

# Czy neoliberalizm niszczy prawdziwy sport?

20 listopada 2023

Za nami bokerski pojedynek między Tysonem Furyem (czołowym bokserem świata) a Francisem Ngannou (czołowym zawodnikiem MMA). Walka, która przez bardzo słabą formę Anglika miała dość przypadkowo charakter czysto sportowy, jest potwierdzeniem zarysowującej się w codziennym życiu pewnej tendencji, która coraz mocniej przenika także do świata sportu. Granica dobrego smaku i sensowna równowaga między światem biznesu a sportu zostaje niebezpiecznie przekraczana, co więcej, przy całkowitej akceptacji lub bierności większości.



Zostańmy na chwilę przy boksie. Wspomniane starcie jest już kolejnym. Można też wspomnieć pojedynki m.in. Floyda Maywethera z Connorem McGregorem, Andersona Silvy z Julio Cezarem Chavezem jr., czy na naszym podwórku Przemysława Runowskiego z Danielem Rutkowskim. Dawniej byłby to ewenement, ciekawy przerywnik w świecie sportów walki. Dziś niektórzy zawodnicy już kombinują w tym kierunku, zamiast skupiać się na kolejnych wyzwaniach w swojej dyscyplinie. Główna motywacja to kasa, choć wymiar sportowy jest dość wątpliwy. Gwoli ścisłości starcie Furyego z Ngannou zgromadziło przed ekranami dziesiątki milionów na całym świecie, natomiast odbywający się w tym samym dniu ekscytujący pojedynek o mistrzostwo świata w wadze super piórkowej między O'Shaquieim Fosterem a „Rockym” Hernandezem, gdzie 11 runda jest murowanym kandydatem do rundy roku, przeszedł bez echa.

Nowym trendem są walki dziadków – zasłużonych bokserów, którzy przekroczyli pięćdziesiątkę. Roy Jones Jr (51 lat) – Mike Tyson (54), James Toney (55) – Donovan Ruddock (60!) czy Vitor Belfort (MMA) kontra mający kłopoty finansowe 59-letni Evander

Holyfield, dla którego skończyło się to fatalnie. Do akcji rwą się kolejni, jak Shannon Briggs czy Riddick Bowe. Rośnie też zainteresowanie zawodowych bokserów startami u różnych, często mniej poważnych federacji. Jednak nie bokserów na emeryturze lub u jej bram, ale mających cały czas wysokie aspiracje i pozycje w boksie. Ostatnim rażącym aspektem są coraz popularniejsze walki youtuberów, jak bracia Paul. OK, co kto lubi, zainteresowanie jest, kasa się zgadza, w porządku. Ale gdy taki pojedynek jest walką wieczoru, a starcie mistrzowskie tylko przystawką, jest to gruba przesada. Niepotrzebne też wpychani są do walk zawodowych, bo szanse na wielkie triumfy mają marne. Zdecydowanie lepiej byłoby konfrontować ich między sobą na osobnych galach, bez wciskania kitu. Jak widać nawet w tak zasłużonym sporcie kasa, konsumpcjonizm i pusta rozrywka dla gawiedzi niestety zaczynają dominować ponad innymi aspektami. Idźmy dalej.

Piłka nożna. Coraz mniej w niej miejsca na naturalność, a coraz więcej kreowania rzeczywistości. Tabuny speców od wizerunku pracują nad tym jak zawodnik ma wyglądać, wypowiadać się, zachowywać, co ubierać i zamieszczać na Twitterze. Spontaniczność przestaje być w cenie, liczy się obrazek supersportowca, który staje się typowym produktem marketingowym, co widać też w innych dziedzinach, czyli muzyce i aktorstwie. Julia Wieniawa, Roksana Węgiel czy Viki Gabor to ładne, młode i zdolne dziewczyny, które wyłapanie w młodym wieku, po przejściu odpowiedniej obróbki, stały się kolejnymi taśmowo produkowanymi lalami, tracąc swoją wyjątkowość. Podobnie jest wśród facetów, gdzie coraz częściej widzimy młodych, nażelowanych przystojniaczków, a talent odgrywa drugoplanową rolę.

A pamiętacie, jak dwanaście czołowych klubów Europy planowało się wyłamać z Ligii Mistrzów i założyć Superligę? Co ich motywowało? Wyłącznie kasa! Na projekt szykowano wielkie pieniądze, a wyłożyć je miał głównie (oczywiście nie za darmo) bank JP Morgan, jeden z najpotężniejszych i najbardziej

przestępczych banków świata. Szczęśliwie zadziałał jeszcze instynkt kibiców, ale plany nie zostały wycofane, a jedynie odłożone w czasie.

Warto też wspomnieć o sponsoringu. Nie ma w nim nic złego gdy sportowiec dodatkowo zarabia, reklamując wartościowy produkt, zwiększając jego „zasięgi”. To prosta i skuteczna metoda promocji, a obie strony są wygrane. Jednak... Polski Cukier (obecnie Arriva Twarde Pierniki) Toruń, Exact Systems Hemarpoł Częstochowa, KS Developres Bella Dolina (obecnie PGE Rysice) Rzeszów – to nazwy niektórych polskich klubów. Sponsorzy tytułarni nie tylko spychają nazwy klubów na drugi plan, ale wręcz starają się je wypierać, co daje wygląd wręcz karykaturalny.

Główny problem leży jednak gdzie indziej. W coraz bardziej skomercjonalizowanym świecie zawodnicy reklamują, co się da, byle jak najwięcej się nachapać, często nie wiedząc nawet, co polecają. Zostają uwiązani w wielkim świecie pieniędzy, a pośrednio i polityki. Taki układ sprawia, że często zabierają głos w tematach, o których nie mają pojęcia, głosząc poglądy zgodne z wolą ich sponsorów i panującą linią ideologiczną. W ten sposób zostają pożytecznymi idiotami, a w razie odmowy, przyzwyczajeni do blasku fleszy i wiecznych zachwyków, mogą zostać usunięci w cień. Ten medal ma dwie strony.

Pierwsza to promocja konsumpcjonistycznego stylu życia, opartego na przeświadczeniu, że miarą wartości człowieka jest to, ile posiada i jak wygląda. Sportowcy często promują to nieświadomie, tylko czy takie wytłumaczenie działa na ich korzyść, czy świadczy o nich? Druga kwestia to poparcie określonej linii ideologicznej, obecnie całego tego tęczowego bełkotu o tolerancji, równości i walce z globalnym ociepleniem. Dochodzą też sytuacje wyjątkowe, jak „pandemia” czy wojna. Pokazuje się wtedy gwiazdki pokroju Igi Świątek, siatkarek czy LeBrona Jamesa w maskach lub ze strzykawką, które nie mają na ten temat choćby podstawowej wiedzy i bezmyślnie powtarzające antyruską psychozę, bez włożenia

minimum wysiłku w wyszukanie obiektywnych źródeł historycznych, wprowadzając miliony ludzi w błąd na ich szkodę.

Ktoś złośliwy może powiedzieć, że to wypociny frustrata, niepotrafiącego dostosować się do zmieniającej się rzeczywistości. Padają argumenty: „świat się zmienia” lub „sport to biznes”, co ma odzwierciedlenie w rzeczywistości. Kijem rzeki nie zawrócisz, a bilans zysków musi się zgadzać. Jednak należy pamiętać, że SPORT TO NIE TYLKO BIZNES. To także historia, tradycja, wartości i postawy, które powinny być inspiracją dla młodych i nie tylko. Kluczem nie jest zatrzymanie postępu i powrót do gry szmacianką, ale rozsądny balans między tą szlachetną dziedziną życia a biznesem i rozwijającą się technologią. W przeciwnym razie możemy nawet się nie zorientować kiedy sztuczność i przepych stanie się głównym celem, a sam sport zacznie odgrywać marginalną rolę w... sporcie. I choć nie jest to wbrew pozorom przesądzone, to wszystko zmierza w tym kierunku.

Autorstwo: Radek Wicherek (Połaku Dawaj z Nami)

Źródło: WolneMedia.net