

Mega-eventy a sociologie. Definice, kontroverze a metodologicko-teoretické problémy

Matouš Veselský*

Fakulta humanitních studií, Univerzita Karlova, Praha, Česká republika

Copyright: © 2021 M. Veselský. Toto je open access článek vydaný pod Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Východiska: V současné době jsme svědky stále sílícího zájmu o sport z pohledu nejrůznější vědeckých disciplín. Tento příspěvek se věnuje fenoménu mega-eventů z pohledu sociologie. Jde o rozsáhlé nejen sportovní události, které mají široké, celospolečenské dopady. Termín „mega-event“ byl sociologicky poprvé použit teprve v roce 1987 na konferenci, která se konala v kanadském Calgary. Téma mega-eventů je dnes i přes svou novost nejen v sociologické literatuře zpracováno poměrně bohatě. **Cíle:** Cílem této přehledové studie je z pohledu sociologie představit téma mega-eventů s důrazem na kontroverze, které se k mega-eventům pojí, a poukázat na některá teoreticko-metodologická úskalí. **Metodika:** Jedná se o přehledovou teoretickou studii. Výběr textů rozhodně není vyčerpávající, přesto ale studie poskytuje základní přehled o tématu. **Výsledky:** Téma mega-eventů je v sociologii sportu zpracováno zevrubně. V sociologii panuje shoda na definičních znacích mega-eventů. Jde o rozsáhlé společenské akce s mezinárodním dosahem, se signifikantním dopadem na hostitelská města, regiony či státy a se značnou mediální pozorností. Tyto eventy rovněž představují diskontinuitu, jsou jedinečné a konají se jednou za určitý čas. Mega-eventy jsou chápány jako jeden z projevů modernity. Zároveň ale mohou poskytovat pocity jistoty a řádu a vytvářet různé formy kolektivních identit. Sociologie rovněž věnuje značnou pozornost kontroverzím kolem organizace mega-eventů. Jde zejména o finanční kontroverze, kreativní destrukci a politizaci. **Závěry:** I když je téma mega-eventů v sociologické literatuře zpracováno zevrubně, z analýzy vyplynuly zejména dva metodologicko-teoretické problémy. V prvé řadě nepanuje shoda na tom, jak a jestli mega-eventy kategorizovat například podle rozsahu, mediálního dosahu či finanční náročnosti. Nastínil jsem několik pokusů o kategorizaci velkých sportovních eventů, ale žádná nebyla po mém soudu dostačující. Tato studie narazila i na druhé úskalí, a sice že se sociologie sportu věnuje především olympijským hrám a mistrovstvím světa ve fotbale. Ostatním „menším“ sportovním eventům, které stále sledují miliony diváků po celém světě (například mistrovství světa v méně populárních sportech), není věnována dostatečná pozornost.

Klíčová slova: mega-event, sport, sociologie sportu, kontroverze

Úvod

V současné době jsme svědky stále sílícího zájmu nejrůznějších vědeckých disciplín o téma sportu. Tento příspěvek se věnuje fenoménu mega-eventů z pohledu sociologie. Jde o rozsáhlé nejen sportovní události, které mají široké, celospolečenské dopady. Globalizace, rozvoj komunikačních technologií i komercializace udělaly z dnešních sportovních her okázalé globální akce, které jsou s to se konat i přes současnou covidovou dobu.

Přehledová stať má ohledně tohoto tématu své opodstatnění. I v anglosaské literatuře jde o relativně nové téma, které se objevuje až na konci 80. let 20. století. V prostředí české sociologie sportu jde rovněž

o téma, kterému zatím nebyla věnována až taková pozornost jako jiným sportovně-sociologickým tématům. To jsou hlavní důvody, které autora vedly k vytvoření této přehledové studie, která může sloužit i jako úvod do problematiky velkých sportovních akcí.

V této stati¹ se budeme společně soustředit zejména na olympijské hry, kterým je v sociologické literatuře věnována největší pozornost. Ponechám tedy stranou světové výstavy a rozsáhlé konference významných politických nebo ekonomických institucí. V této studii se zaměřím na to, jak sociologie definuje mega-eventy a zasadím tyto mega-eventy do kontextu modernity. Zároveň nastíním kontroverze, které se k mega-eventům pojí a kterých si sociologie všímá. Následně se

*Korespondenční adresa: Matouš Veselský, Fakulta humanitních studií, Univerzita Karlova, Branická 471/112, 147 00 Praha 4, e-mail: matous.veselsky@gmail.com

¹ Tato stať je součástí rozšířeného úvodu k připravované disertační práci, která se věnuje hokejovým mistrovstvím světa, která se konala v Česku v roce 2004 a 2015. Disertace je kvalitativního charakteru a věnuje se primárně tomu, jak organizátoři interpretují a popisují organizaci rozsáhlé sportovní akce.

zmíním o metodologicko-teoretických problémech, které se k mega-eventům pojí.

Metodika

Tato práce je přehledovou statí, jejímž cílem je uvést některá z hlavních sociologických témat, která se týkají mega-eventů. Uvědomuji si, že tato studie rozhodně není vyčerpávající. Jejím cílem není podat zevrubný pohled na téma mega-eventů v sociologii, ale spíše poukázat na některé aspekty tohoto jevu, které jsou předmětem sociologického zájmu a které na základě vlastní rešerše v současné době sociologie řeší. Cílem studie je zároveň poukázat na metodologicko-teoretické problémy týkající se mega-eventů. Na tomto místě je třeba zdůraznit, že v této stati se zaměřuji primárně na sociologickou literaturu, která byla vybírána metodou sněhové koule.² V oblasti existuje ještě další bohatá literatura, která se věnuje řízení mega-eventů z pohledu marketingu a managementu (např. Chadwick et al., 2015; Parent et al., 2013, 2017). I tyto studie ponechám stranou.

Spojení „mega-event“ jsem se rozhodl nepřekládat zejména kvůli tomu, abych předešel nepřesnostem při překladu tohoto termínu. Mám navíc za to, že tento termín je nejen v anglosaské sociologii natolik zavedený, že by jeho překlad mohl být spíše přítěží. V termínu jsem v souladu s anglicky psanými texty ponechal i pomlčku.

Výsledky. Sociologie a mega-eventy. Teoretická východiska a přehled literatury

Co je to mega-event?

Téma mega-eventů je v sociologické literatuře, a nejen v ní, zpracováno poměrně bohatě. Přesto byl termín „mega-event“ sociologicky poprvé použit teprve v roce 1987 na konferenci s názvem *37th Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme*, která se konala v kanadském Calgary. Hlavním tématem konference byla role a dopad velkých společenských akcí na rozvoj cestovního ruchu na regionální ale i národní úrovni (Müller, 2015). První definice tohoto fenoménu tak vycházely primárně ze sociologie turismu.

Tématu se pak začalo postupně věnovat stále větší množství autorů. Jedním z nich byl sociolog Maurice Roche. V sociologické a rovněž i v historické literatuře se prosadila zejména jeho definice. Roche ve své knize *Mega-events and modernity*, která se stala v oblasti bádání o mega-eventech zcela zásadní publikací, definuje mega-eventy jako „...rozsáhlé kulturní (komer-

ní i sportovní) akce, které mají dramatický, divadelní, masový a mezinárodní charakter“ (Roche, 2000, p. 1).

Z této definice mega-eventů pak vychází celá řada dalších autorů (např. Horne & Manzenreiter, 2006). Horne a Manzenreiter dodávají, že mezi další dva hlavní znaky současných mega-eventů patří, že mají signifikantní dopad na hostitelská města, regiony či státy a že přitahují značnou mediální pozornost. Předpona „mega“ rovněž znamená, že eventy mají potenciál oslovit diváky po celém světě prostřednictvím televize či dalších telekomunikačních zařízení. Je to právě i globální charakter mega-eventů, který se stal jedním z jejich definičních znaků (Horne & Manzenreiter, 2006). Podle Robertse (2004, in Horne & Manzenreiter, 2006) to, co eventy definuje jako mega, je i jejich diskontinuita a jedinečnost.

Definicím mega-eventů se ve své teoretické studii výrazně věnoval Müller (2015), který se pokusil o spojení hned několika definic. Pro svou vlastní definici mega-eventů bere v potaz (1) diváckou přitažlivost eventů, (2) mediální dosah eventů, (3) výdaje a v neposlední řadě i (4) urbánní transformaci, ke které při přípravách mega-eventu dochází. Mega-eventy tak Müller (2015, p. 638) definuje jako „vzácné akce s pevně stanovenou dobou trvání, které přitahují velký počet návštěvníků, mají rozsáhlý mediální dosah, ale které jsou zároveň velmi nákladné a mají značný vliv na infrastrukturu i obyvatelstvo hostitelské země.“

Mega-eventy a modernita

Tématu modernity, respektive postmodernity, je v sociologii věnována celá řada studií (např. Bauman, 1995, 2002; Giddens, 1998). Termín „modernita“ je používán při popisu současné, moderní společnosti, jejíž kořeny sahají do 18. století s nástupem osvícenství, moderní vědy a zejména industrializace v 19. století. O současné době někteří autoři hovoří jako o pozdní modernitě (Giddens, 1998) nebo dokonce o postmodernitě (Bauman, 1995, 2002). Tuto pozdní modernitu či postmodernitu charakterizuje především rozpojení času a prostoru, a to díky telekomunikačním technologiím, globalizaci, mobilitě a post-industrializaci.

I na mega-eventy tedy lze nahlížet jako na jeden z mnoha projevů pozdní modernity, respektive postmodernity³. Ostatně, již zmiňovaný Roche vidí počátek vzniku mega-eventů na konci 19. století v souvislosti s prvními olympijskými hrami v roce 1896 a prvními světovými výstavami (EXPO), které se konaly již v polovině 19. století (Roche, 2000). Podle Roche (2003) mega-eventy v době modernity hrají pozitivní a adaptivní roli v tom smyslu, že pomáhají formovat veřejné i interpersonální strukturování času (Roche, 2003). Mega-eventy tak v rychle se měnícím, nestá-

² V tomto ohledu mi výrazně pomohly úvodové texty sociologa Johna Horna (2006, 2007).

³ V sociologii totiž nepanuje shoda na tom, zda současnou společnost nahlížet jako pozdně moderní nebo jako postmoderní.

lém, v Baumanově smyslu „tekutém“ světě modernity představují jistotu a mnoha lidem mohou zároveň poskytovat pocity smyslu a řádu právě tím, že se konají v jasně stanovený čas (například jednou za čtyři roky).

Mega-eventy mohou zároveň vytvářet různé formy kolektivních identit, které jsou srozumitelné napříč generacemi (Roche, 2000). Slovenský badatel Barrer tak například (2007) zdůrazňuje roli sportu pro konstruování národní identity na příkladu Slovenska, které v roce 2002 vyhrálo hokejové mistrovství světa, již se konalo ve švédském Goteborgu. Podobně se vyjadřuje i Marivoet (2006) když popisuje význam Eura 2004 pro portugalskou společnost.

Výše zmiňovaný Müller (2017, p. 234) o mega-eventech hovoří jako o „zrcadlech moderního života“. V olympijských hrách, mistrovstvích světa ve fotbale a dalších rozsáhlých nejen sportovních eventech se zrcadlí „étos individualismu a hospodářské soutěže, nadřazenosti medializovaného spektaklu, spotřeby symbolického zboží, globální mobility kapitálu, lidí a informací a rozšíření hospodářských vztahů do stále více oblastí života“. Mega-eventy tak rovněž zasazují do kontextu pozdní modernity.

Kromě toho mohou mega-eventy díky své pravidelnosti, výjimečnosti a svému festivalovému charakteru vytvářet představu globální vesnice (Gruneau & Horne, 2016) Sportovní mega-eventy a s nimi spojenou globální sportovní kulturu lze nahlížet i jako ústřední součást pozdně moderních kapitalistických společností (Horne & Manzenreiter, 2006). Moderní sportovní události se tak vyvinuly zcela v logice kapitalistické modernity (Horne, 2015).

Mega-eventy a rozvoj médií

V souvislosti s mega-eventy je často zmiňována role médií. Mega-eventy se co do velikosti neustále zvětšují, a to zejména v posledních dvaceti letech. Podle Horna a Manzenreitera (2006) je zatím zejména rozvoj komunikačních technologií a s ním spojený růst cen za televizní práva. Byly to právě média a rozvoj telekomunikačních technologií, které přispěly k dynamickému navýšení cen práv za vysílání sportovních akcí (Real, 2008). Co se olympiády týče, výdělků za televizní práva tvořily v letech 2001–2004 53 % celkových příjmů (olympic.org in Horne & Manzenreiter, 2006). Množství novinářů a vůbec mediálních pracovníků dále přesahuje počet sportovců (Horne & Manzenreiter, 2006)⁴.

Mediální zpracování mega-eventů přináší specifickou kvalitu divákům u televize oproti těm přítomným přímo na události. Často díky reportérům získávají daleko více informací, navíc se mohou těšit z daleko lepší

vizuální stránky – záběry z televize jsou detailnější. Zároveň vytvářejí z domova veřejnou nebo kvaziveřejnou sféru. Tím pomáhají vytvářet či znovu potvrzovat kolektivní společenské hodnoty a symboly (Dayan & Katz, 1992). Sepětí mezi mega-eventy a médii je v současné době naprosto klíčovým vztahem.

V této souvislosti Dayan a Katz (1992) popisují velké nejen sportovní eventy jako „media-eventy“. V těchto eventech nejde jen o to diváky o něčem informovat nebo je nějakým způsobem pobavit. Jde o takové eventy, které mají doslova dějinný nebo dějiny měnící charakter. Jedním ze znaků media-eventu je to, že lidé z různých zemí se cítí povinni a vlastně i hrdí se na událost dívat. Jinými slovy, sledující jsou eventem mobilizováni. Typickým rysem je rovněž potřeba tuto událost sdílet s ostatními. Mezi další charakteristiky patří, že tyto události jsou vysílány živě, mají své sponzory, mají svůj začátek a konec, narušují běžnou životní rutinu. Zároveň vytvářejí i určité sociální normy, kdy je okolím na jedince vytvářen tlak, aby se tento jedinec na událost díval a nenechal si ji ujít (Dayan & Katz, 1992). Může jít například o svatbu královské rodiny či o let na měsíc. S tím souvisí termín „vortextualizace“. Tento termín představuje situaci, kdy nějaká událost natolik rezonuje v celé společnosti, že se jí nelze mediálně zcela vyhnout (Whannel, 2009). I velké sportovní mega-eventy jsou tedy media-eventy – po dobu konání velké sportovní akce, která je navíc pro národní barvy třeba i úspěšná, se jí v médiích, v konverzacích nelze zcela vyhnout. Může jít ale i o již proběhlé akce, které ale rezonují ve společnosti i dlouho po skončení mega-eventu. Pro Česko je takovým eventem „hokejové“ Nagano.

V souvislosti s mega-eventy nejsou zmiňovány pouze modernita a role médií. Předmětem sociologického zájmu je například i odkaz, který za sebou mega-eventy zanechávají (např. Grix, 2014; Kennedy et al., 2016) a rovněž i otázka genderu (např. Sykes, 2016). Významným tématem je i otázka securitizace mega-eventů (např. Giulianotti & Klauser, 2010) a disability studies (např. Purdue & Howe, 2012).

Kontroverze kolem mega-eventů

Mezi vědci existuje obecná shoda na tom, že mega-eventy přinášejí jak pozitiva, tak i negativa (Horne, 2007). Co se pozitiv týče, jsou zmiňována především ta ekonomická. Například hry v Barceloně jsou považovány za jedny z nejlepších – dodnes se řada sportovišť využívá, v Barceloně se vytvořila i nová pracovní místa, byť spíše krátkodobá, vybudovala se infrastruktura, významně se rovněž proměnil ráz města (Horne, 2007)

Co se pozitiv týče, je dále často zmiňován „feel-good faktor“: mega-eventy svou festivalitou a atmosférou mohou u lidí vyvolávat pocity štěstí a radosti. Nicméně někteří autoři poukazují na to, že je to právě

⁴ Ostatně tomuto silnému, a nejen sociologicky velmi významnému vztahu mezi médii a světem vrcholového sportu, se věnuje celá řada studií (např. Boyle, 2014; McEnnis, 2018; Whannel, 2005, 2009)

pouze dočasný „feel-good faktor“, čeho je většina mega-eventů schopna dosáhnout (Harris et al., 2017).

Sociologické studie si tedy všímají spíše negativ a kontroverzí, které se k mega-eventům pojí. Jednou z nich je tzv. kreativní destrukce. Tento termín v sobě zahrnuje urbánní proměnu města, nejen kvůli mega-eventům, která ale rozbíjí lokální kulturu a vytváří na komerci orientované, vysoce gentrifikované oblasti, které slouží primárně obchodním, případně politickým zájmům (Gruneau & Horne, 2016; Horne, 2007). V sociologické literatuře se píše o růstu cen bytů a o tom, že řadu bytů postavených během her získává opět jen část veřejnosti, která disponuje vazbami na ekonomické a politické elity. Flyvbjerg (2003 in Horne, 2007) dodává, že promotéři mega-eventů často jen chtějí povolení pro stavbu svých projektů. I otázka urbánní regenerace, která má po konání her nastat, zůstává často předmětem kontroverzí a nejasností (Horne, 2007).

Během přípravy her nezřídka dochází k vystěhování části obyvatel, kteří musí ustoupit výstavbě nových stadionů či dalších sportovních infrastruktur – olympijským vesnicím, novým ubytovacím zařízením, dopravní infrastruktury (Horne, 2007). Tyto kontroverze se nevyhnuly ani hrám v Riu de Janeiro v roce 2016, kdy byla přesunuta značná část obyvatel favely Vila Autodromo, která se nacházela v bezprostřední blízkosti nově vznikající olympijské vesnice (Ivester, 2016). Tento plán se nakonec díky vzdoru lokálních obyvatel nepodařilo zcela naplnit – přesto řada lidí nenávratně ztratila své domovy, ve kterých žila po generace. Předmětem kontroverzí nezřídka bývají

i pracovní podmínky dělníků, kteří se podílejí na výstavbě stadionu (Horne, 2017). Velké kritice v současné době čelí i Katar, který má v roce 2022 hostit fotbalové mistrovství světa.

Mega-eventům se nevyhýbají ani rozsáhlé finanční kontroverze. Jde zejména o značné výdaje na stavbu stadionů, dopravní infrastruktury či hotelů. Ceny her v konečném součtu dalece přesahují původní plány (tabulka 1). Flyvbjerg se Stewartovou (2012) spočítali, že mezi lety 1960 až 2012 se letní hry v průměru, zahrneme-li inflaci během přípravy her, zdražily o 252 % oproti původnímu plánu. V případě zimních olympijských her šlo v průměru o 135 %. Dohromady se tak letní i zimní hry v průměru zdražily o 179 % (tabulka 2). Autoři (Flyvbjerg & Stewart, 2012) ve své studii uvádí i mediánové hodnoty a zároveň uvádí i ty olympiády, které nejvíce trpěly prodražením. Nechvalně proslulým příkladem byly letní hry v Montrealu v roce 1976, které se prodražily o těžko uvěřitelných 796 % (Flyvbjerg & Stewart, 2012).

Zde je nutné podotknout, že autoři (Flyvbjerg & Stewart, 2012) uvádějí pouze oficiální data. V případě her v roce 2008 v Pekingu mohly být náklady v řádech daleko větší. Ostatně k hrám v Pekingu se pojí rovněž celá řada kontroverzí. V této souvislosti by neměly být opomenuty ani zimní hry v Soči z roku 2014, které sice nejsou zahrnuty v tabulce, ale které se staly jedněmi z nejdražších zimních her v historii. Hry oficiálně stály téměř 22 miliard dolarů. Oproti původnímu plánu se tyto hry prodražily o 289 % (Forbes, 2016).

Tabulka 1

Prodražení olympijských her mezi lety 1968–2012

| Hry* | Země | Typ her | Prodražení (v %) |
|---------------------|----------------|---------|------------------|
| Londýn 2012** | Velká Británie | Letní | 101 |
| Vancouver 2010 | Kanada | Zimní | 17 |
| Peking 2008 | Čína | Letní | 4 |
| Turín 2006 | Itálie | Zimní | 82 |
| Athény 2004 | Řecko | Letní | 60 |
| Salt Lake City 2002 | USA | Zimní | 29 |
| Sydney 2000 | Austrálie | Letní | 90 |
| Nagano 1998 | Japonsko | Zimní | 56 |
| Atlanta 1996 | USA | Letní | 147 |
| Lillehammer 1994 | Norsko | Zimní | 277 |
| Barcelona 1992 | Španělsko | Letní | 417 |
| Albertville 1992 | Francie | Zimní | 135 |
| Calgary 1988 | Kanada | Zimní | 59 |
| Sarajevo 1984 | Jugoslávie | Zimní | 173 |
| Lake Placid 1980 | USA | Zimní | 321 |
| Montreal 1976 | Kanada | Letní | 796 |
| Grenoble 1968 | Francie | Zimní | 201 |

* Tabulka převzata z článku *Olympic proportions: Cost and cost overrun at the Olympics 1960–2012* (Flyvbjerg & Stewart, 2012)

** V případě londýnských her šlo pouze o odhad, protože studie vyšla ještě před konáním olympiády

Tabulka 2

Průměrné prodražení olympijských her mezi lety 1968–2012

| Metrika* | Letní hry (v %)** | Zimní hry (v %) | Celkem (v %) |
|------------------------------|---------------------|------------------------|--------------|
| Průměrné prodražení | 252 | 135 | 179 |
| Medián prodražení | 118 | 109 | 112 |
| Maximální hodnota prodražení | 796 (Montreal 1976) | 321 (Lake Placid 1980) | 796 |
| Minimální hodnota prodražení | 4 (Peking 2008) | 17 (Vancouver 2010) | 4 |

* Tabulka převzata z článku *Olympic proportions: Cost and cost overrun at the Olympics 1960–2012* (Flyvbjerg & Stewart, 2012)

** Tabulka zahrnuje londýnské olympijské hry z roku 2012

Předmětem kritiky jsou rovněž sponzoři her. Hlavními sponzory mega-eventů či velkých mezinárodních lig bývají firmy, které prodávají alkoholické nápoje, fast-foodové řetězce či sázkařské společnosti (Bunn et al., 2018; Ireland et al., 2019). Například až do roku 2019 byly hlavními sponzory olympijských her firmy McDonald's a Coca-Cola. Obě firmy za reklamu zaplatily 100 milionů dolarů (Coakley, 2017).

Široká veřejnost si stále více uvědomuje zátěž, kterou pro města představuje organizace mega-eventu. Proto se už od 70. let 20. století objevují protesty a odpor obyvatel kandidujícího hostitelského města k pořádání olympijských her. Například v 70. letech 20. století se proti hrám postavili obyvatelé amerického Denveru, když toto město získalo právo hostit zimní olympijské hry. Kvůli protestům olympijský výbor nakonec rozhodl, že se zimní hry v roce 1976 uskuteční v rakouském Innsbrucku (Ivester, 2016). Těch případů bylo více. Souvisely například s hrami v Los Angeles, Vancouveru nebo v Berlíně⁵. Hnutí si rovněž stěžují na neoliberální diskurz, který se prosazuje v olympijském hnutí. Ne vždy jsou ale tato hnutí úspěšná.

Vzhledem k výše uvedeným kontroverzím se v současné době klade důraz i na environmentální udržitelnost sportovních mega-eventů. Co se olympijských her týče, do 90. let 20. století nebyly environmentální záležitosti brány v potaz při udělování pořadatelsství. Vše se změnilo po zimních hrách ve francouzském Albertville – hry tehdy způsobily nemalé environmentální škody. Implementování environmentálních pravidel se týkalo už následujících připravovaných zimních her v norském Lillehammeru v roce 1994. Od tohoto roku se „životní prostředí“ stalo vedle „sportu“ a „kultury“ jedním z pilířů olympismu. Od roku 1994 se jedním z kritérií udělování pořadatelsství letní či zimní olympiády stala právě o otázka environmentalismu (Samuel & Stubbs, 2012). Environmentalismus se tak sice stal zásadní součástí olympijské kandidatury, nicméně na druhé straně stále zůstává diskutabilní činnost po-

řadatele v oblasti ochrany životního prostředí po konání her (Samuel & Stubbs, 2012).

Mega-eventům se nevyhýbají ani politické kontroverze. Nežádka bývají zneužity konkrétními státy, konkrétními politickými režimy pro vlastní sebe prezentaci, pro posílení vlastní politické pozice ve státě i ve světě. Mluvit můžeme například o pompézních ale velmi kontroverzních hrách v nacistickém Berlíně v roce 1936. Zmínit se můžeme i o bojkotu her v Moskvě ze strany západních států v roce 1980 a následně ze strany zemí varšavské smlouvy v roce 1984 při hrách v Los Angeles. Řada sportovců tak kvůli politice, kvůli studené válce přišlo o životní šanci účastnit se olympiády.

Mega-eventy se tedy staly propagační příležitostí pro města a regiony ale i státy. Horne (2015, p. 467) podotýká, že hry jsou nežádka zapletené do mocenských politických bojů, protože sportovní mega-eventy mají „zásadní sociální, politické a ideologické dopady pro pořadatelskou zemi, region nebo město“. Podobně mluví i Roche (2000), když dodává že do organizace mega-eventu zasahují vedle národních států i trh.

Mega-eventy rovněž mohou pomoci ovlivňovat image dané země ve světě (Kim et al., 2019; Marivoet, 2006). Tak například mistrovství světa v atletice v roce 2015, které se konalo v Číně, a olympijské hry v Soči z roku 2014 ve dvou ohledech ovlivnily vnímání daných zemí u široké veřejnosti. Studie se týkala amerických respondentů a kvantitativní výzkum probíhal jak před, tak i po konání těchto mega-eventů. Výsledkem studie bylo, že po konání obou eventů se u účastníků výzkumu zlepšil obraz země, pokud jde o bezpečnost a infrastrukturu dané země (Kim et al., 2019).

Předmětem sociologického zájmu je rovněž konání mega-eventů v post-socialistických zemích. Mega-eventy v post-socialistickém prostoru jsou rovněž globální, ale v lecčem se liší od těch v západních zemích. Co se Ruska týče, jde zejména o neopatrimonialismus a velkou roli státu při organizaci mega-eventu. Tyto země tak prostřednictvím eventů zároveň představují svou vlastní, nezápadní verzi modernity (Müller & Pickles, 2014). Velkému zájmu sociologie se rov-

⁵ V případě berlínské olympijské kandidatury šlo o hnutí *NOlympics*. Berlín se ucházel o hry v roce 2000. Pořádání těchto her ale nakonec připadlo australskému Sydney.

něž těšilo fotbalové mistrovství Evropy, které se v roce 2012 konalo v Polsku a na Ukrajině.⁶

Předmětem sociologických studií jsou rovněž poslední mega-eventy, které hostily nebo budou hostit země z globálního Jihu⁷ nebo právě z východu. Mezi lety 1990 až 2012 jen 60 zemí hostilo světové šampionáty zimních a letních olympijských sportů, olympiády, universiády a světové hry (Lee, 2013 in Parent & Chappelet, 2015⁸). I proto se mega-eventy v posledních letech udělovaly právě zemím z východu a z globálního Jihu⁹. Pro globální Jih je pořádání mega-eventu jedna z příležitostí, jak se přiblížit k západní modernitě nebo jak vytvářet její alternativní verzi. Pořádání mega-eventu je tak hned v několika ohledech symbolickým politickým aktem, který jako by říkal, že se dané město nebo země staly součástí globální sítě politické a ekonomické moci¹⁰ (Horne, 2015).

Diskuse – Co je a co není Mega-event?

Nastínil jsem několik momentů, jakým způsobem sociologie nahlíží téma mega-eventů. Mohli bychom tedy napsat, že mega-eventy jsou rozsáhlé společenské akce s mezinárodním dosahem, se signifikantním dopadem na hostitelská města, regiony či státy a se značnou mediální pozorností. Tyto eventy rovněž představují diskontinuitu, jsou jedinečné a konají se jednou za určitý čas. Mega-eventy jsou zároveň jedním z projevů modernity. Mohou poskytovat pocity jistoty a řádu a vytvářet různé formy kolektivních identit. Mega-eventy lze vzhledem k jejich globální popularitě definovat i jako media-eventy, které mají výrazný symbolický (kulturní i politický) přesah.

K mega-eventům se rovněž pojí celá řada kontroverzí a problémů. Jde zejména o nákladnost a prodra-

žování mega-eventů, o necitlivé proměny urbánních prostor, o politizaci mega-eventů.

Na definici a na problémech týkajících se mega-eventu panuje v sociologii shoda. Problém však nastává ve chvíli, které sportovní i jakékoliv jiné eventy lze považovat za „mega“ a které už nikoliv. S termínem mega-event se pojí totiž zejména dva metodologické problémy (Horne, 2015): (1) Které akce lze považovat vedle olympiády a mistrovství světa ve fotbale rovněž za mega-eventy? (2) Jak velký event musí být, aby bylo možné jej prohlásit za mega-event? Na tyto dvě otázky v sociologii nepanuje jednoznačná shoda.

V literatuře existuje celá řada nejrůznějších kategorizací. Horne (2015, 2017) navrhuje tři kategorie: mega-eventy prvního, druhého a třetího sledu. Do prvního sledu řadí letní olympijské hry a mistrovství světa ve fotbale. Následně hovoří o mega-eventech druhého sledu, do kterých zařazuje fotbalové Euro, zimní olympiádu, a posléze o mega-eventech třetího sledu, kam řadí hry Commonwealthu a panamerické hry. V tomto rozdělení ale stále absentuje kategorie pro celou řadu velkých sportovních eventů, které jsou sice menšího charakteru než zmiňované hry Commonwealthu, které ale stále přitahují značnou mediální i diváckou pozornost. Jedná se například o různá mistrovství Evropy či světa v méně populárních sportech, než je fotbal, respektive ve sportech, které jsou na vrcholové úrovni provozovány relativně menším počtem zemí: lyžování, volejbal nebo třeba lední hokej.

Flyvbjerg navrhuje rozlišovat mega-eventy podle objemu nákladů a výnosů na mega (milionový), giga (miliardový) a tera (trilionový) eventy (in Horne, 2017).

Již zmiňovaný Müller (2015) rozřazuje devět zkoumaných mega-eventů do dalších tří subkategorií, přičemž při hodnocení bere v potaz čtyři základní kategorie z vlastní definice: diváckou atraktivitu, mediální dosah, cenu a transformativní výdaje. Na základě těchto kritérií pak jednotlivým eventům uděluje 0 až 3 body. Na základě těchto vlastních pravidel rozlišuje mezi major-eventy (například Super Bowl a rugbyové mistrovství světa), mega-eventy (fotbalové Euro) a giga-eventy (letní olympijské hry). Nicméně i toto dělení je poněkud zavádějící. Například mistrovství světa v rugby, které je po letních hrách a mistrovství světa ve fotbale, třetím nejsledovanějším a nejnavštěvovanějším turnajem na světě¹¹, Müller (2015) klasifikuje „pouze“ jako major-event. Klasifikace rovněž nebere v potaz, že každá velká sportovní akce se odvíjí i podle místa konání, a tudíž je velmi složité porovnávat i dva stejné turnaje, které se ale odehrávají v různých letech a v různých městech.

⁶ V souvislosti se Eurem 2012 vzniklo hned několik zajímavých studií. Renata Wloch se například věnovala tomu, jakým způsobem je vyjednávána organizace Eura mezi mezinárodní institucí, v tomto případě reprezentované UEFA, a lokálními, národními institucemi (politickými, neziskovými, ekonomickými). (Wloch, 2020).

⁷ Globálním Jihem jsou v sociologii míněny státy Afriky, Jižní Ameriky, části Asie.

⁸ Jedná se o volně dostupný úryvek z knihy *The Routledge Handbook of Sports Event Management* (Parent & Chappelet, 2015). Zde číslo stránky citace odpovídá stránce v pdf dokumentu dostupného z https://www.researchgate.net/publication/281843388_The_Routledge_Handbook_of_Sports_Event_Management (ze dne 2. 6. 2021).

⁹ Jde například o olympijské hry v Číně (2008 a 2022), v Riu de Janeiru (2016), v ruském Soči (2014) a mistrovství světa ve fotbale v Rusku (2018) a rovněž v Brazílii (2014) a v Jihoafrické republice (2010).

¹⁰ Ostatně někteří autoři hovoří dokonce o esenciálním paradoxu sportu: sport je sice považován za nepolitický ale přitom je ve skutečnosti politický „už ze své podstaty“ (Holt et al., 2010, p. 6).

¹¹ Dostupné z <https://asia.nikkei.com/Spotlight/The-Big-Story/Japan-s-epoch-making-Rugby-World-Cup-false-dawn-or-break-out-moment> ze dne 9. 6. 2021.

Z této diskuse a rešerše vyplývá teoretický problém, které mega-eventy lze označovat za mega-eventy a které nikoliv. Viděli jsme, že možností jak mega-eventy kategorizovat je celá řada, avšak žádná z nich není zcela dostačující. S tím souvisí další úskalí, a sice, že absentují studie, které by se věnovaly *menším sportovním eventům*. Nad touto skutečností se pozastavuje již zmiňovaný Müller: „Hodně toho víme o olympijských hrách, o něco méně pak o mistrovství světa ve fotbale, nicméně o ostatních sportovních eventech nevíme téměř nic, a to i přesto, že tyto akce nejsou o nic menší“ (Müller, 2015, p. 639).

V tomto daleko lépe funguje Hallova (1989, in Roche, 2000) kategorizace mega-eventů. Hall mega-eventy rozlišuje podle rozsahu cílové skupiny fanoušků, rozsahu trhu a podle velikosti zájmu ze strany médií. Na základě těchto kategorií pak rozlišuje Mega-eventy, Speciální eventy (Special events), Hallmark eventy a Komunitní eventy (Community Event).

Takovéto „menší“ sportovní eventy, zdá se, jsou navíc daleko přijímanější veřejností. Na tento jev poukazuje norská studie Solberga (2016). Mezi hlavní závěry této kvantitativní studie patřilo, že respondenti největší podporu vykazali k pořádání středně velkých eventů, jako například k mistrovství světa v lyžování, nežli k těm nejrozsáhlejším, jako třeba olympijské hry nebo fotbalové Euro (Solberg, 2016). Ostatně norská veřejnost má stále v paměti velmi povedené, ale zároveň prodražené zimní olympijské hry, které se v roce 1994 konaly v Lillehammeru. Hry se nakonec prodražily o 277 %, než byly původní odhadované ceny (Flyvbjerg & Stewart, 2012).¹² Text tak poukazuje na fakt, že není nutné organizovat olympiádu nebo fotbalové Euro. Rovněž není nutné masivně investovat do nových stadionů nebo do infrastruktury. Široká veřejnost ve velkém podporuje i menší sportovní eventy, které jsou ekonomicky mnohem méně riskantní a environmentálně i daleko udržitelnější (Solberg, 2016).

I přesto zůstávají tyto „menší“ mega-eventy povětšinou stranou sociologického zájmu. Sociologie se, co se mega-eventů týče, orientuje primárně na olympijské hry nebo na mistrovství světa ve fotbale. Přesto ale lze všechny hlavní definiční znaky mega-eventů (rozsáhllost, festivalita, mediální zájem, komercializace, kontroverze) sledovat i u „menších“ sportovních eventů. Tyto eventy sice nemají takový globální a politický rozměr, jako třeba letní olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale, ale přesto je sledují miliony diváků po celém světě a které stále mají významný mezinárodní dopad – mistrovství světa v plavání, mistrovství Evropy v házené nebo mistrovství světa v ledním hokeji. Tyto „menší“ eventy zatím stále zůstávají spíše stranou sociologického zájmu.

Závěry

V této přehledové stati jsem představil téma mega-eventů, které je v sociologické literatuře i přes svou novost zpracováno poměrně bohatě. Tato přehledová stať rozhodně není zcela vyčerpávající. Existuje celá řada dalších témat, která byla ponechána stranou. Jde předně o securitizaci mega-eventů či o téma genderu. I tak jsem ale nastínil několik dalších podobně zásadních sociologických témat, která se týkají studia mega-eventů. Mega-eventy jsem zasadil do kontextu modernity a popsal jsem několik kontroverzí, které se k mega-eventům pojí. Zmínil jsem se o nákladnosti her, o diskutabilních urbánních proměnách hostitelských měst, které v některých případech vedly dokonce k vystěhování části obyvatel. Stranou nezůstala ani environmentální udržitelnost her a jejich politický a symbolický rozměr.

Zároveň tato studie podala různé definice mega-eventů. Jedná se o rozsáhlé společenské akce s mezinárodním dosahem, se signifikantním dopadem na hostitelská města, regiony či státy a se značnou mediální pozorností. Mega-eventy představují diskontinuitu, jsou jedinečné, protože se konají jednou za určitý čas. Jsou jedním z projevů modernity, ale zároveň mohou poskytovat pocity jistoty a řádu a vytvářet různé formy kolektivních identit.

Jak jsme se mohli dozvědět výše, na definici mega-eventů panuje obecná shoda. Stejně je tomu i v případě kontroverzí, které se k mega-eventům pojí.

Z této rešerše ale vyplynula i dvě hlavní úskalí týkající se studií o mega-eventech. Poukázal jsem na metodologický problém jak a jestli mega-eventy kategorizovat. Nastínil jsem několik pokusů o kategorizaci velkých sportovních eventů, ale žádná nebyla po mém soudu dostačující.

Právě to pak může být příčinou druhého úskalí, a sice že se sociologie sportu primárně věnuje dvěma největším sportovním eventům – olympijským hrám a mistrovství světa ve fotbale, případně mistrovství Evropy ve fotbale. Ostatní „menší“ eventy zůstávají až na pár výjimek spíše stranou vědeckého zájmu i přesto, že právě tyto menší eventy se těší podobnému ne-li většímu zájmu fanoušků kvůli jejich environmentální ale i ekonomické udržitelnosti.

Reference

- Barrar, P. (2007). 'Šatan is God!': Re-imagining contemporary Slovak national identity through sport. *Sport in Society*, 10(2), 223–238. <https://doi.org/10.1080/17430430601147062>
- Bauman, Z. (1995). *Úvahy o postmoderní době*. Sociologické nakladatelství Slon.
- Bauman, Z. (2002). *Tekutá modernita*. Mladá Fronta.
- Boyle, R. (2014). Television sport in the age of screens and content. *Television & New Media*, 15(8) 746–751. <https://doi.org/10.1177/1527476414529167>

¹² O prodražování her již byla řeč v předešlých kapitolách.

- Bunn, Ch., Ireland, R., Minton, J., Holman, D., Philpott, M., & Chambers, S. (2018). Shirt sponsorship by gambling companies in the English and Scottish Premier Leagues: Global reach and public health concerns. *Soccer & Society*, 20, 1–12. <https://doi.org/10.1080/14660970.2018.1425682>
- Coakley, J. J. (2017) *Sports in society: Issues and controversies* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Dayan, D., & Katz, E. (1992). *Media events*. Harvard university press.
- Forbes. (2016) *The massive cost of hosting the Olympic games*. <https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2016/08/04/the-massive-cost-of-hosting-the-olympic-games-infographic/?sh=6dafc40c2e38>
- Flyvbjerg, B., & Stewart, A. (2012). Olympic proportions: Cost and cost overrun at the Olympics 1960–2012. *SSRN Electronic Journal*, 1–23. <http://doi.org/10.2139/ssrn.2238053>
- Giddens, A. (1998). *Důsledky modernity*. Sociologické nakladatelství.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2019). *Managing sport events*. Human Kinetics.
- Grix, J. (Ed.). (2014). *Leveraging legacies from sports mega-events: Concepts and cases*. Springer.
- Gruneau, R., & Horne, J. (Eds.). (2015). *Mega-events and globalization: Capital and spectacle in a changing world order*. Routledge.
- Giulianotti, R., & Klauser, F. (2010). Security governance and sport mega-events: Toward an interdisciplinary research agenda. *Journal of Sport and Social Issues*, 34(1), 49–61. <https://doi.org/10.1177/0193723509354042>
- Harris, J., Skillen, F., & McDowell, M. L. (2017). Introduction: the contested terrain of major sporting events. *Sport in Society*, 20(3), 325–327. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1088720>
- Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events. *Sociological Review*, 54(2), 1–24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00650.x>
- Horne, J. (2007). The four ‘knowns’ of sports mega-events. *Leisure studies*, 26(1), 81–96. <https://doi.org/10.1080/02614360500504628>
- Horne, J. (2015). Assessing the sociology of sport: On sports mega-events and capitalist modernity. *International Review for the Sociology of Sport*, 50(4–5), 466–471. <https://doi.org/10.1177/1012690214538861>
- Horne, J. (2017). Sports mega-events—three sites of contemporary political contestation. *Sport in Society*, 20(3), 328–340. <https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1088721>
- Chadwick, S., Chanavat, N., & Desbordes, M. (Eds.). (2015). *Routledge handbook of sports marketing*. Routledge.
- Ireland, R., Bunn, C., Reith, G., Philpott, M., Capewell, S., Boyland, E., & Chambers, S. (2019). Commercial determinants of health: Advertising of alcohol and unhealthy foods during sporting events. *Bulletin of the World Health Organization*, 97, 290–295. <https://doi.org/10.2471/BLT.18.220087>
- Ivester, S. (2017). Removal, resistance and the right to the Olympic city: The case of Vila Autódromo in Rio de Janeiro. *Journal of Urban Affairs*, 39(7), 970–985. <https://doi.org/10.1080/07352166.2017.1355665>
- Kim, Y., Kim, J., Cho, S., & Yim, K. (2019). The impact of mega sporting events on host country’s destination images: The cases of the 2014 Sochi Winter Olympics and 2015 Beijing IAAF World Championships. *Sport Marketing Quarterly*, 28(3), 148–164. <https://doi.org/10.32731/SMQ.283.092019.03>
- Marivoet, S. (2006). UEFA Euro 2004™ Portugal: The social construction of a sports mega-event and spectacle. *The Sociological Review*, 54 (2_suppl), 127–143. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00657.x>
- Mcennis, S. (2018). Sports journalism and cultural authority in the digital age. In T. F. Carter, D. Burdsey, & M. Doidge (Eds.), *Transforming sport: Knowledges, practices and structures* (pp. 207–219). Routledge.
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure studies*, 34(6), 627–642. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333>
- Müller, M., & Pickles, J. (2014). Global games, local rules: Mega-events in the post-socialist world. *European Urban and Regional Studies*, 22(2), 121–127. <https://doi.org/10.1177/0969776414560866>
- Müller, M. (2017). Approaching paradox: Loving and hating mega-events. *Tourism Management*, 63, 234–241. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.003>
- Parent, M., & Smith-Swan, S. (2013). *Managing major sports events: Theory and practice*. Routledge.
- Parent, M. M., & Chappelet, J. L. (Eds.). (2017). *Routledge handbook of sports event management*. Routledge.
- Purdue, D. E., & Howe, P. D. (2012). See the sport, not the disability: Exploring the Paralympic paradox. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 4(2), 189–205. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2012.685102>
- Real, M. R. (1998). Mediasport: Technology and the commodification of postmodern sport. In L. Wenner (Ed.), *MediaSport* (pp. 233–249). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203014059>
- Roche, M. (2000). *Mega-events and modernity*. Routledge.
- Roche, M. (2003). Mega-events, time and modernity: on time structures in global society. *Time & Society*, 12(1), 99–126. <https://doi.org/10.1177/0961463X03012001370>
- Samuel, S., & Stubbs, W. (2013). Green Olympics, green legacies? An exploration of the environmental legacies of the Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 48(4), 485–504. <https://doi.org/10.1177/1012690212444576>
- Solberg, H. (2016). Major sports events – The reasons for hosting them. *European Journal for Sport studies*, 4. <https://doi.org/10.12863/ejssax4x1-2016x1>
- Sykes, H. (2016). *The sexual and gender politics of sport mega-events: Roving colonialism*. Taylor & Francis.
- Tomlinson, A., Young, C., & Holt, R. (Eds.). (2013). *Sport and the transformation of modern Europe: States, media and markets 1950–2010*. Routledge.
- Whannel, G. (2005). Pregnant with anticipation: The pre-history of television sport and the politics of recycling and preservation. *International Journal of Cultural Studies*, 8(4), 405–426. <https://doi.org/10.1177/1367877905058342>
- Whannel, G. (2009). Television and the transformation of sport. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 205–218. <https://doi.org/10.1177/0002716209339144>
- Włoch, R. (2020). Two dynamics of globalization in the context of a sports mega-event: The case of UEFA EURO 2012 in Poland. *Globalizations*, 17(1), 45–59. <https://doi.org/10.1080/14747731.2019.1603808>

Mega-events and sociology.

Definitions, controversies, and methodological-theoretical problems

Background: We are currently seeing an increasing interest in sport from the perspective of various scientific disciplines. This paper deals with the phenomenon of mega-events, large-scale (not only) sporting events that have broad, social impacts, from a sociological perspective. The term „mega-event“ was first used sociologically in 1987 at a conference held in Calgary, Canada. The topic of mega-events is now richly processed not only in sociological literature. **Objectives:** The aim of this study is to present the topic of mega-events from the sociological point of view with an emphasis on controversies associated with mega-events. At the same time, the study highlights some theoretical-methodological issues. **Methods:** This is an overview theoretical study. The choice of texts is certainly not exhaustive, but the study nevertheless provides a basic overview of the topic. **Results:** The topic of mega-events is elaborated in the sociology of sport. In sociology, there is a consensus on the definition of mega-events. Mega-events are large-scale social events with an international reach, with a significant impact on host cities, regions, or states with considerable media attention. These events also represent a discontinuity, they are unique and take place once every certain time. Mega-events are also one of the manifestations of modernity. At the same time, however, they can provide feelings of certainty and order and create different forms of collective identities. Sociology also pays close attention to the controversies surrounding the organization of mega-events. These are mainly financial controversies, creative destruction, and politicization. **Conclusions:** However, although the topic of mega-events in sociological literature is elaborated in a comprehensive way, the analysis showed two methodological-theoretical problems. First, there is no consensus on how and whether to categorize mega-events. We outlined several attempts to categorize large sporting events, but none were sufficient. This study also encountered the second issues, namely that most of sociological studies are mainly devoted to the Olympic Games and FIFA World Cup. Other „smaller“ sporting events, which are still watched by millions of spectators around the world, are not given enough attention.

Keywords: mega-event, sociology, sociology of sport, controversies