

Jsem na sítích, tedy jsem

Na čísla Cristiana Ronalda nedosáhne nikdo. Na sociálních sítích je jednou z nejtěžších vah: víc než 200 milionů fanoušků, lajků a abonentů. Jen na Instagramu sleduje tuhle evidentně do sebe zamilovanou star 151 milionů lidí...

TEXT: IVO DOUŠEK

Ale i ve světě golfu mají sociální media svou váhu, hlavně u špičkových profesionálů, kteří své jméno důsledně budují jako značku a mají smlouvy s největšími firmami – výrobci aut, pojišťovny, dodavateli golfových produktů (třeba Tiger a Rory u Nike, Lexi Thompson a Rickie Fowler u Puma nebo Jordan Spieth u Under Armour). Význačné zdroje financí pro hráče představují také Coca Cola, Mastercard, Rolex, Bose, destinace, letecké společnosti a banky. A ti všichni chtějí pomocí charismatu velkých sportovců zvyšovat svou kladnou prezentaci ve světě online. Vývoj jde od webové stránky k sociálním médiím. To dnes znamená především Instagram a Twitter. Facebook, přestože je ještě pořád s odstupem největší, ustupuje v poslední době zřetelně dozadu, mezi mladými velmi markantně. Nová média jako třeba Snapchat ještě firmy tolik nevnímají, ale to je jednak tím, že nedávají tak úplně pozor na trendy, druhak trochu omezenými možnostmi reklamního využití.

Ale zpátky na greeny a k bankovním kontům. V roce 2017 vydělal Dustin Johnson na turnajových výhrách ze všech golfistů nejvíc (16,6 milionu dolarů), ale v pořadí celkových výtěžků, kde se k výhrám přičítají peníze ze smluv, byl daleko pozadu na Mclroyem, Mickelsonem, Woodsem a Spiethem. Není se co divit – v marketinku nepatří atletický, ale osobnostně

nevýrazný Dustin k figurám, po kterých firmy rychle sáhnou. Opačně jsou na tom Rory a Jordan, ti kromě jiného často na sítích zveřejňují autentické postřehy a neopomenou se zmínit o sponzorech.

Vloni se do úplné špičky vrátil i Tiger Woods. Že by všechny věci dával na síť sám, tomu lze těžko uvěřit, ale přesto ho na sítích fanoušci hltají. Naproti tomu Phil se drží od sociálních sítí zcela mimo, ale přesto je se sponzory zadobře. To je jeho extrémním charakterem a bezprostředním chováním vůči fanouškům. Nikdo nedá tolik autogramů, tolikrát nereaguje na pochvalné výkřiky, tolikrát se neusměje a neukáže zdvižený palec. Ostatní tím šetří, avšak nahrazují to zprávami a hashtagy, což je tento znak: # a používá se na sociálních sítích.

CO JE TO #SB2K17, #SB2K18

A propos hashtag: že to na nic není? Znalí najdou třeba pod zkratkou #SB2K17 videa z výletů Jordana Spietha, Rickie Fowlera a Smylie Kaufmana – ti si občas společně vyrazí třeba na

Bahamy a fanoušci s potěšením sledují, že tihle hoši nejsou jen vážní milionáři v nazežených kalhotách, ale žijí i atraktivním privátním životem.

Sociální média mohou pomoci ke značné popularitě i tam, kde sportovní výkon nehraje skoro žádnou roli. Například přitažlivá Paige Spiranac se v rekordním čase stala výraznou influencerkou, i když by raději byla profesionální golfistkou. Nasbírala už 1,6 milionu sledujících na Instagramu, k tomu spousta příznivců sleduje její Facebook, Twitter (220 tisíc) a Snapchat – jako navzájem nezávislé komunikační platformy.

Golfující modelka má však i řadu kritiků. „Vím, že mne řada lidí z branže vnímá spíš jako škodnou, ale to já nejsem,“ brání se. Její popularita je směsí pěkné postavy a tváře, velmi dobré schopnosti vysvětlovat a předvádět golfové úderů a podpurná cvičení a jakoby nevnímané lehounké frivolity. Myslí si, že kdyby byla mužem a měla na sítích stejný úspěch, říkalo by se, jak je úžasný.

Ženy, nejlépe trochu v letech, ji vnímají negativněji než muži. „Pokud je tam z jiného důvodu, než aby z ní byla vynikající hráčka, vidím to jako trochu nesmyslné,“ uvedla například legendární Angličanka Laura Davies. Ale mraky fanoušků to vidí jinak...

Paige je velmi dobrá univerzitní hráčka, ale nefiguruje v první tisícovce světa. Na sítích to ovšem dotáhla z golfistek nejdál... a taky na obálku Golf Digestu nebo plavkové edice Sports Illustrated, o čemž jiné golfistky ani nesní. V současnosti si dala od pokusů dostat se mezi elitu pauzu, jako modelka a ambasador PXG si určitě vydělává víc než většina hráček na LPGA.

Jedno je jisté. Ať se k sociálním médiím staví každý jak chce, tato forma komunikace tady vydrží. A to, co fanouškům profesionály přibližuje, zajišťuje zároveň profesionálům slušný podíl jejich příjmů. ■



„SLEDOVANÍ“ HRÁČI V ČÍSLECH			
Hráč	Twitter	Facebook	Instagram
	Sledující*	počet lajků*	sledující*
Tiger Woods	6,37	3	1,4
Rory Mclroy	3,2	1,2	1,6
Ian Poulter	2,3	0,1	0,2
Jordan Spieth	2,0	0,4	1,5
Bubba Watson	1,97	0,4	0,72
Rickie Fowler	1,63	0,1	1,4
Paige Spiranac	0,22	0,2	1,6
Sergio García	0,95	0,1	0,3
Justin Rose	0,8	0,1	0,58
Michelle Wie	0,44	0,1	0,52
Lexi Thompson	0,46	0,09	0,39

Údaje o počtu sledujících a lajků v milionech.