

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Sportovní celebrity a charita

Miroslav Houška

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra Sociologie

Studijní program Sociologie

Studijní obor Sociologie

Bakalářská práce

Sportovní celebrity a charita

Miroslav Houška

Vedoucí práce:

PhDr. Jan Balon, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2012

.....

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych rád poděkoval PhDr. Janu Balonovi, Ph.D. za odborné vedení mé bakalářské práce, za věcné připomínky a rady k tématu. Také bych rád poděkoval všem zúčastněným respondentům za to, že si našli volný čas na poskytnutí rozhovoru. A děkuji také všem ostatním, kteří mi pomohli při vzniku této práce.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	TEORETICKÁ ČÁST	3
	2.1 Charita napříč náboženskými společnostmi.....	3
	2.2 Vývoj křesťanské charity, současný stav charity	4
	2.3 Sport, profesionální sportovec, status celebrity, přispívání osobností na charitu	10
	2.4 Přispívání sportovních celebrit na charitu	16
3	METODOLOGIE	19
	3.1 Výzkumný problém	19
	3.2 Metody výzkumu	19
	3.3 Zkoumané prostředí	20
	3.4 Respondenti	20
	3.4.1 Výběr respondentů	20
	3.4.2 Strategie získávání respondentů	21
	3.4.3 Etická stránka výzkumu.....	22
	3.4.4 Charakteristika respondentů.....	22
	3.5 Průběh výzkumu	24
	3.5.1 Průběh rozhovorů	24
	3.6 VÝSLEDKY VÝZKUMU	25
	3.6.1 Analýza	25
	3.6.2 Známí sportovci a charita	25
	3.6.3 Participace a postoj k charitě z pohledu příjematelů	26

3.6.4 Socializace do profesionálního sportu	27
3.6.5 Charita ve Velké Británii, Severní Americe a v ČR, dosažení spolupráce se sportovci	30
3.6.6 Děti, nemocní, handicapovaní, senioři	34
3.6.7 Klady a zápory spojené s charitou	35
4 ZÁVĚR A DISKUSE.....	37
5 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ	41
5.1 Internetové zdroje	44
6 RESUMÉ	45
7 PŘÍLOHY	46
7.1 Seznam obrazových příloh	46

1 ÚVOD

V této práci budou postupně představeny okolnosti vývoje charity, klíčové aktéry, instituce tohoto vývoje, kontext mecenášství a nerovnosti ve společnosti. Také zde bude pojednáváno o proměně sportu, sportovců částečně v 19. století, ale především během 20. století. Cílem této práce je ukázat jaké je mohou být souvislosti mezi statusem sportovní celebrity a charitou.

V první části práce je uveden teoretický kontext výzkumného problému. Následně je v empirické části pracováno s kvalitativními daty, která jsou získána z polostrukturovaných rozhovorů s respondenty. Rozhovory byly následně analyzovány.

Sport jako takový se během několika posledních desítek let dostal do popředí kulturního dění napříč národy. Dokonce existují i případy národní hrdosti. Slavný sportovec pocházející z určitého státu se stane hvězdou a obyvatelé se s touto hvězdou mohou chtít identifikovat. Sportovci a sportovkyně se objevují v médiích víceméně pravidelně. A nejenom díky této mediální popularizaci získávají ve výsledku status „hvězd“ a „celebrit“. Koncem 19. století byli profesionální sportovci už známější než politici, které si obyvatelé sami zvolili [viz. Smart 2005: 1-3]. *„Podle starého rozdělení jsou hodnotná zaměstnání taková, v nichž lze vidět hrdinský výkon, naopak podřadná je každodenní práce, která žádný prvek hrdinství neobsahuje [Veblen 1999: 14].“* Ovšem čas postupuje a proto se různé podmínky pro rozlišování hodnotné a podřadné práce neustále mění. Mění se tedy i cíle, kterých chce jednotlivec ve svém životě dosáhnout [viz. Veblen 1999: 15]. K tomuto výběru cíle mohou pomáhat i vzory, které lidé vidí v jiných lidech. Zmíněné hrdinství může být spatřováno v jednotlivých sportovních výkonech. Mohou ho oceňovat samotní sportovci i sportovní fandové. A může sloužit i jako vzor pro ostatní. Chování celebrit bývá považováno, za to správné, za to, které by

mělo být šířeno ve společnosti¹. Mezi morální vzory patří zejména ty, které jsou racionálně přijímané. Tyto vzory jsou lidem představovány již od nejmladších let a díky tomu si je jedinec zapamatuje a v pozdějším věku tvoří část jeho osobnosti. [viz. Parsons 1970: 18]

Kromě vzorů se v každé společnosti také vyskytují stabilní sociální systémy, které obsahují bez výjimky mnoho norem, které uzpůsobují mimo jiné i vztahy nadřazenosti a podřízenosti [viz. Parsons 1970: 9]. Ve společnosti se vyskytuje mnoho nerovností a jednou z nejvýraznějších jsou rozdíly ve finančních příjmech. Tyto příjmy mohou být ovlivňovány více faktory, jako jsou sociální status, věk, profese [viz. Mareš 1999: 27]. Zmíněné normy jsou velmi proměnlivé, ale jejich existence je důležitou součástí společnosti a slouží jako základ pro případné hodnotové a normativní změny [viz. Parsons 1970: 8]. Profesionální sportovci vydělávají vyšší částky oproti ostatním členům společnosti, což jim umožňuje dosáhnout vyššího statusu. Ale mají omezené časové období, kdy se pomocí těchto příjmů mohou zajistit pro život. Prestiži a úctě jednotlivce přidává také jeho konání, a pokud slavný sportovec přispívá na charitativní činnosti, pravděpodobně bude ještě váženější. Ale ani to, že má jedinec vysoké postavení ve společnosti a vysoký status neznamena to, že je svobodný a může se rozhodovat, pouze dle svého momentálního úsudku. Ve společnosti je již zažitý určitý sociální systém, který vytváří tlak na individuum. Důležité, ale je, že status a role se týkají pouze samotného jedince a prvně ovlivňují především nositele statusu, až poté členy okolní společnosti jako jsou rodinní příslušníci, přátelé. [viz. Parsons 1970: 9].

¹ Zde je na mysli takové chování, které je spojeno především se správným vystupováním mezi lidmi, podporou charity. Jinými slovy, takové chování, které může být předloženo většinové společnosti jako to, které je chváleno, oceňováno. Protože existuje mnoho příkladů, kde se poukazuje především na stinné stránky chování celebrit. Večírky spojené s alkoholem, nevěra.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Charita napříč náboženskými společnostmi

V současnosti, kdy je důležitou součástí politického rámce otázka spokojenosti obyvatel, nabývá charita významnosti a je důležitou součástí společnosti. „Slovo *charita* pochází z latinského *caritas*, znamenajícího lásku a péči [Beránek, Ťupek 2008: 17].“ Chudoba a charita jsou ve společnosti přítomny již od utváření prvních širších společností, které se vyskytovaly na ohraničeném území [viz. Cohen 2005: 347]. Charita je celosvětovým trendem. Charitativní činnosti se objevují v křesťanství, v islámu i v judaismu. Všechna tato náboženství pojednávají o tom, že chudoba je a nemůže být odstraněna. Zásadní pro tato učení je i rozhodování o tom, kdo charitativní dar dá, kdo si ho zaslouží a kdo ne [viz. Cohen 2005: 347]. A je obecně platné, že pokud poskytuje jedinec charitativní dar, dává tím najevo, že vnímá potřeby jedinců v jeho okolí, stará se tak o jejich blaho [viz. Beránek, Ťupek 2008: 17]. Může se, ale objevit i případ, kdy donátor sleduje i jiné zájmy, než pouze příspěví k blahu ostatních. Například může tímto jednáním zviditelňovat vlastní osobu. Při bližším pohledu na jednotlivé charity pod záštitou náboženství se objevují rozdíly. V islámu je přispívání na charitu ukotveno v pěti základních pilířích islámu. *Zakát*² jako třetí pilíř islámu je: „*povinná daň*,

² „Sektor islámských charitativních organizací je zajímavý také z toho důvodu, že se v poslední době značně rozrůstá [Beránek, Ťupek 2006: 8].“ Počátky současného přístupu k charitě můžeme pozorovat již také v historii, kdy vládce měl povinnost se starat o vdovy a sirotky [viz. Beránek, Ťupek 2006: 19]. Až do současných bohoslužeb se dochovala věta: „*U-tšuva, u-tfila u-cdaka ma'avirin et ro'a ha-gzera*“ (pokání, modlitba a dobročinnost odvracejí nepříznivé výnosy) [viz. Beránek, Ťupek; 2006: 22]. Stejně jako v křesťanské církvi, dochází ke kritice, že vybrané prostředky využívají spíše sami výběrčí na úkor potřebných. A stejně jako v křesťanství i zde byl vyvíjen určitý sociální nátlak na jedince, aby přispívali na charitu, neboť si tím zajistí oblibu u Boha. Povinnost odvádět *zakát* měla i další význam a to, že jedinec tak stvrzuje svojí příslušnost ke skupině, respektive k Islámské víře [viz. Beránek, Ťupek 2006: 27-29]. „Od samého vzniku islámu Muhammad mezi svými stoupenci zaváděl smysl pro identitu komunity a pouto víry [Janda 2010: 45].“ Islám tak následně vytvářel étos, který upravoval vztah individua nejen k Bohu, ale i mezi individui samotnými v daném sociálním prostoru [viz. Janda 2010: 45]. Tento étos naznačuje snahu o to, aby se jednotliví členové skupiny chovali k ostatním členům jako sobě rovným a všichni dohromady spolupracovali na svém cíli. V případě charity se jedná především o snížení míry utrpení jednotlivých členů skupiny. Po událostech 11. Zář 2001 se

kteřá se kařdoročně platí z obilí, dobytka a hotovosti po jednoletém vlastnictví. Daň vybírá stát a měl by jí pouřít primárně pro chudé, korán však zmiňuje i další pouřítí: vyplacení muslimských válečných zajatců, splacení chronických dluhů, uhrazení poplatků výběřčích daní, džihád (a v rozšířeném pojetí také vzdělání a zdraví) a budování zařízení pro pouťníky [Janda 2010: 53].“ Islám je tak jediným ze zmíněných nábořenství, které ukládá věřícím povinnost odvádět daň. V křesťanství ani v judaismu nebyla charita vynucována, nicméně byla velmi kladně hodnocena a byla za ni slibována spása [viz. Cohen 2005: 347-348]. V současnosti nejen existují snahy, které pomocí studia nerovností chtějí vymítit chudobu, ale charita přešla i do soukromé sféry, kde mohou přispívat soukromé firmy, jednotlivci a jejich popud k tomuto jednání nemusí vycházet z víry. Ovšem vyskytuje se zde mnoho faktorů, které nerovnosti a chudobu upevňují, jako je institucionalizovaný stratifikační systém. Charitativní organizace se snaží tyto dopady na jednotlivce sniřovat. Dá se předpokládat, že v rozvinutých zemích fungují charitativní organizace efektivněji, což dokládají výpovědi dotazovaných respondentů.

2.2 Vývoj křesťanské charity, současný stav charity

V předchozí části byl zhruba popsán vztah jednotlivých nábořenství k charitě. Nyní se text zaměří na konkrétní vývoj křesťanské charity. Protože tento systém charity, tak jak je znám v západním kontextu vychází hlavně z tradice katolické církve [viz. Woods Jr. 2008: 137]. Tato tradice byla jedinou, která vydržela v Evropě a Severní Americe od svých počátků až do poloviny 19. století [viz. Bishop 1912: 370]. Znamky křesťanské charity je možné nalézt již ve 4. století, kdy římští vojáci pečovali o své zraněné, nosili jim jídlo a vodu [viz. Woods Jr. 2008: 135].

islámský systém charity dostal pod velkou kritiky západního světa. Bylo prokázáno, že některé „charitativní“ organizace se podílejí na financování terorismu, popřípadě i vedení svaté války. Korán zmiňuje možnost využití vybraných prostředků i na jiné účely, než především pro chudé. Ale v západním kontextu se financování těchto aktivit stalo terčem ostré kritiky [Beránek, Ťupek 2006].

Křesťanská charita si zakládá právě na poskytnutí pomoci potřebným, aniž by se pomáhající jedinec sám zviditelnil, lidé se řídili pravidlem, Božím příkazem, miluj bližního svého [viz. Bishop 1912: 370]. Jako odměna za jeho činy mu bylo nabízeno spasení a posmrtný život [viz. Woods Jr. 2008: 139]. Tento princip solidarity mezi jednotlivci naznačuje, že si jedinci mezi sebou připadali sobě rovni a bez ostychu si pomáhali, pro věřícího byla vidina jeho spásy velmi důležitá, tudíž vykonávání charity bral jako akt, který musí jako správný věřící vykonat [viz. Woods Jr. 2008]. Církev mohla silně působit na jedincovo svědomí a utvářet ho [viz. Bishop 1912: 372]. Toto jednání bylo kritizováno klasickými filozofy, kteří *„považovali milosrdenství a soucit za patologické emoce – za charakterové defekty, kterým se racionální muž vyhne. Jelikož milosrdenství zahrnuje poskytování nezasloužené pomoci nebo podpory, je opakem spravedlnosti [Woods Jr. 2008: 137].“* Nakolik je pomoc nezasloužená, na to je těžké odpovědět. V historii se vyskytuje mnoho příkladů, kdy nový řád, byl jedněmi vítán a druzí se silně stavěli proti němu. Například změny v chování, změny v módě. Ovšem lidé, kteří zasvětili svůj život, někteří byli z urozených rodů, byli chváleni za svoji obětavost a službu ve špitálech [viz. Woods Jr. 2008: 135-139]. Na těchto lidech bylo patrné, že pomoc ostatním pro ně bylo velmi důležité a muselo to být součástí jejich morálky a svědomí [viz. Bishop 1912: 373].

Proč byla a je charita velmi důležitou součástí společnosti, je patrné již při vlnách epidemií, které probíhaly napříč celou středověkou Evropou. Epidemie měly za důsledek narušení růstu městské ekonomiky, protože byl omezen obchod a doprava, aby nedocházelo k šíření nemoci. Tím byly omezeny možnosti obyvatel města a nebylo výjimkou, že se mnoho z nich ocitlo na nejnižší úrovni bytí a stali se závislími na charitě [viz. Mareš 1999: 81]. Práce, která jedince živila, nemusela být v postiženém městě zapotřebí a jedinec mohl snadno skončit mezi nejchudší vrstvou společnosti [viz. Bishop 1912: 375]. Současně ale byl chudý brán jako boží vtělení a byla mu tedy udělována pomoc ostatních.

A ti, kteří poskytovali almužny, byli následně velmi váženými členy společnosti [viz. Mareš 1999: 87].

V současnosti jsou však současný sociální systém a charitativní organizace nastaveny tak, že se snaží být co nejvíce nápomocné potřebným. Aby nedocházelo ke zneužívání této pomoci, existují podmínky, které musí člověk žádající o pomoc splňovat. Věřící křesťanské církve a jejich oddanost je vedla hlavně k pomoci druhým a nehledět na sebe samého [viz. Woods Jr. 2008: 139]. Zde je patrná velká odhodlanost jedinců pomáhat. Charita byla osobní povahy a byla zřizována především na jednotlivých farnostech. Přispívání na charitu bylo zcela dobrovolné, ovšem tato dobrovolnost byla podložena teologickým kontextem. Dokazovalo to také jejich povědomí o křesťanských zásadách a upevňovali tím způsob ctnostného života [viz. Mareš 1999: 87]. Možný důvod, proč se panství starala o chudé byl, že pokud se zdržovali chudí v okolí panství a dostávali charitativní dary, dostali se tak následně pod sociální kontrolou a mohli být nakonec i svému okolí prospěšní při sezónních pracích. Z tohoto těžilo celé panství. Když by byli ale od panství vykázáni, následně by se mohli vrátit ve větším počtu a začít panství drancovat [viz. Mareš 1999: 87]. Toto jednání do jisté míry přetrvalo dodnes, kdy je sociálně slabým občanům nabízena práce ve prospěch místa, které obývají. Tím jsou myšleny veřejně prospěšné práce. Přetrvání tohoto přístupu může nasvědčovat o neustálém předávání zkušeností z generace na generaci. A tím, že se sociálně slabí zaměstnají, jsou naplněny dva úmysly. Je jim nabídnuta práce, pomoc a současně se snižuje riziko konfliktu mezi touto minoritou a majoritou obývajících dané území.

Důležitým bodem pro budoucí rozvoj charity bylo započítí budování a přispívání na chod vznikajících špitálů. Tento způsob péče se začal šířit díky tomu, že v křesťanských oblastech panovala stálost v sociálních

i ekonomických sférách³ [viz. Cohen 2005: 350]. Špitály byly nejdříve určeny pro projíždějící cizince, později došlo k otočení zájmu na sirotky, vdovy, nemocné a ostatní chudé [viz. Woods Jr. 2008: 140]. Síť špitálů měla také zajišťovat, kromě poskytování jídla a ubytování, výuku lidí správným mravům a případné porušení mravů trestat. Naučit chudé disciplíně, poslušnosti, pilnosti a základům řemeslné práce, aby nebyli až do konce života odsouzeni na charitu [viz. Mareš 1999: 93]. Špitály se následně začaly šířit geometrickou řadou a neustále jich přibývalo ve všech částech světa. [viz. Cohen 2005: 349].

Postupem času se začaly špitály reformovat a čím dál více se začaly specifikovat na péči o nemocné. Přes to, že původem byly tyto špitály křesťanské, mohli tam začít žádat o pomoc i muslimové a židé [viz. Woods Jr. 2008: 141-143]. Simon Patten, historik ekonomie tvrdí o křesťanské církvi, že: *„Poskytovala jídlo a přístřeší dělníkům, dobročinnost neúspěšným, pomoc v nemoci, za moru a hladu, jež byly ve středověku až příliš běžné. Když si spočítáme špitály a nemocnice, dary mnichů a sebeobětování řeholnic, nelze pochybovat o tom, že nešťastníci v té době byli stejně dobře zajištěni, jako jsou dnes [Woods Jr. 2008: 144].“* Velké šíření špitálů a dalších středisek charity tak mohlo ve svém důsledku sloužit i k udržování lokální a regionální rovnováhy a při tak širokých možnostech působení církve dozajista udržovala církev i řád a systém ve společnosti [viz. Mareš 1999: 88]. Vývoj špitálů může také svědčit o tom, jak ve společnosti vznikaly první institucionální předpisy.

Navzdory tomu došlo v Anglii k vyvlastnění majetku křesťanské církve. Výsledkem tohoto kroku byly dva možné závěry. Za prvé, Církev a její charita byla pro obyvatele, bydlící v okolí klášterů velmi důležitá. Rolníci obdělávali půdu, která patřila klášterům a zajišťovali si tak své živobytí. Z čehož jim momentálně nezbylo vůbec nic a mohli se stát pouze žebráky. Za druhé, tu byl závěr prezentovaný protestanty, že charita

³ Pro rozvoj špitálů bylo důležité, že byla stálost jak v sociálních tak i ekonomických sférách, to může vypovídat o tom, že i pro provádění charity je nutné brát ohled na aktuální sociální a ekonomickou sféru.

poskytována křesťany nebyla natolik rozšířená a zásadní, aby byla následně tolik postrádána. Církvi bylo vyčítáno, že prostředky pro potřebné rozdávala bezmyšlenkovitě a nejen nepotřebným, ale i mezi líné. Protestanti to odsuzovali, protože nezodpovědným rozdělováním udržovali tehdejší rozdělení společnosti [viz. Woods Jr. 2008: 144-145]. Z názoru protestantů lze odvodit ještě jeden důsledek, který souvisel s vyvlastněním majetku. A to, že zde mohly vzniknout první základy pro soukromou charitu, nebo charitativní formy, které známe dnes. Ale nadále přetrvávají názory, že charita zůstává neefektivní a rozdává prostředky lidem, kteří si to nezaslouží. Rozšířila se i kritika ohledně vyplácení sociálních dávek. Lidé u těchto organizací často kritizují neprůhlednost směřování prostředků, či příliš vysoké náklady na provoz organizací na úkor toho, že by se mohly věnovat vyšší částky potřebným.

V následujících letech odkazovali donátoři příspěvky na charitu například ve svých posledních vůlích. Buď aby zmírnili utrpení chudých, anebo získali modlitby za své duše. V dřívějších dobách odkazovali své jmění pouze majetnější jedinci. Toto jednání mohlo být do jisté míry příkladem i pro budoucí lidi. A přispívání majetných na charitu může mít počátky již o mnoho let dříve, než se začaly objevovat první soukromé nadace a fondy. Lidé, kteří takto přispívali, byli zajisté ve svém okolí za své činy také váženými jedinci. Na tomto základě, tedy přispívání majetných na církevní charitu, začaly vyrůstat školy, které poskytovaly vzdělání ohledně zemědělství, průmyslu, rybářství a lesnictví. Následně vznikaly na základě těchto škol i první vysoké školy v Evropě. Charita se během svého působení rozrůstala do mnoha forem působnosti. Postupné rozšiřování působnosti křesťanské charity zasahovalo více jedinců, kteří nakonec začali služeb charity využívat, nebo se sami podíleli na jejím chodu. Základy takto organizované charity byly poté přejaty i nenáboženskými organizacemi zabývajícími se charitou [viz. Woods Jr. 2008: 9, 146-147].

S rozvíjející se společností se současně více diferencovaly příjmy, ale i rozdíly mezi jednotlivci. Bohatství může jedinci propůjčit úctu, ať už

se jedná o bohatství zděděné, nebo získané vlastní aktivitou [viz. Veblen 1999: 29]. Současně s tím, jak docházelo k přesouvání charity z náboženské tradice do veřejné sféry, se měnil přístup jak k chudobě, tak do jisté míry se měnil i kulturní rámec společnosti. Kulturní rámec ale není souborem pravidel a nařízení jak se jedinec musí chovat, jedná se spíše o možnosti jak jednat. A finance mají tu vlastnost, že při velkém obnosu, je snazší dosáhnout svých vytyčených cílů, jakoukoli cestou. Pokud se jedná o cíle, které jsou prospěšné širší společnosti, zvyšuje se tím i prestiž donátora, mimo to bohatství propůjčuje také vliv [viz. Martuccelli 2008: 55-60, 66-67]. Příkladem vlivného člověka, který přispíval na charitu v počátcích 20. století, byl John D. Rockefeller. Ten společně se svým synem založil v New Yorku roku 1913 „*Rockefeller Foundation*“. Tato nadace zajišťuje finanční podporu pro vzdělávání ve Spojených státech a stojí v pozadí ustanovení mnoha Amerických a mezinárodních kulturních institucí. Podpořila také založení *London school of Hygiene and Tropical Medicine* a *Johns Hopkins School of Public Health* [viz. Rockefeller foundation⁴]. Během 20. století bylo založeno mnoho fondů a nadací z různých popudů. Stačí jeden člověk, který má prestiž, nadchne se pro určitou činnost a může svým jednáním přesvědčit i ostatní jedince, aby se k němu přidali, aniž by nabízel odpovídající odplatu [viz. Martuccelli 2008: 67]. Změny odehrávající se na počátku 20. století přiměly i katolickou církev ke změně. Roku 1924 vznikla konfederace *Caritas Internationalis*, která sdružuje 162 členských zemí, většinou se jedná o jednotlivé národní křesťanské charity. Hlavní cíle této organizace se nezměnily, pouze se uzpůsobil systém podpory novým podmínkám ve společnosti. Od 50. let se započala mezinárodní pomoc pro chudé a utlačované. V současnosti tato církevní charita stále tvoří jednu z největších humanitárních organizací [viz. Caritas Internationalis⁵]. Ale během 20. století přibýlo mnoho dalších organizací podporující chudé,

⁴ Internetový zdroj. [on-line]. Dostupný na <<http://www.rockefellerfoundation.org/>>, vyhledáno dne 29. 2. 2012

⁵ Internetový zdroj. [on-line]. dostupný na: <<http://www.caritas.org/>>, vyhledáno dne 29. 2. 2012

děti a vzdělávání osob. Jedním z důvodů, proč to tak může být, je i probíhající medializace a globalizace světa. Lidé začali získávat větší přehled o dění kolem nich. S vyšším stupněm rozvoje se začala i více specifikovat jednotlivá povolání, začala stoupat úroveň finančních odměn za vykonanou práci. Tudíž vyšší příjmy mohli motivovat jedince k přispívání na dobročinné účely. Popřípadě se mohl objevit i tlak okolí, aby jedinec přispěl na tyto účely [viz. Ross 1953].

2.3 Sport, profesionální sportovec, status celebrity, přispívání osobností na charitu

Sportu se dostalo důležitého významu během a po první světové válce. Za prvé trénovaní jedinci měli lepší fyzickou kondici a byli lepšími vojáky. Za druhé sport se stal oblíbenou volnočasovou aktivitou, kvůli uvolnění a zapomenutí na zrovna probíhající válku. Když navracející se vojáci hledali nový pevný řád, mohli ho například nalézt v kariéře profesionálního sportovce. Našli také hrdost na svoji zemi, za kterou nyní mohli vyhrávat sportovní klání. Sport podnítil novou vlnu národní hrdosti. Lidé se upínali na tyto postavy po prožitých hrůzách války, nebo když měli obavy z rychle postupujících ekonomických a technologických inovací [viz. Smart 2005: 4]. Sportovci a sportovní klání se stali tou dobou jednou z opor pro běžné lidi, protože v této části života a kultury nedocházelo k tak náhlým změnám jako v ostatních aspektech života.

Sport se stal uznávanou součástí kultury⁶. Vydobyl si velkou popularitu napříč celým světem⁷. Prestižní sportovní výsledky se stávají obecně známými [viz. Smart 2005: 1-2]. Například, Boltův světový rekord

⁶ Současně se o sport již jako kulturní fenomén zajímají vědecké výzkumy. Především se studuje jeho úloha ve společnosti. [viz. Sekot; 2004: 169].

⁷ Takovým to rozšířením sportu po celé zeměkouli se ve výsledku stal závislým na finančních příjmech z medializování sportovních událostí. Sport potřebuje své diváky, bez sledování sportovních přenosů by přišel o své finanční příjmy a vedlo by to k celkovému útlumu sportu [viz. Numerato; 2008: 157]. Pro změnu sport byl důležitou součástí na počátku televizního vysílání a umožnil televizím masové rozšíření ve společnosti [viz. Numerato; 2008: 156].

ve sprintu na sto metrů, výsledek posledního mistrovství světa ve fotbale a v hokeji. Tato popularita ale není úplně novým fenoménem ve společnosti. Zájem o profesionální sportovce byl zjevný již koncem 19. století. Tento postupně vzrůstající zájem o sportovce pokládal základy jejich následné slávy po celém světě. Již právě na začátku zájmu médií o sport bylo jednotlivým sportovcům udělováno zvláštní uznání za jejich výkony. Jejich fotografie se objevovaly v novinách a lidé je brzy začali zastavovat na ulici, nebo se za nimi obraceli [viz. Smart 2005: 2].

Kdo ale vůbec je známý profesionální sportovec, popřípadě celebrita? Aby bylo možné na tuto otázku odpovědět, je důležité si říci, že je běžnou součástí života jedince lidi rozlišovat na základě jejich příslušnosti ke skupině [viz. Vojtíšková et al. 2007: 5]. V podstatě se v tomto případě jedná o rozlišování a nálepkování jedinců, následně toto nálepkování může ovlivnit jedincovu budoucnost ať pozitivně, či negativně [viz. Goffman 1999]. Známary profesionální sportovec je ten, kdo má vyřízenou profesionální sportovní licenci, dlouhodobě a aktivně se účastní sportovních událostí jako jedinec, nebo člen týmu, sportovní odvětví ve kterém působí je známé široké veřejnosti (lední hokej, fotbal, tenis). A je tomuto odvětví věnována vyšší pozornost médií, díky kterým tyto profesionální sportovce známe⁸. Není to jen kvůli jejich vystupování na společenských akcích, ale na základě jimi předváděných sportovních výkonů.

Ještě před vysvětlením pojmu statusu celebrita bude vysvětlen samotný pojem status. Je to pojem, který jednotlivce odlišuje od sebe navzájem, může se stahovat jak na jednotlivce, tak na celou skupinu. Na základě statusu lze odvozovat, jaké má jedinec ve společnosti postavení a do jisté míry i práva a povinnosti, které se liší na základě připsaného statusu. Status je proměnlivým ukazatelem během života, přesto nejvyššího statusu dosahuje pouze malá část populace. Status se

⁸ V době studené války, se můžeme domnívat, že známí sportovci a jejich výkony fungovali také jako propaganda daného režimu. Každému se určitě vybaví například velké hokejové souboje USA proti SSSR, nebo jejich zápolení v atletice.

v současnosti odvozuje především na základě získaného vzdělání, vykonávané pracovní pozice, majetku. A přesto, že se zdá, že je status na první pohled velmi složitým nástrojem na rozčleňování společnosti, mnoho jedinců si dělení ulehčují tím, že považují ostatní buď za sobě rovné, výše postavené nebo níže postavené [viz. Keller 1999: 195-197]. Samotná hranice statusu celebrita je nejistá, liší se od nejvyšších kruhů ve společnosti a také od těch nejnižších. Je to do jisté míry otevřená a proměnlivá skupina. Každý rok je uvítáno do této skupiny několik nových členů a naopak někteří stávající jsou vyřazeni [viz. Kurzman et al. 2007: 352]. Status celebrity může být utvářen daným talentem, který pomáhá utvářet osobnost. Ale také tím, jak je na tyto jedince pohlíženo ostatními členy společnosti. Pro ty často znamená přiznání statusu celebrita to, že se zajímají především o jejich materiální zabezpečení (kolik a jak vydělávají, jaké mají auto, dům), zastávanou pracovní pozici a jestli jsou zmiňováni v médiích [viz. Vojtíšková, et al. 2007: 17]. Ale existují náznaky, že ne všichni, kteří vystupují pravidelně v médiích, jsou považováni za celebrity. Například účastníci reality show nemusí být tak váženými právě kvůli tomu, že pouze vystupovali v krátkodobé soutěži [viz. Vojtíšková, et al. 2007: 18]. Pro sportovní celebrity platí obecně, že jsou kombinací obdivovaného zevnějšku a právě sportovního talentu, tělesného kapitálu⁹, který je „prodáván“ veřejnosti. Veřejnost si poté myslí, jak vedou bezstarostný život v luxusu, účastní se společenských akcí, kam jsou výhradně zváni nejvýše postavení jedinci, nebo právě úspěšní a známí sportovci a ostatními jsou pozorováni a oslavováni zároveň [viz. Mills 1966: 103]. Tímto mám na mysli například prezidentovo pozvání hokejistů na Pražský hrad po vítězství na olympiádě v Naganu, nebo přijetí Petry Kvitové po vítězství ve Wimbledonu. Status celebrity je také obohacen jistou mírou prestiže a úcty a pro ostatní členy společnosti se stávají slavní lidé často vzory¹⁰. O každém jedinci lze

⁹ Kapitálem může být, kterákoliv vlastnost, ať už fyzická, ekonomická, kulturní, sociální [viz. Bourdieu 1998: 81].

¹⁰ Postavení sportovní celebrity může být ohroženo například tím, že se prokáže dopingový přestupek, který může být spojován v negativním smyslu s celým sportovním odvětvím. Nebo

tvrdit, že to, jak se chová a vystupuje před ostatními členy společnosti souvisí s tím, jaké má jedinec životní zkušenosti a jaké institucionální role ve společnosti zastává, nebo by měl zastávat [viz. Mills 1966: 36]. Nejen celebrity mají své institucionální role, které by měly hrát. Setkání se slavným člověkem může změnit dosavadní životní hodnoty jednotlivce. Pro běžného člena společnosti je setkání se slavnou osobností něco výjimečného. Jedinec získává ve výsledku váženější postavení v nejbližším sociálním okolí [viz. Kurzman, et al. 2007: 355-356]. Do pozice, kdy jsou slavní sportovci bráni jako vzory a ideály se dostali také díky americké veřejnosti, která ze sportovců vytvářela hrdiny sportovních klání a udržovala se tak ve společnosti stálá naděje o svém vlastním životním úspěchu [viz. Smart 2005: 13]. Nesmí se ani opomenout medializace těchto jedinců, která zvyšuje povědomí o těchto jedincích. Média během 20. století prošla významným vývojem. Momentálně jsou to právě média, která prezentují většinu kulturního dění a utváří u mnoha lidí i jejich světonázor. Za prvé, média mohou společnosti oznamovat co je přijatelné a co již ne. A také komentáře, záběry z jednotlivých sportovních přenosů, mohou sloužit jako ty, které upevňují společenský řád a konsensus ve společnosti. Díky této prezentaci se mohou měnit názory ohledně vnímání pohlaví, rasy, sociálních vztahů a hodnotový systém individuí [viz. Frey 1991: 507]. Za druhé je spojení médií a celebrit velmi výhodné pro samotné mediální společnosti, které získávají obrovské zisky z prodeje reklamního času ve sportovních přenosech [viz. Washington, David 2001: 188]. Spojení, ať už jednotlivých sportovců, nebo sportovních institucí s médii, kde docházelo k rozvoji sportovní žurnalistiky, přinesla větší fokus právě na profesionální sportovce¹¹ [viz.

jak je uváděno v práci Vojtíškové, Špačka a Šafra, ti, kteří přišli ke svému majetku poctivě, nejsou absolutními spíčkami společnosti s nejvyššími vrstvami společnosti jsou spojovány negativní konotace, v tom smyslu, že svého majetku nedosáhli vždy čestným způsobem [viz. Vojtíšková, et al. 2007: 17-18].

¹¹ O celebrity se začal zajímat také bulvární tisk. Kde jsou často zmiňovány detaily z osobního života, jako jsou jejich vztahy, sexuální skandály, rodina, drogy, alkohol. Tyto a jiné informace ze života celebrit jsou pro společnost lákavé. Kdyby se to týkalo běžného člověka, nikdo se o to

Smart 2005: 4]. Sportovní instituce, které trénují sportovce, ze kterých se následně mohou stát všeobecně známí sportovci a celebrity, jsou instituce utvářející svůj vlastní mikrokosmos, ve kterém sport spojuje ve své podstatě frivolní hravost s ideologickými cíly, kterých by chtěl každý sportovec dosáhnout [viz. Frey 1991: 504].

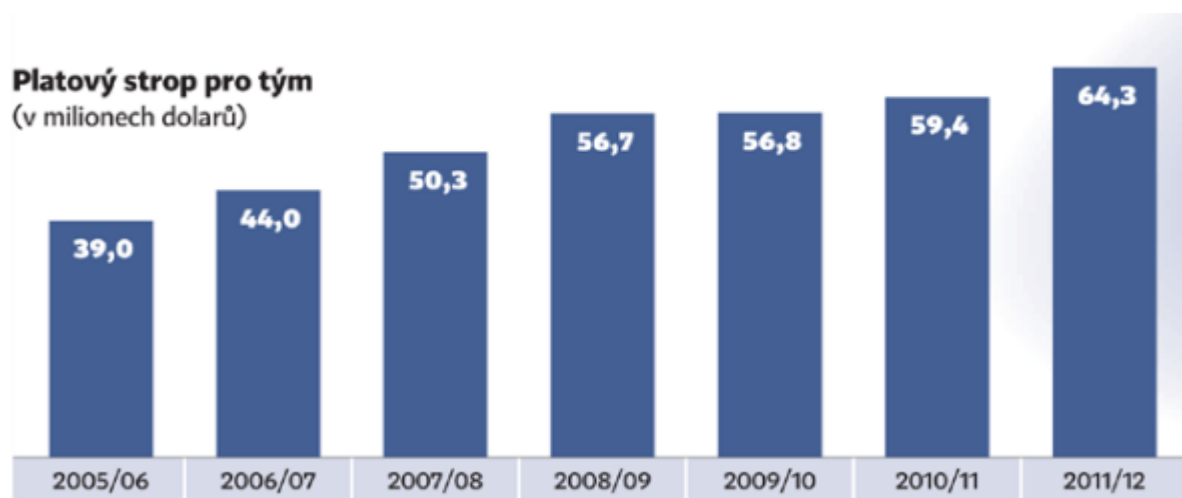
Na rozdíl od předchozích skupin statusů se status celebrity zásadně liší tím, že vznikl na základě kapitalismu. Je pravdou, že bez zájmu společnosti by celebrity neměla žádný význam. Primárním efektem celebrit je, že přitahují vysokou pozornost v místech, kde se objeví. Celebrity získávají ve společnosti opravdu výsostné postavení. Profesionální sportovci jsou často bráni i jako elita národa. Po mnoho století platilo, že se lidé z nižších vrstev chtěli chovat jako lidé s vyšším postavením. V současnosti je toto napodobování ulehčeno tím, že si běžný člověk může v obchodě zakoupit přesně to samé oblečení, které nosí jeho oblíbená „hvězda“ [viz. Kurzman, et al. 2007: 357]. Sportovní kluby často prodávají i repliky dresů, ve kterých se sportovci utkávají. Tento vývoj naznačuje, jak jsou v současnosti sport, sportovci a celebrity propojeny s finančním trhem. Že se o sport začal zajímat sektor soukromých společností, přispělo k rozšíření sponzoringu jednotlivých sportovních institucí i jedinců. Nejenže to pomohlo samotným klubům vylepšit svoje zázemí, pomohlo to i samotným hráčům. Určitě to také zvýšilo profesionalitu sportovních odvětví [viz. Smart 2005: 18]. Přímět diváky k návštěvě sportovní události a sponzoring se stávají již mnohdy důležitější než samotný předvedený výkon, zejména pro majitele a sponzory klubu, sport je závislý na podnikání a zisku [viz. Frey 1991: 508]. Sport a sportovní oddíly si zakládají vlastní internetové stránky, jednotliví sportovci se mohou vyskytovat i v komerčních reklamách¹² [viz.

zajímat nebude, protože je to pouze „obyčejný“ člověk. Není tak vážený napříč celou společností, a tudíž není tak zajímavý jako celebrity [viz. Kurzman, et al.; 2007: 353].

¹² Celebrity jsou novými vzory. Za zmínku stojí reklamní kampaň, ve které vystupoval, pravděpodobně nejvíce medializovaný sportovec současnosti Michael Jordan, dlouholetý hráč NBA za tým Chicago Bulls. Jednu reklamní kampaň provázel slogan: „*Chceme být jako Mike!*“ [viz. Kurzman, et al.; 2007: 357].

Smart 2005: 8]. Následná sláva z tohoto vyplývající je vysoce hodnocena¹³. Platí, že nejslavnější sportovní hvězdy jsou nejlépe placenými lidmi na světě. Pro srovnání v letech 1960 až 1970 pobírali nejlépe placení sportovci platy v řádech sta tisíců. V současnosti se platy pohybují v řádech milionů až desítek milionů [viz. Kurzman, et al. 2007: 360]. Vydělávání peněz se tak stalo důležitou součástí sportovní kariéry a sportovce to může vést k tomu, aby minimálně udržoval svoji výkonnost a také aby si tímto výdělkem zajistil svoje živobytí [viz. Smart 2005: 5]. Jen těžko si představíme významnou sportovní událost, bez toho aniž by se na ní podíleli sponzoři ze sektoru nadnárodních korporací [viz. Sekot 2004: 169]. „*Jsmo tak svědky zřetelného růstu popularity významných mezinárodních sportovních událostí stejně tak jako oblíbenosti sportovního oblečení v kontextu kategorie volný čas* [Coakley 2004].“

Graf 1: Platové stropy hráčů v NHL 2005 - 2012



Zdroj: Sušovský, A., HN.ihned.cz. [on-line] 31. 1. 2012; dostupné na <<http://hn.ihned.cz/c1-54565850-nhl-chce-zastavit-rust-hracskych-platu>>

Z grafu je patrné, že během sedmiletého úseku vzrostly platové stropy hokejistů o 25 milionů dolarů. Tento nárůst je skoro jednou tak vyšší, než

¹³ Znamé jsou i případy, kdy v případě předčasného úmrtí jsou celebrity přetvářeny do kulturních ikon. Nebo po ukončení sportovní kariéry přecházejí do jiné veřejné sféry. Například do politiky [viz. Kurzman, et al.; 2007: 354].

byla počáteční úroveň. Z tohoto nárůstu je jasně patrné, že sportovci každoročně získají vyšší plat. V ustanovení NHL je zaneseno, že platový strop může tvořit maximálně 57% z celkových příjmů klubů. Díky této informaci můžeme vyvozovat dva závěry. První, že by za těchto okolností měli profitovat všechny kluby NHL. Přesto se týmy dělí na ty bohaté a na ty chudé, které nemůžou svým hráčům nabídnout tak lukrativní smlouvy, jako například nabídl Washington Alexandru Ovečkinovi. Jeho smlouva byla uzavřena na třináct let za celkovou sumu 124 milionů dolarů [HN.ihned.cz]. Druhým závěrem je, že: *„Současný stav platů profesionálních sportovců přispívá k tomu, aby mohli věnovat finanční částky na charitativní účely [Smart 2005: 78].“*

Současná sportovní celebrita vznikla na základě komplikovaného historického vývoje. Tento vývoj zahrnoval například mimo jiné zaměření se na komerční stránku sportu jako produktu, který baví širokou veřejnost a také přerod sportu z obvyklé volnočasové aktivity na profesionální úroveň [viz. Smart 2005: 18]. S tímto vývojem je úzce spojen také svět médií, protože soukromý sponzoring zvýšil kvalitu sportu i atraktivnost a netrvalo to dlouho a zájem byl více proječován i ze strany médií [viz. Smart 2005: 4-5]. A jak již bylo zmíněno výše, bez zájmu médií a jimi věnovaného prostoru ve svých relacích by sportovní ani jiné celebrity prakticky neexistovaly. Západní polokoule je bezpochyby mediálně plně pokryta. To velmi napomáhá tomu, aby se jedinec stal celosvětově známým. Některá média i zdarma propagují ve svých produktech různé sportovní události, které jsou plánovány v nejbližším časovém úseku. Média se také zasloužila o vznik „sportovní subkultury“ a řady mezinárodních „fanklubů“. Není problém žít v České republice a na dálku fandit a živě sledovat zápas NHL v Americe [viz. Smart 2005: 87].

2.4 Přispívání sportovních celebrit na charitu

V této části textu budou uvedeny možné důvody, proč sportovní celebrity přispívají na charitu. Pocit soudržnosti s ostatními je jedním

z nejsilnějších pocitů u jedinců ve společnosti [viz. Jordan 1916: 551]. Ovšem s postupným rozvojem finanční ekonomiky a práce za plat se peníze staly jediným prostředkem k získávání prostředků pro základní živobytí a tak se mnoho lidí v tomto systému stalo nevýdělečně činnými, ale ne pouze svojí vinou [viz. Mareš 1999: 95]. Každá společnost vždy sdílí obecný konsenzus. Obyvatelé státu se ve většině případů vždy dohodnou o tom, co je přijatelné a co již není. V rámci celých společností se vyskytují různorodé skupiny a ty nejenže vědí o obecném konsenzu, mohou si navíc mezi sebou předávat specifický habitus¹⁴ své skupiny. Konkrétně v případě skupiny profesionálních sportovců, lze najít také specifický habitus. Standardním procesem je, že mladší sportovec se učí od staršího. Starší sportovci často nepředávají pouze dovednosti ve sportu, ale snaží se i o to, aby mladší sportovci převzali i další zkušenosti nebo jisté postoje a vnímání okolního světa¹⁵. Tento efekt je patrný především v kolektivních sportech.

O donátorství lze obecně říci, že se jedná o svobodnou volbu, kdy se shromáždí co největší finanční částka, popřípadě věcné dary, které se následně použijí na pomoc potřebným [viz. Ross 1953]. Důležitý aspekt je, že každý způsob donátorství, zakládání vlastních nadací musí být zkoumáno ve specifickém sociálním kontextu [viz. Curti 1957: 356]. Pro většinu rozvinutých západních zemí platí, že potýkání se s chudobou je úměrné tomu, jaký má daný jedinec status v dané společnosti [viz. Mareš 1999: 44]. Důležitá je také otázka vnitřních vztahů mezi donátory a institucemi, které by se měli o tuto pomoc starat především, jako například stát [viz. Curti 1957: 359]. Věnovat se charitě také napomáhá nabyté bohatství a to vzniká především hromaděním příjmů [viz. Mareš 1999: 31]. A s jistotou lze tvrdit, že se bohatství lépe hromadí jedincům,

¹⁴ Habitus zde pojmám tak, jak je definovaný v Bourdieuho knize „Teorie jednání“ (1998).

¹⁵ V kontextu České republiky, respektive Československa bylo toto předávání přístupu k charitě, pravděpodobně potlačeno, během komunistické vlády. Toto tvrzení, je pouze domněnka, během sepisování práce nebyl nalezen relevantní zdroj, který by tuto myšlenku potvrdil.

kteří mají měsíční příjem v řádech sta tisíců a vyšší, s bohatstvím se objevuje také jistý komfort a luxus jedincova života [viz. Mareš 1999: 33]. Ale zdaleka nejsou tyto vysoké příjmy rozprostřeny napříč společnostmi a lukrativní postavení umožňují pouze několika jedincům. A na nich samotných je zvažování situace, zda začnou participovat na charitě či nikoli [viz. Mareš 1999: 31]. Příkladů o tom, že je charita a podpora důležitá, je mnoho. Nejznámějším donátorem 20. století pravděpodobně je John D. Rockefeller, který poskytl finanční prostředky například pro etablování sociální antropologie jako nového oboru [viz. Fisher 1986: 5]. Ale dále například hokejista Patrik Eliáš spolupracuje s UNICEF, cyklista Lence Armstrong po překonání rakoviny založil vlastní nadaci pro boj s rakovinou. Určitě je známý také příběh běžce Terryho Foxe a každoročně pořádané běhy na jeho počest, jejichž výtěžek opět putuje na boj s rakovinou. První zápas „all star game“ v NHL uspořádal hokejista, který nešťastnou náhodou zranil protihráče v předchozím zápase. Výtěžek z „all star game“ pak putoval právě zraněnému hráči, který již nemohl pokračovat ve sportovní kariéře. Důvodů na přispívání je tedy opravdu mnoho a určitě v tom hraje i vliv předcházející spolupráce, které mohli sloužit současným profesionálním sportovcům a sportovním celebritám jako vzory. U Littlera se objevuje názor, že podpora charitativních akcí a organizací je pevně spjata se slavnými lidmi [viz. Littler 2008: 238-239]. Některé organizace mohou své působení zakládat i především na spojitosti se slavnými lidmi, snadněji se tak dostanou do povědomí veřejnosti. Komplikace těchto propagací mohou být, že sice poukážou na problém, ale ten se může týkat pouze malé části společnosti. Další problémy, které nejsou tak „důležité“ nemusí vyplynout vůbec napovrch a věnuje se jim pouze malá pozornost.

3 METODOLOGIE

3.1 Výzkumný problém

Výzkumným problémem této práce je ukázat jaké mohou být souvislosti mezi statutem sportovní celebrity a charitou.

3.2 Metody výzkumu

Pro výzkumné šetření byly využity metody kvalitativního výzkumu. V podstatě se jedná o důkladné šetření zkoumané reality. Na základě získaných informací z výzkumu jsou objasňovány vztahy ve zkoumaném prostředí [viz. Reichel 2009: 40-41]. Výzkumník může díky této metodologii vstupovat do konkrétního prostředí a po určitý čas se v něm pohybovat. Pro jednotlivé rozhovory s respondenty byla vybrána metoda polostrukturovaného rozhovoru. Kladené otázky byly vytvořeny na základě přečtené literatury k tomuto tématu. Rozhovory probíhaly od listopadu 2011 do března 2012 a během této doby bylo provedeno 10 rozhovorů. Nahodilých, cílených oslovení kvůli rozhovoru bylo více, ale ne všichni oslovení odpověděli. Více rozhovorů by práci přineslo větší výpovědní hodnotu. Jedinci, kteří byli ochotni poskytnout rozhovor, byli především vysoce postavení lidé v institucích a nadacích, které charitativní dary přijímají. S těmito lidmi bylo provedeno sedm rozhovorů. Zbylé tři rozhovory byly provedeny se sportovci, kteří se aktivně podílejí na charitativním dění, chodí navštěvovat nemocné do nemocnic, vymýšlejí společná aktivně strávená odpoledne.

Během rozhovorů byla využita metoda polostrukturovaného rozhovoru, který se zakládá na tom, že tazatel má předem připravené tematické okruhy nebo konkrétní otázky. Ovšem v jakém pořadí se bude výzkumník ptát na určité téma, nebo v jakém pořadí budou otázky pokládány, již záleží čistě na tazateli a na tom, jakým směrem se rozhovor ubírá. Výhodou této metody je, že tazatel může rychle reagovat na konkrétní situaci a pokládat doplňující otázky. Určitá míra volnosti

během rozhovoru ve svém důsledku navozuje přirozenější prostředí pro rozhovor a respondent nebude mít sklony k tomu něco zamlčovat [viz. Reichel 2009: 111-112].

Z důvodu, že rozhovory byly prováděny jak s příjemci charitativních darů, tak i s jejich poskytovateli, bylo v rozhovorech několik otázek jinak strukturováno v závislosti na tom, s kým byl daný rozhovor proveden.

3.3 Zkoumané prostředí

Výzkum probíhal na území města Plzně. Město je známé působením sportovních klubů v nejvyšších českých soutěžích¹⁶. Právě existence těchto sportovních mužstev umožnila seznámení se s dalšími organizacemi působícími na území Plzně. Jednalo se především o instituce, které jsou v postavení, že charitativní dary přijímají. Konkrétně jde o několik oddělení místní fakultní nemocnice, kluby handicapovaných sportovců a o instituce starající se o děti bez rodin, popřípadě i o děti u kterých si rodiče nemohou dovolit o ně pečovat. Kontaktováno bylo i několik organizací a jednotlivých sportovců, kteří momentálně působí mimo Plzeň. Jednalo se o celostátní nadaci se sídlem v Praze, která se konkrétně zaměřuje na spolupráci se sportovci a jejím cílem je oslovit mladé jedince. Uvedení mimo plzeňští sportovci působí v ligách Severoamerického hokeje, což nabízí i možnou zevrubnou komparaci situace mezi Českou republikou a USA, Kanadou.

3.4 Respondenti

3.4.1 Výběr respondentů

Většina respondentů, kteří se zúčastnili tohoto výzkumu, působí na území města Plzně. Z důvodu, že se tato práce zabývá tím, jaké jsou

¹⁶ Fotbalový klub Fc Viktoria Plzeň oslavil 100. výročí od založení klubu, hokejový tým HC Plzeň 1929 nedávno oslavil 80. let své existence.

možné souvislosti mezi přispíváním na charitu a statusem sportovní celebrity byli respondenti vybíráni tak, aby se sami účastnili charitativního dění. To znamená, že jsou to ti, kteří na charitu přispívají nebo naopak ti, kteří charitu přijímají. Popřípadě se zabývají organizací společenských akcí, ze kterých je peněžní výtěžek poskytnut právě instituci, která takové finanční prostředky potřebuje.

3.4.2 Strategie získávání respondentů

Jako první strategie, která se nabízela k získání respondentů, bylo nahodilé, cílené oslovení potenciálních respondentů za pomoci e-mailového kontaktování. Kontaktovány byly osoby, které jsou v řídicích pozicích příspěvkových organizací, působících na území Plzně. Tento způsob nebyl natolik úspěšný, protože ze sedmi oslovených lidí se ozvali pouze tři, kteří byli ochotni poskytnout rozhovor. Ve výsledku ovšem tito tři lidé stačili, aby se tento výzkum dostal k dalším respondentům. Technika nahodilého, cíleného výběru nebyla natolik úspěšná. Proto po provedení prvních rozhovorů byla následně využívána metoda sněhové koule (*snowball sampling*). Tato metoda se ukázala jako funkční, protože následně sami respondenti navrhovali, ať se u ostatních odkazují na jejich osobu a že to pomůže k realizaci rozhovoru. Důležitým faktorem ale také bylo to, že aby se rozhovor uskutečnil, bylo nutné být časově flexibilní. Respondenti, kteří se tohoto výzkumu zúčastnili, jsou velmi časově vytíženi, proto byl rozhovor často domlouván již měsíc před uskutečněním.

Problematické na metodě sněhové koule může být to, že se respondenti mezi sebou znají většinou z výše uvedených charitativních večerů a tudíž se pohybují jen v lehce odlišném prostředí, co se týče přijímání charitativních darů. Ve výsledku to může ovlivňovat reprezentativnost vzorku [viz. Hartmoll et al., 2003: 15]. V této práci není zahrnut například pohled jedinců, kteří přímo na charitě neparticipují, protože během výzkumu se ukazovalo, že často tyto charitativní akce

nejsou příliš prezentovány v médiích a sami sportovci a pořadatelé ani o takovou prezentaci neprojevují přílišný zájem.

Nejsložitější částí kontaktování respondentů byli sportovci. Tedy jedinci, kteří charitativní dary sami poskytují. První krok k získání rozhovoru bylo především získání kontaktu. Protože se jedná o známé osobnosti, tak jejich kontaktní údaje nelze vypátrat tak snadno. Osvědčil se fakt, že spíše reagují na své mobilní telefony než na e-maily. Telefonní čísla se nakonec získat podařilo a díky týdennímu až dvoutýdennímu odstupu mezi prvním kontaktem a samotným provedením rozhovoru byl nalezen vhodný termín pro obě strany. Se sportovci působícími v zahraničí byly rozhovory provedeny za pomoci telefonického spojení. Pro polostrukturovaný rozhovor to není žádné omezení, pouze chyběl osobní kontakt. Tento fakt ale nijak nesnižuje hodnotu rozhovoru.

3.4.3 Etická stránka výzkumu

Před začátkem každého rozhovoru byl respondent seznámen s tím, že jeho výpověď bude anonymní a požádán o souhlas, jestli může být rozhovor nahráván pro pozdější zpracování. Anonymita byla důležitá především pro sportovce. Ti se sami ptali, jestli nejsem novinář, nebo jestli se rozhovor neobjeví v novinách. Respondenti byli seznámeni s tím, čeho se rozhovor bude týkat a souhlasili s tím, že rozhovor může být nahráván pro následné analyzování.

3.4.4 Charakteristika respondentů

Instituce přijímací charitativní dary

Na začátku rozhovoru byl každý respondent požádán, aby se představil. Jak dlouho se pohybuje v charitativní sféře, přibližný věk, jakou pozici zastává v konkrétní instituci.

Ředitelka příspěvkové organizace: V pozici ředitelky 11 let, předchozí praxe jako pediatr. Sociální pediatr je člověk, který se nejen stará o zdravotní stav dětí, ale také o poradenskou činnost. Členka více komisí. Kladný vztah ke sportovcům a sportu.

Zakladatel nadace: 58 let, lékařem přes 30 let, začátkem 90. let 20. století společně ještě s jedním kolegou založil jednu z prvních nadací na území Československa. V současné době také členem správní rady této nadace.

Ředitel příspěvkové organizace: Věk přes 50 let, osm let v pozici ředitele. Bývalý sportovec a obdivovatel sportu. Sportovců si váží.

Přednosta kliniky ve FN: Na klinice působí od roku 1976, o deset let později ve funkci odborného asistenta, následně primář a od roku 2010 přednosta kliniky. Bývalý sportovec.

PR manažerka nadace: Právnícké vzdělání, osm let se pohybuje v prostředí příspěvkových nadací, aktuální pozice manažerka PR a marketingu nadace.

Organizátor charitativních večerů¹⁷: Bývalý profesionální sportovec, organizátorem charitativních večerů čtyři až pět let.

Handicapovaný sportovec: 38 let, šest let aktivním hráčem florbalu pro vozíčkáře, v současné době jeho tým spolupracuje s hokejovým klubem.

Sportovci, jedinci poskytující charitativní dary

Na začátku rozhovoru byl každý respondent požádán, aby se představil. Jak dlouho se pohybuje v charitativní sféře a přibližný věk.

¹⁷ Charitativním večerem se rozumí společenská akce, na kterou jsou pozváni jak donátoři, tak i příjemci charitativních darů. Prostředky na obdarování bývají získávány například dražbou hraných dresů nebo jinými předměty, které mají něco společného se sportovci. Charitativní

Profesionální sportovec, aktivní hráč NHL: 37 let, ženatý, aktivní profesionální sportovec. Od 18 let působí v hokejových ligách v Severní Americe. Od jeho příchodu do Spojených států se již pravidelně účastní dobročinných a charitativních akcí.

Profesionální sportovec, aktivní hráč AHL/NHL: 22 let, aktivní profesionální sportovec. Druhým rokem žije ve Spojených státech, předtím jeden rok v Kanadě. Od svého příchodu do Severní Ameriky pravidelným účastníkem dobročinných a charitativních akcí.

Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH: 33 let, ženatý, aktivní profesionální sportovec. Dlouhodobě působící v české nejvyšší lize ledního hokeje. Pravidelně se účastní dobročinných a charitativních akcí.

3.5 Průběh výzkumu

3.5.1 Průběh rozhovorů

Během průběhu samotných rozhovorů nenastala žádná zásadní komplikace. Jednotliví respondenti správně chápali kladené otázky, několik jich projevilo zájem přečíst si práci, až bude kompletní.

Rozhovory byly nahrávány na diktafon a následně přepisovány do programu Microsoft Office – Word 2007. Rozhovory probíhaly většinou 20 až 30 minut. Následně byly rozhovory analyzovány v programu Microsoft Office – Excel 2007. Umístění přepisů rozhovorů do tabulek vedle sebe poskytlo možnost vyhledání a označení toho, v čem se respondenti shodovali.

3.6 VÝSLEDKY VÝZKUMU

3.6.1 Analýza

3.6.2 Známí sportovci a charita

Jak již bylo zmíněno v teoretické části. Sportovci jsou ve společnosti velmi populární osoby, především díky jejich sportovním výsledkům. Ke spolupráci s charitou přistupují jako k něčemu, co je důležité pro celou společnost.

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): „Charita. Tak to je hrozně důležitá činnost.“

(Přednosta kliniky ve FN): „Boužel jsou věci, který se nedají financovat z oficiálních zdrojů, takže tady to nahrazuje to, co by mnohdy měl dělat jiný institut, například instituce stát a podobně. Takže je to celosvětový trend. A konkrétně sportovci jsou možná pro některé lidi, jsou nečitelný, exhibicionisti a já nevím co ještě, ale ty který já znam, tak jsou to lidi, který mají srdce otevřený, a myslím si, že se v tom velmi angažují. Mnoho lidí jim vyčítá, že mají obrovský příjmy a že by z toho mohli dávat víc, ale to já takhle nevidím, protože ač třeba, protože mají výkonnost, ať má vyšší příjmy, já si myslím, že kdo dělá dobře svojí práci, tak by měl bejt dobře ohodnocenej...“

(Zakladatel nadace): „Například Jágr vstoupí do naší nadace, tak se to rázem asi ví a rázem ve všech mládežnických klubech, u mládeže, kluků, protože je to hvězda, tak pravděpodobně by se stalo to, že se začnou taky zajímat o to, co děláme. Ale já tohle neumím změřit. Ale logika dává, že někdo z těch 18 letých se mi tam přihlásí taky, protože tam vstoupil Jágr.“

Zakladatel nadace zmínil jako příklad Jaromíra Jágra, že když ten vstoupí do nadace, tak to ve výsledku bude mít pravděpodobně pozitivní vliv i na další lidi, kteří se také k nadaci připojí. Vstup známého sportovce může, ale sloužit i jako záruka toho, že charitativní organizace, nadace má opravdu dobré úmysly. Určitě je v zájmu známých sportovců, aby nespojovali svá jména s organizacemi, které jsou „neprověřené“.

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): „Určitě, potom když tam přijdeš třeba s Martinem nebo s někým, tak je taky záruka na 120% a taky je to potom v novinách, je to v médiích, proběhne to tady tím, pak se teda může nabalit někdo další, je to taková řetězová reakce. Kdo to uvidí, může zase někoho přitáhnout a může to dopadnout tak, že

další dva lidi přispějou a může to skončit i tak, že ten člověk získá i ta charita získá obrázek tý společnosti.“

Přítomnost známých sportovců také může zvýšit povědomí o určité nadaci, příspěvkové organizaci, ale nebývá to vždy. Obdarovaná instituce, či pořadatel nemusejí o medializaci konkrétních případů stát.

(Organizátor charitativních večerů): „My tyhle akce ani nijak zvlášť neprezentujeme. Třeba v médiích to nebylo a nebyl tam ani účel, aby se to nějak zviditelnilo. Protože lidé dneska jsou jakoby, až tak moc je to nezajímá, každéj má svých starostí dost, takže to nějak zvlášť mediálně prezentovaný nebylo, takže tady vyložené šlo o tu věc konkrétní.“

(Profesionální sportovec, 37 let): „Je to potom na každym tom hráči a já si myslím, že o tom kolikrát nemusí ani nikdo vědět, nemusí se to prostě prezentovat, že něco takovýho probíhá. (...) Někde se to prostě v médiích objeví a někde ne, že jo.“

3.6.3 Participace a postoj k charitě z pohledu příjemců

K tomu, aby se konkrétní jedinec vůbec věnoval charitě, uvádějí respondenti to, že se jedná především o individuální rozhodnutí. Jedinec potřebuje určité charakterové vlastnosti, jako jsou otevřenost druhým, ochota pomoci, zájem o starosti ostatních a nadšení do této práce. Jak již bylo zmíněno výše, člověk musí cítit soudržnost s ostatními.

(Přednosta kliniky ve FN): „No tak určitě záleží i na tej individualitě toho člověka, někdo chce dát, někdo nechce dát, takže záleží to na jeho morálně volných vlastnostech a na tom, jestli to srdíčko má otevřený a prostě chce nějakým způsobem pomáhat, ale prostě každéj takovej není, že jo.“

Tyto morální vlastnosti se v důsledku mohou promítnout i na přístupu celého sportovního klubu.

(Organizátor charitativních večerů): „Já myslím, že tohle je čistě individuální, že co já vim, tak nejenom třeba hokejisti, fotbalisti nebo i další sportovci, takže přispívají svým dílem na charitu i jako právě celek potažmo jako kluby takový, což v poslední době bylo hodně častý. Jo, že to nebylo jenom na jednotlivcích, ale že to byly rovnou celý kluby. Sportovci se hodně angažují v tomhle, snaží se pomoc, kdyby to bylo ještě ve větším, tak by to jedině bylo ještě ku prospěchu věci.“

Účast sportovců na charitě je lidmi, kteří se pohybují v tomto prostředí, velmi kladně hodnocena. V odpovědích respondentů se objevují i náznaky přání, aby se v tomto trendu pokračovalo, aby takových akcí přibývalo. Ale také je zmíněno, že se to v českém prostředí stále ještě učíme.

(Ředitelka příspěvkové organizace): *„Já si myslím, že to je nedílnou součástí fungování vyspělé společnosti. Že my sme se dostali za těch dvacet let někam jinam, společnost celkově a ještě sme se příliš nenaučili, to co funguje běžně ve světě, že pokud mam finanční prostředky, sem schopnej uživit se, mam prosperující firmu, tak ta charita by měla být nedílnou součástí života. A to si myslím, že se teprve učíme.“*

Spolupráce sportovců s charitou je více rozvinuta v zahraničí, kde byli respondenti k tomuto přístupu také převážně socializováni.

3.6.4 Socializace do profesionálního sportu

Sportovci jako konkrétní sociální skupina mají svůj konkrétní přístup především ke svému tělu (tělesný kapitál), které jim zajišťuje obživu, ale také mezi sebou sdílejí určité postoje k okolnímu světu. A potvrzuje se také to, co bylo uvedeno v teoretické části, že se mohou stát vzory pro ostatní členy společnosti.

(Profesionální sportovec, 37 let): *„Defacto tohle je muj 19 rok v zámoří a já si nepamatuju, kdy bysme jako mančaft nebo organizace nepodporovali nějakou charitu jo. Je to všechno daný tím, že každej ten mančaft má svůj jako svoje propagační oddělení¹⁸, který se o to stará, jo. Takže cokoliv se potom týká charity, tak na to je tady zaměstnaných pár lidí a ty se vo tohle staraj a prodáváme lístky, chodíme do nemocnice, nebo pořádáme, ted sme tady, že sme dělali takovou modní přehlídku že jo a třeba já sem tam šel s manželkou a byly tam ostatní páry kluků z týmu a dostali sme třeba na ten večer chlapečka nebo holčičku, kteří se poprali s rakovinou a zvítězili.“*

(Ředitelka příspěvkové organizace): *„Při předávání toho daru od hokejového týmu, jsem mluvila s jeho představitelem a on o tom mluvil úplně přirozeně, že je zcela normální*

¹⁸ Zvláštní oddělení pro organizaci charity může v plzeňském klubu do jisté míry suplovat funkce tzv. „pokladníka“ o kterém jsem se dozvěděl od respondenta. Tato osoba se stará o finanční záležitosti spojené s hráči klubu a mimo jiné vybírá i finanční prostředky, které následně směřují na charitu.

například v Americe, kde dlouho působil, že sportovci navštěvují zařízení sociálně zdravotního charakteru, že ta charita je úplně běžnou součástí života, že to není nic zvláštního a to je přesně to, o čem sem já mluvila, že i u nás se to začínáme učit. (...) Představitel týmu říkal, že to chce naučit i své spoluhráče, že to patří k běžnému životu. Já si myslím, že to je strašně důležité. Vesměs sportují mladí, nadaní lidé, kteří maj celou budoucnost před sebou a že pokud se to oni už budou tuto učit od začátku, že to je zcela správný.“

(Profesionální sportovec, 22 let): „... Určitě, mě třeba kluci co hrajou hokej mi řeknou, že jsem pro ně vzor.“

Z výpovědí je patrné, že ve Spojených státech je tato činnost již opravdu pevnou součástí kariéry profesionálního sportovce. Pravděpodobně souvisí tato vyšší úroveň i s ekonomickými podmínkami. Tuto domněnku může potvrzovat graf uvedený v teoretické části, kde je patrný neustálý nárůst hráčských platů. Tudíž to nabízí větší možnosti při pomáhání charitě a respondent z NHL uvádí, že rozpočty klubů ve Spojených státech se pohybují v rozsahu 300 až 500 milionů dolarů na jednu sezónu¹⁹. Další fakt uvádí profesionální sportovec z Plzně:

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): „Já si myslím, že ve světě, že u nás je to v plenkách, je to v rozvoji. Já sem třeba hrál juniory v Kanadě, nebo na farmě, tam je to daleko, ten přístup k charitě je tam daleko a úplně jiný, tam je to součást běžného života, my to máme jako něco extra jako něco co by se mělo vyzdvihovat, ale to by mělo bejt součástí úplně normálního života.“

Samozřejmě že charita není pouze o ekonomické stránce, nicméně je to také důležitý aspekt. Ale podstatné je také to, aby se o těchto možnostech sportovec dozvěděl. Respondent z NHL se během rozhovoru zmínil o tom, že existuje v profesionálních smlouvách klauzule o spolupráci s charitou. Současně také uváděl, že se neseťkal s tím, že by nějaký hráč z týmu proti této činnosti něco namítal. Tento fakt může svědčit o již zmíněném předávání habitu mezi jednotlivými sportovci.

¹⁹ Z neoficiálních zdrojů, protože rozpočty klubů a platy sportovců jsou utajovány, vyplývá, že rozpočty českých klubů na nejvyšší úrovni se pohybují od 70 do 130 milionů korun. To je oproti rozpočtům ve Spojených státech ohromný rozdíl. Informace o rozpočtech českých klubů byly získány především z pořadů televizní stanice ČT4 – sport. Vysíláno v srpnu/září 2011. [on-line] <www.ceskatelevize.cz/ivysilani/>

(Profesionální sportovec, 37 let): „Já si myslím, že vždycky je to ku prospěchu věci, každé člověk by si měl uvědomit, jaký má štěstí, že může dělat to, co ho baví. Je spousta lidí, kteří si to nemůžou dovolit finančně, anebo si to nemůžou dovolit díky tomu, že nejsou zdraví. Proto já sem se nikdy nesetkal s tím, že by nějaký hráč remcal, že se musí něco takového dělat, většinou se to dostává do takové fáze, že ti to otevře oči a seš moc rád, že prostě můžeš tu svojí práci vykonávat a že nemusíš ničím takovýmhle procházet.“

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): „(...) Samozřejmě, jednotlivec tvoří kolektiv, takže vždycky je důležitý, aby to jeden začal, a ostatní se přidají a aby to prostě většina lidí brala jako běžnou věc, jako součást, je to potom taky tedy v rámci toho jedince, jaká možnosti přispívat na tu charitu, ale myslím si, že každé svojí troškou může přispět na cokoliv.“

Kolektiv zmíněný v poslední výpovědi je pravděpodobně také důležitým faktorem, kvůli tomu co uvádí sportovec v této výpovědi:

(Profesionální sportovec, 37 let): „Tak třeba teď, jelikož sem tady nověj, tak tady vlastně všechno sem dělal na bázi, co se týče organizace, kontakty co ta naše organizace už měla, nechci říkat dojednaný dopředu, ale to co už měla vybráno. Takže tady sem byl jenom součást toho, co oni nám dali udělat. Ale třeba v New Yorku tam třeba sem si po dohodě s jedním pracovníkem, kterej pracoval s veřejností a organizačníma společnostma, tak s nim sem se dal prostě do řeči, sedli sme si a řekli sme si prostě, že tu a tu určitou částku by sem chtěl dát tady tej organizaci a co pro ně můžu udělat? A to je třeba, že na každé zápas jim koupíš dva lístky, pět lístků, deset lístků, koupíš jim jídlo, koupíš jim trička, čepice, těm pár lidem co přijdou na ten zápas a tohle tedy pak distribuou v tej organizace, která potom, že jo vybere nějaký ty lidi a ty dou třeba na ten zápas.“

Z této výpovědi vyplývá, jak je pro nově příchozího člena klubu důležitý kolektiv, který klub tvoří. Nově příchozí nezná prostředí, a tudíž je postupně zasvěcován (socializován) do toho, jaké konkrétní postupy se v konkrétní lokalitě odehrávají. Nasvědčuje to již i to, jakým způsobem je zprostředkovávána domluva mezi sportovci a charitativními organizacemi.

3.6.5 Charita ve Velké Británii, Severní Americe a v ČR, dosažení spolupráce se sportovci

Sportovci působící ve Velké Británii a v Severní Americe se s charitou v různých podobách stýkají pravidelně. A nevnímají to jako nic nepřirozeného. Postupem času si spíše i k této oblasti vybudují vztah, ale samozřejmě nelze s jistotou tvrdit, že si pozitivní vztah k charitě vybudují všichni. Někteří to mohou brát pouze jako součást jejich zaměstnání a osobně se v tom nemusejí nijak angažovat. Přímo ale tuto domněnku nikdo nepotvrdil, že by se charitě věnoval pouze kvůli tomu, že je to od něj očekáváno, vyžadováno.

(Profesionální sportovec, 22 let): „... Tady v Americe je to hodně populární především ty nemocnice. Ty sportovce to nic nestojí a naopak si myslím, že je to potěší, když vidí ty děti, jak na malou chvíli zapomenou na všechny problémy, když vidí ty vrcholové sportovce.“

(Profesionální sportovec, 37 let): „...Já sem se nikdy nesetkal s tím, že by nějaký hráč remcal...“

Někteří čeští sportovci si ve Spojených státech založily vlastní organizace²⁰, popřípadě začali spolupracovat s charitativními nadacemi a nadnárodními organizacemi. Charita tak opravdu nabývá nadnárodního významu. Příkladem může být běh Terryho Foxe, nebo jak následně uvádí respondent:

(Profesionální sportovec, 22 let): „Hašek tu má brankářskou školu, nebo Eliáš vlastně má tu Unesco nadaci pro ty děti a tak...“

(PR manažerka nadace): „... Před třemi roky se nám ozval jeden amatérský sportovec, který už měl s obdobnými projekty z Velké Británie zkušenosti a navrhnul, že by za nás běžel pražský maraton. Takže díky tomu vybral pro nás peníze a pak jako díky tomu, se ten sportovní projekt nastartoval, další rok se k nám připojilo více běžců a účastnili sme se veletrhu sport expo a tam sme potkali českého extrémního sportovce, který se ochotně ujal patronátu.“

²⁰ Z rozhovoru se sportovcem působícím v českém prostředí vyplývá, že v zde zakládání charitativních organizací sportovci není tak časté, nebo sportovci stojí anonymně v pozadí.

Zajímavým jevem je srovnávání naší země s jinými západními zeměmi, které jsou respondenty považovány za více rozvinuté v tomto směru. Tento rozdíl je dle respondentů způsoben především dlouhým působením totalitního režimu na území tehdejšího Československa. Během této doby žádné charitativní sbírky, nadace prakticky neexistovaly a z toho pramení neznalost, neochota. Až v období po sametové revoluci bylo možné začít uvažovat o zakládání charitativních organizací, nadací. Stačil pouze správný nápad, či impuls.

(Zakladatel nadace): „Před dvaceti lety.(...) V roce 91 sme to začali pripravovat v 92 sme začali. A v této zemi nikdo nevěděl, co je to nadace. Tady to neexistovalo, tady byl socialismus, komunismus, tam žádné charity nebyly. Takže tam jako nějaká spolupráce se sportovci, to je otázka mimo mísu, protože tam nikdo ani nevěděl, co to nadace je. Teď jako těžko si to představit, ale prostě nikdo nevěděl, co to je vůbec. ... Ještě jednou zopakují, nikdo to tady pořádně nevěděl jak na to. Jsme jedna z prvních nadací tady založených po listopadu a jenom ta volnost umožnila, to kde sme teď. A po dvaceti letech už toho máme plný kecky to udržet, to je takových předpisů, omezení, nařízení a jiných, že pouhé udržení v chodu je tak náročné, že pouhé založení, by teď už pravděpodobně ani nešlo.“

Zajímavým postřehem zakladatele nadace je, že v současné době by bylo založení nadace komplikovanější, než v období po změně režimu. Další specifické změny po roce 1989 zmiňuje další respondent:

(Ředitel příspěvkové organizace): „Teď je daleko víc příležitostí, daleko víc je to medializovaný, ale ono je to taky o tom přístupu k té charitě obecně. Dřív to přeci jenom byly oblasti života, který byly tlumený, my jsme byli zdravá společnost, všechno bylo báječný a nebyl důvod ukazovat někde tělesně, mentálně postižený, starý lidi, jo ono to taky vyplývalo z toho, že tyhle ty zařízení často byly někde na kraji města nebo někde dál v lese a zákonitě potom nebyl zájem o to, to prezentovat, proč když sme to takhle uklidili, tak proč to prezentovat. Vono přece jenom od té revoluce se obrátil vztah k tomuhle tomu a další věc, obrátil se vztah těch lidí, kteří mají možnost tu charitu dát, protože vono, když to vezmete, tak to bylo tak, že prostě ty lidi si nebyli schopný za tu kariéru tolik vydělat, aby za to potom mohli bez problémů žít, tak potom dávejte nějakou charitu, když to bylo nastavený úplně jinak. Existuje teď víc možností i prostoru.“

Důležitý je i samotný přístup státu k této problematice. Pokud by dále přetrvávala situace, která byla během totality, nic takového jako je teď by se pravděpodobně nedělo, nebo pouze ve velmi malém měřítku.

V jednom aspektu se můžeme situaci v zahraničí přibližovat. A to tím, že sportovec z Plzně uvádí, že místní klub pořádá během roku kolem čtyř charitativních akcí, ze kterých jdou vybrané peníze a věcné dary na instituce jako nemocnice, ústavy, které se zaměřují na péči o děti. Přibližně stejný počet charitativních akcí uvádějí i respondenti ze Severní Ameriky.

(Profesionální sportovec, 37 let): *„A je pak třeba dalších 4 až 5 takových dalších akcí během roku a většinou to už bejvá i ve smlouvě zahrnutý, že ten hráč je klubu k dispozici na takovejhle akcích.“*

(Profesionální sportovec, 22 let): *„Tady v Americe je to hodně populární především ty nemocnice.“*

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): *„My tady třeba máme během sezony 3 až 4 akce, kdy můžeme něco podpořit, tak se to snažim maximálně podpořit v rámci prostředků který mam.“*

Ke spolupráci mezi charitativními organizacemi a nadacemi často dochází na základě existujících formálních a neformálních sítí. Přímý kontakt na sportovce je pravděpodobně nejúspěšnější:

(Organizátor charitativních večerů): *„Že to bylo přes ty sportovce, to nebylo náhodou, protože sám sem bejvalej profesionální sportovec, proto k nim mam blíž, mam na ně i užší kontakt, takže tam kde třeba teoreticky mohli chtít nějaký třeba peníze za to, že se tam budou prezentovat nebo vystoupí, tak tohle pro nás dělají zadarmo, takže o to víc může jít pak na tu charitu.“*

Platné je i to, pokud se v neformálních sítích pohybuje jedinec, který může zastávat pozici zprostředkovatele mezi charitou a sportovci.

(Handicapovaný sportovec): *„To záleží hlavně na těch sportovcích, jestli dají nebo ne. Jo ten hokejovej klub to dal hlavně prostě kvůli tomu, že vlastně kluk, kterej je od mala na vozejku, tak chodí se svým tátou na hokej. A ten jeho táta právě zná ty hokejisty a tak se to prostě semlelo ta spolupráce... Pak byla i sbírka, ale teda ne jenom pro nás.“*

Konkrétně se handicapovaným sportovcům podařilo dohodnout v létě i to, že si mohli zdarma pronajmout zimní stadion, kde uspořádali turnaj ve florbalu vozíčkářů.

V následující výpovědi je vidět dobrý příklad neformální sítě, která je zde pojmenovaná jako „nitky“. Existence efektivních neformálních sítí podporuje charitativní spolupráci.

(Ředitelka příspěvkové organizace): *„Já osobně si myslím, že ten podnět byl hlavně zasloužením se další spřízněné dušičky, jedná se o stavební firmu a ten pán je aktivní hokejista a on má blízko k té ledové ploše a v rámci nějaké vzájemný komunikace je pak s manažerama klubu napadlo, že by mohli obdarovat naše zařízení, aspoň to si myslím. Ta včerejší akce byla zase, že pan docent, má k hokeji taky blízko, nevím, jestli sám aktivně hokej hrál, ale určitě tam bude nějaká taková vazba a včera se mi nepřímo přiznal, že právě dalším obdarovaným by mohlo být naše zařízení. Takže to jsou takový nitky.“*

Nakonec i samotný profesionální sportovec se k této konkrétní spolupráci dostal právě přes svého známého skrze neformální síť: *„ ... já sem měl být tady ve městě a teď ve vedlejší bytě bydlel doktor právě z tý onkologie...“* I tento fakt může podkryvat to, na jakou charitativní organizaci bude více přispíváno. Protože v další výpovědi informátora je zmiňováno, že se v podstatě o spolupráci se sportovci prozatím ani nezajímal a uvádí i důvod proč:

(Ředitel příspěvkové organizace): *„My bohužel, děláme zrovna seniory a to je zrovna to, taková část, kde rozumíte, kojeneckej ústav, malý děti, já tomu říkam brnkačka na city. (...) Ale zase musím říct na druhou stranu, že my sme to nevyhledávali, rozumíte, zřejmě když jde jedna strana naproti tej druhý, takže by to nejspíš pomohlo, možná, že kdybych překonal svůj přirozený ostych a úctu a zaklepal na fotbalisty, nebo hokejisty...“*

Vzájemné vztahy mezi donátory a obdarovanými se jeví jako velmi důležité. Pokud se mezi sebou již tito lidé znají, je pravděpodobnější, že se uskuteční dohoda. Tyto sítě známých a přátel značně ulehčují vyjednávání. K obdarování by pravděpodobně došlo i bez toho, že by se obdarovaný a donátor mezi sebou znali a neměli by mezi sebou ani prostředníka, ale cesta k dohodě by zde byla složitější.

3.6.6 Děti, nemocní, handicapovaní, senioři

Lidí, kteří by potřebovali pomoci se svojí situací je mnoho, přesto existují jisté preference, kam se pomoc dostane spíš. Několik respondentů uvedlo, že děti a nemocní jsou těmi, na které se nejčastěji přispívá. Představa toho, že by si něčím takovým procházeli sami, nebo jejich děti je pro ně značně nepříjemnou. Tuto situaci si spíše domýšlejí již starší lidé, kteří už mají rodiny. U mladších se takové úvahy neobjevily. Spíše považují charitu čistě jako dobrou věc. Proč se nepřispívá na seniory, může mít několik vysvětlení. Jak uvádí respondent, nebyl ani záměr kvůli charitě oslovovat sportovce nebo kohokoli jiného. A také ve společnosti panuje názor, že senioři vedli pestrý život, vychovali děti a ke konci by se tedy měly o seniory starat jejich děti nebo stát.

(Profesionální sportovec, aktivní hráč ELH): *„Férově, (...) když můžeme něco podpořit, tak se to snažím maximálně podpořit v rámci prostředků, který mam a docházíme na dětskou onkologii do fakultky, se kterou spolupracujeme už dlouhodobě, já s ní spolupracuju asi čtyři roky, takže se snažíme takhle fungovat, tak takovej je postoj, k tej charitě. Spíš cítím větší zodpovědnost z mé strany, říkám já sem člověk, bude to znít blbě, ale řeknu to, spíš pomoc těm dětem nebo nemocnej vůči těm seniorům, když to říkám úplně otevřeně. Tak tu charitu na ty nemocný a děti vnímám líp než vůči čemukoliv jinému, když to řeknu takhle.“*

I na základě této výpovědi je možné představit si, které oblasti jsou pro charitu populárnější.

Handicapovaní lidé, kteří se snaží sportovat, jsou potěšeni tím, když jim někdo nabídne finanční nebo věcnou podporu. Ale protože je, jak uvádí respondent, sportovní náčiní pro handicapované finančně velmi nákladné, snaží se tito sportovci, jak o to, aby byli podpořeni charitou, tak aby měli i stálého sponzora.

(Handicapovaný sportovec): *„Sponzorovat, podporovat sport, kort náš vozíčkářů to je dobrá věc. Ale myslím si jako, že se ty peníze budou teď čím dál tím hůř shánět teďko, protože firmy některý třeba zaniknou, to je rozhodně problém, nebo budou šetřit tak, že nedaj ani korunu, no to víš. (...) Ono bylo líp, měli jsme schopnýho předsedu a spousta firem, mančaftů nám dávalo peníze, ale bohužel si pak našel přítelkyni, oženil se a pak už to jako tolik nestíhal no.“*

Jak dále respondent uváděl, problém se sponzory je takový, že sponzoři chtějí být vidět. A velké společnosti jako ČEZ, O2, Plzeňský Prazdroj si vybírají, koho budou sponzorovat, kde budou vidět a s kým ke spolupráci nepřistoupí.

Přitom nejlepší způsob reklamy je stále doporučení od někoho známého. A kdyby tyto společnosti podporovaly i méně viditelné sportovní odvětví a charitu, zvýšilo by to mezi lidmi rozmluvu o dané společnosti a reklama by se šířila dále napříč společnostmi. Otázkou zůstává, jestli to nemůže být způsobeno neatraktivností dané oblasti pro tyto podniky. Pokud je člověk závislý na charitě, stěží asi bude investovat do mobilního telefonu, do návštěv restauračních zařízení a konzumace piva. Proto je důležitým aspektem charity to, že charita nemá takovou tendenci být zviditelňována na rozdíl od společností, které sportovce sponzorují. Ale i přesto, že charita nemusí být na první pohled viditelná, z výpovědí respondentů vyplývá, že existují určité preference v tom, kdo se stane podporovaným. K tomuto se může vázat i teoretická část, kde je zmíněno, že lidé zvažují, komu pomohou komu ne, kdo si to zaslouží kdo ne.

3.6.7 Klady a zápory spojené s charitou

Spojení sportovců a charitativních akcí rozhodně existuje a respondenti se shodují v tom, že to je již jakýmsi nepsaným pravidlem pro známé sportovce, že to je úplně normální součástí jejich života, současně dodávají, že se v Čechách tomuto principu, kdy ti lépe situovaní, lépe postavení ve společnosti přispívají na charitu, teprve učíme. Také zmiňují, že v některých případech to nemusí být čistě z úmyslu poskytnout charitu, respektive někomu pomoci. Ale sportovci přemýšlejí o tom, komu pomohou. Následně je většina zpráv o poskytnutí charity alespoň na jejich osobních internetových stránkách, nebo na stránkách sportovních klubů a samozřejmě, že nechtějí, aby se stalo, že věcné dary nebo finanční prostředky poslouží ve skutečnosti na úplně jiné účely, než si donátoři představovali. Ve výsledku to může poškodit jejich

jméno, prestiž, mohou čelit osočování, že podporují mírně řečeno podezřelé projekty. Proto jsou vítány záruky, které potvrzují, kam pomoc směřovala.

(Ředitel příspěvkové organizace): „... Mam možnost pozorovat ty lidi okolo sebe, který pozor nemusí to bejt zrovna Jarda Jágr nebo Petra Kvitová, ale znám jednoho hráče, kterej je ted' v Americe na farmě a nevydělává tedy žádný enormní částky, ale už se taky účastní charitativních akcí a líbí se mu to. A přesto je to pro tyhle ty lidi, který si vydělají víc než je zřejmě průměr, naprosto normální.“

(Zakladatel nadace): „No, to se asi tak říká, že v určité společnosti, která začne být trošku movitá, bohatá, což česká společnost je, takže to patří k jakému si bontonu nebo k dobrému tónu, že něco podporují, ale to se může týkat kohokoliv, nejenom sportovců (...) Mě to přijde trochu jako když něco k něčemu patří, tak to budu dělat, jako všichni hrajou golf, tak budu hrát taky golf, všichni podporují charitu, tak budu podporovat charitu. To ale jako není můj šálek čaje. Bud' mám zájem a z nějakých důvodů, nějaký vnitřní impuls, proč začnu opravdu a se zájmem toto podporovat, než že by to mělo patřit ke sportovcům, protože je to celebrita, je to tak jako, asi řada z nich bude tento model přijímat, ale mě se to takhle nelíbí. Nebudu to dělat jenom proto, že se to očekává.“

(PR manažerka nadace): „... V České republice jenom samozřejmě ty důvody proč se tomu celebrity věnují se dosti liší. To znamená, že se někdo věnuje, protože je to populární, a že se to dělá i v zahraničí a když by jako se zamysleli, k čemu to vlastně slouží, a někdo si to skutečně dobře promyslí, spojí dobře svoje jméno s tím jistým posláním konkrétní neziskové organizace a skutečně myslí to dobře.“

4 ZÁVĚR A DISKUSE

Cílem této práce bylo zjistit, jaký je vztah mezi sportovními celebritami a charitou. Respektive, zda je přispívání známých sportovců na charitativní činnost již součástí jejich statusu.

Sportovci se těchto událostí neúčastní, protože by byli slavní nebo celebrity, ale protože jak oni sami tvrdí, je to důležité. Ve výzkumu se prokázalo, že to je již očekávanou součástí jejich postavení ve společnosti a sami sportovci si uvědomují, že jejich výdělků jsou vyšší, než u většiny členů společnosti a tak jim nepřijde zvláštní využít svůj ekonomický kapitál zčásti na dobročinnost. Známí sportovci také dokážou do nadací a organizací i třeba nepřímo přivést další jedince. Otázkou zůstává, nakolik je podstatný status úspěšného známého sportovce a status celebrity. V této práci je pracováno s tezí, že úspěšný, známý sportovec se stává i celebritou, ale není zde poukazováno na to, jak přesně na sebe tyto dva statusy působí. Pravděpodobně bude platit, že se tyto dva statusy velmi blízce prolínají. Ale bylo by zajímavé dále sledovat, jakým způsobem je status celebrity ovlivňován například jednotlivými skandály, týkají se drog, alkoholu, nebo nakolik je ovlivňován jedinci, kteří se stávají známými přes noc. Tato situace se týká lidí, kteří se účastní různých forem reality show, jako jsou SuperStar, Hlas, kde je hlavním účelem zviditelnit talentovaného člověka.

Na charitativních akcích působí nejen slavní sportovci, ale i mnoho dalších lidí, kteří se starají o správný chod. Z rozhovorů vyplývá informace, že pro účast na těchto akcích potřebuje jedinec určité charakterové vlastnosti, u kterých je velmi pravděpodobné, že je sportovci často mívají. V důsledku tak své postoje k charitě mohou předávat i mladším spoluhráčům a vzniká určitý habitus, kde se důraz klade mimo jiné na to, že přispívání pro potřebné je naprosto běžná součást života. Tuto praxi, tedy předávání postojů, lze zmapovat ve zkoumaném prostředí. A asi ne natolik překvapujícím je to, že tyto postoje se snaží předávat především lidé, kteří se s touto praxí setkali za hranicemi České

republiky, nebo ze zahraničí pocházejí a zastávají ve společnosti vyšší postavení.

Získané informace nabízejí možnost zevrubné komparace situace České republiky s Velkou Británií a Spojenými státy, kde velmi často čeští sportovci působí. Ve Spojených státech mají profesionální sportovci již ve svých smlouvách klauzuli o tom, že se budou pod záštitou svého klubu účastnit charitativních akcí, jako jsou návštěvy nemocnic, sportovní odpoledne s postiženými. Dále se mohou sami sportovci realizovat tím, že si sami najdou instituci, které nabídnou svoji pomoc, může se stát i opak, kdy bude osloven sportovec s návrhem, jestli by neměl zájem podporovat charitativní organizace, nadace. A právě v zahraničí mají tyto akce již velkou tradici a kluby NHL, NBA, NFL mají i vyčleněná oddělení, které se specializují právě na charitu. Přes tato oddělení je domlouváno, čeho se hráči zúčastní, kde vystoupí. Dalším aspektem v zahraničí je časté zakládání různých nadací přímo sportovci, ať už se jedná o sportovní akademie nebo o nadace podporující výzkum léčby rakoviny a dalších nemocí. Popřípadě zakládají tyto týmy své vlastní nadace.

U českých sportovních oddílů taková oddělení neexistují a účast sportovců na charitativních akcích je často domlouvána přímo se sportovci, popřípadě s PR manažery. Důležitou funkcí u českých sportovních oddílů je tzv. „pokladník“, který kromě vybírání financí od jednotlivých hráčů na společné zábavné akce vybírá také finanční prostředky, které následně směřují na charitu. Samozřejmě dary směřující na charitu nemusejí být pouze finančního charakteru. Může se jednat i o věcné dary jako jsou vstupenky na utkání, oblečení. Z výpovědí poskytnutých respondenty je patrné, že důležitou roli také tvoří sociální vazby. Samozřejmě tento efekt může být způsoben tím, že pro rozhovory byla využita metoda sněhové koule. Takže jednotliví respondenti se mezi sebou víceméně znali, ale zmiňovali i další spřízněné duše, které byly vázány vždy ke konkrétnímu respondentovi. Do jisté míry lze počítat s tím, že efektivní formální a neformální sítě sehrávají důležitou roli při

podporování charity. Další rozdíly mezi Českou republikou a Spojenými státy také tvoří to, že zde nejsou přímo sportovci zakládány nadace a organizace, nebo se to děje bez jakékoliv medializace a sportovci zůstávají anonymně stát v pozadí. Za další to může být rozdílnou kulturou a smýšlením jednotlivců v dané kultuře žijících. Následně také rozsah a vynaložené prostředky na charitu pravděpodobně souvisejí s ekonomickou situací jednotlivých sportovců, potažmo klubů. Zatímco, jak uvedl jeden z respondentů, rozpočty sportovních klubů v Severní Americe se pohybují od 300 do 500 milionů dolarů na sezonu. V Čechách na začátku sezon kluby uvádějí rozpočty od 70 do 130 milionů korun. A charita bezpodmínečně souvisí s finanční situací donátora. Což v porovnání českých klubů, sportovců působících v Čechách a klubů Velké Británie, Severní Ameriky a sportovců tam působících tvoří markantní rozdíl v možnostech podporování. A také, že vývoj charity v České republice je ovlivněn minulým režimem vládnoucím zde po dobu 40 let a během něhož prakticky žádné příspěvkové organizace a nadace neexistovaly. Teprve až po listopadových událostech roku 1989 se situace v mnohém změnila a počátkem 90. let se začalo spontánně zakládat mnoho institucí fungujících na základě donátorských příspěvků. Nyní, o dvacet let později, ale respondenti stále vidí možná vylepšení. Stále je co se učit a co vylepšovat. Současná společnost stále hledí na přispívání potřebným jako na něco neobvyklého, tudíž tomu mnoho lidí nevěnuje ani takovou pozornost. Konkrétně mezi sportovci je tato činnost velmi pochvalována a rádi se takových akcí účastní, když mají možnost pomoci.

Mezi nejčastější instituce, kterým jsou charitativní výtěžky darovány, patří instituce sociálně zdravotního charakteru. A konkrétními příjemci jsou často děti, nemocní, sociálně slabí a instituce, které se o tyto jedince starají. Vedoucí institucí, handicapovaní sportovci oceňují každou pomoc, která je jim nabídnuta a z rozhovorů vyplývá, že sportovci se kterými byly provedeny rozhovory, se snaží pomáhat.

Celkově lze z tohoto můžeme usuzovat, že sportovci považují přispívání na charitu za důležitou součást společnosti. Jsou tu určité náznaky, že starší sportovci, kteří již často působili delší dobu v zahraničí, se snaží předávat tuto filozofii. Charita je pro ně dobrá a důležitá a to předávají svým mladším kolegům. A informace o tom, že tyto události nebývají příliš medializované, mohou svědčit o tom, že to tito sportovci opravdu dělají proto, aby pomohli. A tolik je nezajímá zviditelnění přímo jejich osoby. Většinou se jedná o určité osobní pohnutky, proč se zrovna daný jedinec rozhodl pomáhat a z rozhovorů vyplývá, že sportovci chtějí především pomáhat. Pravděpodobně se mezi úspěšnými sportovci najdou i tací, kteří na charitu nepřispívají, a bylo by zajímavé se zaměřit na to, proč se o tuto oblast nezajímají. Ale jednalo by se o dlouhodobou studii, už jen kvůli tomu, že sportovci jsou velmi časově vytížení. A další otázkou by bylo, nakolik by byli ohledně tématu nepřispívání ochotni vypovídat.

Můžeme shrnout, že od známých profesionálních sportovců se očekává jejich participace na charitě a charitativním dění. Tuto domněnku potvrzují fakta zmíněná výše. Například, že ve smlouvách profesionálních sportovců se objevuje klauzule o tom, že se sportovec bude účastnit charitativních akcí pod záštitou svého klubu. Samotní sportovci při delším působení na jednom místě začnou sami aktivně vyhledávat, jak by mohli ve svém okolí pomoci. Na základě těchto informací lze považovat participaci na charitě a její podporování za součást statusu úspěšného známého profesionálního sportovce.

5 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

Beránek, Ondřej., Pavel Ťupek. 2008. „Dvojitá tvář islámské charity.“ Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 219s.

Bishop, Samuel H. 1912. „The church and charity.“ *American Journal of Sociology* 18 (3): 369-380. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/2763385>>

Bourdieu, Pierre. 1998. „Teorie jednání.“ Karolinum, Nakladatelství Univerzity Karlovy. 179s.

Buštková, Lenka. 1999. „Analýza sociálních sítí.“ *Sociologický časopis* 35 (2): 193–206.

Coakley, Jay J. 2004. „Sports in society: Issues and controversies.“ Boston, McGraw-Hill. 614s.

Cohen, Mark R. 2005. „Introduction: Poverty and Charity in past Times.“ *The Journal of Interdisciplinary History* 35(3): 347-360. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/3657029>>

Curti, Merle. 1957. „The history of american philanthropy as a field of research.“ *The American Historical Review* 62(2): 352-363. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/1845188>>

Fisher, Donald. 1986. „Rockefeller Philanthropy: And the rise of social anthropology.“ *Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland* 2(1): 5-8. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/3032900>>

Frey, James H., D. Stanley, Eitzen. 1991. „Sport and Society.“ *Annual Reviews of Sociology* 17: 503-522. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/2083352>>

Frič, Pavol. 2007. „Neformalni sitě: Situace v České republice z pohledu českých elit.“ Praha: GfK Praha.

Goffman, Erving. 1999. „Všichni hrajeme divadlo.“ Nakladatelství studia Ypsilon. 247s.

Granovetter, Mark. 1973. „The Strenght of Weak Ties.“ The American Journal of Sociology. 78(6): 1360-1380.

Granovetter, Mark. 1983. „The Strenght of Weak Ties: A Network Theory Revisited.“ Sociological Theory. 1: 201-233.

Hartmoll, Richard., Griffith, Paul., Taylor, Colin., Hendricks, Vincent., Blanken, Peter., Nolimal, Dusan., Weber, Irene., Toussirt, Mohamed., Ingold, Rodolphe. 2003. „Příručka k provádění výběru metodou sněhové koule.“ Rada Evropy, Praha.

Janda, Richard. 2010. „Islám: Náboženství, historie a budoucnost.“ Nakladatelství JOTA, s.r.o. 9-55.

Jordan, Elijah. 1916. „The meaning of charity.“ The American Journal of Theology 20(4): 549-562. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/3155551>>

Keller, Jan. 1999. „Úvod do sociologie.“ Sociologické nakladatelství, Praha. 204s.

Kurzman, Charles., Chelise, Anderson., Clinton, Key., Youn Ok, Lee., Mairead, Moloney., Alexis, Silver., Maria W., Van Ryn. 2007. „Celebrity Status.“ Sociological Theory 25(4): 347-367. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/20453088>>

Lin, Nan. 2001. „Building a Network Theory of Social Capital.“ Pp. 3–29 in Nan Lin, Karen Cook, Ronald S. Burt (eds.). *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine de Gruyter.

Little, Jo. 2008. „Research article: „I feel your pain“: cosmopolitan charity and the public fashioning of the celebrity soul.“ *Social Semiotics* 18(2): 237-251.

Mareš, Petr. 1999. „Sociologie nerovnosti a chudoby.“ Praha: Sociologické nakladatelství. 26-153.

Martuccelli, Danilo. 2008. „Sociologie modernity: itinerář 20. století.“ Centrum pro studium demokracie a kultury. 494s.

Mills, Charles Wright. 1966. „Mocenská elita.“ Praha: Orbis. 22-125.

Numerato, Dino. 2008. „Mediální aktivita a reflexivita sportovních aktérů.“ *Mediální studia II*: 154-174.

Parsons, Talcott. 1970. „Studie o sociální stratifikaci.“ Univerzita Karlova, Praha. 5-61s.

Reichel, Jiří. 2009. „Kapitoly metodologie sociálních výzkumů.“ Grada Publishing, a.s. 181s.

Ross, Aileen D. 1953. „The social control of philanthropy.“ *The American Journal of Sociology* 58(5): 451-460. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/2772506>>

Sekot, Aleš. 2004. „Globalizace versus sportovní mobilita: nové téma sociologie sportu.“ *Fakulta sportovních studií, Masarykova univerzita v Brně, Česká republika*. 169-180.

Smart, Barry. 2005. „The Sport star: Modern sport snad the cultural economy of sporting celebrity.“ Sage Publications. 217s.

Sušovský, A. 2012. [on-line]. „NHL chce zastavit růst hráčských platů.“ HN.ihned.cz. dostupné na: <<http://hn.ihned.cz/c1-54565850-nhl-chce-zastavit-rust-hracskych-platu>>. Staženo 10. 2. 2012.

Vojtíšková, Kateřina., Ondřej, Špaček., Jiří, Šafr. 2007. „Kdo je dole a kdo nahoře – podle pražských učitelů ZŠ. Sociální nerovnosti v symbolické rovině.“ Edice PSSS, Sociologická řada SOC – 008. 28s.

Veblen, Thorstein. 1999. „Teorie zahálčivé třídy.“ Praha: Sociologické nakladatelství. 344s.

Washington, Robert E., Karen, David. 2001. „Sport and society.“ Annual Review of Sociology 27: 187-212. Dostupné na: <<http://www.jstor.org/stable/2678619>>

Woods Jr., Thomas E. 2008. „Jak katolická církev budovala západní civilizaci.“ Praha: Regnery Publishing. 9-169.

5.1 Internetové zdroje

Internetový zdroj. [on-line]. Dostupný na: <<http://www.rockefellerfoundation.org/>>, vyhledáno dne 29. 2. 2012

Internetový zdroj. [on-line]. dostupný na: <<http://www.caritas.org/>>, vyhledáno dne 29. 2. 2012

Internetový zdroj. [on-line] <www.ceskatelevize.cz/ivysilani/>

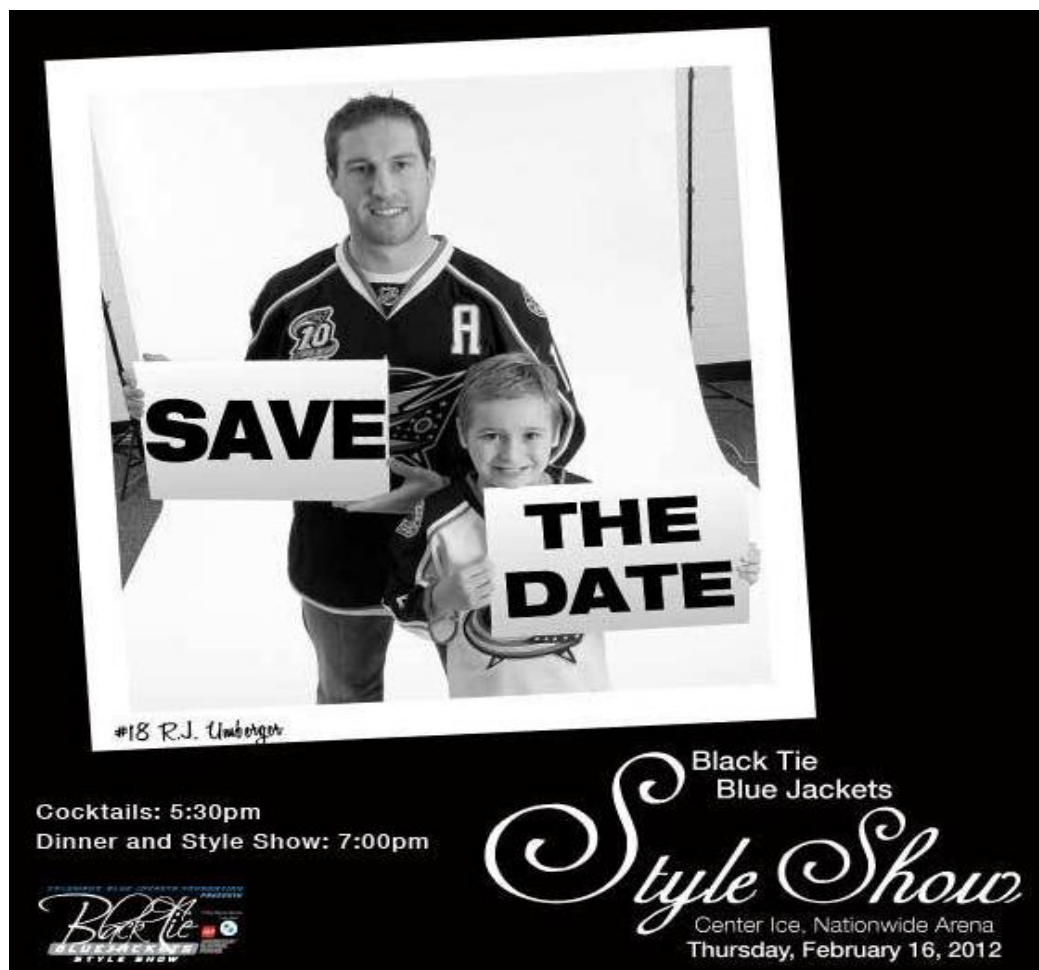
6 RESUMÉ

This thesis deals with sport celebrities and charities. From a theoretical aspect, will be described the progress of charity in society from the beginnings within the Church until today, when almost anyone can participate in the charity. Further will be analyzed the development of status of a successful professional sportsman celebrity. This part of the work should provide for a smooth transition detecting the relationship between a professional sportsman and charity. It will examined whether is currently prevailing general approach of professional athletes, celebrities to charity, or whether there are individual approaches. As a basic method for collecting data for this research will be used method of semistructured interviews. Interviews will be conducted with the heads of organizations that accept contributions (children home, sports clubs of handicapped,...), eventually with people that provide financial donations.

7 PŘÍLOHY

7.1 Seznam obrazových příloh

Fotografie poutající zájemce na společenskou akci, kde budou vystupovat hokejisté Columbusu a děti, které přežily rakovinu.



Zdroj: [on-line]: dostupný na: <<http://www.bluejacketsfoundation.org/>>, vyhledáno dne: 5. 4. 2012

Návštěva nemocnice hokejisty.



Zdroj: [on-line]: dostupné na: <<http://www.hcplzen.cz>>, vyhledáno dne: 5. 4. 2012



Zdroj: [on-line]: dostupné na: <<http://www.hcplzen.cz>>, vyhledáno dne: 5. 4. 2012

Start Pražského maratonu, kterého se účastní zástupci nadace, která se zaměřuje konkrétně na spolupráci s mladými a sportovci.



Zdroj: [on-line]: dostupný na: <<http://www.familyfreshnews.cz/sport/241-projekt-sport-pro-charitu-pomuze-handicapovanym/>>, vyhledáno dne: 7. 4. 2012