

Review papers

SPORT AS A SOURCE OF MODEL PERSONALITIES OR IDOLS? BETWEEN REALITY AND MEDIAL ILLUSION

Sport as a source of model personalities or idols?

JOANNA FEMIAK, PIOTR RYMARCZYK

The Josef Pilsudski University of Physical Education in Warsaw, Chair of Social Sciences

Mailing address: Joanna Femiak, The Josef Pilsudski University of Physical Education in Warsaw,
Chair of Social Sciences, 34 Marymoncka Street, 00-968 Warszawa, tel.: +48 664129586,
fax: +48 22 8651080, e-mil: jfemiak@pti.edu.pl

“One of today’s questions should relate to severity of impact of experiences lived through the suggestive media. None of the previous generations did survive even one-tenth of those “participating shows”, by which we are now bombarding ourselves and our children (...) Many young people brought up on television and flooded with the oceans of information exceed us intellectually. But what happens to their emotional development (...)?

(Alvin Toffler, Future Shock, Przeźmierowo 2007)

Abstract: Sport is an area of culture, which owes its place in the social consciousness largely to medial charm. We often witness the birth of a star or a new idol, a social figure, a symbol with which we identify ourselves. The question then arises: what is the role of idol in the life of the individual, whether it is a model personality, pattern of conduct that can be put as an example for ourselves and others?

The aim of this study was therefore to try to define the terms “idol” and “model personality” and to capture the relationship between the idol, a model personality, and the process of shaping the sense of human identity.

Key words: sport, mass culture, idol, model personalities in sport

Sport is an area of culture that exists in the social consciousness largely thanks to his medial charm. The unusual ratings of sports events cause the players who shine in them to begin to exist in the social consciousness. We often witness the birth of a star or a new idol, social figure, a symbol with which we identify ourselves and whose results make the public happy. This phenomenon has become the subject of analysis and investigations of physical culture theoreticians in a social or marketing context, but today we try to look at the phenomenon of sports stars in the moral and psychological context.

There is in fact a question about the role played by idol created by media in the life of the individual? How it affects the emotional and moral development? Is the idol a model personality for us that can be put as an example for ourselves, our children, students? It should be noted that the term “model personality” is derived from the theory of morality. It is defined as an element of morality alongside standards, assessments, restrictions. Model personalities represent, embody the evaluations and standards. On the basis of Catholic ethics the models of conduct are the saints, each of which represents a set of virtues postulated on grounds of such ethics [1].

Model personalities can be derived from the social reality, history, mythology, literature, however, they must meet the condition of compliance of the represented moral content with the standards and evaluations of our moral or ethical system. Model personalities can express a single standard. They can

also constitute ideals embodying a defined system. In the first case the model personalities usually absolutize some principle on their personal example, while in the second case they present the different rules and a certain type of attitude towards reality, postulated on the basis of the given system [2]. An important feature of the model personality is the imitative function. Through its concretization in a specific person it becomes the embodiment of cherished values. This embodiment, materialization of principles, standards and assessments makes the impression of their easier accessibility and affordability. Model personality may be a historical, literary, or are currently living person. From the point of view of the model personality definition it is irrelevant, it is the *timeliness of values* determining what he/she represents that decide about his/her reality.

What does the timeliness mean? – It means that at any given time a person wishes to adopt as their own, it is internalize values represented by the model personality. However, for internalization to take place there must happen something we call identification. As pointed out by Filipiak [2], man is unable to identify with the pedagogical ideals, and can with model personalities. Therefore everyone is able to define their characteristics, identify themselves, attempt to resemble only one particular person, the model personality. Therefore, the model personalities play a large role in the moral development of a man. Model personalities can be accepted, but that does not guarantee their realization. According to Ossowska [3], only the

internalized model personalities, or adopted by a person as the rules governing his/her behavior, because of the deep conviction of their correctness, contribute to achieving the values that they embody. However, as noted by the author, in our work on ourselves, we regard those we want to imitate – and also those which we do not want to be like. The presence of anti-models, which symbolize the condemned qualities, also influences the development of human morality.

Educators clearly emphasize that the model personality constitutes the embodiment of the educational ideals, relaying the values contained in the ideal, “bringing down to earth”, and the adjustment of ideal value to a specified real person. Educational ideal presents desirable characteristics in the abstract, universal manner, without reference to specific living conditions, capabilities and preferences of the individuals [2]. Model personalities in the educational process can act as affirming (when strengthening already felt or clearly shaped orientations of children and adolescents), and offsetting or balancing some shortcomings marked in the attitudes of young people, undesirable from the educational point of view. There is also a distinction between model personalities and the model promoted and realized [2]. The model promoted – a mental construction, a set of characteristics that the group would like to see among their members, the realized model shows actually repetitive behavior. It is worth noting that the results of research into model personalities indicate a certain relationship: the more precisely defined the superior value the model personality represents, the more successful is its impact. Indeed, values are deeply inscribed in the nature of the models, they constitute their strength and the magnet that attracts and invites to follow.

In the context of the formation of the entity, model personalities play the undoubtedly positive role. Their values rooted in the world, embodied in the form of a specific person, combining many elements of morality such as standards, bans, attitudes, makes it an effective influence on the development of human identity. Model personalities allow, especially the young people to create a coherent organization of their internal world. They provide certain, relatively fixed reference points, so one can decide what is really important for the individual, what are the criteria for selection in view of fragmented and often contradictory requirements posed by contemporary reality. The paradox of modern times involves on the one hand the cult of individualism, on the other putting into question the tradition, religion, and older generations, before they are accepted or rejected. In this way, the identity based on freedom, individualism, subjective responsibility is very difficult to achieve [4].

Identity is not strictly a psychological term, which means that there is a multiplicity of approaches and definitions of the concept. Their common feature, however, is an indication of the three main elements of the identity:

- the existence of two objects, between which there is a similarity;
- the similarity, which may be so significant that distinction of objects is lost (their substitutability, this does not mean ontic unity);
- features which due to which the similarity is established (these may be selected features).

Model personalities allow for building of own identity on the basis of values which they embody. These values are the expression of the values cherished in the given culture, the same model personalities become intermediaries, introducing to the world of culture, and what is important, the introduction is not superficial. Stability of the model personalities in the moral systems causes that the subject has the opportunity to deepen the awareness of relationships, similarities between him and the model personality. What is particularly important, i.e. the awareness of the consequences that might result from

their own attitudes, from adoption of their own standards and principles. As Gałdowa points out [5] in the course of life, in the process of personal development, self-image, which forms the basis of identity, as well as axiological sensibility – the basis of the relationship of identity with others, with the group, ideas, are changed. In this process, the increase in awareness of their attitudes is extremely important. Models personalities allow for development of this awareness. Change is a key category for the identity of modern man. In the premodern times the identity was universal, given once and for all, established without possibility of innovation. Standards of social recognition have been fixed, often attributed to social class, depending on the economic potential. Today, the individual must choose among hundreds of different options to keep pace with changes which are manifested in the wealth of styles and fashions [9]. In that pursuit of social recognition, acquisition of acceptable lifestyle, the individual (especially young) is assisted by adoption of the important model personality. Such an important person, protecting the individual against flooding of many culturally created identities, may become the idol of popular culture.

Idol – it is a person enjoying popularity, idol of the public. Etymologically the term is derived from the Greek *eidolon* concept – the spectrum, the image of God. It is also emphasized, as a characteristic of the idol, apart from attempting to usurp divinity, the divine sacredness the visibility of the idol, often referred to as image, replacement person [4].

Idol is characterized by arrogance, the attribution of the characteristics that he does not have. They are “ordinary people, exaggerated and designed in the form of images in the minds of millions of people who have never meet them, never talked with them and never saw them in person” [4]. Idol or a star is a phenomenon characteristic for contemporary mass culture. In contrast with what we face in case of a model personality, where the object of interest regarding the idol is not his approach to life, but social status – money, fame and adoration, which he receives from his fans. Idol, unlike the model personality, is not necessarily someone we want to emulate. It seems that on part of the fans more often it is the identification with a star taking place in sphere of dreams – or fantasies about finding ourselves in the circle of his interests – than with the actual wish to imitate him.

Premodernity means a way of life in the nineteenth century preindustrial society, based on a state system. The concept of post-modernism has been created on the basis of modernity concept. The latter has long been rooted in sociology and usually means a way of life characteristic for the nineteenth and twentieth-century Western industrial societies. At some point, scholars of culture and social life, however, came to the conclusion that social phenomena regarded as a modern in fact belong to the past, and the world, at least in its best developed part, entered into a new historical period. So they began to identify it as post-modernism. The concept of post-modernism in literature of social science spread over the last decades of the last century. Postmodern society is usually attributed with the following characteristics:

- In economic terms, it is described as a post-industrial and information society. In a society that the industry ceases to play a leading role in the economy, and it is replaced by services, banking, stock market, media and information technology.
- In terms of social forces, postmodern society is described as dominated by the new middle class, and therefore the group whose members are characterized by a specialized and managerial professions and thus achieving high income.
- In terms of culture, postmodern society is described as saturated by media. Thanks to technological development the media which once only provided information, turned into a source of attractive and often sensually interactive communications (television, computer games, the techniques creating so-called virtual reality), resulting in becoming increasingly competitive to the real world. Jean Baudrillard [6] – well-known theorist of postmodernity – to describe this situation uses the metaphor of a map in scale of 1:1, which covered and replaced the reality.
- Postmodern culture is also described as a consumer culture. Postmodern society is thus a society in which ascetic work ethic is being replaced by a hedonistic ethic of consumption, according to which the use of the pleasures and entertainment provided by the goods and constitutes a condition to be fulfilled in life [7, 8].

Idol is a star of mass culture. Media interest, however, lie usually not only in his public appearances, but also in his private life. In modern media – such as tabloids and popular magazines – the border between what is public and what is private is vague, and life having once been purely private in nature is the subject of public interest [10]. Focusing on rumors concerning the private life of famous athletes facilitates the presentation of their existence as the embodiment of consumer dreams. The phenomenon of idols can be considered as one of the manifestations of what Lasch [11] called the culture of narcissism, in which people base their self-judgment on the opinion of their social environment and hence the obsessive desire to be admired by this environment because of one's beauty, success and wealth. Since most people are not able to achieve these dreams personally, they implement them as a substitute in the realm of fantasy identifying themselves with the idol embodying their dreams.

On the other hand, it should be noted that the idol in modern popular culture is often the subject of not only the admiration, but the campaign of public condemnation. Media interest in the private lives of stars is largely caused by the tracking of related scandals – such as the alcohol excesses, domestic violence, and marital betrayal. As Whannel noticed [10], the stars, which would only be subject to celebration, in the long run may become boring and only the information about outrageous behavior of idols allows the media to uphold the public interest. The ease with which media report on the celebrities scandals attract public attention and arouse moral indignation can be explained by the ambiguous feelings which the idols arise in average recipient. Their wealth and fame cause that, on the one hand, they are objects of identification full of admiration, but on the other hand, envy lined with hostility, though often suppressed.

It should be emphasized that the identification with the idols may particularly disturbingly affect adolescent individuals for two reasons. Firstly, because of its superficial nature, which is limited only to the image, dressing. Secondly, the evanescence of pictures, continuous replacement of some identification patterns with the following ones, their dependence on unstable fashion, temporary recognition, public opinion, shape the shallowness of engagement in the values, their understanding and internalization. Therefore, the values carried by the idol do not have to be the guideline in behavior or the development of moral sensitivity, because they are easily dropped in favor of other, depending on social acceptance.

Superficiality of the idol and attractive visual appearance support the formation of human identity based on appearance rather than internal development. According to Melosik [12], a man creates his identity by constructing a visual image of his own body, and the focus of the construction (identity – the author) moves from the “inside” to “surface”. Reduction of the identity to the body, the visual layer, is dangerous, because it becomes flexible, it can undergo a rapid, superficial transformations. Identity becomes a style, behind which there is no concealed awareness, or reflection, or experience. Style is what others perceive what I do because of the others. That conformist attitude stems from the imbalance between the “ideal society” and “ideal self”. Ignorance of one's own experiences, lack of acceptance of borders imposed cause the individual to look for identification externally, in the social environment, to gain approval, a sense of belonging, closeness. Individual becomes subjected to environmental trends, unconsciously, does not realize how far its views, appearance is saturated with foreign standards. Moral attitudes to be adopted, only to be accepted by the environment, cannot serve as guidelines, because they are abandoned in favor of other, depending on the conditions of social acceptance [4].

Idol or model personality? What sports are media creating? It seems whatever the answers to these questions: it is worth remembering the difference between an idol and model personality, the consequences they carry. Stars burn and fade, and though the identity is a process it can be characterized by continuity, the relative constancy of one's own “self”, despite the passing of time and changes taking place. Can sports stars positively influence its development? Media are creating an unreal world, but suggestive, artificial experiences, superficial celebrities, and sport is a real cultural reality of the real people and real experiences. We have access to them through direct participation, personal experience, interpersonal relations. It seems that the sport can become a source of model personalities, not through the media, but thanks to coaches, teachers, propagators of sport and its spirit, who, in direct relationship with others, communicate sport rules, values, history, admiration for their model personalities.

Perhaps this perspective should guide the future of sports teachers who should perceive their future function not only as the initiator of motion and its techniques, but also a mediator between the sources of sport, its values and history – and today, often lost man.

Acknowledgements

The research was financed by the Ministry of Science and Computerization, project no. DS. 94.

Literature

1. Mariański J. (1989) Introduction to Sociology of Morality. Redakcja Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin. [in Polish]
2. Filipiak M. (2000). Sociology of Culture. UMCS, Lublin. [in Polish]
3. Ossowska M. (1986) Sociology of Morality. Outlines. PWN, Warszawa. [in Polish]
4. Joniec-Bubula K. (2000) Picture of the world in the process of creating an identity: belief and ideology. [in]: A. Gałdowa (ed.) Human Identity. UJ, Kraków. [in Polish]
5. Gałdowa A. (2000) Human Identity. UJ, Kraków. [in Polish]
6. Baudrillard J. (2005) Simulacra and Simulation. Sic!, Warszawa, 2005. [in Polish]
7. Eagleton T. (1998) The Illusions of Postmodernism. Spacja, Warszawa. [in Polish]
8. Strinati D. (1998) An Introduction to Theories of Popular Culture. Zysk i S-ka, Poznań, 1998. [in Polish]
9. Toffler A. (2007). Future Shock. Kurpisz, Poznań. [in Polish]
10. Whannel G (2002) Media Sport Stars. Masculinities and Moralities. Routledge, London-New York.
11. Lasch Ch. (1991) The Culture of Narcissism. Routledge, London-New York.
12. Melosik Z. (1996) Identity Body Power. Edytor, Poznań – Toruń. [in Polish]

Submitted: July 16, 2009

Accepted: September 21, 2009

SPORT JAKO ŹRÓDŁO WZORÓW OSOBOWYCH CZY IDOLI? MIĘDZY RZECZYWISTOŚCIĄ A ILUZJĄ MEDIALNĄ

Sport jako źródło wzorów osobowych czy idoli?

JOANNA FEMIAK, PIOTR RYMARCZYK

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Katedra Nauk Społecznych

Adres do korespondencji: Joanna Femiak, Akademia Wychowania Fizycznego J. Piłsudskiego w Warszawie, Katedra Nauk Społecznych, ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa, tel.: 0664129586, fax: 022 8651080, e-mil: jfemiak@pti.edu.pl

„Jedno ze współczesnych pytań dotyczyć powinno skutków przeżyć doznawanych za pośrednictwem sugestywnych mediów. Żadne z poprzednich pokoleń nie przeżyło nawet jednej dziesiątej tych „uczestniczących spektakli”, jakimi bombardujemy dziś siebie samych i nasze dzieci (...)
Wielu młodych ludzi wychowanych na telewizji i zalewanych oceanami informacji przewyższa nas intelektualnie. Co się jednak dzieje z ich rozwojem emocjonalnym (...)?

(Alvin Toffler, Szok przyszłości, Przeźmierowo 2007)

Streszczenie: Sport jest obszarem kultury, który swoje miejsce w świadomości społecznej zawdzięcza w dużej mierze urokowi medialnemu. Często jesteśmy świadkami narodzin gwiazdy lub nowego idola, figury społecznej, symbolu, z którym się identyfikujemy. Powstaje więc pytanie: jaką rolę odgrywa idol w życiu jednostki, czy jest dla nas wzorem osobowym, wzorem postępowania, który możemy stawiać za przykład sobie i innym?

Celem pracy było więc podjęcie próby zdefiniowania pojęć „idola” i „wzoru osobowego” oraz uchwyceniu relacji między idolem, wzorem osobowym, a procesem kształtowania się poczucia tożsamości człowieka.

Słowa kluczowe: sport, kultura masowa, idol, wzory osobowe w sporcie

Sport jest obszarem kultury, który istnieje w świadomości społecznej w dużej mierze dzięki swojemu urokowi medialnemu. Niezwykła tzw. oglądalność widowisk sportowych powoduje, że zawodnicy, którzy w nich zablęsną, zaczynają istnieć w świadomości społecznej. Często jesteśmy świadkami narodzin gwiazdy lub nowego idola, figury społecznej, symbolu, z którym się utożsamiamy i którego wyniki cieszą społeczeństwo. Ten fenomen stał się już przedmiotem analiz i dociekań teoretyków kultury fizycznej w kontekście społecznym, czy marketingowym, dzisiaj jednak pragniemy podjąć próbę spojrzenia na fenomen gwiazd sportowych, w kontekście moralnym i psychologicznym.

Zachodzi bowiem pytanie jaką rolę odgrywa idol wykreowany przez media w życiu jednostki? Jak wpływa na rozwój emocjonalny i moralny? Czy jest dla nas wzorem osobowym, wzorem postępowania, który możemy stawiać za przykład sobie, swoim dzieciom, uczniom? Należy podkreślić, że „wzór osobowy” jest to pojęcie zaczerpnięte z teorii moralności. Definiowane, jako element moralności obok norm, ocen, zakazów. Wzory osobowe reprezentują, ucieleśniają oceny i normy. Na gruncie etyki katolickiej wzorami postępowania są święci, z których każdy reprezentuje jakiś zestaw cnót postulowany na jej gruncie [1].

Wzory osobowe, mogą być zaczerpnięte z realiów społecznych, z historii, mitologii, literatury muszą wszakże spełniać warunek zgodności reprezentowanych treści moralnych z normami i ocenami naszego systemu moralnego lub etycznego. Wzory osobowe mogą wyrażać jakąś jedną normę. Mogą również stanowić ideały ucieleśniające określony system. W pierw-

szym wypadku wzory osobowe zazwyczaj na swym przykładzie absolutyzują jakąś zasadę, w drugim natomiast prezentują różne zasady i pewien typ postawy w stosunku do rzeczywistości, postulowanej na gruncie danego systemu [2]. Ważną cechą wzoru osobowego jest jego funkcja naśladowcza. Przez swoją konkretyzację w określonej osobie staje się on ucieleśnieniem cenionych wartości. Owe ucieleśnienie, materializacja, zasad, norm i ocen, sprawia wrażenie ich łatwiejszej dostępności i osiągalności. Wzorem osobowym może być postać historyczna, literacka, czy aktualnie żyjąca. Z punktu widzenia definicji wzoru osobowego nie ma to znaczenia, o jego realności decyduje bowiem *aktualność wartości* jakie reprezentuje.

Co oznacza owa aktualność? – oznacza to, że w danym momencie człowiek pragnie przyjąć jako swoje, to jest zinternalizować wartości, jakie reprezentuje wzór osobowy. Aby jednak doszło do internalizacji, musi zająć coś co nazywamy utożsamianiem się. Jak podkreśla Filipiak [2], człowiek nie jest w stanie utożsamiać się z ideałami pedagogicznymi, a z wzorami osobowymi – tak. Czyli jest w stanie definiować swoje ja, określać siebie, upodabniać się jedynie do konkretnej postaci, wzoru osobowego. Dlatego też wzory osobowe odgrywają wielką rolę w rozwoju moralnym człowieka. Wzory osobowe mogą być akceptowane, ale to nie gwarantuje ich realizacji. Według Ossowskiej [3], jedynie wzory osobowe zinternalizowane, czyli przyjęte przez osobę, jako zasady regulujące jej zachowanie, ze względu na głębokie przeświadczenie o ich słuszności, wpływają na realizację wartości, które ucieleśniają. Jednak jak podkreśla autorka, w pracy nad sobą mamy na względzie tych, których chcemy naśladować – i także tych do których nie chce-

my być podobni. Obecność antywzorów, które symbolizują cechy potępiane, też wpływa na rozwój moralności człowieka.

Pedagogowie wyraźnie podkreślają, że wzór osobowy jest ucieleśnieniem ideałów wychowawczych, przekazników wartości zawartych w ideale, „sprowadzeniem na ziemię”, dostosowaniem wartości, ideału do konkretnej, realnej postaci. Ideał wychowawczy przedstawia pożądane cechy w sposób abstrakcyjny, uniwersalny, bez żadnych odniesień do konkretnych warunków życia, oraz możliwości i preferencji jednostki [2]. Wzory osobowe mogą w procesie wychowawczym spełniać funkcję afirmującą (gdy wzmacniają już odczuwane lub wyraźnie ukształtowane orientacje dzieci i młodzieży) i kompensującą czyli wyrównującą pewne braki zaznaczające się w postawach młodzieży, niepożądane z punktu widzenia wychowawczego. Istnieje także rozróżnienie wzorów osobowych na wzór propagowany i urzeczywistniany [2]. Wzór propagowany – to konstrukcja myślowa, zbiór cech, jakie grupa pragnęłaby widzieć wśród swoich członków; wzór urzeczywistniany przedstawia rzeczywistość powtarzające się zachowania. Warto podkreślić, że wyniki badań nad wzorami osobowymi wskazują, na pewną zależność: im precyzyjniej określona jest nadrzędna wartość jaką reprezentuje wzór osobowy, tym skuteczniejsze jest jego oddziaływanie. Wartości bowiem są głęboko wpisane w naturę wzorów, stanowią ich siłę i magnes, który przyciąga i zachęca do naśladowania.

W kontekście kształtowania się podmiotu, wzory osobowe spełniają niewątpliwie pozytywną rolę. Ich zakorzenienie w świecie wartości, ucieleśnienie w postaci konkretnej osoby, łączenie wielu elementów moralności tj. norm, zakazów, postaw, powoduje, że skutecznie wpływają na rozwój tożsamości człowieka. Wzory osobowe pozwalają, szczególnie młodemu człowiekowi stworzyć spójną, organizację swojego wewnętrznego świata. Dostarczają pewnych, względnie trwałych punktów odniesienia, dzięki którym można orzec, co jest dla jednostki naprawdę ważne, jakie są kryteria wyboru wobec niejednoznacznych, często wzajemnie sprzecznych wymagań, jakie niesie współczesna rzeczywistość. Paradoks współczesności polega z jednej strony na kulcie indywidualizmu, z drugiej na poddawaniu w wątpliwość tradycji, religii, starszych pokoleń, zanim się je przyjmie lub odrzuci. W ten sposób tożsamość oparta na wolności, indywidualizmie, odpowiedzialności podmiotowej jest bardzo trudna do osiągnięcia [4].

Tożsamość nie jest ściśle psychologicznym terminem, co oznacza, że istnieje wiele ujęć i definicji tego pojęcia. Ich cechą wspólną jest jednak wskazanie na trzy główne elementy tożsamości:

- istnienie dwóch obiektów, między którymi zachodzi podobieństwo;
- samo podobieństwo, które może być tak znaczne, że gubi się odrębność przedmiotów (ich zastępowalność, nie oznacza ontycznej jedności);
- cechy, ze względu na które podobieństwo jest ustalone, (mogą to być cechy wybrane).

Wzory osobowe pozwalają na budowanie własnej tożsamości, na podstawie wartości, które ucieleśniają. Wartości owe, są wyrazem wartości cenionych w danej kulturze, tym samym wzory osobowe stają się pośrednikami, wprowadzającymi w świat kultury i co ważne wprowadzenie to nie jest powierzchowne. Stałość wzorów osobowych w systemach moralnych, powoduje, że podmiot ma możliwość pogłębienia świadomości relacji, związków, podobieństwa między sobą, a wzorem osobowym. To co szczególnie ważne, to świadomość konsekwencji jakie mogą wynikać z własnych postaw, z przyjęcia własnych norm i zasad. Jak zaznacza Gałdowa [5] w biegu życia, w procesie rozwoju osobowości, zmianom ulega zarówno obraz własnej osoby, stanowiący podstawę tożsamości, jak i wrażliwość aksjologiczna – podstawa relacji tożsamości z innymi ludźmi, z grupą, ideami. W procesie tym wzrost świadomości

własnych postaw jest czymś niezmiernie istotnym. Wzory osobowe rozwój owej świadomości umożliwiają. Zmiana jest kategorią kluczową dla tożsamości współczesnego człowieka. W czasach przednowoczesnych* tożsamość była uniwersalna, dana raz na zawsze, ustanowiona bez możliwości innowacji. Standardy uznania społecznego były stałe, często przypisane klasie społecznej, uzależnione od potencjału ekonomicznego. Dzisiaj jednostka musi wybierać spośród setek różnych wariantów, nadażyć za zmianami, które przejawiają się w bogactwie stylów i mód [9]. W owym pościgu za uznaniem społecznym, przejęciem akceptowanego stylu życia, pomaga jednostce (szczególnie młodzieży) przyjęcie wzoru osoby znaczącej. Taką osobą znaczącą, chroniącą jednostkę przed zalaniem wielu kreowanych kulturowo tożsamości, mogą stać się idole kultury popularnej.

Idol – to osoba ciesząca się popularnością, bożyszcze publiczności. Etymologicznie wywodzi się to pojęcie z greckiego *eidolon* – widmo, obraz Boga. Podkreślana jest także, jako cecha charakterystyczna idola, oprócz pretendowania do boskości urzypowienia sobie sakralności wizualność idola, często nawet określanego jako wizerunek, zastępcza osoba [4].

Idola charakteryzuje arogancja, przypisywanie sobie cech, których się nie posiada. Są to „zwykli ludzie, wyolbrzymieni i zaprojektowani w postaci obrazów w umysłach milionów ludzi, którzy nigdy ich nie spotkali, nigdy z nimi nie rozmawiali i nigdy ich nie widzieli na żywo” [4]. Idol czy też gwiazda to fenomen charakterystyczny dla współczesnej kultury masowej. W odróżnieniu od tego, z czym mamy do czynienia w przypadku wzoru osobowego, w przypadku idola przedmiotem zainteresowania nie jest jego postawa życiowa, lecz status społeczny – pieniądze, sława i uwielbienie, którym cieszy się ze strony fanów. Idol, w odróżnieniu od wzoru osobowego, niekoniecznie jest też tym, kogo chcemy naśladować. Wydaje się, że ze strony fanów częściej mamy tu do czynienia z dokonującą się w sferze marzeń identyfikacją z gwiazdą – lub z fantazjami o znalezieniu się w kręgu jego zainteresowania – niż z rzeczywistą wolą wzorowania się na niej.

Idol to gwiazda kultury masowej. Przedmiotem zainteresowania mediów są jednak z reguły nie tylko jego publiczne występy, ale także życie prywatne. We współczesnych mediach – takich jak tabloidy czy popularne magazyny – mamy do

* Przednowoczesność oznacza model życia do XIX wieku w społeczeństwie przedindustrialnym, opartym o system stanowy. Pojęcie ponowoczesności stworzone zostało na bazie pojęcia nowoczesności. To ostatnie jest już od dawna zakorzenione w socjologii i zazwyczaj oznacza model życia charakterystyczny dla XIX i XX-wiecznych zachodnich społeczeństw przemysłowych. W pewnym momencie badacze kultury i życia społecznego doszli jednak do wniosku, że zjawiska społeczne uznawane za nowoczesne należą już do przeszłości, a świat, przynajmniej jego najlepiej rozwinięte części, wszedł w nowy okres historyczny. Zaczęto więc określać go mianem ponowoczesności. Pojęcie ponowoczesności w literaturze z zakresu nauk społecznych rozpowszechniło się na przestrzeni ostatnich dekad minionego stulecia. Społeczeństwu ponowoczesnemu przypisywane są zwykle następujące cechy:

- Pod względem gospodarczym, opisywane jest ono jako społeczeństwo postindustrialne i informacyjne. W społeczeństwie tym wiodącą rolę w gospodarce przestaje odgrywać przemysł, a zaczynają usługi, bankowość, giełda, media i informatyka.
- Pod względem układu sił społecznych, społeczeństwo ponowoczesne opisywane jest jako zdominowane przez nową klasę średnią, a więc grupę, której członkowie charakteryzują się wykonywaniem zawodów specjalistycznych i menedżerskich i osiąganiem z tego tytułu wysokich dochodów.
- Pod względem kulturowym, społeczeństwo ponowoczesne opisywane jest jako nasycone mediami. Dzięki rozwojowi technologicznemu media, które niegdyś dostarczały jedynie informacji, przekształciły się w źródło atrakcyjnych zmysłowo i często interaktywnych przekazów (telewizja, gry komputerowe, techniki tworzenia tzw. wirtualnej rzeczywistości), w wyniku czego w coraz większym stopniu stają się one konkurencją dla realnego świata. Jean Baudrillard [6] – znany teoretyk ponowoczesności – dla opisania tej sytuacji posługuje się metaforą mapy w skali 1:1, która zakryła i zastąpiła rzeczywistość.
- Kultura ponowoczesna opisywana jest również jako kultura konsumpcyjna. Społeczeństwo ponowoczesne jest więc społeczeństwem, w którym ascetyczna etyka pracy zastępowana jest przez hedonistyczną etykę konsumpcji, zgodnie z którą korzystanie z zapewnianych przez towary uciech i rozrywek stanowi warunek życiowego spełnienia [7, 8].

czynienia z zamazaniem granicy między tym, co publiczne, a tym co prywatne, a dziedziny życia mające niegdyś czysto prywatny charakter stają się przedmiotem publicznego zainteresowania [10]. Skupianie uwagi na plotkach dotyczących prywatnego życia sławnych sportowców, ułatwia zresztą przedstawianie ich egzystencji jako ucieleśnienie konsumpcyjnych marzeń. Fenomen idoli można uznać za jeden z przejawów tego, co Lasch [11] nazwał kulturą narcyzmu, w której ludzi ma cechować silne uzależnienie samooceny od osądu otoczenia społecznego i stąd obsesyjne pragnienie do bycia przedmiotem podziwu owego otoczenia z racji na własne piękno, sukces czy bogactwo. Ponieważ większość ludzi nie jest w stanie zrealizować tych marzeń osobiście, realizują je w sposób zastępczy poprzez dokonujące się w sferze fantazji utożsamianie się z ucieleśniającym ich marzenia idolem.

Z drugiej jednak strony należy zauważyć, że idol we współczesnej kulturze masowej często jest przedmiotem nie tylko admiracji, ale i kampanii publicznego potępienia. Medialne zainteresowanie życiem prywatnym gwiazd w dużej mierze polega, bowiem na tropieniu związanych z nim skandali – takich jak alkoholowe ekscesy, domowa przemoc czy zdrady małżeńskie. Jak zauważa bowiem Whannel [10], gwiazdy, które byłyby jedynie przedmiotem celebracji, na dłuższą metę stawałyby się nudne i jedynie informacje o oburzających zachowaniach idoli pozwalają podtrzymywać zainteresowanie medialnej publiczności. Łatwość z jaką medialne relacje na temat dotyczących gwiazd skandali przyciągają uwagę opinii publicznej i wzbudzają w niej moralne oburzenie wytłumaczyć można ambiwalentnymi odczuciami, jakie idole wzbudzają u przeciętnego odbiorcy. Ich bogactwo i sława sprawiają bowiem, że z jednej strony są oni obiektem pełnej podziwu identyfikacji, ale z drugiej podszytej wrogością, choć często tłumionej, zawiści.

Należy podkreślić, że identyfikacja z idolami może szczególnie na dojrzewające jednostki wpływać destabilizująco z dwóch powodów. Po pierwsze, przez swój powierzchowny charakter, ograniczający się jedynie do wizerunku stroju, imagu. Po drugie, sama przelotność wizerunków, stałe zastępowanie jednych wzorów identyfikacyjnych następnymi, ich uzależnienie od chwiejnej mody, przejściowego uznania, opinii publicznej, kształtuje powierzchowność zaangażowania w wartości ich zrozumienie i internalizację. Dlatego też wartości, których nośnikiem jest idol nie mogą być drogowskazem w podążaniu, czy rozwoju wrażliwości moralnej, są bowiem łatwo porzucane na rzecz innych, w zależności od społecznej akceptacji.

Powierzchnowość idola i jego atrakcyjna wizualność wspierają proces kształtowania się tożsamości człowieka na podstawie wyglądu zewnętrznego, a nie rozwoju wewnętrznego człowieka. Według Melosika [12] człowiek tworzy swoją tożsamość przez konstruowanie wizualnego image własnego ciała, a punkt ciężkości konstruowania (tożsamości – autora) przesuwają się z „wnętrza” na „powierzchnię”. Redukcja tożsamości do ciała, jego warstwy wizualnej, niesie w sobie niebezpieczeństwo, bowiem staje się ona elastyczna, może ulegać szybkim, powierzchownym, przekształceniom. Tożsamość staje się stylem, za którym nie kryje się ani świadomość, ani refleksja, ani przeżycie. Styl to coś, co postrzegają inni, co robisz ze względu na innych. Owa konformistyczna postawa, wynika z zachwiania równowagi między „ideałem społecznym”, a „ideałem własnego ja”. Ignorancja wobec własnych przeżyć, brak akceptacji granic jakie narzucają, powodują, że jednostka szuka dookreślenia na zewnątrz, w środowisku społecznym, byle uzyskać aprobatę, poczucie przynależności, bliskości. Jednostka poddaje się trendom środowiska, nieświadomie, nie zdaje sobie sprawy, jak dalece jej poglądy, wygląd zewnętrzny jest przesiąknięty obcymi standardami. Postawy moralne, przyjmowane, ze względu tylko i jedynie na akceptację środowiska, nie mogą

służyć jako drogowskaz, są bowiem porzucane na rzecz innych, w zależności od warunków społecznej akceptacji [4].

Idol czy wzór osobowy? Jaki sport kreują media? Wydaje się niezależnie od odpowiedzi na te pytania, warto pamiętać o różnicy między idolem, a wzorem osobowym, o konsekwencjach, które ze sobą noszą. Gwiazdy płoną i gasną, a tożsamość choć jest procesem, charakteryzuje się ciągłością, względną niezmiennością własnego „ja”, pomimo upływu czasu i zmian jakie zachodzą. Czy gwiazdy sportu mogą pozytywnie wpływać na jej rozwój? Media kreują świat nierzeczywisty, lecz sugestywny, sztuczne przeżycia, pozorne gwiazdy, a sport jest realną rzeczywistością kulturową, za którą kryją się prawdziwi ludzie i prawdziwe doświadczenia. Dostęp do nich mamy jednak dzięki bezpośredniemu uczestnictwu, osobistym przeżyciom, międzyludzkim relacjom. Wydaje się, że sport może stać się źródłem wzorów osobowych, nie dzięki mediom, lecz dzięki trenerom, pedagogom, krzewicielom sportu i jego ducha, którzy w bezpośredniej relacji z drugim człowiekiem, przekazują, zasady sportu, wartości, historię, podziw dla swoich wzorów osobowych.

Być może ta perspektywa powinna przyświecać przyszłym nauczycielom sportu, którzy swoją funkcję winni postrzegać, nie tylko jako inicjatora ruchu i jego techniki, lecz również mediatora między źródłami sportu, jego wartościami i historią – a współczesnym, często zagubionym człowiekiem.

Podziękowania

Badania finansowano przez Ministerstwo Nuki i Informatyzacji, projekt nr DS. 94.

Piśmiennictwo

1. Mariański J. (1989) Wprowadzenie do socjologii moralności. Redakcja Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
2. Filipiak M. (2000) Socjologia kultury. UMCS, Lublin.
3. Ossowska M. (1986) Socjologia moralności. Zarys zagadnień. PWN, Warszawa.
4. Joniec-Bubula K. (2000) Obraz świata w procesie tworzenia się tożsamości: światopogląd i ideologia. [w]: A. Gałdowa (red.) Tożsamość człowieka. UJ, Kraków.
5. Gałdowa A. (2000) Tożsamość człowieka. UJ, Kraków.
6. Baudrillard J. (2005) Symulakry i symulacja. Sic!, Warszawa, 2005.
7. Eagleton T. (1998) Iluzje postmodernizmu. Spacja, Warszawa.
8. Strinati D. (1998) Wprowadzenie do kultury popularnej. Zysk i S-ka, Poznań, 1998.
9. Toffler A. (2007). Szok przyszłości. Kurpisz, Poznań.
10. Whannel G (2002) Media Sport Stars. Masculinities and Moralities. Routledge, London-New York.
11. Lasch Ch. (1991) The Culture of Narcissism. Routledge, London-New York.
12. Melosik Z. (1996) Tożsamość ciało władza. Edytor, Poznań –Toruń.

Otrzymano: 16.07.2009

Przyjęto: 21.09.2009