Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická

Ženy jako sportovní fanynky očima mužů

Denisa Schillerová

Bakalářská práce

2017

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
Akademický rok: **2015/2016**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	**Denisa Schillerová**
Osobní číslo:	**H14196**
Studijní program:	**B6703 Sociologie**
Studijní obor:	**Sociální antropologie**
Název tématu:	**Ženy jako sportovní fanynky očima mužů**
Zadávající katedra:	**Katedra sociálních věd**

Zásady pro vypracování:

Studentka se bude zabývat otázkou, jak muži vnímají ženy, které jsou sportovní fanynky a které tráví čas sledováním sportovních přenosů ve sport-barech nebo případně přímo na sportovištích. Svá východiska bude studentka opírat o genderové stereotypy a sociologii sportu. Studentka pro svou práci využije kvalitativní výzkum, konkrétně případovou studii, pozorování a rozhovory.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

ČECHÁK, V; LINHART, J. 1986. Sociologie sportu. vyd. 1. Praha: Olympia.
DĚKANOVSKÝ, J. 2008. Sport, média a mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové. 1. vyd. Praha: Dokořán.
KOUDELKA, J.a kol . 2008. Ženské a mužské role v perspektivě spotřebního marketingu, souborná studie. Praha: Oeconomica.
RANZETTI. C. M; CURAN D. J. 2005. Ženy, muži a společnost.Praha.
SEKOT, A. 2006. Sociologie sportu. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita a Paido.
SEKOT, A. 2008. Sociologické problémy sportu. Praha.
SLEPIČKA, P. 2008. Sportovní diváctví. Praha.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Lívia Šavelková, Ph.D.**
Katedra sociálních věd

Datum zadání bakalářské práce: **31. března 2016**
Termín odevzdání bakalářské práce: **31. března 2017**

prof. PhDr. Karel Rýdl, CSc.
děkan

L.S.

Univerzita Pardubice
Fakulta filozofická
532 10 Pardubice, Studentská 84

PhDr. Adam Horálek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2016

Prohlášení autora

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem při práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladu, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 30. 6. 2017

Denisa Schillerová

Poděkování:

Na tamto místě bych ráda poděkovala paní Mgr. Hlouškové, která mi velmi pomáhala s výběrem tématu a v začátcích psaní mé práce. Dále bych chtěla poděkovat své vedoucí práce doktorce Lívii Šavelkové za to, že mojí práci převzala a poskytla mi mnoho užitečných rad a připomínek. Moje díky patří také sport-barům, které mi umožnily provádět výzkum a rozhovory s informátory a samotným informátorům, kteří se nebáli vyjádřit svůj názor. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za podporu a svému příteli Jakubu Hetfleišovi za velmi cenné rady a pomoct při práci s Microsoft Word a jeho nastavením.

ANOTACE

Tato bakalářská práce se zabývá tím, jak muži, kteří jsou sportovní fanoušci a navštěvují dva konkrétní sport-bary v Jaroměři, vnímají ženy, které jsou sportovními fanynkami nebo divačkami. Součástí práce bude komparace zmíněných sport-barů. Také se v práci zabývám stručnou historií fanouškovství a rozdílem mezi sportovními diváky a sportovními fanoušky a v neposlední řadě také vlivem genderových stereotypů na toto téma. V práci vycházím z poznatků získaných z terénního výzkumu. V metodologii jsem spoléhala na kvalitativní výzkum, konkrétně na případovou studii, pozorování a rozhovory.

KLÍČOVÁ SLOVA

Sport-bar,gender, sport, fanouškovství, diváctví, sportoviště

TITLE

Female fans through the eyes of men

ANNOTATION

This bachelor´s thesis deals how men who are sports fans and visit regularly two particualar sport-bars in Jaroměř view woman´s fans or speactators. Part of the thesis will be comparison of the mentioned sport bars. Also I am concerned with a brief history of fans and the difference between sports spectators and sports fans and last but not least also the influence of gender stereotypes on this topic. The bachelor thesis is based on the knowledge gained from field research. In the methodology I relied on qualitative research, specifically case studies, observations and interviews.

KEYWORDS

Sport-bar,gender, sport, fandom, spectatorship, sports grounds

Obsah:

1. Úvod 9

2. Metodologie 11

2.1. Fáze výzkumu 11

2.2. Metody výzkumu 12

2.3. Vymezení vlastní pozice v terénu 13

2.4. Výzkumné otázky 14

3. Charakteristika sport-barů 15

3.1. Kozlovna-Pivnice 15

3.2. Starwin 16

3.3. Běžný den versus mimořádná sportovní akce 17

4. Prostory a místa 18

4.1. Rozlišení prostoru a místa dle Michaela De Carteau 18

4.2. Rozlišení prostoru a místa dle Marca Augé 19

4.3. Sport-bar: prostor nebo místo? 20

5. Sport a masmedia 20

6. Historie sportovního diváctví a fanouškovství 21

7. Rozdíl mezi sportovním diváctvím a fanouškovstvím 22

7.1. Co znamená být sportovní fanoušek? 22

7.2. Jak vypadá sportovní fanoušek? 24

8. Motivační škála sportovních fanoušků 25

9. Atmosféra ve sport-barech 28

10. Gender 30

10.1. Gender v antropologii 30

10.2. Genderové stereotypy 31

10.3. Genderové stereotypy aneb, jak to vidí muži ve sport-barech 32

11. Preferované sporty žen-fanynek podle mužů ve sport-barech 35

12. Vliv věku na sportovní fanynky 37

13. Jak to vidí samotné ženy-fanynky? 39

14. Závěr 43

15. Zdroje 44

1. Úvod

Sociálně vědní zkoumání takového fenoménu, jako je sport, není v rámci sociální antropologie příliš častým jevem. Při výběru tématu pro svoji práci jsem se snažila zaměřit na to, co mě v životě nejvíce zajímá a baví. Už na první hodině předmětu Gender a společnost jsem byla přesvědčená, že chci svoje téma ubírat právě tímto směrem, a protože sport je mým největším koníčkem, rozhodla jsem se tyto dva fenomény ve své práci spojit. K zaměření práce na sport-bary, mě dohnala moje osobní zkušenost při náhodné návštěvě jednoho z nich. Jako návštěvnice sport-baru s cílem sledovat hokejový zápas jsem se dostala do situace, kdy jsem zaslechla pár mužů ve sport-baru hovořit s ženou, která tam byla s nimi. Potom, co vyjádřila svůj názor k jedné situaci, byla osočena z toho, že tomu nerozumí a ať je hlavně potichu a nevyjadřuje se. Tato skutečnost se stala hlavním motivem pro realizaci mého výzkumu, kterým jsem se zabývala v této práci. Chtěla jsem zjistit, zda to byla jen náhoda a jedna špatná zkušenost nebo se muži k ženám ve sport-barech opravdu chovají nadřazeně a hrubě.

Práce se skládá z patnácti kapitol. Druhá kapitola se zabývá metodologií. V rámci kapitoly je popsán průběh terénního výzkumu, použití metody a vymezení vlastní pozice v terénu. Kapitolu uzavírá seznam výzkumných otázek, na které hledám při výzkumu odpovědi.

Třetí kapitola se zabývá charakteristikou zvolených sport-barů pro můj terénní výzkum. Jedná se o Kozlovnu- Pivnice a sport-bar Starwin. Konkrétně se zabývám jejich popisem a fungováním a porovnávám jejich chod v běžný den a v dny konání mimořádné sportovní akce.

Ve čtvrté kapitole se zabývám konceptem prostorů a míst se zaměřením na sport-bary. Porovnávám rozlišení prostoru a místa dle Michaela De Carteau a dle Marca Augé. V páté kapitole se krátce zabývám vztahem sportu a masmedii. V šesté kapitole se zabývám

krátkou historií fanouškovství a v sedmé kapitole rozdílem mezi sportovními fanoušky a diváky.

V dalších kapitolách se zabývám tématy, která mi přinesly rozhovory s informátory ve sport-barech. Jedná se o motivaci fanoušků, atmosféru ve sport-barech, genderové stereotypy, oblíbenost sportů, věk a na závěr názory žen.

2. Metodologie

V této kapitole bych ráda čtenářům vysvětlila postup svého terénního výzkumu, na kterém je práce postavena. Zaměřím se na popsání fází svého výzkumu, popíši užité metody v terénu a vymezím výzkumníkovu pozici v terénu. Také se v podkapitolách zaměřím na etické problémy terénního výzkumu a na to, jaké problémy mě při výzkumu potkaly nebo, co mi naopak práci usnadňovalo. Vše zakončím shrnutím výzkumných otázek, na které jsem hledala odpověď.

2.1.Fáze výzkumu

Průběh svého terénního výzkumu bych mohla rozdělit do několika fází. Docházelo při tom ovšem k prolínání situace, a tak není nutné fáze brát jako jasně ohraničené časové úseky. Během všech částí jsem studovala literaturu a připravovala se na samotnou práci v terénu.

V první fázi bylo nutné stanovit si téma bakalářské práce a zajistit si dostatek vhodné literatury. Snažila jsem se volit téma, které by mi bylo blízké, a proto jsem jako klíčové slovo zvolila sport a snažila jsem se k němu najít vhodné téma. Hodně mi pomohl studovaný předmět Gender a společnost, který mě přivedl na myšlenku spojit sport s genderovými problémy. S mojí původní vedoucí práce jsme téma ukotvily a zaměřily se na muže a jejich názory na sportovní fanynky.

V další fázi jsem se podrobně věnovala studiu literatury a připravovala se na začátek terénního výzkumu. Ten jsem započala již v červnu 2016. Docházela jsem do sport-barů, na sportoviště a na různé sportovní akce, kde jsem vedla rozhovory s muži a shromažďovala informace. Na konci roku 2016 mě zastihla neočekávaná situace, kdy moje vedoucí práce opustila školu a já byla nucena změnit vedoucí. Naštěstí se mi velmi rychle podařilo domluvit s mojí stávající vedoucí práce na pokračování, ale v práci nastalo pár zásadních změn.

Další fázi jsme se tedy s mojí novou vedoucí rozhodly terénní výzkum zaměřit na dva konkrétní sport-bary v Jaroměři. Naštěstí jsem většinu minulých rozhovorů vedla právě v těchto sport-barech, takže jsem nashromážděné informace přece jen mohla využít a dále pokračovat při sběru dat už jen ve zmíněných sport-barech.

V poslední fázi docházelo ke zpracovávání dat, tedy k přepisování rozhovorů a jejich vyhodnocování a k následné analýze. Výsledky výzkumu jsou poté zpracovávány v následných kapitolách.

2.2.Metody výzkumu

Při výzkumu ke své bakalářské práci jsem spoléhala na kvalitativní výzkum, konkrétně tedy na případovou studii. Existuje mnoho definic případové studie. Jan Hendl ve své publikaci Kvalitativní výzkum charakterizuje případovou studii jako *„detailní studium jednoho případu nebo několika málo případů. V případové studii sbíráme velké množství dat od jednoho nebo několik jedinců Jde o zachycení složitosti případu, o popis vztahů v jejich celistvosti"* (Hendl 2005:104). Další autoři, kteří se případovou studií zabývali, jsou R. E. Stakea (1995), který případovou studii charakterizuje jako *„úsilí o porozumění určitému sociálnímu objektu"*(Hendl 2005:105) a také R. K . Yin (1994). Dále jsem spoléhala na polozúčastněné pozorování a polostrukturované rozhovory. Se všemi informátory jsem vedla výzkumný rozhovor. *„Výzkumný rozhovor můžeme charakterizovat jako proces, jehož cílem je prostřednictvím záměrně vyvolané interakce mezi tzv. tazatelem a respondentem získat informace, potřebné k pochopení určité problémové oblasti"*(Pavlica 2000:52). Při polostrukturovaném rozhovoru si výzkumník předem připraví okruh témat, kterým se chce s informátorem věnovat, ale ponechá dotazovanému možnost zvolit si, jakým způsobem téma uchopí a pouze ho navede zpět, pokud se dotazovaný příliš odchýlí od tématu (Murphy 2004:221). Informátory jsem si ve

sport-baru vybírala náhodně, podle toho, kdo mě zaujal nebo, kdo měl zájem se na výzkumu podílet.

Při setkání s muži ve sport-barech jsem se vždy představila jako studentka sociální antropologie píšící bakalářskou práci na určité téma. Protože jsem chtěla, aby se informátoři dotkli genderu, pokud možnost sami, záměrně jsem jim neřekla plný název bakalářské práce, ale pouze to, že se týká fanoušků a sport-barů. Většina dotazovaných neznala obor sociální antropologie, takže jsem ji alespoň okrajově nastínila, čeho se obor týká. Délka rozhovorů se lišila podle sdílnosti informátorů, ale většinou jsem s informátory trávila ve sport-baru čas přes celý sledovaný sportovní přenos. Protože jsem sama sportovní fanynka, tak ke mně byli informátoři sdílnější, než kdybych o sport nejevila příliš velký zájem. Při té příležitosti se zajímali také o mé názory a pohledy na určitá témata. Názory jsem jim sdělovala, ovšem až po rozhovorech, abych neovlivnila jejich odpovědi. Při polozúčastněném pozorování jsem se jako host ve sport-baru usadila a při sledování sportovních přenosů jsem si dělala poznámky o atmosféře a po rozhovorech o svých dojmech.

Pro práci jsou velmi důležité etické problémy. Nahrávací zařízení jsem používala pouze při domluvě s informátory, ve většině případů jsem si důležité části rozhovorů zapisovala ručně. Zároveň jsem informátory ujistila o anonymitě a na jejich jména jsem se vlastně ani neptala, jediné, co mě o dotazovaných zajímalo, byl jejich věk. Pro lepší orientaci budu informátory označovat písmeny abecedy. Většina informátorů to přijala velmi pozitivně, ne že by se za svůj názor styděli, ale zkrátka nechtěli, aby se jejich jména někde objevovala.

2.3. Vymezení vlastní pozice v terénu

Pro moji práci je velmi důležité vymezení a zpětné uvědomění si vlastní pozice v terénu. Tímto tématem se zabývá americký antropolog Renato Rosaldo a zavedl pojem

pozicionalita, *„kterým je myšleno zohlednění výzkumníkovi vlastní pozice ve vztahu k danému studiu a ve vztahu k způsobům, kterým jsou sbírána data a následně vysvětlována"*(Kořínková 2011:29).

Měla jsem dojem, že jsou muži často překvapení, že se takovému tématu věnuje žena. Když jsem jim ale vysvětlila, že jsem také sportovní fanynka a sport je pro mě velmi důležitý, začali mě podle mého názoru respektovat a neměla jsem pocit, že by byly jejich odpovědi založeny na tom, že jsem žena a ne muž, u kterého by zájem o sport nejspíše předpokládali více. Usuzuji tak z toho, že podle mého názoru nemají muži moc příležitostí poznat to, že žena rozumí sportu. Například už jen samotné komentování sportovních přenosů, které z 90% komentují muži, může mužům dát dojem, že žena sportu nerozumí tolik, jako muž. Při pár rozhovorech s ženami ve sport-barech jsem měla pocit, že jsou velice překvapené, ale zároveň potěšené z toho, že si někdo všímá toho, že i ženy mohou sportu rozumět a mít ho jako koníček. V jednom z těch rozhovorů mi bylo od jedné z žen (žena A) řečeno: *„Musím říct, že na první pohled opravdu nevypadáte, že zrovna vás bude sport zajímat. To ukazuje, že člověk vážně nemá dávat na první dojem. Je supr, že Vám nemusím vysvětlovat, že i ženu může sport zajímat, a rovnou Vám můžu říct, co mě k tomu vedlo atd…"*

2.4. Výzkumné otázky

Za hlavní výzkumné otázky jsem si stanovila dvě, a to:

1) Jak se sportovní fanoušci ve sport-barech chovají ke sportovním fanynkám?

2) Co si muži ve sport-barech myslí o ženách, které baví sport a považují ho za jeden ze svých největších koníčků, a jak muži navštěvující sport-bary vnímají ženy, které rády tráví čas fanděním ve sport-barech či na sportovištích?

V průběhu výzkumu mi z rozhovorů vyplynula ještě jedna podotázka a to:

3) *Jaké jsou podle mužů ze sport-barů možné důvody, že ženy tráví čas sledováním sportu a jaké faktory tyto důvody ovlivňují?*

Protože z rozhovorů vyplynulo, že samotný sport nemusí být vždy ten hlavní důvod ke sledování sportovních přenosů nebo samotných sportovců na sportovištích.

3. Charakteristika sport-barů

V Jaroměři se nacházejí čtyři objekty, které by se díky své funkci a vybavení daly nazývat sport-bary. Na počátku svého výzkumu jsem vyrazila na průzkum, abych zjistila, které dva budou pro moji práci nejlepší. Nejvíce jsem věřila podniku, který vždy měl ve svém názvu KB-sport-bar. Na místě jsem našla pouze změněný název na KB-club s úplně jiným interiérem, než dříve. Milá servírka mi vysvětlila, že fanouškovství už u nich hodně upadalo, a tak se museli přizpůsobit dnešní době a ze sport-baru udělali taneční klub. Další místo, které jsem měla vytipované, byl sport-bar přímo u zimního stadionu, ten měl ale na týden z technických důvodů zavřeno. Tak dlouho jsem už nechtěla čekat a doufala jsem, že poslední dva podniky mě nezklamou a nakonec nezklamaly.

3.1.Kozlovna-Pivnice

První z nich nemá sice v oficiálním názvu slovo sport-bar, ale účel sport-baru rozhodně plní. Jeho název je Kozlovna- Pivnice a je součástí komplexu Pizzeria Rozzano s bowlingem. Otevírací doba je každý den od 14:00 pondělí až čtvrtek do 1:00 a v pátek až neděle do 2:00. Je to velká místnost s velmi nápadně vyzdobeným barem a se sezením. Kozlovna je v přírodním stylu, jsou tam dřevěné lavice a kmeny stromů místo sloupů. Dále je tam koutek s hracími automaty a místo pro sázení. Další součástí jsou šipky a tankové pivo a v další oddělené místnosti se nachází dva kulečníkové stoly a v hlavní místnosti samozřejmě nechybí velké promítací plátno s reproduktory. Při mé první návštěvě mi servírka řekla, že fanouškovství tam stále funguje, sice méně než dříve, ale pořád má několik hostů, které zná a ví, že tam chodí za sportem. Ihned mi ukázala na dva stoly, který

mají muži ve středních letech zarezervovaný a chodí tam velmi často sledovat sportovní přenosy. Jsou to podle ní normální chlápci, kteří doma nemají co dělat, a tak se tam chodí koukat. Ženy jsou méně častými hosty, a pokud dorazí, spíše si jdou posedět, než sledovat sportovní přenosy.

3.2.Starwin

Druhý sport-bar je sport-bar Starwin, který má otevřeno non-stop. Už z venku vykazuje jasné znaky sport-baru. Například sportovce ve výloze a upozornění na sledování sportovních přenosů. Starwin je jedna celkem malá místnost s barem přímo proti dveřím v moderním stylu. Nalevo i napravo je sezení. V levé části je také pár hracích automatů a v pravé části je televize. Při mé první návštěvě obsluhoval hosty mladý muž, který vypadal, že se tam ocitl úplnou náhodou. Na moje oznámení o tom, že píši bakalářkou práci a zajímám se o sport-bar a o to, jak moc je navštěvovaný a o to jací lidé tam chodí, reagoval velmi překvapeně a koktavě, takže ho museli zastoupit dva hosté sedící u baru. Vysvětlili mi, že ptát se právě tohoto barmana na sport je zbytečné, že o něm nic neví a ani ho nezajímá. Řekli mi, že tu jsou jako doma a že Starwin je místo pro opravdové sportovní fanoušky. Většinou se tam schází pořád stejní hosté, pro které je to místo, kde mohou v klidu sledovat sportovní přenosy ve společnosti dalších sportovních nadšenců. Ženy Starwin příliš nenavštěvují, protože podle hostů, je to takové „chlapské doupě“ nebo „chlapský prostor“, které nenabízí úplně příjemné prostředí pro ženy. Muži to tak charakterizují proto, že se tam můžou chovat, jak chtějí a nemusí brát ohled na ženy. Mohou mluvit nahlas a sprostě, pít, kouřit, tělesně se projevovat a nikdo se na ně nedívá znechuceně nebo otráveně. Taky se nemusejí příliš soustředit na čistotu, a když se jim něco rozlije nebo upadne na zem, nemusí to ihned uklízet.

3.3. Běžný den versus mimořádná sportovní akce

Při výzkumu mě zajímalo, jak moc se liší fungování sport-barů v běžný den od dnů, kdy se koná nějaká mimořádná sportovní akce. Protože Kozlovna je součástí komplexu pizzerie s bowlingem, mají hosté možnost si jídlo objednat i v Kozlovně a je jim z pizzerie přineseno. Co se jídla týče, se samotná Kozlovna nijak nepřipravuje. S pivem to je jiné. Bylo mi řečeno, že například na mistrovství světa v ledním hokeji se pečlivě připravují a zásobují se mnohem více než běžný den, a to především pivem. Objednávají také více nealkoholických nápojů. V Kozlovně je plátno připravené každý den, ale rozhodně se každý den nepoužívá. V běžný den se pouští pouze v případě, že mají hosté zájem o konkrétní přenos. Při mistrovství světa v ledním hokeji vysílají všechny zápasy a čekají mnohem větší návštěvnost než v běžných dnech. Hosté se dokonce mohou těšit na speciálně umíchané drinky k příležitosti mistrovství světa v ledním hokeji. Především ve dnech, kdy hraje Česko, si také hosté musejí svá místa předem rezervovat. Jinak nemají jistotu, že se posadí. V běžný den, to znamená v den, kdy se nekoná žádná větší sportovní akce, je Kozlovna spíše normální hospodou. Více hostů se zde sejde v pátek nebo v sobotu. Barmani ovšem příliš nevnímají, zda se koná sportovní akce nebo ne. Samozřejmě na výši tržeb to rozhodně poznají, protože jsou větší. Obsluha se soustředí na svoji práci a většinou neřeší to, jaký je den, jaká akce se koná a co je tedy čeká, protože přípravu na takový den má v kompetenci majitel a barman už pak jen dělá svoji práci. Někteří barmani se k tomu staví mnohem pozitivněji. Při mistrovství světa v ledním hokeji jsem se setkala s mladým barmanem, který se na takovou akci velice těšil. Vysvětlil mi, že v práci má mnohem větší příležitost vidět zápasy a nasát atmosféru než doma. Vnímá to velice pozitivně a má radost, že lidé do sport-barů chodí. Při takových turnajích je ve sport-baru prý vždy skvělá atmosféra, úžasní hosté, kteří to skvěle prožívají. Někdy se samozřejmě může stát, že se objeví i host, který barmanům práci nějakým způsobem komplikuje.

Ve Starwinu je situace podobná, s tím rozdílem, že se zde nevaří. Hosté si mohou zakoupit pouze různé chuťovky, jako chipsy nebo oříšky, maximálně utopence nebo hermelín. Pokud se blíží akce jako mistrovství světa v ledním hokeji, jsou na ni provozovatelé samozřejmě připraveni. Objednávají větší množství piva a tvrdého alkoholu. Vysílají především zápasy českého týmu, ale pokud mají hosté zájem, vysílají i zápasy ostatních týmů. Na takovou velkou akci, jako je mistrovství, naplánují většinou i tipovací soutěž. Každý host má možnost tipnout si přesný výsledek daného zápasu, pokud se někdo trefí, vyhraje „luxusní" výhru v podobě pěti piv zdarma. Protože je Starwin poměrně malý sport-bar, v běžný den tak dává svým návštěvníkům možnost si odhlasovat, co se bude vysílat, aby byla spokojená většina hostů. Televize zde běží v podstatě non-stop a přepínají se různé programy se sportovní tématikou. S rezervacemi ve Starwinu příliš nepočítají, i když právě během mimořádných sportovních akcí se s nimi setkávají a snaží se vyjít hostům vstříc.

4. Prostory a místa

V předchozí kapitole jsem narazila na označení „chlapský prostor". Tématem místa a prostoru se například zabýval francouzský sociolog a filozof a antropolog Michael de Carteau. Touto problematikou se zabýval v díle Vynalézání každodennosti[1] (de Carteau 1996:78). Také se touto problematikou zabýval francouzský etnolog Marc Augé (Augé 1999).

4.1. Rozlišení prostoru a místa dle Michaela De Carteau

„Místo je řád (ať už jakýkoliv), podle něhož jsou prvky distribuovány ve vztazích koexistence" (de Carteau 1996: 81). V podstatě to znamená, že není možné, aby byly dvě věci na stejném místě. Například, kde stojím já, nemůže stát ve stejnou chvíli někdo jiný.

[1] V originále: L'invention du quotidien.

Každý prvek je umístěn na svém místě. *„Místo je tedy jakýmsi momentálním uskupením pozic. Implikuje určitou indikaci stability“*(de Carteau 1996:81).

Prostor oproti tomu bere v úvahu rychlost, směr a čas. Prostor je vlastně důsledek aktivit, *„v podstatě je tedy prostor používané místo“*(de Carteau 1996:81). Například, když si představíme ulici jako místo, tak se mění v prostor díky chodcům.

Již Filozof Merleau-Ponty rozlišoval „geometrický“ prostor, který odpovídá místu od „prostorovosti“, kterou pojmenoval „antropologický prostor“. Toto rozlišení se vztahovalo k problematice oddělení *„od „geometrické“ jednoznačnosti zkušenost„vnějšku“ dané-ho jako prostor, a pro niž „je prostor existenční“ a existence je prostorová – bytost situovanou díky určitému přání, neoddělitelnou od „směru existence“ a zasazenou do prostoru určité krajiny“*(de Carteau 1996:81). Tou zkušeností je myšlen vztah ke světu. Z toho vyplývá, že je tolik prostorů, kolik je rozdílných prostorových zkušeností.

4.2. Rozlišení prostoru a místa dle Marca Augé

Ve své knize Antropologie současných světů využívá při popisu moderních prostorů a světa dvojici pojmů a to místo/ ne-místo. *„Pomocí pojmů místo a ne-místo označujeme zároveň reálné prostory a vztah, který k nim mají jejich uživatelé“*(Augé 1999: 109). Místo autor definuje jako *„ identické (v tom smyslu, že se určitý počet jedinců může v daném místě identifikovat a definovat) a vztahové (lidé, kteří na daném místě žijí, zde mohou „znovunalézat stopy toho, co se tu událo dříve, znaky původu a souvislosti“* (Augé 1999: 109). Místo tak symbolizuje trojí vztah, jedince k sobě samému, vztahy mezi dvěma jedinci a vztah k jiným jedincům a jejich dějinám.

Prostor, ve kterém se nesymbolizuje ani vztah ani identita a ani dějiny, autor definuje jako ne-místo. *„ Neznamená to, že pojem ne-místo, nelze vztáhnout na určitý empirický prostor nebo na představu, „kterou o tomto prostoru mají ti, kdo se v něm vyskytují“*

(Augé 1999: 109-110). V podstatě to znamená, že co je pro některé jedince místem, může být pro některé ne-místem a naopak.

4.3.Sport-bar: prostor nebo místo?

Podle de Carteau je tedy sport-bar místo, protože tam, kde je sport-bar postaven, už nemůže být nic jiného. Zároveň se sport-bar mění v prostor díky návštěvníkům, kteří do něj chodí a používají ho ke svým aktivitám. Podle definice Augého a dle mého názoru taktéž, může sport-bar pro jednoho jedince plnit funkci místa a pro někoho funkci ne-místa. Mí informátoři, kteří hojně používali ve Starwinu termín „chlapský prostor", se ztotožňují s definicí de Carteau, protože tím, že tam jsou, se z místa opravdu stává prostor.

5. Sport a masmedia

Sport je už dávno součástí společenského dění a pro spousty lidí i součást životního stylu. Avšak převážná část populace aktivně nesportuje a do kontaktu se sportem se dostanou pouze formou sportovního diváctví. Významné sportovní akce, jako olympijské hry nebo mistrovství světa, se stávají celosvětovou záležitostí, a to díky diváckému zájmu o sport, který se projevuje přímou návštěvou sportovišť nebo díky mediálnímu prezentování těchto soutěží.

„Sílící masová přitažlivost sportem, zejména formou masmediálního divákého zážitku, je nesporně novějším a nesmírně zajímavým sociologickým fenoménem" (Sekot, 2003: 137). Už jen ten fakt, že miliony lidí jsou ochotny trávit před televizními obrazovkami několik hodin denně, to dokazuje. Proto také sport patří k nejsledovanějším programovým složkám. Díky televizním komentářům si lidé více umocní akčnost podívané a hlavně pocit bezprostřednosti podívané, kdy se masmedia snaží obrazem i komentářem televiznímu divákovi nabídnout více, než přímá divácká účast. *„Akční sportovní podívaná je prezentována natolik přirozeně, že většina diváků pak má za to, že to, co sledují, je „sport sám". Tedy, že sport je zejména vzrušující podívaná, kterou je sport obsahově a*

funkčně naplňován tak, jak je „reálný" svět zástupně naplňován scénami z akčních filmů" (Sekot 2003: 143). S tímto se plně ztotožňuje velké množství mužů, se kterými jsem mluvila ve sport-barech. Většina z nich dává přednost sledování sportu ve sport-baru než přímo na sportovištích. Jeden z nich, muž A, kterému bylo něco přes 50 let, se mi to pokusil vysvětlit následovně: „ *To víte, slečno, já jsem už starší muž a ta tlačenice na stadionu už pro mě není. Dříve jsem tam ale také chodil, ta atmosféra v kotli, tleskání, zpívání, oblečení a kamarádi - to mě bavilo, ale dneska… To si už raději posedím v klidu u piva tady s chlapama, krásně na tu obrazovku vidím a atmosféru si tady uděláme také velmi dobrou. Nikdo nemá problém s tím, že tady je hluk, nadávky, pokřikování, potlesk a při vítězném konci si s radostí zazpíváme hymnu.*" Samozřejmě jsem ve sport-baru narazila i na muže, kteří sport-bar využili, protože zkrátka jinou možnost neměli. Mladý muž B ve věku čtyřiadvaceti let, který byl ve sport-baru s dvěma kamarády a slečnou, si postěžoval, že chtěli jít na zápas samozřejmě na stadion, ale bohužel byl zápas tak rychle vyprodaný. Nesehnali lístky, a bylo na něm vidět, že ho to skutečně moc mrzí. Ze zkušeností vidím, že sport-bar skutečně navštěvují spíše muži, kteří už rádi vyhledávají pohodlí a stadion už jim nepřináší vše potřebné, co od sledování sportu požadují. Jinou skupinou jsou mladí lidé, kteří by na stadion i rádi zavítali, ale bohužel jim to z nějakého důvodu nevyjde, a tak se alespoň společně sejdou.

6. Historie sportovního diváctví a fanouškovství

„ *Diváctví bylo nesporně významnou součástí zábavy ve volném čase pro velké skupiny populace ve všech historických obdobích*" (Slepička a kolektiv 2010:12). Historie však ukazuje, že sportovní podívaná měla nejen jako součást zábavy také vliv na společenské klima. Poskytování vzrušující zábavy přihlížejícím divákům s sebou často nesla i předvádění násilí. Příkladem toho jsou například gladiátorské hry. *„Ocenění krásy či dokonalosti tělesného pohybu bylo v těchto případech potlačeno prožíváním předváděného*

násilí, lidského utrpení a smrti"(Kubíková 2010:13). Mezi další historické sportovní události můžeme zařadit starověké olympijské hry, které lákaly diváky i velmi vzdálených oblastí řeckého světa. Také takzvané *„vazatajské závody byly ve východořímské říši nedílnou součástí občanských slavností"*(Slepička a kolektiv 2010:12). Ve starověku nebyl rozdíl mezi sportovní podívanou a představením v cirkuse či divadle, stejně tak reakce přihlížejících diváků byly podobné. Výkřiky, pískot a dokonce nekontrolovatelné zásahy do představení byly naprosto běžné.

7. Rozdíl mezi sportovním diváctvím a fanouškovstvím

„Diváka lze charakterizovat jako pasivního pozorovatele hry"(Smolík 2008:18), zajímá ho děj a výsledek podívané. Nespecializuje se na jeden konkrétní sport, ale sleduje spousta jiných sportů a zároveň tedy nemá tak oblíbený sport či konkrétní tým, aby docházel na každý jeho zápas a zdobil se jeho barvami. Naopak člověk, který se nazývám fanouškem, už je fanoušek konkrétního sportu či týmu. S týmem prožívá úspěchy i neúspěchy, prožívá průběh hry a mnohem bouřlivěji reaguje a je oblečen v barvách týmu (Smolík 2008:19).

7.1. Co znamená být sportovní fanoušek?

V minulé kapitole jsem se zabývala tím, kdo je podle Smolíka sportovní divák a kdo sportovní fanoušek. Většina lidí ovšem nerozlišuje pojmy sportovního diváka a sportovního fanouška a považuje je za to samé. Podle mého názoru je sportovní divák vlastně fanouškem. Myslím, že člověk, který se chce nazývat fanouškem, se nemusí zaměřovat pouze na jeden konkrétní sport. Já sama se považuji za sportovní fanynku i přesto, že nejsem fanynkou konkrétního týmu. Podle mého názoru je fanoušek člověk, který rád sleduje sport ať už doma, ve sport-baru nebo přímo na sportovišti a má přehled o tom, co se v daném sportu děje. Prožívá radost a hrdost z vítězství a je věrný, když se

nedaří. Já osobně fandím vždy, kdy je v akci sportovec nebo tým, který závodí pod českou vlajkou a bojuje za naši zemi a svou vlast.

Tématům vlastenectví, nebo sport a nacionalismus se například věnuje Alan Bairner ve svém díle Sport, nacionalismus a globalizace. Hned v úvodu publikace tvrdí, že *„sport a nacionalismus jsou pravděpodobně nejvíce citově nabité fenomény dnešní doby*“ (Bairner 2001:11). Autor v knize zavrhuje „katastrofický scénář“ globalizace, která představuje hrozbu homogenizace[2]. Podle autora jsou důkazem toho, že k tomu nedojde, sportovní fanoušci, kteří na mezistátních sportovních událostech ukazují svoji národní příslušnost máváním národních vlajek, zpěvem národních hymen, specifickým oblečením a projevem. V České republice se podobnému tématu věnuje Aleš Sekot, ve svém díle Sociologické problémy sportu. Mimo jiné se zabývá globalizací sportu. U témat sport-nacionalismus-globalizace se také zabývá prací britského badatele Granta Jarvieho, ve které autor tvrdí, že *„sport je „jen hra“ nýbrž akcentuje názor, že sport je důležitým fenoménem v rovině kultury společnosti. Připomíná, že sport je dnes spíše než globalizující fenomén jev internacionální: je vystaven turbulentnímu vývoji, nikoli homogenizaci. Jde o proces střetávání a prolínání procesů, ve kterých nacionalismus sehrává stále významnou roli a staví tak hráz jednoznačnému univerzalismu*“ (Sekot 2008:96).

V Kozlovně jsem mluvila s partou mladých lidí a ptala se jich na názor, kdo je vlastně sportovní fanoušek. Muž B odpověděl: *„Podle mě je sportovní fanoušek člověk, který se obratně orientuje v nějakým sportu a zároveň ho sleduje, ať už pasivně u televize nebo aktivně na stadionech. Nebo taky člověk, který naprosto miluje jeden tým, chodí jen na zápasy toho týmu a prožívá s ním výhry i prohry.*“ Z čehož vyplývá, že považuje za sportovního fanouška i člověka, kterého Smolík charakterizuje jako sportovního diváka, ale zároveň charakterizuje fanouška i jako člověka, který fandí jednomu konkrétnímu

[2] Splynutí v jednu neidentifikovatelnou globální masu kultur.

týmu, jak uvádí Smolík. Další muž C ve věku 23 let si myslí a řekl mi, že: *„Sportovní fanoušek je jedinec, pro kterého je sport vším. Emoce, které prožívá, jsou pro něj droga. Je to koníček, jako každý jiný.*“ S jako poslední jsem v tomto sport-baru mluvila na toto téma s 30letou ženou B a ta řekla: *„Podle mě je sportovní fanoušek ten, kdo má sport rád a rád ho sleduje, jak na živo, tak v televizi a věnuje se tomu naplno v rámci možností.“* Všichni tři mluvili v neutrální osobě, takže jim nezáleží na tom, jestli se jedná o ženu fanynku nebo muže fanouška.

7.2. Jak vypadá sportovní fanoušek?

Během rozhovorů na téma, co znamená být sportovní fanoušek, pár informátorů odpovědělo, jak podle nich takový fanoušek vypadá. Například mladý muž D ve věku 21 let odpověděl: *„…fanoušek má koupené určité oblečení, kterým vyjadřuje, kterému týmu fandí, může mít dres, šálu, čepici a vždy si to bere na každý zápas, který sleduje.“* Další odpověď tentokrát od ženy C, které bylo 25 let, byla v podobném duchu: *„…fanoušek většinou nosí také symboly svého oblíbeného týmu, který podporuje, jako například vlajky, šály a dresy.“* Poslední, kdo se na toto téma vyjádřil, byl mladý sedmadvacetiletý muž E, který je velkým sportovcem a hraje fotbal za svoje rodné město. Odpověděl: *“…fanoušek je člověk oblečený v barvách našeho týmu, je slyšet za jakékoliv situace a jezdí s námi i na venkovní zápasy. Celá ta skupina fanoušků má sebou bubny a doplňky, dají nám svým vzhledem a projevem najevo, že ví, že jsme do toho dali všechno, i když to někdy nevyjde, a my víme, že oni do toho také dali všechno.“* V návaznosti na tyto odpovědi mě zajímalo, jaká je vlastně dostupnost „fanouškovského“ oblečení a doplňků a to hlavně pro ženy. Byla jsem příjemně překvapená, protože muži ihned odpověděli, že dostupnost je velmi dobrá a ihned mi doporučili několik internetových obchodů mezi nimi například Fan-store, který je zaměřený na zahraniční, světově známé týmy hokeje, fotbalu a motosportu. Většina má ten obchod nejraději, protože nabízí velmi širokou škálu možností. Obchod je vybavený

tabulkou velikostí, která zahrnuje i dámské velikosti a u jednotlivých týmů si ženy mohou přímo kliknout na položku dámské oblečení. Další zajímavý internetový obchod, který mi muži doporučili, má velmi podobný název FANstore. Tento obchod však nenabízí žádné speciální oblečení pro ženy, pouze si nakupující mohou zvolit velikosti oblečení většinou od M po XL, v menší míře jsou nabízeny XS nebo S. Muži ale mají dojem, že pokud si chce žena koupit dres na fandění, určitě jí nevadí, že bude i o trochu větší. Při fandění nejde o to někoho oslnit, ale cítit se v pohodlí a dobře a to podle mužů nabídka obchodů určitě nabízí.

8. Motivační škála sportovních fanoušků

Daniel Wann profesor na Murray State Univerzity v Kentucky se zabývá výzkumným programem zaměřeným na psychologii sportovních fanoušků (Murray State University Department of Web Management:2016). Součástí programu byl výzkum z roku 1995, který se zabýval motivací spotřeby sportu a vedl k vývoji Motivační škály sportovních fanoušků (Sport Fan Motivation Scale-SFMS). Tato škála se skládá z osmi motivů. Jsou to: eustres, sebeúcta, útěk, zábava, estetika, ekonomický zisk, skupinová příslušnost a rodina (Cant,Wiid 2015:383). Eustres[3] je vzrušující atmosféra, kterou fanoušci pociťují při živém sledování sportu. Sebeúctu chápu jako povzbuzení fanoušků, když se jejich týmu daří k tomu, aby se zúčastnili dalších zápasů, závodů atd… Motiv zábavy není nutný vysvětlovat, jedná se o pobavení diváka. Únikový motiv poskytuje lidem šanci vymanit se z každodenního života a dopřát si odpočinek nebo koníček. Estetický motiv se týká sportů, které se vyznačují vysokou úrovní dovedností a kompetencí. Jednotlivci jsou přitahováni k „ladnosti a kráse“ v konkrétních sportech, jako je krasobruslení nebo gymnastika. Výhody, které nabízejí aktivity jako hazardní hry a sportovní sázení, se označují jako motiv

[3] „pozitivní stres“

ekonomických zisků a jsou důvodem, proč se někteří lidé stali aktivními sportovními fanoušky. Skupinová příslušnost a rodinný motiv jsou si hodně podobné, jedná se o touhu trávit čas s rodinou nebo přáteli (Cant, Wiid 2015:388-389).

V České republice se jen velice okrajově podobnému tématu dotkli Bohumil Svoboda a Miroslav Vaněk ve své knize Psychologie sportovních her. Podle autorů jsou hlavní motivační zdroje dva. Za prvé *„otevřenost průběhu i výsledku každé hry"*(Svoboda,Vaněk 1986:168). Je to myšleno tak, že i když lidi nemají valný zájem o sport, tak jsou někdy zvědaví na výsledek a sledování sportu berou jako sledování detektivky a dávají u toho průchod svým emocím. Tento motiv by se dal srovnat s Wannovými motivy eustresu a zábavy. Druhým motivem podle autorů je *„vzhled do techniky a taktiky hry"* (Svoboda, Vaněk 1986:168). Někteří diváci se na sport dívají i proto, že se nechají hrou zcela pohltit a zapomenou na každodenní starosti. Samozřejmě se u sledování sportu vytváří i nové přátelské svazky. Tento motiv by se dal porovnat s Wannovým únikovým motivem, motivem rodinným a motivem skupinové příslušnosti.

V Kozlovně jsem se na to toto téma zaměřila při jednom z rozhovorů. Zajímal mě názor mužů, jaký by podle nich mohly mít ženy motiv ke sledování sportovních přenosů ve sport-baru nebo na sportovišti. Všem bylo kolem 40 let a muž F mi odpověděl následovně: *„No víte… neberte to špatně, ale myslím, že většina žen, která jde fandit na sportoviště, kde hrají slavní sportovci, chce na sebe upozornit, předvést se, aby si jí všiml nějaký bohatý a úspěšný sportovec, Pokud ovšem jde žena koukat na přenos do sport-baru, pochybuju, že se tam chce předvádět, to už jí ten sport asi opravdu zajímá."* Tento názor, mě zaujal. Myslím, že některé ženy takový důvod opravdu mít mohou, ale že jich je většina, to si úplně nemyslím. Podle mého názoru většina žen ví, že sportovci se soustředí především na svůj vlastní sportovní výkon a fanoušky vnímají jako podporu a nedívají se na ně jako na možnost flirtování. Myslím, že na takové věci se sportovec opravdu

nesoustředí a nemá čas si všímat toho, zda o něj nějaká „fanynka“ projeví zájem jiný než sportovní. Ovšem druhá část odpovědi se už ale dá podle mého názoru popsat jako motiv zábavy. Další muž G, který si vzal slovo, se nejprve zasmál názoru, toho prvního a pokračoval: *„Nooo já bych spíš řekl, že pokud se jde žena koukat na sportoviště na fotbal nebo třeba atletiku, tak jde spíš okoukávat hezký těla sportovců, nebo doma že jo… to se taky určitě kouká na to, jací jsou sportovci fešáci. Ale, jak říká kamarád, pokud jde žena koukat do sport-baru, tam už bych jí opravdu věřil, že je fanynka a baví jí to, takových jsem tu ale moc neviděl. “* Tento názor s okukováním krásných sportovců, je také velmi zajímavý. Podle mého názoru by se dal přirovnat k estetickému motivu, který sice autor přirovnává ke sportům, jako je gymnastika nebo krasobruslení, ale tento muž si myslí, že i krásná těla sportovců jsou pro ženy estetickým motivem sledovat sport. Třetí muž H, řekl: *„Víte co? Já si myslím, že spousta žen na sportovištích jsou maminky, manželky, kamarádky, přítelkyně, které chodí povzbuzovat a fandit svým příbuzným nebo známým. Nezajímá je třeba tak úplně ten samotný sport, ale spíš úspěch jejich blízkého.“* Tento názor je příkladovým rodinným motivem. A poslední muž I na to reagoval: *„Ano to je pravda, ale spousta žen, stejně tak jako muži, si chtějí užít tu atmosféru známého turnaje, nechají se strhnout atmosférou, i když normálně třeba tolik nefandí, ale když už tam jsou, šli tam třeba s manželem nebo tak, tak si to užijí. Nebo si tam jdou odpočinout od starostí a prostě nemyslet na něco důležitého a jen podporovat někoho, koho znají.“* Tento názor kombinuje hned několik Wannových motivů a to eustres, únik, zábavu a rodinu. Z mého výzkumu je patrné, že většina názorů mužů se shoduje s Wannovými motivy a ženské motivy, se podle nich z větší části neliší od motivů, které sepsal Wann pro neutrální fanoušky.

9. Atmosféra ve sport-barech

Atmosféra je důležitým prvkem každého sportovního utkání. Samotní sportovci mluví o tom, jak jim podpora fanoušků a atmosféra povzbuzování a „hecování“ pomáhá při výkonu a mnohdy díky tomu předvedou nadstandardní výkon. Vytvořit perfektní atmosféru není na stadionech takový problém. Desetitisíce lidí oblečených do barev svého týmu, pokřikující povzbuzovací hesla, hlasitý potlesk, světlice, vlajky, transparenty a mexická vlna. To vše neodmyslitelně patří k fanouškům na sportovištích. Jaká je ale atmosféra ve sport-barech? Může se vůbec vyrovnat atmosféře na stadionech?

Muži v Kozlovně na to mají jasný názor. Jeden z nich, muž J, pravidelný host, to shrnul následovně: *„Pokud se jedná o zápas fotbalové ligy nebo hokejové extraligy, myslím, že atmosféra ve sport-barech nemůže té na stadionu konkurovat. Přeci jen větší množství lidí se nechá strhnout davem fandí, oslavuje a nadává mnohem důrazněji než dvacet lidí ve sport-baru. Pokud je to takový obyčejný zápas, kterých je za rok stovka, tak ve sport-baru oslavíme gól* a *vítězství tím, že si přiťukneme, ale to je tak vše. Ale pozor! Při velkých akcích je situace jiná. Tomu napomáhá i sám sport-bar, který má vždy připravenou nějakou akčičku a i samotní hosté. Většinou někdo přitáhne vlajku, kterou tu vyvěsíme, a většina z nás má na sobě dres v národních barvách. Jeden rok dokonce jeden mladík přitáhl vuvuzelu... víte, co to je, že jo? To Vám byl rachot, nakonec mu to musel barman zakázat, jinak bychom tu ohluchli (smích). Jooo a jednou kámoš přinesl pro všechny v baru kšiltovky.* Tuto výpověď sledoval další muž K, ukázalo se, že je to jeho velmi dobrý kamarád, který s jeho názorem naprosto souhlasil, ale přidal ještě něco jiného. *„Víte, co mě ve sport-baru chybí? Ty krásný holky (smích).“* Moc jsem nechápala, jak to pán myslí, ale hned mi to vysvětlil. *„ No ty slečny na stadionech, spoře oblečené s těma třásněma, jak se tam v pauzách hýbou a hecujou fanoušky k větší aktivitě. To se to potom fandí samo, když*

máte vedle sebe takovou fanynku.“ Zajímalo mě, jestli si pánové myslí, že ty slečny jsou skutečně fanynky sportu anebo vykonávají práci, jako roztleskávačky a samotný sport je vlastně nezajímá. Většina se shodla na tom, že jsou vlastně obojí. Muž L řekl: *„Já myslím, že to je jejich práce, ale zároveň si myslím, že je baví nejen to rozpleskávání, ale i ten samotný sport, protože kdyby je to nebavilo, asi by se to dělalo s většími obtížemi. Ale jo, je možný, že některé sport nebaví a baví jen to hopkání… potom to mají těžší, než ty, které baví oboje.“* Toto téma pány velice zaujalo, protože se začali připojovat další s novými a novými názory. Velice mě pobavil starší muž M, který si začal stěžovat, že roztleskávačky nejsou povinností i ve sport-baru, a přesně řekl: *„Víte co, pánové, příště seženeme holky, aby dělaly roztleskávačky i tady.“* Na to reagoval další muž N: *„No vždyť sem občas ženy chodí, třeba támhle s (jméno muže) sem manželka občas chodí, že jo?“* Oslovený muž O na to s úsměvem zareagoval: *„Jo někdy jo, ona má sport celkem ráda a doma fandí docela zuřivě, to ony to ženy dokážou, to mi věřte. Moje žena a její sestra jsou vážně zapálené fanynky, akorát moje žena říká, že teď, co už nehraje hokej Jarda Jágr, to prostě není ono (smích).“* Další muž P se rozhlédl po místnosti a pronesl: *„Takže do příštího zápasu je úkol jasný, každý kdo může, přivede ženu a uděláme tady atmosféru, jako na stadionu (všeobecný dlouhý smích a tleskání).“* No musím říct, že mě pánové velice pobavili svými názory na atmosféru spojenou s ženami.

Ve Starwinu byla situace trochu jiná. Jak už jsem psala v předchozích kapitolách, Starwin je malý sport-bar, který využívají celkem pravidelní hosté, ve většině muži. Na atmosféru si rozhodně nestěžují, ale není to tam jako v Kozlovně, která si velké akce skutečně užívá. Starwin navštěvují hlavně pravidelní fanoušci a muži, kteří sledují sport téměř denně a velké akce zas tolik neprožívají, protože sledují opravdu téměř vše. Líbí se jim ale soutěž, kterou sport-bar pořádá. Do tématu ženy a atmosféra jsem ovšem musela hosty malinko popostrčit. Shodli se, že ve Starwinu prostě ženy na atmosféru vliv nemají,

občas tam sice nějaká přijde, ale na atmosféře to nic nemění. Jak sami říkají, zkrátka si vystačí sami s pivem a nepotřebují k tomu nějaké „zlepšováky nálady“, jak nazvali roztleskávačky, o kterých mluvili muži v Kozlovně a na které jsem se jich zeptala. Ale přece jen měl jednatřicetiletý muž Q zajímavý názor a řekl: *„Víte, co mně se třeba líbilo? Jednou jsem se někde dočetl, že fanynky nějakého hokejového klubu se rozhodly, že nafotí kalendář z hokejového prostředí. Protože spojení krásné ženy a sportu je pro muže asi nejvíce, co může být. A výtěžek z toho kalendáře šel potom na nákup pomůcek pro klub a pro samotné fanoušky. No není to pěkný? Tohle by zas chlapi nevymysleli. To vymyslí jen žena-fanynka.“*

10. Gender

Tento pojem se v České republice začal objevovat v 90. letech minulého století. Je to termín označující kulturní rozdíly mezi mužem a ženou. Tím se liší od termínu pohlaví, který rozlišuje ženy a muže biologicky. Genderové *„rozdíly vznikají kulturně, historicky a sociálně. Jedná se o určité vlastnosti a způsoby chování připisované určitému pohlaví„* (Cachová 2009: 16).

10.1. Gender v antropologii

Počátky genderové antropologii sahají do Spojených států amerických do druhé poloviny 19. století. Do té doby byla antropologii výhradně doménou mužů a ženy byly v klasických antropologických studiích opomíjeny. Příkladem toho je Bronislav Malinowski, který zcela opomíjel ženské instituce při svém terénním výzkumu na Trobriandských ostrovech. V 70. letech se antropologický výzkum zaměřil na dvě témata. Za prvé na *„původní matriarchát“, domněnku z 19. století, kdy se věřilo, že původně společnosti ovládaly ženy„*(Cachová 2009:19). *„Druhým hlavním tématem výzkumu byla*

diskuze o západních pojmech jako „diskriminace“ a „moc“ ve vztahu k ženám“ (Cachová 2009:19). Důležitou osobností je Margaret Meadová, která se ve 20. letech 20. století začala věnovat antropologii a ve svém výzkumu se zabývala dospívání jedinců a role a postavení žen. Na ostrovech Samoi se zaměřila na dospívající dívky, konkrétně na domácnost, věk, vztahy, pohlaví, lokalitu, postavení a majetek rodin. Výsledek výzkumu byla kniha vydaná v roce 1928 Coming of Age in Samoa. Vybrala si dospívající jedince, protože nejproblematičtější úsek v životě jedince v naší kultuře má být právě dospívání. Později se věnovala kulturní podmíněnosti mužské a ženské role ve společnosti (Hospodářská a kulturní studia:2017). Novější genderové výzkumy se zabývají dalšími různými aspekty vztahů mezi muži a ženami.

10.2. Genderové stereotypy

Samotný pojem stereotyp zavedl W. Lippman a je to *„soubor ustrnulých představ ve vědomí lidí přijímaných z jiných zdrojů, než je vlastní sociální zkušenost“* (Maříková a kol. 1996: 1230). Genderové stereotypy jsou souhrnná pravidla a popisy určené ženám a mužům. Jedná se o předsudky a mylné představy o „přirozeném“ a „správném“ chování a obecné posuzování lidí podle toho, jakého jsou pohlaví bez upřesnění toho, co je lidem vrozené a co získali například výchovou, jaké jsou jejich vlastnosti, názory, schopnosti a představy o životě. Každá doba a každá společnost a kultura se potýká se svými vlastními genderovými stereotypy. V dnešní době a v naší společnosti se například u žen očekává kupříkladu citlivost, zájem o ruční práce, rodinu a domácnost nebo péči o slabé a nemohoucí osoby. U mužů se naopak předpokládá, že budou například racionální, nezávislí a technicky zdatní. Budou mít zájem o motorismus, sport a budování kariéry. Genderové stereotypy jsou v naší společnosti patrné už v útlém věku. Už rozdělení, že holčičkám patří růžová barva a panenky a chlapečkům modrá barva a auta ukazuje, jak brzy se v životě s genderovými stereotypy setkáváme. S genderovými stereotypy se

setkáváme po celý život, i když si to možná neuvědomujeme. Jsme jejich svědky v reklamách, v televizi, v novinách a časopisech.

10.3. Genderové stereotypy aneb, jak to vidí muži ve sport-barech

S genderovými stereotypy jsem se při svém terénním výzkumu setkala velmi často, a to jak při názorech mých informátorů na ženy-fanynky, tak i při názorech na samotného výzkumníka - na mě. To, že se žena věnuje takovému tématu, překvapilo celkem dost mužů i žen a i já sama jsem se v jednu chvíli nechala genderovými stereotypy tak trochu strhnout.

První věc, kterou možná kdekdo očekává, je, že sport-bar budou obsluhovat výhradně muži. Opak je ale pravdou. 90% času, který jsem strávila ve sport-barech, byla servírkou žena nebo dokonce mladá slečna. Když jsem poprvé přišla do Kozlovny s oznámením o svém výzkumu a s žádostí o informace, byla ze mě mladá servírka tak trochu v šoku. Chvíli ji trvalo, než na ní to překvapení přestalo být vidět a začala se chovat naprosto profesionálně. Ve Starwinu jsem se i já nechala strhnout genderovými stereotypy. Při mé první návštěvě stál totiž u baru mladý muž. V tu chvíli mi projelo hlavou: Super, toho bude téma zajímat a určitě mi toho bude mít hodně, co říct. Když jsem ho ale oslovila a informovala o tom, že píši bakalářskou práci a provádím výzkum na téma fanoušků, byl naprosto vyvedený z míry a chvíli jen něco koktal. Musel ho zastoupit muž R sedící u baru a řekl mi: *„Toho nemá cenu se na nic ptát, ten sportu rozumí jako koza petrželí, ale my Vám k tomu klidně něco řekneme.“* Tak jsem se tedy místo barmana pobavila s dvěma muži kolem 50 let. Chvíli jsme se obecně pobavili o škole, o práci a také o sportu. Zdálo se mi, jako by se mě svými otázkami snažili otestovat, jestli vůbec o sportu něco vím, když se tím chci takto zabývat. Když jsem jim na všechny otázky odpověděla, jeden z nich (muž R) překvapeně zareagoval:*„Tyjoooo ona to fakt všechno ví, to snad není možný.“* Podobná

situace se opakovala ještě několikrát, kdy jsem nejprve musela informátory přesvědčit, že o sportu toho vím opravdu hodně a můžu se tomuto tématu naplno věnovat.

Mohlo by se zdát, že jsem musela projít tzv. přechodovým rituálem. Přechodový rituál je jakýsi obřad, kdy se jedinec posouvá z jedné fáze svého života do další. Již z názvu je patrné, že „přechod" signalizuje na nějakou změnu, která nemusí být vždy příjemná. Těmito rituály se velmi podrobně zabýval francouzský antropolog Arnold van Gennep ve své knize Přechodové rituály. Autor v knize rozděluje přechodové rituály do tří fází a ty označuje *„jako předprahové (preliminární) rituály - rituály odlučování od předchozího světa, jako rituály prahové (laminární) - rituály konané ve stadiu pomezí a rituály poprahové (postliminární) - rituály přijetí do jiného světa"* (Van Gennep 1997:27). Já jsem musela projít z fáze, kdy jsem pro informátory byla velká neznámá a úplně mi nedůvěřovali, přes fázi, kdy se mě vyptávali a snažili se zjistit, zda o sportu vím tolik, abych se mohla takovému tématu věnovat až do fáze, kdy mi uvěřili a pochopili, že sportu rozumím a přijali mě mezi sebe a bavili se mnou bez jakýchkoliv omezení.

Informátoři se genderových stereotypů dotýkali celkem ve velké míře, i když někteří jen velmi okrajově. Muž H se při jednom z rozhovorů zmínil o tom, že se jednou zúčastnil soutěže, při které měli lidé vymýšlet hlášky pro komentátora Jaromíra Bosáka do videohry FIFA. U příležitosti vyhlášení vítěze se objevil názor, že pořadatelé jsou velmi překvapeni a zároveň rádi, že se soutěže zúčastnilo také velké množství žen a jedna z nich se dokonce umístila v desítce nejlepších. Myslím, že i toto vyvrací stereotypy, že ženy sportu nerozumí a nezajímá je. Jeden z nejzajímavějších postřehů o genderových stereotypech vyslovil muž Q. Nemluvil sice o fanynkách, ale přímo o sportovkyních. Četl totiž článek, kde se vyjádřil, dnes už bývalý šéf Formule 1 (F1) Bernie Ecclestone, k tomu, že ženy nikdy nemají šanci prosadit se ve F1 mezi muži a nikdo je nikdy nebude brát vážně. Pokud takový názor, který je plný genderových stereotypů má osoba, která drží v rukou veškerou

moc v rozhodování nad tématem ve F1, tak se nic nezmění. Nyní už má ale F1 nového šéfa a je možné, že ten se rozhodne dát ženám šanci prosadit se mezi muži a možná tím k F1 přilákat i větší pozornost diváků. Jeden z mužů (muž S) ve Starwinu vyslovil naprosto ukázkový genderově stereotypní názor na ženské fanynky. Podle něj totiž žena jako fanynka prostě neexistuje. Přesně řekl: *„já si nemyslím, že ňáká žena sportu skutečně fandí, já to vidím tak, že ten zájem o sport jenom předstírají, aby si jich ňákej chlap všiml, a pak už je to nezajímá.“* Naopak mladý pětadvacetiletý muž B v Kozlovně mluvil o tom, že když svoji přítelkyni poznal, považoval ji za podle něho typickou holku, která má ráda nakupování a posezení s kamarádkami. Ukázalo se, že ona se z počátku opravdu snažila tak působit, protože si myslela, že má její přítel přesně o takovou ženu zájem a možná by nebyl nadšený z toho, že ona ve skutečnosti sportu opravdu hodně rozumí. Zjistil, že například o tenisu toho ví mnohem víc než on. Ví, jaké turnaje se hrají, jaké hráčky a hráči tam hrají, kdo je favorit a tak dále. Taky řekl, že si myslí, že taková zarputilá fanynka je mnohem lepší fanynka než plno chlapů. Podle něj dokáže žena více procítit emoce, více se do toho položit a užívat si to. Taky říkal, že už přítelkyni přesvědčoval, že když jí ten sport tak zajímá, tak by se tomu měla zkusit více věnovat. Tvrdil, že když čte různé analýzy před zápasy pro sázkaře, věřil by ženě klidně mnohem víc, než muži. Myslí si že, když se žena pro něco nadchne, dokáže se v tom skvěle orientovat a ještě k tomu přidá ty emoce a dokáže to procítit. Samozřejmě i toto je ukázka genderových stereotypů, kdy si lidé myslí, že žena je více emočně založená než muž. Stačí, když si vezmeme například známého sportovního moderátora Roberta Zárubu. Ten je známý pro své sportovní hlášky a zároveň pro své nefalšované prožívání emocí při každém zápasu, který komentuje. Jeden z mužů (muž C) v Kozlovně vyslovil názor, že žena může sportu rozumět ale pod jednou podmínkou. Podle něj totiž záleží na tom, jestli žena sama sportuje. Vysvětlil to následovně: *„Žena může sportu rozumět, pokud sama nějaký sport dělá. To si pak myslím,*

že k tomu sportu má daleko větší vztah a rozumí mu. Například moje sestra je velmi soutěživá, nejen že sama fandí, ale také sama hraje florbal a velice špatně nese prohry, jak svoje, tak i týmu, kterému fandí.“

Genderové stereotypy se zkrátka opravdu objevují v mnoha odpovědích, stačí se nad tím jen trochu zamyslet a celkem vždy se podaří nějaký náznak genderového stereotypu najít, protože i když si to vždy neuvědomujeme, jsou obrovskou součástí našich životů.

11. Preferované sporty žen-fanynek podle mužů ve sport-barech

V předchozí kapitole jsem se zabývala genderovými stereotypy a i toto téma jich může být plné. Ženy jsou totiž všeobecně brány jako něžná stvoření, která se o sport příliš nezajímají, a když už ano, tak pouze o sporty, které jsou charakterizovány jako typicky ženské sporty. V rozhovorech s muži mě zajímalo, jaký je podle nich oblíbený sport žen a proč si to myslí. Rozhovorů jsem prováděla opravdu hodně, a proto uvedu ty nejzajímavější odpovědi, a poté shrnutí.

Jeden z mužů (muž E) se vyslovil následovně: *„Já myslím, že spousta fanynek nemá ani oblíbený sport, ale spíše fandí z určitých důvodů, například když jejich syn hraje fotbal, tak mu chodí fandit a dívá se na fotbal a když dcera dělá atletiku, jde jí fandit na ovál. Na druhu sportu jim opravdu nezáleží.“* Další zajímavý názor měl čtyřicetiletý muž I, řekl: *„Podle mě ženy spíše než určitému sportu fandí určité osobě. Myslím, že ženy obdivují jiné ženské sportovkyně a fandí jim. Momentálně je hodně oblíbená biatlonistka Gabriela Koukalová, a proto myslím, že biatlon momentálně patří mezi nejoblíbenější sporty žen. Dále mě napadá například atletka Zuzana Hejnová, atletika byla u žen vždycky oblíbená už za dob koulařky Fibingerové. Samozřejmě se nesmí zapomenout na běžkyni na lyžích Neumanovou a také na vodní slalomářku Hilgertovou. To jsou podle mě všechno velké ženské sportovkyně a pro ženy jako fanynky velké hrdinky a vzory.“* Další názor byl tomuto trochu podobný, mladý muž Š okolo pětadvaceti let řekl: *„Ženy si vybírají sporty podle*

toho, jak jsou v nich čeští sportovci úspěšní, a tím pádem je ten sport více mediálně propagovaný a ženám dostupný. Z vyprávění vím, že v minulosti Česko rozhodně nebylo biatlonovým sportem a biatlon znali pouze opravdový sportovní znalci. Teď když se našim sportovcům daří, žije biatlonem celá země včetně žen. Na biatlon chodím do sport-barů často a podle mě se o něj zajímá nejvíce žen. Také si myslím, že je hodně oblíbený tenis a atletika." Muž T ve věku 50 let na otázku odpověděl takto: *„Ženy se podle mého názoru specializují na velké sportovní akce. Většina žen podle mě o hokej celý rok nezavadí, ale jakmile se hraje mistrovství světa, tak dokážou fandit velmi urputně a hlasitě."* Na to zareagoval jeho kamarád (muž Ť) slovy: *„To je pravda, moje žena se také soustředí hlavně na velké akce, když je olympiáda nebo různá mistrovství světa, tak také u televize fandí a prožívá to."* Poslední muž (muž A), který s nimi seděl u stolu, jen nejprve tiše poslouchal a potom řekl: *„Chlapi, to co já mám doma, to mi nebudete věřit. Moje dvacetiletá dcera je naprostý sportovní fanatik. Ta sleduje snad všechno. No všechno… ona tvrdí, že sleduje všechno, kde jsou čeští sportovci a může jim fandit a prožívat s nimi radosti. Ta ví o každém mistrovství ve všech sportech a sleduje to."* Další zajímavý názor vyslovil pětatřicetiletý muž U: *„Podle mých zkušeností se ženy rády koukají na takové ty estetické sporty, jako třeba krasobruslení. Moje máma se o sport nijak extra nezajímá, ale jak běží v televizi krasobruslení, tak je u toho klidně tři dny jako přikovaná a sleduje to. Má tam své oblíbence, kterým fandí, a ráda poslouchá hudbu, na kterou krasobruslaři a krasobruslařky jezdí."* Další názor je od čtyřiačtyřicetiletého muže V, ten odpověděl: *„ Moje dcera, která je velkou fanynkou sportu, má rozhodně nejradši tenis, jejími oblíbenci jsou Tomáš Berdych a Rafael Nadal, ale například při olympiádě se ráda dívá na sporty, které nejsou jinak moc často k vidění. Ráda fandí gymnastice, sportovní gymnastice, synchronizovanému plavání, střelbě a lukostřelbě. Na zimních hrách například curling. Prostě dává přednost sportům, které jinak media příliš nevysílají."* Poslední názor, který

zde uvedu, pochází od mladého osmadvacetiletého muže W, který řekl: *„Podle mě se ženy více a více zajímají i o sporty typické spíše pro muže. Je to kvůli zvýšené účasti ženských sportovkyň ve sportech, jako je například box, české boxerky patří mezi nejlepší boxerky světa a ženy je podle mého názoru obdivují stejně jako judistky nebo vzpěračky. Dalším takovým sportem netypickým pro ženy je například akrobatické lyžování, a přesto je podle mě u ženských fanynek oblíbený. Moje přítelkyně je vždy fascinovaná tím, co ty ženy dokážou, a obdivuje je za to, že nemají strach.“*

Hodně mužů má tedy takový názor, že nezáleží na tom, o jaký sport se přesně jedná, ale spíše o to, jaké sporty jsou mediálně propagované a ve kterých jsou úspěšní sportovci. Takové sporty ženy podle mužů zajímají nejvíce. Pokud bych měla vybrat nejčastěji jmenované sporty, tak to jsou biatlon a tenis. Někteří ovšem mluvili o estetických sportech, jako krasobruslení a gymnastika, někteří o typických mužských sportech.

12. Vliv věku na sportovní fanynky

Během rozhovorů mě dále zajímalo, zda má podle mužů ve sport-barech věk žen vliv na to, zda a jaké jsou sportovní fanynky. Čtyřicetiletý muž X odpověděl: *„Myslím, že věk v tomhle může svoji roli hrát, ale propojeně s dalšími faktory. Mladá slečna se vůbec nemusí o sport zajímat, ale potom se vdá, má děti a ty děti potřebují pohyb, dá je na nějaký sport. Tomu dítěti se začne dařit a hrát v nějakém týmu. V tu chvíli se z ženy, která v mládí ke spotu žádný vztah neměla, může stát sportovní fanynka, protože matky bývají ty nejlepší fanynky svých dětí.“* Další třiatřicetiletý muž Y se vyjádřil takto: *„Myslím, že to je spojeno hodně s výchovou. Pokud rodiče své dcery vedou ke sportu, anebo sami doma rádi sledují sportovní přenosy a fandí, dcery ledacos odkoukají a berou to jako součást svého života. Takže ano, věk může hrát svoji roli v kombinaci s výchovou. Ale je pravda, že i dospělou ženu si můžete „převychovat“ a naučit jí, aby měla sport ráda (smích).“* Muž Z okolo čtyřiceti let se k tématu vyjádřil na příkladu své dcery: *„Myslím, že věk může hrát svoji*

roli, když byla moje dcera malá, tak běhala s kluky za míčem, chodila se mnou koukat na vesnici na fotbal a potom, jen co přišla do puberty, se začala zajímat o jiné věci a o sport už se víceméně nezajímá." Na to reagoval jeho stejně starý kamarád (muž Ž): *„Mám podobnou zkušenost, ale myslím, že to souvisí taky s tím, jak se kdo nechá ovlivnit svým okolím. Moje dcera, když byla mladší, taky ráda hrála fotbal se svým bráchou, chtěla se mu pořád vyrovnat a být jako on, a tak na něj ráda koukala a fandila mu. Nyní v dospělosti už ji fotbal vůbec nezajímá, ale zase má ráda hokej, ale jen jednou za čas, když je velká akce. Je ale pravda, že v pubertě se u hřiště s partou holek občas objevila. Myslím, že to mělo úplně jiný důvod než to, že by je zajímal fotbal. Myslím, že je zajímali spíš ti fotbalisti (smích)."* Dvaapadesátiletý muž A vyjádřil opačný názor: *„Myslím, že věk nehraje roli, žena může být fanynka a nezáleží na tom, kolik jí je let. Abych použil starou dobrou frázi: věk je jen číslo. Důležité je to, jak se žena cítí."* Na tomto názoru je něco pravdy, protože při Mistrovství světa ledním hokeji 2017 běžela v televizi anketa, ve které lidi mohli posílat příběhy, videa anebo fotky na téma Královský charakter. Vítězný příběh byl od mladé ženy, která popsala svoji babičku, jako velmi zarytou fanynku českého hokeje, která si už roky vede podrobné zápisy o jednotlivých zápasech a hráčích. V roce 2015, kdy se mistrovství světa konalo v České republice, se konečně už v pokročilém věku dočkala a navštívila jeden ze zápasů českého národního týmu, což se pro ni stalo jedním z nejúžasnějších zážitků v životě.

Ve větší míře si tedy muži myslí, že věk hraje nějakým způsobem svou roli v tom, zda ženy jsou nebo nejsou sportovní fanynky. S věkem se ovšem musí pojit další faktory, jako výchova, vliv okolí nebo životní situace. Podle mužů věk, ale nehraje roli v tom, jakými fanynkami jsou. Protože i velmi stará dáma může překvapit a prokázat ten pomyslný „královský charakter" a ukázat, že v některých věcech věk vážně svoji roli nehraje a důležité je, jak se člověk cítí a co si přeje ještě dokázat.

13. Jak to vidí samotné ženy-fanynky?

V poslední kapitole své práce se zaměřím na názory několika fanynek, se kterými jsem měla možnost ve sport-barech mluvit. Ke každému tématu, ke kterému se muži ve sport-barech vyjádřili, jsem sehnala alespoň jeden názor některé ženy. Nějaké názory jsem již popsala v předchozích kapitolách a zbytek shrnu v této kapitole.

V Kozlovně jsem potkala partu mladíků s jednou slečnou, kteří přišli sledovat první zápas semifinále extraligy v hokeji mezi Hradcem Králové a Brnem. První třetinu zápasu jsem skupinu pozorovala při sledování utkání, bohužel se v první třetině nestalo téměř nic zajímavého a ani skupina nevykazovala žádné zvláštní chování. To ovšem neznamená, že by je zápas nebavil, anebo že by nefandili. Každý své emoce projevuje jiným způsobem. O pauze jsem skupinu oslovila a po krátkém představení sebe a své práce jsem upřela pohled na zmiňovanou slečnu. Slečna (žena C), jako by vycítila, že se chci zeptat, co tu dělá a sama se ujala slova: *„No já jsem přítelkyně tady (jméno muže) a sport mám taky moc ráda, hlavně tedy hokej a tenis, tak jsem vyrazila s kluky taky zafandit. Určitě to pro mě není pravidlem, je to spíš výjimečně, že bych vyrazila do sport-baru.“* Zajímalo mě proč, a kde tedy sport sleduje. Odpověděla: *„Víte, sport-bary jsou asi spíš pro chlapy. Je tu velký hluk a smrad z cigaret, to já úplně nemusím, i když musím říct, že jsou tu chlapi slušní. Když jsem šla před chvílí na toaletu, srazila jsem se ve dveřích s jedním mužem a on se uhnul, abych mohla projít a ještě řekl: „prosím, krásná slečno“, takže s tím, jak se tady muži chovají, opravdu nemám problém. Spíš mám raději čerstvý vzduch, ráda se chodím koukat na zápasy svého bráchy a jinak se spíš koukám na sport v klidu doma.“* Další slečna (žena D), se kterou jsem dělala rozhovor, byla přesně taková, jak já si představuji sportovní fanynku. Sice říkala, že sport-bary taky ve většině nenavštěvuje, že se radši dívá doma v pohodlí, ale jinak je až sportovní fanatik. Program ČT sport u ní běží v podstatě stále, kdy vysílají jakékoliv sportovní přenosy, kde se jedná o českou reprezentaci. Vyjádřila se

hlavně k tématům motivace a atmosféry. *„Považuji se za naprostého vlastence, jakmile vidím někoho závodit pod českou vlajkou, tak mu fandím a může se jednat o jakýkoliv sport. V tu chvíli mě začne bavit opravdu cokoliv od hokeje, přes krasobruslení po judo. Nejvíce si užívám tu nefalšovanou radost sportovců, když za svoji celoroční dřinu jsou odměněni cennou medailí nebo velkým úspěchem. To, že mě okolí považuje tak trochu za blázna, mně vůbec nevadí.“* Pověděla mi, že každý má svůj koníček a pro ni je to sledování sportu a fandění. Kvůli českým sportovcům je ochotná vstávat i v noci, aby se mohla podívat na důležitý zápas, protože když pak nevidí ty úspěchy, tak jí to hrozně mrzí. Samozřejmě prohry jsou také velkou součástí sportu. Jedna z fanynek se k prohrám vyjádřila starým dobrým: Hrdí, když se vítězí, věrní, když se nedaří. *„Nemám ráda ty fanoušky, a ano opravdu si myslím, že jde především o muže, kteří fandí jen, když se vyhrává. Ne vždy se daří a právě v tu chvíli potřebují sportovci největší podporu. Aby viděli, že jsme s nimi, i když se něco nepodaří. Myslím, že ženy jsou věrnější fanynky než muži. Mám přístup na internetové sázení, kde je možno nejen sázet, ale také zápasy sledovat. Je mi smutno, když vidím, jak se ti muži starají jen o peníze. Chvíli kamenují, chvíli chválí? Jen podle toho, jak oni vsadili. Je to opravdu smutné, co všechno jsou lidé schopní napsat o hráči, který právě nehraje podle jejich představ, jako by to snad dělal naschvál.“* Další žena E se vyjádřila k tématu atmosféry ve sport-barech a podařilo se jí porovnat mé dva sledované sport-bary. *„Myslím, že atmosféra, která ve sport-baru je, bývá pro fanoušky důležitá. Tady v Kozlovně se mi velice líbí, obzvlášť při velkých akcích. Mají tu různé možnosti pro fanoušky, je to moc fajn a i hosté zde umějí udělat výbornou atmosféru pomocí oblečení, vlajek nebo projevů jako je potlesk a hlasité fandění. Jednou jsem byla s přítelem ve Starwinu a to se nedá podle mě s Kozlovnou srovnat. Tam je to takové stísněné. Vypadá to, že se tam všichni znají a drží se svojí skupiny, sledují sport, ale není to tam zkrátka takové jako tady. Pokud si chcete užít atmosféru, určitě doporučuji*

spíše Kozlovnu." Při rozhovorech mě také zajímalo, zda mají ženy tušení, co jsou genderové stereotypy a jestli se s nimi někdy setkaly. Žena B se přiznala, že pojem gender ještě neslyšela, ale po krátkém vysvětlení jí už bylo jasné, co mám na mysli. Řekla, že zaslechla rozhovor dvou mužů, kteří se bavili o jedné z komentátorek sportovního přenosu. *„Slyšela jsem, jak říkali, že nechápou, jak může u sportu, jako je hokej, pracovat, jako komentátorka žena. Říkali, že prý se má držet ženských sportů, jako je krasobruslení, a neplést se do hokeje."* Dále mě zajímalo, jaké sporty ženy preferují. Hodně zmiňovaný sport byl biatlon, s čímž se shodují s názorem mužů, popsaném v jedné z předchozích kapitol. Ženy mají stejný názor, že je velmi zajímavý a akční a současně nemá nijak složitá pravidla. Také ženy přitahují sporty, kde se našim sportovcům daří. Žena C řekla: *„Já se dívám hlavně na sporty a akce, kde má Česká republika své zastoupení a sportovci se perou o vítězství. Ráda se dívám na jejich úspěch a na to, jak se radují."* Další žena F mluvila o tom, že její vášní je hlavně hokej. *„Od malička se dívám hlavně na hokej, byla jsem tak vychovaná (smích). Táta i děda byli velcí hokejoví fanoušci a já vždycky koukala s nimi, a tak ňák mi to zůstalo. Syn je samozřejmě také hokejista, takže chodím na jeho zápasy, ale koukám i na českou extraligu nebo mistrovství světa."* Poslední téma, kterému jsem se s ženami věnovala, byl vliv věku. Ženy se v tomto vesměs shodovaly s muži, že záleží na více faktorech. Jedna z žen ve věku padesáti let (žena G) vyslovila velmi zajímavý názor: *„Myslím, že na věku záleží. Mladší mají více energie a více zapálení a také možná i více času. Také si myslím, že starším ženám se už hodnoty trochu přehází a začnou pro ně být důležitější jiné věci. Já byla vždycky velká fanynka, ale po založení rodiny jsem se začala soustředit na jiné věci a sport už pro mě přestal být jednou z priorit. Ale mám ho stále ráda, a jak vidíte, občas zajdu s manželem i do hospody se na něco podívat.*

Tato kapitola měla za úkol alespoň okrajově shrnout názory žen, které je možné porovnat s názory mužů a obohatit práci o to, jak se na téma bakalářské práce dívají samotné ženy.

14. Závěr

Cílem této práce bylo prostřednictvím terénního výzkumu zjistit, jak se muži ve sport-barech dívají na ženy, které baví sport, a co si myslí o různých situacích a tématech, na které jsme při rozhovorech narazili. Výzkum probíhal ve dvou konkrétních sport-barech v Jaroměři, které se od sebe liší velikostí, vybavením, celkovým fungováním a především hosty, kteří je navštěvují. Zatímco Kozlovna svým vzhledem připomíná spíše hospodu a status sport-baru získala hlavně díky promítacímu plátnu, Starwin je typickým sport-barem, který na první pohled dává najevo, že sport je tam na prvním místě.

Jako součást závěru bych chtěla uvést komparaci obou sport-barů, ovšem už ne jejich fungování a vzhled nýbrž srovnání podle názorů mužů. Muži v Kozlovně byli více sdílnější. Nevadilo jim zabíhat do témat velmi podrobně a bavit se například o oblečení fanoušků. Muži ve Starwinu většinou odpovídali na pár základních otázek a do opravdu hloubkových rozhovorů se pouštěl málokdo. Odlišný názor měli muži ohledně atmosféry. V Kozlovně si atmosféru moc pochvalovali a dotkli se spousty témat. Hodně mluvili o ženách jako roztleskávačkách, které jim ve sport-baru chybí. Ve Starwinu muži atmosféru moc neřeší a vystačí si s pivem a povídáním s přáteli. Také mě osobně muži v Kozlovně přijali mnohem srdečněji než ve Starwinu. Myslím, že to bylo tím, že Starwin navštěvují hlavně pravidelní fanoušci. Je to jejich prostor a jsou už skoro jako rodina a to, že sportu rozumím, jsem musela mnohem více dokazovat v odpovědích na jejich otázky než v Kozlovně.

V úvodu jsem jako motiv pro psaní práce uvedla příběh o chování mužů k ženě ve sport-baru. Z výzkumu vyplývá, že se naštěstí jednalo o výjimku, protože moje dlouhodobá zkušenost je úplně jiná a pozitivní. Muži se ve sledovaných sport-barech chovají k ženám velmi dobře. Obzvláště v Kozlovně jsem se setkala dokonce s respektem a úctou. Ve Starwinu jsou muži obezřetnější a chovají se k neznámým ženám odměřeněji,

ale k ženám, které znají, se chovají naprosto normálně. To, že je žena sportovní fanynka a baví ji sport, berou muži ve sport-barech velmi pozitivně. Přijde jim přitažlivé, když žena sportu skutečně rozumí. Někteří se shodli v tom, že názory fanynek jsou přesvědčivé, protože ženy do toho dokážou dát více emocí a dokážou o tom lépe přemýšlet. Pokud mají muži přítelkyni nebo manželku, která má ráda sport, berou to jako veliké plus, že mají další společný zájem, ale není to pro ně priorita. Dokážou oddělit svůj zájem o sport a svůj vztah. Ženy, které tráví čas fanděním ve sport-baru či dokonce na sportovištích, vnímají muži ve sport-barech celkem odlišně. Někteří mají takový názor, že sport není pro ženy to, co skutečně obdivují. Ve skutečnosti totiž obdivují sportovce a snaží se na sebe upozornit. Ovšem fandící žena ve sport-baru už takové muže dokáže přesvědčit o svém zájmu o sport. Důvodů, proč ženy sledují sport, může být podle mužů hned několik a záleží ještě na mnoha dalších faktorech. Pokud žena na sportovišti fandí svým příbuzným a známým, může být ovlivněna rodinou. Fakt, že je matka, a její syn je fotbalista, je velký důvod pro to, že je žena fanynkou, a to nejen sportu ale i svého syna. Také úspěch je podle mužů ve sport-barech pro ženy důležitý. Rády se podle nich dívají a fandí tam, kde se českým sportovcům daří a je tam sportovec, kterého mají rády nebo ho obdivují. Posledními důležitými faktory, které ženy ovlivňují, jsou podle mužů věk a výchova. S věkem a výchovou se totiž mohou priority a názory velmi rychle měnit a co dřív bylo důležité, může být za pár let úplně nepodstatné.

15. Zdroje

Literatura

Augé, M. 1999. *Antropologie současných světů*. Brno. Atlasntis.

Bairner,A. 2001. *Sport, Nationalism and Globalization.* New York.

Cachová, T. 2009. *Gender a romské děti Utváření společenských rolí v závislosti na pohlaví dítěte.* Bakalářská práce. Univerzita Pardubice.

Cant, M., J. Wiid. 2015. *Sport Fan Motivation: Are You Going To The Game?* International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.

Čechák,V., J. Linhart. 1986. *Sociologie sportu.* vyd. 1. Praha: Olympia.

de Certeau, M. 1996. *Vynalézání každodennosti*. In: Bensa, A. (ed.) *Antologie francouzských společenských věd: město*. Praha: Cefres.

Děkanovský, J. 2008. *Sport, média a mýty: Zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha: Dokořán.

Hendl, J. 2005. *Kvalitativní výzkum:základní metody a aplikace.* Praha.

Jirásek, I. 2005. *Filosofická kinantropologie: setkání filosofie, těla a pohyb.* Olomouc.

Kořínková, K. 2011. *Amatérský sportovní klub z antropologické perspektivy.* Diplomová práce. Univerzita Pardubice.

Koudelka, J.a kol. 2008. *Ženské a mužské role v perspektivě spotřebního marketingu, souborná studie*. Praha: Oeconomica.

Kubíková, Z. 2010. *Sociálně deviantní formy sportovního fanouškovství*. Bakalářská práce. Univerzita Pardubice.

Maříková, H. a kolektiv. 1996. *Velký sociologický slovník.* Praha. Karolinum.

Murphy, R. F. 2004. *Úvod do kulturní a sociální antropologie.* Praha: Sociologické nakladatelství.

Pavlica, K..,et al. 2000 *Sociální výzkum, podnik a management*. Praha: Ekopress.

Ranzetti, C.M., D.J. Curand. 2005. *Ženy, muži a společnost.* Praha.

Sekot, A. 2003. *Sport a společnost*. Brno.

Sekot, A. 2006. *Sociologie sportu.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita a Paido.

Sekot, A. 2008. *Sociologické problémy sportu*. Praha.

Slepička, P. 2008. *Sportovní diváctví*. Praha.

Slepička, P. a kolektiv. 2010. *Divácká reflexe sportu*. Univerzita Karlova Praha.

Karolinum.

Smolík, J. 2008. *Fotbalové chuligánství*. Karlovy Vary.

Svoboda, B., M. Vaněk. 1986. *Psychologie sportovních her*. Praha. Olympia.

Van Gennep, A. 1997. *Přechodové rituály:systematické studium rituálů.* Praha.

Internet

Murray State University Department of Web Management. 2016. *Daniel L. Wann, Ph.D.*

Dostupné z:

http://www.murraystate.edu/academics/CollegesDepartments/CollegeOfHumanitiesAndFineArts/Psychology/Faculty/DWannFacInfo.aspx [20.4.2017]

Hospodářská a kulturní studia (HKS). 2017. *Kulturní determinismus.*

Dostupné z: http://www.hks.re/wiki/ [14.6.2017]