

Politika sportu a budování národa

I Marek Laichman I

Sport v současné společnosti zdaleka není okrajovým ani hodnotově neutrálním fenoménem. Na tuto skutečnost bezprostředně poukazuje současný provoz médií. Sport sice stále má svou speciální rubriku, stále více se ale dostává také na přední stránky novin a do hlavních zpravodajských relací v nejsledovanějším, tedy v televizním médiu. Je charakteristické, že i v době globalizace k tomu u nás nejčastěji dochází v souvislosti s úspěchy českých sportovců. Spojenectví sportu a národní identity patří ke spojenectvím emocionálně nejnabitějším, a proto také nejprodejnějším. Jak ukáží i následující řádky, komerční, národní a politická dimenze sportu k sobě mají již tradičně velmi blízko – dokonce do té míry, že k nejužívanějším teoretickým konceptům patří mezi sociology sportu Gramscioho hegemonie.¹ Ať už je názor čtenáře na tento koncept jakýkoliv, neměl by podléhat iluzi, že jde v medializovaných sportovních událostech v prvé řadě o sport jako takový.

K politické genealogii sportu

Přestože byl sport jako předmět seriózního sociálního výzkumu dlouho opomíjen, byly mu v minulosti připisovány často téměř magické vlastnosti. Zacílená fyzická aktivita měla ve svých nositelích budovat široké spektrum morálních kvalit, zajistit konformitu, posílit hospodářský růst, měla sjednocovat společenství rámované hranicemi národních států, stejně tak jako tyto hranice v zájmu světového míru dočasně bořit. Tyto veskrze pozitivní názory na právě poslání sportovních aktivit patřily ke koloritu moderního sportu zvláště v jeho počátcích. Ani sám zakladatel moderních olympijských her baron Pierre de Coubertin o sportu neuvažoval jako o pouhé zábavné kratochvíli. Naopak, v jeho nadšení pro tento podnik figurovaly na prvním místě motivy daleko přesahující pouhou starost o zdraví a dobrou náladu příslušníků civilizovaného světa. V kontextu Coubertinova úsilí sehrály důležitou roli nejen hodnoty ryze „sportovní“, ale i politické, a právě tak, jako byl ovlivněn určitou dobovou interpretací antické tradice, působilo na něj i nacionální hnutí zesílené ve Francii po prohrané francouzsko-pruské válce. (Olivová 1979; Miller et al. 2001) Zdánlivě paradoxně tak u kolébky dnešních olympijských her vedle sebe stojí internacionalistická idea *pax Olympia*, zdůrazňující význam těchto událostí pro mezinárodní porozumění, a myšlenka nacionální, která vynikající výkony ve sportu chápe jako vhodnou přípravu k tomu, aby byla případná další válka vedena efektivněji. (Rowe 1999)

Stejně tak jako Coubertin se i řada jeho současníků domnívala, že soutěživá a správně organizovaná fyzická aktivita umožní jednak odvedení negativní energie svých účastníků sociálně přijatelným směrem, jednak podřízení této energie řádu disciplíny a sebeovládání, v širším kontextu pak celému hodnotovému systému perspektivního gentlemana.² Myšlenka využit

sportu jako nástroje socializace získávala sytost svého politického zabarvení ještě více s tím, jak se začleňovala do rozšiřující se agendy národních států. Některé hodnoty spojované v devatenáctém století se sportem středními a vyššími vrstvami přitom mají své pevné místo v politice sportu dodnes. Jakkoli musely být tyto někdy nadnesené představy o pozitivním vlivu organizovaných a soutěživých tělesných aktivit korigovány, sport nadále zůstává lékem na sociální patologii a vhodným prostředkem zajišťujícím nejen fyzickou, ale i duševní kondici obyvatel. V pozadí státní podpory organizovaných sportovních aktivit nacházíme často tytéž legitimizační formy, jaké byly uplatňovány již v jejich počátcích. Mají být alternativou aktivit považovaných za sociálně nepřijatelné a patologické, předpokládá se ale také, že s sebou přinášejí hodnoty, které mohou být pozitivně uplatňovány i v jiných než pouze sportovních souvislostech a oblastech. Je tedy považováno za žádoucí, aby byly podporovány státem stejně tak jako i jinými subjekty za účelem prosazení těchto hodnot v procesech výchovy a socializace. Dokument *Směry státní politiky ve sportu na léta 2004–2006*, schválený českou vládou v předloňském roce, jasně vymezuje změnu hodnotové orientace občanů jako jeden ze svých strategických cílů. Přestože je jím míněna především nutnost posílení preventivní funkce sportu a jeho šíření jako pozitivní zdravotní hodnoty ve srovnání s jinými formami trávení volného času, stát se sportu výslovně nezřídá ani „jako faktoru tvorby morálních a etických hodnot, socializace a re-socializace.“ (Směry státní politiky: 7)

Mýtus autonomie

Zřetelné přenesení důrazu z fyzických k sociálním implikacím sportovních aktivit, které *Směry státní politiky* vykazují, ostře kontrastuje s obecným povědomím, nepřikládajícím dnes poli-

tickým přesahům sportu příliš velkou váhu. Předpoklad nezávislosti sportu na širším sociálním prostředí je sice z pozic sociologie sportu soustavně kritizován, jeho působnost to však, zdá se, nijak neumenšuje. Mýtus autonomie, jak tento fenomén označuje britský politolog Lincoln Allison (1986), je přitom sám také politickým fenoménem. Nejen, že je úzce spjatý s liberálním rozlišením sféry privátního a veřejného, ve kterém jsou hry a sporty považovány za ryze soukromou záležitost. Samotný koncept politiky, ať už je definována jakkoliv široce, disponuje také často takovými charakteristikami, které k přesvědčení o apolitické povaze určitých institucí a aktivit logicky vedou. Je-li například přítomnost politického odvození z existence širšího a sociálně podmíněného názorového konfliktu, může tato dimenze v případě sportu snadno zůstat skrytá. Tvářit se, že určité aktivity politikem nejsou, to je ovšem také jedna z velmi účinných strategií mocenského boje: „Konzervativní síly ve společnosti mnohokrát uspěly svým prohlašovaním témat, kolem kterých ve skutečnosti existoval značný potenciál nesouhlasu, za témata apolitická. [...] Je tedy zřejmé, že pokusy separovat některé aktivity ze sféry politiky mohou být úspěšnou taktikou při dosahování určitých cílů.“ (Allison 1986: 20)

Mýtus autonomie tak pomáhá zakrývat reálné politické využívání sportu pocházející ze sféry, která je za politickou běžně považována. Na druhé straně ale také udržuje při životě představu, že sportovní aktivity a instituce jsou pro materiální i sociální přežití společnosti bezvýznamné a jako takové nesplňují ani definice politiky v širším slova smyslu. Pro svou sociální podmíněnost ale může sport velmi dobře sloužit stávajícím poměrům. Může být vůči nim i rezistentní nebo je dokonce zpochybňovat a bořit. Jako takový je sport fenoménem nanejvýš politickým.³

Funkcí aktivního i diváckého sportu při reprodukci hodnot a sociálních vztahů dominantních v západních kapitalistických společnostech se zabývali především autoři, kteří ke sportu přistupovali z radikálně kritických anebo marxistických pozic. Jestliže je v mýtu autonomie sociální podmíněnost sportovních aktivit ignorována, v pohledu některých jeho kritiků se naopak stává odrazem společnosti jako celku. Stejně jako předpoklad sportovní autonomie se však i tento přístup v mnohém ukázal jako nedostatečný. V závislosti na tom, do jaké míry kladli jednotliví představitelé kritického paradigmatu důraz na jednosměrný model ideologického působení, měli sklon podceňovat význam rozmanitých sociálních „mikro-kontextů“ a sport vnímali *pouze* jako „prodlouženou ruku“ establishmentu. Například Michael Real (1975) tak ve svém pojednání o největší sportovní události v USA, tradičním *Super Bowlu*, chápe tuto akci jako „funkční nástroj propagandy, který posiluje a rozvíjí širší sociální strukturu.“ (Real 1975: 42, cit. podle Jhally 1989: 71) Sport byl takto ve svých jednotlivých projevech, ale i obecně, v podstatě identifikován s dominantní ideologií, odrážející a ospravedlňující daný sociální řád.

Odmítnutí tohoto někdy až příliš zjednodušujícího a totalizujícího pohledu ovšem ještě neznamená, že sport k ideologickému působení vůbec nepřispívá. Soutěživost, individualismus,

disciplína a poslušnost autoritě, to jsou jen některé z rysů, kterými může sport velmi dobře šířit hodnoty vyžadované a propagované kapitalistickou společností. Jsme jím tedy přeci jen socializováni do rolí konformních občanů? Znamená integrace do společnosti, k níž má sportovní aktivita vést, internalizaci jejich hodnot? A jsou tedy předpoklady zastánců i odpůrců socializačního působení sportem dostatečně odůvodněné?

Sport jako nástroj socializace

Problému normotvorného působení aktivního sportování byla již věnována řada sociologických výzkumů. Ty – snad také kvůli množství metodologických problémů – jeho přímý vliv na proměnu hodnotových orientací nepotvrdily. Ukázaly však na relevanci sociálních souvislostí, které se ovšem případ od případu mění. Tyto konkrétní sociální kontexty mohou mít ve skutečnosti větší vliv než sportovní aktivita samotná, při výzkumu je ale obtížné jednotlivé vlivy izolovat a zkoumat je odděleně. (Sage 1998) V každém případě zde byla původní představa, že různé organizované aktivity povedou ke stejným výsledkům u všech jejich účastníků, vyvrácena jako iluzorní. (Coakley 2001) Sport sám o sobě není svým socializačním působením nezastupitelný a nedisponuje ani nějakými specifickými výchovnými přednostmi.

Zpochybnění přímého vlivu sportu v procesu socializace by ovšem nemělo být vykládáno ve smyslu zpochybnění jeho ideologické funkce jako takové. Ta totiž může být realizována právě ve spojení s daným sociálním kontextem. Jak si všimá Sage (1998), postoje představitelů sportovních organizací jsou vzhledem k danému sociálnímu a politickému režimu typicky podpůrné. I na amatérské úrovni jsou některé sporty organizovány způsobem odrazujícím případné zájemce, kteří hodnoty jimi přenášeny nesdílejí. Navíc je třeba zdůraznit, že i prostřednictvím diskurzů o těchto zdánlivě okrajových sportovních aktivitách jsou šířeny hodnoty ve společnosti dominantní. (viz Coakley 2001) Socializační vliv takto přenášovaných hodnot však nelze koncipovat jako jednoznačně manipulující a jeho příjemce tak chápat jako pouhé pasivní recipienty. Významy hodnotového obsahu šířeného v bezprostředním sociálním kontextu sportovní disciplíny jsou spíše předmětem neustálé re-interpretace. Tato aktivita subjektů socializačního působení přesto nevylučuje značnou uniformitu hodnot jím přenášovaných.

Ideologické působení diváckého sportu

Na význam integrační funkce *diváckého* sportu výrazně upozornil Hargreaves (1986a), který tento fenomén přiblížil svým historizujícím pojednáním o kooptaci dělnické třídy do kapitalistické společnosti. K přízpůsobení dělnické třídy stávajícímu sociálnímu řádu došlo podle Hargreavese také prostřednictvím masové účasti na sportovní popkultuře, jejíž zřetelný nárůst probíhal zvláště mezi dvěma světovými válkami. Sport se v tomto období mezi všemi společenskými vrstvami šířil mnohem snáz, což byl proces vyvolaný původně jeho komercializací, umocněný však nyní působením rozhlasu a tisku. Zatímco si dělnická



foto Dino Numerato

třída sporty zpočátku přizpůsobovala svým specifickým hodnotám a představám, se vstupem médií začal být sport vnímán jako aktivita, k níž se již mohly vztahovat všechny vrstvy společnosti. Neměl tak již mnoho co do činění s mocí a konfliktem: „Ačkoli sporty stále působily jako diferencující činitel sociálních vrstev, a posilovaly tak do jisté míry solidaritu mezi příslušníky dělnické třídy, v celku již tato diferenciace fungovala způsobem vedoucím spíše k přizpůsobení než ke konfliktu mezi třídami.“ (Hargreaves 1986a: 207)

Proces integrace podrobených vrstev prostřednictvím sjednocující masové kultury měl být ovšem teprve dovršen s nástupem televize a s další vlnou konzumní kultury, k níž došlo po druhé světové válce. Jestliže však Hargreaves zdůrazňuje integrující formu masové kultury a věnuje se širším souvislostem utváření společenského konsenzu, nutně přitom ponechává stranou jeho vlastní hodnotový obsah a současně tak opomíjí otázku působení mediálně přenášených poselství. Mediální prezentace sportovní události je totiž v západních společnostech vhodnou

příležitostí, ne-li přímo k záměrné politické propagandě, pak zcela určitě ke spontánní reprodukci určitých hodnot, představ a předpokladů ohledně správného uspořádání společnosti. Sport v rozhlase, tisku a zvláště v televizi nemusí být v tomto smyslu nutně zdrojem internalizace komplexních osobnostních vzorců, umožňuje však volnou cirkulaci hodnot, které za často vedou k utváření politicky významného souhlasu. V této souvislosti lze uvést hodnoty úspěchu, soutěživosti, individuálního prosazení i kolektivní loajality. Ty se objevují především v příbězích o typicky sportovních hodnotách, jakými jsou vítězství a prohry, výrazně však sportovní kontext překračují. Úspěch je zde například odvozován z individuální schopnosti sebekontroly, sebeprosazení a překonání vlastních fyzických a emocionálních těžkostí. Takto je prezentován v souladu s ideologií rovných příležitostí jako dosažitelný pro každého. Jak ukazují Kinkema a Harris (1998), poselství úspěchu je v této formě velmi silně zakotveno ve struktuře kapitalistické společnosti závislé na výkonné pracovní síle.⁴ Sport je také nejen ve své mediální reflexi,

ale již samotnou svou povahou snadno využitelný k prosazení některých prvků ideologie volného trhu, především tím, že může sugerovat myšlenku univerzálnosti kritéria soutěže pro spravedlivou distribuci zdrojů a odměn.

Vedle řady dalších hodnotových obsahů mediálního sportu⁵ zaujímají významné místo – s ohledem na jeho stále rostoucí komercializaci – zvláště různé imperativy, axiomy a iluze spjaté s konzumní kulturou. Nejde pouze o přímá nabádání ke konzumnímu chování, vyjadřovaná reklamami a logy sponzorských firem, ale také o asociování těchto značek s úspěchem a prožitkem zábavy ze sledování sportovní události. Tento druh asociace přitom může vyvolávat představu, že zábava spočívá v konzumu a že by se sport jako předmět divácké zábavy bez patronace velkých firem neobešel. (Coakley 2001) Na jedné straně tak mohou firmy získat podporu, kterou by jinak nedosáhly, na straně druhé je takto nepřímě dosahováno konsenzu ohledně fungování stávajícího ekonomického systému obecně a sportovního byznysu zvláště.

Jestliže v mediálních studiích existuje poměrně široce založená shoda ohledně typu poselství, která jsou mediálním sportem předávána, v určení jejich původu, vlivu a především rozsahu působení na jejich příjemce se již jednotliví autoři mezi sebou značně liší. Je zřejmé, že hodnotové obsahy nejsou publikem pouze pasivně konzumovány, a je možné je rozmanitě interpretovat. Například Jhally (1989) ale ukazuje, jak je tato rozmanitost interpretací do značné míry limitována mediálním diskurzem a jak jsou jeho příjemci vedeni k užití určité interpretace spíše než jiné. Přestože jsou mediální poselství publikem modifikována i do takové podoby, která jde proti jejich původně zamýšlenému smyslu, lze vyslovit domněnku, že mezi hodnotami identifikovanými v mediálním obsahu a hodnotami jejich příjemců existuje značná afinita. Producenti mediálního sportu stejně tak jako korporace, které sportovní programy a texty sponzorují, totiž předpokládají, že jejich konzumenti již předem zaujmají určitou perspektivu. (Kinkema, Harris 1998) Ani případný socializační potenciál mediálně přenášeného sportu takto ovšem nelze koncipovat jako jednosměrný vliv ve vztahu producent – příjemce. Jakkoliv mohou být média klíčovou doménou pro konstrukci a re-konstrukci různých diskurzů, bylo by zavádějící umisťovat je do centra procesu utváření identity. (Boyle, Haynes 2000) K mediální produkci a re-produkci hodnotových významů se sportem spjatých navíc dochází nejen s ohledem na jejich publikum, ale také v širším kulturním kontextu, který má na obsah těchto významů velký vliv a který se může i v současné fázi globalizace v jednotlivých zemích a lokalitách do určité míry lišit.

Sport jako opium?

Reflexe diváckého sportu jako významné součásti integrující masové kultury a jako nositele politicky významných hodnot ukazují pouze některé z variant ve škále jeho ideologického působení. Další přibližují teorie, které toto fungování sportu odvozují spíše z jeho vztahu k oblastem práce jako primárního zdroje odcizení než z jeho kulturně podmíněného obsahu. Divácký sport

je z tohoto hlediska určitou formou eskapismu, neboť umožňuje emocionální kompenzaci odcizené práce. Zatímco je v jedné oblasti sociálního řádu člověku emocionální naplnění znemožněno, v další se mu nabízí jako komodita ve formě sportovní podívané. (Alt 1983) Ale v situaci, kdy jsou sporty pouhým dočasným útočištěm před odcizujícím tlakem světa práce, nemohou být plně rozvinuty. Podle Hocha (1972), který v tomto ohledu navazuje na některé myšlenky mladého Marxe, přejímají divácké sporty funkci náboženství jako „opia“, odvádějícího pozornost od reality společenských problémů a konfliktů. Diváctví a velké emocionální zaujetí pro sport zvyšují pasivitu a odčerpávají takové množství času a energie, že „tyto problémy nebudou nikdy ani diskutovány, natož vyřešeny.“ (Hoch 1972: 23)

Ve službách národa

Mezi různými hodnotami a politickými idejemi, které sport měl a má zprostředkovávat, vyniká koncepce národa. Národní státy, organizace, média i jednotlivci využívají sportu k vyjádření představ o své kolektivní existenci. Tyto představy mají přitom i mnohem širší politické důsledky, než by se mohlo na první pohled zdát. Jak jsem již naznačil výše, historicky se moderní sport vyvinul v bezprostředním kontextu formování národa jako specificky západního projektu spjatého s modernizací a centralizací národního státu. Tento proces sice obvykle neměl určující vliv na konkrétní podobu určitého sportu,⁶ bezpochyby ale působil při jeho institucionizaci na národní úrovni a při rozšíření myšlenky mezinárodních soutěží. Současně sport na této úrovni k probíhající národní integraci také sám aktivně přispěl. Významné sportovní události například poskytly vhodný prostor k politickým ceremoniím oslavujícím národní identitu. (viz Hobsbawm 1983; Hargreaves 1986b; Maguire 1999) Pro tento druh kolektivní identifikace ale znamenala výrazný impuls především koncepce národní reprezentace.

Zvláště týmové sporty představují unikátní příležitost ke konstrukci národní identity, a to i pro ty, kteří se o politický nebo kulturní život národa příliš nezajímají. Jak ve své reflexi fenoménu mezistátních fotbalových zápasů poznamenal Hobsbawm (1990: 142), „imaginární společenství milionů se zdá být reálnější, má-li podobu týmu jedenácti lidí s konkrétními jmény“. Jednotliví hráči, ale i fanoušci, jsou zde vlastně symbolickým vyjádřením národa jako celku. Vítězství a prohry sportovců reprezentujících národ jsou tudíž často interpretovány v kontextu hodnocení pozice národa samotného. (Jarvie 1993) Například neúspěchy anglického fotbalového týmu byly v posledních letech vnímány jako symptomy krize anglického národa. (Maguire 1999) Podobné interpretace se netýkají jen *výsledků* významných sportovních klání. Samotný výkon fotbalového týmu na hřišti je v podstatě identifikován s obrazem, který si o své kolektivní identitě fotbalový fanoušek utváří. (Coelho 1998)

Důvod, proč je sport při šíření národních hodnot podporován státem, se zdá být na první pohled zřejmý. Mezi primární zájmy národních států patří totiž také posílení identifikace svých obča-

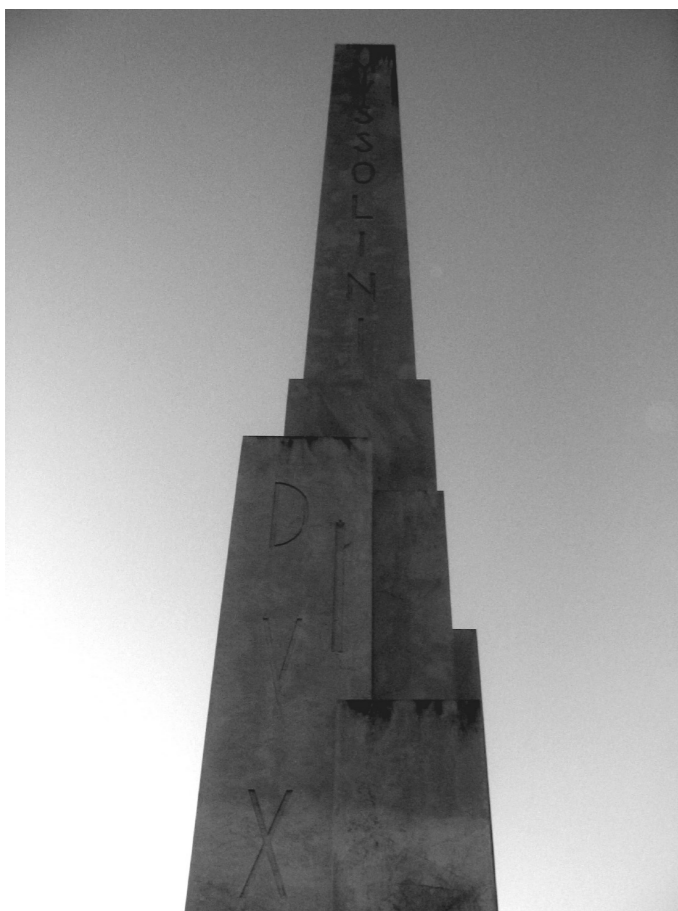


foto Dino Numerato

nů se společenstvím, které svými hranicemi vymezují. Snaha posílit tento druh „kolektivního vědomí“ je tudíž i jedním z motivů státní podpory sportu. (Sage 1998; Rowe 1999; Coakley 2001) Určité formy her a cvičení bývají považovány za nedílnou součást národní kultury, mnohdy mají dokonce vyjadřovat národní povahu, a jako takové jsou sponzorovány. Především jsou tu ale významné sportovní události, které poskytují potřebný prostor pro reprezentaci identit, účast na nich je proto důležitá nejen pro sportovce, ale i pro samotné národní státy. Masová pozornost namířená k těmto událostem potom představuje ideální příležitost k národnímu sjednocení, kterému se někdy političtí představitelé snaží ještě více napomoci svou fyzickou přítomností. Přestože je národní jednota takto dosažená obvykle pouze dočasná a v žádném případě sama o sobě neřeší trvalý regionální, etnický, třídní nebo genderové rozdělení země, bývá politiky považována za významný krok na cestě k dosažení hlubší integrace. (Eitzen 1999) Pravděpodobnost, že budou za účelem udržení pocitu identity a jednoty intervenovat, se ještě zvyšuje, ohrožuje-li diferenciace společnosti v rámci národního státu jeho existenci nebo dochází-li k dramatickým sociálním změnám. (Coakley 2001)

Národní identita musí z tohoto hlediska pro člověka nabývat většího významu než jiné zdroje identit. Také proto⁷ někteří au-

toři (např. Hoch 1972; Hargreaves 1986a; Sage 1998) považují národní identitu ve sportu za nástroj, kterým je posilována legitimita stávajícího politického a sociálního uspořádání. Například podle Hargreaves (1986a) představuje tato forma kolektivní sounáležitosti, masově propagované prostřednictvím médií, snad nejdůležitější oporu systému hegemonie. Také Sage (1998) vidí ve spojování národní tematiky se sportovními událostmi významný prostředek šíření hodnot dominantních sociálních vrstev. Národní identita se z tohoto úhlu pohledu jeví jako „materiál“, kterým je podpírána a udržována sociální struktura pozdního kapitalismu. Vládnoucí vrstvy podle teoretiků hegemonie podporují sportovní nacionalismus, neboť jsou jeho prostřednictvím potvrzovány a rozšiřovány postoje přinejmenším implicitně posilující společenský *status quo*. Nejenom že jsou národní vášně, které významné sportovní události vyvolávají, rovněž určitým druhem „opia“ odvádějí pozornost od reality sociálních problémů. Samy navíc odrážejí hodnoty, které jsou v převládající koncepci národa obsaženy a kterými je sociální, politický a ekonomický řád reprodukován.

Zdůrazňuje se mytický charakter národní jednoty, který na jedné straně pomáhá zastírat sociální rozdíly a rozpory, na straně druhé sugeruje představu celku založeného na sdílených hodnotách, jež jsou ve skutečnosti hodnotami dominantních vrstev. Například podle Bruce Kidda (1992) přispívá národní jednota, oslavovaná při příležitosti triumfu kanadského hokejového týmu, k hegemonii anglicky mluvících členů vládnoucí vrstvy kanadského patriarchy. Potenciál sportovního nacionalismu k propagaci hodnot vrstev vládnoucích v rámci národního státu se zdá být zřejmý. Je ale možné jej takto využívat i v době globalizace? V době, kdy jsou různé dříve výsadní funkce národních států zpochybňovány a omezovány?

Sport, národní identita a globalizace

Jestliže je národní identita s působením národního státu spojována, zdá se být vzhledem k probíhajícímu globalizačnímu procesu logické předpokládat pokles její intenzity. K němu však zdaleka nedochází a sportovní nacionalismus naopak oprávněně vyvolává stále větší pozornost ve vědecké komunitě. Jednou z možností jak tento paradox vysvětlit, je považovat předpovědi krize národního státu a tým i nacionalismu za předčasné. (např. Bairner 2001) Jiní autoři je naopak potvrzují, ale tvrdí, že „čím více je politická, ekonomická a vojenská suverenity státu podlamována, tím více je pro státy potřebné, aby utvářely alespoň ‚sémiotický‘ silný národ.“ (Rowe et al. 1998: 133) Nabízí se však i pochybnost, zda je vůbec nutné národní identitu ve sportu, ale i obecně do takové míry spojovat s mocí státu. Stejně jako „se mohou sportovní fanoušci vystrojiti do národních dresů a pomalovat si tváře národními barvami, aniž by jen vzdáleně byli přitahováni nacionalistickou politikou“ (Bairner 2001: 17), může být rovněž národní identita mocnou kulturní silou, která již existuje do značné míry nezávisle na politickém působení státu. Přesto se ani v době globalizace nešíří v mocenském vakuu a na její podobu mají významný vliv především média a jejich prostřednictvím

i širší zájmy ekonomických skupin. Mediální sport nadále poskytuje bohatý symbolický materiál, s nímž se mohou jeho příjemci identifikovat. Udržuje také často stereotypy o národní povaze a konstruuje národ jako koherentní, bezproblémovou a homogenní komunitu, ve které sehrává důležitou roli uniformita a konformita. (Bishop, Jaworski 2003) Funkce národní identity při utváření a udržování sdílených představ o správném či lépe „přirozeném“ chodu společnosti se tedy ani s procesy deregulace a privatizace médií nemění. Ani razantní vstup nadnárodních firem na mediální trh zdaleka nevěští konec národní identifikace prostřednictvím sportu. (Miller et al. 2001)

Jistá unifikace obsahu mediálně přenášeného sportu ovšem neznamená, že v každé zemi existuje jednotná forma sportovní-

ho nacionalismu, kterou různí aktéři sdílejí. Vedle „oficiálního nacionalismu“ bývá zdůrazňována pluralita etnických anebo i národních identit v rámci jednoho národního státu, která se může i ve spojení se sportem stát nástrojem vyjadřujícím alternativní vize národa. (Bairner 2001) Sociologický pohled samozřejmě tíhne k upřednostňování sociálně podmíněných a skupinově sdílených identit. Významy přikládání sportu i národní identitě se ale mohou lišit i v závislosti na postojích jednotlivců. Jejich interpretace právě tak jako obsah, kterým bude daleko mocnějšími subjekty naplňována představa národa, sehraji v boji o kulturní význam globalizace důležitou roli.

Marek Laichman (* 1975)

autor je doktorandem na Katedře sociologie FSS MU v Brně

Poznámky:

- 1) K vysvětlení pojmu hegemonie viz Heslář v tomto čísle Revue pro média.
- 2) Historicky se moderní sport vyvinul do značné míry právě ve vztahu k těmto výchovným cílům vyšších a středních vrstev. Ze stejných důvodů byla například ukládána přísnější pravidla na dříve neorganizované hry, jako byl fotbal, a vznikaly i zcela nové racionalizované hry a tělesná cvičení. Ke společenské atmosféře, v níž se sport rozvíjel, patřil také strach z fyzické i morální degenerace obyvatel a představa, že je z tohoto důvodu ohrožena samotná existence národa. (viz Olivová 1979; Hargreaves 1986b; Coakley 2001) Vedle represí dosavadních her a dalších aktivit nižších vrstev, které byly považovány za příliš násilné, hrubé a nemorální, byly proto iniciovány i různé sportovní programy. „Tím, že zavedou povinnou tělesnou výchovu a sport na státních školách, a mimo ně uloží rigidnější pravidla ve sportech, jako byl například box, kriket anebo fotbal, se elitní a náboženské skupiny domnívaly, že by mohly udržovat kázeň mezi dělníckými vrstvami.“ (Rowe 1999: 16)
- 3) V tomto textu se podrobněji nezabývám dalšími politickými dimenzemi sportu, které by však proto neměly být opomenuty. Jedná se především o problematiku mocenského fungování sportovní byrokracie a otázku právního zajišťování komerčního i amatérského sportu. Zajímavým tématem je také využívání sportu při prosazování zahraničněpolitických cílů. (viz Eitzen 1999)
- 4) Podobně „mediální popis týmové práce sportovců často nabývá významu poslušnosti autoritě jako centrální složce pracovního procesu v kapitalismu“. (Kinkema, Harris 1998: 43)
- 5) Ve výzkumech mediálního obsahu jsou mimo zde uvedená témata identifikovány často hodnoty autoritářské, nacionalistické a oslavující násilí, dále pak rasové, etnické a genderové stereotypy.
- 6) Výjimkou jsou ovšem sporty, které byly od počátku rozvíjeny s ohledem na svůj „národní charakter“. Například německá turnéská cvičení byla zamýšlena také jako symbolická oslava německé národní identity. (Olivová 1978) Podobně ve Spojených státech byly některé specifické sporty, jako například americká verze fotbalu, basketbal a baseball, rozvíjeny tak, aby přispěly k šíření americké národní identity. (Coakley 2001) Další formy sportovních aktivit sice také mohly mít určitý národní význam a to do té míry, do jaké měly přispět k výchově člověka loajálního ke své zemi. Při jejich organizování a utváření jejich pravidel však tyto myšlenky nehrály tak zásadní roli jako ve výše uvedených příkladech.
- 7) „Nacionalismus stejně tak jako lokální patriotismus obecně disponuje silou, která působí proti solidaritě dělnických vrstev a solidaritě mezi podřízenými vrstvami vůbec. Tato síla je v konečném důsledku podporou stávajícímu sociálnímu řádu a to i přes vnější odpor, který k němu zaujímají fotbaloví chuligáni a který je často barvitě líčen.“ (Hargreaves 1986a: 108)

Literatura:

- Allison, Lincoln. 1986. „Sport and Politics.“ S. 1–26 in *The Politics of Sport*, ed. by Lincoln Allison. Manchester: Manchester University Press.
- Alt, John. 1983. „Sport and Cultural Reification: From Ritual to Mass Consumption.“ *Theory, Culture and Society*, R. 1, č. 3: 93–107.

- Bairner, Alan. 2001. *Sport, Nationalism and Globalization*. New York: State University of New York Press.
- Bishop, Hywel; Jaworski, Adam. 2003. „We Beat 'em': Nationalism and the Hegemony of Homogeneity in the British Press Reportage of Germany versus England during Euro 2000.“ *Discourse & Society*, R. 14, č.3: 243–271.
- Boyle, Raymond; Haynes, Richard. 2000. *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. Edinburgh: Longman.
- Coakley, Jay. 2001. *Sport in Society*. New York: McGraw Hill.
- Coelho, Joao Nuno. 1998. „On the Border: Some Notes on Football and National Identity in Portugal.“ in *Fanatics! Power, Identity and Fandom in Football*, ed. by Adam Brown. London: Routledge.
- Eitzen, D. Stanley. 1999. *Fair and Foul. Beyond the Myths and Paradoxes of Sport*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Hargreaves, John. 1986a. *Sport, Power and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Hargreaves, John. 1986b. „The State and Sport. Programmed and Non-programmed Intervention in Britain.“ S. 242–261 in *The Politics of Sport*, ed. by Lincoln Allison. Manchester: Manchester University Press.
- Hobsbawm, Eric. 1983. „Introduction: Inventing Traditions.“ S. 1–14 in *The Invention of Tradition*, ed. by Eric Hobsbawm, Terence Ranger. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobsbawm, Eric. 1990. *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoch, Paul. 1972. *Rip Off the Big Games*. New York: Doubleday.
- Jarvie, Grant. 1993. „Sport, Nationalism and Cultural Identity.“ S. 58–83 in *The Changing Politics of Sport*, ed. by Lincoln Allison. Manchester: Manchester University Press.
- Jhally, Sut. 1989. „Cultural Studies and the Sports/Media Complex.“ S. 71–93 in *Media, Sports and Society*, ed. by Lawrence A. Wenner. London: Sage.
- Kinkema, Kathleen M.; Harris, Janet C. 1998. „MediaSport Studies: Key Research and Emerging Issues.“ S. 27–54 in *MediaSport*, ed. by Lawrence A. Wenner. London: Routledge.
- Kidd, Bruce. 1992. „Culture Wars and the Montreal Olympics.“ *International Review for the Sociology of Sport*, R. 27, č. 2: 151–164.
- Maguire, Joseph A. 1999. *Global Sport. Identities, Societies, Civilizations*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, Toby; Lawrence, Geoffrey A.; McKay, Jim; Rowe, David. 2001. *Globalization and Sport*. London: Sage.
- Olivová, Věra. 1979. *Lidé a hry. Historická geneze sportu*. Praha: Olympia.
- Rowe, David; McKay, Jim; Miller, Toby. 1998. „Come Together: Sport, Nationalism and the Media Image.“ S. 119–133 in *MediaSport*, ed. by Lawrence A. Wenner. London: Routledge.
- Rowe, David. 1999. *Sport, Culture and the Media*. Philadelphia: Open University Press.
- Sage, George H. 1998. *Power and Ideology in American Sport*. Champaign: Human Kinetics.
- Směry státní politiky ve sportu na léta 2004–2006*. 2003. Praha: Úřad vlády.