

Svoboda, Arnošt (učo: 52184)

Metodologické a teoretické postřehy ke konceptualizaci sportovních hvězd

Metoda výběru využítá ve studii

Podstatou metodiky výběru výzkumného vzorku je klasická metoda *snowball*. Pro přístup do komunity, jakkoliv je samotná možnost hovořit o komunitě diskutabilní, bylo využito dvou osob – bývalých závodních plavců. Po předložení a vysvětlení problematiky jsem se setkal s velmi pozitivním přístupem a ochotou mi pomoci ve výzkumu zaměřeném zjevně na část jejich biografie, kterou rádi vyprávějí a vrací se k ní. Každý z těchto obou prvotních kontaktů disponoval více či méně širokým okruhem známých, který se ustavil v době jejich aktivního provozování sportovní činnosti. S jejich pomocí jsem tedy obdržel další kontakty na bývalé plavce – jejich kolegy, kteří byli aktivní ve stejné době jako stávající kontakty.

Rozhovory s několika dalšími kontakty, které jsem na počátku osobně neznal, již proběhly a přístup těchto bývalých sportovců byl srovnatelně pozitivní, jako u přechodí skupiny. I oni byli nakloněni myšlence povídat si o své sportovní minulosti a i tady bylo patrné zaujetí, se kterým k rozhovoru přistupovali. Jakkoliv se mohu neskromně domnívat, že tento zájem by způsoben optimálním užitím metodologie vedení rozhovoru, pravděpodobně to bylo spíše opět velmi pozitivně nazíranou minulostí své sportovní aktivity. I oni mimo cenných dat poskytli další kontakty, přesně v duchu metody *snowball*. Už v této fázi však bylo třeba sbírat kontakty nejen na samotné sportovce, ale i na členy jejich organizačních týmů nebo trenéry. V další fázi budou kontaktování sportovní novináři píšící o bazénovém plavání a v neposlední řadě i diváci tvořící důležitou součást konstrukce instituce současného vrcholového sportu. I když v případě tohoto typu sportu, jak se v průběhu analýzy ukazuje, nejsou diváci natolik podstatným aktérem, jako je tomu v jiných, mediálně prezentovaných sportech.

Teoretické zdůvodnění výběru

Howard S. Becker ve své monografii *Art Worlds* (1982) popisuje konstrukci komplexního pole kulturní produkce umění s důrazem na skupiny aktérů pole, kteří se podílejí na jeho

konstrukci a reprezentaci. Jakkoliv je tato studie zakotvena v teorii Pierra Bourdieu a užívaným označením pro zkoumanou oblast je „pole“. Při studiu Beckerova textu je však zřejmé, že jeho označení „svět“ je přinejmenším obdobný Bourdieuho poli. Z teoreticko-metodologického hlediska jde snad o obecněji definovanou množinu aktérů a jevů nežli je bourdieuovské pole. Každopádně se jedná o vítané obohacení teoretické základny pro výběr respondentů a pro popis zákonitostí platných v dané oblasti – poli – světě.

Aplikujme tedy Beckerův princip „Art world“ na pole sportu. Logicky nejviditelnější a tudíž i nejsledovanější je v populárním diskursu bezpochyby samotný sportovec, ať už se jedná o sport medializovaný nebo stojící stranou zájmu médií. Podstatou Beckerova přístupu je však zdůrazňování významu oněch „neviditelných“ aktérů; těch, kteří o kterých publikum v prvním sledu mnoho netuší nebo tuší jen velmi mlhavě. Jsou to všichni pohybující se okolo sportovce, jeho trenéři, organizační týmy, fyzioterapeuti, agenti, ale i novináři píšící a přenášející sportovní utkání k divákům. I tito diváci jsou podstatnou součástí sportovního pole podílející se na jeho konstrukci a reprodukci. Pro potřeby studie je třeba vybrat zástupce všech těchto identifikovaných skupin aktérů a zrealizovat s nimi rozhovory pro získání komplexního obrazu sportovního pole a způsobu konstrukce *sportovní hvězdy*.

Celý proces, v němž chceme sledovat interakci různých výše popsaných aktérů je třeba chápat jako produktivní aktivitu. Tuto tezi, původně aplikovanou na pole umění, je užitečné držet i při aplikaci na pole sportu. Tak nám totiž tato teze umožní lépe pochopit zákonitosti kulturní produkce významů. U sportu na vrcholové úrovni nám zdaleka nemůže jít pouze o to, analyzovat sportovní výkon *per se*. Jde spíše o to, jaké významy jsou těmto výkonům připisovány, jak je vnímají diváci, co pro trenéry znamená kvalitní výkon a zda se toto pojetí nějak liší od toho, co očekávají aktéři mediálního pole. Celý systém organizace obklopující sportovce a jeho výkony zde vstupuje do hry a tvoří to, co lze nazývat vrcholovým sportovcem nebo snad dokonce sportovní hvězdou (celebritou, ikonou). Z tohoto úhlu pohledu se zdá, že zejména sportovcovo okolí je důležité pro sledování konstrukce obrazu sportovce a sportovec samotný že spíše ustupuje do pozadí. Tak tomu ovšem není. Sportovci se, stejně tak jako i všichni v jejich okolí podílejí na konstrukci významu, neboť také vnímají a reprodukují jevy a aktivity ve svém okolí a zejména jejich medializované působení směrem k divákům –

fanouškům jim přisuzuje úlohu minimálně stejně důležitou jako aktérům v jejich okolí, ne-li ještě důležitější.

Jedním z témat Beckerova (ibid.) díla je analýza definice toho, co je to umělec, umělecké dílo. Zde naráží na problémy toho, že umění není jasně definovanou množinou aktivit či objektů. Je nutné zde pojmut do analýzy všechny časovo-prostorově dané podmínky, kulturní vlivy a samozřejmě mocenské vlivy, které se všechny podílejí na definici toho, co je umění. Mohlo by se zdát, že v případě sportu je situace jednodušší v tom, že existuje široce zakotvený konsensus o tom, co je to sport a sportovní aktivita. Navíc zde lze vycházet ze stanov sportovních oddílů, pravidel sportovních asociací nebo různých úmluv nebo chart. To vše je jistě pravda, ovšem pokročíme-li k problematice sportovců a jejich postavení jako hvězd nebo hrdinů, jisté hranice se vytrácení a my opět stojíme před otázkou, jak toto postavení definovat.

Ústředním tématem této studie jsou sportovní hvězdy – hrdinové a zejména potom jejich konstrukce a reprezentace. Beckerův text zaměřený na umělecké světy problematiku konceptualizace známých sportovců pochopitelně neřeší, nicméně i zde nalezneme popis procesů vedoucích k ustavení vynikajících jedinců ve svém oboru, rozuměj sociálním poli. Pochopitelně základem je zde systém jednotlivých narácí spojených s vlastnictvím příslušného kapitálu (mocenského, ekonomického), který definuje úlohu a význam sportovců a způsobem jejich vnímání konzumentu toho kterého sportu.

Akcentovaný sportovní kapitál – sportovní hvězdy

Chápeme-li aktéry sportovního pole jako vlastníky určitého poměru kapitálů, lze o vynikajících jedincích-aktérech uvažovat jako o držitelích většího množství kapitálu, který lze nazvat sportovním. Kapitálu, který je v daném poli uznáván jeho dalšími účastníky, ale i aktéry ostatních polí, kteří se mohou snažit tento kapitál transformovat ve svůj prospěch. Uvažujeme-li o aktérech s akcentovaným sportovním kapitálem, mějme na mysli komplexní diskursivní praktiky včetně stylů vnímání a reakcí konzumentů sportu, kteří jsou nedílnou součástí tohoto diskursu, mimo mnoha dalších skupin a jedinců. Pozornost bude cílena na

styl vnímání sportovců zejména ze strany konzumentů sportu jako medializovaného a komplexního produktu. Cílem není kompletní analýza stylů vnímání vrcholových sportovců, ale spíše zamyšlení nad možnými rolemi, v rámci kterých jsou tito sportovci reprezentováni s důrazem na koncepty sportovních hrdinů, hvězd či celebrit a ikon. Stručně si představíme několik příspěvků současných autorů k této problematice.

Garry Whannel (2002) užívá pojmů „hvězda“ a „hrdina“ k diskusi o soudobém postavení vrcholových a mediálně prezentovaných sportovců. Zejména se pozastavuje nad současnou kulturou a rolí, kterou v ní zmínění sportovci hrají. Ve foucaultovském duchu zdůrazňuje, že koncept hrdiny je posuzován odlišně v závislosti na časoprostorovém umístění. Tedy to, co popisuje například Walton (2004) v analýze rekódování starších sportovních symbolů optikou dnešní doby. Každá doba tak podle Whannela (2002) má své vrcholné představitele, kteří reprezentují některé z dominantních hodnot své společnosti, anebo je naopak vyzývají a ohrožují, což však v rámci diskursivní logiky symbolické moci může být jedno a to samé, neboť oba přístupy, i když odlišné, vycházejí z existence jedné dominantní ideje, k níž vztahují své aktivity.

Whannel dále upozorňuje, že modernita konceptu hrdiny nepřála, respektive po určitou dobu byli, zejména v literatuře, produkováni spíše "anti-hrdinové" a oběti okolních událostí. To však neznamenalo konec hledání hrdiny – čím více se nedostávalo novodobých hrdinů, tím více se stávali sportovci objektem, který je měl nahradit. Zatímco během 20. století klasičtí hrdinové ztráceli oporu rozpadem do té doby trvalých hodnot, sportovci se dostávali do popředí snah o restauraci „neproblematického hrdinství“ (Whannel 2002: 44). Vrcholoví sportovci jako hrdinové potřebují být vytvořeni, stejně jako potřebuje být vytvořeno jejich publikum, jinými slovy hrdina je vždy hrdinou pro někoho, pro určitou sociální nebo etnickou skupinu či třídu. Zde je viditelné propojení vrcholového sportu s výše zmíněnými kulturně-sociálními oblastmi, jež se podílejí na konstrukci populárního sportu nesoucího symbolické významy svého publika, skrze které je vnímán a oceňován. Vysnění hrdinové však jsou spíše jen představy, alespoň ve své ideální podobě. Přestože existují osobnosti nesoucí symbolický kapitál vlastní hrdinům, jejich nedokonalost (vlastní lidem jako takovým) dříve nebo později vyjde najevo. Na jedné straně je tímto přiblíží svému okolí, na druhé straně jsou však z toho samého důvodu

zdrojem zklamání, neboť jako sportovci nesplnili očekávání svého publika stát se oněmi novými hrdiny (McDorman et al. 2006). Využijme příkladu golfisty Tigera Woodse a jeho před několika lety médii prezentovaných rodinných problémů (údajné početné mimomanželské vztahy). Pozornost médií věnovaná událostem kolem jeho osoby a jeho rodiny byla velká, ale bylo by tomu tak, i kdyby se jednalo o jiného sportovce a ne o marketingovou a kulturní ikonu „Tigera Woodse“, představujícího rolový model života bez afér a možnosti uspět i pro příslušníka menšinového etnika ve sportu vnímaném jako uzavřený a určený zejména pro „bohaté, bílé elity“?

Hrdina v pojetí Whannela (2008) má na rozdíl od současných „hvězd“ či „celebrit“, jak jsou známí jedinci často označováni, několik vlastností zdůrazňujících jejich propojení se společenskou a kulturní strukturou. Reprezentace heroického prvku odvíjí své vyprávění od legend a tradic. Možná že nikoliv manifestovaně, ale v odkazech, náznacích, diskursivních „bodech vynoření“. Důležité je v jeho pojetí propojení se zájmy určité skupiny nebo celého národa. Mohou sloužit jako symboly posilování národní identity nebo identity menšin: "symbolem...určujícím, kdo jsou, kam chtějí jít a s čím nesouhlasí." (Whannel 2008: 212). Zároveň musejí být sportovní hrdinové spojeni s důležitými událostmi, jejichž narativ předává v procesu reprezentace velký příběh i těm, kdo nebyli nebyli účastníky a bude jej předávat i dalším generacím. Prožívá-li sportovec své sportovní úspěchy v době, kdy i v jeho zemi dochází k významným socio-kulturním či politickým změnám, je možné, že tím jeho aktivity nabudou specifický symbolický kapitál a míra jeho společenského uznání dlouhodobě vzroste. Lze se domnívat, že vliv má i ochota sportovce rozšířit své aktivity i mimo čistě sportovní prostor, třeba ve formě více či méně aktivních zásahů nebo komentářů k politickému nebo, v každodenním významu slova, kulturnímu dění. Navíc, čím více jsou jeho aktivity rozptýlené, tím spíše může po ukončení své aktivní vrcholové sportovní kariéry zůstat ve veřejném povědomí a těžit ze svého získaného statusu (Nalapat, Parker 2005, Whannel 2008).

Koncept celebrity, užívá také pojmu hvězda, jako protikladu k hrdinovi pro G. Whannela není plochým a banálním. I když tyto dva pojmy neslučuje, přiznává celebritám pevné místo v soudobé společnosti a vidí je jako významné představitele kultury, ve které se pohybují. K

jejímu poznání může znatelně přispět právě studium celebrit, způsobů, jak jsou oslavovány a celkový kontext, ve kterém jsou umístěny. Přestože je však jejich propojení se společensko-kulturní strukturou pevné, je rozdíl v délce trvání tohoto propojení. Hrdina je hrdinou jednou pro vždy, nezávisle na nutnosti v pravidelných intervalech připomínat jeho jméno v médiích. Celebrita je závislá na opakujícím se procesu reprezentace a vyprávění jejího příběhu, opět zejména za pomoci masových médií, s nimiž je její existence pevně spjata (Whannel 2002). Zde se mísí koncept celebrity jako charakteristika určitého statusu dosaženého na základě vlastních schopností a výjimečných vlastností oproti celebritě jako statusu připsaného na základě koncentrované reprezentace jedince s pozoruhodnými schopnostmi a vlastnostmi.

Role médií je důležitá u obou výše zmíněných typů, ale zejména u druhého je zcela klíčová, příkladem mohou být výherci různých televizních soutěží (reality show, pěvecké soutěže) a kdokoliv další, jehož popularita je zcela vytvořena médii – celebritou se tak lze stát velmi rychle a stejně tak rychle však zájem veřejnosti opadá, úměrně klesajícímu zájmu médií – stvořitelů. Chris Rojek tento typ celebrit nazývá celetoid (2001). Je třeba dodat, že Whannelův popis cílí spíše na ideální typy; jen těžko si lze představit hrdinu přetrvávajícího v myslích lidí zcela bez povšimnutí médií. Pochopení Whannelovy (2002) dichotomie stěžuje také občas nekonzistentní užívání obou termínů.: na mnoha místech jakoby spojoval oba koncepty do konceptu třetího, „hvězda“, který nese znaky jak celebrity, tak hrdiny. Je možné, že zde překračuje ono ideálně-typické dělení a přechází k aplikaci na realitu, vyžadující úpravu přechozí konceptualizace. Důležité však je, že poskytuje teoretický model, aplikovatelný při analýze struktury soudobého vrcholového a medializovaného sportu.

Přístup druhého z představovaných autorů, Barryho Smarta (2005), se od Garryho Whannela neliší zásadně, spíše jen v celkové konceptualizaci problematiky. Problematizace heroismu v soudobém sportu dle něj souvisí s jeho povahou obchodního podniku, ekonomického prostředku, kde se sportovci musí svým aktivitám věnovat s plně profesionálním přístupem, který je odrazuje od ohledu na druhé. Připomíná tak klasické dílo Johanna Huizingy *Homo ludens* (2000), kde je popisován proces proměny sportu v moderní době do stále vážnější a bezstarostnost postrádající aktivity, v níž je jen velmi obtížné hledat původní herní prvek. Smart však uznává schopnosti a činy jedince jako zdroj jeho slávy, ovšem stejně tak jím může

být mediální reprezentace sama o sobě. Dochází tak ke stírání rozdílů mezi obdivem k hrdinům jako opravdovým vzorům a obdivem k celebritám jako produktům masmediálního věku. Rizikem je to, že přijdeme o tyto vzory nadobro, neboť i když by byly k dispozici, mezi záplavou médií prezentovaných postav snadno zapadnou. Shrnuje, že původní hrdinové i jejich moderní následovníci jsou zastíněni novým typem, celebritou. Nejde tedy primárně o to, že by sportovní hrdinové neexistovali, naopak, výrazným rysem soudobého sportu je to, že v rámci jeho diskursu jsou stále přítomny prvky, které lze označit jako „heroické“ a které se podílejí na kulturně vnímané autenticitě¹ sportu. Jejich nositelem je sportovec (Smart, 2005).

Autenticita hraje ve Smartově přístupu důležitou roli. Snad lze říci, že je to právě ona, kdo odlišuje dnešní sportovní celebrity od hrdinů, byť autor sám toto netvrdí. V jeho pojetí se jedná o koncept mající svůj základ v době, kdy sportovci reprezentovali svou komunitu a jako takoví byli vnímáni. V současnosti je každodenní život ovlivněn a zčásti mocensky ovládnut médií, podporujících kulturu celebrit a přinášejících zprostředkované obrazy. A právě sport stále dle Barryho Smarta (ibid.) nabízí dojem nezprostředkované podívané spojující komercializaci a hyperrealitu dneška se spontaneitou a skutečným prožitkem dřívějších dob. A pochopitelně, sportovec je nejviditelnějším představitelem takového sportu, a tak se stává oním hrdinou, celebritou či hvězdou, jeho obraz je umocňován médií hledajícími výjimečný objekt a následně je prezentován v kulturním a ekonomickém kontextu, díky čemuž se stává pevnou součástí kultury: kulturní ikonou.

Nový koncept kulturní ikony je určitým shrnutím toho, o čem B. Smart mluví, ale zároveň nevyužívá explicitně. V porovnání s Garrym Whannelem klade více důrazu na propojení s kulturním prostředím nebo jinými slovy, na postavení konkrétního objektu ve sportovním prostoru, jež je komplexní strukturou tvořenou všemi dalšími objekty v určitém vzájemném vztahu definovaném jejich umístěním. Zmiňovaná autenticita vzniká na paradoxním základě, kdy sportovní utkání hrané před diváky a televizními kamerami, obklopené komerčním prostředím, není vnímáno jako symbol kompromitovaných a korumpovaných sportovních hodnot, ale naopak jako jejich oslava. Podmínkou pro to jsou diváci schopní přijmout a ocenit symbolický význam zakódovaný do představení, které sledují. Zároveň Smart předpokládá,

1 Více k autenticitě viz Svoboda (2011).

že lidé vnímají dnešní životní podmínky jako „odcizené“, virtuální a touží po autenticitě a skutečném prožitku.

Přestože jsou sportovní utkání pečlivě organizována, samotná fyzická aktivita a individuální výkony atletů jsou v očích diváků nepředvídatelné – princip „hry“ je zde stále přítomný a snad i dominantní. Tento diváky vnímaný herní princip, autenticita, se z druhé strany podílí na zvyšování statusu sportovních hvězd jako držitelů zvláštního nadání, „daru“, podílejícího se na celkovém narativu sportu. Tato autenticita je však zároveň velmi nestálá, křehká a spojená s osobností sportovce, který ji musí neustále potvrzovat a znovu na ni odkazovat svými výkony a aktivitami. B. Smart ještě připomíná zdánlivý rozpor mezi dnešním tlakem na disciplínu, dodržování pravidel a standardů a spontánní a neuchopitelnou autenticitou. Ve skutečnosti se tyto dva procesy navzájem posilují. Disciplinovaný přístup sportovce ke svým sportovním povinnostem, přípravě a celkovému stylu života mu naopak dává vyniknout a opět tak posílit jeho status nositele autenticity. Naopak nedodržování pravidel tréninku a celkového přístupu se podílí na kvalitativním poklesu úrovně sportovních výkonů a zároveň na poklesu důvěryhodnosti samotného sportovce.

Právě důvěra ve sportovní pravidla a nepředvídatelnost výsledku je možná nejvýznamnější faktor, o který se autenticita opírá. Jejich porušení, podvod, doping nebo uplácení sportovců a funkcionářů znamená závažné porušení celého sportovního narativa, které tvoří diskurs soudobého vrcholového a medializovaného sportu. Druhým rizikem je přílišná komercializace sportu. Přestože soudobý vrcholový sport je do značné míry ekonomickou komoditou, zdá se, že je třeba stále hledat, redefinovat a dodržovat míru toho, kdy už je tato komodifikace natolik otevřená a všudepřítomná, že převáží sportovní aktivitu samotnou, což samozřejmě vede k nalomení tolik potřebné důvěry v „čistotu“ sportu. Promyšleno do důsledku to není ani v zájmu obchodních korporací, které spojují své produkty se jménem konkrétních sportovců a využívají je jako reprezentanty zmiňované autenticity sportu, která však v prostředí primárně komerčním ztrácí svůj obsah (ibid.).

Literatura

Becker, Howard S. 1982. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.

Huizinga, Johan. 2000. *Homo Ludens*. Praha: Dauphin.

McDorman, Todd F. et al. 2006. "Where Have All the Heroes Gone? An Exploration of Cultural Therapy in Jerry Maguire, For Love of the Game, and Any Given Sunday." *Journal of Sport and Social Issues* 30(2): 197–218.

Nalapat, Abilash, and Andrew Parker. 2005. "Sport, Celebrity and Popular Culture: Sachin Tendulkar, Cricket and Indian Nationalism." *International Review for the Sociology of Sport* 40: 433–446.

Rojek, Chris. 2001. *Celebrity*. London: Reaktion Books Ltd.

Smart, Barry. 2005. *The Sport Star: Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity*. London: Sage Publications Ltd.

Svoboda, Arnošt. 2011. „Autenticita sportovního pole: Příklad profesionálního sportu.“. *Sociální studia* 1: 81 – 98.

Walton, Theresa A. 2004. "Steve Prefontaine: From Rebel With a Cause to Hero With a Swoosh." *Sociology of Sport Journal* 21: 61–83.

Whannel, Garry. 2002. *Media Sport Stars – Masculinities and Moralities*. London: Routledge.

Whannel, Garry. 2008. *Culture, Politics and Sport. Blowing the Whistle, revisited*. Oxon: Routledge.