

„Je absurdné izolovať šport od politiky“

rozhovor s Davidom Rowom

David Rowe je docentom mediálnych a kultúrnych štúdií a riaditeľom Centra pre výskum kultúrneho priemyslu a kultúrnej praxe na University of Newcastle v Austrálii. Je autorom rôznych publikácií o športe, vrátane kníh a statí o športe a médiách. Medzi jeho publikácie patria *Šport, kultúra a média: Nepoddajná trojica (Sport, Culture and the Media: the Unruly Trinity)* vyšla v roku 2004 v druhom vydaní; *Globalizácia a šport: Hráme na svetovom javisku* z roku 2001 (*Globalisation and Sport: Playing the World Stage*, spoluautori T. Miller, G. Lawrence a J. McKay) a *Populárna kultúra: Rocková hudba, šport a politika pôžitku* z roku 1995 (*Popular Cultures: Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure*). V rozhovore nájdete odkaz na štúdiu „Fulfilling the ‚Cultural Mission‘: Popular Genre and Public Remit“ publikovanú v *European Journal of Cultural Studies*.

Často sa poukazuje na vzťah medzi športom a peniazmi, tento vzťah je predmetom mnohých debát (napr. o príjmoch Davida Beckhama, o ruských milionároch, ktorí kupujú futbalové kluby atď.). V prípade prepojenia televízneho športu a peňazí si mnohí vybavujú obrovské sumy, ktoré sa platia za prenos športových udalostí. Je prenos olympiády naozaj takým dobrým obchodom alebo sú v pozadí aj iné dôvody kvôli ktorým sa platia vysoké sumy?

Ekonomika športu vysielaného v médiách sa často javí paradoxnou. Výhradné práva na prenos olympiády, svetového pohára či dôležitých národných turnajov sú stredobodom obrovského záujmu. Tí, ktorí ich nakoniec kúpia, sa však často sťažujú na veľké finančné straty. V mojej knihe *Šport, kultúra a média* venujem tomuto paradoxu celú podkapitolu (nazvanú „Ako zarobiť aj keď je vysielanie športových udalostí stratové“). Podstatné je, že vysielanie športu v televízii je potenciálne ziskové, takéto vysielanie je vyhľadávaným artiklom kvôli mnohým iným dôvodom. Tie zahŕňujú celkovú pozíciu siete kanálov či televíznej spoločnosti, kultúrna prestíž a dosah športu sú momentálne tak významné, že súkromné aj verejné vysielanie by bolo bez nich vnímané ako neúplné. Populárne športové programy, obzvlášť vysielanie významných športových udalostí, sú v prípade komerčného nespokatneného vysielania považované za vynikajúce vábidlo divákov, pretože tí sú potenciálne vystavení aj iným typom programov (napr. dramatickým, dokumentárnym či spravodajským) a tým pádom existuje šanca, že si „navyknú“ na sledovanie daného kanálu. V prípade spokatneného vysielania je šport považovaný za najefektívnejší nástroj na prilákanie veľkého počtu predplatiteľov, obzvlášť, keď sa jedná o „živé“ a exkluzívne vysielanie, ktoré nie je k dispozícii na nespokatnených kanáloch či vo vysielaní verejnej služby.

Myslím si, že existuje ešte ďalší element, ktorý nemá s ekonomikou nič spoločného. Získanie práv na vysielanie športovej udalosti sa samo o sebe stáva udalosťou – môže byť výborným stimulatorom morálky v mediálnej spoločnosti a môže samozrejme demoralizovať protivníkov. Svoju rolu možno zohráva aj

machizmus majiteľov médií, ktorí si predstavujú, že získanie práv je podobné víťaznému gólu vo finálovom zápase svetového pohára.

Nechcem tým ale naznačiť, že ortodoxné tržné sily nehrajú žiadnu rolu, v posledných rokoch sme boli svedkami významného poklesu ceny práv na športové prenosy. Jedná sa čiastočne o nadbytočnú ponuku, ale tiež o všeobecný pokles v sledovaní televízie dospelými, ktorý je charakteristický aj pre šport. Napriek tomu však štatistiky globálnych „megamediálnych“ športových udalostí neprestajú rásť a národné športové súťaže naďalej predstavujú veľmi silný magnet, ktorý priťahuje divákov.

Nerada by som venovala veľa priestoru veľkým „hráčom“ na poli športu vysielaného v televízii, myslím si ale, že sa nemôžeme vyhnúť dominantnej pozícii BSKyB a skutočnosti, že jej majiteľ Rupert Murdoch je jednou z najvplyvnejších osobností v oblasti športu. Podľa mňa má takéto dominantné postavenie znepokojujúce následky (napr. vo vzťahu k prístupu širokej – neplatiacej – verejnosti k televíznym športovým udalostiam) a v záujme ochrany verejného záujmu by mali fungovať rôzne opatrenia. Je podľa vás dominantné postavenie BSKyB problematické? A aké opatrenia by mohli slúžiť na zachovanie prístupu verejnosti k vysielaným športovým udalostiam?

Myslím si, že komerčný monopol alebo oligopol vždy vyžaduje pozornosť, či už sa jedná o televízny šport alebo inú oblasť. Z Ruperta Murdocha sa stal „bubák“, pričom si túto reputáciu čiastočne zaslúžil. Murdocha je však tiež jednoduchšie identifikovať a zapamätat si než top manažérov iných mediálnych korporácií, ktorých tváre pre nás zostávajú neznámymi. Práve preto sa Murdoch stal „neprijateľnou tvárou“ televízneho športového kapitalizmu. V anglofónnom svete sa o Silviovi Berlusconi nehovorí tak často, ako by sa malo – jeho dosah možno nie je taký globálny ako Murdochov, ale šéfuje veľkej európskej krajine!

Silnejúcu dominanciu BSKyB v oblasti spokatneného vysielania v Európe a na iných trhoch, kde News Corporation pôsobí



foto Dino Numerato

(vrátane Austrálie, kde žijem), však vnímam ako problém. Rovnako podrobne by som ale skúmal akúkoľvek spoločnosť, obzvlášť ak pri vyjednávaní sedí na oboch stranách stola (zároveň vlastní športové kluby aj významné televízne spoločnosti).

Som presvedčený, že by štát mal zasiahnuť v záujme ochrany verejného záujmu spojeného so sledovaním významných športových udalostí kultúrneho významu bez spokatnenia, obzvlášť ak sú vysielané televíziou verejnej služby. Poničím to ako právo súvisiace so súčasným kultúrnym občianstvom. Toto právo musí byť garantované napríklad pomocou zoznamu udalostí, ktoré nesmú byť vysielané exkluzívne na spokatnených televíznych kanáloch a iných opatrení. Nerád by som vyzeral ako propagátor vlastného článku, ale jedná sa o komplikovanú oblasť a napísal som o nej pomerne rozsiahlu stať pre *European Journal of Cultural Studies*, pokiaľ by mal niekto záujem o podrobnejší výklad.

Diskusia o globalizácii športu a športu vysielaného v televízii začala pomerne nedávno a pokrýva množstvo aspektov a tém. Z nich by som

vyzdvihla jedinú: existuje globálny trh v oblasti športu vysielaného v televízii?

Nie som si istý, že momentálne existuje globálny trh v akejkoľvek oblasti. Pokiaľ by existoval, tak by televízny šport, populárna hudba, film, nealkoholické nápoje a móda ponúkaná obchodnými reťazcami boli celkom určite v prvej desiatke. Je veľmi jednoduché zveličiť údaje o globálnom sledovaní športových udalostí, pretože sú špekulatívne a metodologicky elasticke, často sa tiež poukazuje na to, že neberú ohľad na skutočnosť, že veľká časť svetovej populácie stále nemá v domácnosti televízny prijímač. Je pravdou, že počet divákov, ktorí nesledujú športové udalosti, sa znižuje každý rok, navyše rapidný rast čínskej ekonomiky a expanzia záujmu Číňanov o šport významne zrýchlili proces globalizácie športu. Pekinská olympiáda v roku 2008 a svetový pohár vo futbale, ktorý prebehne v Južnej Afrike v roku 2010, markantne prispievajú k rozvoju globálneho trhu s mediálnym športom.

Existuje však veľmi málo športov a športových udalostí, o ktoré je záujem celosvetovo, v oblasti športu sú značné kultúr-

ne variácie – a to dokonca v rámci jednotlivých krajín. Môžeme si byť istí, že trh s mediovaným športom porastie globálne a že športy, v ktorých dominujú západné krajiny, budú v blízkej budúcnosti tržne zvýhodnené. Je ale predčasné hovoriť o globálnom trhu s vysielaným športom, prinajmenšom kvôli tomu, že máme nejasnú predstavu o vplyve digitálnej technológie, k tejto otázke sa predpokladám ešte dostaneme.

Zostaňme pri digitalizácii, jedná sa o zrejme najvýznamnejší vývoj v oblasti médií za posledných niekoľko desaťročí. Digitalizáciu ospevujú za to, že divákovi umožní väčší výber, dokonca sa tvrdí, že umožní úplne nové mediálne zážitky. Ako zmení – prípadne už dnes mení – digitalizácia televízny šport?

Podľa mňa má digitalizácia primárne trojitý účinok na šport vysielaný v televízii: osobné nastavenia, prenosnosť a interaktivita. Postupne sa bude znižovať podiel rozhodnutí, ktoré za nás učinia mediálni producenti. Napríklad, miesto toho, aby sme sa všetci pozerali na ten istý program, môžeme sa už teraz pozerat' na jediný zápas (disciplínu, preteky) v rámci komplexných športových udalostí (napr. tenisové turnaje alebo olympiáda), alebo sa môžeme pozerat' na svojho obľúbeného futbalového hráča, ako behá dokola sledovaný kamerou zameranou exkluzívne na neho a mať zároveň k dispozícii všetky dáta, ktoré sa týkajú jeho výkonu. Konvergencia vysielania, telefonických a počítačových služieb nám umožní sledovať športové udalosti na vzdialených miestach, kým čakáme na nadväzujúce letecké spojenie apod., pomocou osobných technologických pomôcok (momentálne mobilných telefónov). Dostávame sa tiež bližšie k vnoreniu sa do športového textu – zážitky spojené s virtuálnou realitou, ktorá simuluje nielen sledovanie deja na ihrisku, ale tiež videnia na vlastné oči, počúvania na vlastné uši a precítenia deja.

Digitalizácia a technologická inovácia sú obklopené hyperlatívami predovšetkým kvôli tomu, že sme vyzývaní k ich nákupu a tiež k investovaniu do ich výskumu a rozvoja. Digitalizácia má

a bude mať významný vplyv na konzumáciu športu, nie všetci sú však zapálenými športovými fanúškami. Digitálna technológia sa používa skrz celé spektrum voľnočasových aktivít a zábavy, športy vysielané v televízii budú mať bezpochyby silných konkurentov. Športoví maniaci budú nadšení, niektorí z nás ale majú aj iné kultúrne záujmy!

Existuje mýtická predstava, podľa ktorej je šport akousi nedotknutou, čistou entitou mimo dosahu peňazí a politiky. Dnes už si snád každý uvedomuje finančné aspekty športu. Stojí ale televízny šport mimo oblasť politiky?

Názor, že šport alebo čokoľvek môžeme izolovať od politiky som vždy považoval za sociologicky absurdný. Tvrdenie, že televízny šport má byť oddelený od politiky dáva zmysel iba ako predstava o lepšom svete, v ktorom nežijú živé, dýchajúce ľudské bytosti. V tomto rozhovore som už vyjadril názor, že štát by mal zasiahnuť do trhu so športom vysielaným v televízii v záujme občanov, takýto zásah je vo svojej podstate politickým skutkom, pretože by bez neho prevládal iný typ politiky: politika neoklasickej ekonómie. Neoklasická ekonómia je formou politiky, ktorá sa snaží maskovať tým, že sa odvoláva na neviditeľnú ruku riadiacu trh. Je však potrebné sa zamyslieť nad tým, že pridelenie frekvencie a udeľovanie licencií sú politickými procesmi, a tiež, že trh s televíznym športom bol na začiatku – minimálne v Európe – podporený investíciami z verejných zdrojov ešte predtým, než mediálne korporácie zistili, že by sa mohlo jednat' o ziskovú činnosť a „ujali“ sa ho. V tomto ohľade je evidentný nasledujúci príklad: keď v roku 2001 zlyhal trh a niekoľko európskych krajín stálo zoči-voči perspektíve mŕtvych televíznych obrazoviek počas kórejsko-japonských majstrovstiev sveta v roku 2002, museli zasiahnuť národné vlády a presadiť práva divákov a použili pritom verejné financie. Ako inak by sme mali nazvať tento proces než politikou!

Pýtala sa Monika Metyková

preložila Monika Metyková

[...]

Šport v sociológii a histórii

Vynikajúci prehľad postavenia športu v rámci sociálnej teórie nachádzame v knihe Jarvieho a Maguirea (1994), ktorí popísali vplyv hlavných sociologických tradícií na sociológiu športu a voľného času. Musíme však poznamenať, že naše pojednanie síce zahŕňa vzťah medzi športom a sociológiou, sústreďuje sa ale špecificky na postavenie športu v rámci mediálnych, prípadne kultúrnych štúdií.

Donedávna si sociológovia mysleli, že úloha športu a voľného času v moderných spoločnostiach nie je hodná vážneho a systematického bádania. Voľný čas bol považovaný za nedôležitý, ba dokonca iba za protipól práce. Šport pravdepodobne predstavuje jednu z posledných významných oblastí ľudskej činnosti, ktorá je podrobená sociologickému skúmaniu.

Za posledných desať až pätnásť rokov sa odohrala významná zmena v prístupe k sociologickému štúdiu športu a voľného času. (viď Critcher 1992) Šport sa presunul z periférie záujmu sociológov a zároveň začali sociológovia a mediológovia (resp. kulturoológovia) diskutovať o najvhodnejších teoretických paradigmách, v rámci ktorých by sa mal šport skúmať. Niet pochybností o tom, že na bádanie akademikov mala vplyv rastúca popularita štúdií médií a narastajúci záujem médií o šport.

Vo svojom prehľade teoretických východisiek v rámci výskumu športu a voľného času Chris Rojek (1992) zdôraznil, že mnoho diel venovaných tejto oblasti pristupuje k predmetu štúdiá z pozície paradigmy jednania alebo štruktúry. Prvý z týchto prístupov chápe spoločnosť ako pluralitný systém, v ktorom voľba jednotlivca zásadným spôsobom ovplyvňuje vývoj voľnočasových aktivít. Zástancovia tohto prístupu síce pripúšťajú, že v pluralitnej spoločnosti nemajú všetky skupiny rovnakú moc, tá sa však podľa nich bez akýchkoľvek problémov presúva medzi jednotlivými skupinami a nakoniec sa celé prostredie aj tak vyvíja na základe názorov a volieb jednotlivca.

Šport a moc

Na rozdiel od tohto prístupu výskumníci aktívni v rámci paradigmy štruktúry a marxistickej analýzy tvrdia, že ekonomické a politické charakteristiky spoločnosti určujú charakter športu a voľnočasových aktivít. Upozorňujú tiež na zásadnú úlohu spoločenských tried a kapitálu vo formovaní možností, ktoré sa jednotlivcom ponúkajú. Šport a voľný čas chápu ako oblasti,

Šport, média a populárna kultúra: teoretické otázky

I Raymond Boyle a Richard Haynes I

v rámci ktorých sa medzi dominantnými a podradenými skupinami vytvárajú a pretvárajú mocenské vzťahy typické aj pre iné oblasti života v kapitalistických spoločnostiach. Jednoducho povedané, šport a voľný čas sa stali prostriedkami sociálnej kontroly, využívania robotníkov, a zároveň upevnili moc kapitálu nad všetkými oblasťami ľudskej aktivity.

Táto teória však nie je jednoliata. Feministky, napríklad Hargreaves (1994) a Creedon (1994), zdôraznili rolu genderových vzťahov pri vytváraní vzorcov voľnočasových aktivít. Cashmore (1982) sa venoval zásadnej roli, ktorú v prípade etnických skupín žijúcich vo Veľkej Británii zohráva v športovom správaní rasa. Hargreaves a Cashmore pristupujú k problematike športu z hľadiska procesu, takýto prístup je charakteristický obzvlášť pre neomarxistov (označuje sa tiež ako kulturologický). Horne a kol. (1987) zhrnuli silné stránky neomarxistického prístupu v troch bodoch:

Považuje za zásadné, že šport a voľnočasové aktivity sú prejavmi mocenských vzťahov; zdôrazňuje rolu štátu a ekonomiky v štruktúrovaní športu a voľnočasových aktivít v súčasných spoločnostiach a uplatňuje otvorený prístup k štúdiu športu a voľného času, čím umožňuje nedogmatické skúmanie ich vývoja.

(Horne, Jary a Tomlinson 1987: 188)

Rojek (1992: 8) uznáva, že kulturologický prístup je užitočný, pretože kladie dôraz na ukotvenie voľného času a športu v sociálnych procesoch. Na druhú stranu ale tento prístup kritizuje, pretože je príliš deterministický a zaťažený triedou a kapitálom. Navyiac – a v tomto ohľade je veľmi presvedčivý – upozorňuje na to, že všetky štúdie a práca v teréne sú síce ukotvené v rámci britských kultúrnych štúdií, v skutočnosti sa však sústreďujú na Anglicko a anglickú spoločnosť. Nezachytili tak kultúrne rozdiely, ktoré existujú inde, napríklad medzi Škótskom a Anglickom.

Rojek sám seba umiestnil do inej paradigmy – do figuratívnej teórie športu a voľného času. (Dunning a Rojek 1992) Predstavitelia figuratívnej teórie čerpajú z práce Norberta Eliasa a ponímajú spoločnosť ako súbor vzájomne prepojených a závislých skupín, ktorých interakcia sa neustále mení a vyvíja. Inými slovami umiestňujú títo sociológovia jednotlivca do centra veľkého súboru konfigurácií, ktoré sa smerom od centra k okraju stávajú komplexnejšími, pričom neexistuje jediný kľúčový faktor, ktorý ovplyvňuje vzťah medzi jednotlivcom a spoločnosťou, naopak takýchto faktorov a sociálnych skupín – kto-