

## SPORT WOBEC MORALNYCH WYZWAŃ PROCESU GLOBALIZACJI

Rozwój procesu globalizacji nie tylko stanowi swoiste *signum temporis* współczesnego świata, ale także powoduje nowe wyzwania moralne. W różnych dziedzinach, także w zakresie sportu i szeroko rozumianej kultury fizycznej, wytwarza on bowiem sytuacje, które nie pozostają bez wpływu na etyczny aspekt ludzkiego życia zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i społecznym. Wydane w 2004 roku przez Papieską Radę Iuistitia et Pax *Kompendium nauki społecznej Kościoła* wskazuje na globalizację jako na jedno z podstawowych i najbardziej radykalnych wyzwań współczesności. Ma ona bowiem „znaczenie szersze i głębsze niż tylko czysto ekonomiczne, ponieważ w historii otworzyła się nowa epoka, co wiąże się ściśle z losami ludzkości”<sup>1</sup>. Dlatego globalizacja stała się obecnie zagadnieniem podejmowanym nie tylko w refleksji ekonomicznej, socjologicznej czy prawnej, a także teologiczno-moralnej.

Niełatwym zadaniem jest precyzyjne zdefiniowanie zjawiska globalizacji, gdyż stanowi ono podlegający nieustannym przekształceniom wieloaspektowy i wielokierunkowy proces integracyjny, dokonujący się przede wszystkim w dziedzinie gospodarki, światowego rynku, a także komunikowania masowego i kultury. Termin „globalizacja” wywodzi się od łac. *globus* (kula ziemiska) oraz *globalis* (całościowy, ogólny). Etymologicznie pojęcie „globalizacji” wskazuje zatem na zjawiska, które obejmują cały świat. W latach sześćdziesiątych XX wieku M. McLuhan sformułował słynne określenie „globalna wioska” (*global village*), opisując nim zmiany zachodzące we współczesnej cywilizacji, w której dzięki telekomunikacji i mediom elektronicznym stopniowo „zawęża się” czasowo-przestrzenny zakres ludzkiego życia<sup>2</sup>. Szybki przepływ informacji, komputeryzacja, Internet i nowe możliwości porozumiewania się sprawiły, że cały świat w coraz większym stopniu obecny jest

---

1 KNSP 16.

2 Por. M. McLuhan (2004), *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, Warszawa, ss. 11-12; T. Sporek (2007), *Sponsoring sportu w warunkach globalizacji. Dylematy i wyzwania*, Warszawa, ss. 44-45.

blisko nas, niejako w „naszym domu”, zmieniając przez to sposób myślenia człowieka<sup>3</sup>.

W tej perspektywie sport jawi się jako ważny czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego w wymiarze globalnym. Przykładem tego są transmitowane przez telewizje satelitarne wielkie wydarzenia sportowe (np. igrzyska olimpijskie, imprezy piłkarskie, mistrzostwa świata), w których uczestniczą miliony widzów na całym świecie. Imprezy te ukazują, że obecnie sport ma nie tylko charakter aktywnego doświadczenia wyrażania samego siebie, pozytywnej i radosnej rywalizacji oraz godziwej rozrywki, ale stał się swoistym „produktem” w globalnym przemyśle. Dokonuje się to w kontekście współczesnych przemian politycznych i gospodarczych, które zmierzają do zniesienia różnic kulturowych i społecznych między narodami. Spowodowało to nie tylko rosnącą współzależność gospodarek i systemów społecznych, lecz także szerzenie nowych idei filozoficznych i etycznych, których podstawą są warunki życia i pracy obecne w prawie wszystkich częściach świata<sup>4</sup>.

Rozpatrując moralne wyzwania, które stoją przed kulturą fizyczną w dobie globalizacji, należy zaznaczyć, że mają one charakter bardzo złożony. Szczególne znaczenie odgrywa w nich aspekt ekonomiczno-polityczny, a także związany z nim wymiar społeczno-kulturowy.

## **Globalizacja sportu w wymiarze ekonomiczno-politycznym**

Globalizacja jako zjawisko ekonomiczno-polityczne jest procesem tworzenia zliberalizowanego i zintegrowanego światowego rynku towarów i kapitału oraz kształtowania się nowego międzynarodowego ładu instytucjonalnego służącego rozwojowi produkcji, handlu i operacji finansowych w skali całego świata. Istotę globalizacji stanowi prawo dostępu do wolnego rynku, handlu, możliwość tworzenia globalnego rynku światowego oraz prawo do swobodnego przepływu kapitałów na skalę nieograniczoną. Charakterystyczną cechą globalizacji jest narastająca eliminacja barier uniemożliwiających przemieszczanie się ludzi, kapitałów i towarów. Stopniowej likwidacji ulegają zatem terytorialne, ekonomiczne i polityczne granice między państwami. Wielkie, ponadnarodowe korporacje bez trudu ignorują te granice, przenosząc produkcję tam, gdzie są najniższe koszty<sup>5</sup> Globalizacja odnosi się zatem do sieci

---

3 Por. K. Bełch (2007), *Wyzwania globalizacji w świetle nauki społecznej Kościoła*, Przemysł, ss. 12-16; J. Orzeszyna (2003), *Kościół wobec globalizacji*, Kraków, s. 9.

4 Por. A. Dulles (2000), *The Catholicity of the Church and Globalization*, *Seminarium*, nr 2(15), ss. 259-268; T. H. Sanks (1999), *Globalization and the Church's Social Mission*, *Theological Studies*, 60, ss. 625-651.

5 Por. R. Mion (2000), *Il processo di mondializzazione: una nuova cultura con luci ed ombre*, *Seminarium*, nr 2(15), ss. 229-244; K. Bełch (2007), *Wyzwania globalizacji w świetle nauki społecznej Kościoła*, op. cit., ss. 55-68.

wzajemnych powiązań i zależności gospodarczo-politycznych, jakie cechują współczesny świat<sup>6</sup>.

Z punktu widzenia etycznego posiada ona ambiwalentny charakter, na co zwrócił uwagę Jan Paweł II: „Globalizacja *a priori* nie jest ani dobra, ani zła. Będzie ona tym, co uczynią z niej ludzie. Żaden system nie jest sam w sobie celem. Należy koniecznie obstawać przy tym, że globalizacja, jak każdy inny system, musi służyć osobie ludzkiej; musi służyć solidarności i dobru wspólnemu”<sup>7</sup>. Może być więc ona zjawiskiem pozytywnym, ale trzeba również dostrzegać zagrożenia moralne, jakie proces ten ze sobą niesie.

W dziedzinie kultury fizycznej z procesami globalizacyjnymi w aspekcie ekonomicznym związany jest sponsoring sportu, który w warunkach rynkowych polega na propagowaniu znaku towarowego lub logo w zamian za wspieranie osób lub organizacji. Obecnie możliwości perswazyjne standardowej reklamy stają się coraz bardziej ograniczone. Dlatego wydarzenia sportowe o zasięgu globalnym (np. igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata czy Europy, *Tour de France*, *Wimbledon*) są atrakcyjną okazją do realizacji funkcji promocyjnych. Przykładem tego jest działalność firm sponsorskich, które zawierają kontrakty ze znanymi sportowcami lub klubami sportowymi. Oprócz dostrzeżenia niewątpliwych korzyści, które z tego płyną, nie można jednak pominąć kwestii negatywnych, takich jak chociażby zjawisko dopingu czy korupcji w sporcie zdominowanym coraz bardziej przez nastawienie komercyjne, które niszczy „ducha sportu”<sup>8</sup>.

Ponadto, współczesny marketing, stosując najnowsze metody socjotechniczne, zdolny jest do manipulowania ludzkimi postawami. W ten sposób za sprawą środków społecznego przekazu oraz instytucji bukmacherskich rywalizacja sportowa odchodzi od idei olimpijskiej i zasad *fair play*, stając się niejednokrotnie skutecznym narzędziem manipulowania reakcjami człowieka. Narzucanie podczas widowisk sportowych określonych emocji kibicom, stwarza wrażenie sztuczności, gdyż nie wynikają one ze spontanicznych zachowań, lecz z zamierzonej strategii marketingowej komentatora. Mecze piłki nożnej czy konkursy skoków narciarskich to mające wymiar globalny wydarzenia, które przyciągają przed ekrany telewizyjne miliony widzów. Nieświadomie stają się oni często obiektem nie mającej

---

6 Por. CA 58; P. Valley (1998), *Into the Twenty-First Century: John Paul II and the New Millennium*. W: Valley P. [red.] *The New Politics. Catholic Social Teaching for the Twenty-First Century*, London, ss. 142-147.

7 Jan Paweł II (2001), Globalizacja i etyka. Przemówienie do uczestników VII Sesji Plenarnej Papieskiej Akademii Nauk Społecznych (27 kwietnia 2001), 2, *L'Osservatore Romano*, nr 6 (22), s. 42.

8 Por. T. Sporek (2007), *Sponsoring sportu w warunkach globalizacji*, op. cit., ss. 154-162; A. Sznajder (2008), *Marketing sportu*, Warszawa, ss. 214-258; S. R. Bryl (2009), Doping w sporcie wyczynowym w aspekcie socjologicznym, filozoficznym i prawnym. W: Z. Dziubiński, K. W. Jankowski [red.] *Kultura fizyczna w społeczeństwie nowoczesnym*, Warszawa, ss. 510-519.

nic wspólnego ze sportem „gry” firm promocyjnych, poszukujących nowych i atrakcyjnych metod dotarcia do klienta. Przykładem tego może być fakt, że obecnie każde miejsce na stadionie, a nawet na ubraniu sportowca to przestrzeń przeznaczona na reklamę. Wymaga to wprowadzania odpowiednich regulacji legislacyjnych odnoszących się do własności reklam sportowych w mediach<sup>9</sup>

Ponadto, globalizacja świata finansowego i przemysłowego jest powodem lekceważenia elementów narodowych przez wielkie międzynarodowe instytucje gospodarcze. W związku z tym poważne trudności przeżywa tradycyjne państwo narodowe. Niektórzy politolodzy twierdzą nawet, że rzeczywiste procesy ekonomiczne i polityczne dokonują się obecnie poza strukturami państwowymi i poza możliwością ich oddziaływania<sup>10</sup>. Ta sytuacja znajduje swe odzwierciedlenie w dziedzinie sportu i określana jest mianem internacjonalizacji, czyli umiędzynarodowienia. Jak zauważa P. Burzała, pojęcie to dotyczy np. występowania w jednej drużynie zawodników pochodzących z wielu krajów. Najważniejsze europejskie kluby ligowe gromadzą w swoich składach piłkarzy kilku, a nawet kilkunastu narodowości. Ponadto, według B. Houlihana, o umiędzynarodowieniu sportu świadczy rozwój szeroko rozumianego „rynku sportowego”, który dotyczy nie tylko sportowców, ale także idei wymienianych ponad granicami państw (np. działalność Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego oraz *World Sport Alliance*)<sup>11</sup>

Internacjonalizacja nie wyklucza jednak prób upolitycznienia sportu, czego dowodem były igrzyska olimpijskie w Pekinie w 2008 roku, które stały się metodą globalnej promocji Chin jako supermocarstwa oraz związanych z nim międzynarodowych korporacji. Warto dodać, że dokładnie w dniu otwarcia tych igrzysk złamano zasadę zawieszenia broni poprzez rozpoczęcie konfliktu pomiędzy Rosją a Gruzją o Osetię Południową i Abchazję<sup>12</sup>.

Pomimo tych negatywnych zjawisk na uwagę zasługują także pozytywne inicjatywy sportowe mające na celu rozwiązywanie i łagodzenie konfliktów politycznych i społecznych. Między innymi elementem procesu pokojowego na Bliskim Wschodzie stał się zapoczątkowany w 2001 r. projekt o nazwie *Football for Peace* („Futbol dla Pokoju”). Jego celem było promowanie kon-

---

9 Por. T. Sporek (2007), *Sponsoring sportu w warunkach globalizacji*, op. cit., ss. 179-183.

10 Por. P. Kennedy (1994), *U progu XXI wieku (przemiarka do przyszłości)*, London, ss. 142-156; S. Cassese (1993), *Oltre lo Stato: i limiti dei governi nazionali nel controllo dell'economia*. W: AA.VV. *Nazioni senza ricchezza e ricchezze senza nazione*, Bologna, ss. 35-48; R. Robertson (1996), *Mappare la condizione globale: la globalizzazione come concetto central*. W: M. Featherstone [red.] *Cultura globale. Nazionalismo, globalizzazione e modernità*, Roma, ss. 73-91.

11 Por. B. Houlihan (2008), *Sport and Globalisation*. W: *Sport and Society*, London, ss. 553-573; A. Sznajder (2008), *Marketing sportu*, op. cit., ss. 19-25.

12 Por. M. Józefczyk (2009), *Upolitycznienie nowożytnych igrzysk olimpijskich*. W: A. Polus [red.] *Sport w stosunkach międzynarodowych*, Toruń, ss. 70-71.

taktów pomiędzy młodzieżą izraelską a palestyńską podczas wspólnych zajęć sportowych<sup>13</sup>.

W procesach globalizacyjnych priorytet mają takie wartości jak produktywność, technologia, skuteczność i utylitaryzm. Konsekwencją tego jest coraz większe zróżnicowanie świata w aspekcie gospodarczo-politycznym. Uprzywilejowani są bogaci i silni, natomiast ubodzy i słabi spychani są na margines życia społecznego. W rezultacie globalizacja przynosi polaryzację świata na „posiadaczy” oraz podążających za nimi „nie-posiadaczy”. W takiej perspektywie sport będzie rozwijał się tylko u „posiadaczy”, czyli w krajach silnych gospodarczo (Ameryka Północna i Europa), natomiast w innych regionach świata sytuacja kultury fizycznej będzie się coraz bardziej pogarszała. Taka sytuacja nieuchronnie generuje konflikty, sprawiając, że zglobalizowany świat, jak zauważa P. Nguyen Thai Hop, przypominać może w niedalekiej przyszłości „współczesną dżunglę”<sup>14</sup>.

W dobie globalizacji pragnie się stworzyć nowy świat i sugeruje równocześnie stworzenie nowego człowieka. Niestety, konstruując globalną sieć zapomina się o podmiotowości osoby ludzkiej. Dlatego Benedykt XVI w wydanej w 2009 roku encyklice *Caritas in veritate* przypomina, że „pierwszym kapitałem, który należy ocalić i docenić, jest człowiek, osoba, w swojej integralności”<sup>15</sup>. Niemal wyłączne znaczenie, jakie przypisuje się w globalizacji prawom rynku oraz konkurencji technicznej i finansowej sprawia, że ruch ten nie we wszystkich punktach zgodny jest z podstawowymi prawami człowieka. Rynek stał się obecnie nośnikiem nowej kultury. Wielu obserwatorów zauważa natrętny, a nawet zaborczy charakter logiki rynkowej, która coraz bardziej zawęża pozostający do dyspozycji ludzkiej wspólnoty obszar dobrowolnego działania publicznego na każdym poziomie, także w sferze kultury fizycznej. Prawie na wszystkich polach aktywności człowieka rynek narzuca swój sposób myślenia i działania oraz normy postępowania. W tej sytuacji wartości etyczne oraz kulturowe punkty odniesienia, jeśli nie są zupełnie odrzucone, to zostają zepchnięte na dalszy plan<sup>16</sup>. Zwraca na to uwagę Benedykt XVI: „Ryzyko naszych czasów polega na tym, że faktycznej wzajemnej zależności między ludźmi i narodami nie odpowiada etyczne współdziałanie sumień i umysłów, którego wynikiem mógłby być rozwój naprawdę ludzki”<sup>17</sup>.

---

13 Por. P. Burzała (2009), Globalizacja sportu. W: A. Polus [red.], *Sport w stosunkach międzynarodowych*, op. cit., s. 79-105.

14 Por. P.N. Thai Hop (1998), Globalizacja: perspektywy i ryzyko, *Spoleczeństwo*, nr 1(8), s. 67; G. Salvini (1997), La globalizzazione: minaccia o mito? *La Civiltà Cattolica*, nr 1, ss. 118-131.

15 CV 25.

16 Por. Jan Paweł II (2001), Globalizacja i etyka, op. cit., s. 42.

17 CV 9.

Nie ulega wątpliwości, że globalizacja, umożliwiając podniesienie poziomu życia, jawi się jako zjawisko pozytywne. Niepokój budzi jednak wyłączny priorytet, który nadaje ona wzrostowi ekonomicznemu. Mamy obecnie do czynienia ze zjawiskiem „finansjeryzacji”, które polega na zwiększaniu się ilości środków kapitałowych nie służących produkcji i zatrudnieniu, ale wymianie na rynkach finansowych. Nie wytwarza się konkretnych dóbr czy usług, ale dysponuje się znacznymi środkami finansowymi, które stają się celem samym w sobie<sup>18</sup>. Skutkiem tego jest przeżywany obecnie kryzys gospodarczy, którego źródło Benedykt XVI upatruje w traktowaniu sfery ekonomicznej jako etycznie neutralnej. Należy bowiem pamiętać, że „pozyskiwanie zasobów, finansowanie, produkcja, konsumpcja i wszystkie pozostałe fazy cyklu ekonomicznego mają nieuchronne implikacje moralne”<sup>19</sup>. Jednoczenie się ludzkości bez odwołania się do norm etycznych i duchowych daje jedynie perspektywę posiadania dóbr materialnych, co doprowadza do walki o ich zdobycie, gdyż konkurencja gospodarcza w sposób nieunikniony rodzi konflikty<sup>20</sup>.

Według globalistycznego modelu świat traktowany jest zatem jako gigantyczny rynek, na którym dokonuje się wymiana dóbr według praw konsumpcji. Człowiek, zamiast być „twórcą, ośrodkiem i celem całego życia gospodarczo-społecznego”<sup>21</sup>, zostaje sprowadzony do rangi jednego z wielu dóbr rynkowych i zamiast stawać się konsumentem czy producentem, staje się produktem. W ten sposób globalizacja oparta na ideologii liberalnej może zamienić się w nową formę totalitaryzmu, w którym decydującą rolę będą spełniać najsilniejsze i pozbawione skrupułów jednostki, zdolne do narzucania swej woli innym. W związku z tym M. Schooyans zauważa: „Ideologia liberalna każe ludziom wierzyć, że najważniejsze jest, aby zwyciężył «najlepszy». Trzeba wtedy zaakceptować moralność indywidualistyczną, która uświęca siłę najsilniejszych, prawa wolnej konkurencji, «naturalne prawa» rynku. Prawdziwym człowiekiem jest tylko osobnik wypłacalny, a o najsłabszych zaś martwić się nie trzeba”<sup>22</sup>. Ubocznym efektem globalizacji stają się zatem wzorce myślenia, które noszą piętno utilitaryzmu i neokolonializmu.

Tego typu podejście znajduje swe odzwierciedlenie w dziedzinie sportu. Jak zauważa P. Burzała, w niektórych dyscyplinach spotkać się można z opinią, że zasadniczej roli nie odgrywają już wcale talent i umiejętności sportowca, ale technika i fundusze. Przykładem tego jest Formuła 1, której roczne

---

18 Por. J. Mejia (1998), W obliczu globalizacji, *Społeczeństwo*, nr 1(8), s. 56; A. Szafulski (2001), Moralne dylematy globalizacji, *Homo Dei*, nr 3(71), ss. 34-36.

19 CV 37.

20 Por. J. Joblin (2001), Aktualność chrześcijaństwa w procesie globalizacji, *Communio*, nr 4(21), ss. 74-78.

21 KDK 63.

22 M. Schooyans (1993), Medycyna i prawo. Sojusz czy spisek w sprawie dziecka nie narodzonego? W: T. Styczeń [red.] *Życie jest święte*, Lublin, s. 182.

budżety opiewają na setki miliony dolarów, a o sukcesie sportowym decyduje jakość bolidu. Działalność organizacji sportowych warunkowana jest faktem, że są one podmiotem na ogólnoświatowym rynku i podlegają jego regułom. Handlowanie udziałami w klubach sportowych (zwłaszcza piłkarskich), stało się obecnie zjawiskiem powszechnym w środowisku ludzi biznesu. Głośnym tego przykładem było wykupienie londyńskiej Chelsea przez rosyjskiego miliardera Romana Abramowicza<sup>23</sup>. Choć trudno wyobrazić sobie funkcjonowanie sportu w oderwaniu od realiów ekonomicznych, to jednak zakres, w jakim współczesny sport powiązany jest z międzynarodowymi finansami, sprawia wrażenie, że sportowa rywalizacja i duch *fair play* zostały przytłoczone i zepchnięte na dalszy plan przez globalną ekonomię<sup>24</sup>.

## Globalizacja sportu w aspekcie społeczno-kulturowym

Znaczenie, jakie na arenie międzynarodowej zyskała zintegrowana siła ekonomiczna i polityczna oraz rozwój nowych możliwości komunikacji stanowią aktualne wyzwania dla moralności, gdyż dotyczą zagadnienia sensu ludzkiej egzystencji oraz odpowiedzialności wobec nowych zjawisk społeczno-kulturowych związanych z procesami globalizacyjnymi<sup>25</sup>. Postępująca współzależność podmiotów społecznych i gospodarczych na całym świecie, dynamiczny rozwój środków transportu oraz postęp w dziedzinie technologii multimedialnych, które na niespotykaną dotąd skalę ułatwiają kontakt i wymianę informacji, sprawiają, że zjawisko globalizacji dotyka wszystkich wymiarów ludzkiego życia, w tym szeroko pojętej kultury fizycznej.

Jednym z wyzwań etyczno-kulturowych związanych z procesem globalizacji jest uniwersalizacja. Upowszechnianie (homogenizacja) pewnych obowiązujących w sporcie idei i zasad sprawia, że zostają one przyjęte jako wartości powszechne. Obok pozytywnych aspektów tego zjawiska (np. globalny zasięg idei i ruchu olimpijskiego), jako swoiste zagrożenie jawi się w tym kontekście absolutyzacja dążenia do jedności, co niesie ze sobą niebezpieczeństwo uniformizmu. Oznacza to położenie akcentu nie tyle na faktyczną jedność społeczeństwa, ale na jego ujednoczenie.

Na globalizację mają wpływ procesy migracyjne, powodujące powstawanie coraz większej społeczności, która utraciła więź ze swoją macierzystą kulturą, ze swoimi korzeniami religijno-etycznymi i zaczyna tworzyć nową społeczność planetarną. Konsekwencją procesów globalizacyjnych może być zatem totalne zniszczenie wszelkiej różnorodności w zakresie życia indywi-

---

23 Por. A. Sznajder (2008), *Marketing sportu*, op. cit., s. 22.

24 Por. P. Burzała (2009), *Globalizacja sportu*, op. cit., ss. 86-96.

25 Por. K. Bełch (2007), *Wyzwania globalizacji w świetle nauki społecznej Kościoła*, op. cit., ss. 97-117; R. Caccamo, A. Ferrara (1998), *Globalizzazione e multiculturalismo*. W: E. V. Trapanese [red.] *Sociologia e modernità*, Roma, ss. 305-327.

dualnego i społeczno-kulturowego. Prowadzi to do utraty podmiotowości i tożsamości kulturowo-etycznej poszczególnych osób oraz wspólnot i grup narodowych, narodowościowych, etnicznych, a także regionalnych. W wyniku tych procesów może dojść do unifikacji społeczeństwa, homogenizacji kultury, zagrożenia podstawowych wartości humanistycznych, zanikania tradycyjnych norm moralnych, a także depersonalizacji kultury fizycznej<sup>26</sup>. Doprowadza to w konsekwencji do odebrania osobie ludzkiej prawa do tych wartości, które są nieodzowne dla jej właściwego rozwoju i realizacji twórczej podmiotowości. Być człowiekiem, oznacza bowiem żyć w określonej kulturze<sup>27</sup>. Źle pojęta globalizacja, będąca powodem zaniku różnorodności kulturowej, stanowi w rezultacie zagrożenie osoby ludzkiej w sferze jej podmiotowości i wyborów moralnych<sup>28</sup>.

Pojawiają się także nowe niebezpieczeństwa wynikające z globalnego zjawiska biernego upodobniania się kultur do wzorów kulturowych świata zachodniego. W tej perspektywie należy zwrócić uwagę na tzw. westernizację lub amerykańzację sportu, która polega między innymi na przeroście biurokratycznych struktur organizacyjnych oraz na obejmującej coraz szersze pola komercjalizacji. W działalność sportową angażują się obecnie wielkie koncerny, które traktują ją utylitarnie, podporządkowując ideę sportu własnym celom marketingowym<sup>29</sup>. Proces ten dokonuje się na wielką skalę i wspomagany jest przez masowe kampanie środków społecznego przekazu, zmierzające do upowszechnienia nie tylko stylów życia, programów społecznych i ekonomicznych, ale ostatecznie także ogólnej wizji rzeczywistości, która powoduje wewnętrzną erozję innych systemów kulturowych i wysoko rozwiniętych cywilizacji. Ze względu na swój zauważalny aspekt naukowy i techniczny wzorce kulturowe Zachodu fascynują i przyciągają, ale niestety z coraz większą wyrazistością okazuje się, że ulegają stopniowemu zubożeniu w warstwie humanistycznej, duchowej i moralnej. Zdecydowanie przestrzega przed tym Benedykt XVI, podkreślając, że wzrastająca merkantylizacja wymiany kulturalnej sprzyja niebezpieczeństwu eklektyzmu i relatywizmu kulturowego. W ten sposób zatracą się głębokie znaczenie kultury różnych narodów, przez co ludzkość narażona jest na nowe formy zniewolenia i manipulacji<sup>30</sup>.

Odcięcie człowieka od jego korzeni społeczno-kulturowych wytwarza pustkę w sferze etycznej. Dlatego pojawiają się obecnie tendencje do sfor-

---

26 Por. SRS 79; H. Skorowski (1990), *Antropologiczno-etyczne aspekty regionalizmu*, Warszawa, s. 14.

27 Por. Jan Paweł II (2001), Orędzie na XXXIV Światowy Dzień Pokoju (1 stycznia 2001 r.), *L'Osservatore Romano*, nr 2(22), s. 25.

28 Por. H. Skorowski (1999), *Zagrożenia życia społecznego*. W: J. Nagórny, A. Derdziuk [red.] *Teologia moralna wobec współczesnych zagrożeń*, Lublin, ss. 57-59.

29 Por. A. Szajder (2009), *Marketing sportu*, op. cit., ss. 60-85.

30 Por. CV 26.

mułowania ponadreligijnej i ponadkulturowej humanistycznej etyki globalnej (*global ethics*)<sup>31</sup>. Chociaż w perspektywie procesu globalizacji istnieje nieodzowność wspólnego kodeksu etycznego (także w dziedzinie sportu), nie może to oznaczać jednego dominującego społeczno-kulturowego systemu, który narzucałby rozumowaniu etycznemu swe wartości i kryteria<sup>32</sup>. Z propozycją tworzenia „etyki globalnej” związany jest problem kształtowanego przez masowy przekaz kulturowy systemu wartości, w którym dochodzi do zdeprecjonowania wartości wyższych na rzecz niższych. Silne tendencje utilitarystyczne na naczelnym miejscu umieszczają bowiem przyjemność, nieskrępowany konsumpcjonizm i wygodę<sup>33</sup>.

Cechą charakterystyczną dzisiejszej globalizacji jest bowiem jej ścisły związek z nowoczesnymi mediami, które w dużym stopniu wywierają wpływ na dzisiejszy kryzys moralny. Ogólnoświatowa komunikacja otwiera przed ludzkością ogromne możliwości, ale jest także przyczyną wielu zagrożeń. Fakt, że niewielka liczba państw posiada monopol w dziedzinie „przemysłu” kulturalnego i upowszechnia jego wytwory we wszystkich częściach świata, docierając do coraz szerszych kręgów odbiorców, może stać się poważnym niebezpieczeństwem w wymiarze etycznym. Wytwory te przekazują bowiem pośrednio wpisane w nie systemy wartości, a przez to mogą wywoływać u współczesnego człowieka poczucie zagubienia tożsamości<sup>34</sup>.

Obecnie wiele procesów i decyzji realizuje się w tzw. sferze digitalnej (poprzez komputery i Internet). Dzięki informatyce otwierają się zdumiewające możliwości nawiązywania kontaktów z ludźmi na całej kuli ziemskiej, ale także rodzą się nowe zagrożenia moralne. Zastosowanie współczesnych technik przekazu informacji tylko po części okazało się dobrodziejstwem<sup>35</sup>. Środki społecznego przekazu nie tylko odzwierciedlają rzeczywistość, ale ją kreują. Zwraca na to uwagę instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*: „Ludzka wiedza o życiu i sposób myślenia o nim są w znacznym stopniu zdeterminowane przez środki przekazu. Ludzkie doświadczenie jako takie stało się w dużej mierze doświadczeniem zdobytym za pośrednictwem środków przekazu”<sup>36</sup>

Na płaszczyźnie sportu można niejednokrotnie odnieść wrażenie, że ważniejsza od samej rywalizacji zawodników jest widowiskowość danego

---

31 Por. B. T. Adeney (1995), *Global Ethics*. W: D.J. Atkinson, D.H. Field [red.] *New Dictionary of Christian Ethics and Pastoral Theology*, Leicester and Downers Grove, ss. 100-108.

32 Por. Jan Paweł II (2001), *Globalizacja i etyka*, op. cit., ss. 42-43.

33 Por. H. Skorowski (1996), *Rodzina miejscem przekazu wartości moralnych*, *Saeculum Christianum. Pismo historyczno-społeczne*, nr 1, ss. 179-192.

34 Por. M. Morcellini (1997), *La comunicazione nella società globale*, *Studi di Sociologia*, nr 3-4, ss. 377-385; C. Ottaviano, P. C. Rivoltella (1998), *Media e globalizzazione. Un nuovo spazio per l'educazione*, *Vita e Pensiero*, 4, ss. 273-286.

35 Por. A. Sznajder (2009), *Marketing sportu*, op. cit., ss. 195-213; K. Belch (2007), *Wyzwania globalizacji w świetle nauki społecznej Kościoła*, op. cit., ss. 101-106.

36 AN 2.

przedsięwzięcia, która została w specjalny sposób „wyreżyserowana” Ten fakt kreacji rzeczywistości i jej powszechnego oddziaływania na świadomość człowieka stwarza szczególne zagrożenie moralne. Prowadzi bowiem niejednokrotnie do powstania zafałszowanego obrazu świata, w konsekwencji czego odbiorcy nie są w stanie właściwie rozeznaczyć dobra i zła, a przez to dokonać prawidłowej oceny ludzkiego działania. Poprzez przekaz nieprawdziwego obrazu rzeczywistości w mediach łatwo jest wmówić człowiekowi, co powinien wybrać<sup>37</sup> W ten sposób, zamiast kultury zbudowanej na wartościach, na jakości informacji, pojawia się kultura tymczasowości, która doprowadza do odrzucenia powinności etycznych oraz kultura masowa, skłaniająca człowieka do ucieczki od osobistych wyborów, inspirowanych wolnością.

Podsumowując należy stwierdzić, że w perspektywie moralnej proces globalizacji w sporcie cechuje bardzo wyraźna „dwuznaczność” Posiada on z jednej strony wymiar pozytywny jako szansa współpracy międzynarodowej dla rozwoju kultury fizycznej, ale także niesie w sobie wielorakie zagrożenia. Pojawiają się wątpliwości czy imponujące zmiany w dziedzinie komunikacji i techniki stwarzają warunki do powstania globalnej cywilizacji, która respektowałaby godność osoby ludzkiej. Jak zauważa R. Schreiter, wartości globalnego systemu, takie jak postęp, równość i partycypacja, mogą przyjąć demoniczny charakter, jeśli nie będą podlegać określonemu *telos*<sup>38</sup>. Rodzą się w związku z tym obawy czy proces moralnego dojrzewania człowieka będzie mógł dotrzymać kroku współczesnemu rozwojowi technologicznemu i gospodarczemu w skali globalnej<sup>39</sup> W tym kontekście ważnym przesłaniem wskazującym drogę kulturze fizycznej w dobie globalizacji jest stwierdzenie Benedykta XVI: „Nie ma pełnego rozwoju i powszechnego dobra wspólnego bez dobra duchowego i moralnego osób, pojmowanych w ich pełni duszy i ciała”<sup>40</sup>.

---

37 Por. AN 5; K. Czuba (1995), *Media i władza*, Warszawa, s. 13.

38 Por. R. Schreiter (2000), *Globale Kommunikation und neue Katholizität*. W: E. Arens, H. Hoping [red.] *Wieviel Theologie verträgt die Öffentlichkeit?* Freiburg, s. 111.

39 Por. B. Forte (2000), *Dove va il Cristianesimo*, Brescia, ss. 45-51.

40 CV 76.