

## O čom hovoríme, keď hovoríme o behaní (súčasný mediálny a kultúrny obraz amatérskeho bežeckého športu)

Mária Klapáková

Katedra slovenskej literatúry a literárnej vedy, Inštitút slovakistiky a mediálnych štúdií,  
Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove

maria.klapakova@unipo.sk

**Kľúčové slová:** beh, rozmach, maratón, Haruki Murakami, trend, životný štýl, Forrest Gump

**Key words:** running, expansion, marathon, Haruki Murakami, trend, lifestyle, Forrest Gump

Na začiatku nášho uvažovania stála otázka, prečo sa práve (amatérsky, rekreačný) beh stáva stále viac populárnym športom. Nielen vo svetovom meradle, ale aj v rámci malého slovenského kontextu neustále pribúda bežcov i pretekov, na ktorých sa môžu zúčastniť. Napríklad za rok 2017 sa podľa internetového portálu beh.sk konalo na Slovensku vyše 900 amatérskych bežeckých pretekov (behov na krátke trate, polmaratónov, maratónov), ktoré sú usporadúvané rovnako vo väčších mestách, ako aj v samostatných mestských častiach či na dedinách.<sup>1</sup> S tým sa však prirodzene spája ďalší problém, a to ten, nakoľko má na popularitu behu vplyv to, koľko a najmä akým spôsobom sa o ňom informuje, hovorí a uvažuje. Nazdávame sa totiž, že to, čo v súčasnej spoločnosti beh znamená, je priamo spojené s tým, ako sa o ňom hovorí, s obrazom, ktorý je o ňom vytváraný prostredníctvom médií, kultúry, čiastočne umenia.

Keďže nás zaujíma primárne mediálny, resp. kultúrny obraz o behu ako o športovom fenoméne, ktorý väčšie rozmery nadobúda s nástupom 21. storočia, budeme sledovať písanie a hovorenie (najmä cez vybrané konkrétne príklady) o jeho amatérskej podobe. Budeme sa sústrediť predovšetkým na vytrvalostný beh a beh na dlhé trate, osobitne na maratónske behy, ktoré sa medzi verejnosťou stávajú čoraz viac populárnymi. Vyššie sme naznačili rastúcu popularitu behu na Slovensku, no oveľa väčšie rozmery má jej nárast vo svetovom meradle. Jedným z dôkazov môže byť napríklad Tokijský maratón, na ktorý už pri jeho vzniku v roku 2007 zaregistrovalo 30 000 bežcov. „V roku 2012 sa na štart postavilo viac ako 36 000 bežcov. Na rok 2013 zaevidovali organizátori viac ako 300 000 žiadostí.“<sup>2</sup> Rastúci záujem o beh možno vidieť aj v Amerike. Tu, podľa Sport and Fitness Industry Association, si v roku 2012 viac ako dvadsaťdeväť miliónov Američanov vyšlo zabehať najmenej päťdesiatkrát. Národná asociácia športových potrieb zas tvrdí, že za rovnaký rok bolo behať vyše deväť miliónov Američanov stodesať- alebo viackrát – obe čísla sa oproti roku 2011, čiže za rok, zvýšili o štyri percentá. Podobný nárast bol pritom zaznamenaný aj v rámci organizovaného behu.<sup>3</sup> Taktiež v Európe sa iba za rok 2018 koná 477 maratónov<sup>4</sup> a zo zoznamu 165 najväčších európskych maratónov 68 z nich vzniklo po roku 2000 (najstaršie sa spúšťali

<sup>1</sup> Internetový portál beh.sk každoročne uverejňuje zoznam bežeckých pretekov konajúcich sa na Slovensku (a niektorých v Českej republike). Ako prvý, „testovací“, rok, keď sa nad uverejňovaním tohto zoznamu začína uvažovať, uvádza stránka rok 2003, následne rok 2005 a systematicky je prehľad behov publikovaný od roku 2009. V ňom sa na Slovensku, podľa danej stránky, konalo 370 bežeckých pretekov. Za osem rokov sa teda, len v slovenskom priestore, počet amatérskych bežeckých podujatí takmer strojnásobil.

<sup>2</sup> Dostupné na internete: <<https://obehnisvet.sk/blog/najvacsie-svetove-maratony/>>

<sup>3</sup> Dostupné na internete: <<https://www.aljazeera.com/programmes/aljazeeracorrespondent/2013/12/why-running-most-democratic-sport-2013121114339864526.html>>

<sup>4</sup> Dostupné na internete: <<https://worldsmarathons.com/>>

začiatkom 20. storočia, teda za ani nie dvadsať rokov vznikla takmer polovica z toho, čo dovtedy vznikalo takmer storočie).

Prečo však popularita behu v 21. storočí tak výrazne narastá? Jedným z dôvodov môže byť, že beh, azda ešte spoločne s chôdzou, je na rozdiel od iných športov jednou z mála disciplín, ktorú môže vykonávať takmer ktokoľvek. Na rekreačnej, amatérskej úrovni je beh nezávislý od inštitucionálneho ukotvenia, financií, materiálneho vybavenia, fyzickej kondície a zdravotného stavu<sup>5</sup> či dokonca od iných ľudí, nevyžaduje si tím a ani súpera. To je prvé pozitívne východisko pre to, aby sa beh mohol stať všeobecne populárnym, akceptovaným a viac aktívne než pasívne realizovaným športom. Vo viacerých článkoch, najmä z amerického a austrálskeho kontextu, sa beh zvykne dokonca povyšovať na „najdemokratickejší šport“,<sup>6</sup> čím sa mu implicitne pripisuje až akýsi politický, resp. apolitický, mierový rozmer tolerujúci (rodovú, rasovú, vekovú, fyzickú a i.) rôznorodosť – azda čiastočne aj vo vzťahu k tomu, že šlo o dôležitú disciplínu novodobých apolitických Olympijských hier,<sup>7</sup> kde „atléti mali byť veľvyslanci mieru“ (Gotaas, 2013, s. 135). Podľa austrálskej verzie Al-Džazíry je teda jednou z kľúčových vlastností behu to, ako ľahko preklenie kultúrne, rasové, sociálno-ekonomické rozdiely, vek či pohlavie. Ak sa pozrieme na väčšinu bežiacich skupín, uvidíme ľudí, ktorí by sa inak nikdy nemohli stretnúť a ktorí by inak určite netrávili čas v spoločných diskusiách o všetkom od politiky či popkultúry až po osobné vzťahy.<sup>8</sup> Pomerne často sú tiež zdôrazňované zdravotné pozitíva behu, ktoré sú voči negatívam (nesprávna technika, predimenzovanie vlastných schopností či možnosť spáliť sa na slnku) vo výraznej prevahe (Obrázok 1). Okrem fyzického zdravia sa v podobných „rebríčkoch“ zdôrazňuje aj účinok behu na psychiku človeka, napr. beh zvyšuje sebadôveru. Podobné rozsiahle výpočty sú uverejňované takmer vo všetkých dostupných publikáciách či na internetových stránkach a portáloch venovaných športu či behu konkrétne (evidentný je pritom i nárast výskytu podobne zameraných stránok) a vnímame ich tiež ako formu popularizácie amatérskeho behu.

<sup>5</sup> Ako argument pre toto tvrdenie možno použiť napríklad situáciu, ktorá sa odohrala v roku 1960 na Novom Zélande: „Po rozhovore v klube Lions prišli za Lydiardom [novozélandský bežecký tréner pôsobiaci najmä v 50. a 60. rokoch 20. storočia – pozn. M. K.] traja podnikatelia v penzii a porozprávali mu o svojich problémoch so srdcom. Jednému z nich napadlo, že by si azda aj srdciari mohli vybehať zdravie. Problémom však bolo, že na Novom Zélande v roku 1960 – podobne ako v iných krajinách – lekári dôrazne zakazovali pacientom so srdcovými problémami pohyb. Po srdcovom infarkte mali niekoľko týždňov preležať. (...) Lydiard nebol medicínskym odborníkom, ale vedel, že nepoužívané časti tela automaticky upadajú. Získal povolenie od jedného lekára a zabehli do aucklandského prístavu. Muži prechádzali od jedného telegrafného stĺpu k druhému a preklusali k ďalšiemu, až kým nezvládli desať kilometrov. Takto pomaly začínali. Čoskoro dokázali zabehnúť celú vzdialenosť a zvýšiť rýchlosť až na 13 kilometrov za hodinu. Vzhľadom na ich telesnú kondíciu pred niekoľkými mesiacmi to bolo úžasné.“ (Gotaas, 2013, s. 244).

<sup>6</sup> Dostupné na internete: < <https://www.aljazeera.com/programmes/aljazeeracorrespondent/2013/12/why-running-most-democratic-sport-2013121114339864526.html> >

<sup>7</sup> U nás si možno v tejto súvislosti spomenúť na obdobie konca 90. rokov a na nulté roky, predovšetkým na meno Mikuláša Dzurindu, ktorý maratóny behával a dodnes beháva ako „súkromná osoba“. Podobne napríklad bývalý minister obrany a vnútra Ivan Šimko či bývalý český minister priemyslu Vladimír Dlouhý, ktorí sa aktívne začali venovať behu po odchode z politickej sféry.

<sup>8</sup> Dostupné na internete: < <https://www.aljazeera.com/programmes/aljazeeracorrespondent/2013/12/why-running-most-democratic-sport-2013121114339864526.html> >

**Pozitíva rekreačného behu**

- Behať môžeme prakticky všade a vždy. Jediné čo potrebujeme je vhodná obuv a primerané športové oblečenie.
- S behaním môže začať skoro každý a prakticky kedykoľvek.
- Behanie odbúrava stres, depresie a zlepšuje celkovú psychickú pohodu. Jednu až dve hodiny po behu sa v tele uvoľňujú endorfíny, ktoré zlepšujú náladu a pocit psychickej pohody. Vďaka lepšiemu prekrveniu mozgu zlepšuje pamäť a schopnosť koncentrácie.
- Spomaľuje proces starnutia a predlžuje aktívnu časť života.
- Spomaľuje zmenšovanie vitálnej kapacity pľúc v dôsledku starnutia.
- Pôsobí ako prevencia pred srdcovo-cievnyimi ochoreniami. Je veľmi účinný prostriedok na tréning srdcovo-cievneho systému. Posilňuje srdce a zlepšuje transport kyslíka do celého tela, čím znižuje riziko mnohých ochorení predovšetkým srdcového infarktu a mozgových príhod.
- Na základe výskumov "Harvard Medical School" v Bostone, pravdepodobne bráni výskytu a pomáha liečbe niektorých druhov rakoviny (napr. rakovina prsníka). Podľa tohto výskumu, ženy choré na rakovinu prsníka, ktoré praktikovali 3 až 5 hodín týždenne vytrvalostné zaťaženie (beh, chôdza, plávanie), mali polovičnú úmrtnosť oproti netrénujúcim. Taktiež rakovina hrubého čreva a prostaty sa u bežcov vyskytuje zriedkavejšie ako u bežnej populácie.
- Spomaľuje rednutie kostí počas starnutia a tým odďaľuje riziko vzniku osteoporózy.
- Zlepšuje kvalitu spánku. Urýchľuje zaspávanie a prehľbuje spánok.
- Znižuje hladinu "zlého" (LDL) a zvyšuje hladinu "dobrého" cholesterolu (HDL).
- Znižuje obsah triglyceridov v krvi.
- Znižuje tlak krvi. Je jeden z najlepších prirodzených prostriedkov na zníženie zvýšeného tlaku krvi.
- Primerané zaťaženie organizmu behom zlepšuje a udržiava dobrú funkciu imunitného systému. Počas mierneho vytrvalostného zaťaženia sú bunky imunitného systému lepšie zásobené kyslíkom, čím sa zvyšuje ich funkčnosť. Týmto sa veľmi pravdepodobne zlepšuje regeneračný a liečivý efekt protirakovinovej liečby a znižujú sa aj jej negatívne účinky.
- Zvyšuje energiu na zvládanie každodenných povinností pracovného a rodinného života.
- Zvyšuje sebadôveru.
- Zlepšuje sexuálny apetít a potenciu.
- Je ideálna možnosť ako si znížiť/udržať optimálnu telesnú hmotnosť a tým predchádzať obezite, ktorá je príčinou viacerých civilizačných chorôb. Dôležité je, že prednostne odbúrava viscerálny tuk (tuk vo vnútri tela, hromadený okolo vnútorných orgánov), ktorý je zdraviu oveľa viac škodlivý ako podkožný tuk. Pravidelné vytrvalostné zaťaženie nielen chráni pred obezitou, ale znižuje aj riziko výskytu cukrovky. Toto je spôsobené jednak vplyvom na telesnú hmotnosť ako aj faktom, že počas behu si môže pankreas (žľáza produkujúca inzulín) odpočinúť (nemusí produkovať inzulín) a tým, že zvyšuje citlivosť inzulínu na hladinu krvného cukru.

**Obrázok 1 Výpočet pozitív behu, ktoré uvádza portál runforfun.sk<sup>9</sup>**

Beh má teda dostatočne neutrálnu, resp. pozitívnu východiskovú pozíciu na to, aby sa odlišným typom percipientov dal prezentovať v rôznych podobách, prispôbeným ich potrebám a požiadavkám. Náš príspevok je pokusom tieto odlišné formy percepcie behu aspoň čiastočne systematizovať, s týmto zámerom sme vytvorili odstupňovanú koncepciu toho, akými rôznymi spôsobmi a na odlišných úrovniach možno vnímať písanie, hovorenie a uvažovanie o behu, pričom tieto body sa môžu do istej miery prelínať. Ako metaforické východisko nám pritom poslúžila kniha Winstona Grooma *Forrest Gump*, resp. čiastočne aj jej filmové spracovanie, v ktorom sú oproti knihe doplnené pre náš výskum ďalšie podstatné scény.<sup>10</sup> Protagonistov vzťah k behu sa totiž postupne vyvíja a premieňa, mení svoj zámer i mieru. Spočiatku je beh pre postavu formou úniku, Forrest beží, aby ušiel pred deťmi, ktoré sa mu vysmieávajú a šikanujú ho pre jeho hendikep. Ide teda 1. o akýsi beh s účelom, zámerom a jasným cieľom. K tomuto typu behu by sa dalo zaradiť aj jeho vyššie naznačené chápanie ako prostriedku udržania či zlepšenia si zdravotného stavu a fyzickej kondície. Prípadne sem možno priradiť novodobý trend amatérskych bežeckých súťaží a maratónov, keď účastníci bežia či už s cieľom dosiahnuť čo najlepší čas, alebo danú trasu prekonať, a tým overovať možnosti vlastného tela, vlastnú vytrvalosť. Neskôr, v dospelosti sa hrdina vydá na dlhodobý beh bez cieľa a trasy. Protagonista sa naň vydáva bez zrejmej, vonkajšou skutočnosťou ovplyvnenej pohnútky. Ide o 2. beh ako formu meditácie, kontemplácie, spôsobu uvažovania,

<sup>9</sup> Dostupné na internete: <<https://www.runforfun.sk/vplyv-behu-na-nase-zdravie/>>

<sup>10</sup> S filmom navyše pracujeme aj z toho dôvodu, že ho súčasná spoločnosť vníma ako „kultový“ a najmä na sémantického percipienta (Rakús, 2015) má film väčší dosah než východisková knižná verzia.

beh ako vnútornú potrebu. To azda pomerne presne vystihuje Gumpova veta, ktorú vysloví vo filmovom spracovaní románu: „*I just felt like running*“ teda „*Mal som chuť bežať*“. Nakoniec sa z jeho osoby a z neutrálnej a predovšetkým nezištnej až naivnej pozície bežca stáva senzácia, o ktorú sa zaujímajú médiá a spoločnosť a vzniknutú situáciu využijú, resp. zneužijú, z behu sa teda stáva 3. mediálny objekt či tovar. To dokazuje napríklad scéna, v ktorej si Forrest utrie zablatenú tvár do žltého trička, ktoré mu podáva skrachovaný podnikateľ. O žlté tričko totiž ľudia nemajú záujem a keďže ich muž nevie zužitkovať, podáva jedno z nich bežcovi.<sup>11</sup> Keď sa následne na tričko pozrie, vidí na ňom tzv. smiley face<sup>12</sup> (Obr. 2), o čom Gump následne konštatuje: „*O pár let později jsem zjistil, že ten muž přišel s nápadem na tričko a vydělal na tom moc peněz*“.<sup>13</sup> Táto medializácia sa, samozrejme, v 21. storočí netýka len behu či športu všeobecnejšie. V každom prípade ňou však dochádza k splošťovaniu, dehonestácii pôvodného zmyslu, zámeru danej veci, osoby či aktivity, dôležitejšou sa stáva ich vonkajšia prezentácia, ich vizualizácia.



Obrázok 2

**1. Beh s účelom** (najčastejšie zlepšenia fyzického či duševného zdravia), beh ako hobby. Táto podoba behu do veľkej miery súvisí s tým, že najmä v mestách a veľkomestách stúpa počet sedavých zamestnaní a pracovných pozícií, v ktorých ľudia trávajú čas za počítačom. Zvyšuje sa tiež počet obéznych ľudí či ľudí s nadváhou, čo spôsobuje vyššie riziko vzniku srdcovo-cievnych porúch. Cieľom behu teda v prvom rade môže byť zlepšenie alebo prinajmenšom udržanie dobrého zdravotného stavu (tu si opäť môžeme pripomenúť obsiahly zoznam pozitívnych dôsledkov behu oproti minimálnemu množstvu negatív). Tento jav je explicitne

<sup>11</sup> Z protagonistu sa tu stáva akýsi duchovný vodca. Ľudia začínajú bežať s ním či si od neho chodia pýtať rady, ktoré rozhodujú o ich ďalšom osude. Nadinterpretáciou Forrestovno (ne)zámeru ho spoločnosť vníma ako akéhosi guru a ľudia sa k nemu začínajú pridávať ako k svojmu duchovnému vodcovi. Týmto obrazom sa jednak podporuje chápanie behu ako vnútornej potreby, ktorú naznačujeme v bode 2. Zároveň však, tým, že sa z mentálne slabšieho jedinca stáva „duchovný vodca“, ide o ironizáciu spoločnosti, ktorá si povrchne vytvára novodobé modly a prostredníctvom médií sa následne umelo vytvárajú senzácie.

<sup>12</sup> V tomto prípade ide o hru tvorcov filmu a vytváranie *pseudohistórie*, ktorú spisovatelia Michael Shermer a Alex Grobman definovali ako „zámerné prepisovanie minulosti kvôli osobným alebo politickým účelom“ (2009, s. 2). Tzv. smiley face bol v skutočnosti nápadom massachusettského grafika menom Harvey Ross Ball, ktorý v roku 1963 dostal úlohu vytvoriť grafiku, ktorá by zvýšila morálku medzi zamestnancami poisťovne (Dostupné na internete: <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/who-really-invented-the-smiley-face-2058483/>>).

<sup>13</sup> Uvádzame prepis z českého dabingu filmu *Forrest Gump* (1994), ktorý režíroval Robert Zemeckis.

komunikovaný často už v titulkoch článkov, čím nedovolí percipientovi pochybovať, napr. *Beh je zdrojom zdravia, 14 dôvodov, prečo by ženy mali behať, Behanie je zdravé, Jogging pôsobí na mozog rovnako ako sex, kofeín alebo čokoláda!, Beh mi vrátil späť zdravie a zlepšil môj život*. Pomerne jednoznačné sú niekedy tiež samotné názvy podujatí, ako napr. košický *Beh za zdravie, Beh pre zdravie mesta Sereď, Rozbehni to – pre zdravie v Žiline* či *Beh zdravia na Čiernej Vode*. V spojitosti s narastajúcim počtom ľudí trpiacich psychickými problémami, stresom, úzkosťami, depresiou či inými poruchami sa do popredia dostáva aj beh ako forma liečby psychických problémov a dokonca psychiatrických diagnóz. Na tento efekt behu upozornil už v 70. rokoch americký psychiater Thaddeus Kostrubala a v tomto období nastala prvá výraznejšia vlna prezentácie behu ako spôsobu zmiernenia psychických problémov, najmä závislostí. Podľa autora knihy *Dejiny behania* Thora Gotaasa: „Veľké americké časopisy ako Newsweek, Time a People dávali džoging na prvé stránky. Každý, kto v sedemdesiatych rokoch čítal a pozeral televízor, si to musel všimnúť. Známi rockoví hudobníci (...) tvrdili, že džoging im pomohol zbaviť sa drog.“ (2013, s. 255). Že tento názor prezentujú médiá aj v súčasnosti, môžeme opäť jasne vidieť už z titulkov: *Beh oblaží telo, myseľ i dušu, Beh ako liek na psychiku, Beh ako droga a protidroga, Skoncuje s depresiou, začnite behať*. Ľudia sú teda touto formou prezentácie povzbudzovaní behať za účelom zlepšenia svojho zdravotného stavu (a evidentne je to funkčné).

Tento účelový beh sa často spája aj s istým typom uvažovania, keď sa maratón či iná forma vytrvalostného behu stane „ďalšou metou“ v živote človeka. Zvykne to byť spojené so stereotypom či únavou zo života, snahou čosi zmeniť. Tiež ide o možnosť zlepšiť svoj fyzický a najmä duševný stav, no do popredia sa dostáva vytrvalostný rozmer behu. Trasa sa pre bežca stáva výzvou, metou, ktorú keď splní, jeho život nadobudne novú pridanú kvalitu, resp. sa môže posunúť na ďalšiu úroveň. Tento typ sa síce už do istej miery približuje modelu behu ako „filozofie“, no zároveň ju tu stále evidentný akýsi zisťný rozmer, keďže táto forma behu môže byť chápaná aj ako akýsi rozmar. Tu ako príklad možno uviesť výrok (už spomenutého) bývalého českého politika Vladimíra Dlouhého, ktorý na otázku, ako mu napadlo behať na dlhé trate, odpovedal: „Ten nápad vznikl na podzim roku 2009, když jsem byl v Šanghaji. Měl jsem depresi, protože jsem se před odletem nepohodl s manželkou. Běžel jsem v hotelu na pásu a hlavou se mi honily různé myšlenky. A pak mi z toho vnitřního chaosu vypadlo: byl jsi populární politik, máš zajímavou práci, přednášíš na škole. Uvědomil jsem si ale přitom, že nechci být jenom poradcem velké firmy a že bych rád zkusil a dokázal ještě něco úplně jiného. A v tu chvíli mi to blesklo: uběhnu maraton“.<sup>14</sup> Z ukážky je zřejmé, že pre vypovedajúceho je maratón predovšetkým symbolom ďalšej méty, ktorú potrebuje splniť, aby pred sebou i ostatnými potvrdil svoje všestranné kvality, a teda zisťný zámer.

V rámci tejto skupiny možno okrajovo sledovať aj trend charitatívnych behov a memoriálov, no najmä organizovania extrémnych bežeckých pretekov, ktoré sú charakteristické buď voľbou nezvyčajných, napr. meteorologických, prípadne geografických podmienok (antarktický beh, nočné, vysokohorské preteky, beh cez Veľký čínsky múr, maratón cez džungľu, púšť, Grand kaňon a pod.), alebo bežecké preteky či maratóny venované špecifickým skupinám osôb (beh v lodičkách, beh dojčiacich žien, detský beh, beh s kočíkmi a pod.). Tie sa tiež do istej miery prelínajú s chápaním behu ako spôsobu myslenia, keďže účastníci, najmä behov v extrémnych exteriérových podmienkach, testujú rovnako svoje fyzické, ako i psychické možnosti.

<sup>14</sup> Dostupné na internete: <[https://xman.idnes.cz/byvaly-ministr-prumyslu-a-obchodu-vladimir-dlouhy-beha-maratony-phz-/xman-rozhovory.aspx?c=A120516\\_132027\\_xman-rozhovory\\_fro](https://xman.idnes.cz/byvaly-ministr-prumyslu-a-obchodu-vladimir-dlouhy-beha-maratony-phz-/xman-rozhovory.aspx?c=A120516_132027_xman-rozhovory_fro)>

2. Iným prípadom je vnímanie behu ako formy „filozofie“, meditácie, kontemplácie či spôsobu uvažovania; ide o akési behanie pre behanie. V tomto prípade nám ako najvýraznejší príklad slúžia memoáre jedného z najznámejších súčasných prozaikov, japonského spisovateľa Harukiho Murakamiho, nazvané *O čom hovorím, keď hovorím o behaní* (2011, v pôvodnom vydaní 2007). Autor v nich opisuje svoje emocionálne či fyzické stavy prežité či už počas behu, alebo nadobudnuté vďaka behu, vďaka uvažovaniu nad ním. Beh tu autor prirovnáva napríklad k písaniu, fyzická a mentálna činnosť sa teda stávajú jedným, resp. sa prelínajú. Murakami konštatuje, že „V profesii spisovateľa (...) neexistuje nič také ako výhra alebo prehra. Akiste počet predaných výtlačkov, získaných cien a pochvalných kritík možno považovať za kritérium úspechu v literatúre zvonka, ale v skutočnosti na žiadnej z nich nezáleží. Viete, kľúčové je, či váš výtvor dosiahne štandardy, ktoré ste si stanovili sami pre seba. (...) Keď príde na ostatných ľudí, vždy môžete vyrukovať s nejakým rozumným vysvetlením, ale nemôžete klamať sami seba. V tomto je písanie románov a behanie maratónov veľmi podobné. V princípe má spisovateľ tichú, vnútornú motiváciu a neľadá motiváciu alebo jej odobrenie zvonka.“ (2011, s. 16). Prostredníctvom viac či menej metaforického chápania behu sa v knihe autor vyrovnáva so životnými okolnosťami a pocitmi, cez beh reflektuje napr. kritiku, bolesť, smrť, medziľudské konflikty, ale aj hranice vlastného tela. Mnoho jeho konštatovaní zároveň vykazuje znaky umeleckého textu, beh teda Murakami využíva aj ako formu umenia: „Myšlienky, ktoré sa objavujú počas toho, ako behám, sú ako mraky na nebi. Mraky rozličných veľkostí. Prichádzajú a odchádzajú, kým nebo zostáva tým istým nebom. Mraky na nebi sú skôr hosťami, plynú a miznú, nechávajú nebo za sebou. Nebo aj existuje, aj nie je. Má svoju podstatu a zároveň ju nemá. A nám nezostáva iné, len akceptovať tú nekonečnú rozpínavosť a vyrovnat' sa s ňou.“ (ibid., s. 24). Problémom tu azda je niekedy slabšia umelecká presvedčivosť textu, ako aj v spomenutej ukážke zovšeobecňujúce zhrnutie, ktoré sa však v rámci žánru memoárov dá akceptovať. Navyše, je realizáciou prúdu vedomia spojeného či vyvolaného behom, čím sa do popredia dostáva zámer podať skúsenosť čo najautentickejšie, čo je pri danom žánri žiaduce.

Okrajovo do tejto skupiny uvažovania o behu môžeme zaradiť napríklad tiež tréningovú filozofiu japonského bežeckého trénera Kijošiho Nakamuru (1913 – 1984), ktorá sa nazýva „zensoho“ – zenové behanie. Tento prístup vychádza zo zenovej formy budhizmu a jeho základnou myšlienkou je „očistenie zmyslov od všetkého, bežec by mal dovoliť telu, aby mohlo uvoľniť zo seba netušené sily“ (Gotaas, 2013, s. 321). Ide o tvrdú formu tréningu, keď sa tréner, ktorý je zároveň filozofom, a jeho žiak stávajú jedným, myslia rovnako. Na túto formu tréningu, keď bežec s minimom jedla beháva od rána do večera, sa objavilo mnoho kritických ohlasov, no zároveň sa ako funkčná ukázala napríklad u najznámejšieho Nakamurovho žiaka Tošihika Seka, pri ktorom sa potvrdilo, že vytrvalostný beh možno chápať aj ako formu nastavenia mysle, kde je podstatná sila vôle a presvedčenia: „V autobiografii uvádza Seko príklad svojho tréningového dňa:

6:30 – zobudiť sa a behať

8:00 – raňajky a zdriemnuť si

11:00 – druhý bežecký tréning, testovací beh, ak sa budem cítiť silný

12:00 – obeh, rezance a suši, následne spánok

večer – najnáročnejší tréning dňa dvadsať až tridsať kilometrov

Niekedy trénoval Seko tak tvrdo, že nedokázal zjesť obed. Ak mu žalúdok fungoval, zjedol obed a vypil jedno alebo dve pívá. Ak do seba nedostal obed, vypil až do desať pív.“ (ibid., s. 323). Tento bežec ako jeden z mála Aziatov dosahoval v behoch na dlhé trate špičkové výkony, dokonca od roku 1981 až do roku 2011 držal svetový rekord v behu na 25 000 a 30 000 metrov, kým ho neporazil Keňan Moses Mosop.

**3. Beh ako komodita, lifestyle,<sup>15</sup> prezentácia istého spôsobu života či ako forma reklamy.** Pri tejto kategórii sme si na jej priblíženie ako nosnú zvolili pomerne jednoduchú a jasnú, no tak isto funkčnú myšlienku izraelského básnika Tuvivu Rübnera, podľa ktorého pre súčasnú spoločnosť platí, že „najvyššou hodnotou, ak vôbec ešte nejaké hodnoty existujú, [je – dopl. M. K.] zábava. Jej prah citlivosti klesá stále hlbšie a jej jedinou formou času je prítomnosť“ (2018, s. 103). Aj beh totiž môže byť chápaný ako forma „povrchnej“ zábavy, resp. ako forma sebareprezentácie, keď beh samotný je sekundárny a do popredia sa dostáva osobnosť bežca či aktivity alebo produkt s behom spojené. Možno to vidieť napríklad na fotografiách, ktoré v súvislosti s behom pridávajú používatelia aktuálne azda najpoužívanejšej siete Instagram (Obrázok 3, Obrázok 4).



Obrázok 3



Obrázok 4

Beh na nich slúži ako forma prezentácie jednak vlastnej osoby a cez ňu predovšetkým kultu tela, ale zároveň ako reklama na konkrétne produkty či značky. Zjednodušene povedané, nie je podstatné, že osoby na fotografiách behali, ale to, kde a v čom behali, prípadne čo pri tom pili. To platí aj pre percipienta, ktorého podobný typ fotografie síce môže motivovať k behu, naviesť ho tak na vnímanie behu ako životného štýlu, no primárne mu naznačuje, ako sa má na beh obliecť, obuť atď. Dochádza teda ku komercializácii a komodifikácii behu, viac ako beh samotný sa teda do popredia dostáva jeho vizuálna realizácia či konkrétny produkt. Podobná prezentácia síce môže byť do istej miery funkčná, keď sa napríklad

<sup>15</sup> V tomto prípade navrhujeme rozlišovať medzi spojeniami lifestyle a životný štýl, hoci ide o doslovný preklad a často sa používajú synonymne. Napríklad *Cambridge Dictionary* uvádza, že lifestyle v primárnom význame možno chápať ako „životnú cestu niekoho; veci, ktoré osoba alebo skupina osôb vykonáva pravidelne“, resp. v americkej angličtine ide o „konkrétny spôsob, akým osoba alebo skupina žije, hodnoty a myšlienky touto osobou alebo skupinou podporované“. Zároveň však slovník ponúka marketingovú definíciu lifestyle, podľa ktorej tento pojem zahŕňa „napríklad veci, ktoré osoby obvykle robia, miesta, kde žijú, to, na čo mŕňajú svoje peniaze, atď.“ (Dostupné na internete: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/lifestyle>>, prekl. M. K.). Zdá sa nám preto vhodnejšie používať slovenské spojenie životný štýl ako označenie spôsobu života, myšlienkových a hodnotových východísk a pravidiel, ktorými sa osoba či skupina osôb riadi, a anglický pojem lifestyle ako „povrchnejšie“ označenie konkrétnych vecí, miest, činností, ktoré vyjadrujú istý trend, reprezentujú spôsob života danej osoby skôr navonok, napr. móda. Azda to čiastočne dokazuje napríklad aj v našom kontexte zaužívané spojenie lifestyleový časopis/magazín miesto časopis o životnom štýle. V tomto význame s danými pojmami pracujeme aj v štúdiu.

prezentujú bežecké topánky miesto nešportových, v ktorých by mohlo dôjsť napríklad k zraneniu bežca. Môžeme však nájsť aj prípady, keď snaha o prezentáciu behu pôsobí nefunkčne, ba priam komicky. Ako príklad možno uviesť instagramové video, v ktorom česká vizážistka Kateřina Mlejnková vystupujúca pod prezývkou Koki prezentuje mejkap určený na Color run.<sup>16</sup> Vizážistka sa svoje líčenie pokúša prepojiť s „farebnou“ ideou konkrétneho behu, evidentne však ide predovšetkým o formu zábavy, ozvláštnenia, keďže výrazný make-up je v kontradičcii s funkčnosťou, ktorá by sa na bežeckých pretekoch očakávala.

V slovenskom kontexte je azda najvýraznejším „promotérom“ behu Matej „Sajfa“ Cifra. Vo viacerých svojich videách/vlogoch však moderátor minimálne v podobnej miere ako beh samotný propaguje bežeckú obuv.<sup>17</sup> Vidíme to jednak prostredníctvom toho, že hovorí o konkrétnych značkách, a tiež pri voľbe adjektív, ktoré na opis daných produktov používa: *fakt výborné, mäkučké, pruživé, veľmi/strašne príjemné* a pod. Zámerné a systematické spájanie moderátorovej tváre s behom môžeme vidieť aj v reklame, v ktorej prezentuje proteínové nápoje a jogurty Rajo.<sup>18</sup> Cifra v nej konštatuje: „Myslíš, že behať v prírode stačí? Stačí. Ale na lajky. Oxfordskí vedci zistili, že strava je základ. Najťažšie je utiecť predtým, keď dostanete na niečo chuť“.<sup>19</sup> Reklama využíva zámerne vágne a banálne konštatovanie o zisteniach oxfordských vedcov, v Cifrovom podaní však variant už zaužívaného ironického spojenia „americkí vedci zistili“ nevyznieva komicky, v percipientovi reklamy má skôr vzbudiť dôveru (v produkt). Zaujímavejšie pre nás však je, že sa tu priamo poukazuje na trend zo sociálnych médií prezentovať fotografie zo športových aktivít, tu konkrétne z behu v prírode. Ako však naznačuje samotný Cifra, nejde o „skutočný“ beh, ale beh kvôli (seba)prezentácii na sociálnych sieťach, čo je zrejmé aj z vizuálnej hry, keď moderátor zoskakuje z bežeckého pásu a za ním vidno tapetu imitujúcu les. V tridsaťsekundovej reklame teda môžeme vidieť všetky podoby behu ako marketingového zámeru, je prezentovaný ako zábava, komodita i (zdravý) lifestyle.

Beh ako formu reklamy využívajú aj mnohé veľké spoločnosti. Môžeme to často vidieť predovšetkým pri voľbách názvov novovznikajúcich maratónov či behov, kde sú pravidelne využívané ako názvy mená bánk, firiem, organizácií a podobne (napr. ČSOB Bratislava maratón, Mercedes-Benz polmaratón, Johnson Controls štafetový polmaratón, Adient štafetový maratón, Telecom Night run). Týmto „gestom“ sa spoločnosti jednak, samozrejme, snažia osloviť a získať nových klientov, no zároveň sa ním hlásia k modernému a zdravému životnému štýlu, ktorý takouto formou implicitne podporujú.

Jednou z najdôležitejších funkcií behu bolo už od staroveku odovzdávanie správ a posolstiev. V súčasnosti sa komunikácia medzi ľuďmi maximálne zrýchlila a prostredníkom na odovzdanie správ a získavanie (dôležitých) informácií už nie je človek – posol, ale telefón či internet. Azda aj toto zrýchlenie prispelo k tomu, že človek sa fyzicky spomalil, spohodlnel. Všetky tri podoby vnímania behu, ktoré sme vymedzili (explicitný útek pred „nepriateľom“, hobby i spôsob myslenia/žitia) však na druhej strane spája rýchlosť v zmysle potreby úniku. V tomto kontexte navyše opäť intenzívne naviazaná na fakt, že amatérsky beh je spätý predovšetkým so „západnou kultúrou“ a krajinami „prvého sveta“, ide teda o akúsi nadstavbu každodenného života, kde primárne potreby človeka sú síce uspokojené, niekedy azda i nadštandardne, následkom psychického preťaženia je však potreba unikať. Amatérsky beh teda zároveň možno vnímať ako explicitnú podobu eskapizmu<sup>20</sup> (Reifová a kol., 2004), teda úniku do iného sveta než toho, v ktorom človek „reálne“ žije (sedavé či psychicky

<sup>16</sup> Dostupné na internete: <[https://www.instagram.com/p/BjwkGfIFQ39/?taken-by=koki9\\_official](https://www.instagram.com/p/BjwkGfIFQ39/?taken-by=koki9_official)>

<sup>17</sup> Pracujeme tu s konkrétnym videom nazvaným *71 Bratislavský (pol) maratón*. Dostupné na internete: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_VpfsEOidiY](https://www.youtube.com/watch?v=_VpfsEOidiY)>

<sup>18</sup> Dostupné na internete: <<https://www.youtube.com/watch?v=jXkU94cP79I>>

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Za podnet na túto úvahu i odkázanie na termín ďakujem Jozefovi Mergešovi.



vyčerpávajúce zamestnanie, vzťahové problémy, nedostatok priestoru na osobnostný rozvoj či potreba vytvárať si priestor iba pre seba a s tým spojený častejší výskyt psychických chorôb). Ľudia teda bežia aj preto, aby ušli (do iného/vlastného sveta). Aktuálny zvyšujúci sa záujem o amatérsky beh preto vnímame aj v týchto intenciách, ako reakciu na toto spomalenie a zároveň zrýchlenie, snahu o sebazáchovu a kompenzáciu sedavého spôsobu života, ktorá je síce vzhľadom na rýchlosť svojho rozmachu príznaková, v podobnej mierke je však zároveň, aj vzhľadom na rôzne možnosti prístupu k behu, k pohybu, prirodzená.

## Literatúra:

*Cambridge Dictionary*. [Cit. 2018-08-08.]

Dostupné na internete: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/lifestyle>>

DOUGLAS, S.: Why running is the most democratic sport. [Cit. 2018-28-07.] Dostupné na internete: <<https://www.aljazeera.com/programmes/aljazeeracorrespondent/2013/12/why-running-most-democratic-sport-20131211114339864526.html>>

GOTAAS, T. (2013): *Dejiny behania*. Bratislava: Premedia Group, s.r.o.

GROOM, W. (1996): *Forrest Gump*. Essex: Pearson Education Limited in association with Penguin Books Ltd.

MURAKAMI, H. (2011): *O čom hovorím, keď hovorím o behaní. Memoáre*. Bratislava: SLOVART. *Najväčšie svetové maratóny*. [Cit. 2018-28-07.]

Dostupné na internete: <<https://obehnisvet.sk/blog/najvacsie-svetove-maratony/>>

ODSTRČILÍK, M.: Po maratónu jsem měl pocit, že zvládnú úplně vše, říká Vladimír Dlouhý. [Cit. 2018-07-08.] Dostupné na internete: <[https://xman.idnes.cz/byvaly-ministr-prumyslu-a-obchodu-vladimir-dlouhy-beha-maratony-phz-/xman-rozhovory.aspx?c=A120516\\_132027\\_xman-rozhovory\\_fro](https://xman.idnes.cz/byvaly-ministr-prumyslu-a-obchodu-vladimir-dlouhy-beha-maratony-phz-/xman-rozhovory.aspx?c=A120516_132027_xman-rozhovory_fro)>

RAJO SLOVENSKO: *Active protein: TV Spot*. [Cit. 2018-08-08.] Dostupné na internete: <<https://www.youtube.com/watch?v=jXkU94cP79I>>

RAKÚS, S. (2015): *Poetika prozaického textu (Látka, téma, problém, tvar)*. Levoča: Modrý Peter.

REIFOVÁ, I. a kol. (2004): *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.

RÜBNER, T. (2018): V polosvetle. Zázračný klam. Výber z poézie. In: *Revue svetovej literatúry*, 54/2, s. 100–114.

SAJFA: *71 Bratislavský (pol) maratón*. [Cit. 2018-08-08.] Dostupné na internete: <[https://www.youtube.com/watch?v=\\_VpfsEOidiY](https://www.youtube.com/watch?v=_VpfsEOidiY)>

SHERMER, M. – GROBMAN, A. (2009): *Denying History: Who Says the Holocaust Never Happened and Why Do They Say It?* Oakland, California: University of California Press.

STAMP, J.: Who Really Invented the Smiley Face? [Cit. 2018-25-07.] Dostupné na internete: <<https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/who-really-invented-the-smiley-face-2058483/>>

*Vplyv behu na naše zdravie*. [Cit. 2018-08-08.] Dostupné na internete: <<https://www.runforfun.sk/vplyv-behu-na-nase-zdravie/>>

## Summary

### What we Talk about when we Talk about Running (Contemporary Picture of Amateur Running in Media and Culture)

The paper focuses on the increasing popularity of running as a free time activity that emerged with the arrival of 21st century. As it is observed in the paper, the increase in popularity can be linked to its accessibility and complexity as a sports activity. The paper attempts to analyse this by drawing a triade that explains running as a hobby, philosophy - a different way of thinking - and, finally, as a lifestyle and a means of advertising products. In this, the paper analyses forms and vocabulary that media and culture both use to speak about running.