

## Hlavné športové spravodajstvo Televízie JOJ ako priestor prezentácie identity športových hviezd

Marek Čižmár

Katedra žurnalistiky, Filozofická fakulta, Katolícka univerzita v Ružomberku  
marek.cizmar185@ku.sk

**Kľúčové slová:** športové spravodajstvo, televízia, športová hviezda, celebrita, identita  
**Key words:** sports news, television, sport stars, celebrity, identity

### Šport ako predmet výskumu mediálnych a kultúrnych štúdií

Spoločensko-kultúrny fenomén športu sa v druhej polovici 20. storočia stal významným objektom akademického skúmania. Pomimo vzniku disciplín, ktoré sa zameriavajú na pohybový a edukačný rozmer športovej aktivity (tzv. vedy o športe<sup>1</sup>), šport v rôznych podobách zasahuje do väčšiny spoločenských vied. Tie naň aplikujú svoje osobitné metodologické východiská a prispôsobujú si objekt výskumu. Vedecký výskum športu takýmto spôsobom odráža interdisciplinárny charakter samotného javu.

Mediálna podoba tohto fenoménu je v najväčšej miere reflektovaná v teoretických rámcoch lingvistiky, kultúrnych a mediálnych štúdií.<sup>2</sup> Dané vedecké odvetvia sa podrobnejšie venujú charakteristike športu ako produktu postmodernej spoločnosti, ktorý je založený na konzumácii mediálne zdieľaných predstáv a zážitkov s globálnym dosahom. Šport sa tak vo svojej mediálne šírenej podobe stáva súčasťou každodenného života celosvetovej populácie. J. Mergeš (2012, s. 85) upozorňuje, že spoločným podložím spomenutých disciplín pri reflexii mediálnej podoby športu môže byť semiotika a ich orientácia na komunikáciu. Mediálny šport je v tomto prípade oblasťou produkcie a šírenia určitých významov, ktoré sú pomocou jazyka sprostredkované masovému publiku v rozličných kultúrnych kontextoch.

Reflexia športu v kultúrnych štúdiách sa zakladá na vnímaní tohto spoločenského fenoménu vo význame možného priestoru utvárania ideológií a praktík označovania, ktorý je naplnený rozmanitými myšlienkami a hodnotami ovplyvňujúcimi vlastnosti a vzťahy v spoločensko-kultúrnom komplexe. Britskí teoretici komunikácie R. Boyle a R. Haynes (2009, s. 7) považujú šport za ústredný prvok súčasnej populárnej kultúry, viažuci na seba významy schopné odrážať, vytvárať, prispôbovať, legitimizovať, spochybňovať a rekonštituovať postoje jednotlivcov, ktoré prenikajú spoločnosťou.

Sociológ R. Brookes v úvode svojej publikácie *Representing Sport* opísal dve myšlienkové tradície v kultúrnom výskume športu. Na šport podľa Brookesa (2002, s. 2) nazerala teória kritiky kultúry z pozície toho, akým spôsobom si plní svoju úlohu vo verejnej sfére. Z takéhoto hľadiska bol šport hodnotený ako triviálna forma a ukazovateľ úpadku

<sup>1</sup> Edukačný a socializačný charakter pohybových aktivít získal pozornosť pedagogických vied ako neodlučiteľný prvok školského vzdelávacieho systému. V nadväznosti na to vznikali špecializované odbory, konštituujuce sa pod spoločným názvom vedy o športe, tzn. športová edukológia, športová kinantropológia a športová humanistika. Ústredné postavenie v systéme vied o športe si zachováva športová kinantropológia (Kompán – Pausgšová – Valenčáková, 2010, s. 35). Z pohľadu vied o športe sú poznatky iných vedeckých disciplín považované za aplikované, pretože sa prvotne začleňujú do svojho základného vedného odboru.

<sup>2</sup> Mediálny teoretik J. Mergeš (2012, s. 85) podotýka, že napriek tomu, že si každá z daných disciplín vyberá pri skúmaní športu rozdielne prvky a postupuje podľa odlišnej metodológie, nie je možné tvrdiť, že by sa vytvárali jasné hranice medzi konkrétnymi perspektívami. Komplexný charakter športu takéto striktné vyčlenenie ani neumožňuje, pretože sa nedá hovoriť o mediálnom texte mimo jazyka či konkrétneho kultúrneho prostredia.

kultúry, pretože sa pri ňom uprednostňuje zábava pred informáciou a rozptýlenie pred službou verejnosti. V opozícii k spomenutému chápaniu úlohy športu v kultúre bola glorifikácia jeho poslania teoretikmi kultúrnych štúdií ako dôležitého prvku populárnej kultúry, ktorý dokáže odporovať dominantným ideológiám a upozorňovať na problémy marginalizovaných skupín (Brookes, 2002, s. 8). Ani jedna z predstavených perspektív však nebrala v plnej miere do úvahy transformáciu samotného športu na politickej, technologickej aj spoločenskej úrovni v priebehu posledných desaťročí. Preto je možné súhlasiť s Brookesovým tvrdením, že na šport cez optiku či už kritiky kultúry, alebo kultúrnych štúdií je potrebné nahliadať na rovine analýzy konkrétnych prípadov a s využitím vlastných kľúčových teoretických konceptov, ako sú identita a jej kategórie rasa, etnicita, rod a národná identita, a to v prípade ich aplikácie do kontextu vrcholového športu, prezentovaného v prostredí súčasných masových médií.

J. Mergeš (2012, s. 91) v nadväznosti na angloamerické štúdie z oblasti mediálneho športu považuje identitu<sup>3</sup> za centrálny pojem vo vzťahu medzi kultúrou a športom.<sup>4</sup> V súčasnosti totiž vrcholový športovec nereprezentuje len seba ako jednotlivca vykonávajúceho istý inštitucionalizovaný a pravidlami obmedzený druh pohybovej činnosti, pretože na seba aj mimo športového vystúpenia viaže významy, ktoré sú prepojené a konfrontované s ideologicky ukotvenými predstavami o rode, rase či národnej identite. Sociálno-kultúrny priestor športu môže týmto spôsobom odzrkadľovať záujmy mocenských štruktúr či prevládajúcu ideológiu v konkrétnej spoločnosti.

Identita a s ňou spájané kategórie rasy, národnej identity, rodu, sociálnej triedy či otázky trendov globalizácie, komercializácie alebo celebritizácie v športe podľa predstaviteľov kultúrnych štúdií poukazujú na veľký vplyv súčasnej medializovanej podoby športu na spoločnosť (Brookes, 2002, s. 19). Šport je kultúrno-spoločenským priestorom, v ktorom sú prítomné nerovnomerné mocenské vzťahy medzi mužmi a ženami.<sup>5</sup> Vznik organizovanej podoby športu na konci 19. storočia sa napríklad spájal s vylúčením, resp. minimálnym zapojením žien do tohto druhu spoločenskej činnosti s odvolávaním sa na jej prílišnú fyzickú náročnosť. V priebehu 20. storočia sa postupne zvyšoval počet športových federácií a medzinárodných organizácií s rovnakým prístupom k obojm pohlaviam. Mediálna

<sup>3</sup> Teoretik kultúrnych štúdií Ch. Barker (2006, s. 74) v *Slovníku kulturních studií* definuje identitu ako neustále sa meniaci opis každého jednotlivca cez proces identifikácie, v ktorom sám sebe pripisuje podobné či odlišné charakteristiky vo vzťahu k iným osobám. Z perspektívy mediálnych štúdií sa pritom pozornosť zameriava najmä na to, či sú mediálne inštitúcie prostriedkom tvorby identity alebo len reflektujú jej prítomnosť v spoločenských skupinách (Gauntlett, 2002, s. 248). V aplikácii na predmet výskumu tejto štúdie je vzhľadom na tieto dve tendencie v rámci spomínaného odboru možné identitu športovca v mediálnom prostredí vnímať zároveň ako zachytenie momentálne prevažujúcich vlastných opisov zo strany športovcov zobrazovaných médiami, podobne však aj ako koncept s určitými priebežne sa meniacimi charakteristikami, ktoré médiá aktívne vytvárajú.

<sup>4</sup> Podľa Mergeša (2012, s. 91) predstavitelia kultúrnych štúdií analyzujú identitu v športe najmä s ohľadom na kategórie rodu, rasy/ethnicity či národnej identity. D. Rowe, R. Boyle spolu s R. Haynesom, no taktiež i R. Brookes aplikujú poznatky a terminologický aparát kultúrnych štúdií na mediálny šport. Vo svojich prípadových štúdiách na príkladoch konkrétnych športovcov pracujú s konceptmi rasy, ethnicity, rodu, identity jednotlivca či národnej identity, podobne ako aj s globalizáciou a komodifikáciou mediálneho športu. Prelínanie športu a politiky obdobne skúma N. Blain, ktorý sa bližšie venuje vytváraniu národných identít a ich charakteristík prostredníctvom mediálnej prezentácie športu na príklade masových médií z dvanástich európskych krajín. Ďalší britský teoretik kultúrnych štúdií J. Hargreaves pripisuje ešte väčšiu dôležitosť presadzovaniu ideológií a reprezentáciám moci, pričom mediálny šport chápe ako dejisko hegemonického boja medzi sociálnymi skupinami (Boyle – Haynes, 2009, s. 1 – 18). Stručný prehľad osobností vedeckého bádania v tejto oblasti a ich poznatkov ponúkajú práve R. Boyle s R. Haynesom v úvodnej kapitole svojej publikácie *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*.

<sup>5</sup> R. Brookes (2002, s. 129) poznamenáva, že rozdielny prístup k femininite v športe stále možno badať na percentuálnom zastúpení ženského športu v priamych televíznych prenosoch či finančných odmenách športovkyň.

prezentácia športu je považovaná za disproportčnú a maskulínne orientovanú (Brookes 2002, s. 127). Problematickou oblasťou sú podľa teoretikov najmä kultúrne stereotypy, viažuce sa na určité športové odvetvia, ktoré sú označované za „typicky ženské“ či „typicky mužské“ (Mergeš, 2012, s. 93). Obdobne sa vo sfére športu pracuje aj s konceptom rasy/etnicity.<sup>6</sup>

Nerovnomerné rozloženie mocenských vzťahov v tejto sfére spoločenského života umožnilo vznik kultúrnych predsudkov, opierajúcich sa o koncept biologického rasizmu.<sup>7</sup> Žiaden z doterajších empirických výskumov však nepreukázal prepojenie medzi biologickými danosťami u jednotlivých rás a športovou výkonnosťou (Brookes, 2002, s. 108–111). Podobne ako kategórie rasy a rodu, aj národná identita je v mediálne prezentovanom športe chápaná protikladne. Účasť športovcov na medzinárodných podujatiach sa pokladá za reprezentáciu samotného národného štátu a je účinným prostriedkom štátnej moci na posilnenie pocitu národnej príslušnosti u jeho obyvateľov, zároveň je však priestorom na možnú stereotypnú prezentáciu športovcov z iných národov.

### Športová hviezda

Britský mediálny teoretik G. Whannel (in Boyle – Haynes, 2009, s. 87) začiatkom 90. rokov 20. storočia upriamil pozornosť na ďalšiu možnú kategóriu identity, prítomnú v oblasti mediálneho športu – športovú hviezdu. Whannel pri charakterizovaní konceptu športovej hviezdy vychádza z analógie s hviezdny systémom,<sup>8</sup> vytvoreným v oblasti filmovej produkcie. Identita športovej hviezdy sa vytvára v prieniku produkčných a spotrebných vzťahov, inštitucionálnych štruktúr, produkčných praktík a reprezentačných konvencií (Whannel, 2005b, s. 114).

Jackson a Andrews (2012, s. 263) podobne predkladajú konštrukt športovej celebrity,<sup>9</sup> ktorý je zakotvený v ponímaní športovcov ako osobností istej oblasti spoločensko-kultúrneho života. Kultúra celebrít a osobností je podľa nich logickým dôsledkom kapitalizmu a komercializácie športu, vďaka čomu môžu byť športovci stavaní do pozície produktov alebo procesov.<sup>10</sup>

Pri oboch spomínaných konceptoch je možné vychádzať z predpokladu, že mediálne sprostredkovaný šport je v súčasnosti samostatným odvetvím zábavného priemyslu a športové hviezdy sú v ňom predstaviteľmi športových príbehov. Mediálna prezentácia športovcov tak môže byť základom pre vytváranie predstáv o povahe jednotlivých pohlaví, etník či národov cez optiku individualizmu a súťaženia, čím sa zároveň formuje aj charakter samotných športových odvetví. Pomocou výberu konkrétnych športovcov do popredia je publiku umožnené bližšie sa s nimi identifikovať. Globálny charakter športových hviezd pritom umožňuje prekračovať hranice rasovej, rodovej či národnej identity.

<sup>6</sup> R. Brookes (2002, s. 113–122) napríklad upozorňuje na stereotypnú reprezentáciu afroamerických športovcov z USA v atletike či basketbale s odkazovaním na náročné sociálne podmienky, v ktorých vyrastali.

<sup>7</sup> Daný koncept odkazuje na triviálne predstavy o biologických charakteristikách, na základe ktorých možno odlišovať a charakterizovať ľudí rozličných rás. V súvislosti s vrcholovým športom ide o domnienky v rovine genetických predispozícií určitej rasy na určitý druh pohybovej činnosti (Brookes 2002, s. 108–111).

<sup>8</sup> Hviezdny systém označuje spôsob prezentácie vybraných filmových hercov a herečiek ako hviezd (*movie stars*), spájaný s nadobudnutím určitého spoločenského statusu. Pomenovanie hviezda bolo odvodené od osvetlenia herca ako najžiarivejšieho objektu na plátne (Thompson – Bordwell, 2007, s. 49–50).

<sup>9</sup> Konštrukt celebrity sa spája s diskurzmi neoliberalnej demokracie a konzumného kapitalizmu a predstavuje obrat k súkromnému, intímnemu a individuálnemu. K takémuto obratu dopomohla aj televízia v úlohe média, ktoré umožnilo virtuálnu blízkosť medzi produkovanými osobnosťami a publikom (Jackson – Andrews, 2002, s. 1–2).

<sup>10</sup> Jackson a Andrews (2012, s. 264) vo svojej štúdií definujú športovcov-produkty ako pasívny prvok vytváraný výhradne prostredníctvom tabloidnej mediálnej prezentácie konkrétnej osoby, pri športovcoch-procesoch je, naopak, vyzdvihovaná ich aktivita v nadväznosti na konkrétnu ideológiu či produkt. V takomto ponímaní je možné opätovne odhaliť rozrôžňovanie definície identity v mediálnych štúdiách, pričom pri športovcovi-produkte ide zo strany médií o reflexiu, pri športovcovi-procese o aktívny podiel na procese identifikácie.

Športovci ako osoby plnia podľa Whannela (2005a, s. 115) v mediálnom prostredí trojakú funkciu: ako hviezdy sú nositeľom zábavnej hodnoty svojho výkonu, ako osobnosti zabezpečujú individualizáciu a personalizáciu sprostredkovaného posolstva, s ktorým sa môže divák stotožniť, a ako postavy sú kľúčovým prvkom športových príbehov. Športovú hviezdu je tak možné považovať za výsledok produkčných praktík a ideológií konkrétnych médií s cieľom získať a udržať si pozornosť publika cez prepojenie športových úspechov a osobností, a to takým spôsobom prezentácie, ktorý účinne zasahuje danú kultúru (Whannel in Boyle – Haynes, 2009, s. 89).

Proces vytvárania športových hviezd súvisí s transformáciou ekonomickej a organizačnej podoby športu v priebehu 20. storočia. Ústredné postavenie celebrit v súčasnej mediálnej produkcii je dôsledkom komercializácie nielen vrcholového športu, ale takmer všetkých oblastí spoločensko-kultúrneho života jednotlivca. Bohatstvo a sláva ako benefity, ktoré prináša kariéra profesionálneho športovca, podobne však aj ťažké zranenia, používanie zakázaných látok či škandály v osobnom živote nahradili v médiách romantizujúci diskurz športu s poslaním prostriedku pozitívnej sociálnej zmeny zo začiatku 20. storočia (Jarvie, 2005, s. 43–62). Ponímanie športu primárne ako fenoménu voľného času ho taktiež predurčuje na tabloidné spracovanie.

### **Športové televízne spravodajstvo**

Predkladaná štúdia sa zameriava na športové televízne spravodajstvo, najmä s ohľadom na to, že televíziu je možné považovať za centrálné médium diskurzu mediálneho športu (Mergeš, 2012, s. 88). Je potrebné podotknúť, že športové spravodajstvo je žiadaným produktom na mediálnom trhu, čoho dôkazom je, že sa v priebehu 20. storočia stalo pevnou súčasťou programových štruktúr verejnoprávných i komerčných televíznych staníc. Spravodajské relácie so športovou tematikou sú súčasťou spravodajského programového bloku v hlavnom vysielacom čase, kde sú zaradované na záver takéhoto bloku. Daná pozícia športového spravodajstva v súčasných tlačových aj elektronických médiách súvisí s jeho spoločenským vnímaním ako „hračkárskeho“ oddelenia<sup>11</sup> spravodajskej tvorby, rovnako však aj s oddychovým, nezávažným charakterom zobrazovanej reality.

Akademický výskum športového televízneho spravodajstva z pohľadu mediálnych štúdií umožnil načrtnúť jeho špecifiká v porovnaní s inými odvetvami spravodajskej tvorby. Športové aktuality majú, podobne ako všeobecné spravodajstvo, ustálenú dramaturgickú koncepciu a stereotypnú formálnu stránku zobrazenia referenčnej reality. Pre športové spravodajstvo je v rámci obrazového spracovania prvoradou úlohou naplno využiť možnosti zachytenia fyzickej aktivity. Samotné príspevky v športovom spravodajstve sú poväčšine vystavané chronologicky, aby bolo možné percipientovi, ktorý konkrétne športové zápolenie nesledoval, priblížiť priebeh podujatia v jeho časovej postupnosti.<sup>12</sup>

Mediálne sprostredkovaný vrcholový šport je navyše vysoko štruktúrovaný kultúrno-spoločenský fenomén. Jednotlivé športové federácie vytvárajú prehľadný kalendár svojich podujatí, o ktorom vopred pravidelne informujú zástupcov mediálnych inštitúcií. Členom spravodajských redakcií je tak umožnené vytvárať si plán príspevkov v dostatočnom časovom predstihu. Okrem samotných športových federácií a ich mediálnych orgánov sú významnými

<sup>11</sup> Daný prívlastok vznikol na základe výroku amerického športového redaktora Howarda Cosella: „Sports is the toy department of life.“ Prirovnanie sa tak zakladalo na asociovaní s objektom jeho záujmu (Rowe, 2007, s. 386) a podnietilo akademickú diskusiu o spoločenskej hodnote športu a športového spravodajstva, tak aj o jeho mediálnom postavení v rozličných kultúrach.

<sup>12</sup> S ohľadom na klasifikáciu televíznych spravodajských žánrov je možné za prototyp športovej aktuality označiť kombinovanú správu, v ktorej sa spája obrazový materiál (prevažne zo zahraničných spravodajských agentúr) s komentárom redaktora, čítaným mimo obraz.

zdrojmi informácií rovnako aj obrazové databázy národných a medzinárodných informačných agentúr a vysielanie špecializovaných športových televíznych kanálov.

### Diskurzívna analýza konceptu športovej hviezdy v športovom spravodajskom vysielaní TV JOJ

Televízia JOJ, ktorou sa budeme zaoberať, je plnoformátová komerčná televízna stanica, ktorá pôsobí na slovenskom mediálnom trhu od roku 2002. Do hlavného večerného spravodajského programového bloku<sup>13</sup> TV JOJ je radená aj relácia *Šport*, uvádzaná moderátormi Lenkou Čvirikovou Hriadelovou a Radovanom Ležovičom. *Šport* je jedinou športovou spravodajskou reláciou vo vysielaní TV JOJ. Dĺžka vysielania jednej relácie sa pohybuje v rozmedzí 5 až 7 minút. Moderátori zahlasujú jednotlivé príspevky z prostredia spravodajského štúdia. Príspevky sú v grafickej podobe uvádzané titulkom a domicilom.

V štúdiu sa vychádza z transkripcie jednotlivých vysielaní relácie *Šport* v období od 5. do 25. 2. 2019. Celkovo bolo v danom období uvedených 146 spravodajských príspevkov.<sup>14</sup> V analýze sa pozornosť bude venovať spôsobu prezentácie vybraných športovcov, ktorí sa počas skúmaného obdobia objavovali v príspevkoch *Športu* najčastejšie. Pomocou využitia softvéru Atlas.ti na kvalitatívnu analýzu dát bolo možné medzi takýchto športovcov zaradiť alpskú lyžiarku Petru Vlhovú (38x), futbalistu Mareka Hamšíka (19x), hokejistov Tomáša Tatara (19x), Petra Cehlárika (12x), Jaroslava Haláka (12x), Zdena Cháru (11x) a tenistku Viktoriu Kužmovú (12x).<sup>15</sup> Časové zakotvenie výskumnej vzorky pritom môže ovplyvňovať výsledky analýzy, čo sa v prípade predloženej práce potvrdilo, keďže najčastejšie spomínanou športovkyňou bola slalomová lyžiarka. Pre obmedzený priestor sa štúdia bude venovať len dvojici najčastejšie spomínaných športovcov – Petre Vlhovej a Marekovi Hamšíkovi. Dôvodom zámerného výberu daných osôb bol kontrastný spôsob utvárania ich identity športovej hviezdy/celebrity v slovenskom mediálnom prostredí.

Stručná analýza bola čiastočne inšpirovaná metodológiou diskurzívno-historického prístupu R. Wodakovej a M. Reisigla (in Cingerová – Motyková, 2017, s. 88), v rámci ktorého sa postupuje od identifikácie špecifického obsahu (texty prehovorov v športovom spravodajstve – zahĺsenia príspevkov moderátorom v štúdiu, komentár mimo obraz, produkciu vybrané výpovede respondentov – športovcov) cez identifikáciu použitých diskurzívnych stratégií (predikčné stratégie – pripisovanie vlastností osobám vybraných slovenských športovcov) až po ich konkrétne jazykové realizácie (vybrané citácie z analyzovaných obsahov), prostredníctvom ktorých bolo možné reflektovať súčasnú podobu identity športovej hviezdy v procese mediálnej produkcie a v širšom sociálnom a kultúrnom kontexte vnímania športovcov na Slovensku.

V nasledujúcom texte sú samotné spravodajské príspevky signalizované tučným typom písma názvu príspevku a dátumu jeho odvysielania. V prípade moderátorského zahĺsenia či výpovede respondenta sú týmto typom písma uvádzané aj iniciály konkrétneho moderátora (Lenka Čviriková Hriadel'ová – L. Č. H., Radovan Ležovič – R. L.), resp. športovca (Petra Vlhová – P. V., Marek Hamšík – M. H.). Skratka MO označuje redaktorský komentár mimo obrazu. Odkazy na názov a parafrázy z textov jednotlivých príspevkov sú v texte analýzy uvádzané kurzívou.

<sup>13</sup> Okrem *Športu* tvoria súčasť večerného spravodajského bloku v TV JOJ aj relácie *Krimi*, *Noviny TV JOJ* a *Najlepšie počasie*.

<sup>14</sup> Medzi príspevky nebol zarátaný pravidelný informačný servis pre tipujúcich *Top 3*, ktorý sa vo vymedzenom období objavil v *Športe* osemnásťkrát, keďže neposkytoval spravodajskú informáciu.

<sup>15</sup> Daný počet uvádza, koľkokrát sa meno daného športovca objavilo v akomkoľvek pádovom tvare v rámci transkriptu programu. Mená sa pritom vyskytovali v štúdiových zahĺseniach, komentároch mimo obraz a taktiež v označeniach respondentov, ktorí sa v príspevkoch vyjadrovali.

### Petra Vlhová ako športová osobnosť

Meno lyžiarky Petry Vlhovej sa v skúmanom období spomínalo najmä v súvislosti s majstrovstvami sveta v alpskom lyžovaní vo švédskom stredisku Aare, ktoré v danom čase prebiehali. V príspevkoch športového spravodajstva TV JOJ je možné sledovať jej štarty v jednotlivých disciplínach počas majstrovstiev sveta, v ktorých postupne získala striebornú (*Čertovské tri stotiny sekundy*, 8. 2. 2019), zlatú (*Petra Vlhová majsterkou sveta*, 14. 2. 2019) aj bronzovú medailu (*Petra má zlato, striebro i bronz!*, 16. 2. 2019), rovnako ako aj priebežný sumár jej pôsobenia v Aare (*Dva štarty, dve medaily*, 15. 2. 2019). Následne bolo v *Športe* zaznamenané aj neúspešné vystúpenie Vlhovej v pretekoch paralelného slalomu na Svetovom pohári v Štokholme (*Obrovská smola Vlhovej*, 19. 2. 2019), jej príchod na Slovensko (*Snehová kráľovná je konečne doma*, 20. 2. 2019), ktorý bol spojený s tlačovou konferenciou na letisku, a slávnostné privítanie úspešnej slalomárky v jej rodnom Liptovskom Mikuláši (*Doma ju vívalo celé mesto*, 22. 2. 2019). Okrem priebežného sumáru vystúpenia Vlhovej na svetovom šampionáte boli všetky vymenované príspevky odvysielané ako prvé v konkrétnych denných vydaniach analyzovaného športového televízneho spravodajstva. Alpské lyžovanie sa pritom v porovnaní s inými, finančne výnosnejšími a divácky populárnejšími športovými odvetviami v takejto pozícii v športovom spravodajstve nevyskytuje.

Osoba Petry Vlhovej bola spomínaná aj vo dvoch ďalších príspevkoch<sup>16</sup> z Majstrovstiev sveta v alpskom lyžovaní 2019, konkrétne o absencii Vlhovej súperky Mikaely Shiffrinovej v pretekoch alpskej kombinácie (*Američanka štyri zlaté nezíska*, 6. 2. 2019) a o lyžiaroch z netradičných krajín (*Na MS ako na dovolenke*, 15. 2. 2019).

Na prezentácii Petry Vlhovej v športovom spravodajstve TV JOJ je možné pozorovať konštruovanie identity športovej hviezdy. Napriek predchádzajúcim výborným výsledkom v rámci seriálu pretekov Svetového pohára v alpskom lyžovaní sa Petre Vlhovej ešte nepodarilo získať medailu z významných medzinárodných podujatí, ako sú majstrovstvá sveta či zimné olympijské hry. Majstrovstvá sveta v Aare boli plánovanou súčasťou kalendára športových podujatí a účasť slovenskej lyžiarky na nich, vzhľadom na jej predchádzajúce výsledky v danej sezóne, bola detailne sledovaná slovenskými médiami. Petra Vlhová sa vo februári 2019 stala ústrednou postavou naratívu úspechu športovca v individuálnom odvetví. Pri takejto forme spracovania ustúpili do úzadia ostatné kategórie identity športovkyne, predovšetkým rod. Rovnako išlo v tomto prípade aj o športové odvetvie, ktorého zastúpenie v športovom spravodajstve je v porovnaní s inými športmi pomerne nízke. Dôraz bol kladený na spravodajské hodnoty úspechu a exkluzivity, čo sa prejavilo aj v textoch úvodných zahlásení k spravodajským príspevkom od Lenky Čvirikovej Hriadelovej a Radovana Ležoviča, v ktorých sa prezentovali Vlhovej medailové úspechy.

### Čertovské tri stotiny sekundy, 8. 2. 2019

**L. Č. H.:** *Petra Vlhová dnes prepísala históriu. Sme radi, že ste si vybrali Šport na Jojke. Dobrý večer! Vďaka nej má Slovensko zo svetového šampionátu prvú individuálnu medailu. Je strieborná a získala ju v alpskej kombinácii.*

### Petra Vlhová majsterkou sveta, 14. 2. 2019

**R. L.:** *Rivalita medzi dvoma aktuálne najlepšimi lyžiarkami naberá na obrátkach. Dobrý večer! V seriáli Svetového pohára sa Petra Vlhová zatiaľ skláňala pred umením Mikaely*

<sup>16</sup> Meno Petry Vlhovej sa objavilo aj v spravodajskom príspevku z ľadového hokeja o góle hokejistu Liptovského Mikuláša, Jakuba Sukeľa, do bránky Nových Zámkov (*Rozhodol jediný gól. Ale aký?*, 18. 2. 2019). V komentári mimo obrazu sa použilo vo funkcii prirovnania: *Je mu jasné, že gól v štýle Petry Vlhovej ho bude niečo stáť.*

*Shiffrinovej, no úlohy si začínajú vymieňať. A potvrdilo sa to aj v obrovskom slalome na majstrovstvách sveta.*

### **Petra má zlato, striebro i bronz!, 16. 2. 2019**

**R. L.:** *Bola to obrovská dráma, ale s dobrým koncom pre nás. Dobrý večer!*

*Petra Vlhová to dokázala. Aj svoje tretie vystúpenie na Majstrovstvách sveta v zjazdovom lyžovaní vo švédskom Aare ozdobila ziskom medaily.*

V zhláseniach je možné identifikovať orientáciu na jedinečnosť úspechu Vlhovej, pretože práve ona je tou, ktorá *dnes prepísala históriu*, lebo *vďaka nej má Slovensko zo svetového šampionátu prvú individuálnu medailu*. Popri zdôrazňovaní jej národnej identity (keďže *obrovská dráma bola s dobrým koncom pre nás*) sa taktiež vyzdvihuje aj význam jej postavy v naratíve zo športového odvetvia alpského lyžovania, dlhodobejšie sprostredkovanom danou spravodajskou redakciou, t. j. o súperení medzi Vlhovou a americkou zjazdárkou Mikaelou Shiffrinovou. S prihliadnutím na väčšie športové úspechy Američanky tak bola Vlhová tou, ktorá *sa zatiaľ skláňala pred umením Mikaely Shiffrinovej, no úlohy si začínajú vymieňať*. Príznačné je pritom viacnásobné používanie metaforických pomenovaní, ktorými sa osoba Petry Vlhovej ako postavy verejného diania mytologizuje, rovnako však aj argumentácia jej prítomnosti v slovenskom športovom spravodajstve cez jej dejinnú jedinečnosť.

Po Vlhovej návrate na Slovensko sa mediálna prezentácia koncentrovala na jej charakterizovanie ako osobnosti spoločenského života, o čom svedčí nočná tlačová konferencia na bratislavskom letisku, taktiež však aj pompézne privítanie medailistky so sprievodným programom na zaplnenom námestí v Liptovskom Mikuláši. Rozdiel v konštruovaní identity slovenskej lyžiarky, v porovnaní s prezentáciou počas priebehu šampionátu, možno badať v posune k zvýšenej orientácii na emocionálnu potenciú textu.

### **Doma ju vívalo celé mesto, 22. 2. 2019**

[...]

**MO]** *Tisíce vítajúcich fanúšikov Petru dojali až k slzám. Famózne tri medaily zo svetového šampionátu si naplno užívala.*

**P. V.:** *Pomaly si uvedomujem, že čo sa stalo. Som majster sveta a čo viac...*

[...]

Príspevok z oslavy na námestí v Liptovskom Mikuláši tak má byť následne potvrdením faktu, že aj profesionálnu športovkyňu môžu ovládnuť emócie. Preto keď *tisíce vítajúcich fanúšikov Petru dojali až k slzám*, sama športovkyňa sa zmôže len na dojímavé konštatovanie, že *Som majster sveta a čo viac...*

V Športe TV JOJ sa tak počas februára 2019 konštruoval príbeh o tom, ako sa slovenská športovkyňa s vyrovnanou výkonnosťou konečne dokázala presadiť aj na významnom medzinárodnom podujatí v športovom odvetví, v ktorom sa to našim športovcom doposiaľ nedarilo. Petra Vlhová porazila hlavnú súperku Mikaelu Shiffrinovú, vybojovala historický úspech pre svoju krajinu, no stále ostala ženou, ktorú dokáže úprimná radosť fanúšikov dojať.

### **Marek Hamšík ako športovec-komodita**

Rozdielne poňatie konštruovania identity športovca je možné postrehnúť v prípade slovenského futbalového reprezentanta Mareka Hamšíka. Ten sa v sledovanom období objavil v štyroch príspevkoch, ktoré postupne zaznamenávali jeho zložitú prestupovú situáciu, (*Hamšíkov odchod sa komplikuje*, 7. 2. 2019), absenciu na ligovom zápase (*Hamšík nehral, gól nepadol*, 10. 2. 2019), tlačovú konferenciu pred odchodom do nového klubu (*Pavel Hapal*

mu prestup odobril, 15. 2. 2019) a po príchode doň (*Tetovania mu povolili*, 23. 2. 2019). V tomto časovom rozpätí pritom Hamšík neodohral žiaden súťažný zápas. Dôvodom danej situácie bol avizovaný prestup Hamšíka z talianskeho futbalového klubu SSC Neapol do čínskeho Dalian Yifang. Identita slovenského futbalistu sa konštruuje na pozadí rokovaní jednotlivých inštitúcií – futbalových klubov. Marek Hamšík bol zobrazovaný v pozícii pasívneho účastníka, ktorý môže len sledovať vývoj situácie. Túto skutočnosť je možné postrehnúť aj v prvých dvoch príspevkoch, v ktorých futbalista nedostáva priestor vyjadriť svoj názor, resp. sa upozorňuje iba na jeho očakávanú absenciu v zápase.

### Hamšíkov odchod sa komplikuje, 7. 2. 2019

[...]

[MO] *Podľa zahraničných médií sa obe zainteresované strany zatiaľ nedohodli na spôsobe transferu. Kým vedenie Neapola požaduje za Mareka Hamšíka priamu platbu za prestup, čínsky klub Dalian Yifang uprednostňuje hosťovanie s opciou. Experti ale napriek tomu predpokladajú, že sedemnásobný slovenský futbalista roka, ktorý v Neapole prekonal gólový rekord Maradonu, nakoniec do Ázie vycestuje. Spoluhráči z Neapola už pre svojho kapitána usporiadali rozlúčkovú párty s darčekom, tortou i ohňostrojom. Hamšík ale až do vyriešenia situácie ostáva v Taliansku, no v sobotu proti Fiorentina nenastúpi.*

Naopak, možnosť vyjadriť sa k prestupu dostávajú v komentári mimo obrazu predstavitelia oboch futbalových klubov, ktorých požiadavky sa nezhodujú, lebo *kým vedenie Neapola požaduje za Mareka Hamšíka priamu platbu za prestup, čínsky klub Dalian Yifang uprednostňuje hosťovanie s opciou.* Slovenský futbalista je tak v prvom rade komoditou, objektom vyjednávania na trhu športových organizácií, ktoré určujú jeho hodnotu vo svete futbalu. Túto tendenciu je možné potvrdiť nasledujúcimi príkladmi.

### Pavel Hapal mu prestup odobril, 15. 2. 2019

**R. L.:** *Marek Hamšík sa predsa dočkal. Dnes popoludní sadol na lietadlo a nabral smer Šanghaj. Dobrý večer!*

**R. L.:** *V ďalekej Číne ho čaká vrelé privítanie v jeho novom klube Dalian Yifang. Kým Marek prestúpil, konzultoval prestup do Ázie aj s reprezentačným trénerom Pavlom Hapalom.*

[MO] *Legenda Neapola totiž nechcela stratiť svoju pevnú pozíciu v reprezentácii.*

**M. H.:** *To bola moja prvá otázka na trénera, že či sa niečo mení na mojej pozícii v reprezentácii, a on potvrdil, že naozaj sa nič nemení.*

[MO] *Do ďalekej Číny cestuje Marek bez najbližších.*

**M. H.:** *Určite na začiatku tam budem, pôjdem tam sám bez rodiny, ale, našťastie, cestuje so mnou môj najlepší kamarát.*

[MO] *Hamšík už má s Čínou skúsenosti. S Neapolom tam hral finále talianskeho Superpohára.*

**M. H.:** *Viem, že som týždeň zle spal, lebo ten posun časový bol taký, že naozaj so mnou mávalo, a to si budem musieť zvyknúť.*

[...]

### Tetovania mu povolili, 23. 2. 2019

**L. Č. H.:** *Marek Hamšík dal po dvanástich rokoch zbohom talianskemu Neapolu. Naplno už zarezáva v Šanghaji v prípravnom kempe svojho nového klubu Dalian Yifang.*

[MO] *Ešte pred svojím debutom v novom drese musel Marek Hamšík riešiť kuriózný problém. V čínskej lige totiž nemôžu mať hráči tetovania na viditeľnom mieste. Neapolský rekordér ale dostal výnimku, keďže je cudzinec, a pomaly si už zvyká na nových spoluhráčov.*



**M. H.:** *Čínski futbalisti sú milí, stále sa usmievajú. Len škoda, že nehovoria po anglicky. Ja zase neviem po čínsky.*

V príspevkoch z oboch tlačových konferencií, v Bratislave i Šanghaji, sa poukazuje na túžbu Hamšíka po zmene prostredia a zároveň na ťažkosti spojené s adaptovaním sa naň. Hamšík si v odpovedi na bratislavskej tlačovej konferencii spomína na predchádzajúci pobyt v Číne (*Viem, že som týždeň zle spal, lebo ten posun časový bol taký, že naozaj so mnou mával, a to si budem musieť zvyknúť.*).

Po príchode do Číny slovenský futbalista zas musí riešiť problémy s kultúrnymi a spoločenskými tradíciami v krajine; *v čínskej lige totiž nemôžu mať hráči tetovania na viditeľnom mieste. Nakoniec neapolský rekordér ale dostal výnimku, keďže je cudzinec, a pomaly si už zvyká na nových spoluhráčov.* Ďalším spoločenským problémom pre slovenského futbalistu je jazyková bariéra, totiž *čínski futbalisti sú milí, stále sa usmievajú* a podľa Hamšíka je *len škoda, že nehovoria po anglicky*. Futbalista tak v daných pomeroch musí hľadať identitu v odlišnom kultúrnom prostredí a prispôbovať sa podmienkam v novom klube. Je potrebné podotknúť, že v *Športe* sa o oboch spomínaných futbalových celkoch, SSC Neapol i Dalian Yifang, hovorilo vždy len v spojení s Hamšíkovým menom. Tento slovenský futbalista v športovom spravodajstve TV JOJ zastupoval celý taliansky futbalový klub a v rovnakých intenciách sa od februára 2019 chápe aj jeho pôsobenie v čínskom tíme. Dôležitým aspektom reprezentácie identity Mareka Hamšíka je argumentácia v prospech jeho prítomnosti v spravodajskom diskurze cez ekonomické a kultúrne atribúty udalosti – klubového prestupu –, ktorá sa ho v analyzovanom časovom období bezprostredne dotýkala.

## Záver

V slovenskom športovom televíznom spravodajstve je možné sledovať tendenciu k vytváraniu identity športových hviezd. Pri konštrukcii jednotlivých príspevkov sa do popredia kladie prepojenie s konkrétnou osobou, ktorá sa môže v myslí diváka asociovať s vybraným tímom či dokonca celým športovým odvetvím. Je tak možné potvrdiť Whannelovu domnienku, že súčasní športovci sú v prvom rade hviezdami, osobnosťami, postavami v športových príbehoch a komoditami na trhu športových organizácií, ktorých primárnou funkciou je upútať pozornosť diváka. Až následne sa pozornosť môže sústrediť na ich národnú identitu, rodovú či etnickú príslušnosť. Daný trend je možné zachytiť aj v prezentácii Petry Vlhovej a Mareka Hamšíka v hlavnej športovej spravodajskej relácii TV JOJ *Šport* v priebehu februára 2019. Spomínaní slovenskí športovci sa v analyzovanom období objavovali v programe najčastejšie. Pokiaľ lyžiarka Petra Vlhová bola hlavnou postavou v konfrontácii s americkou súperkou Mikaelou Shiffrinovou, Marek Hamšík sa stal objektom obchodu medzi dvoma športovými organizáciami. Identita športovej hviezdy je pritom v prvom rade ovplyvnená spoločenskou dôležitosťou úspešnej aktivity samotného športovca, ako aj mierou komodifikácie a popularity konkrétneho športového odvetvia v danom kultúrnom prostredí.

## Literatúra:

- BARKER, Ch. (2006): *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál.  
 BOYLE, R. – HAYNES, R. (2009): *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press.  
 BROOKES, R. (2002): *Representing Sport*. London: Arnold.  
 CINGEROVÁ, N. – MOTYKOVÁ, K (2017). *Úvod do diskurznej analýzy*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave.

- GAUNTLETT, R. (2002): *Media, Gender and Identity*. London: Taylor & Francis.
- JARVIE, G. (2005): *Sport, Culture and Society: An Introduction*. New York: Taylor & Francis.
- JACKSON, S. – ANDREWS, D. (2002): *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity*. New York: Taylor & Francis.
- JACKSON, S. – ANDREWS, D. (2012): Olympic celebrity – Introduction. In: *Celebrity Studies*, 3/3, s. 263–269.
- KOMPÁN, J. – PAUGSCHOVÁ, B. – VALENČÁKOVÁ, V. (2010): *Vedy o športe*. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně.
- MERGEŠ, J. (2012): Šport ako predmet výskumu v kontexte mediálnych, kultúrnych a lingvistických štúdií. In: L. Regrutová – J. Rusnák (eds): *Médiá a text IV*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, s. 84–99.
- ROWE, D. (2007): Sports journalism? Still the ‘Toy Department’ of the news media? In: *Journalism*, 8, s. 385–405.
- THOMPSON, K. – BORDWELL, D. (2007): *Dějiny filmu: Přehled světové kinematografie*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, Nakladatelství Lidové noviny.
- WHANNEL, G. (2005a): *Fields in Vision? Television Sport and Cultural Transformation*. New York: Taylor & Francis.
- WHANNEL, G. (2005b): *Media Sport Stars*. New York: Taylor & Francis.

## Summary

### Slovak sports TV broadcasting as setting for forming the identity of sport stars

This study examines the way in which identity of sport star is constructed and presented in the broadcast of sports news programme Šport on the Slovak private channel TV JOJ. Šport is a part of news block programming in primetime. Slovak athletes, alpine skier Petra Vlhová and footballer Marek Hamšík, are used as examples of the various ways to individualise and therefore simplify the message to the audience through using an athlete as a character of the sport narrative or as a commodity on the sport economy market.