

ALEŠ SEKOT

Sportovní mobilita versus globalizace: nové téma sociologie sportu

Sociologicky významné téma vztahu sportu a společnosti stále naléhavěji aktualizuje problematiku globálních aspektů fungování sportu jako sociálně-kulturního fenoménu. V globální rovině sport zaznamenává řadu dynamicky vnitřně rozporuplných a nevyváženě se rozvíjejících procesů, které jsou charakteristické zejména racionalizací, důrazem na úspěch a vrcholný výkon, specifickým zaměřením tzv. sportovní etiky a vznikem globální sportovní elity. Významnou roli v těchto procesech sehrávají masová média jako zprostředkovatel globálních hodnot a jako součást sportovní globalizace, zahrnující dále aspekty technické, migrační, ekonomické a ideologické. Sportovní migrace je pak výrazem dynamizace globální provázanosti světa, kdy se aktualizuje rozpor mezi snahou získat co nejvýhodnější geograficky podmíněnou pozici na sportovní scéně na jedné straně a smysluplností výchovy domácích sportovních talentů na druhé straně. Stojíme navíc před řadou geopolitických aspektů sportovní migrace, která snad nejnaléhavěji směřuje k otázce, co tvoří její nejsilnější motivy. Mnozí v tomto kontextu zmiňují pojem kulturního kolonialismu a správně se připomíná i téma kulturní přizpůsobivosti migrujících sportovců. Zatímco bohaté západní kluby posilují hostujícími sportovními hvězdami svoji popularitu a prestiž, stojí naopak zejména mnohé rozvojové země před problémem úbytku svých sportovních talentů.

Globální aspekty soudobého sportu

Fenomén sportu se stává stále pevnější součástí ilustrativních charakteristických stránek soudobého světa. Společnost a celé společenské skupiny jsou v mnohém ohledu stále více ovlivňovány sportovní podívanou. Víme velice dobře, že svět sportu je arénou nekompromisní soutěže, a to jak na samotném soutěžním sportovním poli, tak mimo jeho rámec. Obě strany „sportovních mantinelů“ svými vlastními prostředky a rozmanitostí cílů utvářejí celkovou povahu a význam sportu. Máme tak před sebou ekonomické a politické kontexty tvořící rámec komplexních znalostí o sportu jako sociálně kulturním fenoménu. Právě z takovýchto zorných úhlů pohledu pak zkoumáme co je možné, přípustné a fascinující ve světě sportu.

Moderní sport je pevně provázán se světem *globálních závislostí*. Jsme tak svědky zřetelného růstu popularity významných mezinárodních sportovních událostí stejně tak jako oblíbenosti sportování a sportovního oblečení

v kontextu kategorie volný čas či sílících projevů vzájemných vztahů sportu a masových médií.

Sport je produktem společnosti, je integrální součástí *kulturního dědictví* a jedinečnou formou *kolektivní aktivity*. Sport – jako kulturní fenomén – je v ohnisku sociologického zájmu především zkoumáním jeho úlohy ve společnosti. Sociologové sportu se snaží kriticky postihnout funkce a význam sportu ve společnosti, jejíž jsou součástí. Sociologie tak stojí před úkolem popsat a vysvětlit vznik a vývoj sportu v historické perspektivě a v rovině různosti kulturního prostředí. Důležitou úlohu zde sehrává i postižení *socializačních funkcí* moderního sportu, rozbor hodnot a norem jednotlivých forem sportu a jeho subkulturních projevů.

Sociologie sportu přispívá jak k adekvátním znalostem o společnosti, tak k formování takové praxe, která by nedevastovala, nýbrž harmonizovala životní prostředí a lidské zdroje: Svět sportu je místem zápasu, boje. Sociologové na půdě sportu proto musí zkoumat koexistenci a spolupráci stejně tak jako fenomén síly a moci tak, abychom lépe porozuměli jevům, které utvářejí svět sportu a jeho přístupné hranice.

Sport je pohybovou institucionalizovanou aktivitou spojenou se zvýšeným fyzickým úsilím a komplexem relativních fyzických dovedností motivovaných zlepšením celkové kondice, osobním prožitkem či cíleným výsledkem nebo výkonem. Jsme si vědomi skutečnosti, že jakýkoli pokus o definiční vymezení sportu reflektuje strukturu a organizaci vztahů sociálního života v konkrétní společnosti a v konkrétním čase. Sport je takto součástí sociálního a obecně kulturního života a přibližuje nám adekvátnější popis a pochopení života společnosti v daném kulturním, sociálním a politickém kontextu. Z toho pak logicky plyne, že ideje o sportu se mění v dimenzích *času a prostoru*. Pokud daná kultura akcentuje vztahy kooperace, pak princip soutěživosti s cílem získat vítězství a odměnu bude znít spíše rušivě, či dokonce nemorálně. Pro lidi žijící v kulturním ovzduší soutěživosti je naopak sport synonymem osobní výzvy a pohybové aktivity a hry bez vítěze mohou ztrácet smysl.

Vzájemné vztahy mezi sportem a společností jsou významně modelovány sílící vzájemnou globální provázaností jednotlivých zemí, států a kontinentů. Obchodní, tržní, válečné, migrační a kulturní vazby tvoří důležitou součást historie lidstva. V současnosti jsme svědky nových forem *provázanosti společenství* různých částí světa. A právě tato skutečnost usnadňuje a umožňuje samotné fungování a „konzumaci“ moderního elitního sportu. Ten je v širším kontextu provázán i s širší problematikou étosu sportu a soupeření těl, filozofickými reflexemi kultury sportovního činu a morálními konflikty v oblasti sportu.

Souhlasíme s definicí *globalizace* jako procesu vyvažování zmenšujících se rozdílů a zvyšování rozmanitosti *multikulturnosti světa* při současném úsilí vlivných mocenských skupin ovládat a regulovat přístup ke globálním zdrojům bohatství. Když diskutujeme globalizační dimenzi na poli sportu,

narážíme tím i na vztažné pojmy *amerikanizace*, *CocaColonizace* či *disneyfikace*. Jinými slovy: Americké formy kultury, výrobky a ideová poselství jsou na účet místní kultury vnučovány jiným kulturám. Někteří badatelé v tomto kontextu hovoří přímo o kulturním imperialismu ve smyslu kulturní hegemonie devastující místní tradice, zvyky a obyčeje a vytrhávající z původních etnických kořenů místní populaci. Z hlediska reakcí na globalizační procesy můžeme v zásadě hovořit o jejich totálních či dílčích dimenzích a zmínit pasivní, participující či konfliktní kulturní reakci.

Vzájemné vztahy mezi sportem a globalizací neprobíhají zpravidla zcela exaktně a přímočaře. V rovině *globálního sportu* však můžeme zmínit řadu charakteristických procesů:

- dlouhodobý ústup či dokonce zánik jedinečné nezápadní lidové kultury;
- vznik a šíření speciálně rodově (gendered) dimenzované ideové báze, obsahu, významu, zvyklostí a ovládacích mechanismů globálního sportu;
- prudký nárůst zvědečtění, racionalizace a zhodnocování lidských schopností;
- elitní sportovci jsou stále zřetelněji vychováváni jako „efektivní stroje“ řízené principem sportovní etiky zaměřené primárně na dosažení úspěchu a vrcholného výkonu;
- sportovci, diváci a konzumenti sportovní podívané jsou v jistém smyslu chápáni jako enviromentální hrozba;
- vznik *globální sportovní elity* souvisí i s prohlubováním rozdílů mezi bohatým Západem a chudým rozvojovým světem.

Výše uvedené procesy prostupují moderní sport od dob, kdy se sport stal médiem a barometrem národního sebevědomí a výrazem soutěživosti mezi národy a státy. Poslední dekády 19. století se tak staly svědkem šíření sportovního zápolení a vzniku sportovních organizací právě na mezinárodní úrovni. Došlo ke zvyšování příležitostí sportovního soutěžení mezi národními týmy a k postupnému akceptování specifických – většinou západních – sportovních odvětví, stejně jako ke vzniku světových mistrovských sportovních soutěží (kupř. ve fotbalu) a k znovuoživení globální sportovní události prvořadého významu – olympijských her. Postupné organizování světových mistrovství v řadě sportů dodalo globalizačním účinkům sportu nepochybně silný impulz. Sport v tomto smyslu můžeme chápat jako *globální idiom*, jako formu mezinárodní komunikace, jako svým způsobem dorozumivací „jazyk“ vstřícně přijímaný v celosvětové dimenzi. Komerční aspekty sportovní globalizace pak reflektují intenzivní úsilí prezentovat elitní populární sporty prostřednictvím masových médií v celosvětovém měřítku při účinném využívání zákonitostí *reklamy* a *spozorství* ve jménu rozšiřování trhu a maximalizace zisků. Nadnárodní

společnosti takto využívají sport jako prostředek šíření vlastních produktů a služeb v globálním měřítku. Například průmysl sportovních potřeb je zpravidla spojen sítí nadnárodních firem usilujících nejen o co největší podíl na trhu, nýbrž cílících i ke globálním výrobním strategiím včetně, tzv. delokalizace. Zvyšující se podíl populace rozvojových zemí se podílí na produkci zboží, které fakticky slouží reprodukci životního stylu bohatých rozvinutých zemí. Mediální sport masové zábavy a sportovní potřeby se tak stávají synonymem globálně šířených hodnot a životních stylů.

Mediální sport jako zprostředkovatel globálních hodnot

Globální sport je specifickým výrazem západní *maskulinní kultury*. Sport je v tomto smyslu jedním z nejmočnějších dosud známých *transferyových mechanismů* na půdě kultury a hodnotových orientací. Západní dominance však ani na tomto poli není neomezená. Lidé však v řadě případů čelí bezbřehému šíření globálních vzorů maskulinních sportovních ikon ve snaze udržet, posílit a rozvinout vlastní původní domorodé formy sportovních aktivit.

Globální provázanost komplexní konstrukce světa sportu zahrnuje řadu charakteristických rysů. V tomto smyslu máme před sebou následující dimenze sportovní globalizace:

- *Technická* – šíření sofistikované (zejména komunikační) technologie prostřednictvím velkých korporací a vládních agentur.
- *Migrační* – zahrnuje mezinárodní sportovní turismus orientovaný na sportovní události a rekreační sportovní příležitosti a obsahující fenomén hostování či imigrace atletů v cizích místních či dokonce národních týmech.
- *Ekonomická* – orientace na rychlý a efektivní oběh kapitálu a sportovních produktů a jejich ekvivalentů na globální úrovni.
- *Mediální* – reflektující rychlý přenos informací a idejí utvářených a zprostředkovaných prostřednictvím masových médií, jako je rozhlas, televize, video, internet a globálně propojené komunikační spoje
- *Ideologická* – šířící identické ideje a hodnoty přes hranice států a národů

Praktické implikace sportovní globalizace odrážejí kupříkladu skutečnost, že nejlepší hráči Evropské ligy mistrů – z Evropy, Jižní Ameriky a Afriky – používají výzbroj a výstroj navrženou na Západě, financovanou nadnárodními společnostmi jako Nike či Adidas a ručně vyrobené v Asii i za použití dětské práce.

Významné globalizační znaky vykazuje zejména průmysl produkující sportovní produkty pro *volný čas*. Sportovní oblečení a obuv se tak stává

symptomatickým znakem městského životního stylu a charakteristickým symbolem *konzumní kultury*. Vůdčí postavení na tomto poli dnes zaujímá Nike. Prezentace a prodej zejména sportovní obuvi této globálně rozšířené prestižní firmy je cílem dynamické sítě zahrnující návrháře, výrobce, subdodavatele, distributory a makléřské firmy. Americké vedení koordinuje tuto složitě provázanou síť v řadě geograficky vzdálených zemí, jako je Thajsko, Singapur, Jižní Korea nebo Čína. Designéři této firmy navrhují oblečení pro volný čas jak důrazem na celosvětovou prodejnost, tak s ohledem na specifika vkusu místních trhů. Místní koncesionářští prodejci pak zajišťují přiměřenou distribuci v souladu s *globální marketingovou strategií*. Komplex mediální sportovní produkce je navíc efektivně využíván ke zvýšení popularity produktů. Na půdě reklamy se efektivně využívají i globálně známé sportovní hvězdy, jako např. brazilský fotbalista Rinaldu nebo černá basketbalová legenda Jordan. Elitní sport se nyní objevuje v celosvětovém měřítku ve sféře obchodu a reklamy, které pevně souvisí s fenoménem zvaným *global flow*.

Kontext sportovní globalizace však upozorňuje i na skutečnost, že kulturní vkus a módu není možné neomezeně ovládat: lze je však efektivně *ovlivňovat*.

Souhlasím tak s Ellisem Cashmorem: „Nike je významou firmou nikoli primárně tím, že by nějak zásadně ovlivnila sportovní módu, nýbrž tím, že ji nebývale globálně rozšířila v souladu se svými obchodními zájmy.“ Sportovní produkty jsou tak asociovány – zejména mezi mládeží a pracujícími – s *globálně šířenými a sdílenými představami úspěchu* a schopnosti být „in“. Televize, film a dokonce i vzdělávací instituce jsou tak desítky let součástí měnící se kulturní konfigurace, ve které sport zaujímá stále přitažlivější postavení. Některé výrobky jsou prodejné právě díky tomu, že jsou asociovány s fascinujícím světem sportu. Právě proto jsou reklamní kontrakty na půdě sportu tak velice lukrativní. Nike je příkladem schopnosti využít dané sociální, politické a kulturní požadavky v pravý čas a na pravém místě a marketingově je zhodnotit. V době, kdy Spojené státy byly sužovány nekončícími rasovými problémy, aréna sportu ukazovala, že barevní – bez ohledu na jejich původ – mohou dosáhnout těch nejvyšších met. Basketbalová superstar *Michael Jordan*, jakožto významná marketingová ikona firmy Nike, představuje pohádkový příběh černého muže, který se díky světu sportu dostal „až na samotný vrchol“ myslitelného obdivu a bohatství. Vytváření takového image by však nebylo možné bez *kulturní a technické transmutace* společnosti prostoupené složitou sítí koaxiálních kabelů propojených ideovým poselstvím fascinujícího světa sportu. Když se Michael Jordan objevil počátkem devadesátých let jako reklamní hvězda společnosti Nike, posílil zároveň *globální zviditelnění* svého klubu Chicago Bulls a národní basketbalové ligy a nesmírně zvýšil zejména popularitu basketbalu samotného. Pochopitelně primárně zvýšil prodej sportovní obuvi značky Nike.

Svět médií a sportu je stále těsněji provázán vazbami vzájemně výhodných vztahů. Média šíří image migrujících individuálních sportovních hvězd, podporují specifické formy trávení volného času a šíří tak zároveň nepřehlédnutelné kulturní poselství v globálním měřítku. Olympijské hry či světová mistrovství v kopané sledují miliardy lidí po celém světě. Moc masových médií ve spojení se světem sportu vytváří globálně neomezený prostor pro šíření hodnot jedinečně podívané, vzrušení a osobních vzorů. V rovině hodnot a idejí pak takové jedinečné sportovní události jako olympijské hry slouží jako katalyzátor šíření nadnárodních idejí akcentujících především obdiv k vysokému výkonu a vítězství. Velkolepé ceremoniály u příležitosti zahájení a ukončení olympijských her usilují jak o co nejučinnější tvorbu pozitivních představ o hostitelské zemi, tak se obracejí i se společným poselstvím i ke globálnímu publiku. V tomto smyslu máme před sebou jedinečný příklad *homogenizace* kultury, když dosahování co nejlepších výsledků ve sportu, podstata samotného olympijského hnutí a vědecky dimenzované sportovní programy fungují vedle souběžného zvyšování *rozdílnosti sportu* na alternativní či subkulturní úrovni.

Sportovní migrace: aktuální téma

Přelom nového tisíciletí přináší i na půdě sportu nová témata. Jsme svědky stěží zodpověditelné otázky „vítězů“ a poražených v kontextu globalizace sportu. Kdo má největší užitek z globální dimenze sportu? Jaký je skutečný dopad globálně mediálně zprostředkovaného elitního sportu na lokální masové rekreační sportování? Kde jsou limity nekonečného prohlubování propasti mezi elitním vrcholovým profesionálním sportem na jedné straně a rekreačním sportem na druhé straně? Kam až může dojít bezuzdná posedlost překonat rekordní výkony a jaké jsou skutečné nejzazší meze lidského těla? A existuje vůbec nějaké realistické měřítko materiálních odměn populárních sportovců? Další otázky se nepochybně otevírají v kontextu úvah o možnostech a mezi regulování, kontroly, udělování licencí a správy na půdě sportovní politiky. Její globální výměr je silně aktualizován problematikou násilí, fyzického poškozování a bolesti, užívání návykových výkon povzbuzujících látek a vůbec velkého tématu vztahu sportu a zdraví.

Naše současná evropská zkušenost stále naléhavěji upozorňuje na největší fenomén *migrace sportovní pracovní síly* a otevírá relevantní problémy výchovy domácích sportovních talentů a vykořisťování sportovců ze zemí, které nejsou součástí evropských organizačních struktur. Právě zde se znovu ukazuje, že bohatý Západ hraje dominantní rozhodovací úlohu: má nejvyšší kredit, status a prestiž. Čím je jednotlivé sportovní odvětví technicky a finančně náročnější, tím obtížnější je udržet krok na úrovni globální konkurenční schopnosti (kupř. Formule 1 či polo). A zde má Zá-

pad nespornou materiální převahu. Může si proto také dovolit získávat nejen sportovní talenty, nýbrž i odborníky a trenéry ze zemí, kde sport nepřináší takovou míru materiálních požitků. Na půdě fotbalu jsme tak svědky víceméně jednosměrného proudu jak vrcholových sportovců z bývalého „komunistického bloku“, tak talentů z Afriky a Jižní Ameriky do bohatých evropských klubů prestižních ligových soutěží. Spojené státy pak čerpají zejména talentované lehké atlety a basketbalisty.

Západ sehrává dominantní postavení i v oblasti návrhů, výroby a marketingu sportovní výzbroje a výstroje. Většina inovací i v tomto směru vzniká na Západě. Také nadnárodní sportovní federace jsou zpravidla ovládnány západními funkcionáři a úředníky. Globální sportovní turnaje a klání jsou většinou pořádány v rámci kulturní západní hemisféry. Z tohoto pohledu je to tedy Západ, který pevně drží v rukou nadvládu ve světě globálního sportu a kde je tedy i vítězem *globálního sportovního zápasu*.

Geopolitické aspekty sportovní migrace

Pracovní migrace tvoří integrální a již vžitou stránku sportovní globální scény. Tento pohyb lidí v prostoru či sociálním postavení se týká nejen sportovců, ale zahrnuje i trenéry, kouče a funkcionáře, úředníky a vědecké pracovníky. Jde o stále dynamičtější fenomén pohybu lidí světa sportu mezi národy a kontinenty.

Sociologové v tomto ohledu zpravidla mapují zejména populární sporty.

V centru pozornosti leží problematika mobilityních drah a takovéto významné změny v životě mají dosah pro samotného sportovce a i pro hostitelskou stranu. V tomto ohledu se nabízí řada problémových otázek:

- Které sporty nejvíce motivují k migraci?
- Jaké kulturní změny sportovní migraci doprovázejí?
- Existují vůbec nějaké obecné vzory sportovní migrace?
- Co náleží k nejsilnějším motivačním faktorům pro migraci?
- Jaké specifické zkušenosti jsou profesionální migrující sportovci nejsilněji vystaveni?

Migrace sportovců v rámci „sportovního průmyslu“ probíhá na třech úrovních: v rámci národa či státu, mezi státy v rámci jednoho světadílu a v globálním měřítku mezi kontinenty. Snad největší pohyb v tomto směru zaznamenal již zmíněný fotbal, dále americký fotbal, basketbal, lední hokej, kriket a lehká atletika. Sociologická literatura v tomto ohledu nabízí např. zajímavou analýzu sportovní mobility basketbalistů Dominikánské republiky do USA. Evropská perspektiva upozorňuje na migrační posuny fotbalistů, hokejistů, basketbalistů a lehkých atletů mezi východní Evropou a členskými zeměmi Evropské unie. Specifickým příkladem zřejmě převážně finančních motivů pohybu sportovní pracovní síly v me-

zinárodním měřítku tvoří nedávná angažmá českých hráčů ledního hokeje a fotbalu v bohatých ruských klubech. Sportovní migrace po rozpadu „socialistického tábora“ je pak nejčastěji spojována s pojmem „potrubí talentů“. Do tohoto vzorce plně zapadá i exodus talentovaných bosenských a chorvatských sportovců během válek v bývalé Jugoslávii směrem do západní Evropy. Dá se předpokládat, že postupné rozšiřování Evropské unie směrem na východ tento proces ještě urychlí.

Mezi Severní Amerikou, Evropou, Jižní Amerikou a Asií je pohyb pracovní síly významný ve sportech, jako je americký fotbal, basketbal a fotbal. V polovině devadesátých let např. více než 400 Američanů působilo v evropských profesionálních basketbalových soutěžích, zejména v Itálii a Španělsku včetně české vrcholné ligové soutěže. A souběžně s tím americké hokejové kluby usilují o získání hráčů ze Skandinávie, České republiky a Slovenska. Sportovní migrace také usnadňuje kanadským a americkým hokejovým hráčům uplatnění jejich sportovního mistrovství v Británii, Německu, Francii či Švýcarsku.

Aktivním nábojem evropských sportovců se vyznačují některé americké univerzity. Stejně tak zde úspěšně hledají uplatnění sportovně nadaní afričtí studenti. Australané, lidé z Karibiku, Jižní Asie a Jižní Afriky nacházejí již desítky let mnohdy prominentní uplatnění v anglickém kriketu. Fenomémem sportovní migrace dále příznačně ilustruje zkušenost evropských, amerických a afrických atletů v prestižním kolotoči lehkotletické Grand prix či mezinárodní účast lyžařů na světovém poháru ve sjezdovém lyžování. Jiným příkladem může být profesionální cyklistika nebo motoristický sport, počínaje kolotočem globálně „rozkročených“ Velkých cen Formule 1 až po mezinárodní složení cyklistických profitýmů.

V týmových sportech jsou hráči angažováni na určitou, zpravidla smluvně zakotvenou dobu v hostitelských zemích, nebo dokonce usilují i o získání nového občanství. V některých případech se tak migrující sportovci mohou stát členy národních týmů a reprezentovat svoji „novou vlast“.

Sledujeme-li fenomén „amerikanizace“ sportu, setkáváme se v zásadě s jistou formou *kulturního kolonialismu*. Sport, jakožto segment masové kultury, je nepochybně významnou formou posilování kulturní hegemonie. Tento proces probíhá v širším kulturním rámci vztahů mezi vyspělými bohatými průmyslovými zeměmi na jedné a rozvojovými zeměmi na druhé straně. To může vyvolávat i velmi specifické formy odporu vůči mocnému působení hlavního proudu globálního šíření sportu. Dominikánská společnost tak pozoruhodným způsobem vyjadřuje odpor vůči americkým zájmům na půdě baseballu: Baseball je totiž jedinou formou kulturní interakce mezi těmito dvěma zeměmi, kde se Dominikánská republika dokázala vyrovnat s Amerikou či dokonce zastínit nadřazenost amerického sportu.

Dynamizace procesu sportovní migrace nabízí řadu pozoruhodných rysů. Za zmínku například stojí, že v některých případech jsou sezónní mi-

grační procesy pevně provázány s *krátkodobými turnajovými přesuny*, typickými kupříkladu pro tenis a golf. Tenisové hvězdy jako Venus Williamsová či Andre Agassi křížují zeměkouli na cestě získávání vítězství a cenných bodů na prestižních turnajích Grand Slam. Tyto migrační „trajektorie“ zpravidla trvají celou sezonu, přičemž pobyt na jednom turnaji ve většině případů nepřesahuje osm dnů. Tenisoví hráči spolu s hráči golfu či piloty Formule 1, jsou tak skutečnými *nomády sportovní migrace*, když neustále mění místo svého profesního působení a v souladu třeba se systémem zdanění příjmů začasté i místo bydliště.

Sportovní migrace svou povahou přináší v některých sportech a ve specifických případech jistý stupeň vykořisťování, nestandardních forem socializace a zvýšených nároků na *kulturní přizpůsobivost*. Dokonce ani tak populární, obdivovaná, bohatá a dokonce zbožňovaná sportovní hvězda jako např. český hokejový idol *Jaromír Jágr* nemůže nezvýhradně rozhodovat o svém profesionálním působení. Může být totiž „prodán“ z týmu do týmu dokonce bez vlastního výslovného souhlasu. Neudivuje, že se rád vrátil do svého „domovského“ kladenského týmu v případě krize kanadsko-americké NHL v sezoně 2004-2005, aby se nakonec přece jen rozhodl pro stejně dočasné – jako lukrativní – působení kdesi v dalekém Rusku a poté opět ve znovuoživené NHL.

Ačkoli ženy ve světě sportu mají stále větší realizační platformu a stávají se tak nedílnou součástí globálních mobilních drah, je dynamika sportovní mobility mužů v tomto ohledu stále mnohem razantnější. Rodové role totiž s ohledem na funkci rodiny či matky v případě žen sehrávají důležitější úlohu než v případě v tomto směru mnohem nezávislejších mužů. Nezanedbatelnou roli sehrává i vliv mnohorozměrného působení národní identity a etnické příslušnosti.

Když se snažíme odhalit základní hybné síly uvádějící v pohyb sportovní migraci, je zřejmé, že ekonomická analýza je sice nesmírně významná, nikoli však nezbytně nutně dominující. Individuální motivy sportovní migrace bývají totiž spíše mnohvrstevné a odrážejí *pluralitu* daných ekonomických, politických, historických, geografických, sociálních a kulturních faktorů. Tyto faktory a individualizované tlaky se mění i v dimenzích jednotlivých sportů a v kontextů zemí a kontinentů. Není pak snadné odhalit právě dominující motiv mobility sportovní pracovní síly. Přitom skutečnost, že zejména v „postkomunistickém bloku“ lidé většinou věří v „sílu peněz“ a jsou ohromováni výší částek za smlouvy některých globálně působících sportovních hvězd, upozorňuje zpravidla na ekonomické faktory jako základní stimul zahraničních angažmá. Astronomické částky vyplácené některým migrujícím fotbalistům či hokejistům tuto skutečnost přirozeně i na půdě veřejného mínění významně modelují. Obecně vzato můžeme shrnout, že sportovní migrace je provázána komplexem politických a ekonomických faktorů, které jsou součástí mocenského boje charakteristického pro globální sportovní systém.

Sociálně-kulturní aspekty migrace sportovní pracovní síly

Je nutné připomenout, že vedle finančních důvodů modeluje svět sportovní migrace i řada dalších faktorů. Správně se připomíná i touha podrobit zkoušce vlastní schopnost soupeřit s těmi nejlepšími či nabýt novou životní zkušenost života v odlišné zemi nebo dokonce kultuře. V případě hráčů fotbalu tak sehrává ve spektru motivů sportovní migrace významnou roli *relativní status a renomé* určitého fotbalového klubu, jeho mezinárodní úspěchy, specifická kvalita herního stylu, složení týmu a ekonomická síla a mezinárodní věhlas týmu či ligové soutěže. České fotbalové hvězdy Nedvěd a Rosický jistě vědí o co v tomto kontextu běží. Kosmopolitní povaha některých ligových soutěží a klubů přináší i přirozenou snahu využít jejich prestiž na politickém poli na cestě zvyšování kreditu země nebo státu.

Odstranění politické železné opony koncem osmdesátých let migrační procesy výrazně urychlilo: Vábníčka finančního zisku a zvýšení prestiže odvozené z profesní sportovní kariéry směrem na Západ se staly silným stimulem migračních vzorců. Přitom však jako protisměrně působící síla i nadále zůstávají nepřehlédnutelné rozhodovací faktory, jako jsou geografická blízkost, historicky sdílená etnicita, kultura, jazyk, náboženství, struktura hodnot, životní styl. Fascinující, neodolatelná kariérní přitažlivost spojená s fanatickými zástupy fanoušků a jinde nevídanou dokonalostí soustavy sportovních zařízení, známých např. v některých italských, španělských a britských klubech, je pro většinu i těch největších fotbalových hvězd prostě neodolatelná. Jejich profesionálním přestupem *získaný status* je dále generován prostřednictvím schopností učit se novému, osvojit si jazyk a zvyky hostitelské země a ochotou respektovat specifika nového kulturního prostředí. Hostitelské kluby nepochybně oceňují i flexibilitu při získávání a zhodnocení místního herního stylu a spojení individuální síly a výkonu s očekávanou týmovou herní technikou. Z lidského hlediska nelze přehlédnout ani fakt, že kolotoč přestupových procedur mnohdy rázem činí z bývalých spoluhráčů nekompromisní soupeře.

Schopnost stát se integrální součástí kultury hostitelské země bývá zpravidla vysoce oceňována: Hráči původem z jihovýchodu Evropy či Jižní Ameriky jsou z tohoto zorného úhlu skandinávskými trenéry, spoluhráči a fanoušky v řadě případů hodnoceni jako spíše emočně nestálí a neschopni plně respektovat nové hodnotově odlišné kulturní prostředí vzájemného respektu k jedinci a přírodě.

Fenomén sportovní migrace aktualizuje – mezi jiným – i otázku zaměstnaneckých práv. Existují zde poměrně velké rozdíly mezi týmovými a individuálními sporty. Evropský fotbal vzdor svým nesporným materiálním výsadám může hráčům nabídnout pouze minimální míru profesních svobod při srovnání s individuálními sporty, jako je například tenis či golf. Martina Navrátilová, John McEnroy či Tiger Woods požívají nepochybně větší míru rozhodovacích pravomocí v záležitostech uplatnění svého spor-

tovního talentu a profesionální kariéry než třeba fotbalový idol David Beckham a celá plejáda fotbalových či hokejových hvězd první velikosti. Individuální sport však rozhodně nenabízí všem stejné výhody známé z tenisu nebo golfu: Mladé gymnastky jsou spíše vystaveny specifickým formám vykořisťování či omezování v rámci tréninkových metod, skladby stravy, udržování tělesné váhy a výkonnostních nároků.

Kolektivní sporty v různých zemích a v rámci sportovních odvětví řeší pracovněprávní problémy migrace i cestou odborů (lední hokej, basketbal, baseball). Univerzitní sport je líhni pro některé profesionální americké basketbalové kluby a týmy amerického fotbalu. Rámcem Evropské unie dnes silně aktualizuje stále živě diskutovanou problematiku volného pohybu pracovní síly i na půdě sportu, když se sportovci z nečlenských zemí stávají subjektem speciálních výběrových procedur.

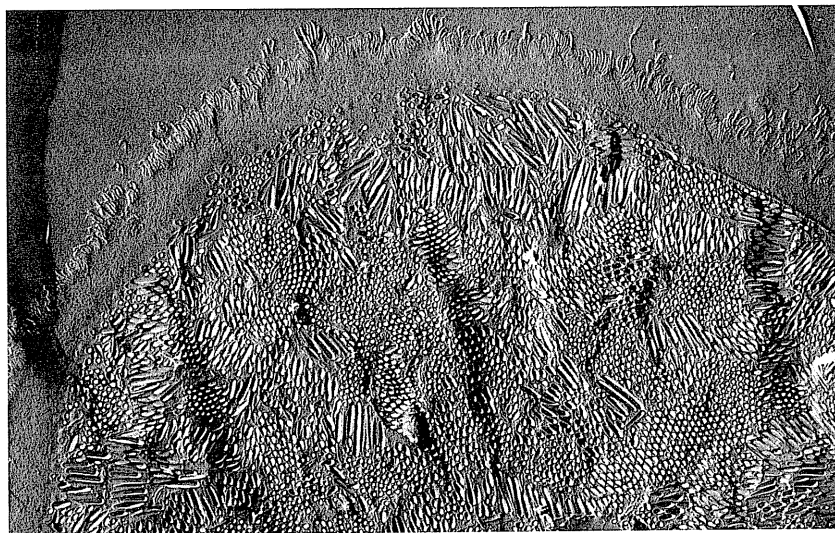
Široká škála dlouhodobé migrace sportovců může v některých případech vyústit i do problému *zužování základny sportovních talentů dárcovských zemí*. Země Jižní a Střední Ameriky tak ztrácejí špičkové baseballové a fotbalové hráče právě díky jejich hromadnému odchodu za „sportovní“ kariérou ve Spojených státech. Rozvojové země investují často mnoho úsilí a materiálních prostředků do výchovy sportovních talentů, které jsou však následně zcela nenávratně absorbovány bohatými západními ligovými soutěžemi či sportovními a univerzitními kluby. Bohaté země takto vcelku snadno získávají právě ty největší sportovní talenty. Projevuje se to následně též na úrovni státní reprezentace. Africké, ale i středoevropské země postrádají právě ty nejlepší do reprezentačních týmu v případech, že jejich národní účinkování koliduje s parciálními zájmy cizí klubové soutěže.

Problematika sportovní migrace má i další, mnohdy spíše skrytou stránku. Zvyšující se počet zahraničních sportovních „legionářů“ totiž přímo úměrně snižuje příležitost pro sportovní uplatnění místních sportovců, zejména „sportovního mláďá“. Víme však, nebo přinejmenším tušíme, že nejznámější evropské fotbalové kluby usilují o co nejlepší pozici za téměř každou cenu a za využití každé možné příležitosti. Citujme namátkou kontroverzního mediálního magnáta a politika Silvia Berlusconiho, vlastníka AC Milán: „Koncepte národních týmů svým významem postupně stále slábnou. Jsou to totiž klubové soutěže, které přitahují divácký zájem.“

Problematika *reakce* sportovní pracovní síly na *hostitelskou kulturu* je jak ze sociologického, tak z psychologického hlediska velmi zajímavá. Stálý přesun v kontextu různého kulturního prostředí či dokonce etnické a nebo rasové scény klade i na sportovní migranty specifické nároky. K těm nutno přičíst zejména osobní flexibilitu, schopnost pružné orientace v novém prostředí, ochotu učit se novým formám chování a reakcí, nebýt svazován strachem z neznámého či dokonce xenofobií. Zejména téměř permanentně migrující hráči tenisu a golfu nebo piloti Formule 1 tak čelí specifickým problémům *interkulturní komunikace*. Důležité globální sportovní události a turnaje vyvolávají mnohavrstevné formy *kulturní komunikace* provázané

vzájemným stykem hráčů, trenérů, koučů, funkcionářů, fanoušků a sportovních novinářů. Takovéto formy komunikace mohou však přinášet i jistou míru nepřátelství hostitelské země. Čelíme zde totiž i možným kontraverzním vazbám týkajícím se národní a osobní identity a provázaným s fenoménem sympatie k místu, regionu nebo zemi. Problémy s tím spojené pak postupně vytvořily novou mezinárodně působící profesionální kategorii právníků, ekonomických poradců, odborných konzultantů a manažerů.

Sportovní migranti nemohou být vázáni primárně oscilací sympatií kolem specifického místa či lokálního společenství. Jejich *status* a *tržní hodnota* je totiž odvozována převážně z etosu tvrdé profesionální přípravy, odstupňovaných odměn a vítězství za každou cenu. Jsou v situaci, kdy se herní dovednosti a sportovní výkon stávají subjektem ekonomických kalkulů, kdy úspěch je pevně provázan s jejich tržní hodnotou. Existence klubů a individuálních sportovců je stále silněji závislá na příjmech proudících od diváků, sponzorů a masových médií. Napětí mezi dvojím pojetím sportu, tj. mezi těmi, kteří vidí ve sportu výnosnou mediální zábavu (anglicky pojmový ekvivalent „sportainment“) a těmi, kdo mají na srdci spíše pozitivní socializační a kondiční funkce sportu, tak přesahuje téma sportovní migrace do dalšího fascinujícího sociologického tématu: vzájemný vztah elitního profesionálního vrcholového sportu a masové kultury v širším kontextu filozofických, kulturních a lidských aspektů sportovních hodnot



Nodularia litorea z Baltického moře.

Buňka je napěchována plynovými měchýřky, zajišťujícími vznášeni vlivost ve vodě.

Mohutná slizová pochva trichomu vybíhá v radiální vlákna.

Preparace mrazovým lámáním. (Foto: J. Šmarda)