

Z empirických výzkumů

Vybrané sociální charakteristiky návštěvníků sportovních utkání

PAVEL SLEPIČKA

Fakulta tělesné výchovy a sportu UK,
Praha

Moderní sport nabízí širokou škálu různých sportovních odvětví. Každé z nich si vytváří vlastní diváckou základnu. Sportovní diváci těchto odvětví netvoří stejnorodý celek. Liší se předmětem svého zájmu, intenzitou tohoto zájmu a s tím spojeným stupněm vědomostí a znalostí o něm.

Liší se i ve způsobu projevu svých prožitků ze sledované činnosti. Jiný je ve svých projevech, znalostech, prožitcích a zaangažovanosti na výsledku fotbalový divák, jiný divák basketbalový, atletický či tenisový. Sportovní diváci však mají cosi společného. Především chuť strávit alespoň část svého volného času se sportem. Sportovní podívaná jim poskytuje možnost vzdálit se starostem všedního dne. Mohou volit mezi dvěma soupeřícími stranami, vybrat si, komu věnují svou přízeň a komu ne, koho podpoří svým povzbuzením a komu naopak dají najevo svou nelibost. Každý divák může v hledišti pronášet své názory a svá hodnocení volně a hlasitě. Necítí se v této činnosti omezován.

Jednotlivá odvětví kladou však odlišné nároky na odborné znalosti svých diváků. Jsou sportovní odvětví, která může „prožít“ jen skutečně zasvěcený divák, mající většinou zkušenosti s vlastním sportováním v tomto odvětví (golf, některé atletické disciplíny, parašutismus atd.). Jiná sportovní odvětví takové nároky nekladou. Každý v hledišti se cítí povoláním odborníkem, který se neustále „poučuje“ a získává nové „znalosti“ nejen přímo na stadiónu, ale například i čtením hodnotících komentářů ve sportovním tisku. Takový divák je pak více vtahován do dění na hřišti, více je konfrontuje se svými představami, bouřlivěji reaguje na vše, co se výrazně odlišuje od jeho představ. Jednotlivá sportovní odvětví si vytvářejí i odlišnou míru tolerance k diváckým projevům. Co je dovoleno ve fotbalových hledištích, to je nepřipustné v komorním prostředí hlediště při tenisovém utkání.

Divácký prožitek ze sportů, jako atletika sportovní gymnastika, krasobruslení, obsahuje vedle emocionální složky i rozumové zhodnocení předvedeného výkonu. Technika provedení, krása pohybu jsou oceňovány stejně jako výsledek. Časové mezery mezi jednotlivými výkony či závodníky přispívají k uklidnění emocionálního vzrušení diváků. Vítězství či porážka určitého závodníka nebývá mnohdy tak podstatnou záležitostí jako ocenění a prožití předvedené podívané. Fandění se vztahuje spíše na sportovní činnost jako takovou než na jednotlivé závodníky. Divácké prostředí je „komornější“ a nepřeje extrémním negativním projevům hlediště.

Povaha sportovní činnosti a odborné nároky kladené na diváky vedou i k tomu, že divácká obec je mnohem užší a uzavřenější. Nefandí se symbolům, barvě dresu či klubům tak silně, že by docházelo k emocionálnímu ztotožnění a nekritickému obdivu závodníků. Udržení rozumové kontroly nad chováním je pak mnohem snazší a nedochází ke vzniku davových reakcí. Sportovní praxe potvrzuje, že propuknutí nevládnutých diváckých vášní není pro atletiku, golf, lukostřelbu, skoky do vody a jiné podobné sporty typické.

V těchto sportech nedochází k přímému fyzickému střetu mezi závodníky, který by dával

prostor pro uplatnění agresivity či hrubosti. Výkony jsou měřeny a dosažené výsledky porovnávány. To většinou vylučuje možnost ovlivnění výsledku problematickým rozhodováním. Cesta k vítězství nevede přes zastrasování či fyzické napadání soupeře. Diváci nemají možnost vidět ani vzájemné potyčky se zákroky, které překračují hranice pravidel a stimulují diváky k obdobným reakcím v hledišti. To vše vede k tomu, že divácká základna těchto sportů se vytváří z lidí, kteří očekávají od sportovní podívané více než jen nabídku střetnutí soupeřů nabitého agresivitou.

Jiná sportovní odvětví (některé sportovní hry) nekladou velké nároky na opravdu odborné znalosti svých příznivců. Nabízí podívanou plnou fyzického střetávání soupeřů s výraznými rysy agresivity a útočící především na emoce diváků. Dramatické situace se rychle střídají a výsledek může být dlouho na vážkách. Nabízí se možnost fandit symbolům, dresům, které jsou tradičně svázány s družstvem. Vynořuje se tak otázka, kdo vlastně tvoří publikum na hokejových, fotbalových, basketbalových a jiných utkáních? Jsou to stále stejní lidé, jejichž chování se stává postrachem a kteří vyhánějí normální, slušné diváky ze stadiónů a hal, nebo se sociální složení diváků mění podle sportovního odvětví?

Při odpovědi na tyto otázky vycházíme z výsledků výzkumu sportovních diváků. Výzkum byl realizován (formou anketního dotazování přímo na stadiónech) v letech 1986–88 a zahrnoval soubor 2850 náhodně vybraných návštěvníků prvoligových utkání. Z toho bylo 1450 diváků fotbalu, 1000 „malých sportovních her“, 200 diváků atletiky a 200 tenisu.

Pro ilustraci uvedeme složení fotbalového publika, které je nejproblematictější částí sportovních diváků, a jeho srovnání s návštěvníky méně populárních sportovních her (basketbal, házená, volejbal). Zajímá nás především věkové složení publika, jeho vzdělanostní úroveň, převažující typ zaměstnání, rodinný stav i struktura jeho dalších zájmů včetně případného aktivního zapojení do sportovní činnosti.

Tabulka 1. Struktura sportovních diváků podle věku

věk (let)	fotbaloví diváci (%)	diváci malých sportovních her (%)
méně než 15	5	6
15–18	20	11
19–22	16	23
23–30	18	19
31–40	18	15
41–50	9	16
51–60	5	6
více než 60	6	3,5
neuvedli	3	0,5
Celkem	100	100

Výrazné rozdíly ve věkovém složení fotbalového publika ve srovnání s návštěvníky utkání jiných sportů jsme nenalezli. Mezi fotbalovými diváky převažovali nižší věkové kategorie ve věku do 18 let. Mladí lidé jsou v tomto věku ve svých reakcích obvykle spontánnější, mají menší míru sebekritičnosti a sociability ve svém chování. Snáze se identifikují se sportovními idoly a více podléhají atmosféře hlediště. Jestliže mladí lidé převažují v takové míře mezi diváky, je možno očekávat daleko bouřlivější odezvu v hledištích, než kdyby bylo jejich procentuální zastoupení menší.

Přitom převaha mladých lidí mezi sportovními diváky neustále roste. Svědčí o tom srovnání

údajů, které jsme uvedli, s údaji získanými šetřením v roce 1970 [Ruchař 1972]. V tomto šetření se ukázala mírnější převaha mladých lidí v hledištích. Diváků do 30 let bylo 45 %, středního věku 30 %, starších 25 %. Jestliže si uvědomíme, že v období šestnácti let, které uběhlo mezi oběma šetřeními, došlo ke značnému poklesu divácké návštěvnosti na fotbalových utkáních, je dnes velmi mladý divák rozhodujícím činitelem při vytváření atmosféry v hledištích. Klesání podílu starší generace diváků z 25 % v roce 1970 na 10,3 % v roce 1986 je způsobeno mnoha různými vlivy. V úvahu musíme brát především velikou šíři nabídky sportovní podívané, která přesahuje poptávku. Televize přináší zajímavou a vzrušující podívanou až do bytu. Nabízí podívanou i z geograficky vzdálených míst, z významných soutěží, které může každý shlédnout, aniž by opustil pohodlí svého domova. Především starší diváci ocení „přísun“ sportovní podívané bez nutnosti kamkoli za ní cestovat. Televize vytvořila zcela novou podobu nabídky podívané a ovlivnila vytvoření televizní divácké obce.

Nemalou úlohu v poklesu diváckého zájmu střední a starší generace o fotbalové dění hraje prostředí a atmosféra na stadiónech. Zejména vandalismus a projevy násilí v hledišti, ale i hrubost a porušování zásad fair play na hřišti, je odrazujícím od návštěv stadiónů.

Obavy diváků přivádět do hlediště své děti nebo manželky znemožňují uskutečnit záměr „sportovní podívaná jako rodinná zábava“. V hledištích stále více převažují svobodní, rozvedení nebo vdovci. Ve fotbalovém publiku byl při šetření v roce 1986 podíl svobodných 48 %, rozvedených a ovdovělých 10 % a ženatých 42 %. U diváků ostatních sportovních her tvořili svobodní celých 51 %. Podíl žen ve fotbalovém publiku se značně odlišoval od jejich podílů v ostatních sportovních hrách.

Tabulka 2. Podíl žen mezi dotazovanými sportovníky diváky

pohlaví	fotbaloví diváci	diváci malých sportovních her
muži (%)	92	66
ženy (%)	8	34
Celkem	100	100

Větší podíl žen na utkáních v odbíjené, basketbalu, házené je možné přisoudit lepšímu prostředí a většímu pohodlí, které nabízí hlediště v halách. Rovněž nemalý vliv má skutečnost, že tyto sporty mají širokou základnu aktivně sportujících žen, které se zajímají o svůj sport i jako divačky.

Tabulka 3. Nejvyšší dosažené vzdělání sportovních diváků

sport	dosažené vzdělání (%)				Celkem
	základní	střední	vysokoškolské	neuvešli	
kopaná	50	37	11	2	100
basketbal, odbíjená, házená	37	38	23	2	100
tenis	41	44	14	1	100
lehká atletika	33	47	17	3	100

Tabulka 4. Zaměstnání sportovních diváků

sport	manuální pracovník	studující, učení	duševní pracovník	v domácnos- ti, důchodu	neuvedli	Celkem
kopaná	31	28	31	6	4	100
basketbal odbíjená házená	16	42	34	6	2	100
tenis	26	38	28	7	1	100
lehká atletika	20	34	36	8	2	100

Odlišná skladba publika z hlediska věku, pohlaví v porovnávaných sportovních hrách se odráží i v dosažené úrovni vzdělání a typu zaměstnání.

Kopaná má ve srovnání s jinými sporty mezi svými příznivci největší zastoupení jedinců se základním vzděláním. Toto zjištění je v souladu s výsledky získanými předchozím výzkumem. V roce 1986 činil podíl diváků se základním vzděláním 40 %. Změny ve vzdělanostní úrovni fotbalového publika vyplývají ze změn ve věkovém složení. Velká část diváků dotazovaných v roce 1986 byla ve věku do 18 let, kdy ještě nemají ukončené středoškolské vzdělání.

Ve srovnání s jinými divácky neproblémovými sporty se v hledištích fotbalových stadiónů vyskytuje méně vysokoškolsky vzdělaných diváků. K obdobným závěrům dospěly i výzkumy v jiných fotbalově vyspělých zemích. Stollenwerk [1987] uvádí, že fotbalové publikum bylo vždy tradičně na nižší vzdělanostní úrovni, což souvisí i s historií vzniku této hry. V Anglii, kde kopaná vznikla, byla považována za hrubou hru, vhodnou pro nižší společenské vrstvy. Prosazení fotbalu do středních škol nebylo jednoduchou záležitostí. Mezi tradiční vysokoškolské sporty se řadily především basketbal a volejbal, které si dodnes udržují tuto tradici i z hlediska složení divácké základny. Tyto skutečnosti se odrážejí také v profesním zařazení diváků.

Mezi sportovními diváky vždy převažovali mladí lidé. Tato skutečnost se stále zvyrazňuje. Divácká základna se člení do dvou skupin, mezi nimiž se může aktuálně vytvářet určité napětí. Na jedné straně jsou to mladí diváci – učni, studenti či manuálně pracující – kteří se snáze poddávají průběhu hry a atmosféře hlediště. Jsou vyladění spíše k negativním reakcím jako projev opozice, nesouhlasu s druhou skupinou. Ta je tvořena dospělými diváky spíše s vyšším vzděláním a tomu odpovídající převahou duševní práce. Tito diváci jsou většinou ženatí a mají vytvořené sociální vazby v rodině a v zaměstnání.

Věková, vzdělanostní, profesní polarizace je výrazným znakem sportovního publika, který se objevuje ve většině studií věnovaných sportovnímu diváctví.

Sportovní diváci se liší i strukturou svých zájmů. Převažující část dotazovaných sportovních diváků (68 %) uvedla zájem o sport jako důležitou součást trávení volného času. Zhlédnutí sportovního utkání je součástí náplně jejich běžného života. Přihlížení utkání vyvolává silnou emocionální odezvu, která přetrvává i dlouho po skončení zápasu. U fotbalových diváků je tato tendence zvláště patrná, neboť 29 % jich uvedlo, že prohra „jejich mužstva“ je mrzí minimálně do dalšího zápasu. 49 % se vyjádřilo ve smyslu, že porážka je mrzí delší dobu a ovlivňuje jejich chování v rodině i pracovním kolektivu. U jiných sportovních her toto dlouhodobé ovlivnění „připustilo“ pouze 15 % diváků. Velká většina (80 %) hovoří o shlédnutí utkání buď doma, nebo v práci a potvrzuje tak význam pasivní účasti na sportovním dění pro svůj život. Mnozí autoři, například Černý [1968], si povšimli této skutečnosti

a konstatovali, že významé sportovní události se promítnou další den do sníženého pracovního výkonu i do zvýšené pracovní absence.

Na pracovištích se zasvěceně debatuje o utkání, dozívají nabuzené emoce. V případě neúspěchu se vytvoří negativní pracovní a společenské klima, které přetrvává delší dobu. Vášniví sportovní fanouškové „spotřebují“ většinu své sociální komunikace na sdělení svých zážitků a komentování sportovních výkonů. Aktivně vyhledávají takové sociální interakce, které jim umožní potvrzení názorů, pocitů s obdobně smýšlejícími jedinci či skupinami se stejnými zájmy. Zájem o sportovní dění se neprojevuje pouze pasivní diváckou účastí. Téměř polovina (47 %) dotazovaných diváků uvedla, že aktivně sportuje či sportovala. Jednotlivá sportovní odvětví se v tomto ohledu odlišovala. Nejvyšší údaje (49 %) vykazovalo publikum volejbalové.

Uvedená čísla jsou jistě zajímavá. Musíme si však být vědomi toho, že odrážejí spíše aktivní vztah ke sportu vyjádřený občasným vlastním aktivním pohybem než pravidelnou sportovní aktivitou doprovázenou systematickou tréninkovou přípravou. Aktivní vztah ke sportu vyúsťující ve vlastní aktivní sportování může mít svou důležitost i z hlediska sportovního diváctví. Například výzkumné studie zaměřené na problematiku sportovních diváků [Smith 1983] dokládají, že mezi mladými problémovými diváky se většinou nevyskytovali jedinci, kteří by provozovali aktivně jakýkoli sport. V rámci námi realizovaného výzkumu pouze 2 % dotazovaných fotbalových diváků, kteří aktivně hrají nebo hráli kopanou, připustilo, že by za určitých okolností (nepotrestaný foul na hráče jejich mužstva, problematické rozhodnutí rozhodčího) hodilo nějaký předmět na hrací plochu. U nesportujících diváků byl tento údaj podstatně vyšší (15 %). Tyto výsledky nelze přeceňovat a klást rovnítko mezi aktivní sportování a neproblémovost sportovních diváků. Nicméně zájem o aktivní sportování je možno považovat za pozitivní orientaci mládeže i ve vztahu k problematice sportovního diváctví.

Sportovní diváci mají jistě i jiné zájmy než sport. Pro ilustraci je možno uvést skutečnost, že dotazovaní diváci z předloženého seznamu možných zájmových aktivit upřednostňovali sledování televizních seriálů, čtení dobrodružné literatury, shlédnutí detektivních filmů, poslech rockové hudby.

O intenzivním převažujícím zájmu o sportovní soutěže u dotazovaných diváků svědčí i skutečnost, že 26 % z nich si nedovede představit strávení volného času bez zhlédnutí sportovního utkání a 29 % uvádí, že návštěva sportovních akcí je zbavuje každodenních starostí. Obdobné výsledky byly zjištěny i v předchozí anketě, kdy se nad průměrnou hladinu zájmu rovněž dostal divácký zájem o rekreační a oddychové aktivity a nejnižší pak společensko-politické a kulturní zájmy.

Z psychologického hlediska je každý zájem, i zájem o sportovní dění, charakterizován jako trvalejší zaměření a poukazuje na to, že předmět zájmu reprezentuje také nějaký stav potřeb. Nejde většinou o jejich nedostatečné uspokojování, nýbrž o jejich funkční dominanci. Divácký zájem o sportovní dění nemusí být tudíž vždy příznakem neuspokojené potřeby pohybu, s tendencí tuto potřebu uspokojit aktivním pohybem, ale je vždy znakem toho, že sport, sportovní podívaná hraje v životě příslušného jedince velmi důležitou roli. Přitom musíme mít na paměti, že týž zájem může u různých osob vycházet z různých potřeb. Někoho může do hlediště přivést potřeba sociálního kontaktu s jinými osobami, jiného potřeba odreagovat se, redukovat své psychické napětí provázející pracovní či jinou činnost.

Zájem má určité vlastnosti, které lze určovat podle několika základních hledisek. Jedno z nich je hledisko času, podle něhož se rozeznávají zájmy dočasné a trvalé. Divácký zájem o sportovní hry patří téměř u jedné třetiny (27 %) sportovních diváků mezi zájmy trvalé (nedovedou si představit svůj život bez návštěv utkání). V jiných druzích sportu (atletika,

gymnastika) je podíl diváků s trvalým zájmem mnohem nižší a dosahuje pouze 5 % dotazovaných diváků. Z psychologického hlediska je přirozené, že lidé mají zájem o to, v čem vynikají, co dělají dobře, nebo alespoň v čem se za odborníky považují. Mezi diváky na atletických, plaveckých závodech nalezneme více těch, kteří sami závodně sledovaný sport provozovali (57 %) než například na kopané (47 %).

Zřejmé rozdíly jsou mezi zájmy žen a mužů. Obecně se muži více zajímají o fyzické činnosti, dobrodružství. Naproti tomu ženy mají spíše zájem o umění, literaturu, sociální služby apod. Můžeme hovořit o typicky mužských zájmech, kam patří fyzické práce provozované venku, některé druhy sportů a zábav mající dynamický a vzrušující charakter. Proto muži vždy byli a patrně budou převažující složkou diváků.

Trvalost zájmu o sport se projevuje i v informovanosti o sportovním dění. Nejvyšší hladinu informovanosti vykazovali diváci navštěvující utkání ve sportovních hrách. Převážná většina z nich (41 %) označovala svou informovanost za velmi dobrou a další (39 %) za dobrou. Přitom své informace čerpají z pravidelného sledování sportovních rubrik denního tisku a ze sportovních relací televizního vysílání (47 % diváků). Hlubší odborné znalosti získává 11 % diváků pravidelnou četbou sportovních a tělovýchovných časopisů. Považujeme-li zájem o sportovní dění za jednu z hlavních příčin přivádějících diváky do hledišť, měli bychom mít na zřeteli i faktory působící na vznik a formování zájmů. Zejména sociální prostředí a ekonomické podmínky života znesnadňují vývoj určitých zájmů. Nejvíce jsou zájmy ovlivňovány v dětství a v dospívání, kdy se formují základní zájmové sféry. Zájmy se stabilizují kolem 18. roku věku a jejich další proměny po tomto období jsou spíše výjimkou.

Pokud se podaří navodit trvalý a hluboký zájem o aktivní pěstování sportu ve věku do 18 let, je pravděpodobně, že tento zájem přetrvá i v dalším období a vyústí v zasvěcený zájem divácký.

Zajímavou otázkou je i vztah sportovního diváka k symbolům družstva, tělovýchovné jednoty, klubu. Dres, vlajka, odznak v klubové barvě je vyjádřením přání být součástí dění, které se týká nejen jednotlivce, ale všech, kteří vyznávají barvy téhož klubu.

Proto nepřekvapuje zjištění, že 62 % dotazovaných diváků uvedlo, že vlastní některý ze symbolů svého družstva. Přitom 10 % z těchto diváků vlastní až čtyři symboly, 16 % dva až tři a ostatní z dotazovaných mají alespoň jeden symbol svého klubu. Zajímavé je, jak se mění vztah ke klubovým symbolům v souvislosti s věkem a úrovní vzdělání. Nejrozšířenějším symbolem je u mladších diváků (do 18 let) klubová vlajka. Pro 52 % diváků v tomto věku je nošení vlajky na zápasy pravidelným zvykem. Se zvyšujícím se věkem klesá zájem o tento druh symboliky. Je nahrazován jemnější symbolikou, jako je odznak, malá vlaječka apod. Rovněž zvyšující se vzdělání snižuje zájem o některý z výrazných klubových symbolů.

Při hledání odpovědi na otázku, proč má tato symbolika takové rozšíření právě ve sportu, nenalezneme jen jedno vysvětlení. Za jeden z hlavních důvodů se pokládá snaha diváků přihlásit se veřejně ke sportovnímu klubu i k jeho tradicím a tyto tradice obhajovat i při střetech s příznivci jiných klubů. Právě tyto divácké střety způsobily, že problematika sportovního diváctví přitahuje pozornost nejen sociologů, psychologů i pedagogů, ale i celé veřejnosti. Problémovost sportovních diváků je nejčastěji spojována se sportovními hrami. Pověstní jsou zejména fotbaloví diváci, jejichž reakce v mnoha případech vyústily v závažné tragické události.

Proto jsou sociologické a psychologické poznatky o sportovních divácích nezbytným východiskem pro stanovení konkrétních postupů vedoucích k prevenci nežádoucích diváckých reakcí.

Literatura

- Čechák, V. – Linhart, J.: *Sociologie sportu*, Praha, Olympia 1986.
- Černý, J.: *Fotbal je hra*. Praha, Čs. spisovatel 1968.
- Mikšík, O.: *Psychologie hromadného chování*. Praha, SPN 1977.
- Ručař, M.: *K problematice psychiky a chování sportovního diváka*. Praha, ÚV ČTO 1972.
- Slepička, P. – Mahler, M.: *Davové reakce u sportovních diváků a možnosti jejich ovlivňování*. Teorie a praxe tělesné výchovy 1984, č. 32.
- Smith, M. D.: *Violence and Sport*. Toronto, Butterworths 1983.
- Smith, M. D.: *Precipitants of crowd Violence*. Sociological Inquiry 1978, č. 48.
- Stolenwerk, H.: *A close eye on Track and field spectators – an empirical analysis*. In: New Studies in Athletics the IAAF quaterly magazine for technical research, coaches information and bibliographical documentation, 1987.