

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Fenomén celebrit z oblasti sportu

Kateřina Huclová

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra sociologie

Studijní program Sociologie

Studijní obor Sociologie

Bakalářská práce

Fenomén celebrit z oblasti sportu

Kateřina Huclová

Vedoucí práce:

PhDr. Jan Balon, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2012

.....

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu PhDr. Janu Balonovi, Ph.D. za odborné vedení této práce a za jeho cenné připomínky, které mi byly poskytnuty.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	3
3	HISTORICKÝ POHLED NA SPORTOVNÍ CELEBRITY	9
	3.1 Antika	9
	3.2 Středověk.....	13
	3.3 Současnost.....	16
4	KOMERCIONALIZACE	20
	4.1 Sponzorství.....	23
5	METODOLOGIE.....	27
	5.1 Kódování.....	28
	5.2 Výzkumný vzorek a cíle výzkumu.....	29
6	ANALYTICKÁ ČÁST	31
	6.1 Reklamní spolupráce sportovců a sportovkyň	31
	6.2 Doping.....	33
	6.3 Skandály ze soukromí	35
	6.4 Výděvky a přestupy.....	38
	6.5 Skandály přímo z hrací plochy.....	40
7	ZÁVĚR	43

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ.....	46
9 RESUMÉ	50
10 PŘÍLOHY	51

1 ÚVOD

Sociologie sportu je nový rozvíjející se obor sociologie, se kterým se pojí různé oblasti zájmu jako politická ekonomie, gender, násilí na stadionech nebo rasismus. Sport, jako běžná součást našich životů, se stal fenoménem, který je spojen s kulturou dané společnosti. Mění se stejně, jako se mění společnost. Proto jsem se snažila postihnout nahlížení na sportovce v období antiky, středověku a současnosti, protože s proměnami ve společnosti se měnil i pohled na sportovce.

Sport je součástí života lidí, protože na něj narážíme téměř na každém kroku. Nejčastěji jsou lidé ve spojení se sportem skrze média. Jde o noviny, rádio, internet nebo televizi (Coakley 2004: 10). V minulosti se na sport nahlíželo jako na hru. Jedním z myslitelů, který zastával tento pohled, byl i Marshall McLuhan, který sport zařadil mezi prostředky mezilidské komunikace. Protože jde o teoretika médií, jsou pro něj hry „médií mezilidské komunikace“ (Děkanovský 2008: 23).

Smart tvrdí, že v dřívějších dobách se dostalo pocty těm sportovcům, jejichž činy byly hrdinské. V průběhu 20. století se ale objevil nový druh sportovců – celebrity, které jsou ve srovnání s hrdiny povrchní. V současnosti jsou v centru pozornosti právě sportovní hvězdy. Boorstin se obává, že uctívání sportovních celebrit může nahradit kult hrdinů (Smart 2005).

V první části mé práce jsou přiblíženy teorie, skrze které je možné sociologii sportu studovat a nahlížet na ni. Jde o šest hlavních teorií, z nichž každá nahlíží na sport z jiného úhlu pohledu. Poté se věnuji pohledům na sportovce, a v současnosti i sportovkyně, v různých historických obdobích jako je antika, středověk a současnost. Následně přiblížím komercializaci a sponzorství sportu, protože právě tato problematika je nejčastěji se sportem spojována a uvedu i pár konkrétních příkladů. O komercializaci a sponzorování se nejčastěji dozvídáme

z médií, proto tolik přitahují naši pozornost. Následek je ale takový, že pokud se mnoho o sportu dozvídáme právě z médií, stává se předmětem naší pozornosti spíše než výplní našeho volného času.

Praktická část je proto zaměřena na analýzu médií, konkrétně plzeňského vydání deníku Mladá fronta Dnes v letech 2008 až 2010. Použitou metodou výzkumu je obsahová analýza, proto nejprve představím tuto metodu, poté jednotku analýzy a cíl výzkumu, kterým je zjistit, jak jsou sportovci a sportovkyně prezentováni v médiích z hlediska jejich skandálů z osobního, a v menší míře i profesního, života. Budu se snažit identifikovat nejčastější témata, která těmto kritériím vyhovují. Ve výzkumné části tato témata podrobněji přiblížím.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Tato teoretická část má za úkol nejen přiblížit teorie, které jsou se sociologií sportu spojeny, ale také ukázat, jak lze na sportovce a sportovkyně skrze tyto teorie nahlížet. Dnes je sport převážně komerční záležitostí, proto lze z tohoto pohledu sport generalizovat, protože většina sportovců a sportovkyň má sponzora, který finančně podporuje nejen je samé, ale i jejich sportovní přípravu. To se prokázalo i ve výzkumu, který je součástí této práce. Přesto je důležité zaměřit se i na jednotlivé sportovce a sportovkyně, protože jsou to často oni, na koho se diváci přijdou podívat i v případě, že daný sport není tolik komerční a v médiích prezentovaný. Příkladem by mohla být česká rychlobruslařka Martina Sáblíková, která právě rychlobruslení, díky svým úspěchům, rozšířila do povědomí veřejnosti.

Jak již bylo řečeno v úvodu práce, sociologie sportu je nově se rozvíjející oblast sociologie. Zaměřuje se na různou problematiku sportu jako je sportovní fandovství, globalizace a sport nebo sport a média. V této práci se zaměřím na problematiku komercializace a sponzorství ve sportu, ale nejprve je třeba přiblížit si teoretická východiska. V současné době existuje šest hlavních teorií, kterými je možné v sociologii na sport nahlížet, a které se v určitých ohledech liší a zároveň se v určitých bodech názorově překrývají. Mezi tyto teorie patří: funkcionalistické teorie, teorie konfliktu, teorie interakcionismu, kritické teorie, feministické teorie a figurační teorie (Sekot 2006: 34).

Těchto šest teorií sice pojí společná problematika sportu, ale ne všechny teorie na sebe navazují nebo jsou v souladu. Každá teorie na sport pohlíží trochu jinak. Funkcionalistické teorie a teorie konfliktu jsou spolu v přímém rozporu, ale spojuje je pohled na sport, na který nahlíží jako na celek. Tento celek je pak důležitý pro společnost. Problémem teorií je, že se nezabývají jednotlivými aktéry, a proto jsou kritizovány za přílišnou generalizaci. Teorie interakcionismu se na jednotlivé aktéry

zaměřuje, ale podává nám obraz toho, jak sportovci a sportovkyně vnímají sami sebe a nezabývá se širším kontextem. Není proto možné zjistit, proč na sebe pohlíží zrovna tímto způsobem. Kritické teorie jsou opět v rozporu s funkcionalistickými a konfliktními teoriemi, protože jejich zastánci tvrdí, že nelze generalizovat. Podle nich se sport proměňuje spolu se společností, proto na něj bylo v každém historickém období nahlíženo jinak. Právě z tohoto důvodu nesouhlasí s generalizací. Feministické a figurační teorie už jsou více specificky zaměřeny jen na dílčí oblasti sportu. Feministické teorie se zabývají ženami - sportovkyněmi, které jsou, podle příznivců těchto teorií, méně viditelné než muži - sportovci. Nemusí se přitom jednat jen o prezentaci v médiích, ale jde i o výši finančních odměn nebo o sporty, kde se ženy nemohou příliš prosadit. To, že jsou ženy mnohem méně prezentovány v médiích, se potvrdilo i v mém výzkumu médií, jehož výsledky jsou uvedeny níže. Figurační teorie se pak zaměřují na moderní sport a rozvoj profesionalizace sportu, která vedla ke vzniku komercializace a sponzorství.

Nyní blíže přiblížím jednotlivé teorie. **Funkcionalistické teorie** vychází z funkcionalismu Talcotta Parsonse. Funkcionalisté vidí svět jako organizovaný systém, který se snaží o minimální rozdíly a o podporu konsensu mezi lidmi. Vnitřní hybná síla sociálního života by měla zajistit rovnováhu sociálního systému a díky tomu udržet jeho fungování i v případě, že u jedné z částí dojde ke změně. Rovnováha je pak udržována přirozeně pomocí všeobecné shody v oblasti hodnot a společenského života. Tato teorie bere každou součást společnosti jako důležitou pro udržení stability (Loy, Booth 2000: 8). V rozporu s funkcionalistickými teoriemi, jak už jsem uvedla výše, je **teorie konfliktu**. Podle ní není možné dosáhnout změny tak, že se promění jen jedna jeho část. Lze jí dosáhnout jen změnou celého systému. Teorie tvrdí, že společnost ovládají bohatí lidé, kteří jednají ve jménu svých vlastních zájmů (Sekot 2008: 33). Pro funkcionalisty má sport ve

společnosti specifické funkce a odráží existující kulturní hodnoty. To znamená, že sport učí lidi vidět základní hodnoty a normy společnosti, ve které žijí a integruje je do ní (Jarvie, Maguire 1994: 9-10). Pro teorie konfliktu je současný sport spíše komerční záležitost. Sportovci a sportovkyně často spolupracují se světoznámými firmami, které jim platí za to, že dělají reklamu jejich zboží. To může vést k prohlubování sociálních nerovností, protože na mnoha místech je sport organizován ve prospěch mocných a bohatých (Sekot 2006: 36). V určitém ohledu jsou teorie v souladu, protože obě zastávají názor, že díky komercializaci je sport přitažlivý pro diváky, kteří se jdou podívat na sportovní hvězdy, které jsou do něj zapojené. Tím se ukazuje, že sport je především velký byznys a profit je nejdůležitější. Ale zatímco v teorii konfliktu je aspekt posilování elity zdůrazňován, funkcionalistické teorie jsou za něj kritizovány, protože ho přehlížejí (Sekot 2006: 37). Konfliktní teoretici předpokládají, že bohatí lidé s ekonomickou mocí prosazují sporty, které jsou, zejména v médiích, nejvíce vidět. Tím se zdůrazňují negativní účinky sportu. Následek, na kterém se shodnou obě teorie, je takový, že lidé přehlížejí rozmanitost sportu, protože některé sporty jsou v médiích preferovány více než jiné. Stejně je to se samotnými sportovci a sportovkyněmi. Ti, kteří propůjčili svou tvář ke komerčním účelům, jsou známější než ti, kteří tento krok neudělali, přestože mohou mít lepší výsledky a k jejich dosažení na sobě museli pracovat mnohem více než ti „komerční“. Obě teorie ale mají své slabosti, které jsou v rozporu a pramení ze zmiňovaného prosazování moci. Funkcionalistické teorie jsou založeny na předpokladu, že potřeby všech skupin ve společnosti jsou stejné jako potřeby společnosti jako celku. Zde je opět vidět, že společnost ignoruje fakt, že některé sporty a někteří sportovci a sportovkyně jsou viditelnější a známější více, než jiní. Teorie konfliktu má slabost v tom, že vždy hovoří o sportu jako o organizovaném tak, aby největší kontrolu měli bohatí lidé. To znamená, že lidé, kteří mají moc, ať už nad sportovními kluby nebo nad jednotlivci, musejí mít při jakémkoli rozhodování poslední slovo. To vede k tomu, že

se jednotliví sportovci a sportovkyně stávají jen zbožím, o kterém rozhodují jiní. (Coakley 2004: 40-43).

Funkcionalistické teorie i teorie konfliktu se zaměřují na potřeby společnosti a zkoumají, jak sport souvisí s uspokojováním těchto potřeb. Neřeknou nám ale nic o sportu v každodenním životě nebo o tom, jak lidé tvoří sport ve společnosti, kde žijí. Obě teorie nahlíží na sport shora, z pohledu těch mocných, ale neposkytují nám obraz sportu zdola, tedy od lidí, kteří moc nemají, ale věnují se mu a považují ho za součást svého každodenního života. Teorie ignorují také skutečnost, že sport i společnost jsou sociální konstrukty (Coakley 2004: 43). Funkcionalistické teorie a teorie konfliktu se musí vyrovnávat, protože jsou deterministické. To znamená, že mají sklon ignorovat sociální změny zapříčiněné lidmi. Také jsou považovány za chybné, protože vynechávají význam kulturních imperativů, kde je sport viděn jako kulturní výraz (Frey, Eitzen 1991: 505).

Teorie, které se zaměřují na různé aspekty těchto problémů, jsou kritické teorie, teorie interakcionismu a feministické teorie.

Kritické teorie v současné době patří k nejrozšířenějším konceptům, které popisují vztah sociologie a sportu. Tyto teorie jdou proti dvěma výše zmíněným teoriím. Příznivci funkcionalistických a konfliktních teorií často tvrdí, že: „Sport je reflexe společnosti.“ (Coakley 2004: 46). Kritické teorie se ale snaží ukázat, že sport je víc než to. Nevěří v nalezení univerzálního principu, protože snaha generalizovat vede k přehlížení komplexnosti a proměnlivosti sociálního života. Sport je pak, stejně jako společnost, proměnlivý fenomén. Mění se tak, jak se mění historické, politické či ekonomické podmínky nebo struktura médií. Na sport tedy nahlíží jako na produkující a reprodukující kulturu, nebo skrze účinky, které má na své účastníky. Ty mohou být jak pozitivní, tak i negativní (Sekot 2006: 40-41). Pro kritické teorie je změna pohledu na samotné sportovce a sportovkyně v průběhu dějin přirozený jev, protože sport je proměnlivým fenoménem, jak již bylo řečeno. Tuto problematiku

přiblížím v následující kapitole, kde se zaměřím na sportovce v antice, ve středověku a spolu se sportovkyněmi i v současnosti. Přesto je důraz na nezobecňování slabostí tohoto přístupu, protože z něj nemůže vzejít teorie, která by byla užitečná v mnoha různých situacích. Kritické teorie se také snaží, aby se do médií dostaly sporty, které nejsou brány jako dominantní. Tím zdůrazňují svůj odpor k dominantním sportům (Coakley 2004: 46-51).

Jednou z teorií, která se snaží o přiblížení sportu skrze jeho aktéry, tedy zdola a ne shora, za což byly kritizovány funkcionalistické teorie a teorie konfliktu, je **teorie interakcionismu**. Vysvětluje daný problém nebo jev skrze samotné aktéry, tedy pomocí jejich perspektivy. Zabývá se tím, jak jedinci nebo skupiny působí na sebe navzájem. Teorie nám pomáhá pochopit, jak lidé definují a nahlízejí na sebe samé, na svá rozhodnutí a jednání (Coakley 2004: 43). Na svět sportu lze díky této perspektivě nahlížet pomocí dramaturgického přístupu Ervinga Goffmana. Sportovní soutěže jsou jako jeviště, kde se sportovci a sportovkyně prezentují jako sebevědomí bojovníci a vlastenci se sklonem k fair-play. Všechny tyto vlastnosti mají zlepšit jejich image a ukázat to, co se od nich očekává. Zatímco v zákulisí sportu se schovávají ty vlastnosti, které by veřejnosti neměly vyjít najevo, jako stres a nejistota sportovců a sportovkyň nebo závislost na podpůrných prostředcích (Sekot 2006: 39). Slabostí této teorie je fakt, že naši pozornost zaměřuje téměř jen na jednotlivce a jejich pohledy a interpretace sportu, ale nezabývá se širšími souvislostmi a možnostmi jiného pohledu. Nepojímá pohled na sportovce či sportovkyně komplexně a nezabývá se otázkou moci, která je ve sportu velice důležitá, jak bylo řečeno u funkcionalistických teorií a teorií konfliktu (Coakley 2004: 45).

Problematikou moci a kritickými vizemi se zabývají kritické a feministické teorie (Coakley 2004: 45).

Zatímco **feministické teorie** jsou založeny na předpokladu, že ženy byly systematicky utlačovány v mnoha společnostech, a proto je třeba vytvořit strategii k eliminaci útlaku žen a k posílení jejich postavení kvůli přeměně kultury, ve které byly utlačovány (Coakley 2004: 51), **figurační teorie** jsou založeny na předpokladu, že sociální život se skládá ze vzájemně závislých jedinců, kteří tvoří síť. Tyto sítě vzájemně propojených lidí se nazývají schématické neboli figurační. Figurační teorie je proto založena na představě, že znalosti o sociálním životě jsou kumulativní (Coakley 2004: 53-55). Zaměřuje se také na moderní sport, na provázanost sportu s národní identitou či s globalizačními procesy, kde hrají důležitou roli i média a konzumní způsob života a jeho přechod od amatérismu k profesionalizaci (Sekot 2006: 42). Díky profesionalizaci se do světa sportu začaly zapojovat také ženy, které jsou hlavní oblastí zájmu feministických teorií. Právě moderní sport, a s ním spojená problematika komercializace a mediální prezentace, je společným zájmem obou teorií. Feministické teorie se snaží ukázat, že ženský sport má menší publicitu než mužský, a to i při srovnatelných výkonech. Menší je i výše odměn a prezentace žen ve sportovních médiích. Ženy jsou ale více prezentovány v médiích v souvislosti se svými komerčními aktivitami, než skrze své výkony. I přes tento fakt jsou stále v médiích zmiňovány méně než muži. Feministické teorie se tak nezaměřují na to, v jaké souvislosti jsou sportovkyně prezentovány v médiích, ale na to, že jsou prezentovány v médiích méně než muži, což ukazuje na nerovné postavení mužů a žen ve společnosti (Sekot 2006: 42-44).

3 HISTORICKÝ POHLED NA SPORTOVNÍ CELEBRITY

V předešlé kapitole jsem zmínila teorie, skrze které je možné sociologii sportu jako takovou zkoumat a jak je možné na sportovce a sportovkyně díky teoriím nahlížet. V této kapitole přiblížím, jak bylo na sportovce nazíráno v antice, ve středověku a v současnosti. Budou zde patrné rozdíly, které ukáží, že v antice byl vítěz her konaných v Olympii oslavován téměř jako bůh, ve středověku byl rytíř, jako vítěz turnaje, považován za hrdinu a v současnosti jsou sportovec či sportovkyně, pokud dosáhli na vítězství, prezentováni jako sportovní hvězdy a celebrity, jejichž tváře zná každý.

Tato kapitola by měla ukázat rozdílné pohledy na sportovce v různých historických obdobích. Měly by zde být patrné rozdíly zejména v oblasti odměn a veřejné známosti sportovců. Podle kritických teorií, které byly popsány v předešlé kapitole, lze říci, že odlišné pohledy na sportovce jsou přirozenou součástí vývoje společnosti, protože společnost, stejně tak jako sport, je proměnlivá a nelze na ni nahlížet jako na stálý celek.

3.1 Antika

Antiku jsem do této části zahrнула proto, že antičtí sportovci se dají považovat za jedny z nejstarších sportovců historie. Navíc starověké hry pořádané v Olympii byly základem pro vytvoření novodobých olympijských her, které se konají dodnes. Atleti, kteří dokázali na hrách v Olympii zvítězit, získali velice důležité postavení ve svém rodném městě, byli považováni za hrdiny a byli velice skromní, protože nezískávali žádné finanční odměny, jako dnešní sportovci a sportovkyně, a přesto pro ně bylo otázkou cti v Olympii zvítězit. Pro mě bylo důležité postihnout rozdíly,

kteří budou jasně ukazovat odlišnosti a podobnosti mezi životem antického a současného sportovce.

V antice byli za sportovce považováni atleti, kteří se účastnili sportovních soutěží. Těmi nejoblíbenějšími byly soutěže pořádané v Olympii, která byla vyhlášeným sportovištěm. Nebylo proto divu, že mnozí atleti toužili zvítězit právě na jejím území. Právo zúčastnit se ale měli jen muži.

V Olympii se konaly sportovní soutěže zhruba od 11. do 8. století před Kristem. Jednalo se o prosté závody v běhu, kterých se zúčastňovali jen mužští obyvatelé z blízkého okolí Olympie, kteří se nesoustředili pouze na sport, ale vedli i obyčejný život (Sinn 2003: 31-32). Od 7. století před Kristem se z atletů stávala skupina specialistů, kteří vedli odlišný život než ostatní. A to proto, že měli za úkol se řádně připravit na soutěže, které probíhaly v rámci kultovních slavností. Díky tomu se proti nim zvedla vlna odporu a kritiky (Sinn 2003: 33-34). Zde je možné zachytit první návaznost na podobnost s dnešními profesionálními sportovci, kteří se soustředí také jen na svou přípravu, aby mohli předvést na závodech, zápasech či soutěžích ty nejlepší výkony. Být sportovcem je pro ně povoláním, stejně jako pro antické atlety, ale v antice byli sportovci za svůj způsob života kritizováni. Mezi hlavní kritiky antických sportovců patřili zejména intelektuálové, jako básníci nebo filozofové. Jedním z kritiků byl i Eurípides, který tvrdil, že jejich jedinou starostí je, aby měli vypracované svaly. Zároveň kritizoval i davu lidí, kteří se pohledem na atlety při soutěžích baví. Podle něj by se měly zabývat tím, aby jim vládli dobří státníci. Při soudobém pohledu na tento aspekt je možné si opět uvědomit souvislost se současností. Fandovství je dnes velice důležitá součást sportu jako takového. Bez diváků by se nemohla vyvinout komercializace. Je vidět, že diváci byli důležití již v antice. Další kritika vycházela z toho, že úspěšní atleti se téměř nikdy neobjevovali ve svých mateřských městech, kvůli účasti na řeckých sportovních soutěžích, kterých probíhalo mnoho. Pokud v nich pobývali, zabývali se pouze svým

tréninkem, a proto nebyli způsobilí věnovat se dalším úkolům, jako byla vojenská služba nebo obstarávání potravin. Příprava na sportovní soutěže pro ně byla absolutní prioritou (Sinn 2003: 35-36).

I přes kritiku byly veškeré sportovní soutěže velice populární, zejména pak ty konané v Olympii. Vítězství v Olympii nebylo snem jen atletů, kteří se poctivě připravovali, ale i mužů, kteří toužili po kariéře politiků. Nemuseli se při tom stát ani atleti, stačilo jim vlastnit koně, protože olivový věnec, který značil vítězství, dostávali i ti, jejichž koně, vedené schopným vozatajem, zvítězili v závodě. Majitel koní byl pak oslavován jako olympijský vítěz. (Sinn 2003: 36-37). V současnosti se tento aspekt objevuje hlavně u kolektivních sportů, protože při vítězství týmu je obdivován i jeho majitel. On také rozhoduje, jakého hráče koupí případně prodá, proto by bylo možné na tuto problematiku aplikovat teorii konfliktu, která předpokládá mocenskou hierarchii, kdy se hráči stávají zbožím, o kterém rozhodují jiní.

Všichni, kteří dokázali v Olympii zvítězit, využívali veškeré možnosti, které jim Olympie nabízela. Dostalo se jim pocty před všemi shromážděnými na hrách, díky vyvolávání herolda, který četl jméno za jménem a každý si přišel pro svůj olivový věnec. Vítězové pak měli možnost nechat si vystavět sochu v posvátném olympijském háji, kde jim bylo určeno místo a také velikost sochy, která nesměla překročit jejich životní velikost. V rodných obcích na počest vítězů organizovali velkolepá přivítání, nosili své hrdiny na ramenou, poplácávali je, hladili nebo šlehal metličkami, aby zplodili stejně slavné potomky. Jejich neúčast na chodu města, kvůli které byli tak často kritizováni, byla jejich vítězstvím zapomenuta. Mohli si nechat vystavět sochu na náměstí či v nejnavštěvovanějších chrámech svého rodného města (Sábl 1968: 55, 77-78). Vítězové byli známí v Olympii a ve svém rodném městě. Dál jejich popularita nesahala. Oproti dnešním sportovním hvězdám však i tuto minimální známost dokázali maximálně využít. Jsou zde patrné i rozdíly v zisku z vítězství. V antice šlo zejména o poctu, dnes jsou hlavní peníze.

Všichni, kteří si svou popularitu vydobyli vlastními silami, se mezi obyvatelstvem těšili vysoké vážnosti. Ti, jejichž koně v závodě zvítězili, neměli mezi obyvateli takovou vážnost, ale protože se jednalo o vysoce postavené jedince, i je museli obyvatelé obdivovat. Od 3. století před naším letopočtem přibývalo případů, kdy byli úspěšní atleti oslavováni téměř jako božstva. Byla jim připisována léčitelská schopnost, stavěly se sochy na jejich počest a mnohá místa, na nichž byly sochy vystaveny, se stala skutečnými kultovními místy. Vyprávěly se příběhy o jejich výjimečných činech, kde byli vykreslováni jako zachránci, strůjci pořádku nebo pomocníci v nouzi (Sinn 2003: 37-38). Obdiv antických sportovců rostl a všichni toužili v Olympii vyhrát. Vítězství v Olympii bylo ceněno nad všechna ostatní. Až do sedmé soutěže konané v Olympii šlo pouze o poctu být v závodě první. Teprve pak začali vítězové dostávat odměny, ale velice prosté. Šlo o větvíčku z nejstarší olivy olympijského háje. Přesto se pro atlety stala tou nejžádanější cenou ze všech (Sábl 1968: 18-19). Zisk odměn přetrvával až do novodobých olympijských her, ale místo větvíčky z olivového háje získávají dnešní sportovci medaile, finanční odměny a sponzorské smlouvy. Je nutné zmínit, že jako olympiáda bylo označováno čtyřleté období mezi konáním her a ne samotná soutěž, jak je tomu v současnosti.

Ve starověku šlo zejména o kalokagathii, tedy harmonii těla i duše, kterou naplňovali právě hrdinové. V novověku tento princip nahradilo fair-play (Grexa 2008). Uctívání atletů dosáhlo svého vrcholu kolem změny letopočtu. Byla to doba, kdy se začaly objevovat nové náboženské proudy (Sinn 2003: 37-38).

Je vidět, že v antice toužili atleti zvítězit zejména kvůli obdivu a poctě, které se jim dostalo. I když nešlo o zcela nezištný důvod, sportovali hlavně pro sebe a nešlo jim jen o zisky, které vítězství v Olympii přinášelo.

3.2 Středověk

Středověk a rytíře jsem si zvolila proto, že rytíři by se dali považovat za další významné sportovce v dějinách. Navíc také pořádali své vlastní soutěže, stejně jako se v antice pořádaly sportovní hry v Olympii. Šlo o turnaje, ve kterých trénovali své bojové dovednosti. Přestože rytíři mohli získat větší slávu než antičtí atleti, zdaleka nedosahovali slávy současných sportovců a sportovkyň. I zde proto budou patrné další rozdíly mezi rytíři a dnešními sportovními hvězdami, které jsem se snažila postihnout.

Ve středověku byli za největší sportovce považováni právě rytíři, i když jejich původní práce by se dala přirovnat k vojákům, kteří museli být boje schopní. Do konce 12. století se rytířem mohli stát jen vybraní muži. Ženy neměly možnost být součástí rytířstva, stejně jako se nemohly stát atletkami a následně hrdinkami v soutěžích konaných v Olympii.

Rozvoj rytířstva začal v 11. století a celou jeho existenci rytířů u něj převažoval vojenský charakter (Flori 2008: 77). V době, kdy se nekonaly žádné války, bylo třeba, aby se rytíři udržovali v dobré fyzické formě. K tomu sloužily turnaje. Rytíři se v turnajích projevovali jako sportovci, protože porovnávali své síly mezi sebou a zároveň pro ně byly i dobrým tréninkem pro udržení tělesné kondice a pro bojový výcvik. Turnaje vystihují tři základní okruhy: 1) užitkovost – šlo o trénink na opravdový boj ve válce. 2) herní činnost – zde se prolínala hra i sportovní zápolení profesionálů, kterým šlo o vítězství kvůli odměně či slávě a cílem rozhodně nebylo někoho zabít. 3) slavnost – šlo o podívanou, která byla velice vyhledávána a oceňována publikem. Tyto tři okruhy přispěly ke vzniku a vymezení rytířské ideologie a zasadily se o povznesení a vyhranění hodnot, kterými se vymezovalo rytířstvo. Na rytíře tedy bylo ve středověku nahlíženo jako na ctnostné a neohrožené muže. Při turnajích si rytíři trénovali i bojové taktiky, které by použili v případné válce (Flori 2008: 111). Rytíři při turnajích mohli porovnávat své dovednosti mezi

sebou. Pokud neprobíhala válka, trénovali v omezeném kruhu, proto pro ně bylo zajímavé střetnout se v turnaji s jinými rytíři. I dnes se každý sportovec připravuje individuálně, nebo v menší skupině, a se svými soupeři se setkává až při soutěžích. Oproti rytířům má ale výhodu v tom, že může sledovat soupeřovy výkony díky moderním technologiím. Přípravný charakter turnajů byl uchován do 14. století, protože od té doby se v turnajích projevoval spíše zábavný a herní cíl (Kössl, Štumbauer, Waic 2004: 30). Turnaj byl sport válečný, krutý, nebezpečný a riskantní, ale přesto sport. Byly v něm vyhlašovány oddychové časy, kdy se vyčerpaní rytíři mohli vzdálit do odpočinkových míst, turnaje byly organizované, účast dobrovolná, boj neprobíhal v nepřátelském úmyslu nebo za účelem msty. Cílem bylo vyhodit protivníka ze sedla, ne ho zabít nebo vážně zranit (Flori 2008: 117). Platilo tedy pravidlo, které dnes nazýváme fair-play. V turnajích rozhodovaly pouze schopnosti rytíře. Dnes je fair-play často porušováno, protože sportovci a sportovkyně používají podpůrné látky a někteří se snaží i různými způsoby pošpinit své největší soupeře.

Rytíři se turnajů účastnili z několika důvodů. Jedním z nich byl ekonomický zisk. Účast v turnaji znamenala jistý finanční obnos, ale mnohem lépe zaplacené bylo vítězství. Hlavním důvodem a motivací pro účast v turnajích bylo uznání panovníka. Čerstvě pasovaní rytíři se snažili upoutat zájem bohatých knížat, aby mohli proslavit jejich barvy a stát se díky tomu hrdiny (Flori 2008: 118-119). Zde je vidět posun od antiky, kde se sportovci nemuseli snažit o upoutání pozornosti bohatých jedinců, protože samotným vítězstvím v Olympii si zajistili určitou popularitu. Můžeme ale zachytit souvislost se současným sportem. Sportovci i sportovkyně vykonávají vrcholový sport hlavně kvůli zisku, protože se jedná o jejich zaměstnání. Již za samotný start na soutěži je jim vyplacen určitý finanční obnos, ale pokud zvítězí na elitní soutěži, jako jsou Olympijské hry nebo mistrovství světa či Evropy, jejich finanční ohodnocení stoupne. S vítězstvím jde ruku v ruce i sláva a lukrativní

smlouvy se sponzory. Současné sportovní hvězdy tak neusilují o upoutání zájmu bohatých knížat, ale světoznámých firem, které by jim poskytly sponzorskou smlouvu. I na turnaje by se dala aplikovat teorie konfliktu, protože je pořádali bohatí králové a knížata, kteří se chtěli pobavit. Na svých turnajích toužili mít ty nejlepší rytíře z okolí. Byly zde jasně rozdělené mocenské pozice a upřednostňovaly se turnaje, kde se bojovalo meči nebo se kopím vyhazoval protivník ze sedla, před jinými druhy turnajů, například v lukostřelbě.

Hrdinské činy rytířů měly i další výhodu a tou byla možnost získat ruku bohaté dívky či ženy. Ale nejen bohaté ženy měly možnost upoutat rytíře. Při turnajích měli rytíři možnost připoutat pohledy žen, které jim přihlížely. Po turnajích je ženy vyhledávaly, obdivovaly jejich hrdinské činy a poskytovaly jim odměnu ve formě společně strávené noci (Flori 2008: 118-121). Dnes spíše „obyčejní“ lidé touží po tom, stát se manželem či manželkou sportovní celebrity, protože jsou to právě celebrity, kdo má peníze a slávu.

Již v dobách turnajů měli rytíři své rozhodčí, protože při turnajích bylo třeba pravidel, soudců a heroldů. Postupem času se nejdůležitějšími jedinci stali heroldi, odborníci na problematiku turnajů. Plnili funkce dnes známé jako komentátor, rozhodčí a soudce, ale jen do doby, než vznikla profesionální instituce vojenských vůdců, která měla vlastní hierarchii. Jejím úkolem bylo i vypracovat statut rytířských řádů a vést evidence hrdinských činů, o které se zasloužili členové řádu (Flori 2008: 128).

U rytířů byla hlavním cílem již zmíněná čest. Často nešlo jen o finanční odměny, ale spíše uznání panovníka, ostatních účastníků turnaje a přihlížejících, zejména pak žen, které činy rytířů obdivovaly. Pod čest spadal i závazek nikomu v turnaji vědomě neublížit nebo ho dokonce zabít. Turnaje byly jako dnešní sportovní soutěže, kde šlo o vítězství se zachováním fair-play. Pokud byl rytíř opravdu čestný a vynikající bojovník, jeho sláva se rozkřikla i za hranice království. Mohl být proto známější než

vítěz z Olympie, ale jeho sláva zdaleka nedosahovala slávy dnešní sportovní celebrity.

Ve středověku byly za nejvíce ceněné turnaje brány právě ty, ve kterých šlo o čest. Ty se ve 14. století stávaly stále větší výjimkou. Koncem 15. století se z turnajů stala dvorská zábava, účastníci museli prokazovat svůj urozený původ a i přihlížejícími byli jen urození dvořané. V 16. století začaly turnaje upadat (Kössl, Štumbauer, Waic 2004: 30-31). Na konci středověku se rytířstvo již neobjevovalo. Z rytířského stavu se stala instituce a poté mýtus (Flori 2008: 73).

U rytířů je vidět posun od antických sportovců v tom, že se museli snažit o upoutání bohatších králů a knížat, aby mohli bojovat v jeho barvách a za jeho čest. Snažili se tedy upoutat pozornost třetí osoby, která by jim zajistila lepší postavení ve skupině rytířů. Tato snaha přetrvala až do současnosti.

3.3 Současnost

Tato část je zaměřena na současné sportovce a sportovkyně. Už na ně není pohlíženo jako na hrdiny, ale jako na veřejně známé osoby, které jsou součástí showbyznysu. Díky tomu se z nich staly sportovní celebrity.

Dnes jsou sportovci veřejně známými osobami, jejichž tváře každý zná. K tomu, aby jim vystavěli sochu jako v antice, sice nestačí jedno vítězství z olympijských her, ale pokud jednou olympiádu vyhrají, budou je znát lidé po celé jejich zemi, případně i světě, a ne jen v rodném městě. Zároveň budou za hrdiny, stejně jako rytíři, ale nebudou se muset snažit upoutat pozornost bohatých knížat. Návrhy na sponzorování jim budou samy nabízeny. Na rozdíl od antiky a středověku, mohou v dnešní době sportovat i ženy.

Hrdinové a sláva existují již celá tisíciletí, ale celebrita je nový fenomén. Být celebritou znamená „být známý, dobře známý“ (Boorstin 1962: 57). Význam celebrit se rozvinul s masovými médii. Jsou to právě média, která „vytváří“ celebrity, protože zobrazují jejich tváře, čímž je dostávají do podvědomí veřejnosti. Média pak jejich známosti využívají ke své prodejnosti, protože si často vymýšlení skandály celebrit, jako nevěra, těhotenství nebo drogy, aby zvýšily svou prodejnost. Některé skandály jsou ale založeny na pravdě, což pak může poškodit image celebrity (Kurzman, Anderson, Key a kol. 2007: 352-354).

V současnosti jsou sportovci a sportovkyně bráni spíše jako sportovní hvězdy nebo celebrity. Sportovci, a v menší míře i sportovkyně, se pravidelně objevují v televizi, v časopisech, v tisku, a to pouze z důvodu jejich sportovních úspěchů. Navíc kvůli své nabyté slávě dosáhli hvězdné úrovně a byl jim přidělen status celebrity. Popularita a zdůrazňování sportovců a sportovkyň není v žádném případě novým jevem. Od počátku moderního sportu v 19. století, zde byli četní sportovní hrdinové. Šlo o široké spektrum osob na základě jejich dovedností, kvality jejich technik a způsobu jejich výkonu ve sportovní soutěži, kterým bylo přiznáno zvláštní uznání veřejnosti i médií. Uznání, rozlišovací znak jednotlivých jedinců, konkrétních sportovců a sportovkyň, stejně jako jednotlivých výkonů a změn ve sportu, bylo prakticky synonymem pro vznik a rozvoj moderního sportu (Smart 2005:1). Jako příklad lze uvést francouzskou tenistku Suzanne Lenglen, která žila na přelomu 19. a 20. století. Suzanne se stala slavnou postavou nejen pro své schopnosti na kurtu, které jí umožnily ovládnout Wimbledon v letech 1919-1926, ale i proto, že je považována za první tenistku, která začala nosit tenisové kostýmy, které byly popisovány jako pestré a smyslné. Její outfit se vyznačoval sukni, která končila těsně pod koleny. Dosáhla tenisových úspěchů díky způsobu hry, který ji proslavil, a na rozdíl od většiny ostatních žen té doby, jí zajistil popularitu. Její schopnosti na kurtu byly tak výjimečné proto, že údajně uměla trefit míč tak tvrdě jako muž. Přesto

se jí nevyhnuly ani aféry spojené s jejím životem mimo kurt a byla obviňována za vedení pestrého soukromého života (Smart 2005:1-2). Přesto se stala první ženskou tenisovou sportovní celebritou, která byla mezinárodně známá.

Svět sportu byl radikálně změněn zvýšením profesionality, konkurence a dramatickým vzestupem v úrovni přímých a nepřímých finančních odměn. Současní sportovci a sportovkyně se musí vztahovat ke stále konkurenčnímu sportovnímu úsilí s maximální pílí a vytrvalou disciplínou. Zatímco v samotném sportu může být ještě elegance, krása pohybu a výrazu, díky konkurenci došlo k výraznému snížení dobré vůle prokázané směrem k soupeři. Projevy slušnosti a ohleduplnosti k druhým jsou dnes spíše výjimkou, než pravidlem. S rostoucí profesionalitou a komercializací sportu se toto téma skutečně stalo vážnější. Je to průmysl a obchod se sportovci a sportovkyněmi, který je potřebný k zajištění jejich efektivnějšího přístupu k přípravě, praxi a výkonu. Vydělávání peněz je dnes důležitou součástí sportu a profesionální účastníci musejí tvrdě pracovat na přípravě i samotné soutěži, protože to je jejich práce (Smart 2005: 5). I samotné sportovní vybavení je stále zdokonalováno tak, aby v něm sportovci a sportovkyně mohli podávat stále lepší a lepší výkony. Podobné je to i s nimi samotnými. Vědecký výzkum lidského těla je stále dokonalejší a díky tomu poukazuje na možnosti zlepšení výkonnosti. Jde o systematické studování lidského těla, které nahradilo dřívější studie fungující na principu pokus – omyl (Guttmann 2002: 253-254).

Svět sportu se od antiky i středověku hodně změnil. Objevila se profesionalita, komercializace, sponzorství a nová média, která mají významný vliv na sportovní události a osobnosti. Proměnil se nejen samotný sport, ale i jeho kulturní a sociální postavení. Stal se nedílnou součástí tiskové agendy – už se neobjevuje jen na zadních stranách tisku, ale jsou mu věnovány speciální přílohy. Co se týká vysílání, rádiového i televizního, i zde má sport své vlastní místo v podobě sportovních kanálů. Ze sportu se stala obchodní záležitost a v mnoha ohledech nejde

rozeznat od showbyznysu, protože je nedílnou součástí zábavního průmyslu a sportovcům a sportovkyním byl připsán status celebrit a hvězd (Smart 2005: 6-7).

Jak již bylo řečeno, sportovní přílohy jsou součástí téměř každého deníku. Sport tak zasahuje do života lidí, kteří o něm dlouze diskutují, sdělují si sportovní výsledky nebo hovoří o nejlepších hráčích a hráčkách (Washington, Karen 2001: 188).

Sport a jeho hvězdní představitelé jsou obdařeni slávou, kterou disponovaly pouze společenské hvězdy. Nejsilnějším médiem, které tuto popularitu sportovcům uděluje, je bezesporu televize. Díky zobrazování tváří se sportovci a sportovkyně dostávají do podvědomí diváků a televize z nich tvoří celebrity. Tento pojem měl v dřívějších dobách vyjadřovat slávu a věhlas, ale dnes jde o všeobecnou známost. Tento proces snižuje význam fenoménu hrdinů, kterým sportovci, zejména ve starověkém Řecku a Římu, byli. Dnes tento pojem nabývá dojmu viditelné známosti, zatímco v minulosti všeobecná známost a proslulost znamenala hlavně časem prověřenou důležitost a význam (Sekot 2008: 175-176).

4 KOMERCIALIZACE

Komercializace se vyvinula díky přechodu od amatérského k profesionálnímu sportu a také díky rozvoji médií. Spolu s tím, jak se ze sportovců a sportovkyň stávaly hvězdy, se stále více začala komercializace rozvíjet. Cílem této kapitoly je ukázat, že v současnosti je velice důležitou součástí nejen sportu samotného, ale také souvisí s příjmy sportovců a sportovkyň.

Problematika komercializace je v současnosti velice diskutovaným tématem. Jedná se pak zejména o otázku sponzorování sportovců, sportovkyň a celých sportovních klubů. Neexistuje snad jediný profesionální sportovec či sportovkyně, kteří by nebyli spojeni s jednou značkou oblečení nebo sportovních potřeb. I když daná firma nenatočí se sportovcem nebo sportovkyní reklamní spot, který by se vysílal v televizi nebo v rádiu, přesto značku propagují na dresech nebo tréninkovém oblečení, které nosí na tiskové konferenci. Proces komercializace je tedy úzce spojen s médii, která daný kontrakt mezi sportovcem nebo sportovkyní a danou značkou či firmou uvedou do podvědomí diváka.

Po druhé světové válce se z komercializace stalo klíčové téma pro sociologii sportu, protože se začala rozvíjet nová média, která sport zpopularizovala. V roce 1950 začala růst profesionalizace sportu a velký zlom nastal se sponzorováním sportu. To přinutilo sportovní orgány nahlížet na televizní zpravodajství jako na zásadně významné pro finanční přežití, částečně z důvodu plateb práv v televizi a částečně proto, že z těchto peněz je možné získat sponzorství. O takovou transformaci sportu se nezasloužily tradiční řídicí orgány, ale podnikatelé, kteří se etablovali do sportovních agentů. Ti totiž představují rozhodující bod zprostředkování mezi sportovními organizacemi, sportovními hvězdami, televizí a sponzory. Celý proces se snažil o maximalizaci zisků z reklamy a sponzorování. Televize se stala výkladní skříní, která umožnila podporu sportovní podívané na nových trzích. Hlavní role televize byla také

v ekonomické síle (Whannel 2002: 296). S rozvojem masových médií se ze sportovců a sportovkyň začali stávat známé tváře a celebrity (Horne, Tomlinson, Whannel 1999: 163).

Moderní sport se vyznačuje velkými sportovními událostmi jako olympijské hry nebo mistrovství světa. Je formální a institucionalizovaný, protože mnoho sportovních odvětví má své federace. Právě proto klade důraz především na výsledek, než aby se soustředil na účast. Díky tomu se sport stává prací, a aby přilákal diváky, objevují se reklamní spoty a předměty, které se vážou k dané sportovní události. Sport je poháněn ziskem a reklamou, proto není překvapením, že profesionální sport byl přeměněn na trh – masový a reklamní (Frey, Eitzen 1991: 507-508).

Zpočátku napomohl rozvoji sportovních celebrit hlavně tisk a postupem času na sebe hlavní roli převzala televize. Tisk, zejména ten bulvární, prošel dvěma zásadními změnami, které určily jeho bulvární charakter. Šlo o zvětšení titulků, více obrázků, kratší příběhy a velké senzace. To vše byly ústřední prvky. Nové technologie se projevily i v tisku a zviditelnily ho. Změna nastala hlavně v zavedení barvy, elektronickém zpracování dat a počítačovém rozvržení stránky. Vyvinul se tak nový způsob koláže, kde se zkracovaly příběhy, rostla velikost fotografií a fotografie na sebe postupně přenášela i význam textu, takže text byl omezen pouze na titulek. Díky větším a jasnějším fotografiím se tváře sportovců i sportovkyň začaly dostávat do podvědomí nejen čtenářů, ale celé veřejnosti (Horne, Tomlinson, Whannel 1999: 182).

I pro samotné sportovce má komercializace význam, protože je to právě ona a sponzorství, kdo udělují sportu a jeho nejlepším představitelům rostoucí sociální i kulturní status. V dnešní době je velikost skutků zastíněna prezentací v médiích. Ta produkují celebrity, ale hrdiny nelze takto uměle vytvářet. Počet celebrit stále roste, což snižuje jejich skutečnou hodnotu a vede hlavně k jejich devalvaci (Sekot 2008: 175-176).

Komeracionalizace sportu je spojena také s „honbou“ za stále lepšími výkony a novými rekordy (Sekot 2006: 263). Masová média se soustředí hlavně na sportovní hvězdy, na jejich příjmy, přestupy, aféry ze soukromého života a skandály. V pozadí pak stojí námaha, kterou musejí vynaložit k tomu, aby byli těmi nejlepšími sportovci na světě. Média nevěnují stejný prostor všem sportům, ale je vidět jejich jasná nevyváženost zájmu o jednotlivé sporty. Větší prostor je dán skvěle placeným a populárním sportovcům, oproti těm, kteří podávají skvělé výkony odvozené od velice náročné přípravy, ale k jejich směle ve sportech, které nejsou pro média dost atraktivní. Díky komeracionalizaci se i jednotlivé soutěže dělí na atraktivní a méně atraktivní. Mezi nejatraktivnější bezesporu patří olympijské hry a mistrovství světa či Evropy. Z konkrétních sportů pak fotbal, hokej nebo tenis. Komeracionalizace má i své výhody: a) sport je masový a vysoce přitažlivý, b) zvyšuje se počet sportovních odvětví, c) ve sportu se projevují progresivní prvky nových technologií, d) sport je příkladem pro zdravý a aktivní způsob života. Má ale i své mnohé nedostatky: a) ekonomické hodnoty zatlačují původní smysl sportu, b) sportovci se někdy stávají prodejními ikonami, c) roste počet soutěží, čímž se zvyšuje riziko poranění, protože sportovec nemá dostatek času na regeneraci, d) zneužívá se práce trenérů. Masová média se na elitní sporty soustředí hlavně kvůli divácké atraktivnosti, která je velice účinná při prodeji reklamy nebo přenosových práv. Tato problematika je proto velice úzce spjata s ekonomikou a podnikatelstvím (Sekot 2006: 228-229).

Důsledky komeracionalizace sportu jsou významné: 1) provádí se změny, které mají sport přizpůsobit divákům, aby pro ně byl přitažlivější, 2) změnily se hodnoty sportovců a sportovkyň. Zatímco dříve šlo hlavně o zábavu, radost, lادnost pohybu a spokojenost sportovce a sportovkyně se sebou samým, jak tomu bylo v antice, moderní sport se vyznačuje spíše hrdinskými činy ve smyslu pokořování rekordů. Klade se důraz na vzrušení a vítězství, 3) komeracionalizace přispěla k zániku amatérského

sportu a k rozvoji profesionálního sportu. S tím souvisejí i odměny pro sportovce a sportovkyně, touha po zviditelnění se a vítězství, kvůli kterému jsou ochotni využívat i dopingové látky. Komerencializace sportu je také ovlivněna médii, hlavně televizí, která dělá sportovce a sportovkyně známé a obdivované. Díky ní také získávají větší zisky z reklam a od sponzorů (Frey, Eitzen 1991: 508-511).

Postupný proces komercializace reflektoval socioekonomický vývoj, změny v sociální struktuře, životním stylu a rozvoji masové kultury. Více volného času lidí s sebou nese i jejich větší touhu po sportovní podívané, která už dávno není výsadou elit (Sekot 2006: 233). Proto se ze sportovců a sportovkyň, jak už bylo řečeno v začátku této kapitoly, stávají celebrity. Je to hlavně díky rychlému vývoji technologií, zejména satelitních televizí, které přenášejí sportovní podívanou a reklamy, ve kterých figurují právě sportovní celebrity (Guttman 2002: 255).

4.1 Sponzorství

Specifickou částí komercializace sportu je sponzorství. Běžní lidé si ho mohou všimnout hlavně díky reklamám umístěným buď přímo na dresech sportovců a sportovkyň, nebo na hracích plochách. Ze současného sportu se stává byznys, který se na profesionální úrovni neobejde bez sponzorování.

Sponzoři se „perou“ o místa na dresech sportovců nebo o sponzorování konkrétních osob či klubů, aby je mohli podporovat v jejich přípravě. Sportovci a sportovkyně se stávají tvářemi světově známých firem, proto sponzorování hraje stále důležitější roli v oblasti sportu, protože pomáhá získávat finanční zdroje nejen pro jednotlivce, ale i pro kluby, které se pak mohou lépe rozvíjet (Dvořáková 2004).

Ve sportu si problematiku sponzorování uvědomujeme nejčastěji při mezinárodních a globálně šířených sportovních událostech, jako olympijské hry, mistrovství světa ve fotbale či hokeji. Například firma Coca-Cola je spojována hlavně s olympijskými hrami, automobilka Škoda je zase generálním partnerem hokejových mistrovství (Sekot 2006: 230). Sportovní sponzorství dnes tvoří specifickou formu kulturní ekonomie, protože je to prostor, ve kterém lze široce medializovat prezentaci produktů a služeb. Sponzorství se vyvinulo díky přechodu od amatérského k profesionálnímu sportu. Dobrým příkladem je Arthur A. Zimmerman, světový cyklistický šampión, původem ze Spojených států amerických. Na vrcholu své kariéry byl v letech 1888 až 1896, kdy začal nastupovat moderní sport a mediální zájem o světové sportovní hvězdy. Tedy v době přechodu k profesionalizaci sportu a jeho komercializaci. V roce 1893 získal titul amatérského mistra světa v cyklistice, což bylo v době rostoucí masové popularity tohoto sportu. Stal se první skutečnou sportovní hvězdou ve Spojených státech a spojil se s firmou Dunlop, která vyvinula nový typ cyklistické pneumatiky. Cyklistika se začala šířit i přes hranice Spojených států a stala se jedním ze symbolů modernity. Arthur A. Zimmerman se tak stal první společenskou sportovní celebritou. Byl z amatérského sportu vtažen do profesionálního a začal přitahovat zájem sponzorů. Zimmerman se spojil se značkami Dunlop a Raleigh, stal se nejznámějším závodníkem své doby a přispěl k masové propagaci nového sportu (Sekot 2008: 179-181).

Sponzorování individuálních sportovců se objevuje téměř jen ve vrcholovém sportu. U jednotlivých sportovců se logo sponzora umísťuje na dresy. Platí i pravidlo, že čím větší sponzorský dar, tím větší a lepší je prostor pro umístění loga. I na plakátech se objevují graficky strukturované kategorie sponzorů. Osobnost sportovce nebo sportovkyně je zárukou kvality a úspěchu, které jsou následně spojovány i s výrobcem či výrobkem. Někdy se stane, že sportovci propagují výrobek, který nemohou běžně využívat, ale i to je, jak pro sportovce, tak pro výrobek,

reklama. Přesto se nejvíce propaguje oblečení a výzbroj charakteristická pro daný sport. Vše co má propagující sportovec na sobě, se dá koupit (Sekot 2006: 230-231). Spojení sportovce a konkrétní značky se dá ilustrovat na Michaelu Jordanovi, který se stal hlavní basketbalovou hvězdou ve Spojených státech díky svému talentu. Jeho postavení mu umožnilo uzavřít lukrativní smlouvu na kolekci oblečení s firmou Nike. Ta navrhla oblečení značky Jordan Air s obrázkem jeho samotného. Potisk oblečení zobrazoval jeho tělo ve vzduchu, připravené skórovat. Tato kolekce oblečení Jordan Air se rozšířila na celosvětový trh, převážně mezi mladé, z nichž zřejmě většina ani nevěděla, co to basketbal je, nebo neznala samotného Michaela Jordana jinak, než z obrázku na oblečení. To byla jedna z nepřesvědčivějších demonstrací síly dobře zkonstruované image v několika posledních letech (Horne, Tomlinson, Whannel 1999: 183). Zde je jasný příklad toho, že sport je šířen nadnárodními korporacemi, které mezi sebou soutěží na mezinárodním trhu, aby prodaly co nejvíce zboží spojeného s konkrétním sportovcem nebo sportovkyní (Guttmann 2002: 255).

Nejen sociologové si pak kladou otázku, proč známý sportovec dostane vysokou finanční částku jen za to, že na svém dresu nosí značku světoznámé firmy. Nepochybně jde o produkci sportovců, kteří mají vysokou výkonnostní úroveň, ale zároveň žádný vrcholový sportovec není jen sportovcem. Je i mediálně stylizovaný a pro mnoho lidí, nebo mladých sportovců, je idolem. Přáním těchto lidí je se s ním setkat nebo, v případě mladých sportovců, dosáhnout stejných nebo alespoň podobných výsledků (Sekot 2006: 231-232).

U sponzorování týmů se v posledních letech objevuje nový trend. Jde o mediální vlastnictví týmů. Profesionální týmový sport se na trhu uchytil jako nový druh zboží, se kterým se dobře obchoduje. Týmy si kupují služby trenérů, manažerů, hráčů, a prodávají vstupenky, práva na vysílání a předměty pro fanoušky v barvách nebo s logem týmu. Nákup týmů mediálními skupinami může ale mít zásadní vliv na profesionální

sport. Pokud si ty nejlepší hráče budou moci dovolit nakoupit jen nejlepší týmy, může to být i kontraproduktivní, protože soutěž ztratí na dramatičnosti a bude divácky nepřitažlivá. Přitom to jsou právě diváci, kteří určují atraktivitu daných sportů. Sportovní týmy jsou často přetvářeny v obchodní společnosti s pevnou vlastnickou strukturou. Hráči jsou placeni za sportovní výkon a vlastníci týmů mají naprostou finanční kontrolu nad hráči i celým týmem. Tím se dostávají do střetu s fanoušky, kterým jde jen o sportovní výkon a financování týmu je, na rozdíl od vlastníků, nezajímá (Sekot 2006: 232-233).

5 METODOLOGIE

V návaznosti na teoretickou část práce jsem se rozhodla provést výzkum médií se zaměřením na prezentaci sportovců a sportovkyň ve sportovní příloze plzeňského vydání deníku Mladá fronta Dnes.

Ve své práci jsem jako metodu zvolila obsahovou analýzu. Obsahová analýza je nejpoužívanější technikou pro výzkum mediálních sdělení. Za otce této metody je považován Harold D. Lasswell, který v rámci výzkumu o stereotypch a symbolech v politické propagandě během druhé světové války vypracoval postupy analýzy do ucelené metody. Do stejné doby spadá i studie *The People's Choice* od Paula Lazarsfelda, Hazel Gaudetové a Bernarda Berelsona. Metoda obsahové analýzy se vyznačuje systematičností a objektivitou. Předmětem zájmu je pak zjevný obsah a předpoklad, že výzkumníci se vyvarují „čtení mezi řádky“ (Reifová a kol. 2004: 21-22).

Obsahová analýza má dva metodické přístupy k analýze. Jedním z nich je hermeneutická textová a obrazová analýza, druhým přístupem je kvantitativní obsahová analýza. Hermeneutická analýza je založena na hledání skryté hlubší struktury textu. Charakteristická je pro ni vysoká míra otevřenosti a velice důkladný rozbor mediálních sdělení, proto je možné pomocí této metody analyzovat jen menší množství textů, ale z mnoha různých aspektů. Pro větší počet textů se tato metoda nehodí. Navíc jde o subjektivní metodu, takže výsledek je ovlivněn jedincem, který výzkum provádí. Nelze tedy výsledky ověřovat (Scherer 2004: 29). Kronich tvrdí, že tato technika má kořeny v německé filozofii, zejména v dílech Karla Mannheima, ovlivnila i Maxe Webera nebo Georga Simmela a jeho úvahy o interpretaci. Důležité je si uvědomit propojení „faktu“ a „hodnoty“ a najít význam, který je uvnitř materiálu a kontext jeho vzniku (Kronick 1997: 59).

Oproti tomu kvantitativní obsahová analýza je velice selektivní proces. Charakteristikou této metody je strukturovanost a díky tomu i ověřitelnost. Pomocí této metody lze zpracovat velké množství textů. Výsledkem metody je kvantitativní popis analyzovaných mediálních sdělení. Oba přístupy je možné kombinovat. Nejčastěji se používá hermeneutická analýza jako předstupeň kvantitativní obsahové analýzy (Scherer 2004: 29-31).

Metoda obsahové analýzy se používá v rámci pozitivistické tradice výzkumu. Při zpracování velkého množství informací se dodržují stejná pravidla jako při jiných druzích kvantitativního výzkumu. Pokud jsou dokumenty příliš dlouhé nebo se vyskytují ve velkém množství, je vhodné provést náhodný výběr, aby se výsledky z tohoto náhodného výběru daly zobecnit na celý dokument, ze kterého byl náhodný vzorek vybrán. Obsahová analýza je měřicí nástroj (Kronick 1997: 57-58).

5.1 Kódování

U obsahové analýzy je třeba si ujasnit kódovací postupy. Kódování je proces, kdy analyzovaným mediálním obsahům přiřazujeme kódy, nejčastěji v číselné hodnotě. Jde o dvoustupňový proces, v němž nejprve segmentujeme mediální obsahy na jednotlivé prvky, tedy kódovací jednotky, a poté tyto jednotky popisujeme pomocí stanovených kategorií. Kódovací jednotky se člení do různých kategorií a tyto kategorie pak popisují vlastnosti mediálních obsahů, které jsou důležité pro dané téma (Scherer 2004: 38).

Kódování je vždy do jisté míry závislé na osobě, která ho provádí, přesto by nemělo dojít k výrazným odchylkám při opakovaném rozdělování jinými jedinci (Havlíček 2008: 14).

5.2 Výzkumný vzorek a cíle výzkumu

Ve své práci jsem podrobila analýze sportovní přílohu plzeňského vydání deníku Mladá Fronta Dnes, který jsem analyzovala v letech 2008 až 2010. Sportovní příloha byla součástí každého vydání deníku. Mým cílem bylo zjistit, zda jsou sportovci a sportovkyně ve sportovní příloze tohoto tištěného deníku prezentováni i jinak, než skrze sportovní výsledky a informace spojené se sportem. Jednotkou analýzy tedy byly články ve zmíněném deníku. Ze své analýzy jsem vynechala články, které se vyskytovaly po okrajích stránek a byly odděleny tenkou svislou čarou, protože šlo převážně o krátké sportovní informace. Součástí každého vydání deníku byly, kromě *Sportovní přílohy*, také jedna až dvě strany věnovány sportu v regionu. Ani tuto část jsem do analýzy nezahrnula, protože se jednalo o sportovní zprávy pouze z Plzeňského kraje. Celkem jsem prošla 908 vydání Mladé fronty Dnes, konkrétně jejího plzeňského vydání. Z toho bylo 304 vydání v roce 2008 a shodně po 302 vydání v roce 2009 i v roce 2010. Sportovní příloha měla ve všech třech ročnících rozsah stran od tří do deseti. Největší rozsah stran byl po dobu všech tří ročníků vždy v pondělí, protože v tento den byl sportovní příloze věnován největší prostor.

Jak jsem již uvedla, zajímala jsem se o to, v jakých jiných souvislostech, než jsou sportovní výsledky, jsou sportovci a sportovkyně prezentováni ve sportovní příloze plzeňského vydání deníku Mladá fronta Dnes. Všechny články, které se zabývaly sportovními výsledky a informacemi souvisejícími se sportem, jako nemoci a zranění sportovců a sportovkyň, nebo jejich přípravě na určitou sportovní událost či formu, jsem zařadila do kódovací jednotky Sport. Informace, které souvisely se soukromím sportovců, jejich výdělků nebo skandály, byly zařazeny pod kódovací jednotku Bulvár. Kód Sport už jsem dále nerozvíjela, ale zaměřila jsem se na kód Bulvár, kde jsem hledala další témata. Konkrétně jsem objevila témata Reklamní spolupráce sportovců a sportovkyň,

Doping, Skandály ze soukromí, Výdělky a přestupy, Skandály přímo z hrací plochy.

6 ANALYTICKÁ ČÁST

Přestože se ve sportovní příloze plzeňského vydání deníku Mladé fronty Dnes objevují především sportovní zprávy, ani tento nejčtenější nebulvární deník¹ se nevyhne tomu, aby napsal něco ze soukromí nebo nezmínil aféry sportovců a sportovkyň. Nyní jednotlivá témata, vypsaná výše, podrobněji přiblížím.

6.1 Reklamní spolupráce sportovců a sportovkyň

Reklamní spolupráce úzce souvisí s tím, jak jsou sportovci a sportovkyně vnímáni veřejností. Je to právě spolupráce s reklamními firmami, která z nich dělá sportovní celebrity, protože firmy sportovce a sportovkyně sponzorují a jejich tváře se objevují na daném produktu. Růst komercializace a sponzorství je v současnosti velice diskutovaným tématem, jak jsem již uvedla v teoretické části. Ani deníku, který jsem podrobila analýze, se toto téma nevyhnulo. Často je toto téma spojováno se sportovním úspěchem daného sportovce či sportovkyně nebo s jejich výdělkem, protože reklamní spolupráce je velice výdělečná. Často příjmy z reklam převyšují platy vydělané sportem.

Reklamní spolupráce a sportovní úspěch sportovce a sportovkyně jdou ruku v ruce. Je to tím, že když zvítězí na turnaji, v zápase nebo v závodě, jejich reklamní potenciál se zvýší. Smlouvy se jim tedy jen „hrnou“ a je jen na sportovci či sportovkyni, zda budou s danou firmou spolupracovat nebo ne. Tento fakt dokládá i titulek z 12. března 2008: *Jak bohatne bruslařka Sáblíková*, kde je uvedeno, že Martina Sáblíková se stala mistryní světa v rychlobruslení, čímž se její reklamní cena zvýšila o 35%. Zde se ukazuje, že i méně lukrativní sport, kterým je rychlobruslení,

¹ Výzkum společnosti Media Projekt pro rok 2011 ukázal, že nejčtenějším celostátním deníkem je Blesk následovaný MF Dnes, Právem, Aha, Sportem, Lidovými novinami a Hospodářskými novinami (dostupné z: http://www.median.cz/docs/MP_2011_zprava.pdf).

dokáže svým nejlepším představitelům a představitelkám vynést reklamní smlouvy a zvýšit jejich marketingový potenciál.

Může se stát i to, že klub udělá reklamu jednomu svému hráči, čímž se zviditelní klub i hráč. Tento případ se udál v americkém basketbalu. Přestup amerického basketbalisty LeBrona Jamese z klubu Clevelandu do Miami, vyvolal mnoho reakcí. Miami udělalo hráči obrovskou reklamu, kdy lákalo fanoušky na oblíbené hamburgery hráče, na lázeňské procedury nesoucí jeho jméno nebo hotelové pokoje, kde hraje jeho oblíbená hudba. Článek z 23. července 2010 nese název: *LeBronmanie nese miliardy i vztek*. Je poznat, že Miami přímo zachvátil LeBron James, proto deník použil výraz *LeBronmanie*.

Přesto nejvíce reklamních smluv mají fotbalisté. Mezi českými byli v roce 2008 nejžádanější Petr Čech a Martin Fenin. Článek z 26. května 2008 s názvem: *Typy pro reklamu: Čech a Fenin je jasným důkazem*. Je ale jasné, že sponzoři by mohli mít větší moc nad sportovci a sportovkyněmi, ale většinou ji nevyužívají. Jejich hlavní síla je v tom, že mohou odstupovat od smluv, čímž by své tváře připravili o mnoho peněz. Protože je sponzorství přínosné pro obě strany, k odstupování nedochází. Výjimkou byl článek z 26. června 2008: *Horké léto: Fenin tratí za bitku...*, který informoval o fyzické potyčce Martina Fenina v baru, kvůli které mu firma Gillette vypověděla smlouvu na jednodenní reklamní akci. Bylo to snad poprvé, kdy firma nezavřela oči před aférou ze soukromí sportovce či sportovkyně.

Nejvýrazněji je spolupráce firmy a sportovce zmiňována v případě anglického fotbalisty Davida Beckhama. Tento fakt dokládá i článek z 13. ledna 2009: *Ach, tvůj parfém voní, Davide*. V článku je jasně uvedeno, že Beckham není jen sportovec, ale i celebrita a především „profláknutá hvězda“, která spolupracuje s mnoha značkami. Právě on je tím, u koho převyšuje příjem z reklam nad příjmem z fotbalu, díky čemuž se dlouhodobě drží na předních příčkách nejlépe placeného fotbalisty světa.

Z ženských sportovkyň by se k Davidu Beckhamovi dala přirovnat Maria Šarapovová, ruská tenistka. I její příjmy pramení hlavně z reklam. Článek z 16. prosince 2009 uvádí: *Šarapovová bohatne, aniž vyhrává*. Tím se ukazuje, že v roce 2009 byla nejlépe placenou sportovkyní, i když jí patřilo až 14. místo ve světovém žebříčku WTA. I ona totiž čerpá zejména z reklamních příjmů, přestože by si mohla vydělávat jen tenisem.

Podobně je na tom i německý pilot Formule 1 Michael Schumacher, u kterého také převažují příjmy z reklam. Uvádí to článek z 11. března 2010: *Co živí krále Formule 1*.

Může nastat i situace, kdy sportovec či sportovkyně přejdou od jedné značky k jiné, většinou z důvodu lepšího finančního ohodnocení. Provedla to i ruská atletka Jelena Isinbajevová, která ukončila smlouvu s firmou Adidas a přešla k čínské značce Li Ning². Dá se předpokládat, že jí nabídla větší finanční částku.

6.2 Doping

Dalším tématem spojovaným s konkrétními sportovci a sportovkyněmi je doping, který je v každém sportu velice diskutovaný, protože není součástí fair-play. Přestože je součástí sportu, zařadila jsem ho do skandálů, protože jakákoli dopingová aféra, která vypluje na povrch, je v médiích rozebírána jako skandál. Často totiž dojde k poškození image sportovce či sportovkyně, u kterých je doping nalezen. Nejčastějšími sporty spojovanými s dopingem jsou atletika a cyklistika.

Největší aférou spojenou s dopingem, bylo v analyzovaných ročnících, odsouzení americké atletky Marion Jonesové za užívání dopingu. Byla první odsouzenou, která dostala trest šest měsíců

² Článek z 14. února 2009: *Isinbajevová dostane víc než Bolt. Tyčkařce zaplatí Číňané*.

nepodmíněně. Nebylo to jen kvůli pozitivnímu dopingovému nálezu na OH v Sydney v roce 2000, ale hlavně z důvodu lhaní a zapírání. Tento skandál ji stál celou sportovní kariéru, ale po prokázání dopingu i sponzory a přátele. Článek byl uveřejněn 12. ledna 2008: *Jonesová musí jít do vězení. Za lhaní.* V souvislosti s Jonesovou ještě 31. října 2008 vyšel článek s názvem: *Vyhrávala bych i bez dopingu, tvrdí atletická lhářka Jonesová*, v němž uvádí, že nevěděla o dopingu, který brala, protože ho považovala za olej z lněného semínka. Ale Victor Conte, šéf laboratoře Balco, která vyvíjí nové formy podpůrných látek, tvrdí, že ji učil, kdy si má doping brát a označil ji za lhářku. Je vidět, že aféra se řešila velice dlouhou dobu, protože Jonesová byla odsouzena až osm let po pozitivní dopingové zkoušce.

Dalším, komu byl prokázán doping, byl britský sprinter Dwain Chambers. Článek z 20. května 2008 měl titulek: *Jak si namíchat dopingový koktejl.* Chambers se po obvinění přiznal, že bral nejen THG, které mu bylo nalezeno, ale mnoho dalších podpůrných látek a dokonce napsal přesný rozpis toho, co a kdy bral za látky. Zároveň obvinil z braní dopingu všechny sprintery.

Světlem atletiky otřásl i dopingový skandál ještě před zahájením OH v Pekingu v roce 2008. Pět ruských atletek bylo obviněno z výměny moči při kontrole před OH a bylo jim zakázáno odjet na hry. Dopingová komise na tento podvod přišla díky porovnávání mimosoutěžních a soutěžních vzorků moči atletek. Tato zpráva se objevila 1. srpna 2008 pod názvem: *Rusky měnily moč, nesmějí na hry.* Dopingová aféra otřásla olympiádou ještě před jejím zahájením.

Z prostředí cyklistiky byl z dopingu usvědčen italský jezdec Riccardo Ricco. Na Tour de France vyhrál dvě etapy, ale po pozitivní dopingové kontrole se přiznal, že si doping vzal vědomě. Byl okamžitě propuštěn ze stáje Saunier Duval, která z celého závodu odstoupila.

Článek byl uveřejněn 31. červenec 2008: *Cyklista Ricco přiznal, že vzal doping na Tour.*

Dalším hříšníkem je Floyd Landis, americký cyklista, u kterého byl prokázán doping po výhře v Tour de France v roce 2006. Landis velice dlouho tuto informaci zapíral a dokonce se soudil, ale 21. května 2010 se objevil článek: *Landis přiznal: Ano, na Tour jsem dopoval. Armstrong mu měl radit*, kde se cyklista přiznal k braní dopingu a detailně popsal, kdy doping bral a kde ho sháněl. Amerického cyklistu Lance Armstronga přitom označil za svého hlavního „dealera“, který ho učil dopovat, čímž vznesl i vlnu otázek ohledně dopování samotného Armstronga.

Ani španělskému cyklistovi Albertovi Contadorovi se nevyhnul dopingový skandál. Opět byl obviněn z braní dopingu během Tour de France, ale on tento fakt rezolutně odmítl a tvrdil, že snědl zkažené maso. Tento článek vyšel 1. října 2010 s názvem: *Contador dopoval! Otrávil jsem se, tvrdí vládce Tour.* Tato aféra měla pokračování 27. listopadu 2010, kdy vyšel článek: *Chcete mě trestat? Pak radši skončím*, v němž Contador stále popíral braní dopingu a oznámil, že pokud by mu tato aféra zkazila pověst, raději skončí s profesionální cyklistikou.

6.3 Skandály ze soukromí

Ani seriózní tisk, kterým Mladá fronta Dnes je, se nevyhne psaní o skandálech sportovních hvězd, které se odehrály v jejich volném čase, ale často měly dopad na jejich sportovní kariéru. Tyto skandály totiž často řeší nejen média, ale i disciplinární komise nebo dokonce policie. V malé míře i sponzoři, se kterými sportovci a sportovkyně spolupracují. Zde se objevilo mnoho skandálů, proto jsem toto téma ještě rozlišila. Zaměřila jsem se na rychlou jízdu automobilem nebo jízdu pod vlivem alkoholu, fyzické potyčky sportovců, drogy a alkohol, nevěru.

Nejčastějším skandálem je rychlá jízda automobilem nebo řízení pod vlivem alkoholu. Takovým příkladem je i fotbalista Milan Baroš, jehož rychlá jízda se dostala až před soud³, hokejista Tomáš Sršeň, který při rychlé jízdě srazil cyklistu a ten pád nepřežil⁴, nebo hokejista Jakub Klepiš, který ve velké rychlosti ujížděl policistům, protože byl pod vlivem alkoholu a kvůli tomu nezvládl řízení a své BMW naboural⁵. Podobný titulek se objevil i 8. října 2008: *Hokejista Hruška řídil auto s 1,68 promile v krvi*. David Hruška se bránil tím, že si dal slivovici kvůli škrábání v krku, přesto mu hrozí odebrání řidičského průkazu. Nebo článek z 9. ledna 2009: *Ronaldo boural. Zničil své ferrari za 6 milionů*.

Dále se píše také o potyčkách a rvačkách sportovců. Dochází k nim v baru, kde se nejčastěji vyvolá rvačka díky slovním narážkám od ostatních návštěvníků baru, jak se psalo 8. března 2008: *Konflikt v baru může Hartiga stát kariéru*. Fotbalista Lukáš Hartig byl po operaci kolene a šel do baru, kde se málem popral, ale kvůli zranění ztratil rovnováhu a upadl, čímž si koleno opět poranil. Do potyčky s návštěvníky baru se dostali i fotbalisté Martin Fenin a Radoslav Kováč. Pro Fenina měla tato potyčka ještě pokračování, protože firma Gillette odmítla Fenina na reklamní akci, jak jsem již zmínila v tématu Reklamní spolupráce sportovců a sportovkyň. Tento článek byl vytištěn 25. června 2008 pod názvem: *Fotbalisté pili a prali se*.

Píše se také o drogách a alkoholu v souvislosti se sportovci a sportovkyněmi. Toto téma se nevyhnulo ani americké superhvězdě v plavání Michaelu Phelpsovi. Phelps byl viděn při kouření marihuany, ke kterému se přiznal a omluvil se, přesto byl od Amerického plaveckého svazu potrestán tří měsíčním zákazem závodění. Americký plavecký svaz

³ MF Dnes 29. únor 2008: *Soud nařídil nové šetření Barošovy extrémní jízdy*.

⁴ MF Dnes 29. únor 2008: *Sršeň srazil cyklistu, který při nehodě zemřel*.

⁵ MF Dnes 9. červenec 2008: *Klepiš boural pod vlivem alkoholu*.

tento akt nazval výstrahou, aby ukázal, že ani takové hvězdě, jakou Michael Phelps je, nebude podobné chování tolerováno⁶.

Jiný případ byl spojován s hokejistou Jaroslavem Bednářem, který v interwiev řekl, že chce být dobrým člověkem a poté byl přistižen s velkým množstvím drog. Tvrdil, že jsou pro přátele a on rozhodně není závislým, přesto mu tato aféra poškodila image. Tento článek byl otištěn 19. května 2009 s titulkem: *Chci být dobrý, říkal Bednář. A koupil drogy*.

K braní drog se přiznal i bývalý americký tenista Andre Agassi, který se po ukončení kariéry rozhodl sepsat svou biografii, kde tuto skutečnost zmiňuje. Bylo to v období, kdy se mu v tenise nedařilo, ale dokázal se odrazit ode dna a vrátit se mezi světovou tenisovou špičku⁷.

Článek z 15. října 2009 se zabývá tím, zda: *Zabily belgickou star drogy?*, protože belgický cyklista Frank Vanderbroucke zemřel ve 34 letech. Hovoří se o možnosti předávkování. Cyklista prý i holdoval alkoholu a byl agresivní. Zde je vidět, že drogy nemají jen negativní vliv na image sportovců a sportovkyň, ale především na jejich zdraví.

S alkoholem je spojován finský skokan na lyžích Matti Nykänen. Článek z 29. prosince 2009 informuje, že: *Pijan Nykänen unikl dalšímu uvěznění. Prozatím*. Nykänen se na Štědrý večer opil tak, že zbil svou manželku a dokonce ji ohrožoval nožem a hrozilo, že ji zabije. Nebyl to jeho první skandál, protože už v minulosti musel na čtyři měsíce do vězení.

Oblíbeným tématem nejen bulvárních deníků je nevěra. Díky médiím bylo zničeno nejedno manželství, protože manželky či manželé nevěrníků a nevěrníc často neměli ani tušení o jejich nevěře. Asi nejvíce probíraný byl kvůli nevěře americký golfista Tiger Woods. Jeho nevěra byla zmiňována od konce listopadu 2009, přes přiznání začátkem

⁶ MF Dnes 7. únor 2009: *Phelps dostal trest, ač nedopoval*.

⁷ MF Dnes 29. říjen 2009: *Agassi: Bral jsem drogy a vzrušuje mě přiznání*.

prosinec 2009, dočasné ukončení kariéry v polovině prosince 2009 až po návrat ke golfu začátkem dubna 2010. Woods se tak stal asi nejvíce sledovaným nevěrníkem a tisk se zajímal i o to, zda se mu podaří manželství zachránit.

Nevěrníkem byl i anglický fotbalista John Terry. O jeho nevěře se Mladá fronta Dnes zmínila 1. února 2010 pod titulkem: *Kamarád taky rád. Nevěra může stát Terryho šampionát*. Fotbalista podvedl svou manželku s manželkou spoluhráče, která následně otěhotněla, ale rozhodla se pro potrat. Díky této aféře mu hrozilo vyřazení z reprezentace pro nadcházející světový šampionát.

6.4 Výdělký a přestupy

Tato kategorie se týká především fotbalistů a hokejistů. Díky přestupu hráče z jednoho klubu do druhého dostává nejen vysílající klub finanční částku v řádu statisíců až miliónů, ale hráči jsou lákáni na lepší platy, než jaké měli ve stávajícím klubu. I samotné platy sportovců a sportovkyň jsou odhadovány hlavně ve sportech, jako je fotbal, hokej, tenis nebo atletika v řádech miliónů za rok. V případě atletiky jde většinou pouze o světové rekordmany jako je jamajský sprinter Usain Bolt. Touto tematikou se zabývám proto, že platy patří, podle mého názoru, do soukromí sportovců a sportovkyň, přesto tvoří poměrně značnou část článků v novinách. Většinou se z článku nedozvíme přesnou sumu, ale odhadované částky jsou velice vysoké. Tím se ukazuje, že sport je byznys, který úzce souvisí s komercializací a sportovci a sportovkyně si vybírají kluby, popřípadě sponzory, které jim nabídnou více peněz.

To dokazuje i titulek z 11. ledna 2008: *Tenis, to je nekonečná spirála s miliony dolarů*, který hovoří o tom, že pokud chtějí pořadatelé turnajů nalákat nejlepší hráče právě na svůj turnaj, musejí jim nabídnout

dostatečně vysokou finanční částku. Turnajů se totiž koná tolik, že si hráči a hráčky mohou vybírat. Vyberou si samozřejmě ty turnaje, kde dostanou nejvíce peněz – je nutné, aby měli záminku přijet.

U fotbalových přestupů se částky většinou pohybují nejnižší v řádech milionů. Ty dostane klub, který právě fotbalistu vlastní, a zároveň je i fotbalistovi nabídnut plat, který se pohybuje v řádech milionů za rok. Příkladem je portugalský fotbalista Cristiano Ronaldo. V roce 2008 hrál za Manchester United, ale dostal nabídku od Realu Madrid. Real nabídl Manchesteru za Ronalda tři miliardy a hráči plat ve výši 465 milionů za rok. Tento článek vyšel 21. června 2008 pod názvem: *Ronaldo chce do Realu, který nabízí 3 miliardy*. Manchester přitom neměl potřebu hráče prodávat, protože neměl ekonomické důvody.

Oproti tomu fotbalový klub Valencia prodal svého hráče Davida Villu do Barcelony v roce 2010 proto, že měl ekonomické problémy. Španělského fotbalistu chtěla Barcelona již v minulé sezoně, ale Valencie neměla zájem prodávat tuto „mašinu na góly“, jak je Villa přezdíván. Nakonec s přestupem souhlasila, právě kvůli ekonomickým problémům. Částka za přestup byla jedna miliarda korun⁸.

Jako nejlépe placený fotbalista byl v mnou analyzovaných člancích považován David Beckham. Držel si prvenství v roce 2008 a 2009, ale v roce 2010 byl předstižen argentinským fotbalistou Lionelem Messim. Tato anketa počítá i příjmy fotbalistů z reklam, proto byl právě Beckham dlouhou dobu na vrcholu. Článek z 24. března 2010 ale uvedl: *Messi už vydělává víc než Beckham*. Bylo to hlavně tím, že Messi byl v té době nejlepším fotbalistou, a i když jeho příjmy z reklam nebyly tak vysoké jako ty Beckhamovy, dostával vyšší fotbalový plat.

Z Čechů je nejlépe placeným fotbalistou Petr Čech a v roce 2008 bylo uváděno, že je i nejlépe placeným brankářem světa. Mladá fronta

⁸ MF Dnes 20. květen 2010: *Barcelona koupila mašinu na góly. Za miliardu korun.*

Dnes to uvedla ve svém článku z 22. července 2008: *Čech, nejbohatší brankář světa*. Z hokejistů je to pak Jaromír Jágr, který také v roce 2008 platil za nejlépe placeného hráče světa. Podle článku z 1. září 2008 si v ruském Omsku vydělá kolem sedmi miliónů dolarů⁹.

Příkladem atleta je již zmiňovaný jamajský sprinter Usain Bolt, který si za start v závodě může říci až sto tisíc dolarů. Jeho cena stoupla po OH v Pekingu, kde získal tři zlaté medaile a tři světové rekordy: v běhu na 100m a 200m i štafetě 4x100m. Informace vyšla 26. srpna 2008: *Jamajčan Bolt: rošťák, legenda i multimilionář*.

6.5 Skandály přímo z hrací plochy

Převážně sportovci se nevyhnou ani problémům a aférám přímo během sportovní události. Často psychicky neunesou rozhodnutí sudího, slovní potyčky mezi protihráči nebo nejsou spokojeni se svým výkonem. To pak nejčastěji vede k fyzickému napadení nebo urážlivému gestu, kterého hráči posléze litují a jsou za něj potrestáni.

Tyto skandály se nevyhnou ani těm, kteří jsou považováni za „služňáky“. Jedním byl i fotbalista Jan Koller, který se nemohl vyrovnat s porážkou svého týmu a po závěrečném písknutí plivl na soupeře. Již během zápasu mezi nimi docházelo ke slovním potyčkám, které vyústily plivnutím. Článek vyšel 3. března 2008 s titulkem: *Fotbalista Koller se pohádal. A pak plivl na soupeře*. Podobný přestupek se stal i Tomáši Řepkovi, který ze vzteku hodil míč do tváře protihráče, za což byl od sudího vyloučen ze zápasu a disciplinární komise mu udělila pokutu dvě stě tisíc korun¹⁰. Pokutu musel zaplatit i fotbalista Václav Svěrkoš, který při závěrečném podávání rukou chytil protihráče Antonína Rosu pod

⁹ MF Dnes 2. září 2008: *Jágr je opět nejlépe placený hokejista světa*.

¹⁰ MF Dnes 6. květen 2008: *Do Řepky zase vstoupil démon*.

krkem. Bylo to vyústění hádek během zápasu, píše Mladá fronta Dnes 15. září 2008: *Aféra: Svěrkoš chytil obránce pod krkem.*

I světový fotbal má své hříšníky. Jedním z nich je fotbalista z Pobřeží slonoviny Didier Drogba. 14. listopadu 2008 vyšel článek: *Drogbův zkrat šetří i policie.* Po gólu se fotbalista radoval, ale z publika na něj přiletěla mince a mnoho nadávek, on nejprve ukázal publiku prostředníček, a poté minci sebral a hodil ji zpět. Mohl někomu ublížit, proto aféru řeší policie. Drogba se po zápase omluvil.

Naopak britský fotbalista druhé ligy Joseph Rimmer nesouhlasil s rozhodnutím sudího, který mu udělil červenou kartu. Odešel ze hřiště, ale vzápětí se vrátil ve svém terénním voze a začal honit rozhodčího. Titulek: *Dostal červenou. Tak vzal auto a začal honit sudího po hřišti,* vyšel 3. prosince 2010.

Napadení sudího se odehrálo i v taekwondu. Kubánský reprezentant Ángela Valodia Matos nesouhlasil s rozhodnutím sudího a cítil se být ukřivděn, proto ho kopl a na druhého slovně zaútočil. Byl mu udělen trest doživotního zákazu startovat v mezinárodních turnajích. Aféra se odehrála během OH v Pekingu, proto přišel o svou bronzovou medaili¹¹.

30. listopadu 2010 vyšel článek, který informoval o nespportovním chování finského skokana na lyžích. Titulek: *Ukázal prostředníček. Za trest rebel Olli nesmí skákat,* je vystihující. Harri Olli po nevydařeném skoku ukázal do kamery prostředníček. Protože ale nešlo o jeho první přestupek, byl vyřazen z reprezentačního družstva a dostal stop na další závod.

Dokonce i v NBA, prestižní basketbalové lize, se odehrál skandál, v němž šlo i o život. 4. ledna 2010 článek informoval: *Skandál: jak hvězda basketbalové NBA vytasila na spoluhráče kolt.* Američtí basketbaloví hráči

Gilbert Arenas a Javaris Critteton se nepohodli již během zápasu. Po zápase jejich spor došel tak daleko, že Arenas vytasil na spoluhráče pistoli. Na střelbu naštěstí nedošlo, ale protože nešlo o první incident Arenase, jeho manažeři začali uvažovat o odstoupení od smlouvy.

O podobné potyčce, ale ne se střelnými zbraněmi, informovala Mladá fronta Dnes i 21. srpna 2010: *Při basketbalové rvačce mezi Řeky a Srby letěla i židle*. Při přípravném utkání na MS si protihráči nejprve vyměňovali slovní nadávky, ale jeden ze srbských náhradníků Nenad Krstič to nevydržel, napadl soupeře židlí a rozbil mu hlavu. Poté strávil noc ve vězení.

Toto jsou hlavní oblasti zájmu sportovní přílohy Mladé fronty Dnes, které jsem identifikovala. Je vidět, že sportovci a v malé míře i sportovkyně, jsou v médiích prezentováni i jinak, než skrze sportovní výsledky.

¹¹ MF Dnes 25. Srpen 2008: *Cítil křivdu, tak kopl sudího*.

7 ZÁVĚR

Sport je v současné době masovým fenoménem. Je přítomen v mnoha médiích, jsou mu věnovány speciální přílohy v denících a pořady v televizích. Sportovci a sportovkyně jsou díky médiím veřejně známé osoby, na které je nahlíženo jako na součást showbyznysu. Díky tomu se stali sportovními hvězdami a celebritami a je k nim i takovým způsobem přístupováno. Nejenže jsou pod drobnohledem sportovních zpravodajů, kteří píšou o každém jejich sportovním úspěchu i neúspěchu, ale navíc se stávají oběťmi bulvárních novinářů, kteří se zajímají nejen o jejich soukromý život, ale i o skandály spojené s jejich sportovní kariérou.

Cílem mé práce bylo přiblížit sociologii sportu, konkrétně oblast sportovních celebrit a komercializace, která se s tímto fenoménem pojí. Pomocí analýzy sportovní přílohy deníku Mladá fronta Dnes jsem se snažila postihnout témata, která jsou u sportovců a sportovkyň brána jako skandály a aféry, protože tyto skandály patří do problematiky sportovních celebrit.

Před samotnou analýzou jsem přiblížila teorie, skrze které je možné na sociologii sportu nahlížet a zabývat se jí. Bylo patrné, že ne všechny teorie jsou v souladu, dokonce jsou některé v rozporu. Příkladem takového rozporu jsou kritické teorie, které stojí proti funkcionalistickým teoriím a teoriím konfliktu. Tyto dvě teorie kritizuje za přílišné generalizování, což z jejího pohledu není možné, protože je třeba přihlížet ke konkrétnímu kontextu a k proměnlivosti celé společnosti, tedy i sportu. Proti funkcionalistickým a konfliktním teoriím stojí i teorie interakcionismu, která se snaží o pohled samotného sportovce či sportovkyně a ne o pohled sportu jako takového. Poté jsem se zaměřila konkrétně na sportovce a sportovkyně. Šlo o popsání vývoje fenoménu sportovní celebrity od antiky, kdy byli atleti považováni téměř za božstva a těšili se velké vážnosti. Jejich sláva ovšem nepřesahovala hranice rodného města. Přes středověk, kdy se jako sportovci projevovali rytíři, přestože jejich

prvotním smyslem bylo válčit. Přesto v dobách klidu pořádali turnaje, ve kterých šlo o čest a výhru. Dokonce je v této době možné nalézt podobu se současnou problematikou sponzorování, protože rytíři se snažili upoutat pozornost bohatých knížat, aby mohli v turnajích hájit jejich barvy. Až k současnosti, kdy přechod od amatérského sportu k profesionálnímu, spolu s rozvojem médií, udělal ze sportovců a sportovkyň sportovní celebrity, protože jsou veřejně známými osobami. Proto přitahují nejen novináře, kteří se snaží je přistihnout v nepříjemné situaci, ale i sponzory. Jejich příjmy často pramení z větší části z reklamních smluv, které uzavírají se světoznámými značkami, než z příjmů z vykonávaného sportu. V antice i středověku jsou patrné jasné odlišnosti od současnosti, protože ani v jednom z těchto historických období nedosahovala sláva a odměny takové velikosti jako je tomu dnes. V antice získávali atleti za vítězství pouze větvíčku z nejstarší olivy rostoucí v olivovém háji a možnost nechat si v něm vystavět sochu. Později byly vítězům přisuzovány i léčebné schopnosti a jejich rodná města se stávala poutními místy. Ve středověku byli rytíři považováni hlavně za bojovníky, soutěžili v turnajích, ve kterých byla hlavním vítězstvím čest a uznání. Snažili se ale upoutat pozornost bohatých, jak již bylo zmíněno, což ukazuje na odlišnost od antiky, kde se atleti o upoutání pozornosti nesnažili. Dnes sportovci i sportovkyně dosahují hvězdné slávy hlavně díky rozvoji médií a komerční spolupráci.

V analytické části se ukázalo, že právě spolupráce firem a profesionálních sportovců a sportovkyň přitahuje pozornost médií. Důvodem jejich zájmu jsou vysoké finanční částky, které za reklamy dostávají. Přitom jsou to právě firmy, které sportovcům a sportovkyním nabízejí spolupráci a chtějí, aby se stali jejich tvářmi.

Přesto nejsou sportovci a sportovkyně prezentováni v médiích jen skrze své sportovní úspěchy a reklamní spolupráci. Objevují se i skandály z jejich osobního života, z nichž je nejčastější nevěra, rychlá jízda, jízda pod vlivem alkoholu, braní drog nebo jiné nezákonné činnosti. Píše se i o

dopingových aférách, nejčastěji v souvislosti s atletikou a cyklistikou. Většina sportovců a sportovkyň zaplatí za takovouto dopingovou aféru kariérou, protože se cítí být pošpiněni a tato „nálepka“ by se s nimi pojila po celou dobu následující kariéry. Přestupy a výdělky, převážně sportovců, tvoří velkou část informací ve sportovní příloze. Často se hovoří o výši nabídnutého platu a ceně za přestup z klubu do klubu. Posledním tématem, zmíněném v analytické části, byly skandály přímo z hrací plochy, které se sportovcům a sportovkyním nevyhýbají. Většinou šlo o vulgární gesta, slovní napadání nebo fyzické potyčky ať už mezi hráči samotnými, nebo mezi hráčem a sudím. Výzkum ukázal, že ani ve sportovní příloze nebulvárního deníku Mladá fronta Dnes nejsou zprávy pouze o sportovních výsledcích sportovců a sportovkyň, ale objevují se i zprávy skandální a šokující, které mohou mít negativní dopad na dané sportovce a sportovkyně.

Z prezentovaných výsledků je také vidět, že sportovkyně jsou v deníku zmiňovány pouze v souvislosti spolupráce se sponzory, kde jsou uvedeny tři sportovkyně, a poté v souvislosti s dopingem, kde je několikrát uvedena pouze americká sprinterka Marion Jonesová. V návaznosti na feministické teorie, uvedené v úvodu této práce, je tedy opravdu možné konstatovat, že sportovkyně jsou v médiích prezentovány v menší míře než muži, i přesto, že jsem se zaměřila pouze na soukromí, skandály a aféry sportovců a sportovkyň.

Do jisté míry lze říci, že obraz sportovců a sportovkyň je závislý na médiích, protože právě média nám podávají určitý obraz sportovců a sportovkyň a vytváří sportovní celebrity.

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

Boorstin, Daniel Joseph. 1962. *The Image, or What Happened to the American Dream*. New York: Atheneum.

Coakley, Jay. 2004. *Sports in Society. Issues and Controversies*. Boston: McGraw-Hill.

Děkanovský, Jan. 2008. *Sport, média a mýty. Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. Praha: Dokořán, s.r.o.

Dvořáková, Šárka. 2004. *Marketing in Sport*. Brno: Paido.

Flori, Jean. 2008. *Rytíři a rytířství ve středověku*. Praha: Vyšehrad.

Frey, James H., D. Stanley Eitzen. 1991. „Sport and Society.“ in *Annual Review of Sociology*, Vol. 17: 503-522.

Grexa, Ján. 2008. „Kalokagathia – staroveký ideál a novoveká realita.“ Pp. 33-41 in Radim Šíp. *Kalokagathia. Ideál, nebo flatus vocis?* Brno: Paido.

Guttman, Allen. 2002. „The Development of Modern Sports.“ Pp. 248-259 in Jay Coakley, Eric Dunning. *Handbook of Sports Studies*. Los Angeles: SAGE Publications.

Havlíček, Dušan. 2008. *Listy v exilu*. Olomouc: Burian a Tichák.

Horne, John, Alan Tomlinson, Garry Whannel. 1999. *Understanding Sport. An Introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport*. London: Routledge.

Jarvie, Grant, Joseph Maguire. 1994. *Sport and Leisure in Social Thought*. London: Routledge.

Kronick, Jane C. 1997. „Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat.“ in *Sociologický časopis* 33 (1): 57-67.

Kössl, Jiří, Jan Štumbauer, Marek Waic. 2004. *Vybrané kapitoly z dějin tělesné kultury*. Praha: Nakladatelství Karolinum.

Kurzman, Charles, Chelise Anderson, Clinton Key, Youn Ok Lee, Mairead Moloney, Alexis Silver, Maria W. Van Ryn. 2007. „Celebrity Status.“ In *Sociological Theory*, 25 (4): 347-367.

Loy, John W., Douglas Booth. 2002. „Functionalism, Sport and Society.“ Pp. 8-27 in Jay Coakley, Eric Dunning. *Handbook of Sports Studies*. Los Angeles: SAGE Publications.

Reifová, Irena, a kolektiv. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.

Sábl, Václav. 1968. *Hrdinové antických olympiád. Olympijské příběhy a pověsti*. Praha: Olympia.

Sekot, Aleš. 2006. *Sociologie sportu*. Brno: Paido.

Sekot, Aleš. 2008. *Sociologické problémy sportu*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Scherer, Helmut. 2004. „Úvod do metody obsahové analýzy.“ Pp. 29-50 in Irena Reifová, Winfried Schulz (eds.). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.

Sinn, Ulrich. 2003. *Olympia. Kult, sport a slavnost v antice*. Praha: Nakladatelství Epoque.

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

Washington, Robert E., David Karen. 2001. „Sport and Society.“ in *Annual Review of Sociology*, Vol. 27: 187-212.

Whannel, Garry. 2002. „Sport and the Media.“ Pp. 291-308 in Jay Coakley, Eric Dunning. *Handbook of Sports Studies*. Los Angeles: SAGE Publications.

9 RESUMÉ

This bachelor work analyzes the problems of sociology of sport, namely the phenomenon of celebrities and their presentation in the media. The main goal was to show the phenomenon of sports celebrities and the problems that are associated with this issue, such as commercialization and sponsorship. This work introduced theories, through which we can look at the sociology of sport and study it. Later there was some space dedicated to sportsmen and sportswomen, because currently they are considered as sport stars, which was not common in the past. In the ancient times, the athletes were revered as gods, medieval knights were heroes, for whom the most important was honor, and nowadays the athletes are celebrities known by the general public. The work showed that for the current sportsmen and sportswomen is the most important gain, so this is a reason why sport is so commercialized. Commercialization and sponsorship, which make up the majority of their income, belong to the other chapters of this work.

The methodological part is focused on the presentation of sportsmen and sportswomen in the media. For this research, I used a content analysis of sports Annex of Pilsen issue of Mladá Fronta Dnes from 2008 to 2010. This newspaper was chosen because it is the most widely read non-tabloid newspaper in the Czech Republic. The analysis was focused on the articles that were not related to sports results, but behind the scenes information from the sport, private lives of sportsmen and sportswomen and their indiscretions. The aim was to identify the issues with which the sportsmen and sportswomen are most oftenly associated. These were topics Advertising cooperation of sportsmen and sportswomen, Doping, Scandals from private life, Earnings and Transfers, Scandals directly from the sport area. These topics were presented in this work in detail.

10 PŘÍLOHY

Obrázek č. 1 – Ukázka preference sportů v médiích MF Dnes 9. leden 2008

BAUER VERSUS ROSICKÝ Jak vypadá srovnání dvou světů: lyžařského krále a fotbalové hvězdy

Jeden je „jen“ vítěz, druhý i celebrita



DÍTĚ ŠTĚSTĚNÝ. Také fotbalista Tomáš Rosický musí tvrdě pracovat, přesto navonek působí jako dítě štěstý. FOTO: AP

Takto propátní Bauer ani jeho žena – bývalá lyžařka, s níž má dvě děti – nespí ani od té doby, kdy navštívil nanečekaně Baudera zrodilost. Dálkové studie na vysoké škole a uvědomuje si: „Lyžařským si na život po kariéře nevytvořím.“

Na Božím Danu se začal bydlet v domku na splátky, ke kterému si sám vyrobil plot, ale uvážlivě: „Zda tu zůstane natrvalo... V okolí se těžko hledá práce.“

Takové starosti Rosický neměl. Kdyby se po kariéře stihl do konce života na Havaj, těžko by vydělal peníze větší útržiny.

A jistě zase u finanční... Rozvířil mezi vydělávajícími fotbalisty a ostatními je až krutý: „Tvrdí mi manažer Pavel Zluka v jehož stáji“

„Jsem obyčejný kluk, nepřipadám si extra vyjímčím.“ tvrdí Bauer. Rosický má? Ne, nemůže: má vyjímčív talent, vyjímčív život, vyjímčív dárku, vyjímčív peníze.

„Ja jsem ale na fotbal stejně šťastlivý.“ říká Bauer s usměvem. Němce TOMÁŠ MAJER, FLIP SAIVER

■ Lukáš Bauer

30 let
Lyžování: aktuálně nejlepší světový běžec na lyžích
6 000 000 Kč (odhad MF DNES)
Zenaty, manželka Kateřina je bývalá lyžařka, mají dvě děti
Domek na splátky v Božím Danu
Obec Boží Dar, Nad Čouč, výroční lyžařského vybavení
Nemá manažera, v marketingu mu radí expert Martin Müller
Víc než 40 závodů za zimu, včetně olympijských vítězství
Nečeká dva miliony za 10 dní ukátné dráhy? Fotbalový záložník Tomáš Rosický vydělá za stěpy čas 4,2 milionu, když je kapitáladu zraněný

talentu než jimi. Navíc ve fotbale, který je globálně sledován. Vyslovte takřka kdekoliv na planetě jeho jméno a tanoucí budou v obzaru. Bauer vellas mohl naprosto těžko profesionální třeba do JZM Ameriky... Sport v němž oba vynikají, je tím nejzajímavějším, co utváří jejich postavami.

Lyžář z Krasných hor se například užloštině brání tonu, aby jej polopila velká marketingová společnost. Tahala by mě od čerta k ďáblu a výsledek by byl kdovíjaký. Raději nějak peníze obětují, vysvětluje Bauer. Společně si může Bauer na rozdíl od kapitána fotbalové reprezentace – dovolit Rosický musí mít slib: manažerské zázemí, imak by svou pozici nestavěl. Inak jeho forma-

Podání líce Bauderovi užzná sezná, na kdy bude vytrvale vítěz ve Světovém poháru, získá maximálně 6-7 milionů korun včetně přeměti sponzorských. Rosický si jen na základní mzdě přijde na víc než dvočetmásovek.

Rosický a Bauer, dva sportovní hrdinové současného Česka, žijí ve zcela odlišných světech. A neplatí to pouze v okamžiku, kdy jsou světy buďne srovnávat pomocí peněz... Rosický na mě působí jako dítě štěstý s darem od panaboha, dítě štěstý s pohádkově naladovaným příběhem.“ říká expert na sportovní marketing Karel Tejsár. „Bauer byl před ním otvírala velká šance, vždy se něco pokázalo. Až teď ne. Vše si musí vydělat a vybojovat.“

Rosický v šatku dostal větší máš



27 let
Fotbal: kapitán reprezentace a opora Arsenalu Londýn
150 000 000 Kč (odhad MF DNES)
Svolování, bezdělný, přítelkyně Dům za Londýnem, který může v budoucnu prodat
Nike, Gillette, McDonald's sponzory
Agentura ISM manažera Pavla Pasly
45 zápasů (sezóna 2006-2007, kdy byl zraněn)
Holeky má jako druhý domov, cestuje nejen po Anglii
Téměř globální ikona, reklamní „posel“, celebrita

„Ja jsem ale na fotbal stejně šťastlivý.“ říká Bauer s usměvem. Němce TOMÁŠ MAJER, FLIP SAIVER

„Ja jsem ale na fotbal stejně šťastlivý.“ říká Bauer s usměvem. Němce TOMÁŠ MAJER, FLIP SAIVER

„Ja jsem ale na fotbal stejně šťastlivý.“ říká Bauer s usměvem. Němce TOMÁŠ MAJER, FLIP SAIVER

„Ja jsem ale na fotbal stejně šťastlivý.“ říká Bauer s usměvem. Němce TOMÁŠ MAJER, FLIP SAIVER

Obrázek č. 2 – Úspěšná kampaň Michaela Jordana, který už nehraje basketbal a přesto stále spolupracuje se sponzory MF Dnes 11. leden 2008

Král, který vládne sportu i reklamě

Michael Jordan sice nehraje basketbal už více než čtyři roky, ale jeho vliv přesto neslabne

Michael Jordan. To je vic než jen jméno vyjimečného sportovce, považovaného za nejlepšího basketbalistu všech dob. Je to obchodní značka. Sportovní ikona dikující i módní trendy. Přestože jeho basketbalová kariéra je minulostí, jeho pozice neslabne. Magazin Forbes ho loni označil za třetí nejvlivnější populární osobnost světa.

Fotbal = Pele. Hokej = Wayne Gretzky. A zléšený basketbalu? Tim je jednorázně Michael Jordan. „Je to nezaměnitelná postava. Fenomenální hráč s velkým vlivem a charizmatem.“ říká Jim Zidek, první český hráč v zámořské NBA, nejstaršího basketbalového lize světa. Jediny měsíční profesionální kariéru v ní stačil Jordanovi na to, aby na sebe stihl obrovskou pozornost. Takovou, až tím švalstřar hráče zároveň dostal na titulní stránku proslulého časopisu Sports Illustrated, což se mu později povedlo ještě osmadvacetikrát. Titulek zněl: „Zrodila se hvězda.“

Nejvlivnější osobnosti

Sportovní superstar se narodila před čtyřiaštyřiceti lety v newyorském Brooklynu a vyrůstala v Severní Karolině. Odmala jí s otcem spojovala láska k baseballu. Ale ze všeho nejradši měl Jordan trávit čas bez pátky a s míčem o něco větším než basketbal. Na střední škole vedle tréninku baseballu oblékal i hranatou výstroj pro hráče amerického fotbalu. Ale basket? Dokud Michael nenarodil na 190 centimetrů, měl problém dostat se do elitního výběru cahounů drblujících s míčem po palubovce. Ale pak se vše změnilo. Na univerzitě začal sbírat jedno ocenění za druhým. Nejlepší univerzitní hráč, olympijský vítěz... To byl jen začátek. Každý další měsíc přilýtl.

Když si jej Chicago vybralo jako třetího meza největšími basketbalovými talenty roku 1984, byla to vynikající volba. Jordanovo umění plnilo halu a okolo něj postupně vyrůstala vítězná dynastie Bulls. „Navrátil na dvojici Magic Johnson a Larry Bird, kteří neuvěřitelně zpopularizovali NBA a vytvářeli jí z velkých problémů.“ říká Zidek. „Bylo to vynikající atlet.“

Jordan se desetkrát stal nejlepším střelcem zámořské lize, tenkrát titul držel sedm let v řadě. Aspoň 10 bodů dalek v 840 utkáních za sebou. A nasbírat za sezónu 3 000 bodů pro něj nebyl problém. Dva dny nikdo nefekoval jeho rekord – 65 bodů za jeden zápas v boji o titul. „Bůh se přestrojil za Michaela Jordana.“ prohlásila po tomto utkání další legenda, Larry Bird.

Na internetové stránce YouTube vyskočí na zadání jména Michael Jordan více než 18 tisíc videozáznamů. A když se jimi probráte, skoro zapomenete na čas. „Na jeho artistické kousky se člověk může dívat donekonečna. Nevím, jestli někdo může napodobit jeho výkon při soustředěném soustředění. Jako by vůbec nehral v potaz gravitaci.“ říká Zidek.

Útočník i obránář

Při pohledu na způsob hry se zdá, jako by Jordan opravdu létal. Věk podle toho také dostával své předzvěky, jako třeba jeho vzácné veličenství. Ke koši se odrazil i z nekohanketové vzdálenosti. Improvizoval. Za letu se klidně otočil a přehodil míč z ruky do ruky. Soupeřij jej museli bránit ve třech, ve čtyřech. Někdy se svému utmýlní přidivil i on sám.

Ve vzduchu vystřkoval jazyk. Tak to dělal jeho táta, když se soustředil na opravování přístroje. Ta byla další jeho značka.

„Je Michael Jordan. A pak my ostatní.“ citovaly stránky NBA.com dalšího proslulého basketbalistu Magika Johnsona. Zidek dodává: „Nevíc podivuhodné na něm bylo, že měl průměr okolo třech bodů na zápas, ale zároveň byl několikrát vyhlášen nejlepším hráčem utkání. Opravdu to byl naprostý komplexní hráč. Chicago Bulls vstřelil na dekadu z průměrného družstva na šestnáctého šampiona.“

Pár let to tedy trvalo, než byli Bulls schopni ligu vyhrát. Ale pak to dokázali třikrát v řadě. Mezitím si ještě Jordan se slavným Týmem sna oskočil znovu na olympiádu. A zase vyhrál. Po třech letech, v pouhých třech letech, však basketbalová hvězda oznámila: „Končím.“ Michael Jordan si tehdy přepadal vysávy. Byl stále nejlepší, věčně sledovaný, úspěšný... Jeho motivace se pomalu vytrátila. Byl tu však i mnohem závažnější důvod: jeho otec byl zavražden při koupelním přepadení u dlaně. Na čas se tedy uchýlil k baseballu, do týmu Birmingham Barons v nižší lize. Vždyť táta z něj chtěl mít profesionálního hráče, ale na to Jordan neměl.

Psal se 18. března 1995, když vydal další srúčnou tiskovou zprávu: „Jsem zpět.“ Zal tím, že vyměnil své tradiční číslo 23 za 45. „V prvním roce po návratu to nebyl on, přece jen z basketbalu vypadl. Trvalo mu rok a půl, než byl znovu skvělý. Ale pak byl nazpatek v absolutní formě.“ říká Zidek.

Jordan se vrátil ke starému číslu 23 (ano, i to k němu nezaměnitelně patří), zase rozhodoval zápasy, sbíral obrovské počty bodů, vládl lize.

Jen u basketbalu však nezstal. Od počátků kariéry je totiž sportovci a módní ikonou. Mužem, který určoval a určuje trendy.

Když nosil dlouhé šortky, pod nimiž ukryval ještě ty z univerzity, stala se z toho móda. Ohlíli si hlavu?

Proč ho nenapodobit? Boty z jeho řady Nike chtějí mít asi každý capart hráč basketbalu. Ze ty první s černo-černou barevnou kombinací porušovaly pravidla NBA? „Tim lepe! Reklama je zaměřena z obchodní mizery, jako by je někdo očlčoval koučovním průtokem. Jak možná Jordanova popularita, tak se šířila i slava firmy Nike.“

„A jeho reklamy s hercem Spikem Lecom jsou legendární.“ připomíná Zidek.

Pro McDonald's zase natočil slavnou reklamu s jinou basketbalovou slávkou hamburger, kterou musel rozhodnout až střelecká soutěž z mrazikotrapu.

Jordan spojil jméno s mnoha dalšími společnostmi – od automobilky po výrobce nápojů.

Zahrál si ve filmu Space Jam. Ostatně, i s postavčkami z Looney Tunes se objevil v propagacních spotech. Jordan je žákta mnohem víc než jen výjimečný sportovec.

Ale basketbalovým hráčem je především. Když po svém prvním návratu znovu získal titul – na Den otce – seděl na zemi a plakal. V té době se dostal jako jediný za celou historii NBA hned tři ocenění najednou – za nejužitečnějšího hráče lize, jejího finale i Utkam hvězdu.

Opět s tímto opozoval ligu třikrát v řadě. O posledním titulu rozhodli v posledních vteřinách. „Už nemám mentální výzvy, abych pokračoval jako basketbalista. Na 99,9 procenta se už nevrátím.“ uvedl o pár měsíce později.

Tleskají mu i soupeři

Ani tentokrát to však nebylo napole. Neprve se Jordan vrátil „jen“ jako spolahmatel a funkcionář Washington Wizards. Ale soutěžnost mu nedovolila sedět jen v křesle. V září 2001 tak polepsil klubem hráčskou smlouvu. Peníze ze svého platu věnoval obětem teroristických útoků z 11. září.

„Tehdy mě překvapil, že se vrátil. Ale dnes už to chápu. Odejít z profesionálního sportu je hodně těžké. Kdyžbych měl jakoukoli možnost, udělal bych to taky.“ říká Zidek, jenž musel ukončit kariéru kvůli zdravotním problémům.

Proti Jordanovi hrál Zidek rád. „Bylo to bezvadné, vždycky byla skvělá atmosféra. Byl neuvěřitelný hráč. Pamatuju si, že v jednom zápase byl vřadán rozhodnutím. Chicago nad námi vedlo o třicet bodů a on i na konci zápasu tvrdě vyžadoval disciplínu a přesnost v plnění signálů od mladíků, kteří dostali šanci hrát.“ popisuje.

Když Jordanovi bylo čtyřicet let, dokázal nastřelit více než 40 bodů za zápas. Ale jeho tým se nedostal



BASKETBALOVÉ VELIČENSTVO. Snímek z roku 1995. Ldy se hvězda Michael Jordan po krátké přestávce vrátil do světa palubovky. FOTO: PROFIIMEDIA/CZ

Život v datech

17. února 1963 – narodil se v newyorském Brooklynu.
1984 – pro NBA si jej vybrali tým Chicago Bulls, vyhrál olympiádu, podepsal smlouvu s Nike a třetí v první sezóně se stal nejlepším nováčkem lize.
1991 až 1993 – s Chicagem získal první trojici titulů a další olympijské vítězství i kvůli smrti otce ukončil kariéru a začal hrát baseball.
1996 až 1999 – podruhé přišel titulu v řadě a získal ocenění.
1999 – podruhé chystal konec kariéry.
2001 – ještě jednou se vrátil na palubovky, tentokrát za Washington.
16. dubna 2003 – poslední zápas NBA se hrál ve Filadelfii.

do play-off. A tak 16. dubna 2003 naposledy a definitivně skončil. Za třináctiletou potlesku diváků, spoluhráčů i soupeřů.

Pije kávu a uší se trpělivostí

Sport však neopustil. Vátně hraje golf, v němž se sází. Ostatně, gamblerství bylo v jednu dobu jeho problémem. „Byl jsem hloupý. Ale nikdy jsem neriskoval životy svoje a své rodiny.“

Jeho majetek dnes čítá stovky milionů dolarů. Podniká v mnoha oblastech – jeden čas vlastnil třeba motocyklový tým.

Všude, kde se objeví, je o něj zájem. I proto se nyní – jako spolahmatel a manažer Charlotte Bobcats – raději moc nepřibližuje k palubovce. I když je pravda, že s tímto si nedávno zahrával. „Jeho přítomnost pomáhá udržovat potlesk soustředěné. I kdyžby jen seděl někde, kde by ho viděli, hráli by lépe.“ říká kouč Sam Vincent pro list Charlotte Observer.

„Ale chápu, že nechce. Nemůže být na veřejnosti bez přítomnosti kamer sledujících každý jeho krok. Nemůže vyjádřit emoce.“

O stejných obtížích své nové role mluvil sám Jordan pro televizi ESPN. Jeho typický den prý nyní vypadá takto: „Sedím v kanceláři a piju si kávu, než bych chtěl, a sleduju, zda je všechno v pořádku, zda tým něco nepotřebuje.“

Nejvic se prý musí učit trpělivosti. Soutěžnost s ním totiž cloumá, ale Bobcats patří v lize k nejhorším týmům. „Nechtěly byste vidět, co dělá, když se nedáří. Vím, že basketu rozumím. Chtl bych hráčům předat co nejvíce informací.“

Byly by to informace od toho nejlepšího basketbalisty světa. Každý přece hraje v jiné době. Já vystavil svůj talent na ramenou jiných.“

Na jeho ramenou zase rostl další. Mnozí se mohli ryknit přívěskem: nové Michael Jordan.

Ale ten pravý je jen jeden.
BARBORA ZEĤANOVA

Obrázek č. 3 – Ukázka komercializace spojené se sportovcem MF Dnes 23. červenec 2010

LeBronmanie nese miliardy i vztek

Je libo LeBron burger? Nebo LeBron lázeňskou kúru? Miami pobízáni basketbalový přestup století, který na druhou stranu odsuzují největší legendy tohoto sportu. Léto v Americe nemá silnější sportovní příběh.

MIAMI Vzduchem létají nadávky, miliardy i horlivé dresy. „Na začátku července vrcholil Wimbledon fotbalové mistrovství světa, baseballová sezona je v plném proudu. Ale stejně dominoval basketbal!“ říká hrdě Eric Woolworth, obchodní ředitel klubu Miami Heat.

Postaral se o to LeBron James – olympijský vítěz, nejuztírejší hráč NBA, chlap z plakátů a reklam. Po přestupu z Clevelandu do Miami je o něm slyšet ještě víc, titulky však jsou různé: Floridu pobízánila story o kouzelníkově s mitem, zbytek Ameriky ukazuje na velezáradce.

Ale nikoho to nenechává v klidu.

Díky, přinesete miliardu

Len za zapsání do pořádku o permaentky se platí 100 dolarů, v Miami by ale dalek mnohem víc. „Hraje teď na svém vlastním obchodním hřišti,“ říká Woolworth. Máte hlad? Kupte si LeBron burger se sýrem, cibulovými kroužky a páňivými papričkami. Jste u toho? Nemí nad LeBron lázeňskou kúru – za 149 dolarů dostanete masáž, pedikuru, dárkový balíček i karion piv. Unavení? 2 500 dolarů stojí hotelové apartmá, kde najdete LeBronův iPod s jeho oblibenými songy či jidlo, co mu chutná. Nebo se projedte ve Ferrari F430 – hádejte, komu se tohle auto libí?

2500

dolarů stojí speciální apartmá v hotelu, jehož součástí je i iPod se songy, které má rád LeBron James.

Miami šíjí. Podle některých odhadů LeBron James spolu s dalšími megahvězdami Chrisem Boshem a Dwaynem Wadem, kteří v klubu podepsali nové smlouvy těsně před ním, přinesou na Floridu obrát MILIARDU dolarů! A to bez jejich kontraktů za celkem 329 milionů dolarů – jde „jen“ o peníze, které se díky nim utratí.

„LeBronmanie“ má však i stínou stránku. A to nejen v tom, že okamžitě po přestupu začali zhrzení fanoušci Clevelandu pádit jeho dresy s číslem 23 a majitel klubu je veřejně sepsal: „Jsi zbabělec“.

To musíte zvládnout sami!

Představte si, že výtečně hrajete hokej, jenže pak se do vás pustí LeBron James i Gretzky. Nebo že jste fotbalová hvězda a zkritizují vás Pelé s Maradonou. Ti nejlepší.

„Tohle by nás nikdy nenapadlo. Nikdo by tohle neudělal,“ kroučí hlavou legendární Magic Johnson. „Nemyslitelná věc,“ přidává dal-

ší superstar minulosti Michael Jordan.

„Je to absurdní,“ soudí Charles Barkley, další člen nejslavnějšího basketbalového muzeiva dějin, Dream Teamu z Barcelony 1992.

Výtka zní: proč tenhle kluk, možná nejlepší hráč planety, kývnul Miami a zařídil se po bok Wadea a Boshie? Proč odmítl být samojedinou hvězdou, jež dotáhne tým k titulu? Já už od univerzity chci pořádek po rázet Larryho Birda. Ne s ním být v šatně,“ říká Johnson.

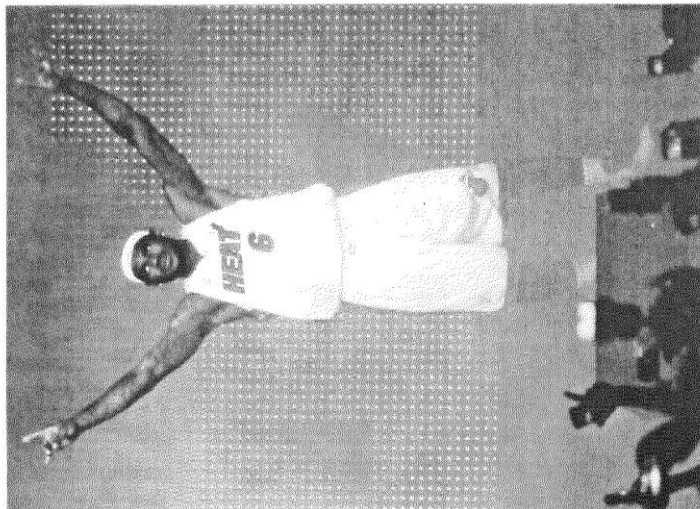
Není to úplně košer, vzdýřel Jordan měl v Chicagu svého Pippena či Rodmana. Ale jde o symboliku: LeBron James měl prostě být tak dobrý, aby vše zvládl sám. Zvolil však jinou cestu.

Happy end přišel. Ale jen dílčí

Důvod se nabízí: v Clevelandu kolem Jamese postavili tým, ale na útl v NBA nedosáhli. Proto zvolil 25letý basketbalista Miami. „Změna mě zasáhla, ale tady je šance na vítězství nejlepší,“ říká. I za cenu ztracení. Vyplácí se?

První dílčí dobré zprávy už přišly. Misto toho, aby v Clevelandu dál pátili LeBronovy dresy, poslali je na Floridu bezdomovcům.

Opavdový happy end pro Jamese, tedy přísten šampiona NBA na jeho ruce, je ale ještě pořád daleko. **Miroslav Němý**



Nová hvězda Heat

Basketbalový idol LeBron James způsobil na Floridě notný poprask. Tým Miami Heat s ním bude patřit mezi největší favority NBA.

Foto: Ista

Zhrzení fanoušci

Odchodem do Miami našel James předešlým fanouškům v Clevelandu, kde se obradně pallo oblečení s jeho jménem.

Foto: Archiv

Obrázek č. 4 – Ukázka mnoha podob sportovní celebrity MF Dnes 13. leden 2009

Ach, tvůj parfém voní, Davide

Davida Beckhama nelze vnímat výhradně jako fotbalistu: stal se součástí popkultury dnešního světa

Je příznačné a není náhoda, že David Beckhama současnou hostuje v Miláně. Sám Beckham je čímsi jako mladší značka.

Je příznačné a není náhoda, že domovským klubem Davida Beckhama je ten v Los Angeles, kde se hollywoodské sny mísí s realitou.

Sám Beckham je čímsi jako herec. Věste zpěvák Beyoncé či Jennifer Lopez, ale také jako herec, dělník, gladiátor a suferič na účinkování v reklamách Pepsi, s ním pro 10 letech akčně spolupracel. Kovy, gladiátor... Ale životní role Davida Beckhama je jina. Fotbalový profesionál.

Beckham, Madonna, Homer

Toto roli nehraní fraňtinečtělý muž vůbec špatně, naučil se jí tak, že ho vynešla na vrchol a...

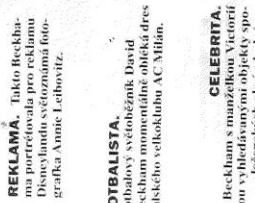
A dost, konec provokací. David Beckham fotbalistou skutečně je. Byl se někdy vážně zda, že fotbal pro něj není naplna života, ale náhlé změně sávkce i, promoknutí mezi

Přitom nepochybujte, že fotbal špičkové ovláda. Bylo by krajně nespravedlivé říkat opak. Je to užasný hráč a může nám hodně pomoci, trenér Carlo Ancelotti, trenér AC Milán, kam je nyní Beckham přes zimu zapůjčen. A nedělní duel s Římem s AS naznačil, že má konci

lence dost dobře nevíde vidět. v Beckhamovi vlnadně fotbalistu. Žádný jiný sportovec se nestal tak výraznou součástí popkultury jako on. Pokud popkultura vnímáme jako povrchní a na byznys orientovanou masovou záležitost, jejímž hlavním cílem je vnímat spotřebitelé vlastní to obrázka Beckhama, pak do tohoto světa Beckhama patří.

Něbo snad vidíte roždilné zapada. Beckhamem, Madonnou, Homerem jménovány se záložník velmi dobře zná či virtuální postavami typu Homera Simpsona či Harryho Pottera. Žádnou to dušle, jež svým vlivem přizpůsobila oboru a fanoušci hlubší sse, než kdykoliv dříve.

Davidův životní styl? Hraje fotbal, divy, pro které je sport – ne však Beckham – absolutně bezvýznamnou záležitostí. Fka Alvin Hall, uznávaný reporter stánce BBC,



Budoucí premiér?
Není však rozhodně jen vlnou médií, potažmo senzacechtivých čtenářů, že je Beckham zaskatkován do kategorie „profildých“ hvězd; o nichž je vždy důležitý.
Težko mu věřit plně nad zřetelnou soukromí, když se s svou manželkou Victorií velmi často společně rami, kde září světlá ramp. Ostatně, jako manželka zůstává s bývalou zpěvačkou popové skupiny Spice Girls vypadá na první pohled jako velmi chytrý lah „PR agentura“, ac by bylo urážlivé bez znalosti věci pochytovat o vzhledu a životě samotného Davida Beckhama si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

Beckham si více než naprosto životopise stěžuje, jak ho pronásledují paparazzoové, ale ve stejné knize označuje za nejlépejší okamžiky života kromě fotbalových a dalších milníků 1 to, že byl jako první sportovec na obalce časopisu The Face a jako první muž na obalce ženského magazínu Marie Claire.

REKLAMA. Takto Beckhama portretovala pro reklamní Disneylandu světově známá fotografka Annie Leibovitz.

FOTBALISTA. Fotbalový světoběžník David Beckhama v dresu svého bývalého italského velkoklubu AC Milán.

CELEBRITA. Beckham s manželkou Victorií jsou v hledáčkách objektivů sportovních a divokých bulvárů.

INFORMACE. Ze Beckhama chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

ZPRÁVA. Ze si na Novém Zélandu schočil z mesu na lamě. O posledním zpráve se i ve sportovní redakci MF DNES rozhodla debata. V nabídce na příští den, jež se každoročně Beckham mezi deseti nejoblíbenějšími vlnami světa.

INFORMACE. Ze Beckham chystá další album. Beckham chystá další album. Beckham chystá další album.

Obrázek č. 5 – Příklad skandálu ze soukromí MF Dnes 15. říjen 2009

Zabily belgickou star drogy?

Záhadné úmrtí: bývalý skvělý belgický cyklista Frank Vandenbroucke zemřel v pouhých 34 letech

Saly - šlo o náhodu? Sebevraždu? Předávkování drogami?

Bývalý skvělý belgický cyklista Frank Vandenbroucke byl v pondělí nalezen mrtvý ve svém hotelovém pokoji v senegalském letovisku Saly. Ve 34 letech...

Příčina smrti je nejasná. První zprávy hovořily o plicní embolii. Belgický tisk psal, že bývalý vítěz prestižního klání Paříž - Nice se předtím opil. Na jeho posteli byly nalezeny inzulin, prášky na spaní a uklidňující prostředky. Ale co způsobilo embolii? Lékaři připouštějí verzi, že Vandenbroucke zabil v drogách překročila přípustné meze.

Už v roce 2002 byl na šest měsíců distancován za doping. Policie u něj našla při domovní prohlídce morfin, EPO, preparát clenbuterol způsobující nárůst svalů a šest dalších zakázaných substancí. Ve své autobiografii Já nejsem bůh se přiznal k častému užívání EPO. Ale před soudem tvrdil: „Spousta těch prostředků nenáležela mně, ale mému psovi, který trpěl astmatem.“

Jesťe letos vyhlásil, že se chystá na návrat do pelotonu.



NENAPLNIL OČEKÁVÁNÍ. Vandenbroucke patřil do špičky, jeho úspěchy však přebila řada skandálů. FOTO: PROFIMEDIA.CZ

■ Cyklisté a drogy další tragické případy

Tom Simpson (29 let, Brit.)
Zemřel na Mont Ventoux při Tour 1967 – předávkování amfetaminem.

José María Jimenez (32 let, Šp.)
Zemřel na psychiatrické klinice v Madridu v roce 2003 na selhání srdce. Opět se hovoří o drogách.

Marco Pantani (34 let, It.)
Byl nalezen mrtvý v Rimini ve svém apartmánu v roce 2004. Léčil se z deprese, předávkoval se kokainem.

Frederiek Nolf (21 let, Bel.)
Mrtvého jej našli v hotelu při letošním závodě Kolem Katanu. Příčiny: selhání srdce - a doping?

Vůle mu však chyběla...

Jeho matka Chantal Vannymbeková mu předtím do Senegalu telefonovala. Listu Het Nieuwsblad nyní ličila: „Po hlase byl veselý. Ubytoval se v nejlepším senegalském hotelu. Věřila jsem, že po 10 tvrdých letech se mi opět vrátí můj pravý syn. Ale on už nepříjde. Jsem zdrčená.“ Aby toho nebylo málo, senegalská policie večera zadržela dva muže a jednu

ženu kvůli podezření, že mrtvému ukradli 300 eur (asi 7 700 korun) a dva mobilní telefony...

Skandály jeho život lemovaly. „Byli jsme připraveni na to, že může takhle skončit. Automaticky se mi vybavily vzpomínky na Marka Pantaniho,“ uvedl strýc Jean-Luc.

Předloni se chtěl Vandenbroucke zabít. Manželka Sarah se s ním tehdy po sedmiletém manželství plněm excessu chtěla rozvést. „Bylo to s ním peklo. Mne i moji dceru pravi- delně bil,“ řekla listu Gazzetta dello Sport. „Neustále pil a bral drogy: amfetamin a kokain i silné prášky na spaní. Trpěl halucinacemi. Byl surový, sprstý a agresivní.“

Když mu tehdy oznámila, že jej opouští, předávkoval se léky. Zachránili jej v posledních chvílích. Sarah pak skutečně odešla i s dcerou Margaux, zatímco on se léčil na psychiatrii. Muž, který v letech 1994–2002 slavil v profipelotonu 51 vítězství, vyhrál i dvě etapy na Vuelte, byl třetí ve světovém žebříčku a měl desetitisíce fanoušků, zůstal najednou zcela sám.

TOMÁŠ MACEK

Obrázek č. 6 – Ukázka článku zahrnutého do tématu Skandály ze soukromí MF Dnes 29. prosinec 2009

Pijan Nykänen unikl dalšímu uvěznění. Prozatím

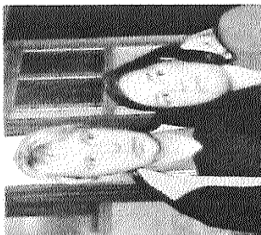
Matti Nykänen do vězení nepůjde. Zatím.

Na Štěstý den se opil a doma v Yläjärvi surově zbil manželku. Škrtl ji páskem od županu, v rukou mu dokonce svítila čepel nahroušeného kuchyňského nože. „Zabiju tě!“ ječel v návalu nepřítomnosti.

Kdyby legendární finský skokan

na lyžích bodl a zabil, hrozil by mu výjimečný trest. On svou partnerku „jen“ nepěkně poťezal a přidusil, takže se večera rozhodovalo o tom, zda ho finská policie obviní z pokusu o vraždu. Pak by si ho ve vazbě nechali.

Ale nenechali. 46letý Nykänen bude vyšetřován na svobodě z podzření, že ženu týral.



TYRAN A OBĚT. Matti Nykänen a jeho žena Mervi.

Mervi Tapolová, u vánočního stromčku taky pořádně opilá, přezíla. Lékaři ji zaslali různé rány na ruku i v obličej a ona se pak vrátila domů. Možná už brzy budou s manželem zase sedět u jednoho stolu, i když... Nykänen se zatím kvůli předběžnému opatření nesmí k manželce přiblížovat.

Ti dva mají hodně útlé vztah.

Čtyřnásobný olympijský vítěz Matti a provokátorka Mervi, Mattiho čvrtá manželka, oba alkoholici. Už před třemi lety musel Nykänen za opakované domácí násilí na čtyři měsíce do vězení, teď se jeho sílnosti opakovaly. Mezitím ještě stačil pobodat kamaráda a obsedl si ve vězení dalších 13 měsíců.

Kolik dostane tentokrát? (jap)