

**Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy
učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci**

**Socializace sportem
(průvodce studiem)**

Arnošt Svoboda

Univerzita Palackého v Olomouci, Fakulta tělesné kultury, 2017

Anotace: Absolventi získají informace o roli sportu v procesu socializace jedince a jeho výchovy. Budou představeny základní sociologické a sociálně-psychologické teze popisující proces začlenění jedince do společnosti a možné role, které v této souvislosti hraje sport a pohybové aktivity. Seminář těží z poznatků sociologie sportu, která popisuje sport jako složitou sociální strukturu, pevně propojenou s kulturními, ekonomickými i politickými vlivy. Dále je zdůrazněno téma medializovaného sportu jako zásadního činitele v procesu šíření sportu a informací o něm v soudobé společnosti. Na závěr je představeno téma subkultur jako běžného prostředí pro socializaci, zejména v oblasti tzv. alternativních sportů.

Na závěr každé kapitoly jsou, mimo zdrojů použitých při přípravě textu, uvedeny základní otázky, na které by měl student znát po prostudování textu odpověď a doporučená další literatura. Po stranách textu jsou pak u příslušných pasáží zdůrazněny klíčové pojmy rozpracované v dané části.

Obsah:

1. Socializace
2. Socializace do sportu a sportem
3. Sport a média
4. Subkultury jako prostředí pro socializaci

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

1. Socializace, vývoj osobnosti v kontextu sociální skupiny

Abychom byli schopni porozumět procesům, které ovlivňují výchovu a vzdělávání, musíme zároveň porozumět společnosti a kultuře, ve které tyto procesy probíhají. Mluvíme-li v sociologii o *kultuře*, máme na mysli zejména sadu určitých *hodnot, norem a hmotných statků*, které lidé vytvořili, cení si jich a považují je za významné. Hodnoty lze považovat za abstraktní ideály, normy za psané či nepsané zásady nebo pravidla, kterými se lidé mají dle očekávání ostatních řídit. Jednotlivé kultury mohou být velmi rozmanité, co do místa či času. V této souvislosti můžeme přemýšlet o tom, do jaké míry jsme okolní kulturou ovlivněni ve svých očekáváních, názorech a soudech a jak moc jsme ochotni připustit, že jiní lidé mohou mít tyto názory a očekávání jiná.

Zvláštní místo při studiu kultur zaujímají *symbols*. Lze tak označit prakticky cokoliv, co svým významem reprezentuje cokoliv jiného. Symbols mohou v kultuře fungovat díky tomu, že její členové navzájem sdílejí určité významy. Symbols mohou odkazovat k historickým událostem (šlechtické erby), ke sdíleným citům (obraz srdce reprezentující lásku), institucím (červený kříž odkazující k lékařství, pomoci od nemoci či zranění). Samozřejmě, symbolem mohou být i určité módní doplňky či technologie, kterými chceme svému okolí ukázat, že sledujeme módní trendy, můžeme si dovolit pořídit drahé věci nebo chceme naznačit příslušnost k určité komunitě či skupině (např. židovská jarmulka nebo křesťanský kříž na přívěsku).

Pro kulturu možná nejzásadnějším symbolem je systém *jazyka*. Jedná se v podstatě o sadu symbolů, které vyjadřují myšlenky členů kultury a umožňují jim navzájem komunikovat a koneckonců i přemýšlet (i při myšlení přece užíváme konkrétní jazyk, zkusme se nad tím zamyslet). Jazykem a jeho výrazovými prostředky zároveň vyjadřujeme a reprezentujeme kulturní význam přisuzovaný konkrétním objektům okolo nás. Zkusme se dále zamyslet nad tím, jaké významy v sobě nesou jednotlivá označení mužů a žen: muž, pán, chlap, kluk, klučina, žena, holka, dáma, ženská a mnoho dalších, často velmi expresivních. Tím, že je využíváme, vlastně předem „značujeme“ konkrétní osoby a naznačujeme svému okolí, jaké významy a vlastnosti by si mělo s konkrétní osobou spojit. Důležité pro pochopení sociální konstrukce kulturních významů je, že takováto označení se často zakládají na sdílených symbolech, spíše než na reálných vlastnostech označované osoby.

Jako jeden ze znaků kultury jsme si uvedli *normy*. Na rozdíl od hodnot (přesvědčení o žádoucím či nežádoucím jednání) nám normy přímo říkají, jak reagovat na daný podnět nebo v určité chvíli. Jsou to stanovená pravidla pro chování nebo návody pro řešení určitých situací. Základním způsobem lze normy rozdělit na *formální a neformální*. Formální normy mají často formu zákonů nebo podobně závazných předpisů a nezřídka v sobě obsahují *sankce*, tedy reakce na vhodné (odměny) či nevhodné (tresty, pokuty) chování upravené normou. Ale pochopitelně se lze setkat i s méně závaznými normami, kterými mohou být třeba stanovy nějakého spolku či klubu, školní nebo pracovní řád. Na druhé straně, neformální normy

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

nemají svou psanou či jinak kodifikovanou podobu. Obsahují také pravidla pro chování, která však v dané společnosti nejsou upravena jednotným způsobem. I jejich porušení však může vyvolávat sankce, v tomto případě též neformální. Namísto pokut nebo vězení nás tak ostatní mohou pomlouvat, ukazovat si na nás prstem, mračit se na nás, nebo nám nějakým jiným způsobem více či méně srozumitelně naznačit, že jsme se něčím provinili a nejsme momentálně vítáni ve společnosti ostatních členů dané kultury (skupiny, komunity).

Veškeré kulturní a společenské faktory se sbíhají v procesu *socializace*. Jedná se o celoživotní proces tvořený sociálními interakcemi, během něhož se tvoří identita jedinců a rozvíjejí fyzické, mentální a sociální dovednosti, které jsou nezbytné pro začlenění se do společnosti. Jedná se o nezbytnou formu propojení mezi individuem a společností a zároveň je nepostradatelný pro přežití jak společnosti, tak individua. Jak už tušíme, jednotlivé formy a obsahy socializace jsou definovány kulturou a typem společnosti, ve které jedinec vyrůstá a pohybuje se. Pro optimální průběh procesu socializace je nezbytné sociální prostředí a kontakt s ostatními lidmi, v případě dětí zejména kontakt s dospělými. Jaké jsou důsledky případné izolovaného vývoje ukazují dokumentované případy, kdy z nějakého (vždy velmi dramatického) důvodu bylo dítě izolováno od svých rodičů nebo od přísunu standardních podnětů (kontakt s okolím, lidská řeč a doteky, předměty na hraní nebo přirozený pohyb). Ačkoliv tyto děti následně pochytily mnoho z dodatečného přísunu nových informací (po přesunu do „normálního“ prostředí), zdá se, že zmeškané zásadní podněty a stimuly svého okolí v raných fázích vývoje už nemohly být zcela nahrazeny a plná schopnost řeči a různých abstraktních myšlenkových operací už nebylo možné tyto jedince v plné míře naučit. Z pohledu psychologie a sociologie bychom též mohli konstatovat, že nebyly naplněny základní potřeby těchto dětí týkající se poskytnutí emocionálních vazeb a pocitu bezpečí, zdravotní péče, vzdělání a standardních životních podmínek.

V sociologii, stejně jako v psychologii, obvykle zmiňujeme několik základních teorií popisujících vývoj dítěte a zároveň proces jeho začlenění do společnosti. Zdánlivě ryze psychologická teorie *Sigmunda Freuda* klade důraz na formování lidského chování a osobnosti neuvědomovanými silami v rámci individua. Vývoj osobnosti probíhá na třech úrovních *id*, *ego* a *superego*. *Id* zahrnuje tu část osobnosti tvořenou biologickými potřebami, které vyžadují uspokojení bez ohledu na okolní faktory. V průběhu výchovy a socializace se v osobnosti dítěte (tvořené po narození zejména onou složkou *id*) vytváří a posilují další dvě složky. *Ego* představuje racionální motivy v osobnosti, které „umravňují“ *id* do té míry, že nachází způsob uspokojení potřeb způsobem, který je proveditelný a zároveň výhodný pro jedince. Třetí složka, *superego*, uvádí do osobnosti jedince morální a etické standardy okolní společnosti a kultury a tvoří tak vlastně opozici předchozím dvěma složkám. Je-li jedinec optimálně socializován, je *ego* schopno „řídit“ morální i pudovou složku a jedinec je schopen si uvědomovat morální a společenské normy a dle nich řídit své chování.

Socializace

Sigmund
Freud

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Z Freudovy teorie vychází i další model vývoje osobnosti ve vztahu ke svému okolí autora *Erika Eriksona*. Ten rozdělil vývoj člověka do osmi fází, z nichž každou charakterizuje potenciálně krizová situace, kterou lze vyřešit optimálním nastavením sociálních vztahů a interakcí s okolím. Tyto fáze jsou:

1. Důvěra X nedůvěra (láskyplné, pečující prostředí po narození)
2. Autonomie X stud, pochyby (uvědomování si vlastních základních schopností batoletem)
3. Iniciativa X vina (rodiče by měli podporovat iniciativu předškolního dítěte)
4. Snaživost X méněcennost (podpora zvědavosti a tvořivosti malých školáků)
5. Identita X nejistota role (zkoušení a upevňování nových rolí dospívajících)
6. Intimita X izolace (nalézání uspokojujících vztahů, zakládání rodiny mladých dospělých)
7. Reprodukce X stagnace (profesní vrchol, završení výchovy nové generace)
8. Integrita X zoufalství (pocit naplněného života u starších lidí).

Erikson, více než Freud, zmiňuje konkrétní sociální a kulturní procesy, které podmiňují optimální průběh socializace jedince. Na druhé straně, jeho kritici někdy zdůrazňují, že tento model neplatí napříč různými typy společností a vztahuje se hlavně na relativně úspěšné příslušníky středních tříd. Zkusme o tom přemýšlet, i na základě vlastní zkušenosti.

Přímý a aktivní vztah mezi dítětem a jeho okolím je podstatou další teorie, jejímž autorem je psycholog *Jean Piaget*. Děti jsou pro něj aktivními interprety okolního dění z hlediska zpracování příchozích informací – kognice. První stádium kognitivního vývoje dle Piageta je *senzomotorické* (přibližně do dvou let). Primárním prostředkem pro seznamování se s okolím je tělesný kontakt, brání předmětů do rukou a učení se rozeznat hranice mezi vlastním tělem s okolím. Následující stádium, *preoperační*, trvá přibližně do sedmi let. Dítě si osvojuje příslušný jazyk a učí se používat slova jako symboly. Nicméně neumí s nimi zatím pracovat systematicky, provádět s nimi složitější myšlenkové operace. Významná je dle Piageta tendence dítěte v tomto věku vykládat okolní svět výhradně ze své vlastní pozice, z vlastního pohledu. Mluví v této souvislosti dokonce o egocentrismu. Nikoliv však ve významu sobectví, ale právě neschopnosti převzít perspektivu někoho jiného.

Stadium *konkrétních operací* (do jedenácti let) přináší pochopení abstraktních pojmů, kauzálních vztahů a logických operací. Stadium *formálních operací* umožňuje dítěti (v pubertě) chápat abstraktní a hypotetické problémy, uvažovat nad alternativami při řešení problémů a chápat principy různých teorií. Piaget uvádí, že tohoto stádia již nedosáhne každý jedinec. Velmi zde záleží na výchovném působení a charakteru školní docházky.

Z hlediska sociologie velmi inspirativní a vlivný směr myšlení, *symbolický interakcionismus*, zdůrazňuje sociální původ společnosti, která existuje jako výtvar vztahů a interakcí jejich členů. Americký sociolog Charles H. Cooley popsal koncept *zrcadleného já*, kdy sebe-pojetí jedince je odvozeno od reakcí jeho okolí na jeho vlastní jednání. Do tohoto vztahu vstupuje

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

navíc náš způsob interpretace toho, jak na nás ostatní reagují. Je zřejmé, že v této konceptualizaci nemůže sebe-pojetí individua zůstat neměnné. Naopak, neustále je dotvářeno a přetvářeno dalšími a dalšími setkáními, rozhovory a sdílením kulturních objektů.

George Herbert Mead je příslušník téže teoretické školy jako Cooley. Rozvinul jeho myšlenky a vytvořil jednu z nejinspirativnějších teorií vývoje jedince v interakci se sociálním a kulturním prostředím. Ústředním motivem jsou pro něj *sociální role* a zejména proces, během něhož člověk tyto role přijímá a dále je reprezentuje. Tak, jak se seznamujeme s rolemi, které hrají ostatní lidé kolem nás, učíme se zároveň novým pohledům na svět a problémy kolem nás. Postupným přebíráním rolí a pravidel chování, která jsou s nimi spojena, se utváří osobnost a identita dítěte a dospělého člověka.

G. H. Mead

Ústřední roli při zkoušení a učení se novým rolím přisoudil Mead *hře* (anglicky *play* a *game*). Pomocí her si děti osvojují nejprve formální znaky popisující určité role (maminka, tatínek, učitel, řidič). Postupně si člověk utváří sadu definic konkrétních rolí. Postupem času ztrácí na významu prostá nápodoba okolních činností jako prostředek pro učení se rolím a jedinec si osvojuje obecná pravidla, která mu umožňují utvářet si vlastní role a zejména předvídat reakce okolí na tyto role.

Klíčovým prvkem pro prvotní utváření rolí je pro nejmenší děti *významný druhý*, tedy osoba či osoby, které mají k dítěti nejbližší vztah a od nichž přijímá péči a citové reakce a které mu poskytují první potvrzení toho, že vše je v pořádku. Postupně se tak učí první role, které v prvních letech života znamenají přímou nápodobu toho, co děti vidí u jedinců ve svém okolí. Postupně se učí používat jazyk a další symbolické znaky k tomu, aby cíleně přebíralo role někoho jiného. Zároveň se poprvé učí vnímat sebe sama jako aktivního a nezávislého jedince. Mead označuje tuto fázi jako *play*, tedy hraní si. Následující fáze, *game* (v angličtině má obdobný význam jako *play*, ale zároveň již v sobě zahrnuje systém pravidel), přináší s nástupem do školy poznání, že role nejsou definovány osobou, od které je přebíráme, ale jsou tvořeny systémem pravidel a často jsou navázány na očekávání okolí a celé společnosti. Významný druhý je zde nahrazen *zobecněným druhým*, tedy systémem pravidel a norem.

Celou osobnost jedince označuje Mead jako *self*. To je tvořena dvěma složkami. První, nazvaná opět anglickým „I“, je subjektivní složkou osobnosti a vyjadřuje spontaneitu a jedinečnost individua. Druhá složka, „me“, je definována systémem požadavků a očekávání okolí a vztahem jedince k těmto vnějším požadavkům. Mead dynamiku vztahu mezi těmito dvěma složkami popisuje takto „I tohoto okamžiku je přítomno v ‚me‘ okamžiku příštího“.

Co tedy můžeme označit jako nejvýznamnější instituce, skupiny či osoby v procesu socializace? Jistě je to *rodina*, od níž se poprvé dozvídáme o kulturních a sociálních hodnotách, normách a očekávání okolního světa. Nejen, že nám zprostředkovává informace, ale také nám poskytuje emoční, sociální i materiální podporu během procesu, během něhož

Činitelé
socializace

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

se „prodíráme“ prvními fázemi začleňování do společnosti a utváříme si vlastní identitu. Jistě je to také *škola*, kde se systematickým způsobem učíme znalostem a dovednostem potřebným v dané společnosti a kultuře. Zároveň jsme v ní součástí kolektivu mnohem většího, než který lze zažít v rámci rodiny. *Vrstevníci a kamarádi* jsou totiž dalším významným socializačním faktorem. Často je definuje nejen stejný věk, ale i sdílené zájmy a sociální postavení. Vrstevníci nám poskytují zcela nové a jiné podněty a reakce na naše jednání, než rodinní příslušníci, a zejména v době dospívání částečně přebírají roli rodiny v oblasti pozitivních reakcí na chování a experimentování (tj. hledání) s různými identitami (které jsou u dospívajících často redukovány na sadu formálních, vnějších znaků). Lze uvést i *masová média* nebo *sociální sítě*, které nás baví, zprostředkovávají komunikaci s ostatními lidmi, poskytují nové informace, učí nás tyto informace interpretovat (je to vždy tím správným způsobem?) a představují nám nové výrobky.

Literatura

Giddens, A. (1999). Sociologie. Praha: Argo.

Kendall, D. (2007). Sociology in our Times. Belmont: Thomson Wadsworth.

Kontrolní otázky

Jaké jsou základní dimenze kultury v sociologickém pojetí, z čeho se kultura skládá?

Jak rozumíte významu symbolů v kultuře?

Jaké jsou klíčové faktory v procesu socializace?

Který koncept je zásadní v teorii vývoje osobnosti George H. Meada? Vysvětlete jeho proměny v jednotlivých fázích vývoje.

2. Socializace sportem a do sportu

V oblasti socializace a sportu se setkáváme se dvěma pojmy – socializace sportem a do sportu. Socializaci do sportu zažívá každý sportovec, který se chce stát součástí konkrétního klubu nebo týmu, anebo se chce prostě naučit pravidla konkrétního sportu. Jinými slovy se jedná o proces, kdy se stáváme členem nějakého sportovního celku, nebo součástí sportovního prostředí jako takového. Druhý termín, socializace sportem nebo skrze sport, naopak popisuje situaci, kdy očekáváme, že sportovní činnost nás nějakým způsobem připraví na začlenění se do společnosti jako takové, například nám pomůže osvojit si některé vlastnosti, které jsou pro toto začlenění podstatné.

Obecné faktory, které mají podstatný vliv při socializaci do sportu, jsou často definovány takto:

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

- Schopnosti a osobní charakteristiky jednotlivce
- Vliv významných druhých v jeho okolí (rodičů, sourozenců, učitelů, vrstevníků apod.)
- Nabídka sportovních aktivit a možnost dosáhnout v nich úspěchu

S procesem socializace do sportu souvisí téma vytváření a potvrzování identity. Na základě studií z konkrétních sportovních disciplín byly identifikovány 4 fáze začlenění do sportovního kolektivu:

- Načerpání informací o sportovním prostředí
- Setkání, navázání kontaktů s lidmi ze sportovního prostředí
- Zjištění, co si tito lidé myslí o svém sportu, jak jednájí a co očekávají od ostatních
- Přijetí do skupiny a uznání ze strany ostatních sportovců

Je samozřejmé, že socializace do sportu není jen výsledek souhry víceméně objektivních faktorů, které jedinec je stěží může ovlivnit. Samotný proces aktivního rozhodování jednotlivců pro začlenění se do sportovního prostředí je, opět dle konkrétních studií, založen na:

- Propojení sportovní participace s ostatními zájmy a cíli v životě
- Vlastní touha vytvořit a prokazovat osobní kompetence tak, aby jim to zajistilo uznání a respekt od okolí
- Sociální podpora pro vlastní začlenění se do sportu a dostatek zdrojů, které jsou pro to zapotřebí – volný čas, doprava, finanční prostředky atd.
- Vlastní minulé zážitky a zkušenosti s účastí na sportovních aktivitách
- Obecný obraz sportu ve společnosti a kultuře a významy, které jsou s ním běžně spojovány

Ukončení sportovní aktivity

S procesem socializace do sportu a sportovní participací (tedy účastí na sportovních aktivitách) je propojena i závěrečná fáze členství v sociální skupině, tedy ukončení činnosti a opuštění skupiny. I tento proces lze charakterizovat několika body:

- Ukončení aktivní sportovní činnosti často neznamená definitivní opuštění prostředí sportu. Jedinec běžně zůstává aktivní na nižších výkonnostních úrovních a/nebo se přesouvá do jiných pozic v rámci sportu, například jako trenér nebo organizátor.
- Konec sportovní kariéry je často spojen se změnou i v jiných částech života jednotlivce, například s ukončením školy, založením rodiny nebo nástupem do práce.
- Ne vždy jsou za rozhodnutím ukončit aktivní kariéru negativní zážitky či celková únava. Negativní faktory obecně jsou nicméně běžnými důvody pro rozhodování pro ukončení participace (např. zranění).
- Ukončení dlouhodobé sportovní kariéry může být doprovázeno mnoha problémy, zvláště pokud daný jedinec nemá vybudováno dostatečné zázemí mimo sport, které by mu pomohlo navázat kariérou v jiné oblasti.

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Socializace
sportem

Tak jako jsme si popsali různé faktory ovlivňující proces socializace do sportu, soustředíme se nyní na jev, který jsme si nazvali jako socializace sportem. Je obecně rozšířeným názorem, že sport a sportovní aktivity mají pozitivní vliv na rozvoj osobnosti zejména dětí, ale i na osvojení dovedností důležitých pro život a uplatnění v dnešní společnosti. Nutno dodat, že naprostá většina podobných tvrzení je prakticky nedoložitelná. Důvodem je jen velmi omezená možnost měřit či porovnávat *charakter* konkrétní osobnosti. A zadruhé se v základě takovýchto tvrzení setkáváme s mylným předpokladem, že lze uvažovat o sportu jako o homogenní instituci, aniž bychom brali do úvahy jeho různé podoby a úrovně. Sociolog *Jay Coakley* vytvořil výčet nejzávažnějších pochybení při uvažování o vlivu sportu na osobnost a schopnosti jednotlivců:

- Sport je organizován různými způsoby a v různých podobách, a proto i zkušenosti, které v něm sbírají jeho účastníci jsou různorodé a mohou být pozitivní i negativní.
- Lidé, kteří se věnují sportu, už do něj vstupují s konkrétními osobnostními předpoklady, které se často liší od těch, kdo se pro aktivní sport nerozhodnou. Sport zde tedy spíše posiluje či dotváří určité charakterové rysy, které však většinou člověk-sportovec vlastní už před započítím sportovní dráhy.
- Různí lidé reagují na dané podněty různě. To znamená, že i zkušenosti získané ve sportu jsou interpretovány různým způsobem v závislosti na osobnosti konkrétního sportovce.
- Zkušenosti získané ve sportu jsou postupem času upravovány a reinterpretovány na základě dalších životních zkušeností.
- Ani socializace v rámci sportu se neodehrává v jakémsi „vzduchoprázdnu“, ale vždy v kontextu vztahů s konkrétními lidmi a vnějších vlivů, které opět nejsou vždy stejné, ale závisí na dané situaci a konkrétním prostředí, v němž se sport odehrává.
- Socializace neprobíhá pouze v prostředí sportu, ale prakticky během všech sociálních aktivit. I lidé, kteří neprojektují sport, tak mohou získat cenné sociální vazby a zážitky.

Na základě výstupů dalších studií *Jay Coakley* dále uvádí následující faktory, které podporují pozitivní efekt sportu na životy lidí s ním spojených:

- Příležitost ověřit si a otestovat svou nově nabytou identitu i mimo sportovní prostředí
- Obecný přehled
- Životní zkušenosti, které jsou za rámec sportovního prostředí
- Utváření nových vztahů i v prostředí mimo sport
- Konkrétní zkušenost s případy, kdy dovednosti získané ve sportu mohou sloužit pro řešení situací v mimo-sportovním životě

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

- Přístup okolí, které se v nás nevidí jen sportovce
- Příležitosti k rozvoji kompetencí a odpovědnosti mimo sportovní prostředí.

Literatura

Coakley, J. (2004). Sports in Society: Issues and Controversies. Boston: McGraw-Hill.

Kontrolní otázky

Jak se liší socializace sportem a socializace do sportu?

Jaké faktory mohou nejspíše ovlivnit proces socializace do sportu?

Jaké různé faktory si musíme uvědomit, pokud uvažujeme o vlivu sportu na osobnost člověka?

3. Sport a média

Sport chápeme jako součást populární kultury – kulturních produktů (aktivit, služeb), které jsou široce rozšířené a stírají rozdíly mezi sociální elitou a nižšími třídami. Řadíme sem zpravidla aktivity, které jsou hovorově „in“ nebo v módě: mohou to být nejnovější diety podle celebrit, piercing, tetování, účesy, momentálně oblíbení zpěváci nebo herci, ale i sportovní aktivity (ne vždy byl běh stejně populární jako dnes).

Kulturní imperialismus

S konceptem populární kultury souvisí i pojem *kulturní imperialismus*. Uvažujeme o něm tedy, pokud převaha kulturních rysů pouze jednoho typu populární masové kultury vede k tomu, že kultury jednotlivých zemí nebo národů jsou potlačeny či docela eliminovány. Za producenty populární kultury vždy stojí velké množství financí (ekonomického kapitálu), kterými své výrobky mohou dále podporovat (reklama, PR) a kterým místní zvyky či tradice menších kultur nemohou konkurovat. Většina produktů populární kultury je vyráběna a šířena v rámci obrovských nadnárodních korporací, jako jsou třeba skupiny Disney či mediální „impérium“ Ruperta Murdocha vlastníci významné noviny a televizní stanice napříč celým světem. Můžeme se zamyslet třeba nad tím, jak dominantní postavení anglofonních korporací a jejich produktů ovlivňuje třeba národní jazyky, konkrétně třeba příliv nových, původně anglických slov do češtiny.

Proč je v rámci populární kultury tak důležitý vliv médií, a to nejen ve sportu? Média nám přinášejí informace a zábavu, ale i interpretaci předkládaných textů a obrazů. Ruku v ruce s tím samozřejmě jde poměrně značná moc, která plyne z možnosti ovlivňovat výběr a formu všech tří zmíněných funkčních oblastí mediálních zpráv. Svěbytnou roli zde hrají tzv. *nová média*, tedy média, která jsou propojena s pokrokem v oblasti informačních technologií, zejména sociální sítě (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram apod.). Ty umožňují překonat

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

některá omezení v toku sportovních informací směrem k divákům tak, že i samotní sportovci či další sportovní aktéři mohou komunikovat s diváky „přímo“, bez zprostředkujícího vlivu mediálních korporací.

V souvislosti s médií upozorňuje mediální analytik Garry Whannel na následující klíčové oblasti:

Komerencializace

Společně s procesem *komodifikace* (tedy přeměny sportu v objekt obchodních vztahů) je *komerencializace* jednou z nejsledovanějších oblastí, na kterou se zaměřuje sociologie sportu. Spolu s rostoucím zájmem soukromých podnikatelů se postupně utvářela a utváří pevně propojená síť vztahů mezi sportovními organizacemi, sportovními „hvězdami“, televizními společnostmi, sponzory a zadavateli reklamy. Výsledkem tohoto spojení je úprava sportu pro potřeby mediální prezentace. Jinými slovy, ze sportu je třeba udělat „balíček“, který lze nabídnout k prodeji sponzorům a mediálním společnostem. Právě televize zde má nezastupitelnou úlohu v rozšiřování sportů a s nimi spojené symboliky, ale i komerčních zájmů, do nových oblastí, viz již zmíněný kulturní imperialismus. Tento proces však nikdy není přímočarý, vždy se střetává s místní kulturou a historií a výsledkem je často spíše jakýsi mix stávajících a nových kulturních praktik a objektů.

V případě vrcholných sportovních podniků mluvíme často o *spektakularizaci*, tedy důrazu na podívanou a úpravu podoby sportovních utkání tak, aby co nejvíce vyhovovala potřebám televizních společností. Patří sem například úprava časů sportovních soutěží (tak, aby počet potenciálních diváků před televizemi byl v momentu vysílání přímých přenosů co možná nejvyšší) nebo zařazování tzv. komerčních přestávek do zápasů, tedy momentů, kdy je hra přerušena ve prospěch reklamního času na televizní obrazovce.

Největší sportovní události (mistrovství světa nebo olympijské hry) se postupně staly i nejsledovanějšími mediálními událostmi. Spolu s tím dochází i k stále větším objemům finančních prostředků, které souvisí nejen s pořádáním konkrétních sportovních událostí, ale i s prodejem mediálních práv a sponzoringu. Například finanční náklady na organizaci olympijských her se dostaly do takové výše, že jejich omezení a redukce na přijatelnou mez se staly jedním z témat, které jsou řešeny v takzvané Olympijské agendě 2020 – strategii přijaté Mezinárodním olympijským výborem, kde jsou zdůrazňována témata jako je právě udržitelnost či úprava procesu kandidatury na pořádání her. Tento obrat je spojen se jménem Thomase Bacha, od roku 2003 předsedy MOV. Reaguje tak nejen na rostoucí náklady a často nevyužití objekty sportovišť nákladně vybudovaných pro potřeby olympijských soutěží, ale i na řadu korupčních skandálů spojených s přidělováním pořadatelství.

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

Gender

Medializovaný sport v podobě článků v novinách a časopisech, prezentovaných fotografií nebo výběru soutěží do televizního vysílání bývá často obviňován z posilování a produkce rozdílů mezi pohlavími v oblasti sportu. Sport bývá někdy prezentován jako doména mužů a jako aktivita, které se dívky a ženy jednoduše nevěnují. V případě snímků žen-sportovkyň mohou být tyto zobrazeny v pasivních situacích a jako ty slabší v porovnání s dominující silou a výkonem spojovanými s prezentací mužských sportovců. Jinými slovy, zobrazované snímky jsou interpretovány jako posilující gender stereotypy. Stejně tak některé studie poukazují na trivializaci a marginalizaci ženských výkonů v rámci komentářů přímých přenosů či záznamů na televizních obrazovkách.

Maskulinita

Stejně tak zobrazování mužů-sportovců s sebou často nese řadu stereotypů. Kultura prostředí sportu bývá spojována s výraznou maskulinitou – tématy jako jsou síla, hrdinství nebo odolnost, často ve spojení s násilím a agresivitou. Naopak marginalizovaná bývají témata vztahová nebo projevovali citů s výjimkou těch „správných“ okamžiků, tedy vítězství. Zároveň jsou někdy známí sportovci chápáni jako vzory či rolové modely zejména pro děti a mládež, nebo jsou k plnění této úlohy vyzýváni. Přestože obsah takovéto role je do značné míry nejasný nebo nevyhraněný, spolu s ním dochází pochopitelně k přenosu i všech zde zmíněných stereotypů a dalších symbolických významů, nejen těch spojených s gender tématy.

Etnicita

Častým námětem debat o stereotypech v medializovaném sportu je zobrazování zejména černých sportovců, přestože v českém kontextu se samozřejmě nejedná o téma dominantní. Různé studie dokládají, že zatímco někteří sportovci s černou pletí se stávají mediálními celebritami, řada dalších zůstává bez odpovídající podpory, což často souvisí se stereotypním předpokladem, že úspěch této etnické skupiny při studiu (sport ve školním prostředí je ve Spojených státech velmi sledovaný) je primárně dán sportovními úspěchy spíše než studijními výsledky.

Různí sportovci jsou také zařazeni a následně reprezentováni prostřednictvím a priori utvořených schémat. Například boxer Mike Tyson byl prototypem „zlého“ černocho spojovaným s násilím a agresivitou.

Národní identita

Společně s mediální reprezentací sportů jsou divákům předkládána i témata související s národní příslušností a někdy i nacionalismem. Malé země bez významných sportovních

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

úspěchů mohou být v televizních i novinových komentářích představovány s určitou shovívavostí nebo uznáním snahy zúčastnit se. Na druhé straně, zejména pokud je jejich výkon ohrožující pro favorita, může být zdůrazňována „drzost“, kterou je třeba „potrestat“ a „ukázat jim, kde je jejich místo“. Samozřejmostí je potom spojování sportovních úspěchů s úspěchem celého národa.

Sociolog Jay Coakley zdůrazňuje oboustranný vztah mezi masovými médii a sportem, kde obě strany z něj mají výhody, ale i některé nevýhody. Zřejmě známějším a diskutovanějším tématem je závislost sportu na médiích:

Medializovaný sport je pevně spojen s diváckou základnou. A zdaleka nejde jen o samotné sledování zápasů. I po nich se diváci a fanoušci zajímají o statistiky, rekordy, žebříčky a porovnávání výkonnosti jednotlivých sportovců nebo týmů. Bez médií by takovéto informace nemohly být prezentovány. Zvyšování úrovně informací o sportovních utkáních dále zvedá zájem o tato utkání a s rostoucím zájmem roste příjem ze vstupného, předplatného, prodeje upomínkových předmětů atd. A samozřejmě naopak více zisku pro sport umožňuje lepší přípravu sportovců a lepší zázemí pro týmy a takto je opět zpětně zvyšována atraktivita sportu jako místa pro další reklamu. Tato vzájemná provázanost je někdy označována jako *komplex mediálního sportu*, jehož součástmi jsou sportovní, mediální a marketingové organizace.

Závislost médií na sportu je možné sledovat v situacích, kdy mediální korporace využívají sport pro prezentaci své značky a značek svých inzerentů. Tomu často napomáhá i organizace soutěží ze strany mediálních firem nebo nakupování podílů ve sportovních klubech.

Literatura

Coakley, J. (2004). *Sports in Society: Issues and Controversies*. Boston: McGraw-Hill.
Whannel, G. (2000). „Sport and Media“ in *Handbook of Sport Studies*, Coakley, J., Dunning, E. (eds.). London: SAGE.

Kontrolní otázky

Jaká jsou dominantní témata prezentovaná ve spojitosti se sportem v médiích?

Jaká specifika jsou spojena s využitím tzv. nových médií v oblasti sportu?

Jak lze popsat komplex mediálního sportu a jednotlivé vztahy mezi jeho součástmi?

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

4. Subkultury jako prostředí pro socializaci

Jak už název napovídá, subkultura je součástí určité kultury, nicméně vykazuje znaky, které nám umožňují ji z této kultury nebo z kontextu jiných sociálních skupin vydělit. Lze ji definovat takto: sociální skupina se specifickou sdílenou kulturní identitou a životním stylem natolik svébytným, že může být v některých významných bodech považována za odlišnou od „své“ dominantní kultury. Specifickými rysy, na základě kterých jsou subkultury odlišovány, mohou být nejrůznější aktivity (sport, hudba, užívání drog) s více či méně výraznými znaky, které symbolicky označují členy této subkultury.

Subkultura

Studium subkultur má svůj počátek na konci 40. let a základ v práci autorů sdružených kolem americké Univerzity v Chicagu. Často se tito sociologové nazývají souhrnně jako *Chicagská škola*. Primárním zájmem autorů Chicagské školy bylo městské prostředí a jeho různé místní podmínky ve spojení s různými formami delikvence a deviantního jednání. To bylo v jejich pojetí reakcí na neukotvenost a rozvolnění norem v rámci okolní společnosti. Členové sledovaných subkultur se tak snažili pomocí deviantních či rovnou nelegálních aktivit dosáhnout alternativních cílů, neboť ty společensky přijatelné jim byly často odpírány. Bylo tomu tak právě z důvodu jejich marginalizovaného postavení „mimo“ hlavní proud soudobé společnosti, tvořený zejména střední třídou. Dosahování těchto alternativních cílů jim zajišťovalo uznání a vysoký status v rámci subkultury, která jim tak sloužila jako nástroj pro překonání pocitu anomie (vzpomeneme si ještě na E. Durkheima?).

Chicagská škola

Postup chicagských autorů byl převážně empirický a založený na symbolickém interakcionismu. To znamená, že se snažili interpretovat sledované jevy co možná nejvíce z úhlu pohledu samotných aktérů konkrétních subkultur a tím porozumět příčinám konkrétního typu subkulturních aktivit. Dnes už klasická studie Howarda Beckera popisující subkulturu jazzových hudebníků ilustruje životní styl hudebních profesionálů, kteří si nicméně svým hraním nejsou schopni zajistit lepší životní podmínky a jsou proto nuceni hledat alternativní výdělky, jako je třeba hraní na svatbách. Sami sebe přesto vidí jako příslušníky určité nadřazené skupiny, kteří se vyznají v hudebních stylech, umí rozeznat a ocenit kvalitní hudbu, ovšem momentálně jsou nuceni vystupovat před publikem, kterým ve skutečnosti pohrdají, přestože potřebují jeho přízeň a peníze.

Birminghamská škola

Druhé velké centrum studia subkultur vzniklo během šedesátých let ve Velké Británii, na Univerzitě v Birminghamu pod názvem *Centrum pro soudobá kulturní studia*. Prvotním zájmem byly subkultury mladých lidí, definované zejména stylem oblékání či hudebním vkusem. Postupně se v textech autorů birminghamské školy stále více rozšiřovaly myšlenky neo-marxismu: Interpretovali aktivity různých tehdejších subkultur (skinheadi, punkeři, teddy boys) jako snahu mladých příslušníků dělnické třídy vyrovnat se a reagovat na *hegemonii*

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

dominantní střední třídy. Ta se pomocí prostředků vyplývajících z mocenského postavení snažila uplatňovat své normy a hodnoty i na život sociálních tříd v ovládaném postavení.

Charakteristickým objektem zájmu birminghamské školy byl popis různých stylů účesů, oblékání, poslechu hudby nebo stylu řeči. Převládajícím typem interpretace těchto stylů byla rezistence vůči dominantním sociálním skupinám. Autoři této školy však stále více čelili kritice za ignorování například gender témat ve svých studiích nebo nedostatek zájmu o jiné nežli dělnické třídy.

Od počátku devadesátých let se postupně začaly prosazovat nové přístupy ke studiu subkultur, které kladly důraz na méně vyhraněné prvky subkulturní prezentace, nepřistupovaly k subkulturám jako k jednoznačným zástupcům konkrétní třídy a zejména kladly silný důraz na samotnou etnografickou práci (tedy v práci v terénu s respondenty). Jeden ze směrů těchto nových přístupů ke studiu subkultur byl inspirován již zmíněním francouzským sociologem Pierrem Bourdieu a zejména jeho konceptem kulturního a symbolického kapitálu, které daly vzniknout novému specifickému typu, *subkulturnímu kapitálu*.

Subkulturní kapitál

Ve své studii jej použila například Sarah Thornton při popisu klubové hudební subkultury. Ta je zde definována právě mírou vlastněného subkulturního kapitálu, tedy preferencí toho „správného“ hudebního stylu v rámci konkrétní skupiny, přehledem o nových trendech v hudbě, módě nebo tanečních stylech a schopnosti tyto trendy prezentovat. Důležité pro přiznání subkulturního kapitálu (ten je vždy závislý na uznání dalších členů subkultury) je nenucené provádění subkulturních praktik, bez přehnané snahy nebo předstírání. Teprve na základě takovéto reprezentace dojde k nahromadění, akumulaci, subkulturního kapitálu a jedinec je vnímán jako autentický člen subkultury. Důležitou roli přisoudila Thornton médiím. Ty zajišťují cirkulaci informací o stylech a nových trendech, které potom členové subkultury využívají ve svém prostředí.

V posledních dvaceti letech se zároveň množí hlasy zpochybňující klasické pojetí subkultury a volající po nutnosti jejího nahrazení novým, přiléhavějším označením. Porůznu představované a užívané jsou třeba *kmeny* nebo *scény*. Společným jmenovatelem těchto konceptů je důraz na větší prostupnost hranic subkultury, přechodné členství, které může jedinec rychle střídat, možnost zastávat najednou více stylů či mezi nimi volně přecházet. Všechny tyto charakteristiky vyvstávají během post-moderního uvažování o soudobé společnosti a směr výzkumu, kterému je toto pojetí blízké, se někdy označuje jako *post-subkulturní studia*.

Post-subkulturní studia

Ovšem i tento nový směr ve výzkumu subkultur už má své kritiky, kteří mu vyčítají až přílišný odklon od tradičního stylu subkulturní analýzy. Například třídní základ některých subkultur má dle těchto kritiků svůj význam i dnes a jeho opomíjení může výrazně zkreslit či omezit

Podpůrné aktivity směřující ke zkvalitnění pregraduální přípravy učitelů na Univerzitě Palackého v Olomouci

celkové porozumění fenoménu subkultur. Zastánci Chicagské školy zase vyčítají zbytečně velký důraz na „spektakulární“ subkultury – spojené s extrémními sporty, alternativním životním stylem nebo výrazně deviantním jednáním a naopak opomíjení profesní subkultury nebo subkultury spojené s více „civilními“ aktivitami.

Sportovní subkultury bývají často spojovány s *alternativními sporty* či *sporty životního stylu*. Patří sem celá řada disciplín, kde není dominantní důraz na medializaci, soutěžení či organizované soutěže, ale naopak na zábavu, osobní prožitek a sociální vztahy. V současné době se běžně setkáváme s tím, že některé původně alternativní sporty (např. snowboarding, skateboarding) jsou přetvářeny ve sporty medializované, což je často doprovázeno nevolí části aktivních sportovců.

Literatura

Henslin, J. M. (2009). *Essentials of Sociology*. Boston: Pearson.

Ritzer, G. (Ed.). (2007). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Malden: Blackwell Publishing.

Kontrolní otázky

Proč je užitečné rozlišovat jednotlivé subkultury v rámci dominantní kultury?

Jaké znáte historické přístupy ke studiu subkultur?