby se vyzkoušelo, jestli nějaký postup založený na nové technologii, bude v realu fungovat. Třeba v rozhlasu to bývalo běžné už od jejich počátků, že když se něco nového zkoušelo, tak primárně v rámci sportovní redakce. M19 to potvrzuje následujícími slovy: „Byli jsme takovýma pionýrama v některých věcech, že jsme se **nebáli experimentovat**, ať už třeba formátem, žánrem, kterému nebylo uzpůsobeno vysílání. Že jsme zkoušeli různé věci jako první. Jsme tak byli využíváni, že když se chtělo dát něco vyzkoušet, tak se to dalo těm sportákům. Když se třeba testovaly technologie pro vysílání z akcí, tak to jsme třeba dělali my. Odněkud se vysílalo po telefonu, ale ne přes telefonní hovor, ale přes aplikaci, vysílalo se to přes internet, tak tohle jsme zkoušeli třeba.“

Lze tedy konstatovat, že s rozšířením dostupnosti a zvýšením uživatelské obslužnosti nových technologií, se začal zvyšovat tlak na to, aby novináři byli schopni nové technologie využívat. Rozhlasoví novináři se museli naučit točit nejen zvuk, ale i obraz, písíci novináři museli začít dodávat kromě textů i fotografie a televizní novináři si museli začít své reportáže sami na místě stříhat. Sportovní novináři se proto stali všestrannějšími. Očekával se od nich konstantní multiskilling i multitasking.

Vzhledem k tomu, že sportovní novináři byli již zvyklí pracovat v problematických podmínkách, další výzvě se opět přizpůsobili. „Já si myslím, že my daleko více než kdokoliv jiný, jsme schopní dělat ve špatných podmínkách. Ve chvíli, kdy je na stadionech zima, kdy se sto padesátkrát prodlužuje, kdy musíte jet do Litvínova na hokej, kdy na OH

*děláme 16 hodin v kuse, **nebudeme brblat**, když tam zhubneme deset kilo, jako třeba já. Nebudeme brblat nad menším přísunem financí, horším technickým zázemím, na nepříznivější okolní vlivy, to všechno my zvládneme, **máme toho sportovního ducha**,“ adoruje populaci sportovních novinářů Ž11.*

Tvořit mnoho textů, upravovat je pro různé platformy, lámat, vkládat, editovat, spravovat. Kumulace činností se stala zvlášť pro starší generaci žurnalistů natolik vyčerpávající, že někteří z nich své pozice raději opustili. Odchod nejstarší generace sportovních novinářů potvrzuje Ž9: „*U nás v redakci bývali hodně důchodci, když jsem tam přišla, který jako jenom pomáhali a úplně jako **vymizeli**, když jsme přešli na **technologičtější systém**, všechno se strašně zrychlilo.*“ Ž9 však vysvětluje, že etablovaní matadoři na svých místech zůstali, a dokonce se novým technologickým inovacím ani nemuseli snažit porozumět: „*Takový persony, ty tváře, kteří tam jako zůstávají, ale kolem nich skáče prostě tým spousty trpaslíků, kteří spoustu tady těch věcí dělají za ně, protože oni se vlastně **nepřizpůsobili**.*“ Avšak nebyla to jen nejstarší generace, která se s tlakem na nezbytné nové dovednosti spojené s novými technologiemi a nástupem internetu, špatně sžívala. Například Ž21 se nejprve se změnami a nároky snažila sžít, ale postupem času seznala, že jí to opravdu nevyhovuje: „*Byl tam obrovský tlak na výkon, museli jsme se naučit natáčet videa, stříhat, psát na Twitter, takže se tam hrozně mělnila ta pozornost. [...] **Nechtěla jsem být chobotnička, která musí umět všechno**, protože si nemyslím, že je to dobře.*“

Novou kapitolou se pak v posledních dvou letech kvůli omezením v souvislosti s epidemií covid-19 staly videokonference a rozhovory. Pro novináře bylo na dálku mnohem složitější získávat všechny potřebné informace, protože dobrý sportovní článek netvoří jen data, ale i pocity a prožitky sportovců a sportovkyň. Komplikace, jaké přinesly sportovním novinářům tyto nové technologie, které bylo pro práci nezbytné používat, popisuje Ž19: „*Základ je dát tam nějaký emoce, a to se **blbě dělá přes ten Zoom**. Základní hlas z video rozhovoru dostanete, ale člověk se snaží dostat z těch sportovců emoce, to je to, co to má přinášet, a to je právě ta naše přidaná hodnota, to že jsem na místě. To se nedá ani na dálku, ani po Zoomech.*“

3.7.3 Sociální sítě

Dalším fenoménem, který byl zásadní v proměně pracovních rutin sportovních novinářů, byly sociální sítě. Nejdřív Facebook, Twitter (X), dnes i Instagram. Pro novináře se tak

vedle webových stránek otevřely další kanály, na kterých bylo možné sledovat sportovní kluby nebo jednotlivé sportovce. Ti navíc často začali využívat kanály sociálních sítí k exkluzivním vyjádřením a obcházejí tím pádem sportovní novináře jakožto zprostředkovatele informací. Klasické komunikační nástroje jako byly tiskové zprávy nebo konference, začaly ubývat. Proměnu způsobu komunikace popisuje M16: „*Čím dál víc nastává místo svolání tiskové konference, **oznámíme na Twitteru**, [...] bez Facebooku si to už asi ani nedokážu představit, teď už je to normální součást.*“

Obširněji se k fenoménu sociálních sítí vyjádřila Ž18, jež rovněž popisuje proměnu komunikace sportovců, která se přesouvá do online prostoru a hodnotí situaci z pozice sportovní žurnalistiky spíše negativně: „*Sociální sítě nám svým způsobem v té naší práci škodí. Protože dost často nějaký sportovec chce něco sdělit a dřív se udělala tiskovka, nebo se to nějakým vybraným kamarádkým médiím řeklo první a první to bylo v médiích. Dneska už si to prostě každý dává na ty svoje sociální sítě. Takže my už teďka běžně citujeme Twitter a podobně, protože to tam zveřejní jako první, což je už potom takové zvláštní, protože v podstatě ty fanoušky **neinformujeme o ničem novém** už.*“

Sportovcům nabízejí sociální sítě možnost přímého kontaktu s jejich fanoušky a sportovními příznivci. Jsou pro ně nástrojem otevřené komunikace s veřejností bez zásahu novinářů. Čehož mnozí využívají a mediální domy, tak jako tvůrce mediálních výstupů zcela vynechávají. Tento trend potvrzuje Ž12 a dodává k němu i svůj názor: „*Spousta sportovců už dnes **komunikuje jen přes sociální sítě**, nevím, zda to je dobře nebo špatně, a už jsou i lidé vyloženě najatý na zpracování obsahu ze sociálních sítí. Ani se těm sportovcům nedivím, že někdy to píší jen na ty sítě.*“ Ž19 sdílí smíšené pocity ohledně sociálních sítí a z výpovědi vyplývá, že některými aktivitami navázanými na sociální sítě přímo opovrhuje. „*Ti sportovci strašně žijou na sociálních sítích. Mě to nebaví. Je to úplně jinde, člověk to sleduje, instagramy, twittery. **Twitter je jako hlásná trouba**. Dělat zpravodajství z Twitteru ... jako dělá se to, musí se to dělat, ale přijde mi to úplně ujetý.*“

Sociální sítě se tak postupně staly jedním ze zásadních zdrojů informací pro sportovní novináře a jak popisuje Ž18, v některých případech jim to usnadňuje práci a rozšiřuje obzory: „*Je to dost **velká pomoc**, pokud samozřejmě ten sportovec ty sociální sítě využívá, protože je spousta takových, kteří je moc nemusí a dávají tam něco jenom sporadicky, [...] dovíte se, že třeba teď zrovna je (sportovec – pozn. autorky) na Kanárech na soustředění a podobně, což byste normálně nevěděla, pokud byste mu nezavolala. Takže člověk má aspoň trošičku přehled a dávají tam i nějaký věci ze soukromého života nebo*

nějaký koníčky svoje, takže potom když s nimi děláte rozhovor, tak zase máte nějaké další téma, na které se můžete zeptat než jenom, jak se jim trénovalo a podobně.“

Jako dobrý zdroj informací hodnotí sociální sítě i Ž21, která v rozhovoru vyzdvihla zejména Twitter, ale připustila, že dnes již dominuje mezi sportovci Instagram a hlavně, že ona sama už snahu o to být neustále online a v obraze ohledně dění na sítích vzdala: *„Zejména v Americe byl Twitter považovaný za síť, která zprostředkovává přímý kontakt mezi sportovcem a fanouškem. Dneska tuhle roli převzal daleko víc Instagram, Facebook už je taky někde jinde. [...] Twitter ještě pořád považuji za **dobry zdroj informací**, ale v dnešní době ani tam už nejsem aktivní, protože je prostě toho strašně moc.“*

Podobně otevřený a nenáročný přístup zaujala i Ž20, jež se rozhodla sociální sítě využívat pouze nárazově, když se jí to pracovně k něčemu hodí. Sama na nich však aktivně nevystupuje a novinky sleduje skutečně spíše nahodile, bez snahy o nějakou pravidelnost. *„Ale je toho strašně moc, a to by člověk fakt nestíhal, to by v té redakci musel sedět jeden a projíždět Facebook i Instagram a já nevím co, takže jsem tohle upozadila. Je to jako nějaký **další zdroj**, ze kterého se dá vyjít, je to možné. Ale spíš je to o tom, že se zaměřím na to, že jdu někam něco konkrétního hledat.“*

V souvislosti se sociálními sítěmi je na místě zmínit, že velkou roli hraje v rámci sportu, a tím pádem i sportovní žurnalistiky, PR. *„Sportovci víc komunikují, obzvláště ti slavnější, **přes agentury, přes zástupce**. Zvednout telefon a volat jim na přímo není už moc běžné. Nebo využívají sociální sítě, v tomhle je to fajn, to práci ulehčuje,“* popisuje aktuální situaci Ž19. Právě online prostředí v čele se sociálními sítěmi výrazně usnadnilo zástupcům PR práci s budováním mediálního obrazu jejich klientů. Nejsou již odkázáni na vydávání tiskových zpráv, pořádání tiskových konferencí nebo přímé oslovování novinářů. *„**Formát tiskové zprávy to už je zapomenutý**, to už skoro nikdo neposílá nebo málo,“* potvrzuje v rozhovoru Ž19. Prostřednictvím sociálních sítí mohou prezentovat své sportovní svěřence, tak jak chtějí, přímo publiku. Cílem je vytvoření sportovních celebrit, které pak snáze získávají sponzory, protože finanční a materiální podpora sportovců je primárním cílem. PR týmy starající se o velké sportovní kluby nebo úspěšné sportovce a sportovkyně se pak dostávají do pozice, ve které již nemusí nadbíhat novinářům, naopak novináři uhánějí je. Tento občas nevyrovnaný vztah mezi sportovními novináři a lidmi z PR popisuje Ž18: *„Je taky docela důležitý být s nimi (zástupci PR – pozn. autorky) **za dobře**, aby člověk občas získal něco jinýho, nebo **vůbec se k těm sportovcům dostal**. Když chcete individuální rozhovor, tak u některých je to docela složitý, pokud vás neznají.“*

Velmi expresivně online sociální prostředí včetně sociálních sítí popsal M3: „Zatímco web, **internetové zpravodajství je džungle**, tak novinové zpravodajství je anglicky strážný trávnik. V něm jako taky jsou chybičky, ale prostě web je džungle a nemůžeš se v ní orientovat, tím spíš že tvým editorem se nestává velice často, i kvůli sociálním sítím, odborník v té novinářině, který ty zprávy vybírá, ale tvým editorem se stávají tví soupeřníci a tví kamarádi.“ Kritika zazněla také s ohledem na zvýšené množství práce, které sociálně sítě jedoucí 24/7 produkují. „V jakoukoliv denní či noční hodinu se tam něco objeví, někdo něco postne. Obecně to redakci **přidělalo práci**,“ líčí svou zkušenost Ž19.

Na sociální sítě se můžeme podívat také jako na pole působnosti samotných sportovních novinářů jako aktivních tvůrců obsahu, kteří jejich prostřednictvím mohou šířit informace, prezentovat svou práci nebo přímo sebe. Založit si účet a začít aktivně vystupovat na sociálních sítích bylo některým novinářům doporučeno, jiní toho byli ušetřeni. Například v redakci Ž13 se měly sociální sítě stát nástrojem pro zviditelnění: „Tím, jak se vyvíjel Twitter, Facebook, Instagram tak nám bylo doporučeno, že by **každý měl mít účet**, že jak lidé mají chytré telefony, tak se dostaneme více do povědomí a budeme více vidět.“ Někteří novináři popisovali, že svůj přesun do online prostředí vůbec nečekali. Bylo to pro ně ze začátku něco nepředstavitelného. Ž12 byla svou novou pozicí také překvapena, ale našla v ní zalíbení: „Nikdy jsem si nemyslela, že skončím na internetu, ale **hrozně mě to okouzlo** a mělo to něco speciálního.“

4 Diskuze výsledků

Předcházející analytická část představila detailně české sportovní novináře a novinářky. Přiblížila jejich zkušenosti, postoje, názory a představy. Ústřední model profesního sebepojetí byl podrobně popsán a následně rozpracován za pomoci konkrétních citací. Ty byly seskupeny podle jednotlivých témat, která jsou však vzájemně provázána, jak ukázal obrázek č.1. Představený model je tedy základem substantivní teorie.

Na tomto místě je však nezbytné vrátit se opět na začátek a ponořit se do odborné literatury ve snaze o zhodnocení a srovnání nových poznatků s těmi, které jsou k dispozici. Diskuzi výsledků, která propojuje závěry analytické části s dosavadními výzkumy, jsem opět rozdělila do několika tematických celků, jež navazují na dříve použitá členění textu. Kapitoly nabízí základní komparace i hlubší zamyšlení, které nevyhnutelně směřují k nastolování dalších otázek a témat pro budoucí výzkum. Závěrečné shrnutí obsahuje základní odpovědi na formulované výzkumné otázky.

4.1 Sport je zábava a práce radost

Základním kamenem představené teorie je pojmání profese sportovními novináři jako koníčku. Toto vnímání práce jako zábavy je výsledkem celé řady důležitých proměnných. Zásadním faktorem se jeví pozitivní vztah respondentů ke sportu, který byl budován většinou již od dětství. České výzkumy (Koreis, 2017; Janeczek, 2016; Tomek, 2000; Weinlichová, 2020) stejně jako ty zahraniční (Nussbaum a Worthington, 2017) ukazují, že je významné působení rodiny, ať už podporuje pasivní konzumování sportu nebo motivuje k aktivnímu sportování. Z dat vyplývá, že většina sportovních novinářů a novinářek si sport oblíbila skutečně již v útlém věku a mnozí z nich zmiňovali, že sportovní novinářina byla jejich dětským snem.

Nebyl to jen sport, který byl motorem profesních aspirací respondentů. Pokud se podíváme na ty z tištěných a online médií, setkáváme se s historkami o vlastní tvorbě a lásce ke psaní stejně často jako s těmi o zálibě ve sportu. A vzhledem k tomu, že se obě skupiny z velké části překrývaly, z dat jasně vyplývá, že deklarovaná spokojenost sportovních novinářů a novinářek je oprávněná vzhledem k tomu, že se jim v rámci profese podařilo zkombinovat hned dvě činnosti, ve kterých našli již v dětství zálibení. Ve stejném duchu Andrews (2014) vysvětluje, že sportovní novinář je složenina dvou

slov a když chcete uspět, je potřeba, abyste byli nadšeni z obou. Nestačí jen jedno. Musíte milovat oboje.

Z rozhovorů dále vyplynulo, že si jsou respondenti vědomi toho, jak důležitá je jejich profesionalita a znalosti sportu. Aby byl sportovní novinář pořád v obraze, je nucen se do sportu zcela ponořit a v extrému se to dá přirovnat až k určité závislosti na sportu. Novináři často tvrdili, že sportem žijí, a označovali se za workoholiky, které jejich práce umí natolik pohltit, že ztrácejí pojem o čase. Sportovní přehled a vhléd je skutečně důležitou devizou sportovních novinářů, protože jejich publikum je často složeno z opravdu zapálených fanoušků, kteří disponují mnoha informacemi. Andrews (2014) také zdůrazňuje, že je nutné, aby novináři byli skutečnými odborníky na daný sport, protože fanoušci jsou jimi vždycky a jen těžko snesou chyby.

Pocit sounáležitosti, spokojenosti v kolektivu, ale i spolupráce napříč redakcemi. Takto pozitivně vnímají komunitu české sportovní žurnalistiky sami novináři. Výpovědi byly plné líčení toho, jak dobré party sportovní redakce tvoří, jak si vzájemně pomáhají a kolik legrace si spolu užijí. Jejich práce jim navíc připadá spíše nestereotypní a rozmanitá. Setkávání se sportovci je baví a sledování zápasů a závodů jim mnohdy zvyšuje adrenalin. Svému publiku se sportovní novináři a novinářky snaží přinést nejen faktické informace, ale rovněž emoce a atmosféru, která dělá sport sportem.

Pro naplnění svého snu a pocitu dobře odvedené práce se smířili s mnoha nevýhodami profese, jako je například práce po večerech a o víkendech. Z pohledu některých z nich je jejich prací činnost, za kterou si jiní musí zaplatit, tedy být na místě a užívat si sport naživo. Přes všechny stres a vypětí jsou respondenti šťastní, že dělají práci, kterou mají upřímně rádi.

4.2 Budování prestiže sportovních novinářů

Teoretická část práce předestřela jednu z klasických kritik sportovní žurnalistiky, která se týká jejího nižšího profesního statusu v rámci novinářiny. Sportovní zpravodajství je tradičně považováno za „měkké“, což staví i jeho tvůrce do pozici těch méně uznávaných novinářů. Literatura skloňuje pojem „toy department“ a ukazuje, že se sportovní novináři nesetkávají jen s respektem vůči své profesi (Rowe, 2004; Steen, 2015; Lamble, 2011; Zion et al., 2011; Boyle, 2006). Stejně tak čeští sportovní novináři a novinářky popisují určitý despekt a podceňování. Nikdo sice sportovní redakci nenazývá oddělením hraček, ale sami novináři jsou třeba hanlivě označováni jako švihadla.

V této souvislosti je na zvážení, zda sportovní novináře nepovažovat za periferní aktéry (viz Waschková Císařová a Metyková, 2020; Schapals, Maares, Hanusch, 2019), když uvážíme, že sport není standardně považován za seriózní žurnalistické téma. Sportovní redakce by to tak mohlo svým způsobem stavět na okraj – periferii novinářského pole. Ovšem respondenti a respondentky předkládaného výzkumu jasně deklarují svoji nezpochybnitelnou pozici novinářů, jejichž práce je hodna uznání, jejich profesní identita v tomto směru nekolísá. Přesto na druhou stranu nelze přehlížet, že některé prvky možná spíše tematické „perifernosti“ (např. podřízenost hlavnímu zpravodajství, podceňování důležitosti atd.) sportovní žurnalistika naplňuje.

Také v zahraniční literatuře samozřejmě narazíme na autory, kteří sportovní žurnalistiku v žádném směru nepodceňují. Jak uvádí Raney (2017) „*sport je mnohem víc než jenom zábava*“. A stejně to cítí většina sportovních novinářů. Možná je to právě všudypřítomné nedocení jejich práce, se kterým nesouhlasí, co inspiruje sportovní žurnalisty k budování vlastního obrazu profese, jenž se nepřekvapivě zakládá na zdůrazňování jejich pozitivních kvalit. Deficit uznání a explicitní snižování důležitosti jejich profese je sportovními novináři buď s lehkostí a nadhledem přecházeno, nebo je tento přístup kriticky reflektován. Sportovní novináři pak na svoji obranu argumentují řemeslnými dovednostmi, rychlostí, s jakou umí tvořit a publikovat, a všestranností, která plyne z nutnosti občas zastat vícero různých pozic.

V rámci některých redakcí se tak budují mýty, že jsou to právě sportovní novináři, kteří umí dobře psát, vytříbeným jazykem a za využití neatřelé slovní zásoby. Jedno z těchto konstatování, kde byl zmíněn právě vytříbený styl psaní respondent uvozoval slovy, že neví, proč se to říká, ale že to bere jako fakt. V takovém případě by měl výzkumník podle Strausse a Corbinové (1999: 66) zpozornět, protože naráží na něco, co má sice punc všeobecnosti „každý to ví“, ale ve skutečnosti za tímto tvrzením můžou být hlubší pohnutky. V tomto konkrétním případě to vnímám jako nezamýšlené sebeobraně vytváření představy sportovních novinářů jakožto autorů stylisticky nejpropracovanějších, a proto i nejlepších zpravodajských textů.

Ještě o něco častěji pak byl příběh super schopných novinářů budován za pomoci dokládání příkladů těch, co se uplatnili v jiných redakcích a na řídicích pozicích, kde se nejen osvědčili, ale přímo zazářili. Dokonce se v jedné z výpovědí objevila citace, která jako by z oka vypadla té popisující dobrou sportovní žurnalistiku jako dobrou žurnalistiku (Boyle, 2006: 167). Variace prezentuje sportovního novináře jako základní archetyp jakéhokoliv dobrého novináře.

Můj výzkum v tomto ohledu nebyl v českém prostředí první, který na to poukázal, protože již Tomek (2000) ve své tvůrčí práci na tyto postoje sportovních novinářů upozorňuje. Přestože je na rozdíl ode mě nespojuje se strategií budování prestižnějšího obrazu sportovní novinářiny, ale spíše názor dotazovaných novinářů přejímá jako fakt.

4.3 Sportovní novinářky narazily na strop

Ženy ve sportovní novinářině již nejsou neznámou proměnnou ani výjimečným úkazem. Zahraniční i česká literatura dokládá, že ačkoliv je jejich množství stále spíše zanedbatelné, tak je jejich přítomnost ve sportovních redakcích již spíše standardem (např. Brisbane et al., 2021; Etling et al., 2011; Schoch et al., 2011). Vzhledem k stále převážně maskulinnímu prostředí a upřednostňování mužského sportu je však postavení sportovních novinářek nadále specifické a přináší mnohé pracovní i osobní výzvy. Patří mezi ně například podceňování, sexuální obtěžování nebo „jiný“ ženský pohled.

Jedním z témat skloňovaných v literatuře (Brisbane et al., 2021; Organista a Mazur, 2020; Schoch et al., 2011) je adaptace žen v redakcích i mimo ně v rámci vykonávání profese. Jedna z možností, které ženy občas využívají, je splynutí s většinou, kterého dosáhnou určitým potlačením své feminity tak, aby lépe zapadly do mužského kolektivu. Jiné ženy dávají své ženství do popředí a pasují se do rozličných rolí podle potřeby. Výzkumy (Schoch, 2013a; Lachover, 2005; Kantar, 1993) naznačují několik možných strategií, které ženy mohou využívat v interakci se zdroji. Mohou se stylizovat do pozice sexuálních objektů, slabých žen nebo třeba matek. Všechny tyto přístupy jim mohou usnadnit práci se zdroji, ale jen malé procento žen je ochotno do těchto rolí vstupovat.

Můj výzkum se výše popsané strategie žen nesnažil nějak systematicky postihnout, přesto z výpovědí respondentek i respondentů vyplynulo, že prvky těchto přístupů lze nalézt jak v rámci vztahů na pracovištích, tak při práci se sportovci. Respondentky zmiňovaly, že jsou k nim muži ohleduplnější. Chovají se více jako gentlemani, takže se potvrzuje, že muži přistupují k ženám jinak, s větší pozorností a slušností.

Některé novinářky zažily vyšší míru shovívavosti, přestože se nestavěly do role „slabého pohlaví“, které žádá o pomoc (viz Lachover, 2005; Kantar, 1993). Naopak tento předsudek o tom, že ženy potřebují speciální přístup, protože nedosahují kvalit svých mužských kolegů, je ženami z mého výzkumu kritizován a mluví o něm jako o jedné z bariér, kterou musí překonávat a která jim komplikuje práci a podřívá jejich úsilí o maximální profesionalitu.

Z výpovědí respondentek je možné vyčíst, že ženy si samy v sobě nesou určité předsudky o jakési ženské méněcennosti v rámci oboru, které pravděpodobně souvisí se společenským nastavením a výchovou. V citacích jsou tyto tendence manifestovány obraty jako „navzdory tomu, že jsem žena“. Jako by být ženou bylo něco, co je potřeba napravit, překonat, odpracovat. Ž9 popisovala, že práce ve sportovní žurnalistice pro ni byla představou, o které si ani nedovolila snít, právě s ohledem na to, jak v té době bylo nepravděpodobné, že by se dívka jako ona skutečně dostala k reportování o sportu. Celá generace českých žen tak vyrostla v tom, že sportovní žurnalistika není nic pro ně, že je to mužská profese, kde pro ně není místo. I sporty považované za spíše ženské (z pohledu zájmu publika či zastoupení sportovkyň) jako moderní gymnastika, krasobruslení nebo synchronizované plavání komentovali muži a v lepším případě pozvali ženy (profesionální sportovkyně, trenérky či rozhodčí) na spolukomentátorské křeslo.

Ženství ve sportovní žurnalistice je z čistě profesionálního hlediska respondenty vnímáno spíše jako nevýhoda. Sportovní novinářky se neustále podceňují, hledají u sebe chyby a jsou na sebe velmi přísné. Jejich kolegové jim to v ničem neulehčují, jak podrobně ukazuje kapitola 3.5.1.

Velmi vypovídající je v případě přejímání stereotypních pohledů názor sportovních novinářek na ženské komentování. Více respondentek potvrzovalo převládající přesvědčení sportovních novinářů ohledně neslučitelnosti ženského hlasu a „mužských“ sportů. Například Ž3 tvrdila, že i jí to přijde nepřirozené, protože hokej je tvrdý a drsný sport, do kterého žena nepatří. Komentování hokeje ženou by si dokázala představit například u juniorů nebo ženského hokeje, tedy u méně prestižních sportovních událostí. Zajímavé bylo, že zatímco respondenti a respondenty až na pár výjimek opakovaně kritizovali pouhou představu ženského komentování velkých sportů jako je fotbal nebo hokej, které jsou na nejvyšší úrovni v mužských kategoriích, nikdo nekritizoval mužský hlas u sportů, kterým v Česku dominují ženy. Mužské komentování je tedy standardně považováno za jediné správné a ženský hlas se do popředí dostává jen velmi pozvolna. Z výpovědí tedy vyplývá, že sportovní komentování je jednou z posledních bašt (sportovní šéfredaktorka zatím také schází), které se ženám zatím nepodařilo dobýt (více viz Doškářová, 2021).

Zatímco u komentování je ženský hlas vnímán jako nevhodná „jinakost“. Pokud jde o další disciplíny sportovní žurnalistiky, tak je podle respondentů případná ženská „jinakost“ vítána. Zmiňovaný „jiný pohled“ žen byl spojován primárně s výběrem odlišných témat (celebrity, menší sporty, osobnější příběhy) a také formou zpracování,

kteřá jde více do hloubky. Ovšem jak ukazují data (Hrbáčková, 2020), to, jestli je článek více příběhem, který cloumá emocemi, nebo kritickou analýzou plnou statistik, se neodvíjí od toho, zda je pod mediálním výstupem podepsán muž, nebo žena. Z výpovědí respondentů a respondentek mého výzkumu je však zřejmé, že někteří z nich něco jako „jiný pohled“ sportovních novinářek vnímají a umí tento koncept popsat. A navíc ho někdy používají jako argument podporující přítomnost žen ve sportovních redakcích.

4.4 Náročnost práce se stupňuje

Zvyšující se množství práce a jeho negativní dopady na kvalitu práce sportovních novinářů popisují výzkumy v Česku i zahraničí (McEnnis, 2022; Volek a Urbániková, 2017; Reinardy, 2016; McGuire a Murray, 2016; Němcová Tejkalová a Láb, 2016). Z provedených rozhovorů vyplynulo, že jsou na české novináře a novinářky kladeny vysoké nároky, pokud jde o množství odvedené práce. Naplnit různorodé platformy odpovídajícím obsahem navíc vyžaduje odlišná technologická zpracování, a tedy všestrannost novinářů, kteří jsou nuceni zastupovat naráz více profesních specializací. Online zpravodajství kromě navýšení objemu zpráv, které je nutné pokrývat, přináší také časovou neukotvenost související s permanentní uzávěrkou, která tak nutí novináře a novinářky, aby byli stále na příjmu a tvořili.

Ačkoliv si je většina novinářů vědoma nepopíratelně pozitivní úlohy, jakou sehrály nové technologie v ulehčení jejich práce, nešetří kritikou, pokud jde o důsledky, které postupně z jejich užívání vyplynuly. Nejpalčivější je podle všeho nárůst povinností spojený s naplňováním dalších platform neúměrně zvyšující objem práce, který mají sportovní novináři na starosti. S nadsázkou tak lze konstatovat, že internet a sociální sítě v tomto ohledu fungují jako „velmi dobrý sluha, ale velice zlý pán“.

Podíváme-li se blíže na sociální sítě, vidíme jejich postupně sílící pozici. Vedle webových stránek jsou to právě různé sociální sítě, kam novináři chodí sbírat informace. Zatímco na počátku to byl Facebook, dnes dominuje vedle Twitteru (nově X) zejména Instagram, mladší generace se přesunula na TikTok. Populární jsou nyní hlavně videa, i když Instagram má svým zaměřením na fotografie pro sportovce a jejich PR týmy stále velkou atraktivitu. Respondenti zmiňovali, že sice na sítích podle potřeby hledají informace, ale sami aktivně do tohoto prostoru nevstupují. Cítí se zahlceni množstvím sdělení, která se na ně valí ze všech stran, jež musí třídit a zpracovávat.

Analytická část také ukázala, že pro někoho byly právě velké technologické změny spolu s nástupem dominujících sociálních sítí konečnou. Někteří sportovní novináři se jednoduše už rozhodli nepřizpůsobit, protože nechtěli. Jejich schopnost adaptace byla jinak velmi dobrá, ale v určitou chvíli podle výpovědí narazili na hranici toho, co ještě byli schopni obětovat pro svou práci.

Na druhou stranu mnozí členové sportovních redakcí se ukázali být inovátory či ranými osvojiteli (viz Rogers, 1995), pokud jde o užití nových technologií. Dokonce z rozhovorů s respondenty vyplynulo, že některé nové technologické postupy se testovali a uváděli do praxe právě ve sportovních redakcích.

4.5 Kariérní vrcholy ve sportu

Účast na sportovních akcích je klasické pojetí kariérního úspěchu u českých sportovních novinářů a novinářek. Zahraniční literatura (Andrews, 2014; Toney, 2013; Boyle, 2006) v tomto směru odkazuje právě na ceněnou privilegovanost sportovních novinářů, kteří jsou uprostřed dění a přinášejí čerstvé informace z místa. Když je to místo navíc mezinárodní sportovní událostí jako je OH, MS nebo ME, je reportování o to důležitější, protože má globální přesah.

Je zajímavé sledovat, jak sportovní novináři zdůrazňují, že právě „bytí při tom“, které je podstatou reportérské práce je to, co je nejvíc baví. Proto jejich profesní cíle nesouvisí se šplháním vzhůru po kariérním žebříčku, ale právě v tom zažít toho co nejvíc. Fascinující je to obzvlášť s ohledem na to, že právě velké sportovní mega akce jsou pro sportovní novináře a novinářky po pracovní stránce extrémně vyčerpávajícím maratonem. Novináři se musí hodně snažit, aby všechno zvládli vidět, napsat, vyfotit, odevzdat a zveřejnit. Ovšem ani nedostatek spánku, jídla a neustálý stres je nedonutil přehodnotit fakt, že právě tyhle akce hodnotí jako vrcholy svých kariér. Stejně jako sportovci.

Právě toto nadšení z reálné akce a snaha zůstat uprostřed dění je jedna z věcí, které sportovní novináře může odlišovat od například těch politických. Pomyslným kariérním vrcholem tedy není moderovat hlavní zpravodajskou relaci, není to mnohdy ani moderování specializovaných sportovních pořadů, je to práce v terénu, co nejbližší sportovním zážitkům.

Kariérní postup v rámci redakcí je také velice specifický. Činnosti, které museli „protrpět“ dřívější začínající sportovní novináři, jsou již mnohde minulostí, ale jinde je stále běžné zaučít se v rámci různých méně důležitých úkolů a dovedností. Podle novinářů

je nynější mladá generace více nedočkavá, a kdyby trvalo stejně dlouho jako v minulosti, než by se dostala ke „skutečné“ práci, pravděpodobně by ji to od sportovní žurnalistiky zcela odradilo. Praxe však ukazuje, že ti, kteří o sportovní žurnalistiku skutečně stojí, toho vydrží hodně a s vidinou cíle disponují i dostatečnou trpělivostí.

4.6 Shrnutí diskuze

V této kapitole v návaznosti na prezentované závěry a zjištění odpovím postupně na všechny výzkumné otázky. S odkazem na předcházející kapitoly již nebudu zabíhat do podrobností a předkládat konkrétní citace, naopak nabídnu vlastní odpovědi zformulované na základě výsledků analýzy.

Odpověď na hlavní výzkumnou otázku, tedy *jaké je profesní sebepojetí současných českých sportovních novinářů (VO1)*, je značně komplexní. Respondenti výzkumu na sebe nahlízejí jako na profesionály, kteří perfektně rozumí sportu a zároveň svému řemeslu. Zdůrazňují svůj pozitivní vztah ke sportu, který jim pomáhá překonat některé nevýhody plynoucí z povahy sportovní žurnalistiky. Jednou z nich je časová náročnost profese spojená zejména s pracovním nasazením mimo klasickou denní pracovní dobu. Sport je volnočasovou aktivitou, takže se často odehrává po večerech a o víkendech, a tak v tuto dobu, kterou jiní tráví v rodinném kruhu nebo s přáteli, musí být sportovní novináři a novinářky připraveni podávat maximální pracovní výkony.

Navíc i celkový objem práce nutí sportovní novináře pracovat mnohdy více než zákonných 40 hodin týdně. Čeští sportovní novináři a novinářky tuto profesní specifičnost akceptují a kontrují výčtem různých benefitů své profese. Vyzdvihují například účast na prestižních sportovních akcích, exkluzivní kontakty ve sportovním prostředí, prožívání pozitivních emocí spojených s úspěchy sportovců a sportovkyň, dobrý pracovní kolektiv nebo nezvyklou sounáležitost sportovních novinářů napříč různými typy médií.

Navzdory náročnosti práce pod časovým tlakem, podceňujícím pohledům v redakci a pracovním večerům a víkendům, pojmají čeští sportovní novináři a novinářky sami sebe jako spokojené, i když přetížené mediální profesionály. Zdůrazňují, že výběr sportu byl pro ně šťastnou volbou, protože právě díky němu je jejich novinářská práce zábavná, proměnlivá a občas plná adrenalinu. Sportovní novinářina je pro ně víc než prací, je jejich koníčkem.

Formulovat odpověď na druhou výzkumnou otázku, *jak sportovní novináři vnímají svoji práci (VO2)*, se ukázalo jako zcela bezproblémové. Z výpovědí respondentů

vyplývalo, že svou práci mají rádi, je jim koníčkem, přestože ji vnímají jako náročnou. Hlavním důvodem je jejich pozitivní vztah ke sportu, který lze označit za jednu z hlavních motivací pro profesní volbu sportovní žurnalistiky. V odpovědích sportovních novinářů a novinářek je pak možné dohledat konkrétní důvody. Sportu se již odmala pasivně nebo aktivně věnovali úplně všichni v rámci mého výzkumného vzorku. Láska ke sportu byla jedním z nejsilnějších důvodů pro volbu kariéry ve sportovní novinářině. Sport byl pro respondenty většinou tak důležitý, že se mu chtěli věnovat profesně, a pokud to nešlo profesionálně, tak cesta prostřednictvím médií se jim jevila zcela přijatelně. Většina z respondentů a respondentek navíc ráda psala a tvořila, takže se sportovní žurnalistika stala ideální symbiózou jejich zájmů. V rámci sledování těchto cílů někteří zaměřili své studium přímo na média, jiní na sport a další po střední škole rovnou vstoupili na pracovní trh.

Na další vedlejší výzkumnou otázku, *v čem sportovní novináři spatřují specifika svoji práce (VO3)*, jsem částečně odpověděla již výše. Hlavním specifikem je podle respondentů samotné zaměření na sport, který jim svou pestrostí, zábavností a napětím přináší radost a uspokojení. Možnost být u toho, přímo a naživo, to je to, co na své profesi nejvíc oceňují. Sportovní novináři a novinářky také vítají blízkost, s jakou se dostanou k aktérům sportovních akcí, protože setkání s mnohými úspěšnými sportovci a sportovkyněmi a zprostředkování jejich příběhů publiku vnímají jako čest a privilegium. Mezi specifika a přednosti své profese řadí také dobré vztahy a pohodové prostředí sportovních redakcí. Dalším respondenty často zmiňovaným a spíše negativně vnímaným specifikem jejich profese je její časová náročnost, která primárně souvisí s prací mimo standardní pracovní dobu a dále pak s množstvím a intenzitou práce, která je nutí pracovat tvrdě a neúnavně a často pod značným časovým tlakem. Tento pro sportovní žurnalistiky typický rys práce navíc často nepříznivě ovlivňuje i jejich partnerské a rodinné role. Jako podstatné specifikum práce sportovních novinářů a novinářek se ukázalo rovněž vnímání jejich profese jako nedostatečně prestižního oboru, což podle respondentů neodpovídá nezbytným řemeslným dovednostem a potřebným znalostem, jež jsou pro sportovní novináře nezbytností.

Nespokojenost pramenící z nedostatečného uznání profese souvisí primárně s následující výzkumnou otázkou, *jak sportovní novináři vnímají svoje postavení mezi ostatními novináři? (VO4)*. Sportovní novinářina je podle respondentů pevnou součástí zpravodajství, ale její pozice není tak neotřesitelná. Jsou to totiž právě sportovní zprávy, které jsou v případě nouze kráceny nebo úplně vynechány. Stejně jako je na ně nahlíženo

jako na ty méně důležité ve zpravodajské hierarchii, tak jsou i sami sportovní novináři a novinářky často přijímány s určitým despektem. Ten se podle výpovědí vztahuje právě přímo ke sportu, který je vnímán jako zábava, tudíž něco méněcenného s nižší zpravodajskou hodnotou. Čeští sportovní novináři a novinářky však sami sebe vidí jako profesionály, kteří jsou nejenom velmi výkonní, ale také velmi všestranní a flexibilní. Vzhledem k tomuto jejich přístupu je na základě analýzy není možné označit za periferní aktéry, ačkoliv jejich postavení naplňuje některé z odpovídajících charakteristik.

Poslední výzkumná otázka, *jakým způsobem ne/ovlivňují práci a sebepojetí respondentů genderové aspekty (VO5)*, nabídla mnoho různorodých závěrů. Výpovědi respondentů i respondentek ukázaly, že sportovní novinářky se stále setkávají s negativními předsudky, kritikou založenou na jejich pohlaví a musí čelit dalším profesním výzvám. Nejčastěji se sportovní novinářky setkávají s podceňováním ze strany kolegů, sportovců a sportovních činitelů. Předsudky se týkají zejména nedostatečné znalosti konkrétního sportu nebo chybějícího obecného sportovního přehledu. Tyto negativní předpoklady, které snižují profesionální přijetí, vnímají novinářky sice s nadhledem, ale z jejich výpovědí je zřejmé, že jim tato pozice nevyhovuje. S tímto podceňujícím přístupem souvisí i pocit sportovních novinářek, že musí pracovat více a tvrději než jejich kolegové, aby dosáhly stejné pozice. Ve sportovních redakcích se tak novinářky necítí stejně dobře, jak jejich mužští kolegové. Dalším tématem diskutovaným s novináři i novinářkami byl specifický přístup sportovců k reportérkám. V tomto případě mohou sportovní novinářky ze svého ženství spíše pozitivně těžit, protože k nim podle výpovědí přistupují sportovci přívětivěji a otevřeněji. Ženy v aktuálních životních rolích pečovatelek a matek pak mají komplikovanou pozici s ohledem na nestandardní časové vytížení sportovních novinářů, což respondentky přijímají jako samozřejmost, se kterou se snaží vhodně vyrovnat.

Závěr

Disertační práce se svým tématem připojila k významné množině zahraničních studií a také k zatím ne tak velké skupině českých vědeckých textů zabývajících se sportovní žurnalistikou a jejími aktéry. Výzkum českých sportovních novinářů a novinářek potvrdil některá starší zjištění a formuloval celou řadu zcela nových. Předkládané závěry výzkumu se zabývají komplexním profesním sebepojetím současných českých sportovních novinářů a novinářek, které v tuzemské literatuře zatím nebylo dostatečně zpracováno. Disertační práce se v tomto směru pokouší přispět k prohloubení poznání v rámci oboru sportovní žurnalistiky.

Kvalitativní rozhovory s 42 respondenty a respondentkami potvrzují některé výsledky zahraničních studií o specifikách této profese a přinášejí také mnoho originálních závěrů, které jsou podrobně popsány v rámci kapitoly *Diskuze výsledků*. K jejich analýze jsem využila zakotvené teorie a vytvořila model profesního sebepojetí českých sportovních novinářů, který vychází z formulované substantivní teorie.

Vzhledem k tomu, že lidé stráví v práci více než polovinu dospělého života, lze jejich spokojenost se zaměstnáním vnímat jako velice důležitou. V tomto směru si respondenti a respondentky mého výzkumu nemohli vybrat lépe. Výzkumné závěry předkládané disertační práce totiž ukazují, že pro sportovní novináře a novinářky je jejich práce do značné míry koníčkem. Sport je pro ně zálibou a jejich profese jim umožňuje se mu naplno věnovat v pracovní době, což vnímají nanejvýš pozitivně.

Sportovní novinářina má však určitá specifika, která všeobecně kladné hodnocení této žurnalistické specializace trochu komplikují. V první řadě je to časová náročnost, která značně zasahuje do osobních životů respondentů a respondentek, kteří práci do určité míry přizpůsobují celý svůj život. Sportovní novináři a novinářky se musí dále vyrovnat s určitým despektem vůči této žurnalistické specializaci, který vyplývá z pojetí sportovního zpravodajství jako měkkého („soft news“). Ačkoliv sportovní novináři vnímají specifické postavení sportovní žurnalistiky, stále se považují za plnohodnotné novináře a přes formulovanou „okrajovost“ sportu v rámci zpravodajství je na základě jejich výpovědí nelze vnímat jako periferní aktéry.

Ve sportovní žurnalistice se od novinářů a novinářek očekává vysoké pracovní nasazení, všestrannost a flexibilita. V tom se sport neodlišuje od jiných specializací, přestože respondenti zmiňují, že je tlak na tyto atributy práce enormní. Sportovní novináři a novinářky se se všemi výše zmiňovanými nároky vyrovnávají dobře zejména proto, že

je sport, dění kolem něj a referování o něm, baví. Sportovní novinářina je pro ně mnohdy nejen zábavou, ale dokonce splněným dětským snem.

Podrobněji jsem se v textu věnovala také genderovým aspektům práce sportovních novinářek a novinářů. V tomto ohledu rezonoval zejména sdílený pocit přetrvávajícího lehkého despektu vůči sportovním novinářkám ze strany jejich kolegů i sportovců. Ačkoliv je možné sledovat výraznou proměnu směrem k většímu zapojení žen a jejich kariéernímu postupu v rámci sportovních redakcí, stále se objevují témata, která naznačují, že pozice žen a mužů ve sportovní žurnalistice není rovnocenná. Jako zásadní komplikace se jeví rodičovství, které se jen obtížně slučuje s touto časově náročnou profesí, kde není nouze o víkendové služby a zahraniční výjezdy. V Česku, kde péče o děti a domácnost leží stále zejména na bedrech žen, je proto běžné, že ženy ze sportovní novinářiny v souvislosti se zakládáním rodiny odcházejí. Velice často buď zůstávají v novinářském prostředí v jiné redakci, nebo přejdou ke sportovnímu PR. Ovšem neděje se tomu všude a z pozitivních příkladů lze vyzorovat, že kvalitně nastavená organizace práce ze strany vedení (většinou mužského) je cestou, jak umožnit ženám i mužům v rodičovských rolích zůstat aktivními členy sportovních redakcí.

Velkým tématem pro sportovní novináře v minulosti i dnes jsou nové technologie, které výrazně ovlivňují způsob jejich práce. Záznamové technologie prošly obrovským vývojem a starší generace sportovních novinářů výhody malé, lehké a digitální elektroniky dokázala náležitě ocenit. Pro generaci ypsilon (rok narození 1982 – polovina 90. let) byl klíčovou změnou nástup internetu. Získávání informací dostalo s klubovými weby, oficiálními stránkami sportovců a fanouškovskými fóry úplně jiný rozměr. Stejně tak jejich práce měla najednou dost odlišnou dynamiku, když místo jedné uzávěrky museli začít plnit weby texty v režimu takřka 24/7. Další v řadě inovací, na které se sportovní novináři museli rychle adaptovat, byly sociální sítě. Pro sportovce a jejich PR týmy se sociální sítě staly užitečnými nástroji pro komunikaci s veřejností. Novináři museli přistoupit na nová pravidla hry a zařadit sociální sítě mezi relevantní zdroje informací. Jednotlivé změny byly v komunitě sportovních novinářů přijímány s různou mírou spokojenosti, ale přizpůsobení bylo nakonec skoro vždy jedinou cestou, jak se v oboru udržet.

Předkládané závěry disertační práce sebou přinášejí i mnoho dalších otázek a témat, které by si zasloužily získat pozornost, ideálně ve formě dalšího výzkumu. Tou nejpalčivější neznámou je pro mě pohled nesportovních novinářů na ty sportovní. Výsledky naznačují, že sportovní novináři vnímají různá specifika své specializace a také

odlišnost svého postavení v rámci redakcí. Ovšem, jestli se tento jejich pohled nějakým způsobem překrývá s realitou, jak ji vidí zbytek kolektivu daného média, zatím nevíme. Respondenti sice naznačují, že odlišnosti jsou postřehnutelné z jakéhokoliv úhlu pohledu, ale z jejich strany jde samozřejmě o spekulace založené na subjektivním zpracování jejich zážitků a pocitů. Studie, která by se pokusila ověřit, zda vnímaná specifická sportovní žurnalistiky je něčím smysluplným i pro nesportovní novináře, by přinesla potřebné informace pro vyváženější popis reality.

Ve stejném duchu se nabízí celá řada výzkumů, které by mohly potvrdit, nebo vyvrátit mnou předkládané výsledky otestováním jejich platnosti na dalších aktérech v rámci sportovní žurnalistiky. Závěry mého výzkumu jsou založeny na subjektivních výpovědích sportovních novinářů a novinářek a bylo by tedy velmi zajímavé sledovat, jak jejich platnost obtojí, když budou osloveni například sami sportovci a sportovkyně, pracovníci PR nebo třeba publikum. V případě sportovních profesionálů už první pokusy existují (např. Trunečka, 2021), ovšem stále chybí kvantitativní výzkumy, které by se provázaně a sofistikovaně věnovaly interakci mezi sportovními novináři a dalšími aktéry.

Výzkumně zajímavá je pro mě i skupina sportovních novinářů, kteří profesi opustili. Jaké důvody k tomu měli a kde následně pracovní zakotvili? Jen málo pozornosti jsem v práci věnovala nejmladší generaci sportovních novinářů a novinářek. Jaká očekávání v dnešní online době od sportovní žurnalistiky mají? Jak vidí svou budoucnost ve světě, který již dnes testuje, zda nemůžou být nahrazeni umělou inteligencí?

Významným tématem sportovní žurnalistiky je z mého pohledu stále genderová tematika, které jsem se snažila v disertaci věnovat dostatek prostoru, přesto nemám pocit, že by téma bylo vyčerpané. Proč jsou sportovní komentátorky v Česku stále spíše výjimečným úkazem? Proč ženy neobsazují v rámci sportovní žurnalistiky (a nejen té) seniornější pozice? Jak se ve sportovním žurnalistickém prostředí cítí nová generace novinářek? Jakou roli hrají novináři a novinářky, pokud jde o prostor, jaký dostávají ve sportovním zpravodajství sportovci x sportovkyně?

S neustálým vývojem nových technologií a proměňujících se rolí různých sociálních sítí se budoucí výzkumy sportovní žurnalistiky mohou dozajista věnovat právě těmto změnám, které více či méně ovlivňují chod sportovních redakcí. Ať již jde o změnu způsobu získávání aktuálních informací nebo celkové oslabení role sportovních novinářů jako primárních nositelů novinek ze světa sportu. S tím souvisí i dominující pozice sportovního PR, které je potřeba podrobněji zkoumat, protože komerční sportovní

prostředí začíná být natolik důležité, že ho lze vnímat jako pevnou součást sportovní žurnalistiky.

Budoucí výzkumy sportovních novinářů a novinářek by z mého pohledu rozhodně měly sáhnout po kvantitativních metodách sběru dat a přinést tak nové kvantifikovanější informace. Věřím, že závěry mé práce by se mohly stát podkladem pro dotazníková šetření, která by při zahrnutí většího množství respondentů a respondentek pravděpodobně přinesla celou řadu zajímavých zjištění. Propojení kvalitativních a kvantitativních metod je totiž nejvhodnějším způsobem, jak získat co nejvěrnější obraz zkoumaného tématu – v případě mé disertace – sebepojetí současných českých sportovních novinářů a novinářek.

Summary

The research of Czech sports journalists proved to be very inspiring and interesting. As for its theme, the dissertation joins a significant collection of foreign papers and also a not so large group of Czech academic texts dealing with sports journalism and its actors. The presented research findings deal with the complex professional self-concept of Czech sports journalists, which has not yet been explored sufficiently in the Czech literature. In this respect, the dissertation attempts to contribute to the deepening of knowledge within the field of sports journalism.

Qualitative interviews with 42 male and female respondents confirm many of the previous findings on the specifics of the profession and offer many original conclusions, which are described in detail within the Discussion chapter. I have used grounded theory to analyse interviews and I have developed a model of the professional self-concept of Czech sports journalists based on the formulated substantive theory.

The research findings show that their work is largely a hobby for sports journalists. Sport is a passion for them, and their profession allows them to devote themselves fully to it during their working hours, which they perceive as extremely positive.

However, sports journalism has certain specificities that make a generally positive evaluation of this journalistic field a little more complicated. First and foremost, it is the time commitment, which interferes considerably with the personal lives of the respondents, who to some extent adapt their entire lives to their work. Furthermore, sports journalists have to cope with a certain disrespect for this journalistic specialisation, which originates from the perception of sports reporting as soft news. In sports journalism, journalists are expected to be highly committed, multidisciplinary, and flexible. In this respect it is no different from other journalistic disciplines, although respondents mention the pressure on these job attributes as enormous. Sports journalists cope well with all the above demands, mainly because they enjoy sport, the events and reporting on them. For them, sports journalism is often not only fun, but even a childhood dream come true.

In my dissertation, I also focused on gender aspects of the work of female sports journalists. In this regard, the shared feeling of a persistent slightly disrespectful attitude towards women sports journalists by their male colleagues and sportsmen resonated in particular. Although a significant shift towards greater female involvement and career progression within sports newsrooms can be observed, there are still underlying issues which imply that the position of women and men in sports journalism is not entirely equal.

Parenthood appears to be a major complication, which is difficult to balance with such a time-consuming profession with no lack of weekend duty and foreign travel. In the Czech Republic the care of children and the household is still mainly in the hands of women, and it is therefore common for female sports journalists to leave jobs in connection with starting a family. They very often either stay in the journalistic environment in another newsroom or switch to sports PR.

A big issue for sports journalists in the past and present is new technologies, which are greatly influencing the way they work. Recording technologies have evolved tremendously and the older generation of sports journalists have been able to fully appreciate the benefits of small, lightweight and digital electronics. The emergence of the internet was a key change for the generation Ypsilon. Getting information took on a whole new dimension with access to club websites, official athlete websites and fan forums. Their work suddenly had a very different dynamic as well, when instead of one deadline they had to start filling websites with texts almost 24/7. Social networks were another in a series of innovations that sports journalists had to adapt to quickly. They have become useful tools for athletes and their PR to communicate with the public and journalists had to accept the new rules of the game and incorporate social networks as a valid and important source of information.

The ongoing development of new technologies and the changing role of various social networks can certainly be addressed in future sports journalism research, as these changes more or less affect the way sports newsrooms operate. Whether it is a change in the way of gathering up-to-date information or a general weakening of the role of sports journalists as the primary providers of news from the world of sport. Dominant position of sports PR is related to this and it needs to be examined in more detail as it is becoming a strong part of sports journalism.

In my opinion, future research on sports journalists should definitely reach for quantitative methods of data collection to provide new and more quantified evidence. I believe that the findings of my dissertation could form the basis for series of surveys, which could produce a variety of interesting results in case of including a larger number of male and female respondents. In fact, the combination of qualitative and quantitative methods is the most appropriate way to reach the most accurate picture of the researched topic, i.e. - in the case of my dissertation, the self-concept of Czech sports journalists.

Použitá literatura

ABISAID, Joseph L. a Bo LI. 2020. He Said, She Said: An Exploration of Male and Female Print Sports Journalist Tweets, Sports Coverage, and Language Style. *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **8**(6), 757–781.

AIPS, International Sports Press Association. Dostupné z: <https://www.aipsmedia.com/>

ALDRIDGE, Meryl a Julia EVETTS. 2003. Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. *The British journal of sociology*. Oxford: Blackwell, **54**(4), 547–564.

ALLISON, Lincoln. 2002. Sport and nationalism. In: COAKLEY, Jay J. a Eric DUNNING (eds.). *Handbook of sports studies*. London: SAGE Publications, 344–355.

ANDREWS, Phil. 2014. *Sports journalism: a practical introduction*. London: SAGE Publications, 180 s.

ANTUNOVIC, Dunja. 2019. „We wouldn't say it to their faces“: online harassment, women sports journalists, and feminism. *Feminist media studies*. ABINGDON: Routledge, **19**(3), 428–442.

APELMO, Elisabet. 2017. *Sport and the Female Disabled Body*. New York: Routledge, 166 s.

BABBIE, EARL. 2004. *The Practice of Social research*. USA: Thomson Wadsworth, 493 s.

BACK, Les, Tim CRABBE a John SOLOMOS. 2001. *The changing face of football: racism, identity and multiculturalism in the English game*. Oxford: Berg, 324 s.

BARBOŘÍKOVÁ, Romana. 2008. *Posun rozhovoru v olympijském zpravodajství Mladé fronty Dnes – srovnání let 1968 a 2006*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

BARNETT, Steven. 1990. *Games and sets: the changing face of sport on television*. London: BFI Publishing, 224 s.

BECK, Daniel a Louis BOSSHART. 2003. Sports, Media, Politics and National Identity. *Communication Research trends*, **22**(4), 10–15.

BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbara KÖPPLOVÁ. 2011. *Dějiny českých médií. Od počátku do současnosti*. Praha: Grada, 448 s.

BEREŇ, Michael. 2014. *Analýza práce komentátora sportovního přímého přenosu*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

BERNSTEIN, Alina a Neil BLAIN. 2002. Sport and the Media: The Emergence of a Major Research Field. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, **5**(3), 1–30.

BILLINGS, Andrew C., ed. 2011. *Sports media: transformation, integration, consumption*. New York: Routledge, 233 s.

BILLINGS, Andrew C. a Marie HARDIN. 2014. *Routledge handbook of sport and new media*. London: Routledge, 374 s.

BILLINGS, Andrew C., Lauren M. BURCH a Matthew H. ZIMMERMAN. 2015. Fragments of us, fragments of them: social media, nationality and US perceptions of the 2014 FIFA World Cup. *Soccer and society*. Routledge, **16**(5–6), 726–744.

BILLINGS, Andrew C., ed. 2017. *Defining sport communication*. New York: Routledge, 356 s.

BILLINGS, Andrew C., Michael L. BUTTERWORTH a Paul D. TURMAN. 2018. *Communication and sport: surveying the field*. Third edition. Los Angeles: SAGE Publications, 362 s.

BIRKNER Thomas a Daniel NÖLLEKE. 2015. Soccer players and their media-related behavior: A contribution on the mediatization of sports. *Communication and Sport*, 4(4), 367–384.

BLAIN, Neil, Raymond BOYLE a Hugh O'DONNELL. 1993. *Sport and national identity in the European media*. Leicester: Leicester University Press, 209 s.

BOCZEK, Karin, Leyla DOGRUEL a Christiana SCHALLHORN. 2022. Gender byline bias in sports reporting: Examining the visibility and audience perception of male and female journalists in sports coverage. *Journalism*, 1–20.

BORKOVÁ, Iveta. 2021. *Mediální obraz české reprezentace na mistrovství světa v parahokeji v Ostravě 2019*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

BOROVSKÝ, Jakub. 2021. *Proměna práce sportovního novináře a chodu redakce sportu. Příklad světových šampionátů v hokeji*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

BOTIKOVÁ, Zuzana. 2018. ‘Stand up, if you’re a Zbrojovka fan!’: collective memory, fan engagement and one football stadium. *European Journal for Sport and Society*, 15(4), 316–331.

BOURDIEU, Pierre. 2005. The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, Rodney a Erik NEVEU. *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press, 29–47.

BOURDIEU, Pierre. 2000. *Nadvláda mužů*. Praha: Karolinum, 145 s.

BOYLE, Raymond. 2006. *Sports journalism: context and issues*. London: SAGE Publications, 198 s.

BOYLE, Raymond. 2013. Reflections on Communication and Sport. On Journalism and Digital Culture. *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **1**(1–2), 88–99.

BOYLE, Raymond. 2017. Sports Journalism. Changing journalism practice and digital media. *Digital journalism*. ABINGDON: Routledge, **5**(5), 493–495.

BOYLE, Raymond a Richard HAYNES. 2009. *Power play: Sport, the Media and Popular culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 254 s.

BRADSHAW, Tom a Daragh MINOGUE. 2020. *Sports Journalism. The State of Play*. Milton: Routledge, 201 s.

BRISBANE, Gayle J., Patrick FERRUCCI a Edson TANDOC. 2021. Side-by-Side Sports Reporters: A Between-Subjects Experiment of the Effect of Gender in Reporting on the NFL. *Communication and sport*, 1–20.

BRISBANE, Gayle, J. a Patrick FERUCCI. 2018. *He Said, She Said: How Gender Affects Credibility and Knowledge in Sports Reporting*. Paper presented at International Communication Association annual conference (Sports Communication interest group), Prague, Czech Republic.

BRUCE, Toni. 2002. Supportive or Hostile? Teasing or Professional? Women Sportswriters Categorize Locker Room Interaction. *Women in sport & physical activity journal*. Human Kinetics, **11**(2), 49–76.

BRUCE, Toni. 2013. Reflections on Communication and Sport. *Communication and sport. On Women and Feminities*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **1**(1–2), 125–137.

BRUNS, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second life, and Beyond: from production to produsage*. New York: Peter Lang, 418 s.

BRYANT, Antony a Kathy CHARMAZ. 2019. *The SAGE handbook of current developments in grounded theory*. Second edition. London: SAGE Publications, 714 s.

BUFFINGTON, Daniel Taylor. 2012. Us and Them. *Journal of sport and social issues*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **36**(2), 135–154.

BUSCOMBE, Edward (ed.). 1975. *Football on Television*. London: British Film Institute, 65 s.

CAREY, James W. 1965. The Communications Revolution and the Professional Communicator. *The Sociological review (Keele)*. London, England: SAGE Publications, **13**(1), 23–38.

COOKY, Cheryl, Michael A. MESSNER a Michela MUSTO. 2015. It's Dude Time! *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **3**(3), 261–287.

CRAMER, Judith A. 1994. Conversations with Women Sports Journalists. In: CREEDON, Pamela J. *Women, media, and sport: challenging gender values*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 159–180.

CREEDON, Pamela J. 1994. *Women, media, and sport: challenging gender values*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 358 s.

CREEDON, Pamela. 2014. Women, Social Media, and Sport. *Television & new media*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **15**(8), 711–716.

CRESWELL, John W. 1998. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 403 s.

CVVM. 2003. *Rozdělení rolí v rodině*. Tisková zpráva z výzkumu Naše společnost. Sociologický ústav Akademie věd ČR.

CVVM. 2020. *Názory veřejnosti na roli muže a ženy v rodině – únor 2020*. Tisková zpráva z výzkumu Naše společnost. Sociologický ústav Akademie věd ČR.

ČAPEK, Karel. 1937. *Jak se dělají noviny*. Praha: Lidové noviny, 37 s.

DAUM, Evan a Jay SCHERER. 2018. Changing work routines and labour practices of sports journalists in the digital era: a case study of Postmedia. *Media, culture & society*. London, England: SAGE Publications, **40**(4), 551–566.

DASHPER, Katherine. 2012. 'Dressage Is Full of Queens!' Masculinity, Sexuality and Equestrian Sport. *Sociology*. London, England: SAGE Publications, **46**(6), 1109–1124.

DE BRUIN, Marjan. 2004. Organizational, Professional, and Gender Identities: Overlapping, Coinciding and Contradicting Realities in Caribbean Media Practices. In: DE BRUIN, Marjan a Karen ROSS (eds.). *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 1–16.

DE BRUIN, Marjan a Karen ROSS (eds.). 2004. *Gender and newsroom cultures: identities at work*. Cresskill: Hampton Press, 276 s.

DĚKANOVSKÝ, Jan. 2008. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, 183 s.

DEUZE, Mark. 2005. What is journalism? *Journalism*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: SAGE Publications, **6**(4), 442–464.

DEUZE, Mark. 2019. What Journalism Is (Not). *Social media + society*. London, England: SAGE Publications, **5**(3), 1–4.

DICICCO-BLOOM, Barbara a Benjamin F, CRABTREE. 2006. The qualitative research interview. *Medical Education*. Oxford, UK: Blackwell Publishing, **40**(4), 314–321.

DOŠKÁŘOVÁ, Anna. 2021. *Pohled budoucí generace sportovních odborníků a novinářů na ženský komentář ve velkých sportech*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

DUKE, Vic a Liz CROLLEY. 1996. *Football, nationality, and the state*. Harlow: Longman, 176 s.

DVOŘÁK, Tomáš. 2014. *Komparace vysílání sportovního kanálu ČT4 SPORT v roce 2006 a 2010*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií.

DUNHAM, Will (1988). National League President Bart Giamatti delivered a scathing critique... *United Press International*, zveřejněno 15. dubna 1988. Dostupné z: <https://www.upi.com/Archives/1988/04/15/National-League-President-Bart-Giamatti-delivered-a-scathing-critique/6334577080000/>

ENGLISH, Peter. A. 2014. *Sports coverage in print and web newspapers: how online journalism has changed sports journalism*. Disertační práce (Ph.D.). Queensland: University of the Sunshine Coast.

ENGLISH, Peter. 2016. Twitter's diffusion in sports journalism: Role models, laggards and followers of the social media innovation. *New media & society*. London, England: SAGE Publications, **18**(3), 484–501.

ENGLISH, Peter. 2021. *Australian sports journalism: power, control, and threats*. London, England: Routledge, 131 s.

ETLING, Laurence W., Raymond W. YOUNG, William V. FAUX a Joseph C. MITCHELL. 2011. Just like one of the guys? Perceptions of male and female sportscasters' voices. *Journal of Sports Media*, **6**(2), 1–21.

EVERBACH, Tracy a Craig FLOURNOY. 2007. Women Leave Journalism for Better Pay, Work Conditions: The Revolving Door for Young Women in Sports Journalism. *Newspaper Research Journal*, **28**(3), 52–64.

FAMFULÍKOVÁ, Michaela. 2007. *Osobnost české televizní historie – Karel Mikyska*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

FERRUCCI, Patrick a Edson C. TANDOC. 2018. The spiral of stereotyping: Social identity theory and NFL quarterbacks. *Howard Journal of Communications*, **29**(2), 107–125.

FERRUCCI, Patrick, Edson C. TANDOC, Chad E. PAINTER a Glenn LESHNER. 2013. A Black and White Game: Racial Stereotypes in Baseball. *The Howard journal of communications*. USA: Taylor & Francis Group, **24**(3), 309–325.

FIALOVÁ, Marta. 2011. *EURO 2008 a mediální reprezentace národní identity*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

FIALOVÁ, Marta, Veronika MACKOVÁ a Alice N. TEJKALOVÁ. 2016. “Yes, I am a racist! So what?” The incompetence of hegemonic discourse of the Czech media to reflect racism in sport. *Studia sportiva*, **10**(1), 59–69.

FITZGERALD, Richard a William HOUSLEY. 2010. *Media, policy and interaction*. Burlington: Ashgate Pub. Company, 229 s.

FRÖHLICH, Romy, Thomas KOCH a Magdalena OBERMAIER. 2013. What’s the harm in moonlighting? A qualitative survey on the role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of PR. *Media, Culture & Society*, **35**(7), 809–829.

FOJTŮ, Martina, 2011. *Proměna novinářských rutin v souvislosti s multimedializací regionální sportovní žurnalistiky (případová studie Deníku a MF DNES)*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

GALLAGHER, Margaret, ed. 2005. *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2005*. London: World Association for Christian Communication.

GARCÍA, José Sixto, Jorge Vázquez HERRERO a Xosé López GARCÍA. 2022. Journalists’ Self-Perception of Their Profession in Spain: Analysis of Social and Technological Challenges. *Tripodos*. **52**(52), 111–128.

GENOVESE, Jason. 2015. Sports Television Reporters and the Negotiation of Fragmented Professional Identities. *Communication, culture & critique*, **8**(1), 55–72.

GMMP. Global Media Monitoring Project 2020. *Who Makes the News?* Dostupné z: <http://whomakesthenews.org/>

GROVES, Jonathan a Carrie BROWN-SMITH. 2011. Stopping the Presses: A Longitudinal Case Study of the Christian Science Monitor Transition from Print Daily to Web Always. *#ISOJ*, **1**(2), 86–129.

HANÍK, Z. 2018. Kauza Gabriela Koukalová: Holky chtějí remizovat aneb Ničí vrcholový sport ženy? *Reflex.cz*. [cit. 20. září. 2023]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/komentare/86706/kauza-gabriela-koukalova-holky-chteji-remizovat-aneb-nici-vrcholovy-sport-zeny.html>

HANITZSCH, Thomas. 2011. Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators. *International Communication Gazette*. London, England: SAGE Publications, **73**(6), 477–494.

HANITZSCH, Thomas, Folker HANUSCH, Jyotika RAMAPRASAD a Arnold S. DE BEER. 2019. *Worlds of journalism: journalistic cultures around the globe*. New York: Columbia University Press, 434 s.

HANZLÍK, Václav. 2012. *Vliv agenturních zpráv ČTK na obsah sportovních rubrik deníků MF Dnes a Právo*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

HARDIN, Marie a Stacie SHAIN. 2005. Female Sports Journalists: Are We There Yet? „No“. *Newspaper Research Journal*, **26**(4), 22–35.

HARDIN, Marie a Andrew C. BILLINGS. 2022. A Fracturing Profession on Shifting Terrain: Challenges and Directions for Sports Journalism. *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **10**(3), 395–397.

HARDIN, Marie, Stacie SHAIN a Kelly SHULTZ-PONIATOWSKI. 2008. There's No Sex Attached to Your Occupation: The Revolving Door for Young Women in Sports Journalism. *Sex Roles*. **17**(1), 68–79.

HARRISON, Guy. 2019. „We want to see you sex it up and be slutty:“ post-feminism and sports media's appearance double standard. *Critical studies in media communication*. Abingdon: Routledge, **36**(2), 140–155.

HARRISON, Guy a Julie DICARO. 2021. *On the Sidelines Gendered Neoliberalism and the American Female Sportscaster*. Lincoln: University of Nebraska Press, 186 s.

HAVRÁNKOVÁ, Kateřina. 2006. *Jazykové prostředky fotbalové žurnalistiky v deníku Mladá fronta Dnes*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

HEATH, Helen a Sarah COWLEY. 2004. Developing a grounded theory approach: a comparison of Glaser and Strauss. *International Journal of Nursing Studies*. England: Elsevier, **41**(2), 141–150.

HEDENBORG, Susanna a Gertrud PFISTER. 2016. *Gender, Media, Sport*. Abingdon: Routledge, 148 s.

HENDL, Jan. 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 407 s.

HILBERTOVÁ, Hana. 2016. *Proměny pracovních rutin sportovních komentátorů vlivem konvergence*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií.

HOARE, Karen J., Jane MILLS a Karen FRANCIS. 2012. Dancing with data: An example of acquiring theoretical sensitivity in a grounded theory study. *International journal of nursing practice*. Melbourne, Australia: Blackwell Publishing Asia, **18**(3), 240–245.

HOBZOVÁ, Ilona. 2023. *Čeští sportovní novináři generace Y: Reflexe kariéry na základě profesní spokojenosti a motivace*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

HOLDEN, Russell, Jim O'BRIEN a Xavier GINESTA. 2021. *Sport, globalisation and identity: new perspectives on regions and nations*. London, England: Routledge.

HOLT, Nicholas L. a Katherine A. TAMMINEN. 2010. Improving grounded theory research in sport and exercise psychology: Further reflections as a response to Mike Weed. *Psychology of sport and exercise*. Amsterdam: Elsevier, **11**(6), 405–413.

HORNE, John, Alan TOMLINSON a Garry WHANNEL. 1999. *Understanding sport: an introduction to the sociological and cultural analysis of sport*. London: Spon Press, 298 s.

HRBÁČKOVÁ, Anna. 2020. *Hokejové zpravodajství a publicistika očima žen a mužů*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

HUNDLEY, Heather L. a Andrew C. BILLINGS. 2010. *Examining identity in sports media*. Los Angeles: SAGE Publications, 279 s.

HUTCHINS, Brett. 2011. The Acceleration of Media Sport Culture: Twitter, telepresence and online messaging. *Information, communication & society*. Routledge, **14**(2), 237–257.

HUTCHINS, Brett a Raymond BOYLE. 2017. A Community of Practice. *Digital journalism*. Abingdon: Routledge, **5**(5), 496–512.

HUTCHINS, Brett a David ROWE. 2012. *Sport beyond television. The Internet, Digital Media and the Rise of Networked Media Sport*. New York: Routledge, 237 s.

CHARMAZ, Kathy. 2006. *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 224 s.

CHARVÁT, Martin. 2018. *Historie sportovní redakce Československého/Českého rozhlasu*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

CHLADOVÁ, Marta. 2018. Josef Laufer a počátky sportovní rozhlasové žurnalistiky v Československu. *Česká kinantropologie*. Praha: Česká kinantropologická společnost, 22(2), 36–45.

CHLADOVÁ, Marta. 2019. Vznik a vývoj rozhlasové sportovní žurnalistiky v letech 1923–1938. In: ČEŇKOVÁ, Jana a Jan CEBE. *Meziválečná česká a slovenská žurnalistika (1918–1938)*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 206–218.

JACKSON-BROWN, Carolyn. 2020. *Disability, the Media and the Paralympic Games*. Abingdon: Routledge, 218 s.

JACKSON, Daniel, Caroline HODGES, Mike MOLESWORTH a Richard SCULLION. 2015. *Reframing disability? Media, (Dis)Empowerment, and Voice in the 2012 Paralympics*. New York: Routledge, 286 s.

JAKUBEC, Dominik. 2018. *Fenomén eSports.cz na českém mediálním trhu*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

JANECZEK, David. 2016. *Ženy ve sportovní žurnalistice*. Bakalářská práce (Bc.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

JELÍNKOVÁ, Tereza. 2008. *Jazykové prostředky sportovní žurnalistiky v deníku Rovnost*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

JEMPSON, Mike. 2005. Spinners or sinners? PR, journalists and public trust. *Journal of communication management*, 9(3), 267–276.

JENČKOVÁ, Veronika. 2020. *Genderové stereotypy ve sportu a jejich vliv na posuzování kompetence novinářů a novinářek*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

JONÁČKOVÁ, Lucie. 2020. *Genderové aspekty komunikace sportovních událostí: Případová studie medializace neúčasti Gabriely Koukalové a Jaromíra Jágra na XXIII. zimních olympijských hrách*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

KANTER, Rosabeth Moss. 1993. *Men and women of the corporation*. New York: Basic Books, 390 s.

KÁRA, Jaroslav. 2012. *Zvláštnosti při tvorbě sportovních článků*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií.

KARLSSON, Michael. 2011. The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, **12**(3), 279–295.

KAUFNEROVÁ, Jana. 2012. *Sportovní zpravodajství v celostátním a regionálním deníku*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

KEIMAR, Jaroslav. 2021. *Mediální obraz Rytířů Kladno ve dvou barážích o extraligu ledního hokeje*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

KIAN, Edward M., Eric ANDERSON, John VINCENT a Ray MURRAY. 2015. Sport journalists' views on gay men in sport, society and within sport media. *International review for the sociology of sport*, London, England: SAGE Publications, **50**(8), 895–911.

KILVINGTON, Daniel. 2012. *Race, racism and sports journalism: black, white and read all over*. London: Routledge, 172 s.

KNIGHT, Alan, Cherian GEORGE a Alex GERLIS. 2008. Who is journalist? *Journalism studies*. London: Taylor & Francis Group, **9**(1), 117–131.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. 2010. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 310 s.

KOPEČNÝ, Vladimír. 2011. *Metafory v titulcích sportovní žurnalistiky*. Bakalářská práce. (Bc.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

KÖPPLOVÁ, Barbara, Irena REIFOVÁ a Jan JIRÁK. Žurnalistika. In: REIFOVÁ, Irena. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 322–324.

KOREIS, Kristýna. 2017. *Ženy ve sportovních redakcích: gender, profesní sebepojetí, moc*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

KOZOHORSKÝ, David. 2001. *Stavba zpravodajského příspěvku ve sportovním zpravodajství*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

KŘIVOHLAVÝ, Jaro. 1998. *Jak neztratit nadšení*. Praha: Grada, 136 s.

KSN. Klub sportovních novinářů ČR. Dostupné z: <https://www.ksn.cz/>

LACHOVER, Einat, 2005. The Gendered and Sexualised Relationship Between Israeli Women Journalists and Their Male News Sources. *Journalism*, 6(3), 291–311.

LAMBERT, Charles M. 2019. *Digital sports journalism*. Boca Raton, FL: Routledge, Taylor & Francis Group, 194 s.

LAMBLE, Stephen. 2011. *News as it Happens*. Melbourne: Oxford University Press, 333 s.

LANGER, Miroslav. 1997. *Vliv zavedení duálního systému v České republice na televizní sportovní žurnalistiku přenosová práva po vzniku duálního systému*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

LAREAU, Lise. 2017. The impact of digital technology on media workers: Life has completely changed. *Ephemera*, 10(3/4), 522–525.

LEFEVER, Katrien. 2012. *New Media and Sport. International Legal Aspects*. T.M.C. Asser Press, 322 s.

LOWES, Mark Douglas. 1999. *Inside the sports pages: work routines, professional ideologies, and the manufacture of sports news*. Toronto, Ontario: University of Toronto Press, 141 s.

LUKŠŮ, David. 2011. *Počátky sportovní žurnalistiky na stránkách periodického tisku na přelomu 19. a 20. století. Sport jako součást českého masového tisku*. Disertační práce (Ph.D.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

LUKŠŮ, D. 2022. *Zrod české sportovní žurnalistiky (1826-1918): od prvních zmínek po vznik specializovaných časopisů*. Praha: Nadace Nadání Josefa, Marie a Zdeňky Hlávkových.

MAARES, Phoebe a Folker HANUSCH. 2020. Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism*. London, England: SAGE Publications, **21**(2), 262–278.

MACKOVÁ, Veronika. 2012. *Styl a jazyk sportovního zpravodajství a publicistiky moderátorů a komentátorů České televize (zaměřeno na Petra Vichnara)*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií.

MACKOVÁ, Veronika. 2020. *Vnímání handicapovaných sportovců, zejména paralympioniků, televizními diváky*. Disertační práce (Ph.D.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

MACKOVÁ, Veronika. 2023. *Parasportovci očima televizních diváků*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 136 s.

MACKOVÁ, Veronika a Kateřina TURKOVÁ. 2019. I Have won, and I Want to Share it. The Ways Female Skiers Use Facebook as a Communication Tool. *Communication Today*, **10**(1), 95–109.

MACKOVÁ, Veronika a Ondřej TRUNEČKA. 2015. „You don't have a leg? Don't worry, you can still be a star!“ Media image of cyclist Jiří Ježek. *Communication Today*, **6**(2), 78–85.

MACNAMARA, Jim. 2016. The Continuing Convergence of Journalism and PR: New Insights for Ethical Practice from a Three-Country Study of Senior Practitioners. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, **93**(1), 118–141.

MAGUIRE, Joseph. 1999. *Global sport: identities, societies, civilizations*. Cambridge: Polity Press, 256 s.

MAGUIRE, Joseph a Emma K. POULTON. 1999. European identity politics in EURO 96: Invented Traditions and National Habitus Codes. *International Review for the Sociology of Sport*, **34**(1), 17–29.

MAGUIRE, Joseph, Katie LISTON a Mark FALCOUS. 2021. *The Palgrave handbook of globalization and sport*. London, United Kingdom: Palgrave Macmillan, 709 s.

MACHARIA, Sarah et. al. 2015. *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2015*. London: World Association for Christian Communication, 153 s.

MALINA, Karel. 1985. *Rozhlasový reportér Josef Laufer*. Praha: Novinář, 196 s.

MAREK, Jakub. 2012. *Osobnost české žurnalistiky – Vít Holubec*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

MASLACH, Christina. 2003. Job burnout: New directions in research and intervention. *Current directions in psychological science: a journal of the American Psychological Society*, Los Angeles, CA: Blackwell Publishers, **12**(5), 189–192.

MASLACH, Christina a Susanne E. JACKSON. 1981. The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behaviour*, **2**(2), 99–113.

McENNIS, Simon. 2022. *Disrupting sports journalism*. Abingdon, Oxfordshire: Routledge, 134 s.

McNAIR, Brian. 2004. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 184 s.

MENZEL, Andreas a Martina MIOTTO. 2020. *Rozdílné dopady krize covid-19 na muže a ženy v Česku*. Studie IDEA anti COVID-19. Praha: CERGE, Národohospodářský ústav AV ČR, 20 s.

METYKOVA, Monika a Lenka WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ. 2023. Peripheral News Workers' Autonomy: The Case of a Czech Regional Television Newsroom. *Journalism practice*. Routledge, (ahead-of-print), 1–17.

MICHOVSKÝ, Václav. 2017. *Srovnávací analýza zpravodajství z fotbalového mistrovství Evropy 2016 v denících Sport a Šport*. Praha: Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

MICHNA, Tomáš. 2016. *Počátky sportovního rozhlasového vysílání na území Československa (1923–1948)*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd.

MILOCH, Kimberly S., Paul M. PEDERSEN, Michael K. SMUCKER a Warren A. WHISENANT. 2005. The Current State of Women Print Journalists: An Analysis of the Status and Careers of Females in Newspapers Sports Departments. *Public organization review*. Boston: Kluwer Academic Publishers, 5(3), 219–232.

MIOVSKÝ, Michal. 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing, 332 s.

NAURIGHT, John a David Kenneth WIGGINS. 2017. *Routledge handbook of sport, race and ethnicity*. London: Routledge, 279 s.

NEIJENS, Peter. 2006. Dutch public relations practitioners and journalists: Antagonists no more. *Public Relations Review*, 32(3), 232–240.

NEKOLNÁ, Kateřina. 2003. *Obsahová analýza zpravodajského pořadu Branky, body, vteřiny v době konání OH 2000*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice. 2011. *Mediální stereotypizace a rámcování zdravotně handicapovaných sportovců*. Disertační práce (Ph.D.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice. 2012. *Ti druzí sportovci: mediální stereotypizace a rámcování handicapovaných v tisku v letech 1948–2008*. Praha: Karolinum, 175 s.

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice a Filip LÁB. 2016a. Worlds of Journalism Study Česká Republika. *Zpráva z výzkumu*. Dostupné z: <https://worldsofjournalism.cz/zprava-z-vyzkumu/>

NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Alice a Filip LÁB. 2016b. Czech journalists in the 21st century: who are they? *Środkowoeuropejskie studia polityczne*. Uniwersytet Adama Mickiewicza, (2), s. 15–35.

NĚMCOVÁ TEJKALOVA, Alice a Ladislav KRISTOUFEK. 2021. Anything Can Happen in Women's Tennis, or Can It? An Empirical Investigation Into Bias in Sports Journalism. *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, 9(5), 742–760.

NICEY, Jérémie. 2016. Semi-professional Amateurs. In: WITSCHGE, Tamara, C.W. ANDERSON, David DOMINGO a Alfred HERMIDA (eds). *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: SAGE, 222–235.

NUMERATO, Dino. 2018. *Football fans, activism and social change*. London: Routledge, Taylor & Francis Group, 164 s.

NUSSBAUM Jon F. a Amber K. WORTHINGTON. 2017. Sport as Family Communication. In: BILLINGS, Andrew C., ed. *Defining sport communication*. New York: Routledge, 178–189.

ONDREJKOVÁ, Dita. 2017. *Případová studie sportovní redakce televizního kanálu se zaměřením na genderové vlivy v profesi sportovní novinářky*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

- ORDMAN, Virginia L. a Dolf ZILLMANN. 1994. Women sports reporters: Have they caught up? *Journal of Sport and Social Issues*, **18**(1), 66–75.
- ORGANISTA, Natalia a Zuzanna MAZUR. 2020. Guardians of the Hegemonic Structure of Sports? Women's Sports as Perceived by Polish Female Sports Journalists. *Przeład Socjologii Jakosciowej*. Lodz: University of Łódź, **16**(1), 48–64.
- ORGANISTA, Natalia a Zuzanna MAZUR. 2020. "You either stop reacting or you don't survive. There's no other way": the work experiences of Polish women sports journalists. *Feminist media studies*. ABINGDON: Routledge, **20**(8), 1110–1127
- ORGANISTA, Natalia, Zuzanna MAZUR a LENARTOWICZ. 2019. "I can't stand women's sports": the perception of women's sports by polish sports journalists. *Communication and Sport*, **9**(3), 372–394.
- ORTON, James Douglas. 1997. From inductive to iterative grounded theory: Zipping the gap between process theory and process data. *Scandinavian journal of management*. Elsevier, **13**(4), 419–438.
- OSVALDOVÁ, Barbora 2017. Novinář. In: HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ eds.. *Slovník žurnalistiky: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 166.
- PAVELKOVÁ, Eva. 2013. *Osobnost české sportovní žurnalistiky Tomáš Jungwirth*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.
- PEŘINOVÁ, Žaneta. 2003. *Příprava olympijských her na televizní obrazovce – plánování příprav na vrcholnou sportovní akci*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta tělesné výchovy a sportu.
- PETERS, Roy. 1976. *Television Coverage of Sport*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 24 s.

POKORNÁ, Jana. 2007. *Analýza publika televizního sportovního vysílání optikou genderu*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

RANEY, Arthur A. 2017. Sport as Entertainment Studies. In: BILLINGS, Andrew C., ed. *Defining sport communication*. New York: Routledge, 252–266.

REIFOVÁ, Irena. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 327 s.

REINARDY, Scott. 2006. It's Gametime: The Maslach Burnout Inventory Measures Burnout of Sports Journalists. *Journalism & mass communication quarterly*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, **83**(2), 397–412.

RENNIE, David L., Jeffrey R. PHILLIPS a Georgia K. QUARTARO. 1988. Grounded theory: A promising approach to conceptualization in psychology? *Canadian psychology/Psychologie canadienne*. Ottawa: Canadian Psychological Association, **29**(2), 139–150.

RENZETTI, Claire M. a Daniel J. CURRAN. 2003. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum, 642 s.

ROBIDOUX, Michael A. 2002. Imagining a Canadian Identity through Sport: A Historical Interpretation of Lacrosse and Hockey. *Journal of American Folklore*, **115**(456), 209–225.

ROBINSON, Gertrude J. 2004. Gender in the Newsroom: Canadian Experiences. In: DE BRUIN, Marjan a Karen ROSS. *Gender and Newsroom Cultures. Identities at Work*. Cresskill – New Jersey: Hampton Press, 179–193.

ROGERS, Everett M. 1995. *Diffusion of innovations*. 4th editon. New York: Free Press, 519 s.

ROSS, Karen a Cynthia CARTER. 2011. Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, **33**(8), 1148–1165.

ROWE, David. 1999. *Sport, culture, and the media: the unruly trinity*. Buckingham: Open University Press, 193 s.

ROWE, David. 2004. *Sport, Culture and the Media: The Unruly Trinity*. 2nd edn. Maidenhead: Open University Press, 253 s.

ROWE, David. 2007. Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media? *Journalism*, **8**(4), 385–405.

RUBIN, Herbert J. a Irene RUBIN. 2005. *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications, 291 s.

RUß-MOHL, Stephan a Hana BAKIČOVÁ. 2005. *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha: Grada, 292 s.

RYFE, David M. 2009. Broader and deeper. *Journalism*. London, England: SAGE Publications, **10**(2), 197–216.

RYBÁŘ, Pavel. 2017. *Nedávná historie české sportovní žurnalistiky pohledem bývalých členů Klubu sportovních novinářů*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií.

ŘANDA, Tomáš. 2017. *Jak se změnila sportovní žurnalistika v československém tisku po roce 1948? Srovnání období let 1945–1948 a 1953–1958*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

ŘIHÁČEK, Tomáš, Ivo ČERMÁK a Roman HYTYCH. 2013. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita, 190 s.

SALCETTI, Marianne. 1995. The Emergence of the Reporter: Mechanization and the Devaluation of Editorial Workers. In: HARDT, Hanno a Bonnie BRENNEN. *News Workers: Toward a History of the Rank and File*. Minneapolis: University of Minnesota press, 48–74.

SALWEN, Michael B. a Bruce GARRISON. 1998. Finding their place in journalism: newspaper sports journalists' professional "problems." *Journal of Sport*, **22**(1), 88–102.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2014. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, 539 s.

SEKOT, Aleš. 2006. *Sociologie sportu*. Brno: Paido, 410 s.

SHERWOOD, Merryn a Matthew NICHOLSON. 2013. Web 2.0 platforms and the work of newspaper sport journalists. *Journalism*, **14**(7), 942–959.

SCHAPALS, Aljosha Karim, Phoebe MAARES a Folker HANUSCH. 2019. Working on the Margins: Comparative Perspectives on the Roles and Motivations of Peripheral Actors in Journalism. *Media and communication*. Lisbon: Cogitatio Press, **7**(4), 19–30.

SCHOCH, Lucie. 2013a. "I Love to Play Bimbo Sometimes with Athletes": The role of professional interactions between female sports journalists and their male sources in the production of sports reports. *Journalism practice*. Taylor & Francis Group, **7**(1), 96–111.

SCHOCH, Lucie. 2013b. 'Feminine' writing: the effect of gender on the work of women sports journalists in the Swiss daily press. *Media, culture & society*. London, England: SAGE Publications, **35**(6), 708–723.

SCHOCH, Lucie. 2020. The Gender of Sports News: Horizontal Segregation and Marginalization of Female Journalists in the Swiss Press. *Communication and sport*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1–21.

SCHOCH, Lucie a Fabien OHL. 2021. "How Can They Like Doing That?" The Ambivalent Definition of Legitimate Work in Sports Journalism. *Journalism studies*. Abingdon: Routledge, **22**(3), 263–281.

SCHOCH, Lucie, Fabien OHL a Agnes ELLING. 2011. Women Sports Journalists in Switzerland: Between Assignment and Negotiation of Roles. *Sociology of Sport Journal*, **28**(2), 189–208.

SCHULTZ, Jaime. 2018. *Women's sports: what everyone needs to know*. New York: Oxford University Press, 243 s.

SCHULTZ-JORGENSEN, Søren. 2002. Industry or Independence? Survey of the Scandinavian Sports Press. *Mondaymorning*, 1–8.

SINGER, Jane B. 2004. Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. *Journalism studies*, 5(1), 3–18.

SILVERMAN, David. 2000. *Doing qualitative research: a practical handbook*. London: SAGE, 316 s.

SLEPIČKA, Pavel a Irena SLEPIČKOVÁ. 2010. *Divácká reflexe sportu*. Praha: Karolinum, 181 s.

STARR, Paul. 2012. An Unexpected Crisis. *The international journal of press/politics*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, 17(2), 234–242.

STEEN, Rob. 2015. *Sports Journalism: A Multimedia Primer*. London: Routledge, 250 s.

STEEN, Rob, Jed NOVICK a Huw RICHARDS. 2021. *Routledge handbook of sports journalism*. London: Routledge, 424 s.

STRÁNSKÝ, Luděk. 2016. *Sebereflexe českých sportovních novinářů působících v letech 1980–1999 v tištěných médiích a vliv ideologie na jejich roli ve společnosti*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

STRAUSS, Anselm L. 1987. *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press, 319 s.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet M. CORBIN. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Přeložil Stanislav Ježek. Boskovice: Albert, 196 s.

SUCHAN, Jan. 2011. *Sportovní novináři jako tiskoví mluvčí sportovců nebo sportovních klubů – etický problém*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

ŠPAČEK, Martin. 2019. *Mediální obraz hokejového úspěchu na olympijských hrách v Naganu 1998 v českém dobovém tisku*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

TINKOVÁ, Alexandra. 2019. *Komparativní analýza jazykových prostředků komentátorů biatlonu České televize a Eurosportu v sezóně 2018/2019*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

TOFALVY, Tamas. 2021. We have never been part of the journalistic profession. *Media history*. Abingdon: Taylor & Francis Group, 27(3), 381–402.

TOMEK, Ondřej. 2000. *Reflexe sportovní žurnalistiky sportovními novináři. Specifika české sportovní žurnalistiky v 90. letech*. Bakalářská práce (Bc.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

TONEY, James. 2013. *Sports journalism: the inside track*. London: Bloomsbury Pub., 160 s.

TRUNEČKA, Ondřej. 2017. Kde jsou výsledky, kde popis zápasů? Proměna sportovních rubrik v pondělních vydáních českých deníků. *Studia sportiva*, 11(1), 118–125.

TRUNEČKA, Ondřej. 2021. Sports News, Commentary and Interviews, From the Other Side: Journalists Seen Through the Eyes of Athletes. *Communication and sport*. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2167479521992371>.

TRUNEČKA, Ondřej. 2022. *Proměny sportovních rubrik českých deníků v letech 2001 až 2015*. Disertační práce (Ph.D.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

TURKOVÁ, Kateřina. 2021. *Sports Communication on Social Media: Analyzing the Facebook Content of Czech Professional Athletes and Audience Reactions*. Disertační práce (Ph.D.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

TURKOVÁ, Kateřina, Veronika MACKOVÁ a Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ. 2021. Space for self-expression: communication of Czech female athletes on social media and fans' reactions. *Acta Universitatis Carolinae. Kinanthropologica*. Karolinum Press, **57**(2), 147–172.

TYLŠAR, Pavel. 2019. *Odchod sportovních komentátorů z redakce Československé televize po zveřejnění seznamů spolupracovníků StB*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

USTOHAL, Marek, 2019. *Proměna novinářských rutin sportovních komentátorů ČT v souvislosti s využíváním Facebooku a Twitteru*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

VAJBAROVÁ, Daniela, et al. 2017. Redakční kultura a její pracovní podmínky genderovou optikou: případ regionální zpravodajské redakce České televize. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review*, **53**(1), 51–78.

VOCHOCOVÁ, Lenka, 2011. Faktor genderu v mediálních výzkumech – kritika jednoho typu výzkumné praxe. In: JIRÁK, Jan, Barbara KÖPPLOVÁ a Radim WOLÁK. *Česká novinářka: k postavení a obrazu novinářek v českých médiích*. Praha: Portál, 95–110.

VOCHOCOVÁ, Lenka. 2019. *Ženy (a muži) ve zpravodajských redakcích: mediální instituce pohledem genderových mediálních studií*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 131 s.

VOKÁČ, Martin. 2011. *Poválečná historie a současnost Klubu sportovních novinářů České republiky*. Bakalářská práce (Bc.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

VOLEK, Jaromír a Jan JIRÁK. 2006. Vybrané atributy profesního sebepojetí českých novinářů. *Mediální studia*, 1(1), 21–38.

VOLEK, Jaromír a Marína URBÁNIKOVÁ. 2017. *Čeští novináři v komparativní perspektivě: hybridní, virtuální a mizející žurnalisté v post-transformační fázi*. Praha: Academia, 386 s.

VYMĚTALÍKOVÁ, Darina. 2015. *Sport a ideologie: Žurnalistika na stránkách vybraných československých sportovních časopisů v letech 1945–1952*. Disertační práce (Ph.D.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

WAISBORD, Silvio. 2013. *Reinventing professionalism: Journalism and news in global perspective*. Cambridge: Polity, 280 s.

WACKWITZ, Laura A. a Lana F. RAKOW. 2007. Got Theory? In: CREEDON, Pamela a Judith CRAMER. *Women in Mass Communication*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 257–271.

WASCHKOVÁ CÍSAŘOVÁ, Lenka a Monika METYKOVA. 2020. Peripheral news workers expelled to the periphery: The case of camera reporters. *Journalism*. London, England: SAGE Publications, 21(6), 838–854.

WASHBURN, Patrick S. a Chris LAMB. 2020. *Sports Journalism: A History of Glory, Fame, and Technology*. Lincoln: University of Nebraska Press, 288 s.

WEAVER, David H., Randal A. BEAM, Bonnie J. BROWNLEE, Paul S. VOAKES a G. Cleveland WILHOIT. 2007. *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Mahwah, New York: Routledge, 302 s.

WEINLICHOVÁ, Markéta. 2020. *Aspekty životní dráhy sportovních novinářů v kontextu volby profese*. Diplomová práce (Mgr.). Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií.

WENNER, Lawrence A. 1989. *Media, sports, & society*. Newbury Park, Calif: SAGE Publications, 315 s.

WENNER, Lawrence A. 1998. *Mediasport*. London: Routledge, 336 s.

WENNER, Lawrence A. (ed.). 2013. *Fallen Sports Heroes, Media, & Celebrity Culture*. New York: Peter Lang, 381 s.

WHANNEL, Garry. 2013. Reflections on Communication and Sport. On Mediatization and Cultural Analysis. *Communication and sport*. Los Angeles, CA: SAGE Publications, 1(1–2), 7–17.

WHANNEL, Garry. 1992. *Fields in vision: television sport and cultural transformation*. London: Routledge, 243 s.

WJS, Worlds of Journalism Study. Dostupné z: <https://worldsofjournalism.org/>

ZÁRUBA, Robert. 1989. *Svědectví o historii Hlavní redakce tělovýchovy a motorismu Československé televize Praha*. Diplomová práce (Mgr.). Praha: Fakulta žurnalistiky Univerzity Karlovy.

ZION, Lawrie, Ramón SPAAIJ a Matthew NICHOLSON. 2011. Sport media and journalism: an introduction. *Media international Australia incorporating Culture & policy*. London, England: SAGE Publications, 140(140), 80–83.

ZOONEN, Liesbet van. 1988. Rethinking Women and the News. *European Journal of Communication*. 3, 35–53.

ZOUBKOVÁ, Kateřina. 2020. *Redakce ČT sport bez šéfredaktora. Kde jsou její limity?* Diplomová práce (Mgr.). Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Seznam okruhů témat a příklady otázek z rozhovorů.

Přílohy

Příloha č. 1: Seznam okruhů témat a příklady otázek z rozhovorů.

1. Začátky. *Jak jste se dostal/a ke sportovní novinářině?*
2. Studium. *Jakou školu jste studoval/a? Je pro sportovní novináře potřebné vysokoškolské studium?*
3. Vztah ke sportu. *Jaký máte vztah ke sportu? Jakou roli hrál vztah ke sportu při volbě studia/práce?*
4. Co vás baví. *Co vás na práci baví?*
5. Rutiny. *Jak vypadá váš běžný pracovní den?*
6. Specifika. *Jaká jsou podle vás specifika sportovní novinářiny?*
7. Výhody. *Má práce sportovních novinářů nějaké výhody? Jaké jsou podle vás největší nevýhody této práce?*
8. Konkurence, spolupráce. *Jaké jsou vztahy mezi sportovními novináři napříč různými médii? Pomáháte si, nebo jste spíš konkurenty?*
9. Parta. *Jaké jsou vztahy na pracovišti v rámci sportovní redakce? Je sportovní redakce něčím specifická?*
10. Kariéra. *Jak vidíte vývoj své kariéry? Jak byste popsal/a dosavadní kariérní úspěchy? Jaké máte představy a ambice do budoucna?*
11. Reakce okolí. *Jaké byly reakce okolí na vaši práci ve sportovní žurnalistice?*
12. Postavení v redakci. *Jak je podle vás vnímána sportovní redakce ostatními nesportovními novináři?*
13. Znevažování. *Setkal/a jste se s nějakým znevažováním vaší práce? Jakou mělo podobu? Máte pocit, že se na vás kolegové z jiných redakcí dívají přezíravě? Pokud ano, co je podle vás důvodem této skepse?*
14. Kamarádství se sportovci. *Jak se díváte na navazování přátelských vztahů mezi novináři a sportovci?*
15. Gender. *Jak se podle vás cítí sportovní novinářky v převážně mužských kolektivech sportovních redakcí? Vnímají nějaké předsudky nebo nějaký druh*

znevýhodnění ze strany ostatních redakčních kolegů? Nebo třeba sportovců?

Myslíte si, že je pro ně práce v něčem odlišná?

16. Stereotypy, klišé. *Jak se díváte na užití národních stereotypů, nebo klišé?*
17. Nacionalismus. *Jak se díváte na fandění?*
18. Vyhoření. *Je práce sportovních novinářů tak rutinní, že hrozí vyhoření?*
19. Technologie. *Jak nové technologie ovlivnily vaši práci?*
20. Typický novinář. *Jak byste popsal/a typického českého sportovního novináře?*