

REVUE 11 – K OBSAHU

Milí lidé od Revue,
díky za postupné mozkové a komunikační bouření stran RPM č. 11 – Média a sport. Zde je shrnutí toho všeho.

Jakub Macek

*

Obsah čísla se začal velmi reálně rýsovat. Z průletu diskurzem je jasné, že klíčovými tematickými liniemi v oblasti média a sport jsou

- národní identita, politika a ideologie
- osobní identita, gender a tělesnost
- vlastnictví, globalizace

Nabízejí se dva postupy – buď vybrat jeden z okruhů a věnovat se podrobněji jen jemu, nebo se trochu odvázat a proletět všemi tématy. Osobně jsem pro druhou možnost.

Tomáš Kvasnička navíc nabídl jednu vcelku praktickou tematickou matici:

_____ media a divácky sport nova media a provozovaný sport

media a provozovaný sport nova media a divácky sport

Je jasné, že pokud pojedeme po výše nastíněné linii, zůstaneme v chlívěčku "média a divácky sport". Což by mohlo být jistou zárukou dostatečného zaostření celého čísla.

Pokud Tomáš navíc napíše svůj text o walkmenizaci sportu, rozšíříme záběr do pole „média a provozovaný sport“ (jestliže Tom dokáže toto nějak vhodně, tedy přes fajnový oslí můstek, napojit na předchozí chlívěček, tím lépe).

K organizaci práce

Po orgích s minulým číslem jsme se rozhodli, že je načase začít brát vážně tu strukturu redakční práce, kterou jsme si kdysi vysnili. A to jak časovou, tak personální.

Každá rubrika má svého editora – jsou ke každé rubrice připsáni, a to i s mejlovým kontaktem. Ti jsou zodpovědní za zajištění autorů k textům, komunikaci s autory a za dodržení termínů. Poznámkují a editují texty, zodpovídají za dodržení pravidel uvedených v manuálu atd. **Pokud jste autorem textu v některé z rubrik, komunikujte se svým editorem.**

Revue jako taková pak má hlavního editora (kterým jsem protentokrát já, hophej), který to vše dává dohromady, zajišťuje konzistenci všech textů a jejich vzájemnou kompatibilitu, komunikuje s korektorem a jen v nejkrajnějším případě vrací texty k dopracování. **Pokud jsem editorem rubriky, komunikujte s vedoucím editorem. Právě jemu se zodpovídáte. A jeho utrpení způsobíte, pokud vaši autoři prošvihnou termín.**

Revue má navíc, samozřejmě, korektora (kterým je Radovan Plášek), který od editora přebírá texty, koriguje je (pokud dobře pracují editoři, pak především z gramatického hlediska, a nikoli stylistického) a předává mu je zpět.

Marek Laichman má k dispozici následující literaturu, týkající se sportu, společnosti a médií. Některé z nich se hodí k recenzím, jiné možná uplatníte při psaní textů a hesel.

Od editora dostává komplementní texty šéfredaktorka Lenka Císařová, na jejichž bedrech pak leží zalomení textu do grafiky, tiskárna atd. Distribuce již hotového časopisu je následně plně v moci Jany Petřicové.

Uzávěrka 11. čísla RPM

...bude pro editory v prvním únorovém týdnu.

To aby mohl zbytek redakční práce probíhat přinejmenším měsíc.

Uvědomte si prosím, že v současnosti má Revue rozsah útlejší knihy – tedy něco okolo 250 normostran. **Nedodržení uzávěrky je proklatě neohleduplné především vůči korektorovi a editorovi čísla**, kteří nad tím nadělením tráví tři týdny v kuse, a to především během nocí, kdy by jinak mohli pít a spát. Není to sranda.

Co k tomuto 11. číslu?

- Projděte si jednotlivé rubriky, jak jsou níže rozepsány, a přemýšlejte o nich, prosím.
- Pokud jste přispěvatelem do některé z rubrik, pečlivě rozmyslete, jak jste na tom se svým časem, nápadem a energií. Není nic nepříjemnějšího, než když se editor týden po uzávěrce dozvídá, že text, s nímž počítal, nebude během následující dekády napsán (a to třeba z jakkoli objektivních důvodů).
- Pokud zatím nemáte žádnou práci, rozmyslete se například, zda nezpracujete recenzi, heslo atd.
- Pokud vás cokoli napadá, pokud máte jakékoli poznámky atd, sem s nimi.

Literatura k 11. číslu

sociologie sportu obecně (některé části se věnují i sportu v médiích):

Coakley, J. 2001: **Sport in Society**. New York, McGraw Hill.

McPherson, B. D. et al. 1989: **The Social Significance of Sport**. Champaign, Human Kinetics.

Page, C. H., Talamini S. (eds.) 1973: **Sport and Society**. Boston, Little Brown.

Eitzen, D. S. 1999: **Fair and Foul. Beyond the Myths and Paradoxes of Sport**. Boston, Lanham.

Sage, G. H. 1998: **Power and Ideology in American Sport**. Champaign, Human Kinetics.

Rigauer, B. 1981: **Sport and Work**. New York, Columbia University Press.

Brown, A. (ed.) 1998: **Fanatics! Power, Identity and Fandom in Football**. London, Routledge.

medializace a komercializace sportu:

Wenner, L. A. (ed.) 1989: **Media, Sports and Society**. London, Sage.
Wenner, L. A. (ed.) 1998: **MediaSport**. London, Routledge.
Chandler, J.M. 1988: **Television and National Sport**. The United States and Britain. Urbana, University of Illinois Press.
Rader, B. G. 1984: **In Its Own Image. How Television Has Transformed Sports**. New York, The Free Press.
Boyles, R., Haynes, R. 2000: **Power Play. Sport, the Media and Popular Culture**. Edinburgh, Longman .
Rowe, D. 2001: **Sport, Culture and the Media**. Philadelphia, Open University Press.
Wilson, J. 1994: **Playing by the Rules**. Detroit, Wayne State University Press.
(i k politizaci sportu)
Aris, S. 1990: **Inside the Sports Business**. London, Hutchinson.

v knihovně dále je k nalezení:

Garry Whannel, **Media Sport Stars (A3-367)**, kapitola **The development of media sport**.

Vincent Mosco, **Continental Order? (G1-4)**, kapitola **Major league sport, promotional culture and corporate integration**.

Stylianos Papathanassopoulos, **European Television in the Digital Age (A3-367)**, kapitola **The advent of sports channels in Europe**.

Velká eseje

Editor rubriky: Jakub Macek (jmacek@fss.muni.cz)

Marek Laichman – téma?

Malá eseje

Editor rubriky: Jakub Macek (jmacek@fss.muni.cz)

Pavčina Binková – „mensi eseje na tema ideologie, propagandy a velkych sportovnich udalosti, pocinaje vsesokolskymi slety, dale leni riefenstahlova a její olympia by se tam vesla, posleze v CR kontextu spartakiady, az k moskevске olympiade“

Tomáš Kvasnička – eseje o walkmenizaci sportu – „slo mi o to, jakym zpusobem se vytvorila a rozsirila asociace mezi popularni hudbou a sporty (dnes casto nazyvany extremnimi), ktere se odehravaji v prirode (pred pristupem walkmena tedy potichu). nevim, kde presne urcit puvod tehle asociace, domnivam se ale, ze by se dal vystopovat v transformaci "kultury pobytu v prirode", ktera se odehrala v 70. kvetinovych letech. snowbaord a pocatku lyzarskeho filmu, v tom asi hraji velkou roli. v druhe etape take muze jit, o prenos z oblasti sportu provadenych na jednom miste (skateboard), kde byla reprodukce hudby mozna, uz pred prichodem walkmena. je ale jasne, ze se odrazi ve dvou jevech: proliferaci videa, kde "extremni" sport doprovazi "extremni" hudba, a samotne uzivani walkmena pri sportovnich aktivitach.“

Eva Šlesingerová – olé, Eva slíbila abstrakt!

Rozhovor

Editorka rubriky: Monika Metyková (metykova@fss.muni.cz)

Je třeba najít odpovědi na tyto dvě otázky:

Kdo bude dělat rozhovor?

A s kým se rozhovor bude dělat?

Nabízí se buď

- ***někdo z praxe*** (pak se ovšem můžeme značně míjet s teoretickým zaměřením čísla – rozhovor může mít poměrně kozovozový vztah ke zbytku textů)
- ***někdo z oblasti teoretické reflexe*** (možná by to bylo ideálnější – udělat rozhovor o základních trendech v teoretické reflexi vztahu médií a sportu)

Přiznávám beze studu, že se nevyznám v prakticích (krom Tomka a Lachmana nikoho neznám), takže jejich návrhy nechávám na vás.

Z teoretiků se nabízejí například tito:

David Rowe, sociolog z University of Newcastle – Australia, autor knihy Sport, Culture and the Media, viz <http://www.newcastle.edu.au/school/socsci/staff/rowedavid.html>

Camilla Obel, socioložka z University of Canterbury, viz <http://www.soci.canterbury.ac.nz/people/staff-co.shtml>

Rod Brookes, učitel na Cardiff School of journalism, media & cultural studies, viz http://www.cardiff.ac.uk/jomec/en/contact/86/87.html?staff_id=6&n=Rod%20Brookes

Richard Haynes z University of Stirling, viz http://www-fms.stir.ac.uk/staff_sites/richard_haynes/

Profil

Editoři rubriky: Marek Šebeš (sebes@email.cz) a Michal Šimůnek (simunek@fss.muni.cz)

Tomáš Lachman (lachman@email.cz): Sportovní televizní kanály

Tome, v knihovně je text: Stylianos Papathanassopoulos, European Television in the Digital Age (A3-367), kapitola The advent of sports channels in Europe.

Překlad

Editorka rubriky: Monika Metyková (metykova@fss.muni.cz)

(Moni, pls., budeš-li mít čas, stáhni si ty texty za Sage a mrkni na ně... díky.)

K překladu byly navrženy níže uvedené texty. Z těchto textů musí být (po konzultaci s Markem Laichmanem) jeden text vybrán.

Pokud máte k dispozici text, který pokládáte za zajímavější, neváhejte se o něj podělit!!!

David Rowe

Sport and the Repudiation of the Global

International Review for the Sociology of Sport, Sep 2003; 38: 281 - 294.

www: <http://irs.sagepub.com/cgi/reprint/38/3/281>

(Abstract: Sport, especially its most spectacular manifestation during mega-media sports festivals like the summer Olympic Games and the football World Cup, is often viewed as a key exemplar of globalization. Sociologists of sport have increasingly questioned this assessment, citing various empirical instances of resistance to, or amelioration of, globalizing forces in sport. This article explores a more radical theoretical possibility: that sport may be constitutively unsuited to carriage of the project of globalization in its fullest sense. It asks whether the social institution of sport is so deeply dependent on the production of national cultural difference (however the 'nation' might be constructed and conceived) that it repudiates the possibility of comprehensive — that is, cultural — globalization.)

Alan Law, Jean Harvey, and Stuart Kemp

The Global Sport Mass Media Oligopoly: The Three Usual Suspects and More

International Review for the Sociology of Sport, Dec 2002; 37: 279 - 302.

www: <http://irs.sagepub.com/cgi/reprint/37/3-4/279>

(Abstract: The current frenzy of megamergers and acquisitions creating giant media/entertainment conglomerates has been described in the sociology of sport literature as one of the key aspects of sport globalization processes now unfolding. In this literature three usual suspects are mostly pointed out: Disney, News Corp and AOL-Time Warner. This article argues that one must look beyond these in order to get a clearer picture of the emerging media/sport complex. By examining the corporate structure of six major media/entertainment conglomerates, this article reveals some of the intricacies of these holdings which unpack the 'circuits of promotion' being formed through media platforms and content convergence. Moreover, the analysis of these corporate holdings show how these competitors are also involved in several joint ventures that connect them together, thus forming a dense web despite their rivalries. The article concludes that unless democratic interventions are enabled at the national and global levels sport media consumers will remain easy targets of the global media/entertainment oligopoly.)

Matthias Marschik

Mitropa: Representations of 'Central Europe' in Football

International Review for the Sociology of Sport, Mar 2001; 36: 7 - 23.

www: <http://irs.sagepub.com/cgi/reprint/36/1/7>

(Abstract: In the 1930s, Calcio Danubiano, the specific football system played by the national teams and clubs from Hungary, Czechoslovakia and Austria, and also Central European football, including the teams of Italy and Yugoslavia, were the most admired football cultures in Europe, challenging even the traditionally leading position of English soccer. The Mitropa-Cup was the most popular football event at this time. While attempts to revive this Middle-European football culture in the fifties failed, the nineties show a clear resurrection of Middle-Europe in sports, for example in promoting the handball world championships for women by Austria and Hungary, or the applications for the football European Championships by Hungary and Austria, and for the Olympic Winter Games by Austria, Slovenia and Italy. On this basis it is important to discuss the historical and contemporary basis and foundations of

the idea and importance of Central Europe in sports, especially in its cultural, political and economic conditions, and in terms of questions of hegemony in the light of the varying positions of Middle European football in media texts. In the end a persisting power of historical identities and sporting myths can be identified, although they are read and used in ever different ways.)

Recenze

Editor rubriky: Jakub Macek (jmacek@fss.muni.cz)

Řada lidí se už přihlásila o nějaké recenze; řada knih je už k dispozici. Pokud máte o něco zájem nebo pokud jste mi už někdo o něco řekli / něco slíbili (a já na vás zapomněl), napište mi!!!

Tematické

Monika Metyková - Whannel, Garry. - Fields in vision: television sport and cultural transformation

Jiří Prasadako Sýkora – něco si vezme

Iva Baslarová – kniha Leni Reifenstahlové

Nabízí se:

New Trends in Media (má ho Monika)

Aris, S. 1990: Inside the Sports Business. London, Hutchinson.

Boyles, R., Haynes, R. 2000: Power Play. Sport, the Media and Popular Culture. Edinburgh, Longman .

Rowe, D. 2001: Sport, Culture and the Media. Philadelphia, Open University Press.

Wilson, J. 1994: Playing by the Rules. Detroit, Wayne State University Press.

Aktuální (a „Aktuální“)

Zadané:

Vít Kouřil - Lohisse

Kača Škařupová – Thompson

Lenka Císařová – Lynette S. Burns: Žurnalistika (Portál)

Anna Škulavíková – Německy psané inzeráty ve slovenském tisku

Nabízí se:

J. Doubravová: Sémiotika v teorii a praxi

Reifová a kol.: Slovník mediální komunikace

Heslář

Editoři rubriky: Barbora Vacková (bvackova@fss.muni.cz) a Martin Škop (skop@law.muni.cz)

Hesla je třeba vůbec navrhnout. Proto prosím zejména sportovní specialisty, aby o nich velmi intenzivně zapřemýšleli a dali spolu s editory rubriky dohromady jejich seznam.

Potřeba je 5-10 hesel, pokrývajících koncepty, paradigmata, osoby, školy... však tušíte, jak takový Heslář vypadá, což?;)

Ilustrační fotografie

Editor fotolototo: Michal Šimůnek

No, Šimone, znáš, jak to chodí...;)

Ale přece jen – nenapišeš tentokrát krátký textík (dekódovací manuál) pro naše milé čtenáře?