

UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA FILOZOFICKÁ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2016

MARTIN KŘÍPAL

Univerzita Pardubice

Fakulta filozofická

Fotbaloví fanoušci v České republice

Martin Křípal

Bakalářská práce

2016

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martin Křípal**
Osobní číslo: **H11176**
Studijní program: **B6703 Sociologie**
Studijní obor: **Sociální antropologie**
Název tématu: **Fotbaloví fanoušci v České republice**
Zadávající katedra: **Katedra sociálních věd**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Student se na základě terénního výzkumu a studia odborné literatury pokusí vystihnout situaci u českých fotbalových fanoušků. Přitom se zaměří především na to, co lidi podněcuje k tomu být fanoušky a co je naopak odrazuje. Použije metodu zúčastněného pozorování, polostrukturované rozhovory a internetové blogy od fanoušků.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

GOFFMAN, Erving. Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě. Vyd. 1. Překlad Milada McGrathová. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, 247 s. ISBN 80-902-4824-1.

BOTIKOVÁ, Zuzana. Fotbalové fanouškovství a reprezentace národních identit v sociologické perspektivě. 2011. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce doc. PhDr. Ing. Radim Marada Ph.D.

KOTÁB, Jiří. Vliv fanoušků na regulaci fotbalových profesionálních klubů. 2008. Disertační práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jiří Novotný.

GIULIANOTTI, Richard. Football: A Sociology of the Global Game. Polity Press, 1999. ISBN 0745617697.

GIULIANOTTI, Richard a John WILLIAMS. Game without frontiers: football, identity and modernity. Ashgate Publishing Limited, 1994. ISBN 1857422201.

TURNER, Victor. The Anthropology of Performance. New York: PAJ Publications, 1988. ISBN 1555540015.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Tomáš Samek, M.A.**
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce: **30. dubna 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2014**



prof. PhDr. Petr Vorel, CSc.
děkan

L.S.



Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 84



PhDr. Michal Tošner, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2013

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne.....

Martin Křípal

Poděkování:

Rád bych poděkoval Mgr. Tomáši Samkovi M.A. za odborné vedení bakalářské práce. Dále bych poděkoval rodině, která mě podporovala po celou dobu studia. V neposlední řadě všem, kteří mě motivovali ke studiu a této práci.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá fotbalovými fanoušky v České republice. Především na faktory, které podněcují fanoušky k návštěvě fotbalového stadionu nebo faktory, které je odrazují. Práce ukazuje strukturu fotbalových fanoušků v České republice a představuje fanklub. Ve výzkumné části jsou použity metody zúčastněné pozorování, rozhovor (interview), informace z internetu a médií.

Klíčová slova

Fotbaloví fanoušci, moderní technologie, veřejná média, fotbal, fanklub

Title

Football fans in the Czech Republic

Annotation

This bachelor's thesis deals with football supporters in the Czech Republic. Especially on the factors, which encourage fans to visit a football stadium or factors that discourage it. The bachelor thesis includes structure football fans in the Czech Republic and show fanclub. In the research of methods are used participation observation, interview and information from the Internet and public media.

Keywords

Football fans, modern technology, public media, football, fanclub

Obsah:

1 Úvod	10
2 Historie fotbalu	12
2.1 Česká republika	12
3 Metodologie.....	15
3.1 Fáze výzkumu:.....	15
3.2 Metody výzkumu:.....	15
3.3 Výzkumné otázky:.....	16
3.4 Etika výzkumu:.....	17
4 Motivace	18
4.1 Klub vs. Fanoušek	18
4.2 Národní identifikace	19
4.3 Kvalita	20
4.4 Atmosféra	21
4.5 Přátelé.....	22
4.5.1 Pochod	23
4.6 Vzdálenost a finance.....	24
4.7 Korupce	25
4.8 Násilí a vulgarita.....	25
4.9 Terorismus.....	26
4.10 Přírodní rozměry.....	27
4.11 Média.....	28
4.12 Doping a jiné zakázané látky mezi sportovci	29
5 Struktura fotbalových fanoušků	30
5.1 Domácí týmy	30
5.2 Zahraniční týmy:	31
5.3 Fanoušek a kvalita soutěže	31
5.4 Fanoušci národního týmu	32
5.5 „Neutrální“ fanoušek	32

5.6 Muži vs. Ženy	33
5.6.1 Ženy	33
5.7 Fanoušek a „fotbalový věk“	34
5.8 Ženský fotbal a jeho fanoušci:	36
6 Fanklub	37
7 Závěr	40
8 Použité zdroje:	43

1 Úvod

Fotbal je sportem se kterým se setkal snad každý na světě. Je to sport, který se skrze krátký čas stal fenoménem. V dnešní době, kdy se dostáváme tak rychle k informacím, je pro nás jeho vnímání ještě intenzivnější. Fotbal tak na nás hledí doslova z každého rohu. Zapneme rádio a slyšíme ve sportovní části, jak si vedli profesionální fotbalisté. Podíváme se na internet a můžeme sledovat, jak si momentálně vede Cristiano Ronaldo Lionel Messi, mezi kterými se v posledních letech rozhoduje o nejlepšího fotbalistu světa. Je neuvěřitelné čím vším se tento sport stal. Každý den ho sledují miliony lidí, často i když jsou 12 a více hodin v práci, tak neváhají obětovat čas odpočinku, k tomu, aby se vydali na sledování zápasu nebo si nějaký zahráli.

V úvodu této bakalářské práce bych chtěl poznamenat, že se práce zaměřuje na fotbalové fanoušky v České republice a jejich motivace k tomuto sportu. Práce se tedy zaměřuje na jednotlivé motivace a to ať už ovlivňují fanoušky kladně k přístupu k fotbalu či záporně k negativním vlivům k fotbalu. Zároveň je zde naznačeno s jakými skupinami fanoušků se v naší zemi můžeme setkat. Mým hlavním záměrem je, aby se práce stala obecným průvodcem fanoušků a jejich motivací. Práci, která by mohla být prospěšná pro někoho, kdo by se chtěl zaměřit na jednotlivou skupinu fanoušků, ale zároveň by uvítal obecný přehled. Další důležitou připomínkou je skutečnost, že k závěrům, ke kterým zde dochází může být v budoucnu jinak. Je to z důvodu vlastního vývoje fotbalu. Je ovlivněn mnoha jevy a závislosti na mnoha odvětvích společnosti. Proto je důležité poznamenat, že zachycuji aktuální stav fotbalových fanoušků, který se bude v rámci několika dalších let samozřejmě měnit. Do jaké míry? To už je věc jiná.

V práci je využito metod, které jsem si během studia osvědčil a v rámci práce použil. Použitou metodou zaměřenou na množství dat tedy kvantitě, bylo využití dotazníku. Ke kvalitativnímu odběru dat jsem vybral metodu rozhovoru, přesněji polostrukturovaný rozhovor. Tyto metody jsem ještě doplnil o zúčastněné pozorování, prostudování literatury, která je potřebná pro teoretickou část práce a nevynechal jsem ani noviny nebo internetové zdroje. U každého zdroje jsem se samozřejmě snažil o důvěryhodnost, která pro mě byla prioritou.

V práci byl jasně vymezen její předmět a cíl v rámci motivací fotbalových fanoušků v České republice a také struktura skupin, které můžeme na území naší země nalézt. To vše za pomoci uvedených metod, které budou jednotlivě popsány v dalších kapitolách.

Na závěr úvodní kapitoly bych rád přiblížil asi dva nejznámější citáty, kterými je historie fotbalu a jeho fanouškovství ještě výraznější. První z nich je připisován bývalému anglickému fotbalistovi, nyní komentátorovi a reportérovi Garymu Linekerovi, který se tak snažil vytvořit humornou definici fotbalu „*Fotbal je hra, kterou hraje dvaadvacet lidí a kterou vždycky vyhraji Němci*“.¹ A druhý citát je připisován československému hráči a trenérovi Tomáši Pospíchalovi, jenž svůj názor prezentoval tím, že: „*Fotbal nemá logiku*“.² A tak ať už jsou tato tvrzení pravdivá nebo to jsou pouze čisté výroky, fanoušci či nezávislí pozorovatelé si udělají závěr pro sebe. Ale asi každý fotbalista vám řekne, že fanoušci jsou dvanáctým hráčem týmu a že bez nich by se tento sport neobešel.

¹http://cs.wikipedia.org/wiki/Gary_Lineker

²http://cs.wikipedia.org/wiki/Tom%C3%A1%C5%A1_Posp%C3%ADchal

2 Historie fotbalu

Fotbal má jako mnoho dalších sportů svou historii. Víme, že hry podobné fotbalu se konaly již před naším letopočtem. A skrze několik století se transformovaly až do podoby, kterou známe dnes. Právě podoba, kterou známe se začala oficiálně vytvářet v druhé polovině 19. století. V tomto století v Anglii začali velké události. Vznikly vůbec první fotbalové kluby, které mezi sebou chtěli hrát a tak se musela ustanovit pravidla pro zápasy, která by byla stejná a férová. „*Vývoj pravidel postupoval s aktivitou tří ohnisek – fotbalových škol: Cambridge (1848), Sheffield (1857) a Uppingham (1862). Ty ve spojení s anglickou fotbalovou asociací (založena 1863) postupně dospěly ke sjednocení pravidel.*“³ Pravidla se později ještě několikrát upravovala a v rámci jednoduchosti plynutí hry, dodržování fair play se mění i v dnešní době.

V období přelomu 19. století, kdy vznikalo nejvíce klubů se začal fotbal rozšiřovat všude po světě. Vznikaly jednotlivé kluby a posléze i soutěže. Fotbal dostal takový rozmach, že během krátké chvíle se hrálo po celém světě. A když už dostal takový záběr, tak se mohli pořádat i velké turnaje. Vzniklo mistrovství jednotlivých kontinentů, k tomu se připojilo mistrovství světa a fotbal se dostal i mezi olympijské sporty.

2.1 Česká republika

Jak se dostal fotbal na území České republiky? Toto je velmi složitá otázka a vlastně nikdo nezná správnou odpověď. Existují různé spekulace, ale ani jedna z nich nebyla ověřena.

Z těch doložených a ověřitelných faktů je známo, že na území Čech, ještě v období Rakouska-Uherska začaly vznikat první fotbalové kluby. „*Ještě předtím, v srpnu 1892 došlo k prvnímu řádnému utkání v Roudnici mezi týmy Českého Athletic Clubu a Sokola*“.⁴ Stejný rok vznikl nejstarší klub na území Čech a tím je

³ JELÍNEK, Radovan a Jiří TOMEŠ. *První fotbalový atlas světa*. 1. vyd. Praha: Infokart, 2000, 199 s. ISBN 80-902832-0-9. (Str. 6)

⁴ JELÍNEK, Radovan a Miloslav JENŠÍK. *Atlas českého fotbalu od roku 1890*. 1. vyd. Praha: Radovan Jelínek, 2005, 383 s. ISBN 80-903645-1-9. (Str. 6)

SK Slavia Praha. O rok později založila svůj klub AC Sparta Praha, který je největším rivalem pražské Slavie. Nakonec ostatní kluby na sebe nenechaly dlouho čekat v dalších letech pokračoval růst týmů velkým tempem. V roce 1905 se na území České republiky nacházelo 100 fotbalových klubů. „*I proto už na jaře 1896 vznikla první soutěž nazvaná Mistrovství Čech a Moravy*“⁵, která byla jakousi předpremiérou pro oficiální ligovou soutěž, ta byla založena před rokem 1925.

Po roce 1925 se do soutěže přidaly i slovenské fotbalové kluby. A právě od roku 1925 až do roku 1993 během Československé republiky se stalo mnoho událostí. Ať už to byla druhá světová válka či různé politické převraty, které ovlivnily systém i chod ligové soutěže. Většinou to byly události, které negativně působily na společnost, ale právě u sportovních akcí se mohli lidé lépe odreagovat a zapomenout na strasti, které je jinak trápily.

Během tohoto velkého období vzniklo mnoho výjimečných okamžiků, jež se trvale zapsaly do dějin, a to v naší československé lize nebo Československému národnímu týmu. Je to fenomén Sparty, Slavie nebo Dukly Praha, které se střídaly v obdobích, kdy vytvářely úspěchy doma i ve světě. A samozřejmě národní tým, který v roce 1934 v Itálii na Mistrovství světa skončil na druhém místě. Totéž se povedlo na Mistrovství světa v Chile v roce 1962. A nakonec zlaté Mistrovství Evropy z roku 1976, kdy se ve finálovém zápase v Bělehradě zaskvěl v penaltě Antonín Panenka svým „dloubáčkem“.

A najednou tu byl rok 1993 a Československá republika se rozdělila na dva samostatné státy. Česká republika tak vytvořila fotbalový svaz nazvaný FAČR. Ten vytvořil určitý systém fotbalových soutěží v naší republice.

Od roku 1993 se změnilo mnohé ve fotbale. Přišla i větší medializace a vstup sponzorů do fotbalu. Národní tým se dokázal prosadit na závěrečné turnaje, ve kterých ukázal svou sílu. V roce 1996 na Mistrovství Evropy získal stříbrné medaile. Posledním velkým úspěchem bylo Mistrovství Evropy v Portugalsku, kde český tým získal bronz. AC Sparta Praha spolu s SK Slavia Praha se kolem roku 2000 úspěšně prezentovaly nejen v domácí soutěži, ale také v evropských pohárech. V posledních letech je se je snaží výsledkově doprovázet Slovan

⁵ JELÍNEK, Radovan a Miloslav JENŠÍK. *Atlas českého fotbalu od roku 1890*. 1. vyd. Praha: Radovan Jelínek, 2005, 383 s. ISBN 80-903645-1-9. (Str.7)

Liberec a především Viktoria Plzeň, která si během posledních 6 let vytvořila renomé nejenom v naší zemi, ale po celé Evropě.

System českých klubových soutěží mužů: (Obr.1)⁶

System českých klubových soutěží mužů					
Soutěže řízené FAČR (profesionální)					
1.	1. Synot liga				
2.	Fotbalová národní liga				
	Soutěže řízené řídicí komisí pro Čechy			Soutěže řízené řídicí komisí pro Moravu	
3.	Česká fotbalová liga			Moravskoslezská fotbalová liga	
4.	Divize A	Divize B	Divize C	Divize D	Divize E
Soutěže řízené krajskými fotbalovými svazy a Pražským fotbalovým svazem					
5.	Krajské přebory a Pražský přebor				
6.	Fotbalové I. A třídy				
7.	Fotbalové I. B třídy				
Soutěže řízené okresními fotbalovými svazy a v Praze Pražským fotbalovým svazem					
8.	II. třídy (okresní přebory) a Pražská II. třída				
9.	III. třídy				
10.	IV. třídy (není ve všech okresech)				

⁶ <https://cs.wikipedia.org/wiki/Fotbal>

3 Metodologie

Tato kapitola se věnuje výzkumu. Především metodám, které byly využity k získání a zpracování dat.

3.1 Fáze výzkumu:

Výzkum probíhal během roku 2014 a 2015. Pro výzkum jsem měl, jak vyplývá z názvu práce, velmi široké pole. Navštěvovány byly zápasy v různých krajích a především na odlišných úrovních fotbalu. Vzhledem k faktu ozřejmění situace českých fanoušků na fotbalové scéně. Dalším důležitým faktorem pro sběr dat bylo vyhodnocování zpráv, které se ke mně dostávaly formou zpráv z médií. A posledním důležitým faktorem byly rozhovory s respondenty, které jsem potkával při již zmíněných fotbalových utkáních, či aktivitách, které fanoušci vytvářeli.

3.2 Metody výzkumu:

Po teoretické stránce jsem si vzal příklad od T. H. Eriksena, který osvětluje terénní výzkum: „*Přestože se různé antropologické školy liší metodami terénní práce, obecně se shodují na tom, že antropolog by měl zůstat v terénu tak dlouho, dokud tamní obyvatelé a informátoři nepovažují jeho přítomnost za více méně přirozenou, přestože badatel vždy zůstává do určité míry cizincem*“.⁷ Vysvětlení jasně ukazuje, jaké by měl antropolog zaujmout místo a chování v novém místě působení. Je důležité, aby byla zachována přirozenost pro dané místo, ale zároveň je důležité proniknout co nehlouběji do místního prostředí.

Během terénního výzkumu můžeme využít různé formy jednotlivých metod, které nám mají pomoci získat dostatek relevantních údajů k cílům, jež si vytyčíme. Jednou z metod je zúčastněné pozorování. R.F. Murphy definuje termín takto: „*Tento poněkud těžkopádný termín označuje to, že výzkumník žije mezi*

⁷ ERIKSEN, Thomas Hylland. *Sociální a kulturní antropologie: příbuzenství, národnostní příslušnost, rituál*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-465-6. (Str. 39)

*lidmi, které studuje, účastní se jejich společenského života, pozoruje, co se děje, a táže se, když něčemu nerozumí“.*⁸ Zúčastněné pozorování je tak důležitým nástrojem, jak být s lidmi v kontaktu a získat informace z jejich běžné interakce. Zároveň nám může napomoci, když bychom chtěli využít další možné metody, abychom zvětšili prostor k získání dat.

Rozhovor (interview), možné zvládnutí jazyka. V České republice není, až na pár výjimek, praktický problém s běžným porozuměním. Forma je většinou vedena v hovorové češtině, popřípadě místními dialekty. „*Vlastní technika interview přitom záleží na vědci samém a na tom, jaká data hledá. Někteří výzkumníci se řídí poměrně přesným postupem, pokládají stejné dotazy více lidem, zatímco jiní dovolují informátorovi hovořit, o čem chce. Jiní zase třeba začnou s určitým tématem, ale ponechají dotazovanému možnost zvolit si svůj vlastní směr hovoru a pouze jej navedou zpět, když se od tématu příliš odchýlí“.*⁹

Třetím pro mě důležitým faktorem v metodách pro získávání dat bylo maximálně využít prostor v oblasti literatury (zabývající se fotbalem), internetových blogů fanoušků a zpráv od mediálních společností.

3.3 Výzkumné otázky:

Pro bakalářskou práci jsem vybral otázky, které jsem zaměřil na fanoušky v naší republice. Nechtěl jsem nějak omezovat fanoušky na určitou skupinu, kvalitu soutěží nebo dle jiných parametrů. Rozhodl jsem se tedy zaměřit na co možná největší počet fanoušků a skupin, které v naší republice najdeme. Zaměření se týkalo především toho, co v aktuální době podněcuje fanoušky k tomu, aby chodili na fotbalové stadiony a zároveň, co je naopak odrazuje od záměru přijít na fotbalové utkání.

Co lidi podněcuje být fanouškem?

Co lidi odrazuje od fanouškovství?

⁸ MURPHY, Robert Francis. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. Vyd. 2. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2004, 268 s. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-86429-25-3. (Str. 219)

⁹ Tamtéž (Str. 221)

3.4. Etika výzkumu:

Vzhledem k etice bakalářské práce bych chtěl oznámit, že respektuji anonymitu respondentů. To znamená, že se v práci neobjevují konkrétní jména.

4 Motivace

Hlavní tématem této práce jsou právě motivace. Motivace, které by nás měly podnítit k tomu, abychom vykonali to, co potřebujeme. Na začátku jsem si tedy položil důležitou otázku. Co podněcuje fanoušky, aby se přišli podívat na fotbalové utkání? V literatuře bychom jistě našli mnohá teoretická vysvětlení a působení různých faktorů a potřeb, které to ovlivňují. Mým hlavním úkolem v této práci však nebylo sbírat teoretické poznámky od odborníků nebo jiných lidí. Mým úkolem bylo jít mezi fanoušky, být jedním z nich, ale zároveň se dívat, přemýšlet o tom, co se děje a ptát na to, co mi přišlo důležité nebo nezažité.

Tato kapitola tedy identifikuje kladné, ale také negativní podněty, které působí na fotbalové fanoušky. Popisuje tedy jejich reakce již zažité věci, ale také nové změny, které se snaží určitým způsobem zaujmout.

„Fotbal bez diváků by nebyl fotbal. Již více než století diváci přispívají na hráčské platy, vytvářejí atmosféru na stadionech, zpívají bojové chorály a komentují hru. Není nic smutnějšího než zápas hraný za zavřenými dveřmi a před prázdnými tribunami. Diváci se za ta léta v mnohém změnili, ale energie a nadšení, jichž jsou nositeli, zůstávají stejné.“¹⁰

4.1 Klub vs. Fanoušek

Jedním ze základních stavebních kamenů je vztah fotbalového klubu a jeho fanoušků. Pokud je tento vztah z obou stran otevřený a plný důvěry, je také většinou mezi těmito body klid a mír. Fakt je takový, že klub si musí uvědomovat, že sport, kterému se věnuje, by nemohl být, kdyby na něj nechodili fanoušci. Fanoušek je zásadní a také první, kdo se finančně podílí na chodu fotbalového klubu. Ještě nedávno se většina financí získávala ze vstupného, která však v nynější době nemá takový monopol. Vstupné se stalo pouze jednou ze složek příjmů fotbalového klubu. Příznivci klubů se hojně oblékají do oblečení, které prodávají v „obchodě“. Obchod je myšleno místo většinou přímo napojené na stadion nebo v jeho blízkosti, kde se prodávají různé produkty (oblečení, dárky,

¹⁰GOLDBLATT, David a Johnny ACTON. *Knihla fotbalu: ligy, týmy, taktiky, pravidla*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2010, 400 s. ISBN 978-80-242-2725-2. (Str. 34)

potravin) s logem týmu, který fanoušek podporuje. Je samozřejmé, že tato složka velmi přispívá do pokladnice klubu.

Samozřejmě nejde pouze o finance. Moderní fotbalové kluby se snaží fotbalového fanouška zaujmout i jinými věcmi. Je to především diskuze mezi klubem a fanoušky (zástupci fanoušků), kde se projednávají možnosti, jak ještě vylepšovat vztahy a zachovat tak přízeň.

Jednou z možností vytváření dobrých vztahů je autogramiáda. Používá se především v profesionálních soutěžích a fanoušci rádi „uloví“ podpis jejich oblíbeného hráče. Je to událost, která pozitivně ovlivňuje fanoušky v postoji ke klubu.

V rámci bodu Klub vs. Fanoušek můžeme naleznout nejlepší model v klubu z nejvyšší české soutěže a tím jsou Bohemians Praha 1905. Klub s úspěšnou historií, kterému v roce 2005 hrozil zánik. *„Klokani jsou známí věrností svých fanoušků, kteří, když byl klub finančně ohrožen, uspořádali sbírku a založili Družstvo fanoušků Bohemians. Celková částka vybraných peněz dosáhla 3 800 000 Kč, z toho 2 800 000 Kč byly věnovány klubu Bohemians 1905 v srpnu 2005, další částky pak v následujícím období.“*¹¹ Díky těmto financím se klub nemusel zrušit a následně se také vrátil do nejvyšší soutěže. To naznačuje, jak důležití jsou fanoušci.

4.2 Národní identifikace

Národní tým je spojkou mezi fanoušky, kteří podporují domácí nebo zahraniční týmy. Zde je nejvíce zřejmé vlastenectví k českému národu. Téměř každý občan naší republiky hrdě podporuje národní tým. Vzhledem k tomu vznikl oficiální fanklub české reprezentace. Vytváření tohoto fanklubu začalo v roce 2010, přesněji 4. května, kdy byla na tiskové konferenci podepsána smlouva mezi JUDr. Ivanem Haškem, předsedou ČMFS (nyní FAČR) a Oficiálním fanklubem.

Tato smlouva přinesla fanklubu pomoc v oblasti lístků. A fanklub získal garanta v podobě přidělení lístků na domácí i venkovní zápasy kvalifikačních nebo přátelských zápasů. Ale především pro zápasy Mistrovství Evropy nebo

¹¹ https://cs.wikipedia.org/wiki/Bohemians_Praha_1905

Mistrovství světa, které jsou divácky velmi atraktivní pro všechny české fanoušky.

Fanklub je jediným oficiálním sdružením, které na této úrovni spolupracuje s FAČR. Důležité je, že i po nástupu nového předsedy Miroslava Pelty je tato smlouva plně podporována. Velkou podporu získal fanklub od známých tváří Vladimíra Šmicera (bývalého reprezentanta) a Jakuba Koháka (režisér a herec), kteří zajišťují propojení mezi fanoušky a reprezentačním týmem.

Tímto se tedy propojil fotbal (národní tým) a fanoušci. Zároveň zůstal na zřeteli nejdůležitější faktor. A tím je nárok fanoušků na to, aby tým vyhrával a hrál pohledný fotbal. Fanoušci chtějí, aby se národní tým pravidelně objevoval na závěrečných turnajích, jako je Mistrovství Evropy a Mistrovství světa. A i na těchto turnajích hrdě reprezentoval náš stát. Za posledních patnáct let se národní tým dostal na oba dva pomyslné póly a fanoušci ho jak oslavovali (za bronz na ME 2004), tak kritizovali za neúspěšnou kvalifikaci (MS 2010, MS 2014). Fanoušci si v posledních letech velmi stěžovali na výsledky a ušetření nezůstali trenéři ani hráči. Mnoho fanoušků odrazovaly tyto faktory od podporování národního týmu.

Důležitost sympatií u fanoušků prokázal nynější trenér Pavel Vrba, který je u nich velmi respektován a chválen za výsledky, které prokazoval při působení ve Viktorii Plzeň. Ještě více si pak naklonil fanoušky, když dokázal národní tým posunout na Mistrovství Evropy 2016, které se bude konat ve Francii.

4.3 Kvalita

Kvalita je velmi citlivé téma pro všechny strany. Každý fanoušek, který jde podpořit svůj tým věří v alespoň částečný úspěch. V rámci soutěží je jasné, že tým který obdrží během dvaceti utkání padesát branek asi nebude mít úplně kvalitní hráče směrem do obrany. Fanoušci chtějí vidět především góly směrem do soupeřovy branky a naopak výborné defenzivní plnění s minimem těch obdržených. Je tedy na klubu, aby se snažil svou kvalitu v rámci fotbalových dovedností zvyšovat u svých vlastních hráčů nebo koupil hráčů s již nabitými

zkušenostmi a dovednostmi. Tím nejenže vylepší svůj předpoklad pro zápas, ale také vzbudí očekávání fanouška.

To byla kvalita hodnocená především z pohledu kvalita hráčů. Druhá strana mince je v kvalitě soutěže, která je klubem hrána. Je teoreticky jasné, že klub z okresního přeboru nebude předvádět věci, které můžeme sledovat v nejvyšší soutěži. I to musí fanoušek zohlednit.

4.4 Atmosféra

Velmi důležitá součást pro fanouška je atmosféra. To jak se cítí na fotbalovém stadionu je velmi důležité. Ideální atmosféru nevytvoří fotbal, ale především fanoušci. Na vesnici pro takovou atmosféru stačí, když se k hřišti dostane stovka příznivců, mají sebou buben a povzbuzují. Jiná situace vzniká, když se dostanete na stadion, který má kapacitu kolem 20 000 míst k sezení. To by samozřejmě stovka fanoušků moc nezmohla. V takové situaci je nejlepší, když se počet fanoušků dostává co nejbližší k naplnění počtu míst. Pak už může začít choreografie, která je tvořena většinou vizuálně s možností doplnění skandování pokřiků nebo písní.

Důležité je zmínit, že choreografie vzniká výhradně z iniciativy fanoušků, kteří ji vymýšlí, ale také ji financují. Nejde o žádnou levnou záležitost. Pět minut choreografie přijde fanoušky na 70 000 korun, 3 měsíce času domlouvání, jak se vše bude odehrávat a také množství dobrovolníků, kteří jsou schopni vynaložit na to své úsilí.

Příklad vytvořené choreografie: (Obr.2)¹²



4.5 Přátelé

Tato motivace by se dala vělenit již k atmosféře, protože mají velmi společného, ale rozhodl jsem se jí dát zvlášť. Pro fanouška nezačíná zápas přesně v 16 hodin, když rozhodčí pískne do píšťalky a nekončí ani po tom závěrečném odpískání. Zápas začíná, když si lidé začínají scházet. Fanoušci se často scházejí i několik hodin před zápasem. Tento jev má více důvodů. Jedním z nich je, že se k hranému zápasu musí přesunout do místa mimo domácí stadion. Můžeme vidět fanoušky, kteří jedou vlakem přes celou republiku a právě už ve vlaku se začíná fandit. Často se stává, že fanoušci jsou posilněni konzumací alkoholu nebo jinými látkami a tak může být jejich projev velmi hlučný, někdy bohužel i násilnický. Dalším motivem může být rituál schůzky na určeném místě, příkladem může být náměstí nebo zařízení ve smyslu hospodského typu a následně pěší přesun na stadion. Mezi fanoušky to není nic neobvyklého, že by se nesetkali už 2 hodiny před výkopem a ještě rozebrali, jak by to mohla vypadat situace.

Jak před začátkem, tak také po skončení fotbalového zápasu můžeme vidět skupinky lidí, které nejdou svorně domů, nýbrž ještě pokračují do nějakého zařízení, aby prodiskutovali zápas, emoce, nebo jenom promluvili o životě.

¹² <https://www.facebook.com/dejmeluzankamsvanci/photos/pb.571378492886754.-2207520000.1453816648./1001483616542904/?type=3&theater>

Ukazuje to na fakt, že fanoušci jsou obyčejní lidé, kteří ještě před chvilkou podporovali svůj klub v zápase. Na druhou stranu však řeší i jiné věci. Věci které jim přináší život a tak je velmi důležité, když se mohou odpojit od každodenních starostí a vyrazit na fotbalové utkání.

4.5.1 Pochod

Během mého výzkumu jsem se setkal s rituálem, který možná není tolik vnímán veřejností, ale pro fanoušky má velký význam. Ukazují v něm své hodnoty, dá se napsat doslova hrdost ke klubu. Myslím, že tento rituál můžeme nazvat „Pochod“. Jedním z nejznámějších pochodů je ten na zápas pražských „S“. Kdy se fanoušci shlukují několik hodin před zápasem a pak jdou ulicemi Prahy směrem k místu, kde se zápas odehrává. Tedy na Letné nebo do Edenu. Už tento předzápasový pochod dodává zápasu jistou prestiž a atmosféru a jsou to právě fanoušci, kteří ji vyvolávají. Je pravda, že každoročně jsou tyto pochody velmi náročné, jak pro fanoušky, kteří je musí organizovat a realizovat. Vytváří se na ně plakáty, choreografie, vyvolávají se různá hesla, která symbolizují zápas. Tak na druhou stranu pro Prahu, které se dotýkají jistá omezení a to zejména v dopravě. Pochody sleduje povětšinou policie, která dělá doprovod fanouškům a často se stává, že musí řešit střety nebo výtržnosti některých fanoušků.

Nelze tedy opomenout tento pochod fanoušků, který sledujeme každý rok. Ovšem existuje i mnoho dalších pochodů, které nejsou medializované a přesto mají určitý význam. Jako výzkumník jsem byl svědkem a měl jsem tu možnost být v pochodu. Je zajímavé, že tento rituál se objeví i v soutěži, kde by to člověk nečekal a to ve třetí třídě, která je v naší zemi tou nižší (Pozn. III. Třída je předposlední výkonnostní soutěží, v některých okresech dokonce nejnižší). Přípravy a domlouvání se na tento pochod jsem zaznamenal zhruba dva nebo tři týdny dopředu. A v den zápasu bylo vše připraveno. Setkání proběhlo na návsi a před námi zbývala 4 kilometry dlouhá cesta. Věkové kategorie fanoušků napříč generacemi od 5 do 67 let, písňe nebo pokřiky doprovázené bubnem, alkoholické nápoje a samozřejmě optimistická nálada všech i přes zachmuřené počasí. Úspěšně jsme tuto cestu prošli a fandění mohlo začít před zápasem, během a pokračovat po zápase při posezení s hráči. Taková podpora fotbalovému týmu

ukazuje na vysoké hodnoty fanoušků. Naznačuje hrdost a svornost s týmem. Zcela jistě je to podpora týmu „za každou cenu“!

4.6 Vzdálenost a finance

Dva aspekty, které do velké míry mohou ovlivnit příchod fanouška na stadion. Finance máme každý z nás odlišné. Průměrná mzda se možná přibližuje k 26 tisícům, ale reálně se k tomuto měsíčnímu platu nedostane mnoho lidí. Jeden nebo dva lidé nemusí mít problém. Většinou v poklidu zaplatí za vše, na co je výlet na fotbalový stadion vyjde. Zním ale spoustu lidí, kteří nedají průměrnou mzdu dohromady ani ze dvou platů. Je proto jasné, že když se čtyřčlenná rodina rozhodne vyrazit 100 km za fotbalem, tak se musí uskromnit předtím a i během toho, co je na stadionu. Poplatit dopravu, lístky a ještě potraviny, to není nic jednoduchého. Tyto dva aspekty jsou tedy velmi důležité a zároveň úzce propojené. Jiné je to pro fanouška, když se koná utkání v místě jeho bydliště. Nemusí utrácet za dopravu a platí pouze lístek za vstupně na utkání. Myslím, že i proto se setkáváme s tím, že na venkovní zápasy a zvláště do vzdálenějších míst nevyjede mnoho fanoušků. Brání jim v tom finance a vzdálenost, která je časově náročná.

Pro představu jsem vytvořil příklad:

Čtyřčlenná rodina vyráží v sobotu odpoledne z poklidného městečka Humpolec na zápas SK Slavia Praha, který tak obdivují. Vlak odjíždí ve 13:09 a už ve 13:50 se nachází v Havlíčkově Brodě, kde přestupují. Mají štěstí, že rychlík jede hned pět minut po příjezdu a tak hned přestupují a rychlík vyráží. V 15:51 se jejich nohy dotýkají nástupiště na hlavním nádraží v Praze. Cesta, kterou mají zaplacenou už i na zpět je vychází na 1280 Kč. Mají čas, nechvátají a nechce se jim platit doprava ve městě a tak jdou ke stadionu pěšky. V klidu dorazí a v 17h už sedí na stadioně a začínají fandit, když rozhodčí píská k zahájení zápasu. Za vstupenky do sektoru, aby měli dobrý výhled dávají 1040 Kč. Utkání a jeho atmosféra se jim líbí. Během poločasu mají hlad a tak si dávají hot dog, protože je nejlevnější a ještě aby to měli čím zapít, tak si dávají kofolu a vodu. Útrata za

občerstvení je vychází na 320 Kč. Zápas končí a oni se vydávají na zpáteční cestu na nádraží, protože už ve 20:06 jim jede vlak nazpět a musí ho stihnout, je totiž poslední se kterým se mohou dostat až do Humpolce. Všechno nakonec stíhají a ve 22:52 jsou zpět v místě bydliště.

Na tomto příkladu je vidět, jak náročné může být vyjetí za fotbalovým utkáním. Je náročné finančně, vzdáleností i časem. Jsem si jist, že rodina si těžko může něco takového dovolit vícekrát do měsíce.

4.7 Korupce

Je velmi smutné, že korupce čím dál častěji zasahuje do sportu. Fotbal v tomto ohledu není žádnou výjimkou. Co už je smutnější je fakt, že se s ní v naší zemi můžeme setkat na obou stranách, tedy profesionální i amatérské soutěži. Fakt je, že se nerozlišuje, jestli je to první liga nebo IV. třída (nejnižší možná soutěž v České republice). Zároveň a to je ještě horší se tento fakt týká i mládežnických kategorií. Pokud nad tím rozumný člověk uvažuje, tak mu ani nedochází, proč se ovlivňuje okresní přebor, když tam prakticky o nic nejde. Korupci berou fanoušci jako velké selhání zainteresovaných lidí. Je to pro ně velké zklamání a také důvod, který je odrazuje od fotbalu.

Dobrovolně se samozřejmě nikdo nepřihlásí, ale pod tíhou důkazů se často stává, že tento zločin se najednou sesype jako domeček z karet.

4.8 Násilí a vulgarita

Na fotbalových stadionech se setkáváme s různými fanoušky. Vytváří různé skupiny a fankluby, které se přesouvají na fotbalová utkání. Existují také skupiny fanoušků, kteří se charakterizují pro svou extrémnost. Těmto skupinám se říká Hooligans, Rowdies nebo je můžeme označit jako „tvrdé jádro“. Pro chování, které předvádějí na fotbalových utkáních nebo mimo ně se často setkáváme s výroky, které jim nepřipisují status fanoušků, ale status chuligánů, kterým nejde

o podporu fotbalových týmů, ale o věci, které nemají s fotbalem a jeho podporou nic společného. Svým chováním negativně působí kolem sebe.

Ve svém výzkumu jsem se s tímto problémem setkával pravidelně. Což není dobrá vizitka fotbalových fanoušků. Přišel jsem na utkání, začal zápas a byl klid. Lidé povzbuzovali a vše vypadalo v klidu. Najednou rozhodčí vyřešil spornou chvíli ve výhodu pro hosty a kolem mě se rozplácla vlna vulgární posedlosti. Nadávky létaly sem a tam. V takové chvíli se podíváte kolem sebe. Vidíte, kdo nadává a zjistíte, že vedle onoho fanouška sedí nejspíše jeho syn, který moc dobře vidí a slyší, co se děje. Možná neví, co znamenají slova, která lítají tatínkovi z úst, nicméně je schopen ta slova opakovat na jiném místě, například ve škole a hned je z toho problém.

I útoky na rozhodčího nejsou žádnou výjimkou. Zvláště na vesnicích, kde rozhodčí přijede k zápasu. A buď to odnese jeho auto nebo i on může být terčem jak vulgární přestřelky, tak násilného chování fanoušků. I když je pravda, že druhá část není tak častá. Oproti tomu nadávky nejsou žádným problémem.

4.9 Terorismus

Velká hrozba pro každého z nás je terorismus. Nejde o to, jestli žijete v Londýně, Paříži nebo Madridu. Terorismus proniká všemi možnými cestami a snaží se demoralizovat a narušit naši společnost. Tendence těchto aktivit sílí každým rokem víc a víc. Je proto jasné, že s touto hrozbou se musí počítat i ve sportu. Každý rok se koná mnoho významných sportovních událostí a na některé lze jen těžko připravit to nejlepší zabezpečení. A i to nakonec nemusí stačit. Každé místo, kde se shlukuje více lidí je potencionálním místem pro teroristický útok. Nezáleží už, kde žijeme a nemůžeme tvrdit, že se naší země takové nebezpečí netýká. Jsme jeden ze států, který bojuje proti terorismu a také proto se zvyšuje riziko.

Toto je velmi negativní věc, která by mohla ublížit nejenom fotbalu, ale každému sportu. Fanoušci si nemohou být nikdy jisti, že zrovna jejich utkání je bezpečné. Náznaky už jsme dostali na podzim roku 2015 ve Francii. 13.11.2015 při mezistátním utkání Francie – Německo se u stadionu odpálili dva sebevražední

atentátníci. Na stadionu v tu chvíli bylo přes 70 tisíc lidí. Ukázalo se tak, že nebezpečí může být blízko. Následně byl odložen i zápas v Belgii, protože obavy z dalšího podobného činu byly na místě. Toto je příklad, který je varováním, pro fanoušky u nás. V naší republice máme sice podstatně menší stadiony, ale neznamená to, že by nebyli v ohrožení. Tento fakt samozřejmě musí zvážit každý fanoušek a rozhodnout se podle toho.

4.10 Přírodní rozměry

Fotbal je venkovním sportem, a proto je počasím do jisté míry ovlivňován. Moderní stadiony jsou pro počasí přizpůsobeny svou konstrukcí. Některé z nich mají dokonce střechu, která se při nepříznivých podmínkách zasune a na stadionu se pustí systém klimatizace a filtrace vzduchu. Zásadou této moderní technologie se nemusí fanoušci obávat, že by byli vystaveni mrazům, dešti nebo jiným jevům. A v poklidu mohou zápas sledovat. Pro fanouška je to tedy velké pozitivum a nemusí, tak vůbec problém s počasím řešit i nijak na něj nepůsobí. Na druhou stranu je dobré zmínit, že těchto stadionů není na světě mnoho z důvodu finanční náročnosti. Takže počasí si může s fanoušky během celého roku velmi pohrát. Zvláště když se fotbal stal celoročním sportem.

Fanoušci si tedy většinou musí poradit s rozmary počasí sami. Samozřejmě, že stadiony mají střešní kryty, které zabrání srážkám, ale se zimou už se musí každý vypořádat sám. Fanoušci tak v chladnějších obdobích přichází nejenom teple oblečení, ale sebou si třeba nesou ještě deku, něco suchého na sedadlo, a když ani to nezabírá, tak nezbývá než si vytvořit teplo vlastním pohybem. Nejhorší podmínky v rámci počasí nabízí malé stadiony, které nemají kryté tribuny a jediná možnost, jak se se ohřát je navštívit občerstvení.

4.11 Média

Každý den se setkáváme s novými zprávami. Je zajímavé kolik se toho stane za jediný den v rámci jednoho kraje naší republiky. Mediální společnosti, které provozují internetové, tištěné nebo jiné zprávy se nám snaží zprostředkovat, co možná nejvíc těchto zpráv a také v krátkém čase. Rychlost předávání zpráv se během posledních pár let velmi zrychlila. To vše díky moderním technologiím. Bezprostředně po skončení určité události můžeme sledovat fotky, videa, informace, na které bychom před desítkami let čekali celý den.

Ovšem existuje také kvalita informací, které se k nám dostávají. V naší společnosti se lidé snaží dostat k velkým věcem. Zvláště mediální společnosti se v honbě za informacemi někdy nezastaví před ničím. Chtějí mít tu nejvyšší sledovanost zpráv, a proto se často odchyľují od pravdy. To je dle mého názoru zásadní chyba a navíc manipulování s informacemi.

Je na každém člověku, aby si vybral vlastní zdroj informací, ale měl by zvážit zda jsou nabitě informace důvěryhodné. Důkladně si je přečíst a nevykládat nic pouze z nadpisu, či několika prvních řádků, které nemusí osvětlovat celou situaci. A v tomto bodě narážíme na další skutečnost. Důsledkem špatného pochopení nebo nedůslednou četbou celého obsahu vznikají fámy, které se nadále šíří a ovlivňují okolí. K těmto chybám se můžeme snadno dostat a to tím, že především internetová media, která jsou čím dál tím více sledována mají zabudovanou diskuzi, kde může každý čtenář vyjádřit svůj názor. Často při čtení diskuzí jsem byl svědkem, jak se změnila podstata zprávy a nabíla jiný rozměr.

Všechny tyto aspekty nás mohou při četbě nových informací o fotbale ovlivnit. Fanoušci, kteří neviděli fotbalové utkání se mohou dostat k informacím, které mají úroveň a obsahují vše důležité. Mohou se také dostat k informacím, které napsal člověk podle výsledku. Když si řekl, že tým, který vyhrál 2:0 byl jistě lepší než ten poražený. A nebo se fanoušek dostane k důvěryhodným zprávám, ale zcela je obrátí a mohou vznikat zcela zkreslené představy o jinak normální události.

4.12 Doping a jiné zakázané látky mezi sportovci

„Sport je obvykle spojován s kladnými hodnotami působení na člověka, který se této činnosti věnuje. Sportování je zdrojem zábavy, uspokojování zájmů vítězit, překonávat soupeře, být v kolektivu přátel stejných zájmů, ale může být i zdrojem obživy a profesionálního uplatnění. Tyto, dá se říci, pozitivní hodnoty najdou však své naplnění pouze tehdy, provozuje-li se sport podle pravidel s úctou a respektem k soupeři, prostě v duchu fair-play.

To, že tomu tak vždy ve sportu není, plyne často z přeceňování významu vítězství, které je jediné považováno za úspěch. Takovéto hodnocení sportovních výsledků nabádá k porušování principů čestného soupeření včetně užívání dopingových prostředků. Avšak doping neposkytuje záchranu, berličku, která sportovci pomůže nalézt cestu k vítězství a sportovní slávě. Jen se za překonání vlastních nedostatků a limitů své výkonnosti uchyluje k podvodu a to nejen na soupeřích, ale vlastně i na sobě samém.“¹³

Tento článek uvedl na stránkách antidopingového výboru jeho ředitel RnDr. Miloš Vrabec a zcela tím popsal vztah sportu a dopingu. V historii sportu není doping žádnou výjimkou. Užívání zakázaných látek, které mají zvýšit výkon sportovce se stalo součástí sportů a vrhá velmi špatný stín. A i přes větší snahu lidí, kteří se v tomto směru realizují a snaží se maskovat své pochybné praktiky se k pravdě dochází a pro odhalené viníky to má většinou velké následky, které končí i doživotním zákazem působení v určitém odvětví sportu.

¹³ http://www.antidoping.cz/o_nas_uvod.php

5 Struktura fotbalových fanoušků

Vzhledem k mému výzkumu bych rozdělil fanoušky v naší republice do několika skupin. Jde o strukturu, která nejlépe vystihuje aktuální stav, ale také se může tato struktura měnit.

5.1 Domácí týmy

Jako první jsem zvolil skupinu fanoušků, kteří preferují týmy z domácích českých soutěží. Nerozhoduje přitom kvalita soutěže. Člověk, který žije ve městě nebo okolí města může být přitahován ke klubu více možnostmi. V tomto bodě rozhoduje vliv, který na daného člověka působí každý den.

Vliv přátel - Jedním z nich může být parta přátel, který fandí tomuto klubu a tak se k nim člověk připojí. Když se člověk dostane do takové party. Je samozřejmé, že se přátelé kontaktují, vyhledávají a pak stačí jedna věta „Hele, zejtra je tady fotbal“ a fotbalové utkání má jisté fanoušky.

Vzdálenost - Druhá z nich může být, že daný fanoušek má ke klubu blízkou vzdálenost a nemusí tak, až s výjimkou venkovních zápasů cestovat delší vzdálenosti za fotbalem.

Vlastenectví - Dalším bodem je vlastenectví k městu, které fanouška přitahuje k místnímu klubu. Pocit splynutí s klubem ze stejného města, ve kterém fanoušek žije více let. Cítí se zde doma, má rád fotbal, zná místní fotbal nebo vztah k němu a tak se k němu hlásí.

Generační předávka - Velkou motivací ke klubu může být jistá generační předávka. Je to jedna osvědčená předávka, když člověk, který třeba působil ve fotbalovém klubu a povzbuzoval ho určitý čas, může předat motivaci svým dětem, které do klubu integruje.

Domácí tým, odlišné město – Samozřejmě se můžeme setkat s fanoušky, kteří bydlí ve městě, ale svůj oblíbený fotbalový klub mají někde jinde. Může to být sousedské město nebo také okolní vesnice. Výjimkou také nebývá, že fandí týmu, který je vzdálen 100 kilometrů. Podporovat klub na takovou vzdálenost není jednoduché. Často i když třeba nejezdí na zápasy, snaží se podporovat klub tím, že jsou členy fanklubů, nebo si objednávají různé věci z oficiálních e-shopů klubu.

- Zásadní otázky - Proč fandí českému týmu?
Co je ke klubu vede (motivuje)?
Jak a kde se k nim dostali?
Mají rodiče vliv na fanouškovství?

5.2 Zahraniční týmy:

V této části je zamyšleno působení fanoušků, kteří jsou příznivci zahraničních týmů. V rámci českých soutěží nenašli zalíbení a unesla je touha povzbuzovat zahraniční týmy.

V posledních letech vzniká více fanklubů uvnitř naší republiky a orientují se k fandění zahraničních týmů. Tento vzestup začal především díky rychlému sdílení informací na sociálních sítích. Fankluby pracují úplně stejně jako ty, které fandí týmům z České republiky až na jednu odlišnou věc a tou je, že pokud se fanoušci chtějí stát aktivem, musí vynaložit větší úsilí, aby se dostali k podpoře oblíbeného týmu. Zároveň je zajímavé, že spousta fanklubů zahraničních týmů je česko-slovenská. Od rozdělení zemí v roce 1993 uplynulo už spoustu let, ale pořád je zde určitý katalyzátor, který svádí oba tábory k sobě. Jistě to je blízkostí zemí, podobným jazykem nebo nedávnými předky.

- Zásadní otázky – Proč fandí zahraničnímu týmu?
Rozhoduje kvalita soutěže (jejich hráčů)?
Jak a kde se k nim dostali?
Jste členy zahraničních fanklubů?

5.3 Fanoušek a kvalita soutěže

V naší zemi existuje 10 výkonnostních soutěží. Fotbalový fanoušek má tedy velmi různorodé pole výběru. Teoreticky by poslední desátá měla být nejhorší a od ní by měla kvalita soutěží růst až po ligové soutěže. Fotbalový fanoušek, který se orientuje nějaký čas ve fotbale ví, že toto pravidlo není tak „tvrdé“, jak by

mělo. Občas se tak stane, že při setkání týmů s různou výkonností, vyhraje to papírově slabší.

Nižší soutěže - Existuje tedy mnoho fanoušků, kteří preferují kluby z nižších soutěží a nevdají jim, že jejich soutěž není v širším záběru preferována v médiích. Chodí se na fotbal pobavit. Nevadí jim nižší kvalita fotbalových hráčů.

5.4 Fanoušci národního týmu

Ať už je člověk fanouškem zahraničního týmu nebo českého týmu, tak se pravidelně schází u národní reprezentace. Není tomu tak vždy, ale ve velké většině se fanoušci přiklání k pocitu vlastenectví. Jsou rádi, když mohou na stadionu sledovat hráče českého národního týmu, když jsou vyrovnáni vedle sebe a začne hrát hymna. Právě na otázku, co pro fanouška znamená být na zápase národní reprezentace, mi sdělovali, že je to ten moment, kdy se rozezní hymna a lidé se chytanou kolem ramen, zpívají hymnu spolu s ostatními. To je pro fanoušky důležitý moment, emoce, pocit toho, že zapadají mezi ostatní fanoušky a mezi ostatní Čechy.

5.5 „Neutrální“ fanoušek

Tento pojem jsem vytvořil, protože jsem nemohl zařadit určitou skupinu lidí. Je to skupina lidí, kteří přicházejí na fotbalový stadion z jiného důvodu, než je fandění. Proto o nich nelze mluvit jako o příznivcích.

Doprovod - Jedním ze základních vysvětlení je, že jsou doprovodem fanouška, který opravdu přišel povzbudit svůj klub. Jdou na fotbalový zápas, protože chtějí trávit čas s tím druhým. Nijak zvlášť je nezajímá, kdo hraje a o co jde. Prosedí tak zápas aniž by vyjádřili podporu nějakému klubu a po zápase zase odejdou.

Reklama – fotbal je sport, který je závislý na finančních zdrojích. Čím vyšší soutěž, tím více finančních požadavků na fotbalový klub. Týká se to jak fotbalové infrastruktury, tak hráčů. Fotbal tedy potřebuje finance a pak jsou zde společnosti, které se snaží své produkty nabídnout dále nebo více medializovat v oblasti, kde se nachází. Společnosti tak začnou sponzorovat fotbalový klub a ten jim na oplátku šíří reklamu. Když tato strategie funguje, mají z ní zisk oba dva subjekty.

Rámec výhod se stává, že společnost, která investovala do fotbalového klubu obdrží volné lístky na utkání. Nebo je fotbalové utkání součástí vyjednávání o kontraktu. Tím se mohou dostávat nový a nebo neutrální fanoušci k fotbalu. Zástupci společnosti přijdou k fotbalovému zápasu, protože je součástí kontraktu, ale jinak nevyvozuji žádné výsledky a už vůbec ne závěry fanouška.

I zde je ovšem možné, že se z „neutrálního“ fanouška může stát aktivní fanoušek. Určitým způsobem na něj zapůsobí atmosféra na stadionu nebo další vlivy a najednou je tu člověk, který by byl rád fanouškem. Je to jedna z cest, jak nalézt nového fanouška.

5.6 Muži vs. Ženy

Jak to vlastně je s odlišným pohlavím na fotbalových stadionech? V České republice, alespoň ve výzkumu, kterým jsem prováděl se mezi hlavní účastníky fotbalových zápasů řadí skupina Muži. Nicméně skupina Ženy není svým počtem vzdálena, tak jak by si mohli lidé myslet. I mezi ženami se zvedá počet stoupenek tohoto sportu. Zaměřil jsem se tedy proto na ženy, abych zjistil proč vyhledávají tento sport nebo, jak se k němu dostali.

5.6.1 Ženy

Spousta žen, pokud to nejsou typy, které od mladých let vyhledávají tento sport, se k němu dostávají déle. Sám jsem si položil otázku proč? Odpovědí a hlavním důvodem na otázku je jejich syn (dcera), který se tento sport rozhodl dělat. K tomuto závěru jsem dospěl i v rámci pozorování. Vidět ženy na fotbale je běžné u dětí, protože je vyzvedávají z tréninků a zápasů. Po pár letech se ženy posouvají až do dospělého fotbalu a to tím, jak jejich děti postupně nabývají věk dospělého hráče. Zároveň jsou více vnímány ostatními fanoušky nebo právě výzkumníky. Důvodem proč jsou méně vnímány mimo dospělý fotbal je, že většina laické veřejnosti nebo výzkumníků se zaměřuje ve svých pracích nebo průzkumech pouze na dospělé soutěže a zcela očividně přehlíží soutěže žákovské, dorostenecké nebo juniorské.

Ženy se také dostávají k fanouškovství přes své přátele nebo manžely, kteří chodí povzbuzovat fotbalový klub nebo hrají fotbal aktivně. A když hrají aktivně, tak se ženy chodí dívat. Setkávat se můžeme i s tím, že se ženy hráčů sblíží a jezdí je povzbuzovat na každý zápas.

5.7 Fanoušek a „fotbalový věk“

Tato část kapitoly neznámá spojitost s probíráním dějin fotbalové historie. Nýbrž se zaměřuje na členitost fotbalových soutěží dle věku a jeho fanoušky. Soutěže dle věku by se dali shrnout ve velké stručnosti dvěma body (děti a dospělí), ale to není můj příklad formy. Nemyslím si, že by bylo vhodné takto krátit tuto část. Děním tuto část hned do několika kategorií dle věku:

5 – 9 let;

To je věk, kdy většina dětí začíná hrát fotbal. Přihlašují se do fotbalových klubů a začínají si zkoušet, co je baví. Výhradními fanoušky v tomto věku jsou především rodiče, kteří je doprovázejí na tréninky a zápasy. Nelze říct, že se člověk jde podívat na fotbalový zápas, ale spíše na své dítě. V dnešní době plně „technologických vymožeností“ jsou rodiče potěšeni, když jejich dítě chce sportovat. Rodiče se snaží povzbuzovat, ale především jim jde o jejich ratolest.

10 – 14 let;

Tak zvaný žákovský věk fotbalového hráče. Samozřejmě nemůžeme čekat, že na fotbalový zápas přijde mnoho fanoušků. Tím hlavním fanouškem jsou opět rodiče dětí, ale postupně se zde objevují lidé, kteří fandí a vlastně nefandí žádnému týmu. Říkají se jim scuti a vyhlíží nové talenty. Nejde o fotbalového fanouška, který si vezmu šálu klubu a začne křičet hesla domácího klubu. Většinou se scuti nijak neprojevují navenek. Sledují hru, především hráče, dělají si poznámky a vyhodnocují možnosti. Soutěže žáků jsou také publikovány v tištěných médiích nebo na internetu, tudíž mají fanoušci možnost sledovat průběžné výsledky týmu.

Samozřejmě zde nalezneme rozdíl mezi ligovými a okresními soutěžemi. Ligové soutěže mají větší sledovanost z pohledu diváků i médií.

15 - 19 let;

Dalo by se říct, že tato kategorie je velmi zlomová pro hráče, tak pro fanoušky. Hráči se snaží dosáhnout jistých cílů a pro fanoušky začíná být tento fotbal atraktivní. Spousta fanoušků hodnotí kategorii slovy: „*Dá se na to koukat*“. Proto se na stadionu objevují rodiče, scuti, ale i další fanoušci. Zejména pokud se fotbalovému týmu daří a hraje o přední místa. Je velmi dobře vnímán a navštěvován fanoušky. Setkávat se můžeme s hlasitým povzbuzováním pro tým a také emocemi. Během průzkumu jsem se nejednou setkal s tak vyhrocenými situacemi, že se rozhodčí musel mít velmi na pozoru, jak k sobě, tak jeho majetku. Je zajímavé, jak sporný moment na hřišti ovlivní fanouškovo chování mimo stadion na laku auta rozhodčího.

Junioři;

Tato skupina je v naší zemi velmi omezena. Fanoušků, kteří sledují juniorskou soutěž není mnoho. Jde především o soutěže budoucích profesionálních fotbalistů ve věku kolem 20 let. Těchto soutěží je poměrně málo a navíc nemají dostatečnou podporu ze strany médií nebo jiných vlivných kruhů, které by pozvedly jejich prestiž. A proto jsou ze strany fanoušků poměrně opomíjeny. Jinak tomu je v zahraničí, kde jsou tyto soutěže atraktivnější.

19 – 40 let;

Tato kategorie je z pohledu chodících diváků nejbohatší. Hlavním důvodem je určitě atraktivita, prestiž nebo již zmíněné emoce. Fotbalový fanoušek se v této oblasti věku dostává k nejlepším výkonům hráčů, kteří jsou v tomto věkovém rozmezí na vrcholu sportovních dovedností. Na druhou stranu se zde i fanoušci ukazují v tom nejzářivějším světle. Před, během, ale i po skončení fotbalových se zápasů se fanoušci snaží vyjádřit podporu fotbalovému klubu. Z toho vyplývá, že i fanoušci jsou pro tuto věkovou relaci na vrcholu svých možností. Rozebírají

samotnou hru, ale také jejich fandění, protože jejich fandění je vlastně přínosem pro jejich oblíbený klub a celou hru. Fanoušci vědí, že bez nich by nebyl fotbal tím, čím se stává. Těžko by se hrálo hráčům na stadioně, který má kapacitu padesát tisíc míst, ale byl by úplně prázdný.

41 a víc;

V České republice začínají vznikat jisté soutěže „veteránů“. Tedy fotbalových hráčů, kteří mají chuť si zasportovat a poměřit síly s hráči, který mají podobný věk nebo už nejsou na takové fyzické zdatnosti. Zatím je vše v začátcích a těžko lze mapovat jistou atraktivitu a motivaci pro fanoušky. Nicméně jistou zárukou je to, že většina hráčů hrála fotbal po celý život a tak mají jisté zkušenosti. To bude zřejmě největší lákadlo pro fanoušky. Až následující roky předvedou, jak jsou tyto soutěže vnímány fanoušky.

5.8 Ženský fotbal a jeho fanoušci:

I v České republice se můžeme setkat s ženským fotbalem. Ovšem jeho vnímání je od toho mužského zcela odlišné. Není mnoho lidí a fanoušků, kteří by si vůbec vzpomněli na jméno nějaké známé hráčky u nás. Všichni znají Petra Čecha, Tomáše Rosického nebo Pavla Nedvěda, ale kdo zná momentální fotbalistky? Irena Martínková, Lucii Voňková, Petra Bertholdová – to jsou nejznámější české hráčky dneška. Jediná osobnost, která je známější je bývalá hráčka německého Bayernu Mnichov nebo švédského Malmo. Touto osobností je Pavlína Ščasná, kterou se mi povedlo dostat z hlav zpovídaných fanoušků. Fakt je takový, že lidi, kteří neprijdou osobně do kontaktu s fotbalistkami, tak žádné neznají, protože o ženský fotbal a jeho hráčky nemají zájem. Nehledají je na internetu, tak jako jejich mužské kolegy. Ale ani média nevěnují ženskému fotbalu u nás mnoho času. Přitom se jedná o stejný sport, s téměř stejnými pravidly, ale jinou fanouškovskou základnou. Stejně tak úspěchy týmů Sparty a Slavie nejsou špatné ani v evropském měřítku. Nicméně celkově je v Evropě ženský fotbal na daleko nižší mediální úrovni než mužský.

6 Fanklub

Stejně jako známé osobnosti nebo jiné sporty, tak i ve fotbale mají fotbalové kluby své fankluby. Co je vlastně fanklub? Jaké má cíle? Jak se můžeme stát členem fanklubu? Tyto a ještě další otázky jsem pokládal sám sobě a také fanouškům, abych se dozvěděl něco o jejich fungování, poselství a existenci fotbalového fanklubu.

Když si najdete fanklub nějakého týmu na internetu, vyhledáte fyzicky nebo jiným způsobem. Budou vám poskytnuty základní informace o tom, koho daný fanklub podporuje a ve stručném obsahu jeho vznik. Při mém výzkumu jsem tyto základní informace nacházel mezi prvními. Byly označovány jako „Preambule¹⁴, anotace nebo základní informace“.

V dalším popisování jednotlivých fanklubů jsem našel základní údaje, jako byl oficiální název, sídlo a také jistým ustanovením, za kterého fankluby vznikají. Především jsem se setkával s pojmem „dobrovolné sdružení občanů“. Žádnou výjimkou nebyly případy, kdy fanklub byl založen formou spojení více občanských sdružení, které podporovali jeden tým a s myšlenkou bylo rozšířit vybudované základny a také zvýšení informovanosti okolí.

Po prvních dvou řekl bych úvodních částech se informace přesunuli směrem ke cílům fanklubů a nebo členství. Jako první jsem si ve výzkumu raději vybíral informace týkající se cílů fanklubu. Myslím, že je důležité nejdříve načerpat informace o cílech a později po promyšlení řešit již zmíněné členství.

Základním a zjevným cílem pro každý fanklub je samozřejmě podpora daného fotbalového klubu. Samozřejmostí tedy bývá jistá provázanost obou stran, ze kterých plynou informace pro obě strany. Symbióza obou stran je výhodou a povětšinou si ji později pochvalují obě strany. Fanoušek vám k tomu řekne, že když vidí náklonost a respekt od klubu, je i on ochotný podporovat a hájit fotbalový klub za každou okolnost.

Dalším bodem by mohla být podpora svých členů. Důležité je, aby fanoušek cítil, že se stal článkem jisté „rodiny“. „Spokojený zákazník je lepší než milionová

¹⁴ http://www.slavista.cz/files/files/Dokumenty%20FK/FanklubSKS_stanovy.pdf

reklama“. Hovorová fráze, kterou jistě slyšel každý z nás. V dnešní době už se moc nepoužívá, nicméně bych chtěl říci, že spokojený člen fanklubu bude vždy hájit jeho čest a s pomocí ostatních členů podporovat tým.

Fanklub také zajišťuje určité sportovní, kulturní nebo propagační akce. To jak pro své členy, které tak kontaktuje a ukazuje, že chce navazovat interakci, ale také pro shledání s fotbalovým klubem, subjekty, jiným sdružením, fyzickými osobami, kteří mají své místo. V poslední větě zmíněná sdružení se zaměřujeme především na podobnou činnost, která poskytuje pro obě strany prospěch.

Pro všechny tyto cíle jsou samozřejmě důležité informace. Ty jsou získávány prostřednictvím osobních kontaktů (myšleno fyzickým shledáním), tiskových zpráv nebo internetu.

Členství ve fanklubech je povětšinou zajištěno určitými pravidly, které mohou být u jednotlivých fanklubů rozlišeno. Většinou není problém, aby se členem fanklubu stal úplně každý, i děti mohou (někde se svolením rodičů). Děti však mají do jistého věku omezení v určitých procesech fanklubu. Co je však důležité poznamenat, že každý člen musí akceptovat svá práva, ale také povinnosti. Akceptování určitých povinností mu uděluje výhody, které pak jistě docení. Bezproblémový vstup do fanklubu je jedna věc, ovšem i opačně zánik členství může nastat velmi rychle. Jednou ze samozřejmostí je vlastní úvaha vystoupení z fanklubu. Když si fanoušek myslí, že mu členství nepřijde prospěšné nebo jenom ztratil důvěru ve fanklub. Jiné případy zániku se povětšinou týkají jistých porušení pravidel daného fanklubu. Příkladem může být neplacení členských příspěvků (pokud je tedy vyžadováno – není u všech fanklubů). Členství také končí úmrtím člena. To vše k zásadním informacím týkajícího se členství a na závěr upozorňuji, že je to členství tzv. „řádné“. Ve fanklubu se můžeme setkat s nabytím členství „čestného“. Toto členství je udělováno výborem fanklubu a bývá udělováno pro přínos a podporu ke klubu nebo fanklubu.

Další částí ve fanklubu je jeho struktura. Struktura může být velmi rozdílná. Jinak je tomu o fanklubů, které jsou pro ligové soutěže. Mají podstatně větší počet členů a tomu odpovídá struktura a orgány. Podstatně menší, „vesnické“ fankluby mají skromnější zázemí své struktury. U těch větších a zajímavějších se můžeme setkat s orgány: Valná hromada, výbor a také kontrolní komise.

Výbor je tvořen předsedou, místopředsedou, jednatelem nebo hospodářem, sekretáři a podobně. Samozřejmě konkrétní struktury jsou trochu rozdílné. Výbor je většinou volen na období (které bývá rozdílné) a zajišťuje chod fanklubu. Zvolení lidé mají své povinnosti, které musí plnit a pokud se tak nečiní jsou odvoláni ze svých pozic pravidly fanklubu. Pokud je ve fanklubu zřízena kontrolní komise je její náplní právě kontrolovat výbor, aby plnil své povinnosti. Kontroluje také činnost členů a při porušení pravidel oznamuje tresty.

Finance fanklubu jsou závislé především z vnějšku. Pověštinu financí se dostává z členských příspěvků, příjmů ze společenských akcí pořádaných fanklubem. Následují příjmy z vlastní činnosti a samozřejmě dotace, dary a sponzoring. Fankluby jsou poměrně závislé na penězích z vnějšku. Pokud se nedostává darů nebo dotací musí členové vynaložit vlastní finance a především čas, aby mohli realizovat jisté události.

7 Závěr

V úvodní kapitole bakalářské práce jsem si vytyčil získat informace, které se týkají pozitivních a negativních aspektů v dopadu na fotbalové fanoušky. Zaměřil jsem se na získávání informací z terénu pomocí předepsaných metod, literatury a internetových zdrojů, zároveň tímto odstavcem začal shrnutí své bakalářské práce.

Ve druhé kapitole se dozvídáme ve stručném přehledu historii fotbalu, která cílí na představení fotbalu.

Následující kapitola nás uvádí do teorie terénního výzkumu a toho, jak byl výzkum prováděn. Popsáno je zde časové rozmezí výzkumu, metody a výzkumné otázky, které byly pro práci využity. Následující kapitoly jsou více praktické a jsou tedy detailněji v tomto závěru shrnuty.

Snažil jsem se zaměřit na strukturu fotbalových fanoušků, proto abych si je rozřadil do jednotlivých skupin a pochopil tak, jaké fanoušky můžeme v naší zemi vidět. Není zrovna jednoduché rozřadit fanoušky do skupin a každý výzkumník by preferoval své vlastní postupy. Rozhodl jsem se vytvořit více skupin, které jsem stručně definoval. Uvedl jsem příklady a informace, které jsem se dozvěděl od samotných fanoušků nebo dle dlouhodobého pozorování. Hned na začátek jsem uvedl dva stěžejní body a to jsou fanoušci domácích a zahraničních klubů. Dnešní svět nabízí intenzivní kontakt do okolních zemí. Je to díky internetu, který je dostupný prakticky na každém rohu, ale také díky médiím. Proto se často stává, že některé fanoušky vůbec nezajímá fotbal v České republice, ale vybírají si tým především ve zbytku Evropy a ten sledují. Musí potom vynakládat větší finanční prostředky a jezdí fotbalový klub podporovat přímo na stadion. Relativně dostupné jsou okolní sousedi naší země. Nicméně setkal jsem se s fanoušky, kteří podporovali týmy z větších dálek. Jako příklady bych uvedl Madrid, Londýn, Milán nebo Paříž. Zajímavým faktorem je, že pokud tedy fanoušci podporují zahraniční klub, jejich tendence jdou spíše směrem na západ od České republiky. Směrem na východ pro ně nejsou soutěže atraktivní. Přesně jsem nepřišel proč se tomu tak děje, ale myslím, že je to tak nastavené v celé české společnosti, zvláště pak v politice, abychom se přikláněli spíše na západ. U domácích soutěží jsem se zaměřil na to, jak se dostali fanoušci k fotbalovému klubu. Zajímalo mě jestli podporují tým z místa jejich bydliště (pokud tam nějaký mají) nebo zda vyhledávali na jiném místě. Překvapilo mě, že pořád se spousta fanoušků dostává

k fandění od svých rodičů. Také jsem se věnoval fanouškům a „fotbalovému věku“, kde jsem rozepsal jednotlivé věkové skupiny mládežnických a dospělých kategorií a tím, čím jsou pro fanouška zvláštní. Nechybí ani stručný přehled ženských fanoušků na fotbale. Především informací, jak se dostávají k fotbalu.

Dalšími body se zaměřily na kvalitu soutěže, národní fanoušky, kteří jsou více specifikováni v kapitole s motivacemi, následně jsem se zaměřil na pojem „neutrální fanoušek“, který jsem ve své práci definoval. Na závěr struktury jsem zahrnul ženský fotbal, který bývá společností opomenut. Ženský fotbal má co nabídnout a měl by být postupem času brán stejně jako je tomu u jiných sportů, příkladem mohou být tenis nebo biatlon. Vůbec by nebylo špatné se zaměřit pouze na ženský fotbal.

Důležitá kapitolou v práci jsou motivace. Motivace fanoušků, které je ovlivní k tomu, aby podporovali svůj klub. Na druhou stranu vlivy, které se postarají o to, že fanoušek vyhledává jiný klub nebo se nehlásí k žádnému. Ke kladům jsem zařadil spolupráci mezi fanoušky a fotbalovým klubem. Pro národní fanoušky pak jistě zřízení fotbalového fanklubu národního týmu, který má velký potenciál a zajišťuje výhody pro fanoušky – v podobě lístků na zápasy, autogramiád a podobně.

Kvalita soutěže je pro fanoušky také rozhodujícím faktorem. Jsou fanoušci, kteří se rádi podívají na nižší soutěže, ale často se setkáte s fanoušky, kteří vyžadují od fotbalistů jisté nasazení, předváděnou kvalitu a už jenom to, že soutěž se nazývá liga, je pro ně zásadním faktorem při rozhodování.

Stejným způsobem působí atmosféra, která je během zápasu vytvářena fanoušky. Někdy k atmosféře přispívá samotná hra, když se hraje utkání, které je otevřené na obě strany a má jisté parametry. Fanoušci se spíše nechají strhnout a fandí mnohem více, dopomoci k tomu mohou zápasy označené jako „derby“ (týmy ze stejného města, nebo blízké vzdálenosti). Atmosféru umí vytvořit také fanoušci, to když si připraví choreografii. Choreografie je náročná finančně, tak především časově a fanoušci musí vynaložit mnoho sil, aby se vše uskutečnilo.

Přátelé a pochod jsou další dvě části, které spolu velmi souvisí. V těchto částech je popsáno, jak se snaží fanoušci spolupracovat. Zvláště u části Pochod, která je praktickou ukázkou z výzkumu. Na základě dobré party přátel se také můžeme dostávat k většímu počtu fanoušků na zápasech. Pokud parta přátel nefunguje

dobře, jsou zde nějaké problémy, tak se stává, že se lidé prostě rozhodnou na zápas nejít.

Častým negativním vlivem bývají následující části kapitoly. Mezi ně patří finance a vzdálenost, špatné přírodní rozměry, korupce, násilí a vulgarita, doping nebo dokonce terorismus. Dnešní svět nám bohužel více přináší tyto vlivy. Fotbal tím dostává špatnou nálepku a fanoušci rychle reagují na tyto negativní vlivy. Zároveň je nutné dodat, že tyto jevy nejsou pouze ve fotbale, ale rozšiřují se po všech sportech. Sport se s tím musí vyrovnat a bojovat. Opomíjení těchto vlivů by mohlo znamenat problémy pro všechny, kdo se ve sportu angažují. Neúčast fanoušků při zápasech by byla likvidací.

Jak to tedy je s fanoušky v České republice? Nelze napsat jednoduchý závěr, který by byl pro všechny fanoušky jednotný. Každý fanoušek se setkává s vlivy, které na něho působí pozitivně, ale také negativně. Zatím mírně převládají pozitivní vlivy nad negativními. Lidé na fotbalová utkání chodí, ale návštěvnost na stadionech by mohla být lepší. Stále se naše země nemůže rovnat zemím jako je Anglie nebo Německo. Je samozřejmé, že tyto země mají životní úroveň vyšší než je tomu u nás, zároveň si však lidé na fotbal najdou čas a vynaloží prostředky, aby mohli sledovat zápasy. Zajímavé bývá také porovnání se zeměmi, které jsou nám bližší v životní úrovni, ale sledovanost fotbalu je zde vyšší. Porovnání nám tak ukazuje, že fanoušci z jiných zemí jsou aktivnější v rámci očividné podpory fotbalového klubu. Domácím fotbalovým klubům často nevychází ani akce, kterým se snaží nalákat fotbalové fanoušky na stadiony. Příkladem může být symbolické vstupné.

Poslední kapitola se věnuje fanklubu. Popis nám přináší informace, které se týkají funkce, struktury, financí a dalších akcí, kterým se fanklub věnuje. Dle mého názoru je fanklub velmi důležitým článkem mezi fanoušky a fotbalovým klubem. Má za cíl podporovat fotbalový klub a díky němu se fanoušci často dozívají důležité informace. Při dobré práci fanklubu se podpora k fotbalovému klubu zvyšuje.

8 Použité zdroje:

ERIKSEN, Thomas Hylland. *Sociální a kulturní antropologie: příbuzenství, národnostní příslušnost, rituál*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008, 407 s. ISBN 978-80-7367-465-6.

GIULIANOTTI, Richard. *Football: A Sociology of the Global Game*. Polity Press, 1999. ISBN 0745617697.

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebe prezentace v každodenním životě*. Vyd. 1. Preklad Milada McGrathová. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999, 247 s. ISBN 80-902-4824-1.

GOLDBLATT, David a Johnny ACTON. *Kniha fotbalu: ligy, týmy, taktiky, pravidla*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2010, 400 s. ISBN 978-80-242-2725-2

JELÍNEK, Radovan a Miloslav JENŠÍK. *Atlas českého fotbalu od roku 1890*. 1. vyd. Praha: Radovan Jelínek, 2005, 383 s. ISBN 80-903645-1-9.

JELÍNEK, Radovan a Jiří TOMEŠ. *První fotbalový atlas světa*. 1. vyd. Praha: Infokart, 2000, 199 s. ISBN 80-902832-0-9.

MURPHY, Robert Francis. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. Vyd. 2. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2004, 268 s. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-86429-25-3.

Internetové zdroje:

http://www.antidoping.cz/o_nas_uvod.php

<https://www.wikipedia.org>

<http://www.slaviaultras.cz>

<http://www.idnes.cz>

<http://www.supporters.cz>

<https://www.facebook.com/Český-fotbal-pro-fanoušky-239111928608>

<https://www.facebook.com/dejmeluzankamsvanci/photos/pb.571378492886754.-2207520000.1453816648./1001483616542904/?type=3&theater>

http://www.slavista.cz/files/files/Dokumenty%20FK/FanklubSKS_stanovy.pdf

Seznam obrázků:

Obr. 1 - Systém českých klubových soutěží mužů, *str. 14*

Obr. 2 - Příklad vytvořené choreografie, *str. 22*