

Masarykova univerzita

Fakulta sportovních studií

Katedra společenských věd ve sportu

## **Sportovní hvězdy, ikony, hrdinové**

### **Diplomová práce**

Vedoucí diplomové práce:

doc. PhDr. Aleš Sekot, CSc.

Vypracoval:

Bc. Ondřej Štaud

ASEBS

Brno, 2009

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a na základě literatury a pramenů uvedených v Seznamu použité literatury.

V Brně dne 8. dubna 2009

.....

Děkuji docentu Sekotovi za pomoc a rady při psaní této práce.

## Obsah:

Úvod	5
1. O povaze sportu a struktuře sportů vzhledem k možnostem a mezím stát se sportovní hvězdou	8
1.1 Historický kontext	8
1.2 Vymezení pojmu rekreačního, výkonnostního a vrcholového sportu	9
2. Sport jako cesta k bohatství a slávě	14
2.1 Sponzoring	14
2.2 Platy sportovců a přestupové částky	17
2.3 Sport jako zábava pro masu	20
3. Sportovní migrace jako scéna na cestě sportovní slávy	26
3.1 Mládí do zahraničí?	27
3.2 Sportovní migrace a rasismus	30
3.3 Integrace afroamerických sportovců	31
4. Kult sportovce	34
4.1 Co ovlivňuje lidi k vytvoření kultu osobnosti sportovce?	34
4.2 Sportovci, nejznámější obyvatelé státu?	36
4.3 Sportovec očima svého národa	39
5. Sportovní legendy: hvězdy versus hrdinové	41
5.1 Vymezení pojmu celebrita, hvězda, elita a ikona	41
5.2 Legendy a hrdinové	45
5.3 Fischer a Kasparov – příběhy šachových hrdinů	47
6. Česká aréna sportovních idolů: klubový versus individuální sport, krátkodobá versus dlouhodobá oblíbenost sportů, fenomén Nagana	51
6.1 Česká aréna sportovních idolů	51
6.2 Sportovní ankety	53
6.3 Fenomén Nagana	55

7. Doping: zakázaná cesta k hvězdné slávě?	59
7.1 Kulturistika a kulturisté, problematika fitness a wellness	59
7.2 Kult Arnolda Schwarzeneggera	62
7.3 Hvězdy a doping	63
7.4 Jiný negativní vliv sportovců	66
Závěr	68
Seznam literatury	70
Resumé	73

## Úvod

Téma Sportovní hvězdy, ikony, hrdinové se mně zdálo jako nejvíce zpracování hodné z celé škály nabízených témat. Zvláště v dnešní době, kdy fascinace sportem začíná dost významným způsobem gradovat. Podívejme se například na dnešní Brno. Právě zde je krásně vidět, jaký fenomén sport přináší. Kdy jindy jsou lidé ochotní stát celou noc ve frontě na lístky, jen aby viděli, jak jejich „miláčky“ budou bodovat v play-off? Řeč je samozřejmě o příznivcích hokejové Komety. Všudypřítomné sportovní fascinace si můžeme všimnout každý den, každou hodinu. Ve sdělovacích prostředcích jsme v dolním pásmu televizní obrazovky masírováni informacemi, že prezident Obama v Praze prohlásil za nutné snížení arzenálu atomových zbraní a poté se hned dozvíme, že finále tenisového turnaje v Indian Wells si zahrají Zvonarevová a Ivaniševičová a že Michal Schlegel dojel na pátém místě ve stíhacím závodě jednotlivců. Žijeme v epoše masové komunikace nebo lépe řečeno v době masových médií a vysoce rozvinutého kulturního průmyslu. Sdělovací prostředky nám nabízejí osu politika, kultura, sport – médium – masové publikum. Jakou má vše návaznost? Jakou roli v této problematice sportovních hvězd a všudypřítomných slavných sportovních týmů hrají sponzoři, reklama a divák a jak si na tom stojí rekreační a výkonnostní sport? Jaká je geneze sportovní hvězdy a kde je rozdíl mezi opravdovými sportovními hrdiny a sportovními celebritami?

Motto této práce „Jaký je sport, taková je i společnost“ je dostatečným popudem k analýze současného vrcholového sportu a jeho hlavních představitelů – sportovních hvězd, ikon a hrdinů. Jejich dopad na hodnotové směřování společnosti, rozvoj svých disciplín, postavení ve své zemi, ale i v globálním měřítku, se tedy stávají hlavní náplní této

práce. Téma je aktuální zvláště v dnešní době, kdy výrazným způsobem začíná narůstat vliv sportovců, jež přesahuje daleko za hranice sportovních arén; sportovci se stávají novodobými vzory a předměty bezmezných adorací.

Hlavním cílem práce by mělo být právě objasnění určitého postavení vrcholných představitelů elitního sportu ve společnosti, jejich dopad na hodnotové směřování sportu a vliv na rozvoj masového rekreačního sportu. Obligátních otázek bude hned několik. Jaké má postavení vrcholový sportovec v dnešní moderní společnosti? Jaká je provázanost sportovce, médií a sponzorů? Jaký má vliv na rozvoj rekreačního a výkonnostního sportu? A v neposlední řadě – kde je onen zásadní rozdíl mezi hrdiny a hvězdami z hlediska definice těchto pojmů a z hlediska vlivu na společnost. Zvolený způsob dosažení cíle je studium relevantní odborné literatury, studium dokumentů, příslušných internetových stránek a v především dlouhodobé vyhodnocování médií a prostoru věnovanému sportovním přenosům, jiným sportovně zaměřeným pořadům a článkům se sportovní tematikou. Hlavními podklady pro diplomovou práci jsou studie docenta Sekota, ale i jiných autorů zabývajících se problematikou ze sociologického hlediska, a díla se všeobecně sportovním zaměřením. K práci budou využity i publikace klasických kritiků masové kultury. Na základě analýz se budu snažit prezentovat i vlastní závěry, které budou navazovat na poznatky z příslušné literatury, obecně známých závěrů a ze sledování médií.

Struktura práce bude spočívat v rozdělení do sedmi hlavních oddílů. Ze začátku bude věnována pozornost spíše obecným věcem, v dalších oddílech budou rozebírány již konkrétnější problematiky, např. sportovci a jejich cesta k bohatství a slávě, sportovní migrace, kult sportovce. Dále se budeme zabírat otázkou, kde se nachází difference mezi sportovní hvězdou a hrdinou, předposlední kapitola pak rozebere otázky českého vrcholového sportu a jeho „hrdinů“ s pokusem objasnit

dopad tzv. naganského fenoménu. Práce bude uzavřena čistě negativní kritikou o cestě ke slávě prostřednictvím dopingu.



# **1. O povaze sportu a struktuře sportů vzhledem k možnostem a mezím stát se sportovní hvězdou**

## **1.1 Historický kontext**

Historické prameny nám zřetelně uvádějí, že adorace sportovních hvězd a jejich vliv na společnost nejsou jen výplodem současné moderní doby. Vždyť sportovní hrdinové existovali již za dob starého Řecka a Říma. Zejména ve starověkém Římě, v němž pořádání gladiátorských her a jiných sportovních soutěží patřilo k důležitým nástrojům utváření politického a veřejného mínění, dosáhla sportovní podívaná, byť ve formách, které bychom dnes za „sportovní“ vůbec nepovažovali, ohromného rozmachu. K jejímu rozvoji sloužily dokonale fungující specializované instituce. V Helladě již v roce 400 př. Kr. byly zahájeny výstavby sportovních stadionů a plně profesionalizovaní atleti byli odměňováni formou pravidelné mzdy z obecních zdrojů (Sekot, 2008, s. 14). Pro další příklad se nemusíme příliš geograficky přesouvat. Když v prvních novodobých olympijských hrách v roce 1896 zvítězil domácí závodník Spiridon Louis, povoláním nosič vody, Řekové na stadionu šileli. Někteří z králových pobočníků a členů výboru dokonce zašli tak daleko, že líbali a objímali vítěze, který byl nakonec odnesen triumfálně do šatny pod klenutou vstupní branou. Scénu, k níž pak došlo na stadionu, lze jen těžko popsat a dokonce i cizinci byli uneseni všeobecným nadšením. (Walters, 2007, s. 28). Ale nejen tento příklad z historie olympijských her nám může být nápomocen pro pochopení souvislostí. Stačí se podívat na Evropu konce devatenáctého století. Už počátkem fungování moderního sportu v tomto století byla uctívána řada sportovních hrdinů či sportovních idolů (Sekot, 2008, s. 174). Tyto velké postavy sportu, všeobecně známé osobnosti, jsou vedle svých vynikajících dovedností obdařeny i získanou proslulostí na úrovni hvězd se statutem celebrit.

Právě uznání a obdiv individuálním sportovcům a mimořádným sportovním výkonům patří k charakteristickým znakům vzniku a vývoje

moderního sportu. V její kolébce – Velké Británii – šlo zejména o proslulé postavy tradičních sportů. Např. známý kriketový fenomén W. G. Grace se těšil takové oblibě u diváků, že se na jeho zápasy začalo vybírat zvýšené vstupné. Postupně se zejména profesionální hráči fotbalu (jak britského, tak i amerického) stávali „dobře prodejným zbožím“ s nesrovnatelně vyššími příjmy než běžný průměr obyvatel. Zlatá éra amerického sportu dvacátých let 20. století přináší další rozvoj sportovních hvězd jako „Babe“ Ruth (baseball), Red Grange (americký fotbal), Jack Dempsey (box); v Evropě v té době na sebe strhávala obdiv veřejnosti a médií zejména francouzská mnohonásobná wimbledonská vítězka Suzanne Lenglen. (Sekot, 2008, s. 174). V dnešní době je v nejnovějších učebnicích historie sportovním superhvězdám mnohdy věnován větší prostor než významným politickým osobnostem minulosti. Je to dáno dvěma faktory: především prudkým vývojem nových médií a také stále výnosnějšími kontrakty z reklam a sponzoringu. Stále větší je také fascinace vrcholovým sportem a elitními sportovními podniky, které přerůstají svůj sportovní význam. Sportovci ovšem nejsou jen ti na vrcholové úrovni. Je nutné podotknout, že hvězdy, celebrity a hrdinové jsou pouze špičkou ledovce celkové sportující populace. Miliony lidí na celém světě se řadí mezi sportovce rekreační, menší část mezi výkonnostní a z nich je ještě o poznání menší počet úspěšných vrcholových sportovců.

## **1.2 Vymezení pojmu rekreačního, výkonnostního a vrcholového sportu**

Přesto, že tato práce je zaměřena především na třetí stupeň v hierarchii členění sportovců, vrcholové sportovce, ze kterých se zpravidla stávají hvězdy a hrdinové, je třeba si vymezit všechny tři pojmy. A to hned z několika důvodů. Prvním je bezpochyby lepší orientace v této práci a druhým je obecně špatné a zmatené rozlišování těchto pojmů širokou veřejností. A konečně třetí důvodem by mohla být orientace pro sportovce

samotné. I vymezení pojmů samo o sobě s sebou nese různé otázky, které bychom měli zodpovědět. S velkou pravděpodobností můžeme tvrdit, že největší procento populace se věnuje právě rekreačnímu sportu. Ten obvykle neaspiruje na výraznější sportovní výkony ani na společenské uplatnění prostřednictvím sportu (Čechák, Linhart, 1986, s. 101). Má poměrně široké společenské funkce. Předpokládá se, že jeho funkcí bude schopnost účinně regenerovat organismus, zvyšovat fyzickou a psychickou zdatnost, rozvíjet socializaci, pěstovat pozitivní vlastnosti a pomáhat všeobecnému rozvoji člověka. V jiné definici bychom se mohli setkat s těmito slovy: „Kondičně rekreační sport se odvíjí jako aktivita volného času, kombinací vztahů mezi lidmi, mezi tělem a duchem, a mezi fyzickou aktivitou a prostředím“ (Sekot, 2006, s. 56). Rekreační sport také vyrovnává důsledky jednostranného fyzického a psychického zatížení člověka v pracovním procesu, eliminuje tenze, které vyplývají z moderní organizace práce. Dalším významným aspektem je socializační účinek. Jak uvádí Čechák a Linhart: „Vytvářet vztahy mezi jednotlivci oddělenými sociálními přehradami, dělbu práce a specializací práce, odlišným sociálním postavením.“ (Čechák, Linhart, 1986, s. 101). Ovšem k těmto tezím o zespolečenšťovací funkci rekreačního sportu leží v opozici tzv. individuální sporty, ke kterým se řadí např. kondiční běh nebo i fitness. Jeho socializační funkce tedy není vždy podmínkou.

Druhý významný mezistupeň v hierarchii rozlišení je sport výkonnostní. Linie mezi rekreačním a výkonnostním sportem není už tak značná. Nicméně samotný termín „výkonnostní sport“ již ve svém názvu zdůrazňuje význam výkonu. Pro vymezení rozhraní rekreačního a výkonnostního sportu můžeme z hlediska potřeb sociologie sportu považovat za signifikantní přibližně tyto znaky:

- charakter pěstování sportu – rozhodujícími ukazateli jsou systematičnost a plánovitost tréninku, stanovení cílů tréninku ve vztahu k dosažení určitých sportovních výkonů, účast v různých soutěžích

- účast v soutěžích určitého typu (musí jít o soutěž pořádanou nějakou organizací)
- úloha, jakou má sport ve struktuře činnosti volného času. U výkonnostního sportu zpravidla tvoří určitou dominantu seberealizace člověka v mimopracovním čase a občas se stává z hlediska aspirací, alespoň krátkodobě, i vlastním těžištěm života. (Čechák, Linhart, 1986, s. 112-113)

Třetím a bezesporu médií nejvíce prezentovaným stupněm je vrcholový sport. Ani zde není zřetelně a striktně daná linie mezi výkonnostním a vrcholovým sportem, zvláště na úseku mládeže. K pochopení jeho struktury nám budou nápomocny následující definice. Čechák vidí rozdíl mezi nimi ve skutečnosti, že výkonnostní sport představuje z hlediska individua dominantu pouze ve struktuře vyplňující volný nebo mimopracovní čas. V oblasti vrcholového sportu zpravidla sportovní činnost představuje dominantu ve struktuře životních činností. (Čechák, Linhart, 1986, s. 114). Tato skutečnost by se dala chápat také tak, že systém sportovní přípravy a soutěží u výkonnostních sportovců nevyžaduje žádné zásadní změny ve struktuře a náplni pracovní činnosti. Kdežto u vrcholového sportu se setkáváme s nutností přizpůsobit i sféru pracovní činnosti tak, aby umožňovala maximální koncentraci na trénink a dosažení sportovního výkonu. Pokud ovšem nějakou jinou pracovní činnost mají. To je také jeden z charakterizujících bodů vrcholového sportovce, že ve sportu nachází svůj primární zdroj obživy. To ale samozřejmě nemusí být podmínkou. Jiný kritičtější úhel pohledu nám nabízí Aleš Sekot: „Hodnotový svět vrcholového sportu jako subsystému moderní společnosti svým organizačním globálním rozměrem pořádání světových šampionátů a olympijských her, silícím důrazem na zaznamenávání světových rekordních výkonů, je plně poplatný hodnotovému kódu vítězství versus prohra.“ (Sekot, 2008, s. 31).

Můžeme s jistotou tvrdit, že z elitních vrcholových sportovců se generují hvězdy, ikony a legendy. Můžeme se však i tázat, nakolik mají právě tyto sportovní hvězdy vrcholového sportu vliv na rekreační masový sport. Je si také třeba uvědomit, že vše, co zatím bylo řečeno, se vztahuje na demokratickou současnost. Trochu jiná situace byla za minulého totalitního režimu.

Jako odbočku bychom tedy mohli přidat exkurz na pohled „předrevolučního“ srovnání socialistického a kapitalistického vrcholového sportovce. Nelze sice tvrdit, že by komunistický režim neprodukoval sportovní hrdiny a legendy, nicméně tito lidé měli trochu jiné postavení společenské, jiná situace byla i v otázce finančního odměňování sportovce. „V kapitalistických zemích, kde rozhodující sociální vazbou sportu je komercializace a propagandistické využití v masové kultuře, se sportovní výkon i sportovec sám stává zbožím, jež musí být adekvátně prodáno a komerčně využito, někdy za cenu destrukce jeho způsobu života i osobnosti. Profesionální sportovec musí přinášet divákům radost a svému zaměstnavateli zisk. Profesionál je dělník, zaměstnanec, byly od něj investovány peníze a jeho základní role spočívá v tom, aby tyto peníze splatil. V socialistické společnosti toto nebezpečí nehrozí.“ (Čechák, Linhart, 1986, s. 131). Další tezí, kterou nám Čechák a Linhart nabízejí, jsou slova, ve kterých tvrdí, že charakteristickým představitelem socialistického sportovce není specialista, který po poměrně krátkou dobu oslňuje svými výkony masy nesportujících diváků, ale naopak člověk, který plní všechny podstatné společenské role a přitom po celou dobu svého života systematicky rozvíjí svou fyzickou a duševní kondici a tělovýchovnými aktivitami. (Čechák, Linhart, 1986, s. 204). Autor v poněkud frázovitém vyjádření nepřipouští nic kladného na typu kapitalistického sportovce, naopak nenachází nic záporného na vrcholovém sportovci v socialismu. Zůstává otázkou, zdali opravdu nebyla role vrcholového sportovce za socialismu lepší než v dnešní době tržního

hospodářství? Musíme však připomenout, že za minulého režimu byli vrcholoví sportovci zpravidla formálními zaměstnanci velkých podniků, které jim umožňovaly více času na trénink a reprezentaci. Byli také doslova majetkem svého klubu a státu, který pouštěl do zahraničí pouze ty prověřené, diktoval jim, jak se mají chovat, a trnul hrůzou, aby náhodou při výjezdu neemigrovali (jak se také často stávalo.) Výrazný rozdíl byl také v odměňování. V centrálně plánovaných ekonomikách na rozdíl od tržních ekonomik bylo odměňování profesionálů mnohokrát nižší. (Byli však vůbec profesionálové? Všichni byli „zaměstnaní“, tedy amatéři.) Zde je důvod naprosto zřetelný – oproti tržnímu hospodářství, kde hlavní alokaci zdrojů provádí svobodný trh, je tento trh v centrálně plánované ekonomice nahrazen státním orgánem, který rozhoduje o celkovém vývoji a struktuře hospodářství. Je zcela zřejmé, že takto řízené hospodářství nedává naději vzniknout přílišným rozdílům ve mzdě, tedy ani pro vrcholové sportovce. Jak již bylo řečeno, ani tyto společenské rozdíly nezamezily vzniku hvězd a sportovních hrdinů. Ti sice nebyli využíváni k reklamním spotům, propagování výrobků a neplnily rubriky bulvárních plátků, ale měli úlohu hlavních motivátorů pro rozvoj daného sportovního odvětví a také se v jistých případech stávali symbolem režimu či naopak symbolem lidu v odporu proti němu.

## **2. Sport jako cesta k bohatství a slávě**

Elitní sportovci a elitní sportovní týmy jsou v dnešní době prezentováni jako vzor bohatství a úspěchu. Vrcholový sport obecně spoluvytváří specifickým a relativizovaným způsobem společenskou měřítko úspěchu, bohatství a prestiže. I ve světě vrcholového sportu tak mnohdy sklízí největší obdiv ten, kdo má nejvyšší příjem, je mediální hvězdou (Sekot, 2008, s. 135). Bohužel zde musíme konstatovat, že právě motto této práce „jaký je sport, taková je i společnost“ není jen prázdnou premisou, jako se mohlo zdát na začátku. Milionové sumy v dolarech nám tak dávají na vědomí, kdo, kdy, a za jakých podmínek má šanci stát se součástí vrcholů sportovního obdivu a mediálního zájmu. Společným jmenovatelem vrcholových sportovců, známých na mediální scéně, je úspěch, bohatství a tělesná krása. Jedině takto vymezený sport může přinášet všem zainteresovaným stranám – tedy sponzorům, marketingovým a reklamním společnostem, médiím a samotným sportovcům – pohádkové zisky (Sekot, 2008, s. 136-137). V moderním sportu tak nemůže cesta k bohatství a s ní spojená sláva vzniknout bez pojmů sponzoring a reklama.

### **2.1 Sponzoring**

Slovo sponzoring je nejčastěji spojováno se sportem nebo s kulturními institucemi. Definovat bychom ho mohli jako poskytování materiálních, finančních a dalších prostředků ze strany výrobních podniků nebo jiných soukromých či státních subjektů a služeb pro odvětví zdravotnictví, sociální péče, tělesné výchovy a sportu, kultury a ekologie s cílem realizovat své marketingové a komunikační cíle. (Čáslavová, 2000, s. 92). Hlediska sponzora jsou obvykle propagace firmy, zvyšování podílu na trhu, změny image, oslovení vybraných skupin zákazníků, goodwill (dobré jméno, dobrá pověst podniku) a to všechno se základním cílem –

zvýšit prodej produktů, které firmy nabízejí na trhu. Z hlediska sponzorovaného bychom mohli uvést především peněžní zabezpečení, vybavení, oblečení a další materiál nebo vybrané služby.

Termín sponzoringu ve sportu je bezesporu jedním z nepoužívanějších slov při diskuzích o sportovní tematice. Bez něj by s největší pravděpodobností neexistovaly sportovní hvězdy a celebrity dnešního charakteru. Spojení sportovce či sportovního klubu a velkých mezinárodních korporací se stalo jedním z nejlepších způsobů reklamy a propagace. Z hlediska druhů bychom sponzoring mohli rozdělit na tři hlavní skupiny. Sponzoring jednotlivých sportovců (individuální), sponzoring sportovních klubů a sportovních akcí. Do tohoto rozřazení by se dal ještě zahrnout sponzoring sportovních týmů, který se na rozdíl od sponzoringu sportovních klubů zaměřuje na sponzorování výkonnostního sportu a sportu pro všechny.

Sponzoring jednotlivých sportovců (individuální) – tato forma je nejvíce rozšířena ve vrcholovém sportu. Osobnosti sportovců jsou zároveň gestory kvality a úspěchu aktuálních výrobků či služeb podnikatele, resp. podniku. Sponzorská smlouva obsahuje vedle práva provádět reklamu za pomoci vyobrazení sportovce na svých produktech většinou i jiná opatření na podporu prodeje, např. autogramiády, akce pro spotřebitele, hry o zisk, předvádění výrobků (Čáslavová, 2000, s. 123). Takovéto smlouvy jsou nejvíce viditelné kupříkladu u tenistů. Spojení Anny Ivanovičové s firmou Reebok přináší firmě velký zisk nejen díky jejím vynikajícím tenisovým úspěchům, ale hlavně díky sexy vizáži. Další srbská tenisová hvězda Novak Djokovič zase propaguje zboží firmy Adidas. Můžeme hovořit ale i o spojení sportovců z kolektivních sportů s obřími korporacemi. Fotbalisté Cristiano Ronaldo či Zlatan Ibrahimovič mají uzavřené lukrativní smlouvy u firmy Nike. Tato spojení platí i regionálně, např. Šárka Záhrobská (Milka) nebo Tomáš Berdych (také Nike). Oba výteční sportovci, ač ve světě



nepovažováni za velké hvězdy, propagují výrobky alespoň ve své zemi. Sportovci mívají mnohdy uzavřeny kontrakty s více firmami.

Sponzoring sportovních klubů – tato forma sponzorování přináší nejširší možnosti z hlediska činností, které lze nabídnout sponzorovi. Tím, že např. sportovní klub disponuje jak sportovci, tak i sportovními družstvy, svými profesionálními odděleními pořádá sportovní akce atd., jde šířka nabízených protivýkonů do velkého rozsahu (Čáslavová, 2000, s. 124). Asi největší asociaci v globálním měřítku máme u fotbalového klubu FC Liverpool s pivovarem Carlsberg, jež je již spoustu let hrdým sponzorem tohoto slavného klubu, či sázkovou společností Bwin a italského velkoklubu AC Milán. Ale na rozdíl od českých týmů se jméno sponzora neobjevuje v názvu klubu. Zajímavá situace je tak v české hokejové extralize, kde se mezi sebou utkávají týmy HC Geus okna Kladno proti HC RI okna Zlín. Se sponzory mají uzavřené kontrakty i státní reprezentační celky z různých zemí, jak můžeme vidět např. u České fotbalové reprezentace a společností T-mobile.

Sponzoring sportovních akcí – u tohoto typu sponzorování výrazně stoupají možnosti, které lze nabídnout sponzorovi; zejména je využívána plejáda reklamních možností od programového sešitu, vstupenek, reklamy o přestávkách až po uvádění titulu „hlavní sponzor“ akce (Čáslavová, 2000, s.123). Zde by se daly utvořit i dvě podskupiny: sponzoring jednorázových akcí, jako je třeba fotbalové mistrovství světa či mistrovství světa v lyžování, a sponzoring dlouhodobých akcí, jako např. ligové soutěže v různých zemích, nebo mezinárodní soutěže jako fotbalová liga mistrů a jiné. U prvně jmenované skupiny můžeme zdůraznit spojení automobilky Hyundai s loňským evropským šampionátem ve fotbale nebo dlouhodobý kontrakt mladoboleslavské Škodovky jako hlavního sponzora MS v hokeji. Jako exemplární příklad u druhé podskupiny si můžeme uvést nejvyšší českou fotbalovou soutěž. Její název Gambrinus liga hovoří za vše. Příklad můžeme uvést i ze zahraničí, jako je ostře sledovaný anglický Carling Cup.

Pravděpodobně největším evropským kontraktem ve sponzoringu sportovních akcí je uzavření smlouvy mezi firmami Ford, Heineken, Sony, MasterCard, Vodafone a Playstation a fotbalovou organizací UEFA, která je pořadatelem největší a nejsledovanější každoroční evropské soutěže fotbalové Ligy mistrů. S tématem sponzoringu, jak individuálním, tak především klubovým, přímo souvisí další, snad ještě více diskutovaná otázka, která se týká přeplácení sportovců a přestupovými částkami za sportovní hvězdy.

## **2.2 Platy sportovců a přestupové částky**

Velké spektrum lidí se ptá, jak je možné, že právě sportovci s mnohdy nulovým přínosem pro společnost jsou tak vysoce platově hodnoceni? Mohli bychom jmenovat desítky jen českých sportovců, u kterých se jejich platy dají počítat na miliony korun měsíčně. Na tuto otázku můžeme nahlížet ze dvou aspektů. Prvním bude pohled ekonomický a druhým pohled běžného průměrného člověka.

Začněme tedy makroekonomickou analýzou. Velmi často se v ekonomických úvahách setkáváme s pojmy spravedlnost, rovnost, přiměřená odměna apod. Na tomto místě je nutné si uvědomit, že do jakýchkoli pojednání a rozborů o ekonomických vztazích v rámci tržního hospodářství - soukromého sektoru - tyto pojmy jednoduše nepatří. Termín spravedlivé mzdy je z principu a definice trhu naprosto nemyslitelný, neboť ekonomické subjekty na trhu (v našem případě trhu práce) se nerozhodují na základě morálních či jiných volných pohnutek, ale jednoduše na bázi ziskovosti, tedy nejnižších nákladů při nejvyšších výnosech. Sportovci (jako zaměstnanci sportovních klubů) mají astronomické platy nikoli z důvodu, že by si je zasloužili, nýbrž proto, že je někdo ochoten jim takové peníze dát. Dále se zabývejme faktem, proč jsou kluby ochotny tolik platit sportovním hvězdám. Pokud je ve společnosti vysoká potřeba zábavy – tedy

i sportu (sledování sportovních událostí), je na uspokojení této potřeby vynakládáno značné množství zdrojů. Sportovci, kteří jsou kritizováni za vysoké platy (především kvůli jejich nulovému přínosu pro společnost do budoucna) nemohou za to, že atraktivita jejich činnosti je tak obrovská, že peníze utracené za pouhou možnost sledovat jejich počínání (dokonce při jejich práci) dosahují astronomických výšek. Dá se snad racionálně odvodit, jak je možné, že za jedinou vstupenku na MS v klasickém lyžování v Liberci – skoky na lyžích bylo ochotno mnoho lidí zaplatit tisíc pět set korun (plus doprava)? Nebo za pohled na Velkou cenu Brna silničních motocyklů, kde průměrná cena vstupenek dosahuje až tří tisíc korun? Dokonce při vědomí, že stejný závod mohou pohodlně sledovat živě v televizi. Kde je rozdíl mezi televizním přenosem a sledováním závodu z tribuny? Dalším aspektem, jehož významnost nelze opominout, je množství času, které člověk sledování sportovních událostí věnuje. Nejvýznamnější utkání národních reprezentací na vrcholných turnajích (MS, OH) vykazují pravidelně nejvyšší podíl sledovanosti. Podle prosté ekonomické úvahy zjistíme, že hodnota televizních práv přímo úměrně sledovanosti roste, jakož i cena reklamního prostoru (v TV i na stadionech). Nejdražší reklamy se umísťují na místa, kde se pohybuje nejvíce lidí (náměstí, nádraží), nejinak je tomu při televizních sportovních přenosech a na sportovištích. Příjmy z reklamy poté přeneseně plynou do rozpočtů sportovních klubů, mnohdy přímo ke sportovcům (zejména při individuálních sportech). Logo umístěné na oblečení světové tenisové jedničky není drahé jen samo o sobě, že je jejím nositelem první muž či žena žebříčku, nýbrž i proto, že logo uvidí mnoho lidí. Zde jsme se opět dostali do problému: kdyby nebyli lidé milující pasivní sport, nebyly by závratné ceny reklamy na sportovcově oděvu a nebyly by ani astronomické částky pro něj samotného.

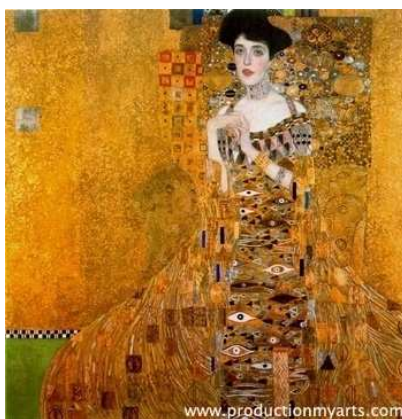
Druhým pohledem na tuto problematiku je pohled na tyto částky z hlediska běžné populace. Zde se setkáváme s negativní až extrémně

nesmířlivou reakcí společnosti. Lidé své sportovní hvězdy a ikony milují, ale na druhou stranu vidíme závist a pomluvy při pohledu na částky, které sportovci za kalendářní rok vyinkasují. Pohled společnosti si ale lépe objasníme na dalším příkladu, který je spojen s přestupovými částkami za elitní sportovce.

Další otázkou spojenou s negativním postojem společnosti zůstávají částky, které jsou ochotné kluby za elitní sportovce zaplatit. Mohli bychom přistoupit k paralele, kdy bychom srovnávali ceny fotbalových hvězd a



Obr. 1 - útočník Kaká



Obr. 2 - obraz G. Klimta

uměleckých děl. Za útočníka Kaká (obr. 1) z AC Milán byl management Manchesteru City ochoten zaplatit částku blízkou se třem miliardám korun. Mnohým

lidem se tato částky jeví jako absolutně iracionální. Ale podívejme se na ceny uměleckých děl. Když je někdo ochoten za obraz od Gustava Klimta „Portrait Adele Bloch Bauer“ (obr. 2) zaplatit v přepočtu částku vyšší než tři miliardy korun, tak to vzbudí obdiv, a nesouhlas společnosti je jistě menší. Oba příklady jsou však pouze odrazem ekonomické poptávky. To nám dokazuje, že lidé nechápou vysoké částky platů i přestupových částek za sportovce. Většina populace si totiž neuvědomuje, že právě ony částky začínají u nich samotných, u jejich zájmu o tyto sportovní hvězdy, které jsou spojeny se sponzory, kluby a soutěžemi. Vše potom tvoří velký ekonomický koloběh, jehož jsou všichni lidé nevědomky součástí. Velké sportovní kluby, jak můžeme sledovat u evropských fotbalových velkoklubů, klubů NBA či NHL, jsou ve své podstatě klasickými ziskovými společnostmi, které by se daly přirovnat k bankovním institucím či

automobilkám. Např. Manchester United měl v roce 2008 příjmy 394 milionů dolarů (www.forbes.com). I elitní sportovci prezentující se v individuálních sportech jako Tiger Woods nebo Venus Williamsová jsou ve své podstatě také dobře prodejnou značkou vydávající miliony dolarů.

Podle již zmíněného motto této práce „jaký je sport, taková je i společnost“ by se dalo odvodit i uznání a obdiv veřejnosti. Současná společnost staví na přední místo úspěch, popularitu a peníze spolu s touhou alespoň napodobit svět celebrit. Sportovci honosící se velkými automobily a přepychovými rezidencemi se tedy, i přes značnou závist, stávají následováníhodným vzorem. Tato cesta ke slávě a penězům ovšem musí vést i přes médium, lépe řečeno masové médium. V době dnešních komunikačních technologií je šance stát se hvězdou či celebritou takřka přes noc. Sdělovací prostředky nám předkládají nepřeborné množství informací o sportovních událostech. Přibývá stále více nových sportovních kanálů a sportovních magazínů. Sportovní média mají v současné době pozici jako nikdy předtím v historii.

### **2.3 Sport jako zábava pro masy**

Můžeme konstatovat, že sportovní hvězdy a legendy by neměly možnost vzniknout bez masové kultury. Jakou roli vlastně hraje tato kultura na půdě sportu? Lze porovnat kulturní kritiku s hodnocením masového sportu? Lze na masovou kulturu nahlížet jen z čistě negativního hlediska?

Nejprve by nebylo špatné objasnit, co se vlastně pod pojmem masová kultura skrývá. Tento výraz můžeme interpretovat více definicemi. Její základní tezi bychom mohli vykreslit v těchto bodech:

- není tradiční
- není elitní

- je produkována masově
- je populární
- je komercializovaná
- je homogenizovaná

Jiný pohled na věc nám poskytuje tato definice: „Masová kultura je produktem industrializace a komercializace kultury, což znamená, že noviny, filmy a další kulturní produkty jsou nyní vyráběny organizovanějším a efektivnějším způsobem s výslovným cílem vydělávat na jejich spotřebě peníze.“ (Osborne, van Loon, 2002, s. 146). Z pohledu sportu bychom ji mohli popsat následujícím způsobem:

- elitní vrcholový sport je jednou z neúčinnějších forem masové medializované divácké zábavy (Sekot, 2008, s. 93)
- devaluje umělecký obsah: vrcholový sport v krajní podobě zpochybňuje smysl a poslání tělesné kultury
- masová kultura znehodnocuje proces duchovního rozvoje osobnosti, vrcholový sport posiluje konzumní vztah ke sportu a jeho přínos k všestrannému rozvoji jedince je přinejmenším sporný
- masová kultura nabízí masovou podívanou devalvované zábavy, vrcholový sport se mnohdy vkrádá do života mas globálně přitažlivou podívanou (Sekot, 2003, s. 144)

Také bychom si ovšem neměli plést masovou kulturu s populární kulturou. Hlavní rozdílem mezi těmito sociálně kulturními pojmy je, že populární kultura pochází z lidu samotného, na rozdíl od masové kultury, kde je tok jednosměrný a zpravidla je řízen shora. Zde by se dala použít přímá komparace se sportem. Populární kultura je kulturou, která je přímo aktivně prožívána lidmi. Dala by se tedy přirovnat k obecně provozovanému rekreačnímu sportu. Kdežto masová kultura, kde je tok jednosměrný, by se dala přirovnat k pasivnímu sledování sportovních klání v televizních obrazovkách a na sportovních stadionech. Tam lidé sice

nesledují filmy a filmové hvězdy, nýbrž globálně známě sportovní kluby a jejich největší hvězdy. Není jistě třeba složitě zdůvodňovat, proč je důvěrný vztah masmedií ke sportu orientován zejména směrem k vrcholovému elitnímu sportu. Je to zřejmé. Právě elitní sporty jsou svojí diváckou atraktivností pro masová média komerčně zajímavá prodejem přenosových práv a reklamy. Jde přirozeně o spleť vzájemných výhod a podnikatelského očekávání, která je spíše v ohnisku zájmu ekonomů a marketingových specialistů. (Sekot, 2003, s. 140).

Komparaci masové kultury a masového sportu můžeme vyložit i způsobem, který nám předkládá Aleš Sekot: „Vrcholový sport vzhledem k jeho specifické hodnotové zakotvenosti, profesionalizaci a komercializaci lze považovat za fenomén vytěsňující se z širšího rámce tělesné kultury do sféry masové kultury. Absurdně zcela opačným postupem, než je tomu u kultury obecně. Geneze masové kultury totiž principem společného jmenovatele cílí k prohlubující se propasti mezi vysokým uměním k plytkosti zábavy, zatímco vrcholový sport vstupuje na půdu masové kultury (a tedy i zábavy) jako scéna naprosto špičkových, vrcholných a účelově pěstovaných a motivovaných výkonů. Umělecký vrcholný výkon jde svojí svébytnou originální cestou mimo bludiště zábavy a podbíživosti masové kultury a vzdaluje se masám. Vrcholový sport formou masové zábavy naopak k masám cíleně míří.“ (Sekot, 2003, s. 144). Nabízí nám tedy tezi, že na rozdíl od geneze klasické masové kultury od „high cult“ k „low cult“ vstupuje vrcholový sport k masám přímo ve své plné a dokonalé kráse vrcholných výkonů.

V této souvislosti se také hovoří o kulturním průmyslu. Jako první publikovali slovní spojení „kulturní průmysl“ představitelé frankfurtské sociálně vědné školy Theodor Adorno a Max Horkheimer. Ve svém stěžejním díle „Dialektik der Aufklärung“ (Dialektika osvícenství), přímo útočí na novodobý vývoj kultury. Situaci zde líčí jako selhání racionality a osvícenství v západní Evropě. Provází jej ztráta svobody, regrese vlivem

technického rozvoje (Jiráček, Köpplová, 2003, s. 57). Adorno, jenž svou tezi ještě dále rozvíjel ve spisu „Resumé o kulturním průmyslu“, zde své názory formuluje ještě přesnější formou. Říká, že hlavním cílem kulturního průmyslu je zisk. Vnutit lidem již zdeformované umění a hotové emoce, a tak je odnaučí vytvářet si vlastní emoce a názory. Podobné úvahy prezentuje i v dalším spise „O fetišovém charakteru v hudbě a regresí sluchu“. Ve stejném duchu napsal další německý myslitel Walter Benjamin spis „Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti“. V uměleckém díle vidí auru, která je likvidovaná právě mnohonásobnými replikami. A tehdy dle něj aura zaniká. (Benjamin, 1979, s. 37).

A nyní si můžeme položit otázku, jak se výše uvedené názory, týkající se umění, mohou projevit ve světě sportu a jeho představitelů? Deformace sportu je zřetelná především v symbolech. Podívejme se například na fotbalovou Ligu mistrů. Při účasti Sparty Praha v této nejbohatší soutěži v ročníku 2001/2002 byl zápas s Realem Madrid beznadějně vyprodán, kdežto v souboji s Olympique Lyon zůstaly tribuny poloprázdné. Čím si tento jev můžeme vysvětlit? Real Madrid není ani tak fotbalovým klubem, jako spíše obchodní značkou. Kolik denně vidíme lidí mající bílý dres s korunkou a nápisem Zidane, Raúl, Beckham či Carlos? Lidé se nejdují již podívat „jen“ na sportovní utkání, nýbrž právě na tuto prestižní značku, jakou Real Madrid bezesporu je. Tento klub se stal symbolem úspěchu a bohatství s vysokou koncentrací hvězd. Olympique Lyon, klub srovnatelných fotbalových kvalit tento status prostě nemá. Z tohoto pohledu dnes miliony teenagerů (a nejenom oni) nosí nápadná trička se jmény sportovních idolů zpravidla ne jako výraz aktuální individuální sportovní činnosti, nýbrž jako symbol obdivované ikony úspěchu, bohatství, výkonu, obdivu a prestiže. Tržní ekonomie takto posiluje konzumní způsob života jako nedílné součásti soudobé kultury virtuálního postmoderního světa symbolů. (Sekot, 2003, s. 145).



Mohli bychom prezentovat i definici sportovního průmyslu. Čáslavová nám předkládá tuto: „Trh, na kterém produkty nabízené zákazníkům představují sport, fitness orientované produkty na rekreaci nebo výkon a dále to mohou být činnosti, zboží, služby, lidé, místa nebo myšlenky.“ (Čáslavová, 2000, s. 88). Tato definice je sice výrazně střízlivější, než pohled oněch německých myslitelů na novodobý vývoj kultury a kulturního průmyslu, nicméně je viděna spíše z ekonomického pohledu než z pohledu kriticky sociologického.

Je tedy toto předkládání značek a deformované kultury jen negativním jevem nebo se z něj dá vyvodit i něco pozitivního? Zajímavou studii nám nabízí italský sémiotik Umberto Eco. Dle něj by se měly v masové kultuře hledat nejen zápory, ale i klady. Tvrdí například, že zavrhaná masová kultura nezabrala místo žádné fantomatické kultuře vyšší, jenom se rozšířila v masách, které dříve přístup ke kulturním statkům vůbec neměly. (Eco, 2006, s. 39). Další z jeho tezí je kupříkladu tato: „Je sice pravda, že masmédia nabízejí záplavu nerozlišených informací, v nichž není důležitý údaj odlišen od údaje pouze zajímavého nebo zábavného, popírat však, že takovéto kumulace informací můžou být něčím formulujícím, by znamenalo zastávat velice pesimistický názor na lidskou přirozenost a nevěřit, že kumulace kvantitativních údajů, útočících jako stimuly inteligence na velké množství osob, by se aspoň u některých z nich nemohla kvalitativně proměnit.“ (Eco, 2006, s. 40- 41). Jeho názory bychom mohli aplikovat i na obhajobu vrcholového sportu. Berme si mistrovství světa ve fotbale. Pompézní masová akce s velkým kvantem diváků jak na stadionech, tak i u televizních přijímačů, nepřeborné množství fotbalových hvězd, stovky novinářů, obří reklamy bohatých sponzorů. Akce, jež mine málokterého občana, i toho, kdo o sport nejeví takový zájem. Můžeme v ní vidět oslavu konzumu. Ale také hráče, kteří jen umocňují svoje již tak velká ega nebo mladé hráče, kteří se snaží, aby si jich všimli skauti bohatých klubů. To je jedna strana mince. Na té druhé

můžeme třeba spatřovat státy z afrického kontinentu, jež se na šampionát kvalifikovaly, a pro jejichž lid je fotbal jedinou radostí. Občané této země berou vítězství svého týmu jako vítězství svého lidu a jistou naději pro jejich mnohdy nešťastný a těžký život. Přesně tento obrázek jsme mohli spatřovat při MS v Německu, kdy hráči z Pobřeží slonoviny, Ghany či Toga bojují nejen za svůj tým či lepší angažmá, ale i pro lid ve své zemi. Fotbalové mistrovství tedy neznamenalo jen masovou akci s množstvím velkolepých komponentů a zvyšováním sebevědomí bohatých a úspěšných, ale i naději pro chudé země třetího světa. Nemusí se však jednat výlučně o fotbal, ale i o jiné sporty, kde se můžou tyto chudé země prezentovat v lepším světle. Jejich sportovci se potom nestávají hrdiny díky velkým platům či nezměrné prezentaci v médiích, ale i kvůli tomu, co učinili pro svoji zemi, kde je fotbal mnohdy jedinou nadějí pro mládež. Nejednou tito hráči povzbudí a přivedou ostatní mladé k aktivnímu životu. Děti, které již ztrácely naději, najednou vidí svoji perspektivu, i když třeba jen ve fotbale.

### 3. Sportovní migrace jako scéna na cestě sportovní slávy

Sportovní migrace tvoří již téměř jedno století nezanedbatelný fenomén. Dalo by si i říci, že bez tohoto mechanismu by nedošlo ke vzniku globálních sportovních hvězd, alespoň tedy na poli kolektivních sportů. Největší rozvoj sportu, jak v oblasti organizační, tak po stránce mediálních prezentací, byl v tomto století v především v ekonomicky rozvinutých zemích, zvláště ve Spojených státech, Velké Británii a dalších zemích západní Evropy. To způsobilo přesouvání nadějných sportovců ze všech světových periferií právě do těchto zemí. Nejpatrnější je sportovní migrace právě ve zmiňovaných kolektivních sportech. Můžeme sledovat, jak mladí fotbalisté pocházející z afrického a jihoamerického kontinentu hromadně opouštějí své domovské ligy a nacházejí uplatnění v neprestížnějších evropských soutěžích. Totéž můžeme sledovat v hokejové NHL, kdy evropští hráči nacházejí útočiště v severoamerických klubech či v baseballové MLB, kde zase naopak září hráči z karibské oblasti.

Migraci ovšem nepoznamenávají jenom kolektivní sporty. Podívejme se kupříkladu na hvězdy na poli atletiky či tenisu. Ty sice reprezentují svoji zemi, nicméně tréninkové útočiště zpravidla nacházejí v Severní Americe či západní Evropě. Jak ale vše souvisí s cestou za sportovní slávou? Odpověď je nasnadě – sportovci z méně ekonomicky vyspělých zemí by nikdy nedosáhli takové slávy a úspěchu nebýt sportovní migrace. Ve svojí zemi by nikdy nemohl vyniknout jejich talent jako právě v zemích, do nichž migranti směřují. To také znamená, že by se z nich nestaly globálně známé a obdivované hvězdy. Zůstává ovšem otázkou, zdali je vždy migrace na místě. Jako příkladovou studii, bychom si mohli uvést nejvyšší českou fotbalovou soutěž.

### 3.1 Mladí do zahraničí?

Fotbal, jež je bezesporu největším sportovním fenoménem současnosti a strhává na sebe největší pozornost médií i sponzorů, nám může migraci ve sportu a s ní spojený vznik hvězd objasnit nejlépe. Pojďme se ale na věc podívat z trochu jiného hlediska. Kariéra vrcholového fotbalisty není vždy tak snadná, jak nám ji často předkládají média. Geneze fotbalové hvězdy není rozhodně jednoduchou záležitostí. Mladí talentovaní fotbalisté, kteří ještě nemají status sportovní hvězdy, se mnohdy rozhodují, jak naložit se svojí kariérou. Naskytá se jim otázka, zda zůstat v české lize nebo odejít do zahraničního angažmá. A toto je možná zásadní otázka s minimálně dvěma důležitými aspekty. Prvním z nich je bezesporu další rozvoj mladého fotbalisty v náročnějším prostředí evropského klubu. Druhým aspektem je stále horšící se úroveň České fotbalové ligy primárně spojená s odchodem talentů do zahraničí.

Pojďme si vše ukázat na příkladech z nedávné minulosti i současnosti. Velký odchod mladíků zaznamenala Gambrinus liga po slavném druhém místě „lvíčat“ v Kanadě před dvěma lety. Jména jako Pekhart nebo Šimůnek či brněnská kolonie Kalouda, Mazuch a Holek už pomalu začíná mizet z paměti českých fanoušků. V případě brněnských fotbalistů zatím nikdo výrazněji neuspěl. Jediným výrazným „vítězem“ se v tomto případě stalo 1. FC Brno, které jen za přestupy těchto talentů vydělalo téměř čtvrt miliardy korun. Nicméně do tohoto klubu nepřišly žádné adekvátní posily za tyto mladé tahouny. Současná situace (20. 3. 2009) je tato: Luboš Kalouda, který odešel za největší sumu, téměř sto třicet milionů korun, zatím ve svém klubu CSKA Moskva téměř nehraje a navíc ho v poslední době sužují zranění. Tento hráč, jenž na podzim 2007 výraznou měrou přispěl k výborným výkonům Brna, tvořil spolu s dalšími mladými hráči kostru týmu a jedenkrát se dostal i do seniorské reprezentace (ČR: Polsko, 2008), bohužel zatím na svoji příležitost čeká. Jinak na tom nejsou ani ostatní bývalí brněnští hráči. Holek stagnuje v Dněpropetrovsku

a Mazuch, který jako jediný přestoupil do zahraničí už před oním MS U20, v lepším případě „sedí na lavičce“ nebo jen „na tribuně“ ve Fioretině. Jediný z brněnské kolonie fotbalistů nepřestoupivší do zahraničního velkoklubu je Marek Střeščík. Ten, i když zůstal v domácí soutěži, překvapivě stagnuje a jeho výkony mají dosti velké výkyvy. Z dalších jmenovaných si vezměme například Jana Šimůnka. Při svém příchodu do Wolfsburgu poměrně často nastupoval v základní sestavě, ale nyní je také spíše na soupisce náhradníků. Pekhart se také v zahraničí stále hledal. Z Anglie, kde vystřídal dva kluby, odešel zpět do Gambrinus ligy a nyní předvádí obstojné výkony v dresu pražské Slávie.

Ale zdaleka ne všechny přestupy končí takovými neúspěchy. Na rozdíl od ostatních spoluhráčů „z Kanady“ se poměrně daří Martinu Feninovi. Teplický odchovanec již pravidelně nastupuje v seniorské reprezentaci. Abychom neuváděli jen příklady z poslední doby, vzpomeňme si na „výprodej“ české fotbalové ligy po mistrovství Evropy v roce 1996, kde s výjimkou dortmundského Patrika Bergera nebyl žádný jiný zástupce silných evropských lig. Tehdy se ovšem i díky těmto přestupům vytvořilo dlouhodobé jádro české reprezentace. Klíčovými hráčům se ve slavných evropských ligách poměrně dařilo a staly se z nich hvězdy první velikosti, jako např. Pavel Nedvěd. Tento nejlepší fotbalista Evropy za rok 2003 se v Itálii propracoval mezi největší světové fotbalové hvězdy a legendy. To potvrzují slova trenéra Juventusu Turín Claudia Ranieriho: „Nedvěd byl velkou inspirací pro mládež“ (ČT, 25. 2. 2008). Nedvěd sklízel nejen úspěchy, ale šel i příkladem. To z něj dělá i přes někdy velmi problematické vystupování opravdovou legendu. Ale nejen Nedvědovi se dařilo v zahraničí. Patrik Berger prožil poměrně úspěšné angažmá v Liverpoolu, Vladimír Šmicer ve Francii a poté také v Liverpoolu. Karel Poborský si po nevydařeném působení v Manchesteru United vydobyl v Portugalsku a v Itálii renomé skvělého fotbalisty evropského formátu. Střední cestou, tedy neověnění ani ze stříbrného Eura 1996 a ani ze světového šampionátu

dvacítek, šli v současnosti asi dva nejznámější čeští fotbalisté Tomáš Rosický a Petr Čech. Rosický odešel v roce 2001 ze Sparty za rekordní sumu čítající téměř půl miliardy korun do Borussie Dortmund, kde naplno splnil očekávání a stal se vůdčí osobností. Nyní ho bohužel v řadách londýnského Arsenalu stále sužují četná zranění. Petr Čech po slibně rozvíjející se kariéře ve Spartě přestoupil do francouzského Lens, kde jeho forma gradovala, až nakonec v roce 2005 skončil u milionářské Chelsea. Nyní je z něho jedna z nejzářivějších hvězd českého sportu vůbec. Velkým otázníkem zatím zůstává, jak si podvede největší talent ligy podzimu 2008 Tomáš Necid. Ten již před startem na začátku sezóny podepsal smlouvu s CSKA Moskva a do Ruska odešel jako nejlepší podzimní střelec. Otázkou tedy zůstává, jaký vliv mají odchody mladých talentů na český fotbal a českou ligu. Jsou odchody mladých fotbalistů opravdu nutné? Několik postřehů:

- nejdůležitější slovo má při rozhodování, zda hráče pustí do zahraničního angažmá, klub a hráčův agent
- vše je také finanční záležitostí, ekonomicky slabé české kluby si tak lépe zajistí rozpočet
- nemusí vždy jít jen o přestup do zahraničí, i přestup do velkých českých klubů jako je Sparta nebo Slavia může přibrzdit rozvoj mladého fotbalisty
- je znatelně viditelný schodek mezi kvalitami největších evropských fotbalových soutěží (Anglie, Španělsko, Itálie, Německo) a soutěžemi ostatními.

Můžeme také jmenovat argumenty kritizující nebo obhajující sportovní migraci v globálním měřítku. Podpůrné argumenty a motivy pro globální sportovní migraci se opírají o:

- revitalizaci domácího sportu
- zvýšení atraktivity sportovní podívané prezentací nových osobností a herních stylů

- diváckou příležitostí vidět opravdu ty nejlepší hráče
- zvýšení klubového členství a divácké návštěvnosti
- zvýšený zájem sponzorů a médií
- konfrontační výzvu pro domácí hráče
- posílení prestiže klubových soutěží a reprezentace hostitelské země
- přístup k talentům v případě nedostatku domácího dorostu

Naopak konfrontační názory vyvolá velké množství problémů spojených s výhradami týkajícími se:

- snížení příležitostí pro domácí náročně připravované hráče, zejména v určitých herních pozicích
- snížení kvality a kreditu národního týmu, zejména kapitánské pozice (viz anglický fotbalový tým, jenž se nebyl schopen kvalifikovat na ME 2008)
- nesouhlasu s apriorním přesvědčením o lepší kvalitě příchozích hráčů vzhledem k domácí hráčské základně (Sekot, 2008, s. 116)
- v neposlední řadě snižování kvalit národních soutěží, ze kterých hráč přichází

Aktuální je nyní i tzv. pravidlo 6+5, které se snaží prosadit předseda UEFA Michel Platini. Toto pravidlo by upravovalo počet zahraničních hráčů v klubu. Po zavedení by mohlo v jednom zápase nastoupit pouze pět hráčů jiné státní příslušnosti, než ze země, ve které klub působí. To by znamenalo velké komplikace především pro anglické týmy, kde vznikají situace, při kterých nenastoupí ani jeden hráč britského občanství.

### **3.2 Sportovní migrace a rasismus**

Dalo by se říci, že se sportovní migrací souvisí i téma rasismu a integrace afroamerických sportovců. Tato ožehavá otázka je stále aktuální. Ať jde o strašáka rasismu na evropských fotbalových stadionech nebo

občas přetrvávající rasové napětí ve Spojených státech či v Jihoafrické republice. Ta bude mimochodem hostit příští šampionát ve fotbale. Díky polevování předsudků bílé populace se nám otevírají možnosti černých sportovců, kterým ještě před několika generacemi bylo všemožným způsobem znemožňováno působení v aréně sportu. Nyní jsou dle časopisu Forbes nejbohatšími sportovci právě afroameričané Tiger Woods a mezi ženami Serena Williamsová ([www.forbes.com](http://www.forbes.com)).

### 3.3 Integrace afroamerických sportovců

Zajímavým fenoménem dvacátého a počátku jednadvacátého století je integrace afroamerických sportovců v USA. Toto téma je úzce spjaté s otázkami rasizmu, socializace a sportovní migrace. Jak je známo, v první polovině dvacátého století byla na severoamerickém kontinentu praktikována velká rasová segregace a ta pokračovala, především v jižanských státech, až do let šedesátých. Koneckonců rasové napětí je vidět v USA i dnes. Výraznou měrou této integraci přispěl již v třicátých letech legendární atlet Jesse Owens, jenž otevřel cestu dalším afroamerickým sportovcům. Další velký zlom potom nastal v šedesátých letech po výrazné angažovanosti pastora Martina Luthera Kinga. Ten sice aktivním sportovcem nebyl, ale k rozvoji práv etnických menšin a tudíž i k jejich sportovní integraci přispěl výraznou měrou.

Krásným příkladem socializace této skupiny americké populace je bezesporu trénink boxerů v ghettech velkých měst. Ukazuje se tak, že sociální svět systematické tréninkové přípravy boxerů je velmi komplexní. Je totiž v daném prostředí utvářen v kontextu sociálního prostředí etnický minoritního ghetta s jeho významnou „maskulinní pouliční kulturou.“ Cílená sportovní příprava však odvádí mladé boxery od pouliční kriminálně laděné destrukce a naopak přináší pozitivní účinky pravidelného intenzivního tréninku orientovaného na fyzické, vizuální a mentální znaky



úspěšného boxera (Sekot, 2008, s. 35). Tomuto druhu socializace napomohli i slavní afroameričtí boxeři, jakým byli Muhamad Ali či Edvander Holyfield, kteří měli právě na mládež ve velkých amerických aglomeracích značný vliv. Zvláště první jmenovaný se stal jakousi autoritou pro mladé Afroameričany nejen sportovními úspěchy, ale i kvůli svému náboženskému přesvědčení a životnímu příběhu. Pro tuto skupinu sportujících byl box skutečně výraznou socializační zkušeností, kterou však nelze plně pochopit bez komplexní provázanosti s každodenností daného sociálního kontextu. Integraci etnické minority můžeme vyčíst i u komerčně orientovaných jevů, jako je reklama. Příkladem může být případ legendárního černého basketbalisty Michaela Jordana. Snaha prezentovat úspěšného sportovce jako „kulturní ikonu“, kterou „bílá Amerika“ prokazuje neomezené možnosti dosahování (nejen) sportovních úspěchů pro všechny bez rozdílu rasy a kulturního prostředí. Toto téma připomíná i globálně organizovanou reklamní kampaň firmy Nike, která oslavovala Jordana jako „typického Američana“ a v jistém smyslu tak zastírala existenci rasového napětí a zdůrazňovala naopak kulturně jednotící marketingové záměry, podporující masový nákup sportovní obuvi a sportovního oblečení (Sekot, 2008, s. 36). Připomeňme si ale i černé sportovce, kteří mohou díky svým výborným sportovním výsledkům studovat prestižní univerzity.

V této oblasti můžeme najít i jiné spojitosti. Stačí vyslovit jména Luis Hamilton a Barack Obama. Jistě nemusíme připomínat, jakou roli tyto dvě osobnosti hrají ve své profesi. Mistr světa formule 1 a prezident Spojených států se stali prvními lidry svých odvětví, kteří mají jinou barvu pleti, než bílou. To je jen důkaz integrace odlišných ras do světových elit a smazávání rasistické minulosti lidstva i zásluhou sportu.

Tento problém se primárně netýká pouze Spojených států. Můžeme si vzpomenout na další otázky spojené se sportem a rasismem. Krásným příkladem může být Jihoafrická republika. Ta byla v roce 1964 vyloučena

z účasti na olympijských hrách kvůli svému systému apartheidu. Ve stejném státě v roce 1995 vyjádřil Nelson Mandela, který získal v roce 1993 Nobelovu cenu míru a zasloužil se velkou měrou o pád apartheidu, po vítězství ve světovém poháru v ragby touhu po harmonickém multikulturním a multirasovém soužití. Nyní může sledovat, jak se jeho země připravuje na pořádání fotbalového mistrovství světa. To má světu potvrdit poklidné soužití obou dříve zneprátelených etnik v této zemi. Musíme však bohužel konstatovat, že situace v Jihoafrické republice v současnosti není do takové míry bezproblémová, jak by se mohlo zdát. Můžeme tedy jen doufat, že přidělením tohoto šampionátu ubude rasového napětí a mediální sport tak ukáže, že může mít i pozitivní vliv. Stojí za to věnovat i pár slov těm sportovcům, kteří se aktivním způsobem zapojují do boje proti rasizmu. Vzpomeňme například na bývalého kapitána Sparty Praha Tomáše Sivoka, jenž nám z billboardů vzkazoval větu: „Různé barvy ve fotbale mě fakt baví.“ Je ovšem otázka, nakolik tuto kampaň činil ze svého rozhodnutí a nakolik ji dělal z nutnosti pro svůj tehdejší klub Sparta Praha, který měl v té době problémy s rasistickými projevy fanoušků (a koneckonců je má dodnes).

## 4. Kult sportovce

### 4.1 Co ovlivňuje lidi k vytvoření kultu osobnosti sportovce?

Kult elitních sportovců není v dnešní době výjimečným jevem. Ve své době se stali modlou přesahující sportovní význam kupříkladu Diego Maradona, Pelé nebo Michael Jordan. Proč se vůbec sportovci stávají tolik adorovanými? Co vede veřejnost k jejich bezmeznému obdivu? Kromě výjimečných sportovních výkonů musí mít ještě patřičnou dávku charismatu. Termín charisma je odvozen z Nového zákona (kde je ovšem použit ve velmi odlišném smyslu) a označuje sociální autoritu, která se nezakládá ani na tradici, ani na legálnosti, ale spíše na mimořádném vlivu individuálního vůdce. Prototypem charizmatického vůdce je náboženský prorok, který vzdoruje zavedenému řádu věcí ve jménu absolutní autority, která je mu udělena božským rozhodnutím. Můžeme vzpomenout na takové historické postavy, jako byli Buddha, Ježíš nebo Mohamed. (Berger, 2003, s. 131). Francouzský sociolog Émile Durkheim považoval náboženství za jeden z nejdůležitějších faktorů sociálního života a předpokládal, že jím zůstane i v budoucnosti. (Sekot, 1985, s. 54). Ve dvacátém století začal morální vliv církve bohužel znatelně slábnout a lidé si začali nalézat jiné, méně vhodné spirituální autority. To nám potvrzuje, že lidem schází duchovní vůdci, sekularizovaná společnost se mimo jiné upíná právě na charisma sportovců, kteří mají na poli sportovních arén i mimo ně bezmeznou autoritu a přivádějí diváky v nekontrolované nadšení. Lidé však nemají touhu pouze po duchovních vůdcích, vliv charismatu se může projevit i ve světských oblastech života, zvláště v politice. Zde můžeme uvést takové osobnosti, jako byli Caesar a Napoleon. (Berger, 2003, s. 131). Mohli bychom připomenout i nechvalně známé diktátory jako byli Adolf Hitler či Benito Mussolini. Velkou měrou k tomu přispívají i masmédia, sportovci jsou široké veřejnosti prezentováni jako vzor sice běžně nedosažitelný, avšak následování a obdivu hodný. (Sekot, 2008, s. 136).

Dalo by se tedy říci, že lidem scházejí hrdinové, a sport tvoří v dnešní době takový fenomén, že logickým vyústěním z celé věci je vytvoření kultu sportovce. Již samotný pojem „kult“, pocházející z latinského výrazu cultus (uctívání), symbolicky charakterizuje obsah tohoto termínu. Kult je zaměřen na individuální potřeby a přání, klade jen malý důraz na sociální zakotvenost, má silné dezintegrační tendence a je zpravidla řízen charizmatickými vůdci (Sekot, 1985, s. 152-153).

Výraz kult sportovce přesně charakterizuje již zmiňovaného argentinského fotbalistu Diega Maradonu. Adorace jeho osoby vyústila až do absurdní polohy, kdy byla v roce 2001 založena tzv. Iglesia Maradoniana, což můžeme přeložit jako Maradonova církev. Podle této církve se nyní píše rok 48 AD (after Diego). Tento fakt může působit až úsměvným dojmem, ale při počtech čtyřiceti tisíc členů v šedesáti zemích světa nám to už jako recese přijít nemůže. Tato církev má dokonce i svoji „bibli“ a svých deset přikázání. (<http://www.iglesiamaradoniana.com.ar>) Fascinace sportovci nezávisí ovšem jen na jejich nezměrném charismatu, ale i na celkovém hodnotovém směřování. Sportovní celebrity pak mnohdy upoutávají pozornost masového publika nikoli primárně svým výkonem či činy, nýbrž i mediálním obrazem, poplatným proměnlivému toku času světa nestálých hodnot a relativizovaných morálních zásad (Sekot, 2008, s. 137). Toto tvrzení bychom si mohli vyložit i jako využívání negativní reklamy pro svůj prospěch. „Být nenáviděn znamená být reálnější a všudypřítomnější. Být deviantní znamená být nezapomenutelný.“ (Sekot, 2008, s. 137) V souvislosti s obdivem k vrcholovým sportovcům bychom mohli zmínit termín „hubris“ (angl. přílišné sebevědomí, arogance) – tendence některých výkonnostních a zejména vrcholových sportovců přitahovat za každou cenu diváckou pozornost a vytvářet image výjimečnosti i za cenu ztráty kontaktu s reálným životem.

V souvislosti s kultem sportovců se dá napsat zajímavá studie, při níž by se mohl pomocí příkladů ze světa uvést význam sportovců pro stát, ze

kterého pocházejí. Tito sportovci nemusí mít nutně postavení kultovně adorované ikony, ale souhrou několika významných okolností se můžou stát nejvýznamnějšími představiteli své země v zahraničí. Tedy alespoň očima českého člověka. Nepředpokládáme, že by se pohled na věc měnil po překročení hranic, ba naopak. Čím více na západ, tím spíše budou sportovci známější v daných zemích na úkor jiných představitelů země.

#### **4.2 Sportovci, nejznámější obyvatelé státu?**

O tom, že sportovní hvězdy mají nadnárodní dosah a jsou známé i mimo své sportovní působení, nemůže nikdo pochybovat. Proto se zde pokusíme o studii, při níž bychom se zabývali jejich významem pro daný stát, ze kterého pocházejí. A nebudeme se zajímat jenom o země malé nebo malého mezinárodního významu (bez pejorativního zabarvení). Tyto státy, v nichž nejsou příliš známí představitelé politického a kulturního spektra (jak současnosti, tak i minulosti), nejvíce ve světě zviditelňují právě sportovci. I když se tento fakt může jevit jako přehnaný nebo příliš vyzdvihující význam sportu, je až překvapivě pravdivý. Potvrzením nám může být to, že se sport stává čím dál více globálním fenoménem. A vše můžeme podpořit následující komparací. Když se vysloví jména Tarja Halonen, Temu Selänne či Kimi Räikkönen, komu z lidí politiky nepřiliš znalých by bylo známé první jméno, jehož nositelkou je finská prezidentka? Kdežto se dvěma následujícími jmény (hokejista a závodník formule 1) se setkáváme téměř denně ve sportovních zprávách a i ten, kdo se o sport nezajímá, má pravděpodobněji tato jména slavných sportovců více zafixována než právě jméno zmiňované finské prezidentky Tarji Halonenové. A to není Finsko státem ekonomicky zaostalým nebo s malým podílem vlivu na zbytek světa. Kulturní znalci by jistě namítli, že nejznámějším Fin ve světě je komponista Jean Sibelius. Nicméně při pročitání denního tisku či poslechu televizního zpravodajství jistě narazíme

v daleko častější frekvenci spíše na představitele sportu této země, než na zmíněného hudebního skladatele. Ani v ostatních severských státech není jiná situace. Díky výbornému sportovnímu know-how v těchto zemích jsou zde vynikající sportovní výsledky a to nejen v zimních sportech.

Kupříkladu za nejznámějšího Švéda ve světě je pokládán tenista Björn Borg. Dalším příkladem může být Kanada. Tato světová velmoc je bohužel stále v politickém i kulturním stínu USA. Zde jsou příklady ještě zřejmější než u Finska. Kdo by neznal Wayne Gretzkého, asi neslavnějšího hokejistu všech dob? Kulturní znalci by opět mohli namítnout, že z Kanady pochází i hvězdy popmusic jako Celine Dion či Bryan Adams. Musíme si však uvědomit, že hokej v Kanadě plní úlohu národního sportu – slova hokej a Kanada tvoří téměř synonyma – a proto Wayne Gretzky je a bude více adorován a jistě i známější, než globální hvězdy popmusic, které nemají s danou zemí tak silné pouto jako právě sportovci.

Na jihoamerickém kontinentu je toho exemplárním příkladem Brazílie. V zemi, kde je fotbal téměř náboženstvím, nemůže být snad nikdo známější než právě fotbalisté. Ronaldo, Ronaldinho, Pelé – jména přesahující význam sportu. Za zmínku ještě stojí Balkánský poloostrov. Ten je kulturním i ekonomickým protipólem severských zemí, a přesto je i u nich v tomto ohledu podobná situace. U států bývalé Jugoslávie (Chorvatsko, Srbsko) jsou krom válečných zločinců a kontroverzních prezidentů bezesporu jména Novak Djokovič, Goran Ivanišević (tenis), Davor Šuker (fotbal) či Janica Kosteličová (sjezdové lyžování) známější než vrcholní představitelé kultury a politiky. Mohli bychom jako příklady jmenovat další země: Estonie – Erki Nool (desetiboj), Bulharsko – Christo Stojčkov (fotbal), Veselin Topalov (šachy), Portugalsko – Cristiano Ronaldo (fotbal), Argentina – Diego Maradona (fotbal). Snad ještě výraznější důkaz tohoto tvrzení můžeme hledat u afrických zemí, kde mimo fotbalistů prakticky žádní jiní známí představitelé země neexistují. Libérie – George Weah, Pobřeží Slonoviny – Didier Drogba, Kamerun – Samuel Eto'o nebo

Ghana – Michael Essien. Koneckonců i v českém prostředí bychom našli příklad. Připomeňme si jenom oficiální znělku k českému předsednictví Evropské unie, kde naši republiku mají reprezentovat dle mínění tvůrců nejvýznamnější či nejznámější představitelé a mezi touto šesticí se nachází hned dva sportovci – Jaromír Jágr a Petr Čech. ([www.eu2009.cz](http://www.eu2009.cz)). Vše by se tedy dalo shrnout do následujících závěrů:

- země, u kterých je malý mezinárodní kulturní a politický potenciál, se zpravidla dostávají do obecného povědomí jiných států jen díky známým sportovcům
- nemusí se vždy jednat jen o země malé nebo malého významu
- hlavní roli zde hraje globalizace sportu a masová média
- tyto sportovní hvězdy ovšem většinou nemusí představovat opravdovou elitu národa
- stále větší prostor pro sport ve sdělovacích prostředcích na úkor informací z jiných odvětví

Tímto shrnutím jsme dali jasně najevo vzájemnou kooperaci masových médií a sportovců, kteří jsou stále na očích. Stále delší čas, jež se sportu a jeho představitelům věnuje, a narůstající zájem populace, která zná spíše sportovní hvězdy a legendy než důležité a primární představitelé státu. Zůstává ovšem otázkou, zdali je ku prospěchu společnosti, když jsou vyzdihováni sportovci a ne opravdové elity, které mají přímý pozitivní dopad na občany daného státu. Jestli jsou sportovní hrdinové skutečně právem obdivovanější, než význačné osobnosti z historie dané země. Můžeme se na věc ovšem podívat ještě z druhého pohledu. Jak je nahlíženo na sportovce očima vlastního národa ve srovnání s ostatními významnými představiteli státu. Následující srovnání nám poskytne důležité poznatky k této problematice.

### 4.3 Sportovec očima svého národa

V předchozí studii jsme se dívali neutrálním pohledem současného člověka na sportovce a jejich postavení vůči ostatním známým osobnostem dané země. Ale jak vidí společnost v jednotlivých zemích své vlastní sportovce? Hrají opravdu v historických vazbách a společnosti takovou vedoucí roli? Nakolik se kult sportovců přenáší do hodnotového systému ve srovnání s jinými významnými osobami? Tento pohled můžeme zjistit pomocí veřejného mínění a anket. Jistě máme v živé paměti televizní show, při které se hlasovalo o historicky nejvýznamnějšího občana dané země. V České republice byl tento projekt nazván „Největší Čech“, v Německu „Unsere Besten“ v USA „The Greatest American“ atd. Tyto ankety byly uskutečněny celkem ve dvaceti zemích po celém světě. Je velmi zajímavé sledovat, jak v těchto projektech dopadli v konkurenci ostatních významných osobností právě sportovci.

V České republice se ze sportovců nejvýše umístil legendární Emil Zátopek na dvanácté pozici, dále na dvacáté sedmé pozici Jaromír Jágr a třicáté druhé místo obsadil Roman Šebrle. Celkem v první stovce v této české verze soutěže figurovalo jedenáct sportovců. V Německu v soutěži „Unsere Besten“ se umístil nejlepší sportovec až na dvacátém sedmém místě a byl jím Michael Schumacher, ale i tak za sebou nechal osobnosti, jako byli Immanuel Kant či Richard Wagner. V USA v „The Greatest American“ se nejvýše umístila cyklistická legenda Lance Armstrong na dvacáté pozici. Jiná situace ovšem byla například v Rusku. Do soutěže „Imja Rossija“ se do první padesátky dostal pouze jediný sportovec – fotbalový brankář Lev Jašin. Ovšem musíme brát v potaz, že jmenované tři státy mají bohatou kulturní a politickou minulost a sportovci zde nikdy nehráli tak rozhodující roli, jako v jiných státech. Jiná situace je v zemích, které (dle jejich vlastního úsudku) neměly tak významné osobnosti. V Belgii (Der Grooste Belg) obsadil cyklista Eddie Merckx třetí místo. Na Ukrajině (Veliki Ukrajinci) obsadil fotbalový trenér Valerij Lobanovskij



šestou pozici. V Kanadě (The Greatest Canadian) zaujal hendikepovaný atlet Terry Fox dokonce druhou pozici a hokejista Wayne Gretzky desátou pozici. V Nizozemí (De Grooste Nederlander) obsadil šestou pozici fotbalista Johan Crujiff. Zde je tato pozice o to cennější, že za sebou nechal takové malířské velikány jako Rembrandta či van Gogha ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)). U ostatních států, kde se tato anketa konala, se nejvýše umístění sportovci objevovali nejčastěji ve druhé desítce. Výsledky této ankety nám krásně ukazují, že i pohledem vlastních obyvatel sportovci nehrají rozhodně zanedbatelnou roli. Navíc jde o ankety, které měly poměrně velkou vypovídající hodnotu vzhledem k počtu hlasujících v jednotlivých zemích. Ale na druhou stranu nám to dokládá, že si lidé více váží významných státníků, kteří rozhodujícím způsobem ovlivnili vývoj země než sportovců, jejichž největším přínosem je v podstatě jen zviditelnění své země v zahraničí.

## 5. Sportovní legendy: hvězdy versus hrdinové

Před výkladem primárního tématu této kapitoly - hvězdy versus hrdinové - bychom si měli vymezit všechny pojmy týkající se této problematiky. Sociologicky diametrálně rozlišné termíny celebrity, hvězdy, elity, ikony, legendy a hrdinové by nám jistě mnoho bulvárními médii dezorientovaných lidí hodilo takřkajíc „do jednoho pytle“. Nicméně první tři termíny mají daleko jiný význam než následující tři. Neexistuje sice žádné striktní rozřídění, ale tato slova nám mají určit jistý přívlastek k nějakému člověku, v našem případě sportovce. Proto by bylo velmi vhodné pokusit se tyto pojmy pomocí příkladů vymezit.

### 5.1 Vymezení pojmu celebrita, hvězda, elita a ikona

V souvislosti se sportem jsou tyto výrazy využívány podobně jako ve všech ostatních případech. Pojďme si tedy objasnit, co se za těmito výrazy podle sociologického hlediska vlastně skrývá a poté je aplikovat na osobnosti českého a světového sportu. Začneme termínem *celebrita*. Ten bychom mohli definovat jako vyšší horní vrstvu známých osobností prezentovaných zpravidla masovými médii. Celebrity obecně tvoří ti, kteří jsou nejčastěji mediálně prezentováni, obdivováni, privilegováni a napodobováni (Sekot, 2003, s. 161). Laicky řečeno, celebrity jsou zpravidla mediálně vyprodukované populární osobnosti, které ve své profesi zvláště nevynikají, ale přesto jsou v centru pozornosti sdělovacích prostředků. Celebrity jsou prospěšné zejména bulváru. Je třeba ovšem upozornit, že se tento pojem nevylučuje s ostatními pojmy (hvězda, ikona, elita) z pohledu jejich prezentace masovými médii. Celebrity z hlediska vzniku figurují jako důsledek tří vzájemně propojených procesů:

- demokratizace společnosti
- snižování významu organizovaného náboženství

- tržní povahy každodennosti (Sekot, 2008, s. 176).

Klasickým příkladem uměle vytvořených celebrit např. v showbusinessu jsou účastníci reality show, pseudohvězdy televizních estrád atd. Celebrita ovšem nemusí mít vždy jen pejorativní zabarvení v důsledku kritiky masové zábavy. Celebrity se také vyznačují svým krátkodobým, ale o to masivnějším vlivem na společnost. Dalo by se říci, že s pojmem *hvězda* se můžeme setkat v užším okruhu lidí. Zpravidla jen v oblastech kultury a sportu. Hvězdy jsou známé nejen díky své prezentaci v médiích, ale i svými výkony a neobvyklými výsledky své činnosti.

Nyní se dostáváme ke dvěma posledním pojmům a to k elitám a ikonám. Slovo *elita* nám nabízí více vysvětlení, sociologický slovník ho prezentuje těmito slovy: „Jedinci prospívající většinou jako nástroj progresivních opatření a změn“ (Velký sociologický slovník, 1996, s. 252-253). Jsou to tedy ti, kteří jsou pro společnost, národ a stát hodnotově, kulturně a myšlenkově nejpřínosnějších (Sekot, 2003, s. 149). Nebo bychom mohli tento výraz také prezentovat jako skupinu těch nejlepších, vybranou vrstvu lidí společných, politických, ekonomických a kulturních zájmů. Dal by se použít i výraz: skupina lidí, kteří jsou zrovna v danou dobu na nejvyšších místech, ať již v politice, v kultuře či na poli sportu. Tento výraz může být tedy opět mnohoznačnější a aplikovatelnější na více lidských odvětví na rozdíl od výrazu *hvězda*. A konečně se dostáváme k poslednímu pojmu *ikona* (z řeč. obraz, volně - uctíváný svatý obraz). Tento výraz je asi nejobtížněji vyložitelný a dá se poměrně těžko k něčemu přirovnat. Ikonami jistých oblastí lidské činnosti můžeme nazvat ty lidi, kteří se stali ve své profesi nesmrtelnými, široce překročili význam této profese nebo měli velký pozitivní vliv na její rozvoj.

Jak by se tedy tyto čtyři pojmy daly aplikovat na osobnosti světa sportu? Celebrity tedy obecně tvoří ti, kteří jsou nejčastěji mediálně prezentováni, adorováni, privilegováni a napodobováni s téměř nulovým

významem pro společnost. Nové tisíciletí tak elitu politických vůdců, vědců, badatelů a filozofů nahrazuje mediálně mnohem přitažlivější galerií celebrit, které zřejmě i na půdě sportu budou mít stále větší autoritu. Sportovní celebrity mají obrovskou moc prodávat vlastním mediálním image reklamou nabízené zboží (Sekot, 2003, s. 161). Typickou ukázkou sportovní celebrity v českém prostředí je Aleš Valenta. Tento akrobatický skokan byl ve své profesi, řekněme, mírně nadprůměrný. Ovšem jeden experimentální skok ho dosadil do hvězdných výšin. Od tohoto bájného olympijského triumfu ovšem jeho forma neustále klesala, až byl nucen ukončit kariéru. Od té doby je to mediálně velmi známá osobnost neustále profitující na svém jediném úspěchu (pozn. při vystupování v televizi show Stardance byla jeho profese představena jako „olympijský vítěz“). Typickým příkladem sportovní celebrity ze zahraničí je tenistka Anna Kurnikovová. Tato kráska byla sice vynikající tenistkou, která dosáhla i první světové desítky, nicméně za celou svoji kariéru nevyhrála ani jeden turnaj v singlu. Po skončení tenisové kariéry se věnovala už pouze modelingu a jiným aktivitám podobného směru. Svým způsobem by se do této kategorie dal zařadit i David Beckham; i ten se prezentoval více ve společenských rubrikách bulvárních časopisů, nežli svým fotbalovými dovednostmi. Nicméně od ostatních „pouze“ celebrit ho odlišuje jeho touha stále hrát, což dokazují i v nynější době jeho obstojné výkony v dresu AC Milán.

Status sportovní hvězdy by již měl být přiznáván sportovcům, kteří si svoji primární slávu a popularitu vydobyli svým sportovním umem a nikoli jen nadměrnou prezentací v médiích. Sportovních hvězd je asi nejširší spektrum a jejich status se nevylučuje se statusem celebrity. Z českého prostředí můžeme jmenovat fotbalisty Tomáše Rosického a Marka Jankulovského, hokejisty Patrika Eliáše, Tomáše Kaberleho, atleta Romana Šebrleho či sjezdařku Šárku Záhrobskou. Ze zahraničních bychom mohli jmenovat stovky jmen ze spousty sportovních odvětví.

O mnoho složitější je to už se sportovními elitami. Tímto pojmenování by se měl honosit jen ten, kdo v současné době představuje skutečnou špičku svého odvětví, a to v nějakém širším časovém rozmezí. Tím by se mělo rozumět, že „své disciplíně vládne“ (řečeno terminologií sportovních komentátorů). U fotbalistů by to byli kupříkladu Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Steven Gerrard či Gianluigi Buffon mezi brankáři. Tzn. ti hráči, kteří drží ten nejvyšší standart již delší dobu, a čeká se od nich, že v tomto trendu budou pokračovat. V tenise bychom tímto slovem mohli bezpochyby označit Rogera Federera, Rafaela Nadala či Andyho Rodicka, v basketbalu Kobe Bryanta; v ostatních sportovních odvětvích by se našli další a další. Také musíme brát v úvahu, za jakých podmínek je slovo užito. Při jmenování elitních sportovců České republiky bychom jistě mohli říci jména jako Jaromír Jágr nebo Radek Štěpánek. Nicméně v mezinárodním srovnání to již do takové míry neplatí, tito sportovci jsou za elitu považováni u nás, regionálně, v porovnání se zahraničím už tak důležitou roli v současné době nehrají.

Další pojem „ikona“ je na pomyslném žebříčku pojmenování slavných sportovců spolu s pojmy „legenda“ a „hrdina“ nejvýše. Ikony si svůj status musí vydobýt nejen sportovním umem, ale i velkou dávkou charismatu, životním příběhem a inspirováním druhých lidí. Sportovní ikony by měly mít přesah i do jiných sfér, než je jen oblast tělesné kultury. Krásný příklad, jak může vzniknout sportovní ikona, je příběh Marty Navrátilové a Ivana Lendl. Oba úspěšní tenisté, oba emigranti, oba hráli přibližně ve stejné době. Čím je tedy zapříčiněno, že na Navrátilovou je nahlíženo jako na sportovní ikonu a na Lendl „pouze“ jako na bývalou tenisovou hvězdu? Lendl byl sice jedním z nejúspěšnějších tenistů historie, nicméně nikdy nevyvolal u lidí takovou potřebu adorace jako je to v případě této Čechoameričanky. Navrátilová je nejenom nejúspěšnější tenistkou historie a s největší pravděpodobností jí ještě dlouho zůstane, ale její životní příběh nám říká ještě více. Zatímco Lendl se po skončení

tenisové kariéry věnoval pouze golfovým turnajům, Navrátilová spojila svou tvář s různými nadacemi, otevřeně a neskryvaně projevila svoji sexuální orientaci (i když někdy poněkud bizarně), prožila slavný návrat do Česka a triumfální byl i její návrat k tenisu, kdy hrála úspěšně čtyřhry téměř do padesáti let svého věku. Tenisu přispěla opravdu velkou měrou a právem je na ni nahlíženo jako na ikonu tohoto sportu. Další sportovci, které bychom mohli nazvat ikonami, jsou bezesporu Emil Zátopek, Björn Borg, Lance Armstrong, Ayrton Senna či Michael Jordan. Neopomenutelnou sportovní ikonou se může stát i neprofesionální sportovec. Dokladem nám toho může být Terry Fox, jenž inspiroval tisíce lidí k zdravému životnímu stylu a přispěl k boji proti závažným chorobám. V souvislosti se slovem ikona bychom mohli hovořit i o regionálních a místních osobnostech. Vezměme si třeba Ryana Gygse; tento fotbalista, velmi úspěšný středopolař, nikdy nebyl považován za mezinárodní ikonu. Avšak ve svém klubu Manchester United, kde v současnosti hraje již svou devatenáctou sezónu, je skutečně nesmrtelnou ikonou. Stejným případem je Francesco Totti. Ten odolal vábení evropských velkoklubů a zůstal věrný „svému“ AS Řím. Podobný status začíná mít i Pavel Nedvěd v Juventusu Turín. Sice za tento tým hraje „pouze“ osmou sezónu, nicméně jeho postavení v týmu a popularita mezi fanoušky je tak značná, že se v tomto případě dá hovořit o ikoně klubu. Nedvědovi k tomu napomohlo především jeho setrvání u týmu i po korupčních skandálech a nucenému sestupu do druhé ligy.

## 5.2 Legendy a hrdinové

Zbývající dva výrazy „legenda“ a především „hrdina“, jež jsou také v názvu celé této kapitoly, by se daly použít v obdobných významech jako „ikona“. Ovšem pojem *hrdina* znamená snad ještě více v této hierarchii výjimečných osobností. Hrdinou bychom mohli nazvat toho jedince, jenž vykonal významný odvážný čin, většinou s nasazením vlastního života, a je

proto prezentován jako vzor chování. Hrdinům jsou připisovány vlastnosti jako statečnost, neohroženost, obětavost ale i chytrost (Velký sociologický slovník, 1996, s. 387). Hrdinou bychom tedy mohli nazvat opravdu jen ty sportovce, kteří vykonali činy přesahující význam sportu, oslnili svou nebyvalou vůlí a jejich životní příběh byl nebo je inspirací pro ostatní i sportu se nevěnující veřejnost.

Zde si tedy můžeme provést komparaci, kdy je sportovec skutečně hrdina a kdy „pouze“ hvězda. Vezměme si kupříkladu Martinu Sáblíkovou. O této mladé nadějně sportovkyni můžeme s jistotou tvrdit, že je sportovní hvězdou, byť v málo atraktivní disciplíně. Vyhrála světový pohár, překonala světové rekordy. Musíme si však na základě výše uvedených faktů položit otázku, zdali může Sáblíková vystoupit ze statusu sportovní hvězdy a stát se sportovní hrdinkou? Odpovědi se dočkáme pravděpodobně záporné. A můžeme nabídnout tyto argumenty: Sáblíková reprezentuje ve sportu, který je prakticky na okraji zájmu. V České republice se nenacházejí ani žádné technické prostředky pro provozování tohoto sportu. Dalo by se také říci, že její sport není z fyziologického ani biomechanického hlediska příliš zdravý. A také se nabízí další otázka, jestli kvůli této jedné závodnici má smysl stavět v České republice za stamiliony rychlobruslařskou halu kvůli sportu, v němž sice máme v současné době elitní zastoupení, ale za pár let může být situace jiná.

Sportovní hrdinové se většinou generují ve sportech, které mají širokou dostupnost. Nejtypičtější jsou fotbal, cyklistika či atletika nebo například zápas. Můžeme uvést zdárný příklad z českého prostředí a to konkrétně přímo z Brna. Největší českou zápasnickou legendou zůstává i po více než sto letech od svých největších úspěchů Gustav Frištenský. Tomuto sportovci by se dal přiřknout s patřičnou úctou titul sportovní hrdina. Nevynikal totiž pouze jako výborný sportovec, ale jeho životní příběh nám vypráví ještě více. Z obyčejného řeznického učně se vypracoval na mistra Evropy, za druhé světové války se aktivně zapojil do odbojové činnosti,

také byl vězněn gestapem. Do dnešní doby nosí mladí zápasníci na tričkách právě vyobrazení Frištenského. Nebyl to jenom obyčejný sportovec, ale stal se přímo hrdinou a velkým vzorem pro ostatní. Ze zahraničního prostředí bychom mohli nazvat opravdovým hrdinou např. Pelého, který přiměl obrovské kvantum mládeže k fotbalu a odvedl je tak od kriminální či jiné negativní činnosti. Proti němu stojí v kontrastu pravděpodobně nejlepší fotbalista současnosti Cristiano Ronaldo. Tento fotbalista sice udivuje nadšené diváky svými góly a technickými kousky, ale jeho životní příběh nám nic neříká. Tento mladík se pouze honosí svými přítelkyněmi, drahými automobily a nenesе žádnou vlastnost „hrdiny“ jako právě zmínění Pelé či Frištenský. Takovýchto případů bychom mohli jmenovat více. V žádném případě bychom tedy neměli zaměňovat termíny hvězda a hrdina. Musíme si uvědomit, že ne všichni, kteří nám jsou denně předkládáni sdělovacími prostředky, jsou hrdinové v sociologickém slova smyslu, ale ve většině případů jen reklamě prospěšné celebrity se statusem hvězd.

### **5.3 Fischer a Kasparov – příběhy šachových hrdinů**

Bez diskuzí, zda jsou šachy oprávněně definovány jako sport, bychom si mohli uvést jako zajímavý příklad sportovce šachistu Bobbyho Fischera, který si prošel téměř všemi statusy od celebrity, až po „nenáviděného“ hrdinu. Fischer byl nejprve skutečnou celebritou a hvězdou, po poražení soupeře z nepřátelské země se stal hrdinou, ale jeho příběh dopadl nešťastně podivným až téměř schizofrenním způsobem. Pro své mnohdy krajně kontroverzní vystupování se Fischer nikdy nezapsal do povědomí veřejnosti jako celebrita nebo šachový závodník, ale jako osobnost s pozoruhodným životním příběhem a ještě podivnějšími myšlenkovými pochody.

Šachy byly také jedním z hlavních sportů, jež pořádně „zahříval“ studenou železnou oponu, protože v nich vynikaly právě osobnosti



z opačných koutů světa. Na straně Spojených států to byl Bobby Fischer, na straně Sovětského svazu to byli především Boris Spasskij a Anatolij Karpov. Zejména k Bobby Fischerovi se vztahují události daleko přesahující význam šachů a sportu vůbec. Fischer do šachové historie vstoupil výhrou nad Spasským, po které v roce 1972 vyhrál titul světového šampiona. Dle mnohých odborníků je dodnes považován za nejlepšího šachistu vůbec. Ovšem do povědomí obecné populace nevstoupil jen svým sportovním uměním, ale i obrovskou dávkou kontroverze. Jeho talent se projevil naplno už v jeho třinácti letech, kdy se stal mistrem USA. Již v tomto útlém věku tvrdil, že ho sleduje sovětská mafie a že sovětští hráči domlouvali své zápasy tak, aby nemohl zvítězit. Problémy byly i s jeho finančními požadavky, kvůli nimž odmítal některé turnaje dohrát. Fischer se projevoval jako velký odpůrce komunismu. Přesto byla jeho rodina sledovaná FBI z důvodů, že jeho matka v třicátých letech žila v Sovětském svazu a jeho otec bojoval taktéž v třicátých letech ve Španělsku proti fašismu (pozn. proti Francovi bojovali převážně levicové síly). Tudíž si americké tajné služby myslely, že se přímo Fischera snaží kontaktovat ona druhá strana. Nejslavnější chvíle přišla v roce 1972, když se v Islandském Reykjavíku odehrála legendární partie mezi ním a Sovětem Spasským. Celý tento souboj byl provázen Fischerovými výstřelky. Vadil mu hluk, který produkovaly televizní kamery a další detaily. Nicméně po rozpačitém začátku tuto sérii s přehledem vyhrál. Doma se stal takřka okamžitě sportovním hrdinou. Populární byl především díky tomu, že se stal symbolem. Americký antikomunista zvítězil nad soupeřem ze země, která nepřátelský totalitní režim šířila do celého světa a navíc ze země, kde jsou šachy téměř národním sportem. Dalo by se říci, že si tím zajistil nesmrtelnost (Kasparov, 2007, s. 480- 483). Nicméně se začala čím dál více projevovat jeho podivínská povaha. Vstoupil do náboženské sekty Světová boží církve, stále jen analyzoval šachové partie a živil se soukromými šachovými lekcemi. V roce 1975 měl nastoupit proti Anatoliji Karpovovi ve hře o titul mistra světa. Jenže jeho nároky na toto utkání byly tak vysoké, že

se rozhodla FIDE (světová šachová federace) zápas zrušit. Požadoval například, aby se utkání hrálo jen na deset vítězných utkání a aby mu stav 9:9 automaticky zaručoval mistrovský titul (Kasparov, 2007, s. 485). Po zrušení tohoto zápasu se Fischer ještě více uzavřel společnosti. Ukončil sportovní kariéru a stále více se projevovala jeho kontroverzní osobnost. Měl utkvělé představy, že se ho snaží zabít sovětští agenti. Proslul i svými antisemitskými výroky, ačkoli byl sám židovského původu. Zpochybňoval existenci holocaustu a žádal, aby ho lidé neoznačovali židem. Po letech v ústraní se zviditelnil znovu v roce 1992, kdy se po dvaceti letech utkal se Spasským v exhibičním duelu. Nicméně toto utkání se stalo známějším díky Fischerově hysterickému výstupu než předvedenou hrou. Utkání se totiž uskutečnilo v bývalé Jugoslávii, na kterou v té době bylo uvaleno embargo. Vláda USA mu zakázala na utkání nastoupit pod pokutou 250 000 dolarů a mnohaletým vězením. Fischer však nejenže nakonec utkání odehrál, ale i demonstrativně roztrhal dopis americké vlády, ve kterém byly ony sankce uveřejněny. (Kasparov, 2007, s. 502).

Poté se už do USA nikdy nevrátil. Pobýval v Maďarsku, na Filipínách a nakonec dostal azyl na Islandu. Do obecného povědomí znovu vstoupil v roce 2001, kdy ve filipínském rádiu veřejně schvaloval teroristické útoky jedenáctého září v New Yorku. Při té příležitosti znovu prohlašoval protižidovské poznámky o sionistické diktatuře. V roce 2004 byl v Japonsku kvůli neplatnému cestovnímu pasu zatčen. Tehdy prohlásil, že George Bush a Džiuničiró Koizumi (v té době japonský premiér) jsou kriminálníci a měli by viset. Fischer zemřel v roce 2008 a svět přišel o jednoho z nejtalentovanějších a nejkontroverznějších sportovců vůbec. Jeho život inspiroval i Miloše Formana, jenž o něm plánoval natočit film. Vše ovšem ztroskotalo na Fischerově chybné domněnce, že slavný režisér ho chce jen využít, aby si udělal reklamu. Jiný slavný šachista Viktor Korčňoj o něm prohlásil, že to nebyl blázen, ale jen člověk, který se nedokázal

ztotožnit se stávající společností a neexistovalo pro něj nic jiného, než šachy.

Druhým významným šachistou, který „bojuje“ s Fischerem o titul nejlepšího šachisty všech dob je Garry Kasparov. Ten kromě toho, že napsal publikaci o svém velkém předchůdci Fischerovi, ale má také nakročeno k tomu stát se hrdinou, alespoň ve své zemi. Tento ruský génius zejména v poslední době proslul svými protikremelskými výstupy. Kasparov, který ještě v devadesátých letech prohlašoval, že s politikou nechce mít nic společného, tvoří nyní v Rusku hlavní opozici vůči režimu Vladimira Putina. Je v čele strany Jiné Rusko. Až budoucnost ukáže, jak se tento velmistr zapíše do povědomí sportovních fanoušků. Zdali na něj bude pohlíženo jako na génia a šachového velmistra nebo jako na hrdinu, který se dokázal postavit jednomu s nejzvrátilejších režimů na světě. Každopádně již teď na něj můžeme hledět jako na velkého člověka, který nemá nic společného s ostatními hvězdami a celebritami známými spíše jako modly sponzoringu a reklamních kampaní.

## **6. Česká aréna sportovních idolů: klubový versus individuální sport, krátkodobá versus dlouhodobá oblíbenost sportů, fenomén Nagana**

### **6.1 Česká aréna sportovních idolů**

Česká republika má relativně monotónní stereotypy z hlediska oblíbenosti sportů v očích široké veřejnosti. Jistě se nemusí připomínat téměř výhradní monopol dvou nejpopulárnějších sportů, které tvoří fotbal a lední hokej. Tyto dva sporty mají také z pohledu sportovních fanoušků nejvíce vyprodukovaných hvězd, které by asi bylo zbytečné připomínat. To samozřejmě souvisí s jejich velkou rozšířeností a nezměrnou popularitou. O ostatních kolektivních sportech v České republice bohužel stále moc slyšet není. Stojí v prakticky mizivém zájmu společnosti, mediálně jsou relativně také na okraji, i když Česká televize se snaží tento fakt zmírnit zařazováním pořadů s volejbalovou či basketbalovou tematikou. Sice ještě máme v paměti basketbalové „šilenství“ v Nymburce, který své zápasy ULEB cupu musel přesunout do pardubické ČEZ arény, a mohli jsme zaznamenat návštěvy v řádech tisíců. Nebo úspěšné vystoupení brněnského Gambrinusu Sika, kdy při příležitosti Final four byla hala na Vodově ulici beznadějně vyprodaná. Ale při běžných ligových utkáních by tyto velké haly zely prázdnotou. A o sportovních hvězdách v tomto okruhu kolektivních sportů nemůže být ani řeč. I tyto sporty sice mají své hvězdy, ale ty jsou známé jen v zasvěcených kruzích jejich vyznavačů. Kdo by znal jména Martina Lébla nebo Filipa Jíchy, elitního českého volejbalisty a házenkáře? Český sportovní fanoušek bohužel většinou žije jen ve světě fotbalu a ledního hokeje.

V kontrastu ke kolektivním sportům jsou individuální sporty. Zde bychom si mohli všimnout velké popularity právě představitelů „sportů jednotlivců“, jako je atletika, lyžování nebo tenis. Jména Roman Šebrle, Lukáš Bauer či Tomáš Berdych se v naší vlasti těší poměrně velkému zájmu médií i široké veřejnosti. Je však třeba zmínit, že tyto osobnosti se

českým diváků představí na závodech či turnajích v lepším případě maximálně jednou, dvakrát do roka. Ale pojďme se zaměřit na atletiku. V té nemá naše země mimo její vrcholné představitele, které bychom mohli spočítat na prstech jedné ruky, prakticky žádné zastoupení. Z českých atletů v současné době vyčnívají pouze Barbora Špotáková a zmíněný Roman Šebrle, a to je na dlouhou dobu vše. Občasné záchvěvy v mužské výšce, výšce žen či skoku o tyči žen se nedají brát za dlouhodobé úspěchy mající velkou váhu. Můžeme tedy konstatovat, že české atletické hvězdy jsou v zřetelném odstupu za zbytkem Evropy. I přesto jsme v očích české veřejnosti stále atletická velmoc. Ale jaký je opravdový zájem veřejnosti o atletické hvězdy? Jediné dva atletické podniky pořádané na našem území se těší velké divácké návštěvnosti. Prvním z nich je většinou skvěle obsazená ostravská Zlatá tretra a druhým byl zatím letošní první ročník masově propagovaného Mítingu rekordmanů v pražské O2 aréně. Nutno podotknout, že sem chodí diváci shlédnout spíše zahraniční hvězdy než české atlety. O atletickém mistrovství ČR většinou proběhne jen krátká zmínka ve zpravodajství s mizivým zájmem sportovního publika. To jen potvrzuje fakt, že se v České republice nenachází mimo několika schopných vyvolených žádná skutečná atletická hvězda. Rozdílná situace je v tenise. V tomto sportu má česká republika velkou tradici a i v dnešním srovnání patří Češi mezi širší světovou elitu.

V souvislosti s touto problematikou bychom ještě mohli přinést komparaci dlouhodobě a krátkodobě populárních sportů. Dlouhodobě populární sporty nemá smysl zde dlouze rozebírat, stačí jen připomenout, že jde především o fotbal, lední hokej, v menší míře již zmiňovaný tenis. Krátkodobě populární sporty bychom mohli definovat jako ta odvětví, která díky výraznému úspěchu jednotlivce nebo kolektivu dostanou sport do popředí zájmu médií, sponzorů a tím i široké společnosti, ale jsou provozována jen malým počtem lidí. Tyto sporty většinou leží do té doby na okraji zájmu. Klíčovou vlastností je samozřejmě jejich krátkodobé trvání

a také to, že nenesou žádnou inspiraci pro rozvoj masového rekreačního sportu. Raketový nástup popularity takovýchto sportovních odvětví je živnou půdou pro genezi typických sportovních celebrit. Příkladem můžeme uvést akrobatické lyžování a Aleše Valentu, rychlostní kanoistiku a Martina Doktora nebo výše zmiňované rychlobruslení a Martinu Sáblíkovou či sjezdové lyžování a Šárku Záhrobskou. Takto bychom mohli mluvit i o některých atletických disciplínách, v nichž byli jistý čas úspěšní čeští reprezentanti. Všechny zmiňované sporty neměly v naší zemi prakticky žádnou tradici, po jednom a zpravidla posledním úspěchu zájem veřejnosti i médií utichl. Vytvořily se celebrity a hvězdy, které plnily nebo stále plní stránky novin a tyto celebrity obsazovaly ty nejvyšší příčky v různých anketách, ať již sportovec roku, atlet roku a jiných. Bohužel není striktní hranice rozlišení, kdy si sportovec právem zaslouží adoraci a obdiv veřejnosti a kdy pouze profituje na náhodném úspěchu. Rozřešit tuto otázku by nám mohly pomoci právě sportovní ankety.

## **6.2 Sportovní ankety**

Při pohledu do televizního programu v sobotu večer se nám naskytne většinou stále stejný pohled. Vyhlášení jedné z četných sportovních či kulturních anket. Můžeme jmenovat např. výběr sportovce určitého roku, fotbalisty roku, hokejisty roku, atleta roku nebo mnohé další ankety spíše již kulturní či jiné povahy. Zde se opět naskytá otázka, jakou mají tyto mediální prezentace vypovídající hodnotu, jak jsou důležité pro sportovce a jak pro diváka? Vše je zpravidla výsledkem subjektivního hodnocení odborné poroty, případně sportovních novinářů. Na věc můžeme pohlížet z více hledisek. Hodnota těchto anket souvisí s názorem, zdali má vůbec subjektivní rozhodování porotců, trenérů či sportovních novinářů nějaký větší význam a skutečně se ocenění dostane do správných rukou. Subjektivita je zde bezesporu největším problémem. Jak můžeme

s bezpečím tvrdit, že žezlo sportovního krále patří Barboře Špotákové a ne Lukáši Bauerovi? Co je více: vyhrát světový pohár v lyžování nebo překonat světový rekord v hodu oštěpem? Kde je pomyslná hranice těchto dvou těžko srovnatelných sportů? Exaktní měření rekordů či výsledků utkání jsou jistě snadno posuzovatelná a dají se objektivně zhodnotit, ale objektivně změřit popularnost sportovního zápolení není možné. Tato situace připomíná posuzování v krasobruslení, gymnastice či kulturistice, kdy se občas setkáváme i s protesty a odvoláními. Mohli bychom ji přirovnat také k situaci v kulturním průmyslu a předávání hudebních nebo jiných cen, které jsou mnoha umělci neuznávané a někteří je dokonce kvůli jejich neobjektivitě bojkotují.

Dalším hlediskem, ze kterého si můžeme sportovních anket všimnout, je vliv na oceněného sportovce. Nakolik si Jaromír Jágr může vážit zlaté hokejky? Jágr, jenž má plat v řádech milionů korun měsíčně a tuto anketu vyhrál již devětkrát? Nebo takový Pavel Nedvěd, vedoucí muž podzimní části ankety Zlatý míč 2008/2009, který se již s Českou republikou zrovna moc neztotožňuje? Je pro sportovce přínosnější se dobře umístit ve svém sportovním oboru nebo obsadit dobré místo v kýčovitě televizní anketě Sportovec roku? Jinou otázkou je vliv těchto akcí na pasivního sportovního fanouška. Zarážející je především právě kýčovitost ceremoniálu. Při vyhlášení je divák nejprve zahlcen jmény sponzorů a až poté se dozví, jak dopadl jeho oblíbenec. Divák sice vidí sportovní elitu národa, ale bohužel v zavalení nekonečné řady sponzorů. Můžeme tedy tvrdit, že vyhlášení sportovních anket z pohledu diváka svou jistou vypovídající hodnotu má, nicméně jsou kýčovitě zaobaleny v objetí hvězd showbusinessu a nepřeborného množství reklam, zástupců společností a dalších deformujících faktorů. Chudák divák si musí vytrpět zpívajícího Romana Šebrleho či Jana Železného nebo píseň skupiny Queen „We are the champions“ ve smyčcovém provedení. Samotné výsledky bez předávacího

ceremoniálu by byly jistě důstojnější, i když (dle mého soudu) postrádají onu zmíněnou objektivitu.

Právě jedním z vítězů ankety Sportovec roku v kategorii sportovních týmů byl český hokejový tým, který si přivezl zlaté medaile z olympijských her v Naganu. V této kapitole o aréně českých sportovních idolů by bylo neomluvitelné nenapsat zmínku o tomto zatím pravděpodobně největším sportovním úspěchu samostatné České republiky.

### **6.3 Fenomén Nagana**

Je 21. únor 1998, neděle brzy ráno, ale celá republika je přesto na nohou. Ano, právě se hraje finálový zápas „hokejového turnaje století“ mezi Českou republikou a Ruskem. Toto utkání ovšem nemá punc pouze „nějakého“ finálového střetnutí, dalo by se dokonce říci, že zde jde o velmi mnohoznačný až fenomenální okamžik. Na tento okamžik, ale samozřejmě na celý tento turnaj, se vzpomíná a bude vzpomínat ještě hodně dlouho. Zimní olympijské hry v japonském Naganu se zlatým písmem vryly do dějin České republiky. Vezměme si všechno pěkně popořádku. Lední hokej je na programu zimních olympijských her od roku 1920. A právě hokejové turnaje byly vždy ozdobou zimních her. V prvních ročnících suverénně vyhrávala Kanada, jednou jí to dokázali překazit Britové (1936). V padesátých až devadesátých letech při mohutném nástupu Sovětského svazu se to dvakrát podařilo Američanům (1960, 1980). Po rozpadu tohoto impéria a úpadku ruského hokeje v devadesátých letech se svět ptal, kdo se stane nástupcem neporazitelné „zborné“. V Lillehammeru v roce 1994 se to triumfálně zdařilo Švédům. Potom přišel rok 1998 a hry v japonském Naganu. Významný rok nejen proto, že se jednalo o poslední olympijský turnaj století, ale také tím, že představitelé NHL se dohodli o přerušení soutěže v termínu olympiády a rozhodli se uvolnit hráče na hry. Šlo tedy o první srovnání sil všech profesionálních hokejistů v dějinách. Média se v té



době dohadovala, jaký stát to dokáže: zda kolébka hokeje Kanada ukáže svoji obrovskou sílu, jestli Rusové „vstanou z mrtvých“ nebo se Švédové pokusí o obhajobu titulu. Český tým na počátku turnaje nebyl sice odepisovaný, moc dobře se vědělo, že páteř týmu tvoří elitní hvězdy NHL (Jágr, Hašek), ale překvapením pro mnohé zahraniční novináře byl velký počet hráčů na soupisce z méně kvalitních evropských soutěží (NHL 11, Evropa 12). Jak turnaj probíhal, jistě není třeba líčit dopodrobna. Stačí připomenout, že Češi na své cestě postupně zdolali Finy a Kazachstán, ale poté smolně podlehli Rusku. Ve čtvrtfinále porazili USA, v semifinále Kanadu a v onom slavném finále pak Rusko 1:0 trefou veterána Petra Svobody. Kdo by si nevzpomněl na ty historické okamžiky, kdy jedou Růžička s Jágrek sami na finského brankáře nebo slavné vychytání Kanady Dominikem Haškem či možná nejpamátnější výrok televizního moderátora Roberta Záruby: „Přepište dějiny!“, po němž mimo jiné nazval i svůj životopis. Vítězství bylo o to cennější, že se České republice podařilo porazit právě Rusko, zemi, které Česká republika tvořila 40 let nedobrovolný satelit. Tento triumf znamenal pro Čechy nejen sportovní skalp všech ostatních legendárních neporazitelných soupeřů, ale i velkou injekci pro národního sebevědomí. Kdy jindy se dokážou sejít davy desetitisíců lidí na náměstí? Kdy jindy učitelé přeruší vyučování a žáci se jdou hromadně dívat na sportovní přenos? Jaké mělo toto slavné vítězství opravdový reálný dopad, se ukázalo později. Hlavní důsledky této skutečnosti by se daly rozdělit do třech hlavních témat: vliv na rozvoj rekreačního hokeje, vliv na rozvoj vrcholového hokeje a posílení sebevědomí českého sportu.

K prvnímu tématu nemůžeme nalézt objektivní odpověď; je těžké říci, zdali tento turnaj opravdu přinutil mladé vstát od televize a jít bruslit. Rekreační hokej je obecně poměrně těžko uskutečňovatelný kvůli technické náročnosti a vysokým požadavkům na vybavení, nejvíce pak pro samotnou realizaci (nedostatek ledových ploch). Tento triumf ovšem výrazně

napomohl výkonnostnímu hokeji, alespoň tedy dle dosažených výsledků českých mládežnických týmů na mistrovstvích světa. Hokejisté do 20 let dvakrát vyhráli mistrovství světa (2000, 2001). Největší přínos měl triumf na vrcholový profesionální hokej. Ve zlatém roce 1998 sice Češi skončili na mistrovství světa až na třetí příčce, nicméně další tři roky po sobě již pokaždé okusili chuť vítězství, až je v roce 2002 vystřídali Slováci. Dalším zajímavým faktem je počet Čechů startujících v HNL. Zatímco v sezoně 1997/1998 jich bylo na soupiskách zámořských týmů „pouze“ 37, v další sezoně jsme jich tam mohli najít již 49 a v sezoně 2000/2001 bylo na soupiskách již 71 Čechů, což je téměř dvojnásobek „přednaganovského“ období. (www.nhl.cz). Zůstává ovšem otázka, zda vše bylo k prospěchu věci. Tah trenéra Hlinky, jenž vsadil na osm hráčů z extraligy a čtyři z evropských lig, kteří početně převýšili počet hráčů ze zámoří, se ukázal sice jako výborný, nicméně právě tento krok zapříčinil odchod těch nejlepších reprezentantů z domácí soutěže. Česká extraliga záhy přišla o svoji hráčskou elitu. Je zde nutno podotknout, že některým hráčům se za mořem zrovna moc nedařilo, můžeme jmenovat například Jiřího Dopitu. Dá se také říci, že zde odstartoval i mohutný kanadsko-americký skating v Evropě, kdy hráči již v juniorském věku začali odcházet na americký kontinent. Zajímavé je srovnání týmu o osm let později, kdy v olympijském výběru startoval pouze jediný zástupce České extraligy - náhradní gólman, liberecký Milan Hlinička. Je tedy závažnou otázkou, zda se právě těmito slavnými triumfy nechuzujeme. Co je pro diváka více: vidět svého oblíbeného hráče prohánět se na českých a moravských stadionech nebo ho pouze sledovat ve sportovním zpravodajství? Samozřejmě, že je zámořský kolotoč hokeje prestižnější a daleko více financován. Nicméně divák sám při pohledu na současnou tristní podobu extraligy bez větších výraznějších hvězd a idolů musí uznat, že tento stav není zdravý.

Nespornou věcí však zůstává vliv Nagana na běžnou českou populaci. Toto jedno velké zadostiučinění českému národnímu sportu,

kterým se hokej po olympiádě zajisté stal, vyvolalo obrovskou vlnu vlastenectví. Češi zrovna nepatří mezi národ překypující velkým sebevědomím, jak to můžeme spatřovat například u Francie či USA. Vzpomeňme však na triumfální návrat hokejistů do své vlasti. Ten připomínal oslavy vítězů antických olympijských her, které lidé vnímali jako hrdiny obdařené přízní bohů (Leška, 2004, s. 144). Nikdo jim také nemůže upřít fakt, že tento tým zůstane v očích českého diváka navždy nesmrtelný. V této souvislosti můžeme dokonce hovořit i o nezvyklém fenoménu. Kdy jindy by o sportovní akci byla napsána opera nebo podle ní dostala jména restaurační zařízení? Davy provolávající hesla jako „Hašek na hrad“ by nejrady dosadily hokejisty i do politických funkcí. Můžeme s jistotou tvrdit, že právě Nagano je největším sportovním úspěchem samostatné České republiky, reakce většinové populace má velkou vypovídající hodnotu.

## **7. Doping: Zakázaná cesta k hvězdné slávě?**

V závěrečném oddíle bychom si odpověděli na otázky týkající se ožehavého tématu dopingu a všeho, co se této problematice týká. Tedy o cestě ke slávě a úspěchu za pomoci zakázaných látek. Také bychom si měli odpovědět, zdali jsou vůbec výkony některých hvězd bez použití dopingu reálné a jaký mají dopující sportovci vliv na masově sportující veřejnost. Pozornost bude ve větší míře věnována kulturistice a fitness, kterých se toto téma týká v největším rozsahu.

### **7.1 Kulturistika a kulturisté, problematika fitness a wellness**

Nejprve si musíme říci, proč dáváme tyto tři dnes již zdánlivě vzdálené fyzické aktivity do jednoho oddílu. Odpověď je prostá. Aktivity jako fitness a wellness se z kulturistiky nepřímo vyvinuly a právě kulturistika na ně měla nezanedbatelný vliv, alespoň na fitness určitě. Diskuze se zde zaměří na dva důležité aspekty, a to na kulturistiku a její představitelé obecně a na její vliv a dopad – tedy na rozvoj fitness a wellness či „kosmetického sportu“. V první problematice bychom si mohli položit tyto dvě základní otázky: zda je kulturistika sport nebo reklama na doping a zda jsou kulturisté sportovní hvězdy nebo jen sebepoškozující stroje. V této souvislosti je třeba také připomenout kult a velký vliv Arnolda Schwarzeneggera na celou problematiku. Na první otázku, zda je kulturistika skutečně sport, bychom mohli nalézt tři odpovědi – kulturistika sport není, kulturistika je sport „jen“ pro jistý okruh lidí, kulturistika je regulérní sportovní disciplína. Encyklopedie kulturistiky G. Thorna a P. Embletona nám nabízí tuto odpověď „Pokud kulturistika není sport, pak jím pravděpodobně není ani krasobruslení nebo gymnastika. (...) Sportovci ze všech těchto jmenovaných disciplín po celý rok trénují, vytvářejí složité sestavy z různých povinných i nepovinných póz, které se předvádějí na

vybranou hudbu. Vítěze určí panel rozhodčích. Všechny tyto tři sporty mají podobnosti v tréninku, organizaci i samotných soutěžících. (...) Je pouze otázkou času, než se tento sport stane součástí olympijských“ (Thorne, Embleton, 2001, s. 28). Je asi zřejmé, jaký názor zde autoři zastávají. V argumentech o složitosti přípravy a organizaci soutěží mají autoři pravdu. Je zde ale opomenut jeden významný fakt a to enormní podíl dopingu na úspěších soutěžících v kulturistice. Na nejvýznamnější kulturistické soutěži Mr. Olympia, ale i na dalších významných jako Arnold Classic nebo Night of Champions dopingové kontroly nejsou. A na soutěžích, kde tyto kontroly jsou, potom už nikoho nepřekvapí první čtyři místa neobsazená právě z důvodů pozitivních testů na některou ze zakázaných látek. Je tedy scestné tvrdit, že se tento sport stane olympijským nebo uvažovat, jestli kulturistika je nebo není sport, ale spíše zvolit onu třetí variantu: je to sport jen pro ty, kteří ho tak nazývají a jsou schopni akceptovat kulturisty, kteří svoji „nadměrnou hmotu“ získali díky nedovoleným, tělo poškozujícím látkám. Zde narážíme na druhou zásadní otázku, zda nejsou kulturisté jen sebezničující reklamy na doping. Kulturisté jsou sportovní hvězdy jen pro ty, kteří se v dané problematice orientují nebo ji přímo provozují. Kdo by z běžné sportu znalé populace znal jména jako Lee Haney, Dorian Yates nebo Ronnie Coleman? Můžeme na ně pohlížet i jako na sebestředná egoistická individua, která prezentují podbízivým způsobem pouze svoji tělesnou „krásu“. Slovo „individua“, z předchozí věty, se dá zaměnit v tomto případě za slovo „výrobek“. Jak tvrdí Tom Platz (bývalý americký kulturista): „Nejprve se musíte vymanit ze zajetí posilovny a představit si sami sebe jako produkt, který musí být prodán, dostán na trh a hlavně musí uspět. Kulturisté na sebe musí mimo posilovnu pohlížet jako na výrobek, nikoliv jako na individualitu.“ (Thorne, Embleton, 2001, s. 326). Zde je nejjasnější paralela se sportovci a reklamou. Strategie reklamy je zde naprosto zřetelná – „Já využívám tento doplněk stravy a mám z něj takto dokonale stavěné tělo“. Kulturisté jsou tedy hojně využíváni jako propagátoři anabolizérů a jiných fitness doplňků. Známé jsou např. vazby

z českého prostředí Pavola Jablonického s firmou Vitalmax či Štefana Orosze s firmou Promil.

Tito kulturisté jsou vzory pro další začínající kulturisty či pravidelné návštěvníky posiloven, nikoli pro běžné sportovní fanoušky. Pro většinu sportu znalé populace jsou právě jenom sebepoškozující se hypermaskulinní objekty. To může potvrdit i pejorativní slang ostatních sportovců právě na účet kulturistů. Pojmy jako „sypač“ nebo „jehlan“ už přímo zevšedněly. Můžou ovšem zaznít i argumenty dávající kulturistiku na stejné místo jako cyklistiku, kde využívání nedovolených látek se bohužel stalo také nepříjemnou praxí. Nicméně toto tvrzení můžeme dát do souvislosti s medializací těchto dvou odlišných forem zápolení. Podívejme se, kolik se jednotlivým sportům dává prostoru v televizi. Tour de France, nejslavnější závod planety, je díky médiím jednou z nejsledovanějších sportovních akcí, kdežto Mr. Olympia není ani zdaleka tolik prezentován. To také souvisí i s vyprodukovanými hvězdami. V cyklistice můžeme hovořit o globálních legendách typu Eddie Merckx nebo Lance Armstrong, kdežto kulturistika nám může nabídnout „jen“ jednu globální hvězdu v podobě Arnolda Schwarzeneggera, který je ovšem více známý jako filmová hvězda a kalifornský guvernér, nežli sedminásobný vítěz Mr. Olympia.

A v tuto chvíli se dostáváme k druhé problematice – jak se z kulturistiky vyvinula odvětví fitness a příbuzné wellness. Dřívější idoly kulturistiky, jako byl Eugen Sandow, první globálně známý strongman i kulturista (právě na Mr. Olympia se dává jako hlavní cena soška Sandowa) a John Grimek, kulturista přelomu čtyřicátých a padesátých let, jehož fotografie jsou dodnes nejpublikovanější kulturistické snímky (Nosek, 1992, s. 1). Postavy těchto jmenovaných borců by se ještě daly přirovnat k antickým sochám. Nicméně je nahradili dnešní „přerostlí hrdinové“ jako Dexter Jackson či Jay Cutler. To způsobilo postupné odvracení fitness center od adorování těchto tradičních kulturistických monster jako např.

Marcuse Ruhla, jenž dostal i v kulturistickém prostředí titul Mr. Freak (monstrum, zrůda) nebo dalších jemu podobných. Tím se vyvinulo fitness dnešního typu a s ním spojené wellness. Odstoupilo se tedy od nabírání co největšího objemu svalové hmoty. Tu nahradila celková péče o tělo, udržování fyzické kondice a relaxační cvičení.

V současné době také zaznamenává rozvoj tzv. kosmetický sport. Dal by se ztotožnit s fitness, nicméně s větším důrazem na dokonalý osobní vzhled. Tato centra, jinak řečeno wellness, kladou důraz i na klubovou příslušnost. To můžeme vyzorovat na mohutných billboardech vybízející změnit životní styl a stát se členem „našeho klubu“. Tento druh socializace také již nemá se sportem nic moc společného.

## **7.2 Kult Arnolda Schwarzeneggera**

Když se vysloví jméno Arnold bez jakéhokoli dalšího doplnění, většině lidí pravděpodobně proběhne asociace se svalnatým tělem. Tento bývalý Rakušan měl na rozvoj svého sportovního odvětví větší vliv než kdokoli jiný. Dalo by se říci, že je to jeden největších motivátorů sportu pro dané odvětví vůbec. Schwarzenegger se nejvíce zasadil o to, že se v Americe aktivně zabývá kulturistikou přes pět milionů lidí. (Nosek, 1992, s. 53). Velký vliv by se dal samozřejmě vysledovat i v západní Evropě. Čím se dá vysvětlit jeho fenomén? Důvodů můžeme nabídnout hned několik. Na prvním místě bychom mohli jmenovat jeho triumfální nástup v době největšího rozmachu kulturistiky na začátku sedmdesátých let. Do světa rodícího se bodybuildingu přišel tehdy mladý Rakušan s neobvykle velkými pažemi a štíhlým pasem (Kennedy, 2003, s. 5). A jeho začátky byly skutečně skvostné: v letech 1970 – 1975 vyhrál Mr. Olympia. Poté ohlásil ukončení sportovní kariéry, avšak ještě v roce 1980 se ke kulturistice vrátil, aby znovu vyhrál Olympii. Dále se věnoval filmovému průmyslu, v němž působil už od roku 1970. Zlom nastal v roce 2003, kdy se stal kalifornským

guvernérem. Mimo toto všechno je i úspěšným podnikatelem (Planet Hollywood). Nesmírný obdiv k jeho osobě by se tedy dal shrnout do těchto bodů:

- ideálně stavěná postava, neobvykle velký biceps (pozn. na svou dobu)
- nástup na scénu v době největšího rozmachu popularity kulturistiky v USA tzv. „golden years of bodybuilding“
- kultovní film Pumping Iron mapující jeho vítězství na Mr. Olympia v roce 1975
- filmová a politická kariéra
- nesporně velké charisma

Zařazení Arnolda Schwarzeneggera do této kapitoly, mapující spíše negativní jevy, nesnižuje žádným způsobem jeho kvality. Ale podobně jako u ostatních kulturistů je zřejmá jeho steroidová minulost. Proto sem patří právem.

### **7.3 Hvězdy a doping**

Jsou výkony současných sportovců dosažitelné přirozenými schopnostmi? Je vůbec možné dosáhnout takových výsledků bez použití zakázaných podpůrných látek? Jaký má doping vliv na rekreační sport?

Tento oddíl přímo navazuje na úvahu o kulturistice a fitness. Hlavním tématem zde bude vztah vrcholových sportovců k dopingům a jejich ovlivňování pohledu na doping u běžné populace. Hlavní dva problémy bychom mohli položit asi takto – jsou vůbec reálně dosažitelné výkony současných sportovních hvězd bez dopingů? Jaký mají tyto výkony vliv na rozvoj masového rekreačního sportu a vztah mládeže k dopingům? Sociologický pohled problematiku dopingů ve sportu řadí jednoznačně do kategorie deviantních stránek světa sportu a „výkon podporující látky“



(performance-enhancing substances) spojuje s negativními stránkami sportovní etiky (Sekot, 2005, s. 283). Jistě není nutné zdůrazňovat, proč kapitola, která má souvislost s dopingem, navazuje na část o kulturistice. Právě souvislost kulturistiky a rekreačního fitness dává největší možnost zneužití nedovolených látek a anabolických steroidů. Ale nejprve se budeme věnovat fenomenálním výkonům některých sportovců.

V kulturistice je situace naprosto jasná, i když zde nejde o konkrétní výkony. I profesionální kulturisté nijak zvlášť nezapírají, že anabolické steroidy patří do jejich běžné přípravy. Ale jak jsou na tom ostatní sportovci v mediálně více propagovaných sportech? V souvislosti s překonáváním lidských možností se nejčastěji mluví o atletice. Připomeňme jen olympijské hry v Pekingu a neuvěřitelné rekordy Usaina Bolta. Ale jsou zde i další sportovci, kteří překonávají světové rekordy jako na běžícím pásu. Musíme si však připomenout jednu zásadní věc a tou je, že existuje velký rozdíl mezi sporty, jež nemají tak dlouhou tradici (např. skok o tyči žen) a sporty, které se prezentují již dlouhé desítky let. Například ve zmíněném skoku o tyči žen se za posledních deset let zvětšil světový rekord o téměř půl metru. Není potom divu, když Jelena Isimbajevová téměř na každém atletickém mítinku ho překonává centimetr po centimetru. V rozporu s těmito rekordy jsou rekordy dlouholeté. Vzpomeňme např. na neuvěřitelný výkon Jarmily Kratochvílové z Mnichova 1983. Tento světový rekord zůstává v platnosti už neuvěřitelných dvacet šest let. Další těžko uvěřitelný výkon českého sportovce je bezesporu rekord Romana Šebrleho. Ten je sice novější (2001), ale nad jeho hodnotou se dodnes pozastavují atleti odborníci. Sám Šebrle je známý svým odmítavým postojem k dopingem. Stejně je na tom i jeho kolega, bývalý rekordman Tomáš Dvořák. Není to však tak dávno, co vypluly na povrch skandály o rozsáhlém dopingem československých atletů v sedmdesátých a osmdesátých letech. V této souvislosti se uvádí i onen rekord Jarmily Kratochvílové. Odhalen byl systém podávání anabolických steroidů sportovcům v bývalém

východním Německu či bývalém Sovětském svazu. Doména dopingů se ovšem netýká jen sportovců bývalého východního bloku, ale i hvězd pocházející z amerického kontinentu. Stačí říci jen jména Marion Jonesová, Moris Green či legenda atletických oválů Florence Griffithová-Joynerová. U té sice požívání nedovolených látek nikdy prokázáno nebylo, ale okolnosti její nenadálé smrti nasvědčovaly něčemu jinému. My se jen můžeme obávat, co přinese budoucnost, zdali se nějaká z nynějších sportovních hvězd v budoucnu přizná k užívání zakázaných látek podporujících výkon.

Druhá znepokojující otázka se týká problémů užívání anabolik či jiných podpůrných látek širokou sportující veřejností. Sportovci jsou významně tolerantnější k užívání výkon podporujících látek než nesportovci (Sekot, 2005, s. 282). Ještě větší hrozba je u mladých nadějných sportovců. Ti jsou schopni pro lepší výkon zajít i za tuto hranici rizika sebepoškození díky následkům steroidů. Dochází k toleranci prostředků k dosahování maximálních sportovních výkonů, existuje značná neinformovanost o negativních zdravotních účincích dopingů a tedy i velké podceňování rizika, které jejich užívání nese (Sekot, 2005, s. 285). Vše nám také dokazuje studie výzkumného projektu ministerstva školství, které mapuje vztah mládeže k dopingům. 10% dotázaných mužů a 3% dotázaných žen odpovědělo kladně na otázku, zdali někdy zvažovali užití dopingů. (Sebera, Bedřich, 2005, s. 306). Ještě více zneklidňují je ovšem dostupnost zakázaných látek. Téměř 20% mužů a 8% žen mezi sportující mládeží odpovědělo kladně na otázku, zdali jim byl někdy nabídnut doping. (Sebera, Bedřich, 2005, s. 307). S tím souvisí i další znepokojující výsledky výzkumu, podle něhož ve sledované populaci existuje více než třetina potenciálních uživatelů dopingových látek (Sekot, 2005, s. 287). Na závěr bychom se ještě na chvíli vrátili ke kulturistice, ve které vidí velké množství mladých adolescentů svou seberealizaci (pozn. nejen oni). Správně se připomíná, že obecná hodnotová orientace modelů mužnosti (v

médiích) je o to nebezpečnější, že svými důsledky zasahuje širší vzorek populace, než sám vrcholový sport (Sekot, 2005, s. 286). To nám potvrzují i slova amerického kulturisty Mika Mararazza, která nám dávají přímo dvě svědectví o dopingu. Jak implicitní doznání k jeho užívání, tak i reference o patologickém stavu fanoušků kulturistiky: „Nestal jsem se profesionálem díky steroidům. Ničeho takového jsem se nedotkl, dokud jsem nevážil 100 kg. Měli by spíše testovat diváky na soutěžích – 99% kluků v obecnstvu je na steroidech.“ (Thorne, Embleton, 2001, s. 532).

#### 7.4 Jiný negativní vliv sportovců – drogy a alkohol

Negativní vliv může také přinést jednání sportovců mimo sportovní arény. Vzpomeňme například na marihuanový skandál fenomenálního plavce Michaela Phelpse (obr. 3). Je otázkou, jak se na tento jeho exces bude dívat široká veřejnost. Je sice pravda, že se za své chování omluvil, ale není to jeho první přečin podobného ražení. Po prvním olympijském triumfu byl zatčen za řízení v opilosti. Dle médií je Phelps vzor pro ostatní



Obr. 3 - fetující Phelps

mladé nadějně sportovce. Na věc můžeme pohlížet ze dvou hledisek. Mládež zde může vidět výborného sportovce s mimořádnými výsledky, který si ve volném času občas zakouří

marihuanu. Tudiž krajně špatný příklad.

Mládež si tento čin přetransformuje ve větu „když on, my taky“. Nebo naopak tento příklad může vyvolat opačnou reakci, kdy právě prostřednictvím tohoto excesu může mládež varovat a říci jim o negativních účincích této drogy. Phelps není zdaleka jediný sportovec, jenž má problémy s alkoholem či drogami. Můžeme jmenovat fotbalové bohémy, jako byli George Best či Paul Gascogne. Ti byli proslulí zejména svým kladným vztahem k alkoholu. Ale i proto bohužel získali bezmezný obdiv

svých fanoušků. O problémech se životosprávou by mohl vyprávět i Milan Baroš, který jistý čas plnil stránky bulvárních deníků, kde byl zpravidla zachycen opilý v nočních barech. V současnosti hýbe fotbalem jiný skandál, kdy fotbalová ikona Pelé, jehož syn byl zapleten do rozsáhlé drogové kauzy, obvinil z užívání drog současné hvězdy Ronalda a Robinha. Tato obvinění bude mít s největší pravděpodobností ještě dohru, jelikož Robinho toto tvrzení popřel a označil ho za absurdní. ([www.fotbal.sport.cz](http://www.fotbal.sport.cz))

## Závěr

Pro lepší orientaci si teď shrneme základní teze a návaznost práce a provedeme krátkou rekapitulaci. V prvním oddílu jsme si mohli vymezit pojmy a stanovili si mantinely pro vymezení této práce. V dalších oddílech jsme rozvedli diskuzi o tématech slávy a bohatství vrcholových sportovců ve spojitosti s médii a masovou kulturou, problematice sportovní migrace a rasizmu, kultu sportovce a postavení sportovce ve společnosti. Následovalo stěžejní téma hrdinové versus hvězdy a jejich vliv, dále byla rozebírána problematika české arény vrcholového sportu a následoval závěrečný oddíl věnovaný zejména dopingů a jiným negativním faktům ve vrcholovém sportu.

Nyní bychom tedy mohli ve zkratce přinést odpovědi na otázky formulované v cíli této práce: Elitní vrcholoví sportovci již téměř jedno století mohou využívat statusu celebrit a hvězd. Toto jejich postavení je dosaženo zejména díky propracovanému systému sponzoringu v kooperaci s masovými médii. Důsledkem rozsáhlé mediální prezentace ve spojení s velkým charismatem některých sportovců může vzniknout i kult sportovce a také situace, kdy je sportovec stavěn mnohdy na vyšší místo, než skutečné společenské elity. Je ovšem třeba striktně rozlišovat pojmy sportovní hvězda a sportovní hrdina. Stěžejním rozdílem je zde hlavně pozitivní vliv na společnost, oslovující životní příběh, vysoké morální hodnoty a zejména schopnost jít vzorem. Tito hrdinové mají také největší podíl na zásluhách o obnovení masového sportování veřejnosti a na rozdíl od celebrit a hvězd učinili pro své odvětví maximum: stali se legendami a svými životními příběhy podnítili pasivní mládež k aktivnímu přístupu ke sportu.

Význam této práce pro praxi spočívá v zodpovězení některých otázek objasňujících postavení vrcholového sportovce ve společnosti. Může být nápomocna rozšifrovat mnohdy těžko definovatelné pojmy hvězda, elita či hrdina. Práce také nabídla komparaci kultury a sporty a zdůraznila jak

jejich pojítka, tak i rozdíly. Upozornila též na nebezpečí adorace maximálních sportovních výkonů v návaznosti na užívání dopingu.

Obor sociologie sportu je dynamicky se rozvíjející disciplínou a nové otázky pro ni budou přibývat tak rychle, jakou rychlostí poroste obdiv ke sportu a sportovním hvězdám. Do budoucna musíme počítat s další problematikou týkající se tohoto nového fenoménu.

## Seznam literatury:

### Monografie:

- Benjamin, W. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon, 1979. 133 s.
- Berger, P. L. *Pozvání do sociologie*. Brno: Barrister and Principal, 2003. 194 s. ISBN 80-85947-90-0
- Čáslavová, E. *Management sportu*. Praha: East West Publishing, 2000. 172 s. ISBN 80-7219-010-5
- Eco, U. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Argo, 2006. 367 s. ISBN 80-7203-706-4
- Jirák, J., Köpplová, B. *Média a společnost*, Praha: Portál 2003. 207 s. ISBN 80-7178-697-7
- Kasparov, G. *Moji velcí předchůdci. 4.* Praha: ŠACHinfo, 2007. 509 s. ISBN 978-80-86595-24-5
- Leška, D. Šport jako faktor socializácie osobnosti. In: Sekot, A. (ed.) Sociální dimenze sportu. Brno: Masarykova univerzita, 2004, s. 141-160.
- Čechák, V., Linhart, J. *Sociologie sportu*. Praha: Olympia, 1986. 240 s.
- Nosek, L. *Profesionální svaly*. Praha: Grafoprint, 1992. 128 s.
- Osborne, R., van Loon, B. *Sociologie*. Praha: Portál, 2002. 177 s. ISBN 80-7178-610-1
- Kennedy, R. *Arnold Schwarzenegger*. Pardubice: Svět kulturistiky, 2003. 176 s. ISBN 80-86462-14-5
- Sebera, M., Bedřich, L., et al. Doping ve sportu u mládeže v České republice v roce 2004. In: Hodaň B. *Tělesná výchova, sport a rekreace v procesu současné globalizace*. Olomouc, Univerzita Palackého, 2005, s. 304-315.
- Sekot, A. Globalizace versus sportovní migrace. In: Hodaň B. *Tělesná výchova, sport a rekreace v procesu současné globalizace*. Olomouc, Univerzita Palackého, 2005, s. 89-101.
- Sekot, A. *Sociologie náboženství*. Praha: Svoboda, 1985. 362 s.
- Sekot, A. *Sociologie sportu*. Brno: Paido, 2006. 410 s. ISBN 80-7315-132-4

Sekot, A. *Sociologické problémy sportu*. Praha: Grada, 2008. 223 s. ISBN 978-80-247-2562-8

Sekot, A. *Sport a společnost*. Brno: Paido, 2003. 191 s. ISBN 80-7315-047-6

*Slavné osobnosti*. Praha: Svojtka and Co., 2002. 382 s. ISBN 80-7237-602-0

Thorne, G., Embleton, P. *Encyklopedie kulturistiky*. Pardubice: Svět kulturistiky, 2001. 635 s. ISBN 80-901589-0-4

*Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. 1627 s. ISBN 80-7184-164-1

Walters, G. *Berlínské hry*. Praha: BB/art, 2007. 399 s. ISBN 978-80-7381-207-2

World Wide Web: stav k 22. 3. 2009

<http://aktualne.centrum.cz/sportplus/fotbal/zahranicni/clanek.phtml?id=523688>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Greatest\\_Britons\\_spin-offs](http://en.wikipedia.org/wiki/Greatest_Britons_spin-offs)

<http://fotbal.sport.cz/fotbal/ostatni/147145-robinho-oznacil-peleho-obvineni-z-brani-drog-za-absurdni.html>

[http://geography.upol.cz/soubory/lide/fnukal/KGG\\_RGAM\\_Salvador.htm](http://geography.upol.cz/soubory/lide/fnukal/KGG_RGAM_Salvador.htm)

<http://www.eu2009.cz>

<http://www.iglesiamaradoniana.com.ar/index.php?id=1>

<http://www.forbes.com/business/sportsmoney/>

[http://www.forbes.com/lists/2008/34/biz\\_soccer08\\_Manchester-United\\_340001.html](http://www.forbes.com/lists/2008/34/biz_soccer08_Manchester-United_340001.html)

<http://www.nhl.cz/CZ/stats.html>

[http://zpravy.idnes.cz/fotbalove-ms-2018-v-palestine-a-izraeli-dsc-/kavarna.asp?c=A080206\\_213117\\_kavarna\\_bos\)](http://zpravy.idnes.cz/fotbalove-ms-2018-v-palestine-a-izraeli-dsc-/kavarna.asp?c=A080206_213117_kavarna_bos)



Zdroje obrázků:

Obr. 1

[http://i.a.cnn.net/si/2007/writers/gavin\\_hamilton/12/28/07.review/p1\\_kaka\\_1228.jpg](http://i.a.cnn.net/si/2007/writers/gavin_hamilton/12/28/07.review/p1_kaka_1228.jpg)

Obr. 2

<http://www.productionmyarts.com/arts-et-marche/oeuvres/top-100-klimt-portrait-adele-bloch-bauer-I-fr.htm>

Obr.3

[http://sport.idnes.cz/plavec-phelps-byl-vyfocen-pri-koureni-marihuany-uz-se-to-nestane-sliboval-15g-/sparty.asp?c=A090202\\_112415\\_sparty\\_ald](http://sport.idnes.cz/plavec-phelps-byl-vyfocen-pri-koureni-marihuany-uz-se-to-nestane-sliboval-15g-/sparty.asp?c=A090202_112415_sparty_ald)

## **Resumé**

Téma práce „sportovní hvězdy, ikony a hrdinové“ má za cíl především objasnit postavení elitních představitelů sportu ve společnosti, jejich vliv na rozvoj masového rekreačního sportu, rozlišit diferencii mezi pojmy hvězda a hrdina a popsat další problematiku pozice vrcholových sportovců. Z použitých metod bychom mohli uvést komparace a rešerše odborné literatury, sledování médií, komparace s kulturním průmyslem. Výsledky přinášejí zjištění, že už více než sto let je zřejmá adorace sportovních hvězd, která buduje kult sportovce, a může sportovce vynést na významnější místa ve společnosti, než opravdové státní elity. Zrod hvězd se uskutečňuje především pomocí sponzoringu, médií a sportovní migrace. Je také potřeba striktně rozlišovat mezi sportovní hvězdou a sportovním hrdinou. Přínos práce je v popisu a zodpovězení některých otázek týkajících se mnohdy problematičtějšího světa vrcholového sportu.

## **Resumé**

The subject of this work „Sports Stars, Icons and Heroes“ should bring clear answer to the question about the position of elite sportsmen in society, their influence on mass amateur sport, differentiate between definition of star and hero and describe position of the top sportsmen in society. Scientific methods used in this work are comparison, recherche of specialized literature, monitoring of mass media and comparison of cultural industry. Outcomes brings findings, that more than one hundred years there is clear adoration of sport stars, that aside from cult of sportsman, may bring sportsmen to higher places in society, than real elites of country. Genesis of sport star is realized mainly through sponsors, media and sport migration. It is very important to differentiate between the sport star and the sport hero. Contribution of this work is answer to questions about problematic aspects of the professional sport.

**Anotace:**

Ondřej Štaud. **Sportovní hvězdy, ikony, hrdinové.** Diplomová práce.

*Klíčová slova:* Sport, celebrity, hvězdy, elity, hrdinové, vrcholový sport, sponzoring, sportovní migrace, kult sportovce, český sport, doping.

*Obsah:* Povaha sportů, sport a bohatství, sportovní migrace, kult sportovce, hvězdy vs. hrdinové, aréna českého sportu, cesta ke slávě pomocí dopingu.

**Annotation:**

Ondřej Štaud. **Sports stars, ikons, heroes.** Diploma thesis.

*Key words:* Sport, celebrities, stars, elites, heroes, top sport, sponsorship, sports migration, sports cult, Czech sport, doping.

*Summary:* Character of sports, sport and wealth, sports migration, sports cult, stars vs. heroes, scene of Czech sport, pathway to glory with the help doping.