

EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**EKONOMSKI STATUS ŠPORTA SKOZI
ZGODOVINO**

Ljubljana, februar 2007

ŠPELA MARINKO

IZJAVA

Študentka Špela Marinko izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom prof. Zarjana Fabijančiča, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 01.02.2007

Podpis:

KAZALO

1 UVOD	1
2 STARI VEK	2
2.1 EGIPT	2
2.2 MEZOPOTAMIJA.....	3
2.3 GRČIJA.....	3
2.3.1 Prvo športno poročilo	3
2.3.2 Homerska tekmovanja.....	4
2.3.3 Uvod v igre.....	5
2.3.4 Antične olimpijske igre.....	7
2.3.5 Olimpija.....	7
2.3.6 Prve olimpijske igre	8
2.3.7 Program iger.....	9
2.3.8 Čast in slava.....	10
2.4 RIM	11
2.4.1 Gladiatorske igre	11
2.4.1.1 Gladiatorji.....	11
2.4.1.2 Politični vpliv	12
2.4.1.3 Plačilo – čast in slava	13
2.4.1.4 Dragocena vrednost.....	13
2.4.2 Mecenstvo.....	14
3 SREDNJI VEK	14
3.1 VPLIV TEHNOLOGIJE NA ŠPORT	14
3.2 SABLJAŠKA ŠOLA V 16. STOLETJU	15
4 SODOBNOST	17
4.1 MEDNARODNI OLIMPIJSKI KOMITE	17
4.2 TRŽENJE OLIMPIJSKEGA GIBANJA	19
4.3 TOP PROGRAM.....	22
4.4 FINANCIRANJE	23
4.4.1 Različni viri financiranja športa	25
4.5 POKROVITELJSTVO, SPONZORSTVO	25
4.5.1 Definicija sponzorstva.....	26
4.5.2 Sponzoriranje športa.....	27
4.5.3 Opredelitev pokroviteljstva	27
4.5.4 Opredelitev donatorstva.....	28
4.6 OLIMPIJSKI KOMITE SLOVENIJE.....	28
4.7 STATUSNE PRAVICE ŠPORTNIKOV	29
5 SKLEP	31
LITERATURA	35
VIRI	36

1 UVOD

Šport je nadrejen in danes v svetu prevladajoč termin za dejavnost, ki temelji predvsem na gibanju. Obstaja več definicij športa, vendar si podrobneje pogledimo definicijo Mednarodnega sveta za športno znanost in telesno vzgojo Unesca, ki pravi, da je vsaka telesna dejavnost, ki ima značaj igre in obsega možnosti boja samega s seboj, z drugimi ali s prvinami narave, šport. Če ima ta dejavnost značaj tekmovanja z drugimi, jo je treba izvajati v viteškem duhu. Ni športa brez »fair playa«. Takšna definicija športa ni natančna in se skozi zgodovino spreminja. Na večna vprašanja, kaj je šport in kaj ne, je izredno težko odgovoriti.

V svojem diplomskem delu sem se osredotočila na to, kako se je skozi zgodovino, od antike pa do danes, spreminjal status športa. Vsekakor je bilo potrebno določiti ekonomski vidik v posameznem obdobju. Šport se prične v antiki (od leta 1000 pr. n. št. do 467 našega štetja) z velikimi dogodki, kjer preseže lastne okvirje in postane velik političen in gospodarski dogodek. V srednjem veku, ko šport postane stvar posameznikov, pride do njegovega zatona. Šport ponovno oživi na prelomu dvajsetega stoletja predvsem kot politični dogodek in gospodarska dejavnost.

Šport je pridobil svoj pomen z nastankom razrednih družb, kjer je vladajoči razred vzgajal mlade v duhu ohranitve sistema s posebnim sistemom šolanja. Vzgoja in gimnastika (danes šport) sta se v takem sistemu prepletali. Najpomembnejše so bile v tistem času grške države. Igre (športni dogodek) so bile pomemben gospodarski, kulturni in politični dogodek.

V prvem delu diplome sem opisala zgodovinski razvoj športa skozi stari vek, kjer je pravzaprav šport dosegel vse. V Grčiji olimpijske igre, ki so nastale na podlagi verskih obredov oz. pogrebov, pridobijo ogromen politični vpliv in pomenijo gospodarski in kulturni dogodek. Gradijo se namenski športni objekti, organizirajo se tekmovanja, izvajajo se priprave, selekcije športnikov, vzdrževanje objektov in opreme, oglaševanje zmagovalcev, podkupnine, sodniška pravila in seveda se delijo materialne ter denarne nagrade.

Rim se je od Grčije razlikoval v tem, da so bili v Rimu športniki ljudje s socialnega dna, ki so sicer prav tako uživali čast in slavo ter za zmago prejeli nekaj denarja, vendar za razliko od Grkov niso bili svobodni. V Rimu najdemo tudi prve zametke managerstva oz. mecenstva. Bogata aristokracija si je lastila športnike in postavljala pravila iger.

V nadaljevanju diplome sem se dotaknila srednjega veka, v katerem se je za Evropo začela »mračna doba«. Tudi na področju športa je prišlo do zatona. Nastanek smodnika je

privedel do tehnoloških in družbenih sprememb. Urjenje vojakov v uporabi orožja s smodnikom je postalo drago in dolgotrajno. Pojavile so se nove oblike orožja oz. športnih rekvizitov. V tem obdobju se pojavijo prvi učitelji, ki niso poučevali samo vojakov, temveč tudi meščane.

Za zgodnje obdobje kapitalizma je značilna uveljavitev modernega športa. Moderni šport se je najprej pojavil v Angliji, v kateri je imel manufakturni, tovarniški in strojni sistem premoč nad dotedanjim obrtniškim (Šugman, 2002, str. 37). Mladina se je pričela vključevati v sisteme treniranja in tekmovanja. Šport postane vzgojna metoda, kjer vključujejo nekatere »plemiške« športe z ljudskimi oblikami športa. Nastajajo nove oblike športa, gradijo se igrišča, nastajajo mednarodne zveze...

Leta 1894 je bil na pobudo Pierra de Coubertina ustanovljen MOK (Mednarodni olimpijski komite) z namenom obuditi ideale olimpijskih iger in spodbuditi mladino iz vsega sveta, naj krepí telo in duh. Olimpijsko gibanje je preživelo vse in se uveljavilo v skoraj vseh državah sveta.

V zadnjem delu diplomske naloge sem bolj podrobno opisala ekonomski vidik športa v današnjem času; osredotočila sem se na opisovanje MOK in Olimpijskega komiteja Slovenije (OKS) ter na financiranje in pokroviteljstvo v okviru olimpizma. Največji športni dogodek so namreč prav olimpijske igre. Sam pojem »ekonomski status športa« je zelo obširen. Šport je namreč dobil planetarno razsežnost in ima nadaljnje neslutene možnosti razvoja, predvsem v strokovnem in ekonomskem pogledu.

2 STARI VEK¹

2.1 EGIPT

Po ljudskem izročilu izvira šport iz »disport«, kar pomeni zabavo in prosti čas. Šport včasih ni nujno pomenil športa, kot ga poznamo danes. Ko govorimo o zabavi in prostem času davne orientalske družbe, navadno govorimo o različnih igrah na ploščah (npr. šah), ki so datirane 4000 let pred našim štetjem. Igre imajo svoj izvor v napovedovanju prihodnosti, v prošnjah bogovom za dobro letino, zmage v vojnah, politiko. V starodavnem orientalskem muzeju najdemo tudi plošče, ki so jih uporabljali ljudje vodilnih razredov in so izdelane iz dragega luksuznega materiala. Te plošče so bile najdene v egipčanskih in mezopotamskih kraljevih grobnicah.

¹ Stari vek se deli na »pravi« stari vek in antiko, ter se prične okoli leta 3500 pr. n. št. (konec prazgodovine) ter se zaključi leta 476 z razpadom zahodno-rimskega imperija.

Leta 1000 pred našim štetjem so bile grobnice faraonov oropane. Iz njih so bile sicer odnešene vse vredne stvari, slike na stenah pa so ostale in iz njih je razviden način življenja, značilen za tisti čas. Slike o športu kažejo velike podobnosti z današnjimi športi, kot so sabljanje, plavanje, tek, skoki, dvigovanje uteži in lokostrelstvo. Razvidne so tudi sledi gimnastike. Šport je bil v Egiptu tesno povezan z bogovi, s faraonom ali s ceremonijami ob smrti, saj so se nekateri športi izvajali kot oblika darovanja na festivalih.

V Egiptu so izvajali festivale – javne igre religioznega pomena. Te igre so se izvajale za faraone, v katerih pa naj bi le-ti tudi nastopali. Faraoni so imeli zato vaje iz lokostrelstva, plavanja, lova. Tako so lahko premagali kogar koli v različnih igrah, vendar pa so večinoma uživali v športu kot opazovalci in ne kot igralci. Športniki, ki so prikazovali športe, jih niso prikazovali za svoj lasten užitek, temveč za svoje preživetje. Taka je bila realnost športa v Egiptu.

2.2 MEZOPOTAMIJA

Tudi v Mezopotamiji so najdene slike prikazovale rokoborbe. Iz teh slik je razvidno, da se je šport izvajal kot oblika darovanja bogovom. Vendar pa v Mezopotamiji za razliko od Egipta šport ni prikazan kot vrsta umetnosti. V Mezopotamiji je prihajalo do stalnih konfliktov med mesti in do stalnega menjavanja dinastij. Šport v obliki borbe je imel pomen treninga za boj in je s tem pomenil pripravo za nadaljnje vojne.

Treningi se niso izvajali zato, da bi se uprizorila igra, temveč izključno za preživetje. Lov kot eden izmed športov je bil na začetku neizogiben del življenja, saj je predstavljal preživetje. V korist napredka in vojaškega treninga je skozi čas zmagovalec lova postal vladar ozemlja in mož, varovan od boga.

2.3 GRČIJA

2.3.1 Prvo športno poročilo

Prvo podrobno poročilo o dogodku, ki mu danes pravimo športni dogodek, je v 23. citatu Homerjeve Iliade,² v obdobju tako imenovanega grškega srednjega veka (1200 – 800 p.n.št.). Priložnost, da se izvede tekmovanje iz 23. citata Iliade, so bile svečanosti na pogrebu Ahilovega prijatelja in ljubimca Patrokla. Mesto dogodka je bil travnik pod zidovi

² Iliada je junaški ep grškega pesnika Homerja. Ime izhaja iz grškega imena za mesto Troja - *Ilion*. Govori o zadnjih 50 dneh trojanske vojne. Sestavljen je iz 24 spevov. Iliada je skupaj z Odisejo glavni vir za preučevanje grške družbe v temnem obdobju (12.-8. stoletje pr. n. št.).

Troje, ki jo je ahejska vojska neuspešno oblegala polnih devet let. Za tekmo dvovpreg se je prijavilo pet tekmovalcev: etolski heroj Diomed, sin Tidejev; vnuk kalidonskega kralja Eneja, Eumel; sin tesalskega kralja Admeta, Antiloh; sin modrega Nestorja, Merion; eden od poveljnikov vojske pod Trojo ter mož lepe Helene in lakedemonski kralj Menelaj. Vrstni red tekmovalcev na štartu je bil določen z metanjem kocke. Ahil je določil, da bo spremljevalec njegovega očeta pričal o razpletu tekme. Zmagovalec tekme je bil Diomed.

Kakšne so bile nagrade?

Za prijateljev pogreb je Ahil organiziral tekmovanja kot del pogrebnih svečanosti in tako je bil on tisti, ki je odločal o nagradah in jih tudi sam podeljeval.

V tekmi dvovpreg je bila nagrada za zmagovalca sužnja in trinožec. Drugouvrščenemu je pripadala kobilica, tretjeouvrščenemu pa zlat kotel, vreden dva talanta zlata. Tekmovanje se je nadaljevalo z boksom. Ponujeni sta bili dve nagradi: neosedlana mula za zmagovalca in košara z dvema ročajema za poraženega. Ahil je za zmagovalca v boksu podelil nagrado – trinožca, ki je bil po oceni gledalcev vreden dvanajst goved. Drugouvrščeni je dobil za nagrado gospodinjo; gledalci so ocenili, da je vredna štiri goveda. Za zmagovalca v teku je bila nagrada srebrna posoda, delo Sidonskega umetnika. V borbi s kopjem je bila nagrada za prouvrščenega srebrni meč. V metanju diska pa je bila nagrada sam disk, narejen iz železa, ki je bil tisti čas vreden več kot zlato. Možno je, da je bila ta nagrada največ vredna na celotnem tekmovanju, saj je Ahil omenil, da kdor osvoji disk, bo imel za nadaljnjih pet let dovolj železa. Železo je bila nagrada tudi za streljanje z lokom, v tem primeru v obliki desetih sekir. Metanje kopja je bila zadnja disciplina na Patroklovem pogrebu, ki pa ni bila izvedena, saj sta se nanjo prijavila le dva tekmovalca: Merion s Krete in mikenski kralj Agamemnon. Agamemnon je sprejel zmagovalno nagrado brez borbe, česar pa ne moremo šteti za športno dejanje.

2.3.2 Homerska tekmovanja

Ahajski junaki so svojo moč in sposobnosti v enem športnem tekmovanju merili v okviru ene verske pogrebne svečanosti na Patroklovem pogrebu. Tekmovanje je bilo zadnji zaključni del pogrebne ceremonije.

V čem se kaže podobnost tega tekmovanja z današnjimi športnimi dogodki? Nagrade je določal Ahil kot prireditelj pogreba. Med nagradami sta bili dve sužnji. Od živali so podelili eno kobilico, eno mulo in enega vola. Med posodami so bili najbolj vredni trinožci, zatem dva kotla, srebrni vrč in košara z dvema ročajema. Izmed orožja so bile med nagradami za zmagovalce po en meč, kopje in ščit ter deset dvojnih in deset navadnih železnih sekir. Preostale nagrade so predstavljale vrednost same po sebi: štirje talanti zlata, kolot iz železa, ki je bil vreden toliko, da je zadovoljil enoletne potrebe petčlanske družine. Obema tekmovalcema v boju s kopji pa je bila poleg nagrad ponujena tudi zabava.

Vrednost vseh teh nagrad je bila nedvomno velika, povečuje pa jo tudi dejstvo, da so bile vse podeljene nagrade vojni plen.

Discipline. Homerjevi junaki so tekmovali v tekmi dvokoles, rokoborbi, boksu, teku, metu kopja, metu diska, streljanjem z lokom in v borbi s kopjem. Najbolj podobna današnjemu športu sta bila tek in met diska.

Stadion. Vsakemu tekmovanju je bil namenjen določen prostor. Nezgode na stadionih so bile lahko tudi posledice božanskega vpliva.

Tekmovalci. Udeleženci tekmovanja so se na tekmo prijavili po tem, ko je Ahil ponudil nagrade in pozval tekmovalce. Izmed osmih opisanih tekmovanj se je na sedem javilo toliko tekmovalcev, kolikor je bilo razpisanih nagrad. V metanju diska je nagrado dobil le zmagovalec. Vsi tekmovalci so bili slavni bojevniki, kralji in vojskovodje. Vsi so bili plemenitega rodu in znani po svojih sposobnostih.

Vrstni red tekmovanja. Tam, kjer bi vrstni red tekmovanja lahko vplival na sam rezultat tekme, se je le-ta odločal z metanjem kocke. O zmagovalcih ni odločala le gola moč, temveč tudi nadarjenost, sposobnosti in pa zvitost. Antilohu je z nasveti pomagal oče, modri Nestor, zato ga lahko smatramo kot neke vrste trenerja. Kljub temu pa zmaga ni bila zagotovljena. Kot na vseh tekmovanjih je tudi na atletski tekmi o končnem izidu odločala volja bogov. Vpletanje bogov ne zmanjšuje ljudske veličine in slave. Tako prvo kot drugo človek dobi od bogov, ki niso naklonjeni navadnim ljudem, tistim, ki pa so jim naklonjeni, pa niso navadni. Sodnik je omenjen samo v tekmi dvovpreg. Publika, katero v našem primeru predstavlja ahejska vojska, aktivno spremlja vsa tekmovanja in sodeluje pri odločanju v primeru neodločenih rezultatov. Konec koncev je bila zmaga možna tudi brez tekmovanja. Agamemnon je bil tako slaven, da je Ahil predlagal, da se mu podeli zmagovalna nagrada, ne da bi mu bilo treba metati kopje, in celotna publika je pozdravila Ahilov predlog. V 13. citatu Iliade Homer prikazuje tekmovanje, ki je v marsičemu podobno današnjemu. Tekmovalci se borijo za vnaprej določene nagrade, tekma se odvija na določenem prostoru in je časovno omejena. Tekmovalci se prijavljajo na tekmovanja brez omejitev, če sami precenijo, da so za tekmo sposobni. Obstajale so tudi že nekatere oblike športnih oblačil, različne od tistih za vsakdanjo rabo.

2.3.3 Uvod v igre

Osnovo tega, čemur danes rečemo olimpijski duh oziroma olimpijske igre, najdemo že v času antične Grčije. Tekmovanja ali igre so bila vključena v različne prireditve: komemoracije za umrle, preminule heroje, kot praznovanje junaških dejanj bogov, v čast posameznikov, ustanovitve mest, počastitev obrednega delovanja...

Olimpijske igre so se najbolj razcvetele v klasični dobi, ko so boji Grkov s Perzijci

okrepili narodno zavest in med seboj povezali grška plemena. Olimpijske igre so s tem dobile narodni, vsegrški značaj. Na njih so namreč lahko nastopali samo grški državljani, ki so obenem morali biti svobodni, niso zagrešili krvavih zločinov ali prekršili pravila božjega miru. Predpisano je bilo, da se v času igre ustavijo vsi vojni spopadi. Ko so Rimljani zavzeli Grčijo, so to pravilo tudi spoštovali.

Tekmovalci so bili razdeljeni v dva razreda, na moške in dečke. Nastopati so morali goli. Ženske niso smele sodelovati. Športne panoge so se z leti spreminjale kot je razvidno iz spodnje tabele.

Tabela 1: Zgodovinski pregled olimpijskih disciplin

Kreta/Mikene (pred 12. st. p.n.št.)	Homer (9.-8. st. p.n.št.)	Olimpija (8.st. p.n.št.)
»igre z biki«		
boks	boks	
dvovprege	dvovprege	
tek	tek	tek
rokoborba	rokoborba	rokoborba
žongliranje		
akrobacija	igre z žogo	
	met kopja	met kopja
	met diska	met diska
	skok v daljino	skok v daljino
	streljanje	
	boj s kopjem	
7 disciplin	10 disciplin	5 disciplin

Vir: Ćirič, 1996, str. 46.

Zanimiv je program iz 5. st. pr. n. št., ki je trajal 5 dni: tek v dolžini enega stadija

(približno 192 metrov), dvojni tek (tek do določene točke in nazaj), tek na dolgo progo, peterboj (tek, skok v daljavo, met diska, met kopja, rokoborba), rokoborba, boks, pankratij (kombinacija boksa in rokoborbe), tek rokoborba in boks dečkov, tek v orožju, dirka z vozovi in tekma s četverovprego. Med najbolj razburljive dogodke sta sofil vožnja s konji in vozovi na hipodromu ob reki (Fridl, 1999, str. 80).

2.3.4 Antične olimpijske igre

Vse velike igre stare Grčije³ so imele svoje božanske ali pa zgodovinske ustanovitelje. Najbolj znane igre ali ljudske slavnosti v antični Grčiji so bile olimpijske, pitijske (sprva glasbena tekmovanja), istmijske (v čast boga Pozejdona) in nemejske igre. Za Grke so bila najpomembnejša tekmovanja olimpijske igre v Olimpiji.

2.3.5 Olimpija

Na ozemlju Elije na zahodu Peloponeza je ležalo mestece Olimpija, ki je že v času mikenske civilizacije sredi 2000 pr. n. št. veljalo za sveto. Tam je bil sveti olimpijski gaj Alti, obdan s štirikotnim zidom, na tem mestu so bila svetišča, oltarji za daritve, zakladnice, kipi bogov in zmagovalcev. Objekti, potrebni za organizacijo iger, so bili izven obzidja (stadion, gimnazija, palestra, hipodrom).

Tabela 2: Ustanovitelji in obnovitelji olimpijskih iger po Pausaniji

Ustanovitelj	Doba	Dogodki
Zeus		Igre ustanovljene v čast Zevsove zmage v boju za oblast s Kronom. Apol zmagal v rokoborbi.
Idajski Daktili		Herakl, Peonej, Epimed, Jasi in Ida. Najhitrejšega je Herakl ovenčal z vejico divje olive. Poimenoval je igre in odredil, da se igrajo vsakih pet let.
Klimen	Največ 50 let po potopu Deukaliona.	V Olimpiji je bil postavljen hram Heraklu Parastatu in njegovim bratom.
Endimion		Vrgel je s prestola Klimena. V boju za kraljestvo Elije je zmagal njegov sin Epej.

³ Antična Grčija je pomembno prispevala k razvoju evropske civilizacije. Obsegala je časovno obdobje od 776 pr. n. št. do leta 323 pr. n. št..

Nadaljevanje tabele 2: Ustanovitelji in obnovitelji olimpijskih iger po Pausaniji

Ustanovitelj	Doba	Dogodki
Pelops	Ena generacija po Endimionu	Obnovil je igre, ki so postale bolj slavne od iger predhodnih generacij.
Amitaon Pelia Nelej		
Augija	Plovba ladje Argo, okoli 1225. leta po Eratostenu.	Augija, Nelejev vnuk, argonavt.
Herakl		Herakl, sin Amifitrionov. Na igrah, ki jih je organiziral, so zmagali Jolaj, Jasij, Kastor, Polidevk in on sam.
Oksil	Tri generacije po Heraklu, okoli leta 1100.	Na Peloponez pripeljal Heraklove potomce, obnovil igre.
Ifit	9. st.	Oksilov potomec, ki je obnovil igre in uvedel sveti mir za čas njihovega trajanja.
»Prve igre«	776. leta	Koroib iz Elide, stadion.

Vir: Ćirič, 1996, str. 64.

Olimpijske igre so bile ustanovljene v čast Zevsu, zato tudi ni čudno, da se njegovo ime pojavlja med ustanovitelji olimpijskih iger. Po legendi, ki jo prenaša Pausanija, naj bi bilo mesto, v katerem se je Zevs s svojim očetom Kronom boril za prevlado nad bogovi in ljudmi, bilo prav Olimpija. Splošno mišljenje je, da so igre v Olimpiji začeli Herakleidi. Oboževanje boga Zevs v Olimpiji sovпада z legendo o ustanovitvi iger po grškem junaku Herakleju skupaj z brati. Prvi kralj Elide Aethilus se prav tako omenja med ustanovitelji. Po njem naj bi se udeleženci imenovali Athletes – atleti in tekmovanje athla – atletika.

V zgodovinski resničnosti naj bi bil ustanovitelj iger Oksilos (kralj eolsko-dorskih plemen). Podpis premirja za časa iger in obnovo iger je dosegel njegov potomec Ifitos. V hramu boginje Here v Olimpiji je bil hranjen metalni disk, na katerem je bilo vrezano besedilo premirja.

2.3.6 Prve olimpijske igre

Prve olimpijske igre so datirane leta 776 pr.n.št.. Trajale so le en dan in na sporedu je bil le

tek na en stadij oziroma na eno dolžino stadiona. Razne tekme so v Olimpiji potekale že pred letom 776 pr. n. št.. Tega leta so namreč uvedli listo zmagovalcev in s tem so dobile olimpijske igre jasnejšo podobo. S tem letom se začne tudi grško štetje let. Od takrat zanesljivo vemo, da so se vrstile vsakih 49 ali 50 mesecev, vse do leta 395 n. št., ko jih je kot pogansko navado prepovedal cesar Teodozij I. Leta 724 pr.n.št. so olimpijske igre začele pridobivati nove discipline: tek na dva stadija, tek na sedem ali sedemindvajset stadijev, rokoborba, boj s pestmi...

Leta 680 pr.n.št. so na tekmovalni spored dodali še konjske dirke in tekmovanje za mlajše od 18 let. Olimpijske igre so se razvile v vsegrški festival. Na začetku so bili gledalci samo Grki, kasneje pa so gledalci začeli prihajati tudi iz Italije, s Sicilije, z vzhodnih obal egejskega morja in iz severne Afrike.

2.3.7 Program iger

Prvi dan: za vse udeležence iger v Altisu je bila zjutraj izvedena očiščevalna slovesnost, kasneje pa slavnostna olimpijska prisega. Popoldne je sledil nastop mladeničev do dvajset let (tek, rokoborbe, boks). Zvečer je sledilo žrtvovanje 70-tih živali in družabno srečanje.

Drugi dan: Zjutraj so na hipodromu potekale tekme z vozovi. Tekme v peteroboju (met diska, skok v daljavo, met sulice, tek, rokoborba) so potekale popoldne, hkrati pa so potekale tudi pogrebne slovesnosti v spomin na lokalnega heroja. Zasebne zabave tekmovalcev z vozovi so se odvijale zvečer. Zmagovalci so bili lastniki vpreg, ne pa vozniki ali konji.

Tretji dan: Slavnostno darovanje 100-tih volov v čast Zevsu so izvedli zjutraj. Tekmovanja v tekih so potekala popoldan. Kultno praznovanje (gostija z volovskim mesom) je potekalo zvečer.

Četrty dan: Tekmovanja v boksu, rokoborbi, pankrationu in v teku z orožjem so potekala četrty dan.

Peti dan: Praznovanje zmagovalcev se je odvijalo peti dan. Zmagovalce so ovenčali s trakom prek čela in z oljčnimi vejicami v rokah. V procesiji so jih pospremili do Zevsovega templja in jih ob njegovem kipu kronali z oljčnimi vejicami. Prejeli so tudi trinožnik iz plemenite kovine.

Zmagovalci so svoje praznovanje nadaljevali v matičnih mestih. Bili so oproščeni plačevanja davkov, prejeli so brezplačno prehrano in dobili stalen častni sedež v gledališču.

Pitijske igre so bile obnovljene leta 590 pr.n.št. Za pitijske igre je bilo znano, da so na njih tekmovalcem podeljevali materialne nagrade. Zmagovalci pa so poleg lovorjevega venca dobili tudi jabolka.

Istega leta, kot so bile obnovljene pitijske igre, so bile reorganizirane tudi **istamske igre**. Program tekmovanja je bil urejen po vzoru olimpijskih iger. Zmagovalci istamskih iger so za zmago prejeli venec iz smrečja.

Nemejske igre so bile organizirane zadnje v nizu velikih iger in sicer leta 573 pr.n.št.. Odvijale so se vsaki dve leti, najverjetneje julija in avgusta. Program tekmovanja je bil še najbolj podoben olimpijskemu, saj ni znano, da bi se v Nemeji odvijala glasbena tekmovanja. Zmagovalci v Nemeji so za zmago prejeli venec iz zelene (Uranjek, 1997, str.29) .

2.3.8 Čast in slava

Zmagovalni venec so tekmovalci prejeli od sedmih iger, od 752. leta p.n.št. naprej. Takrat je bil zmagovalec teka na en stadij Mesenjanin Daikle. Pred tem je bila nagrada za zmagovalce eno jabolko in bronasti trinožnik. Na vseh štirih velikih igrah antične Grčije so zmagovalci za nagrado dobili vence. V Delfih so zmagovalci za nagrado prejeli lovorjev venec, na Istmu so prejeli venec iz borovih vejic, v Nemeji pa venec iz zelene. V Olimpiji je bil zmagovalni venec pleten iz vejic svete oljke, ki je rasla na Altisu, najverjetneje zahodno od Zevsovega hrama. To je bila divja oljka, sveto drevo, imenovano Kotinos kallistephanos. Olimpijski oljčni venec se je sprva podeljeval zadnji dan tekmovanja, pred vhodom v Zevsov hram, kasneje pa so bili zmagovalci tekem ovenčani po vsaki tekmi, tako kot to vidimo tudi danes (Čirić, 1996, str. 144-145).

Pri razglasitvi zmagovalcev so najprej razglasili njihova imena, nato imena njihovih očetov in nazadnje še imena mest, iz katerih so prihajali. Razglasitev zmagovalcev je pomenila začetek slavlja, ki se je težko primerjalo s kakšnim drugim. V sami Olimpiji so gledalci takoj po razglasitvi zmagovalce zasuli s cvetjem in listjem. Priredili so zabavo za vse tekmovalce, pomembne predstavnike grških mest, sodnike in uslužbence iger ter za ugledne goste. Poleg te zabave je bilo zadnjo noč iger organiziranih več zabav okoli celega svetišča (Čirić, 1996, str. 146-147).

Olimpijci so se v svoja mesta vračali triumfalno. Nekatera mesta so rušila zidove, da so lahko zmagovalci s štirivpregi vstopili v mesto. Menili so namreč, da je zmagovalec zaščita, ki lahko zamenja utrdbo. Zatem so sledile javne zabave in svečanosti, darila in denarne nagrade za zmagovalce. V Atenah je v začetku 6. st. stare dobe Solon omejil materialne nagrade. Materialne nagrade so bile lahko zares visoke: za Solonovih 500 drahem si je Atenčan, ki je zmagal v Olimpiji, lahko kupil ravno toliko ovac; to je bilo toliko kot letni prihodek najbogatejšega razreda. Po nekaterih pripovedih so nagrade v mestih znašale tudi 30.000 drahem (Čirić, 1996, str.147).

Najpogostejše pa se omenja čast, ki so jo zmagovalci uživali do smrti: pravica do pogreba na stroške polisa, doživljenjsko brezplačno prejetanje hrane, pravica do častnega mesta v gledališču, poleg tega pa so polisi plačevali tudi izgradnjo kipov zmagovalcev, ki so stali na trgih ali pa pred hrami. Nekateri polisi so celo plačali stroške postavitve kipov zmagovalcev v Olimpiji. Spet drugi so zmagovalcem ponujali denarne nagrade, če so postali državljani njihovega polisa in so tekmovali za njih. Zmagovalcem je pripadala tudi čast promahije, to je borbe v prvih vrstah vojske v vojni (Čirić, 1996, str. 149-151).

2.4 RIM

Za najstarejše igre v Rimu⁴ veljajo Rimske ali Velike igre (Ludi Romani ali Ludi Magni). Sprva so trajale štiri dni v mesecu septembru. Začele so se z zabavo v čast Jupitra. Svečana povorka, v kateri je sodelovalo celo mesto, se je sprehodila od Kapitola do Cirkusa, kjer so spremljali tekmovanja. Podobno je izgledala tudi zabava kasneje uvedenih Plebejskih iger. Za časa velike politične krize in vojnih izgub sredi druge punske vojne leta 212 so bile uvedene Apolonske igre, kjer so pomembno mesto zavzemale jahalne veščine in prikazovanje akrobacij na konju. Poznamo tudi igre, ki so bile posvečene plodnosti.

Prebivalci Rima so grška tekmovanja najverjetneje prvič videli leta 186 pr.n.št., ko je senator Fulvij Nobilior organiziral prireditev, na kateri so sodelovali posebej za to priložnost povabljeni grški atleti.

2.4.1 Gladiatorske igre

2.4.1.1 Gladiatorji

Prvi rimski gladiatorski boj je leta 264 pr.n.št. priredil Decim Junij Brut v čast svojega umrlega očeta. Gladiatorske igre so bile izredno priljubljene med rimskim ljudstvom. V Rimu je bilo popularno, da so gladiatorske igre organizirali v čast umrlim. Šlo je za pravo obsedenost, zaradi česar so morali cesarji postaviti meje, koliko se lahko zapravi za posamezen boj. Senatski dekret cesarja Marcusa Aureliusa leta 176 p.n.št. je razdelil gladiatorske igre na pet kategorij: pod 30.000 sestercev, 30.000 - 60.000, 60.000 - 100.000, 100.000 - 150.000 in od 150.000 - 200.000 sestercev, kar je bil maksimum. Nagrade, ki so jih prejeli gladiatorji, so bile prav tako rangirane, in sicer od 1.000 - 15.000 sestercev (Baker, 2002, str. 18).

⁴ Antični Rím (tudi stáři Rím) je oznaka za zgodovinsko državno ureditev (središče je bil Rim), ki je trajala od 753 pr. n. št. do 476 n. št..

Večina gladiatorjev je prihajala iz najnižjega rimskega družbenega sloja. To so bili kriminalci, neubogljivi sužnji, vojni ujetniki... Gladiatorji so bili last lastnika gladiatorske skupine. Novopečeni gladiatorji so prisegli, da bodo trpeli žigosanje, vklepanje v verige, bičanje ali smrt pod mečem ter sledili ukazom svojih gospodarjev in bodo hrano, ki jo prejema, pripravljeno plačati s svojo krvjo. Po prisegi so svobodni ljudje postali sužnji, last gospodarja gladiatorjev (Baker, 2002, str. 20).

Gladiatorji so bili znani po svojem pogumu in vdanosti svojim gospodarjem. Gladiatorje so spoštovali in častili. Prejemali so čast in slavo, ki je bila rezervirana za rimske vojake (Baker, 2002, str. 21).

Nekateri prebivalci Rima so se vpisovali v gladiatorske šole zaradi ekonomskih razlogov. Večina jih je bila obubožanih aristokratov, katerih možnosti za zaposlitev so bile omejene na zaposlitev v vojski, poklic učitelja, ali pa so bili obsojeni na življenje kriminalcev, zato možnost vstopa v gladiatorsko šolo niti ni bila tako slaba izbira. Nenazadnje se gladiatorji niso borili več kot trikrat na leto in v primeru, da so se uspeli izogniti krvavi in boleči smrti, sta jih čakala slava in blagostanje. Dobivali so tudi druge nagrade. Gladiatorje so oboževale mlade ženske, bili pa so tudi predmet poželenja premožnih aristokratskih žensk.

V gladiatorskih šolah je bilo poskrbljeno za hrano, zdravstveno oskrbo, dobili so priložnost, da zaslužijo denar in druge nematerialne dobrine v zameno, da nastopijo v areni. Če so preživeli dovolj bojev, so si sčasoma prislužili svobodo (Baker, 2002, str. 21-22).

2.4.1.2 Politični vpliv

Gladiatorske igre so imele velik politični pomen. V rimskem cesarstvu so bile volitve in pokroviteljstvo (sponzorstvo) iger vzeti iz rok prebivalcev. Cesar ni želel, da bi različni pomembni prebivalci Rima pridobivali na popularnosti zaradi organiziranja gladiatorskih bojev. Kot orodje politične propagande so bile gladiatorske igre velikega pomena in cesar jih je hotel obrniti v svojo korist. Cesar je postal reden pokrovitelj iger v Rimu. Odločal je o njihovem namenu, dolžini in datumu. Ponavadi jih je prirejal ob pomembnih dogodkih, kot so bile obletnice in zmage. Cesar se je iger redno udeleževal in dopuščal, da so dobile politični pomen. Kljub temu, da niso imeli volilne pravice, so prebivalci na igrah prišli v direktni stik s cesarjem. Prišlo je do komunikacije med njim in prebivalci. Prebivalci so lahko na glas izražali svoje mnenje; ne samo, da so lahko hvalili, tudi kritika je bila dovoljena. Z organiziranjem gladiatorskih iger si je cesar lahko pridobil veliko politično moč (Baker, 2002, str. 35-36).

2.4.1.3 Plačilo – čast in slava

Slava ni bila edina nagrada uspešnih gladiatorjev. Prejemali so tudi denarna plačila, če so nastopili v areni. Samo plačilo za nastop v areni niti ni bilo tako visoko. Da so se pojavili v areni, so prejeli največ 2.000 sestercev, kar ni bilo veliko, če upoštevamo, da je sama prireditev navadno stala trikrat do štirikrat več. Največ plačila so dobili že upokojeni veterani, ki so bili pripravljeni ponovno nastopiti v areni. Njihovo plačilo je znašalo 15.000 sestercev. Te nagrade so prejeli od pokroviteljev iger, njihov gospodar pa jim je dodal še denarno nagrado glede na stopnjo popularnosti posameznega tekmovalca. Včasih se je zgodilo, da sta se v areni borila dva enakovredna borca in posledično je boj lahko trajal ure in ure. V takih primerih sta bila zabava in vznemirjenje, za katero sta poskrbela tako navdušujoča, da se je cesar odzval na vzpodbude občinstva, da se nagradi oba tekmovalca z odpustitvijo. To je pomenilo, da sta bila nagrajena s svojimi življenji in s slavo. Včasih so bili boji tako dolgi, da je cesar obema tekmovalcema podaril vredna darila za njuno vzdržljivost. Dlje kot je trajal boj, bolj vredna so bila darila. Tisti gladiatorji, ki so bili pri cesarju še posebej priljubljeni, so včasih celo postali člani njegovega družbenega kroga in takrat so se vredna darila zares začela nabirati (Baker, 2002, str. 44-46).

2.4.1.4 Dragocena vrednost

Izkušeni gladiatorji, ki so uprizarjali dobre, tehnično podkovane boje proti svojim nasprotnikom in so pritegnili zanimanje množic, so bili zelo iskano blago. Eden izmed razlogov, da je bila organizacija gladiatorskih iger tako draga, so bili visoki stroški gospodarja za izposojajo svojih gladiatorjev. Najdražji so bili veterani. Slednji so za gospodarja predstavljali bogat zaslužek. Gospodarji gladiatorjev so se z visokimi cenami hoteli tudi zavarovati, kajti v vsakem boju je obstajala možnost, da njihov gladiator izgubi življenje. Bili so izposojevalci gladiatorjev, včasih pa so jih celo prodajali. Lahko bi celo rekli, da so bili njihovi managerji. Gospodarji gladiatorjev so bili sicer objekti sovraštva rimske družbe, saj so svoj zaslužek dobili na račun tega, da so z ljudmi delali kot z živalmi. Kljub temu pa so bili gospodarji tisti, ki so poskrbeli za najljubšo zabavo rimske družbe.

Moralni zadržki rimske družbe se niso zaustavili pri tem, da bi prenehali spremljati krvave boje. Poleg gospodarjev so bili lahko lastniki gladiatorjev tudi člani višjih družbenih razredov, vendar le v primeru, da so se s tem ukvarjali amatersko in da je njihov glavni vir zaslužka prihajal od drugod.

V času rimskega imperija je bila organizacija gladiatorskih iger pod kontrolo države in edina odobrena gladiatorska šola je postala imperijski ludi (šola). Večina gladiatorskih skupin je bila v lasti cesarja. Obstajale so štiri šole za gladiatorje: Ludus Matutinus, kjer so trenirali tiste, ki so se borili z divjimi živalmi; Ludus Gallicus; Ludus Dacicus

in Ludus Magnus. Življenje znotraj gladiatorskih šol je bilo težko. Vsaka šola je vsebovala sostanovalske celice, prostor za trening skupaj z orožarnico in talilnico. Poleg gladiatorjev so v šolah stanovali še trenerji, orožniki in doktorji. Te šole so bile kot majhne skupnosti, katerih prebivalci so bili ves čas zasedeni s treniranjem gladiatorjev, kuhanjem njihovih obrokov, izdelovanjem in vzdrževanjem njihovega orožja in zdravljenjem tistih, ki niso bili smrtonosno ranjeni. Glavni mož, ki je bil zadolžen za administracijo vsake šole, je bil znan kot prokurator.

Od vladavine Marka Avrelija naprej poklic gospodarja gladiatorjev ni bil več tako donosen, kot je bil do tedaj. Država ga je obvezala, da pridobi gladiatorje po fiksni ceni, nekatere pa celo s popustom. Trgovina z gladiatorji je postala zaprta, po principu »organizacija gladiatorskih iger je stvar družbenega interesa« (Baker, 2002, str.47-50).

2.4.2 Mecenstvo

Začetnik mecenstva je bil Rimljan Gaius Clinius Maecenas (70-8 pr. n. št.), ki je spodbujal umetnost in kulturo in po katerem je mecenstvo tudi dobilo ime. Kot prijatelj, pomočnik in svetovalec cesarja Avgusta je zbiral pomembne pesnike svojega časa in jih podpiral.

V večini opredelitev je poudarjeno, da je mecenstvo preskrba s sredstvi, kjer gre za podporo posamezniku ali organizaciji iz nekomercialnih vzgibov. Posameznik ali podjetje iz lastnega zadovoljstva ali zaupanja v pomembnost projekta pomaga nadarjenim umetnikom, raziskovalnim odpravam in drugim pri izvajanju njihovih dejavnosti oziroma pri doseganju zastavljenih ciljev (Meenaghan, 1983, str. 10).

Mecenstvo je torej že zelo stara oblika pomoči nadarjenim posameznikom in skupinam, pri čemer so cilji nekomercialni. Zato mecenstvo naj ne bi vplivalo na delovanje umetnikov in raziskovalcev, ki bi imeli na ta način čim večjo svobodo pri ustvarjanju.

3 SREDNJI VEK

3.1 VPLIV TEHNOLOGIJE NA ŠPORT

Mračni srednji vek⁵ ni spodbujal novosti, inovacij. Kljub temu pa je prihod smodnika s

⁵ Srednji vek se prične leta 476 z razpadom zahodno-rimskega imperija (konec starega veka) ter se konča leta 1492 z odkritjem Amerike. Nekateri zgodovinarji postavljajo konec srednjega veka leta 1453 s padcem Konstantinopla, s čimer se je zaključila dolgoletna tradicija vzhodnorimskega imperija. Skoraj tisočletno obdobje srednjega veka razmejimo na tri obdobja: zgodnji, visoki in pozni srednji vek.

Kitajske povzročil prve spremembe v družbi, ki so povzročile tehnološke in družbene spremembe. Smodnik je prinesel novo vlogo v vojski zaradi dolgotrajnega učenja uporabe orožja s smodnikom. Učenje vojaka za pravilno ravnanje z orožjem je bilo drago in dolgotrajno. Ustanovili so prve klube, v katerih so ljudje v prostem času »vadili«. Tako so organizirali tudi prva tekmovanja; pojavili so se prvi športniki, ki so tekmovali za različne nagrade. Smodnik je prav tako povzročil revolucijo v zasnovi vojske. Pomemben je postal navaden vojak in ne konjenik. Kot posledica boljše kvalitete železa (jekla) se je spreminjalo orožje posameznega vojaka. Povečevala se je razdalja med posameznimi vojaki, spreminjala se je vrednota konjenice, znanje rokoborbe in sabljanja. Na primer iz težkih dvoročnih mečev se je razvil lahkoten rapir (kratki meč), vojaki so dobili težke oklepe z namenom odbijanja krogel ipd. Vojska je zaradi opreme in urjenja vojakov postajala vedno dražja.

Nova orožja, ki so se razvila zaradi boljše tehnologije, so zahtevala od človeka dolgotrajno in stalno vadbo. Pojavili so se prvi učitelji, ki niso učili le vojakov, temveč tudi meščane. Pojavili so se prvi učbeniki in prvi športniki, ki znanja niso uporabljali v vojni, temveč v svojem prostem času.

Skozi srednji vek je prihajalo do sprememb socialnega statusa in vadbe borilnih veščin. Tako je imel inštruktor orožja v družbi visok in časten položaj. Med leti 1300 in 1400 so se ljudje na robu eksistence zaposlovali kot nadomestki za svobodne meščane v vojski.

3.2 SABLJAŠKA ŠOLA V 16. STOLETJU

V novem veku⁶, v 16. stoletju, so se pojavili sabljači. Sabljači iz tega obdobja časti so radi trenirali tako, da so bili skriti pred očmi javnosti in so se pokazali šele takrat, ko so dosegli status mojstra. Začetki sabljaških šol pa so se pričeli kot javni dvoboji med študenti. Vadili so in pazili, da se pri vadbi ne poškodujejo. V javnem dvoboju je bila namreč vsaka rana potrebna za osvojitve nagrade. Prve sabljaške šole so bile samo drug izraz za prikaz sposobnosti in borbe za denarno nagrado, kot tudi določena priložnost za nabiranje izkušenj, potrebnih za pridobitev statusa mojstra. Vsak mojster je namreč moral imeti določeno število borb.

Čeprav so obstajali učitelji sabljanja, so nekateri umetnost sabljanja prenašali med popotovanji od mesta do mesta, v katerih so prirejali ekshibicijske borbe. Take ekshibicije so od gledalcev zahtevale vstopnino. Čeprav ni podatkov, lahko sklepamo, da so od vstopnine taki učitelji tudi živeli. Seveda pa postopek prikazovanja ni bil enostaven. Mestni svet je moral odobriti kraj nastopa, učitelj pa je moral svoje znanje prikazati

⁶ Nôvi v  k je zgodovinsko časovno obdobje, ki se začne leta 1492 z odkritjem Amerike (konec srednjega veka) ter so konča leta 1918 s koncem prve svetovne vojne.

mestnemu svetu. Če je pridobil dovoljenje, je v Mestni hiši objavil dan in uro sabljaške šole. Te sabljaške šole so se v glavnem odvijale ob nedeljah po maši.

Sabljanje je imelo tradicionalno korenine v razredu obrtnikov. Sabljanje so uporabljali ljudje, ki so morali aktivno delati za svoje preživetje. Obrtniki so bili organizirani v sedem skupin: trgovci, vojaki, pomorščaki, kmetje, gozdarji, veterinarji in zaposleni v dvornih poklicih. Dvorni poklici so bili sestavljeni iz plesa, konjenišva, slikanja in iz raznih iger in športov. Mojstri sabljanja so imeli tako dva načina služenja denarja. Učili so kot mojstri obvladovanja orožja v vojski in kot mojstri v visoki družbi. Sodelovali so v uradnih in zabavnih zahtevah dvora, katerega razvoj je zagotavljal stalne vire zaslužka zaradi široke skale družbenih priložnosti.

Vse to kaže, da je imelo evropsko sabljaštvo vse prej kot jasno socialno ozadje. Nekateri zgodovinarji imajo mojstre sabljanja za nespodobne trgovce kot žonglerje ali igralce, nekateri pa jih povezujejo z visoko družbo. Zgodovinarji tesno povezujejo šovbiznis s sabljaštvom. Zgodnje slike sabljačev prikazujejo le-te kot zabavljače, ki prikazujejo ples z meči. Potujoči zabavljači so bili cenjeni in hkrati prezirani kot potepuhi.

Najbolj priznani sabljaški združbi centralne Evrope sta bili združba Marxbruder in Federfechter. Te privilegirane združbe so večinoma ustanovili obrtniki in so dober približek kasnejšim sabljaškim šolam, ki so nastale v centralni Evropi, Angliji in Franciji. Vse sabljaške šole so imele podobno tradicijo učenja, podobna pravila učenja. Veljala je prepoved lomljenja nog in rok, pa tudi prepoved ciljanja v oči in v organe reprodukcije. Pravzaprav so bile organizacije tako tesno povezane, da so člani, ki so opravljali izpit za mojstra, morali nastopati ne samo pred odborom lastne organizacije, ampak tudi pred odborom krovne organizacije. Med Federfechterji najdemo čevljarje, zlatarje, tapetarje ipd. Marxbruderji pa so bili krznarji, lončarji in coklarji. Tako je v neki nemški vasi mladino poučeval »krznar«, ki pa ni bil zgolj dober sabljač, ampak je spretno rokoval z vsemi vrstami orožja. Sabljači niso obvladali le sabljanja, ampak so bili spretni z vsemi vrstami orožja, prav tako pa so bili vešči rokoborbe. Obrtniki so bili povrh vsega še sabljači, ki so se s ponosom in brez strahu borili za svojo integriteto s pestmi in orožjem, kadarkoli je bilo to potrebno. Ker to ni bil njihov primarni poklic, se je sabljaštvo začelo trenirati kot šport. Obrtniki so za svoje poučevanje dobili plačilo in bili opredeljeni za profesionalce. Sabljanje je dobilo nek statusni simbol, ki so se ga najbolj navzeli študentje. Tako so začele sabljaške šole cveteti.

Sredi 17. stoletja je postalo orožje statusni simbol. Vsak premožnejši član družbe si je privoščil svojega učitelja, ostali pa so hodili v sabljaške šole. Te šole je bilo ravno tako potrebno plačati, vendar pa so bile bistveno cenejše kot privatni učitelji.

Različni kraji v Evropi so imeli svoje priljubljeno orožje in tudi svoje privatne lokalne učitelje, kar je pomenilo, da so Italijani učili le v Italiji, Nemci v Nemčiji, ipd.

Vendar je kljub temu nekaterim uspelo tudi v tujini. Tako je Rocu Bonnettiju uspelo odpreti privatno šolo v Londonu. Njegova šola je bila znana kot klub zdravja. Njegovi študentje so plačevali od 20 do 100 funtov na leto. Imel je svoje lastne sponzorje, ki so doprinesli k temu, da je bilo odprtje njegove šole legitimno kljub temu, da ni bilo potrjeno od oblasti. Imel je zelo dobre politične zveze (Amberger, 1999, str. 113-119).

Še eden izmed znanih sabljaških učiteljev, ki je ustanovil svojo šolo, je bil Barbasetti. Bil je ena izmed pomembnejših oseb v sabljaštvu v centralni Evropi. Rojen je bil v Italiji, kjer je obiskoval šolo sabljanja, dokler ni postal inštruktor v sabljaškem klubu v Trstu. Tja ga je leta 1894 povabil grof Sordin z namenom, da bi sodeloval v sabljaškem turnirju. Prvega januarja leta 1895 je odprl svojo sabljaško šolo na Dunaju, prav tako kot tristo let pred njim Bonnetti. Njegova šola je bila revolucionarno luksuzna. Imela je električne luči in kopalnico. Šola je bila 18. januarja uradno priznana in Barbasetti je postal akreditiran mojster sabljanja v svojem klubu. Njegova plača je znašala 1200 guldnov. Za včlanjenje v klub je bilo potrebno plačati 20 guldnov, za letno članarino pa 100 guldnov (Amberger, 1999, str. 234). Marca leta 1895 se je klubska vodstvo odločilo, da klub poimenuje Union Fencing Club. Člani vodstva so bili lahko le predstavniki plemstva in buržoazije. Predsednik je postal Aleksander princ von Thurn in Taxis, ki je ostal predsednik do konca leta 1938. Izmed 45-tih registriranih članov do konca leta 1896 jih je bila večina iz Avstrije, Madžarske in Nemčije. Člani so pripadali visoki družbi. Včlanjeni pa so bili tudi tuji ambasadorji in vladni funkcionarji. Člani so pripadali tako visoki družbi, da jim je Franz Jožef leta 1913 dovolil, da so si na ramena svojih jaken našili Imperijskega orla.

4 SODOBNOST⁷

4.1 MEDNARODNI OLIMPIJSKI KOMITE

Mednarodni olimpijski komite (MOK; fr. CIO – Comité International Olympique; angl. IOC – International Olympic Committee) je bil ustanovljen 23. junija 1894 v Parizu. Zamisel o ustanovitvi je podal Pierre de Coubertin, z namenom obuditi antične ideale olimpijskih iger. Sedež MOK je v Laussane v Švici. Njegovo edino in najmočnejše orožje je pravica organizirati olimpijske igre, ki imajo velik ugled po celem svetu. MOK predstavlja edinstveno, nepolitično, svetovno organizacijo, ki skrbi za razvoj olimpijskega gibanja. Vloga MOK je voditi razvoj olimpizma v skladu z Olimpijsko listino. V ta namen MOK (Olympic charter, 1997):

- vzpodbuja koordinacijo, organizacijo in razvoj športa in športnih tekmovanj;

⁷ Sodôbnost (tudi sodôbna zgodovina) je najnovejše zgodovinsko obdobje, ki se začne leta 1918 s koncem 1. svetovne vojne (konec novega veka).

- sodeluje s pristojnimi javnimi ali privatnimi organizacijami in osebami, pri čemer si prizadeva, da bi šport služil humanosti;
- zagotavlja redno praznovanje olimpijskih iger;
- se bori proti vsaki obliki razlikovanja, ki škoduje olimpijskemu gibanju;
- podpira in vzpodbuja razvoj športne etike; z vsemi napor si prizadeva, da bi v športu prevladal duh fair-playa in bi bilo nasilje odpravljeno;
- vodi boj proti jemanju prepovedanih poživil v športu;
- sprejema ukrepe za preprečitev ogrožanja zdravja športnikov;
- odklanja kakršno koli politično ali komercialno zlorabo športa in športnikov;
- skrbi, da potekajo olimpijske igre v pogojih, ki izpričujejo odgovorno skrb za zaščito okolja;
- podpira Mednarodno olimpijsko akademijo (MOA);
- podpira druge ustanove, ki so se posvetile olimpijskemu izobraževanju.

Najpomembnejša dejavnost MOK je nedvomno prirejanje olimpijskih iger, vendar pa je njihova posebna značilnost tudi ta, da skrbi za velike športne prireditve, če jih želi prireditelj pripraviti v vednosti in ob soglasju MOK.

Najpomembnejši dokument MOK je Olimpijska listina, ki opredeljuje olimpizem kot življenjsko filozofijo, ki v harmonično celoto povezuje vrednote telesa, volje in duha. S povezovanjem športa in kulture ter vzgoje si olimpizem prizadeva ustvariti način življenja, ki bi temeljil na veselju, izvirajočem iz napa, na vzgojni vrednosti dobrega zgleda in na spoštovanju splošnih osnovnih etičnih načel. S športom naj bi se povsod omogočal harmoničen razvoj človeka in tako naj bi se ustvarjala miroljubna družba, ki naj bi skrbela za ohranitev človeškega dostojanstva, takšen je cilj olimpizma (Olympic charter, 1997, str. 92).

MOK ima svoje simbole: zastavo, himno, ogenj, znak, prisego in moto.

Zastava je bele barve, na njej pa je znak MOK. Bela barva pomeni mir. Simbol je povzet po antičnih igrah, kot je znano so se v času olimpijskih iger prenehale vse vojne. Znak MOK je najbolj znan in najbolj cenjen športni znak. Gre za pet med seboj povezanih barvnih krogov, ki predstavljajo pet celin. Modra barva simbolizira Evropo, črna Afriko, rdeča Ameriko, rumena Azijo in zelena Avstralijo z Oceanijo.

Ogenj je simbol olimpizma posebne vrste. Prvič so ga prižgali na igrah leta 1936 v Berlinu. Ogenj so zanetili po starih običajih in prinesli iz starodavne Olimpije v Grčiji.

Uradni moto modernega olimpizma je CITUS, ALTIUS, FORTIUS (hitreje, višje, močneje). To simbolično pomeni, da si človek oz. športnik prizadeva za napredek, za boljše dosežke, ki bodo pripomogli k lepšemu in bolj dostojnemu življenju.

MOK je pod predsedovanjem Španca Juana Antonia Samarancha (1980 – 2000), katerega naslednik je Belgijec Jacques Rogge, nedvomno naredil velik korak. Leta 1990 je MOK svojo politiko usmeril k državam v razvoju in državam tretjega sveta. Ostro je nasprotoval rasnemu razlikovanju v športu in se zavzemal za to, da morajo biti države, ki ga podpirajo, izključene iz MOK.

4.2 TRŽENJE OLIMPIJSKEGA GIBANJA

V zadnjih nekaj letih je prišlo pri ljudeh, ki se ukvarjajo s športom in ga spremljajo, do razvoja naslednjih trendov (Olympic marketing guide, 1999):

- vedno več ljudi stremi k zdravemu načinu življenja, šport in športni marketing postajajo vedno bolj pomembni v njihovem življenju;
- vedno večje spremljanje športa in športnih dogodkov je povzročilo razvoj in razširjenost medijev in televizije;
- ko so podjetja spoznala pomembnost športa pri ljudeh, so temu prilagodila razporeditev sredstev, namenjenih trženju, oglaševanju in promociji ter jih čedalje bolj usmerjala v športne dogodke.

Zaradi razvoja zgoraj navedenih trendov se je v zadnjih nekaj desetletjih športni marketing razvil iz relativno majhnega posla v multimilijardne dolarske razsežnosti. Športni marketing olimpijskega gibanja obsega vse vidike prihodkov nove generacije, od prodaje televizijskih pravic, sponzorstev, do prodaje vstopnic in licenčne prodaje izdelkov, označenih z olimpijskim znakom.

Prve moderne Olimpijske igre leta 1896 so bile v veliki večini financirane s privatnimi donacijami (67%), ostalo pa od prodaje znamk (22%), prodaje vstopnic (11%). Za igre v letu 1896 so prodali 60.000 vstopnic. Ocenjuje se, da so za igre v Atlanti prodali 11 milijonov vstopnic in da je igre prek radia in televizije spremljalo 4 milijarde gledalcev. Dohodki so znašali približno 2,6 milijarde dolarjev. Seveda so se sredstva financiranja zelo razlikovala od tistih za igre 1896: televizijske pravice 48%, sponzorstvo 34%, vstopnine 10%, licence 4% ter ostala sredstva 4% (Meenaghan, 1996, str. 105).

Od leta 1980 pa do leta 2001 so prihodki olimpijskega gibanja pod predsedstvom Juana Antonia Samarancha skokovito naraščali, kar nam prikazuje tudi spodnja tabela o razvoju prihodkov marketinga olimpijskih iger.

Tabela 3: Razvoj prihodkov marketinga olimpijskih iger od leta 1980 - 2000

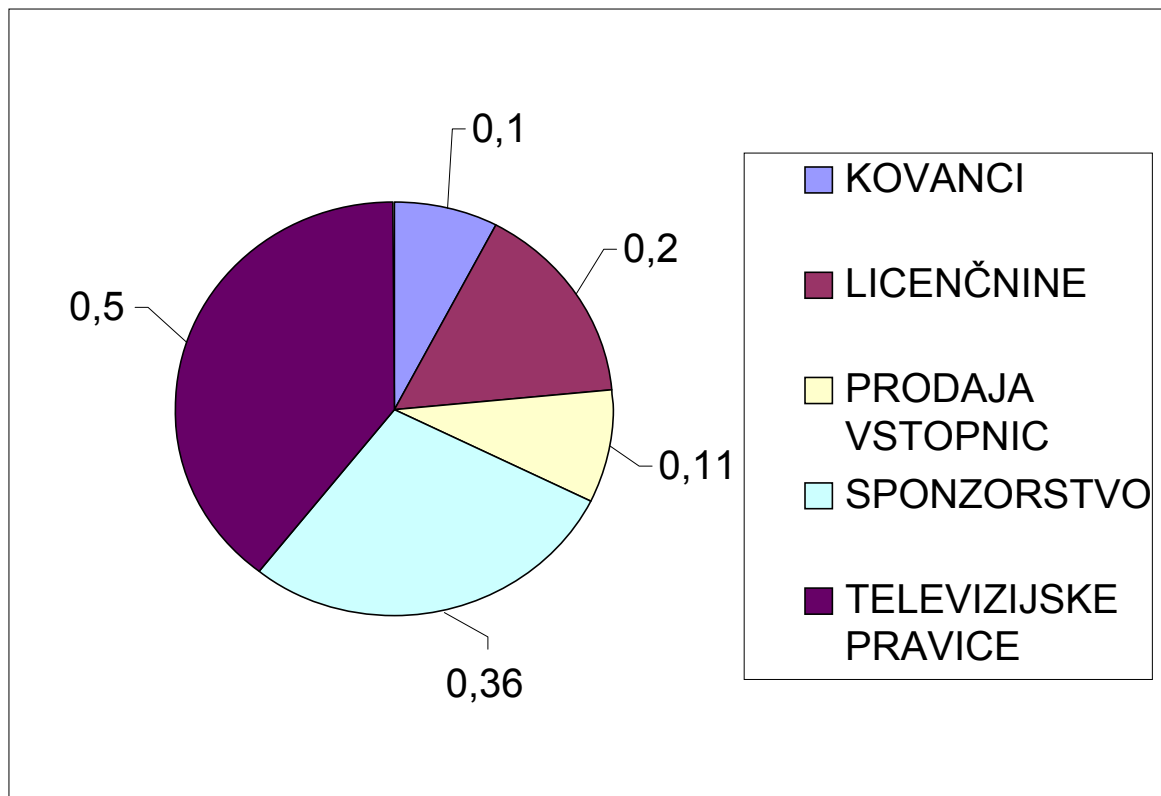
	1980	2000
Število držav s TV prenosom	111	220
Število ur prenosa (letne igre)	500 ur	3800 ur
Prihodek TV pravic (zimske/letne igre) četrtoletje	122 mio USD	1.845 mio USD (Nagano/Sydney)
% prihodka, pridobljen le na ozemlju ZDA	84 %	53 %
Skupni mednarodni sponzorski prihodek (zimske/letne igre)	0 USD	550+ mio USD
Dobički od prodaje kart (letne igre)	13 mioUSD	625 mio USD
MOK razdeli organizacijskemu komiteju za letne igre	60 mio USD	1.100 mio USD
Prihodek od olimpijske solidarnosti (zimske/letne)	8 mio USD	210 mio USD

Vir: Marketing matters, 2001, str. 1.

Iz tabele je razvidno, da so se sredstva, ki jih je pridobil marketing olimpijskih iger med leti 1980 – 2000, močno povečala. Televizijske pravice so bile v letu 1980 poglavitni vir dohodka (95 %), kar 84 % sredstev, zbranih od televizijskih pravic po celem svetu, je odpadlo na pravice, zbrane v ZDA. Potrebno je bilo preprečiti odvisnost pridobljenega dohodka od ZDA in najti nove vire. To se je pokazalo že v letih od 1997 – 2000, ko je vrednost zbranih sredstev od TV pravic v ZDA znašala le še 53 % vseh sredstev, zbranih s televizijskimi pravicami. Število držav s pravicami do prenosa olimpijskih iger se je povečalo s 111 na 220 (3,7 milijarde gledalcev po celem svetu), 500 ur prenosa se je od leta 1980 do leta 2000 povišalo na 3800 ur, celoten prihodek pa se je povišal za več kot petnajstkrat, s 122 milijonov USD na 1.845 milijonov USD v štiriletnem obdobju.

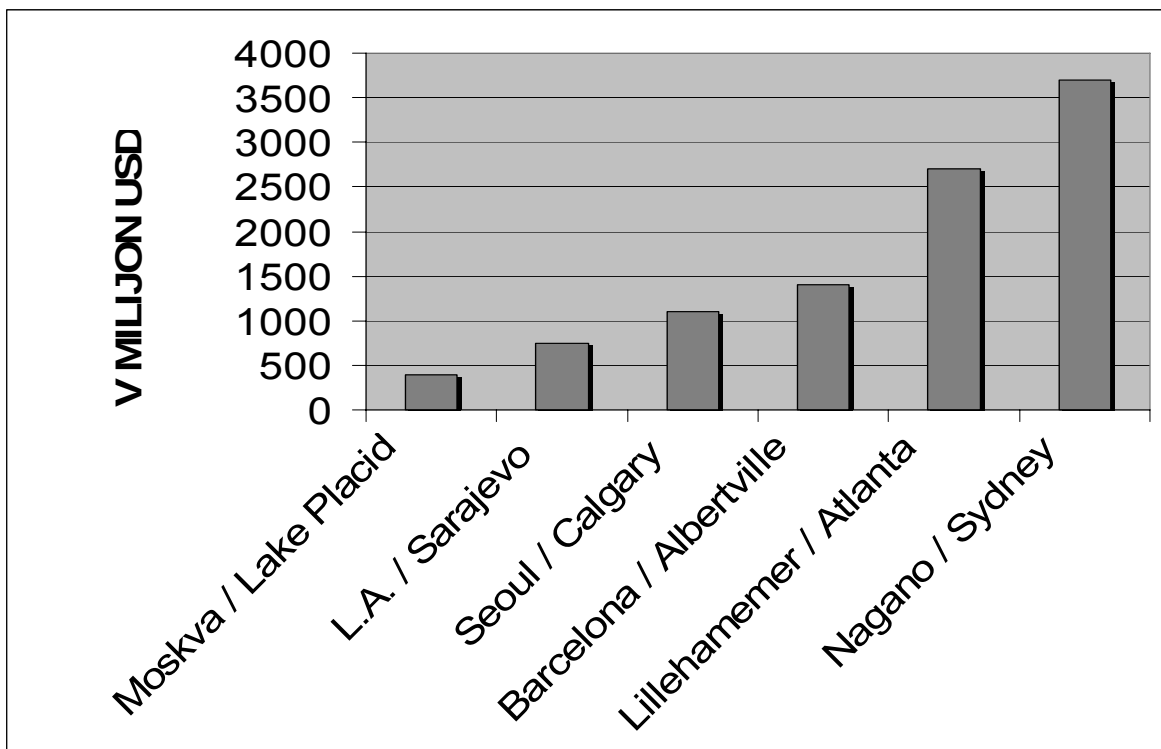
Olimpijski marketing se ni več zanašal le na vire, pridobljene s televizijskimi pravicami, ampak se je usmeril na več virov dohodka. Največji delež dohodka še vedno predstavlja dohodek od televizijskih pravic (predstavlja 50 % delež), velik delež predstavljajo prihodki od sponzorjev (550 mio USD). Med ostale vire prihodkov štejemo prihodke od prodaje vstopnic (625 mio USD v letu 2000 za letne olimpijske igre), prihodek olimpijske solidarnosti (210 mio USD) ter prodaja kovancev in licenc. Vire dohodka in njihovo razporeditev prikazujem v Sliki 1:

Slika 1: Viri dohodka iz marketinških programov



Vir: Olympic marketing matters, 2000, str. 6.

Slika 2: Dohodki po olimpijskih obdobjih



Vir: Olympic marketing matters, 2000, str. 9.

S Slike 2 je lepo razvidno, da se dohodki iz enega v drugo olimpijsko obdobje močno povečujejo, kar je omogočilo MOK, da poveča finančno podporo NOK (Nacionalni olimpijski komite) Mednarodni športni zvezi (IFS) in organizacijskim komitejem. Od skupnega prihodka se kar 93 % razdeli med te organizacije in le 7 % ostane za potrebe MOK.

Dejstvo je, da brez denarja tudi olimpijskih iger ne bi bilo. Za istovetenje z olimpijskim gibanjem so sponzorji nacionalnih komitejev in MOK-a pripravljeni odšteti velike vsote denarja. Ogromna sredstva, ki se pretakajo v času olimpijskih iger, in velika medijska pokritost kažeta na dejstvo, da imajo olimpijske igre velik ugled med ljudmi po celem svetu. Sponzorstvo olimpijske reprezentance zato predstavlja podjetjem konkurenčno prednost, vendar le ob ustreznem upravljanju s to pravico.

Sponzorji želijo v času olimpijskih iger pridobiti čim več koristi in jih prenesti na svojo blagovno znamko. Sponzoriranje se nanaša na prenos podobe olimpizma na podobo podjetja, v zameno za kar sponzor plača določeno vsoto. Sponzorji želijo povečati prodajo produktov z dodelitvijo emblema, porabniki pa želijo kupiti izdelek, s katerim se identificirajo z olimpijskim gibanjem, ne pa zaradi osnovne znamke izdelka.

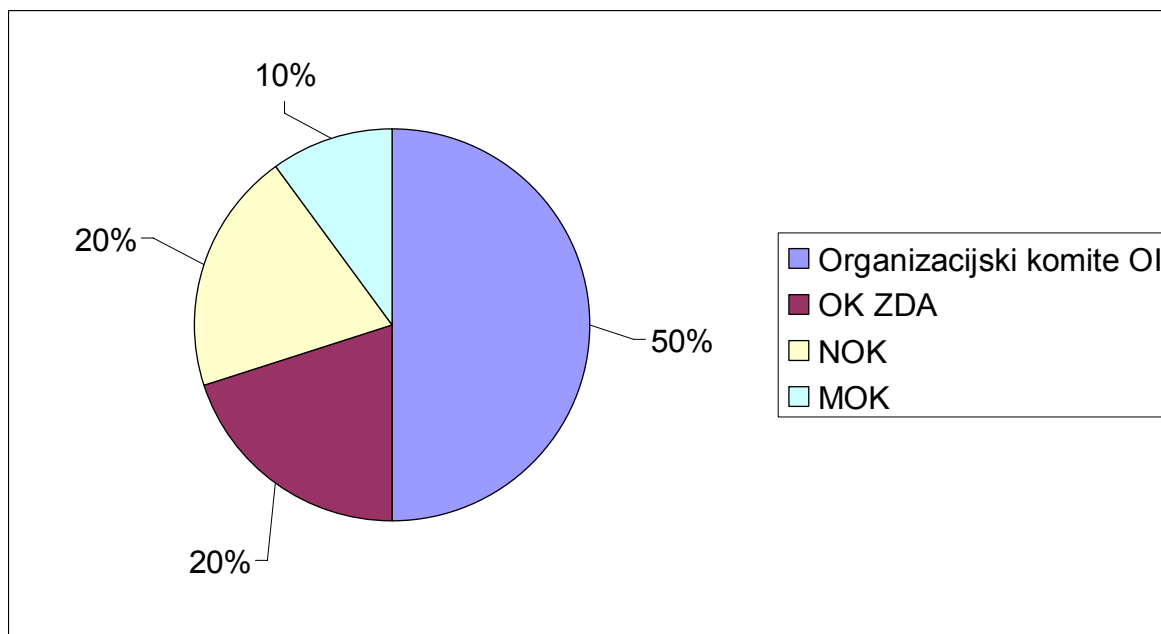
Produkti, označeni z olimpijskim znakom, morajo biti trženi tako, da bodisi dvignejo ugled olimpijskega gibanja v očeh kupcev ali pa ga vsaj obdržijo na takem nivoju, kot je bil. To je odvisno tako od politike MOK-a, kot tudi neposredno od nacionalnega komiteja v posamezni državi, ki dodeljuje pravice uporabe znaka v tržne namene. Ena izmed pravic, ki je določena v pogodbi med NOK in podjetjem, ki podpira olimpijsko gibanje, je pravica do uporabe znaka, ki je izdana pod izjemno strogimi pravili. Na ozemlju posamezne države ne sme nihče drug uporabljati olimpijskega znaka. Zaščiten pa ni le znak, pač pa uporaba vseh simbolov in izpeljank, ki so kakorkoli povezani z olimpijskim gibanjem. Prepogosto pojavljanje olimpijskega znaka v medijih in produktih lahko privede do problema prekomercializacije, ki se mu lahko izognemo le z uspešno grajeno strategijo dodeljevanja pravic.

4.3 TOP PROGRAM

TOP je okrajšava za olimpijske partnerje (The Olympic Partners) in je svetovni sponzorski program Mednarodnega olimpijskega komiteja. TOP partnerji pomagajo olimpijskemu gibanju tako s finančno pomočjo, kot tudi s tako imenovanimi dobrinami v naravi, kot so: proizvodi, storitve, tehnologija, pomoč svojega osebja. Vse to počnejo v zameno za olimpijske tržne pravice.

V obdobju 1997 – 2000 so TOP partnerji prispevali MOK 550 milijonov dolarjev. Ta dohodek je MOK razdelil po naslednji formuli, ki je prikazana v Sliki 3.

Slika 3: Razdelitev TOP dohodkov



Vir: Olympic marketing matters, 2000, str. 9.

4.4 FINANCIRANJE

Skupna značilnost vseh držav Evropske unije je, da je razvoj športa v glavnem odvisen od finančnih prispevkov potrošnikov (udeležencev in gledalcev) ter lokalnih vlad. Ta trend financiranja se nadaljuje v skladu z decentralizacijo športnih organizacij in predstavlja model, ki zahteva zelo povezano sodelovanje potrošnikov športnih produktov in tistih, ki odločajo na lokalnem nivoju. Predpogoj za to pa je pozitivna naravnost potencialnih gledalcev oziroma spremljevalcev športnega dogajanja, v našem primeru olimpizma.

Da so ljudje pripravljeni podpirati podjetja, ki vlagajo v razvoj športa, kažejo številne raziskave, narejene doma in po svetu. Velik pomen ima prepoznavnost. Prepričanje Slovencev je, da domača podjetja premalo vlagajo v šport, vendar pa na drugi strani raziskava Bednarika iz leta 1998 ugotavlja, da je pokroviteljstvo športa pri slovenskih podjetjih primerljivo z drugimi evropskimi državami.

V Sloveniji je prišlo do političnih in ekonomskih sprememb, zato se je čedalje bolj kazala potreba po dodatnih virih financiranja tako v vrhunskem kot tudi v rekreativnem športu.

Klubi, društva in pa posamezni športniki dobivajo dotacije, ki prihajajo iz proračunskih sredstev in se jim razdelijo preko Ministrstva za šolstvo in šport ter preko lokalnih vlad. Za normalno delovanje pa teh sredstev še zdaleč ni dovolj, zato se kaže potreba po dodatnih sredstvih, med katerimi je eden največjih potencialov vsekakor v kapitalu podjetja. Podjetja pa bodo v želji po doseganju svojih ciljev v šport vlagala preko oglaševanja in pokroviteljstva športnikov.

Pokroviteljstvo skozi šport predstavlja mnogim slovenskim podjetjem izredno možnost komuniciranja s ciljno skupino na trgu. Pokroviteljstvo je postalo tako uspešno sredstvo marketinga za podjetja, da vse kaže na to, da bo število podjetij, ki bodo sponzorirala šport, naraslo. Pokroviteljstvo bo postalo sestavni del promocije podjetij v sistemu oglaševanja oziroma promocije podjetja samega v smislu poslovnih odnosov, publicitete in promocijske prodaje. Tu pa se pokaže pomen imagea olimpizma in pa OKS, saj bo le-ta privabljal oziroma usmerjal podjetja k organizacijam, ki imajo v očeh javnosti večjo vrednost.

Uveljavljena oblika marketinga so že dolga leta različne oblike sponzorstva. Športni marketing vključuje sponzorska in donatorska sredstva podjetij, vire TV pravic ter prodaje doma proizvedenih izdelkov in storitev brez klubskih članarin in iger na srečo. 70 % vsega oglaševanja predstavlja oglaševanje preko športa.

Za oglaševalce predstavlja šport največjo tarčo za pridobitev občinstva, cenovno učinkovite medijske izpostavitve ter povečan učinek ostalih oglaševalskih aktivnosti. Med bolj kvalitetnimi razlogi pa lahko omenimo še prenos imagea športa na izdelek in aspiracije, ki jih posamezniki gojijo do znamk, ki jih uporabljajo športniki (povzeto po Meenghan, 1995).

Kakšna je velikost sredstev pokroviteljev slovenske olimpijske reprezentance, je jasno. OKS v svojem marketinškem planu ponuja svojim potencialnim pokroviteljem točno določene oblike poslovanja, kot so: generalni pokrovitelj, pokrovitelj, opremljevalec in dobavitelj. Številne raziskave so pokazale, da je prvi cilj podjetij, ki se odločajo za pokroviteljstvo športa, povečati celoten image podjetja, medtem ko se kot drugi cilj navajajo pojavljanje podjetja oziroma njegovih blagovnih znamk v medijih.

OKS v svojem marketinškem programu ponuja vrsto bonitet, ki jih lahko pridobijo podjetja, če sklenejo pogodbo o sodelovanju. To so: ekskluzivna uporaba logotipa OKS in njegovih izpeljank v vseh oblikah trženja svojih izdelkov oziroma storitev ter nenazadnje tudi identifikacijo s podobo najuspešnejših športnikov - zmagovalcev in intenzivno reklamiranje v povezavi z olimpijskim gibanjem.

Največji delež vrednosti, ki jo OKS ponuja v svojem programu pokroviteljem, je image podjetja, ki podpira šport in olimpijsko gibanje. Kako velika je ta vrednost, je razvidno iz raziskave o odnosu javnosti do olimpijskih krogov. Izdelki raziskave so namreč pokazali, da imajo olimpijske igre neprimerljiv položaj na področju športnih dogodkov ter da rezultati, doseženi na olimpijskih igrah, predstavljajo višek v karieri katerega koli sodelujočega športnika (tako meni kar 80 % sodelujočih anketirancev). Toliko jih tudi meni, da so olimpijske igre simbol mednarodnega sodelovanja, da zbližujejo narode vsega sveta ter da so olimpijske igre in športniki, ki na igrah zastopajo posamezne države, vir narodnega ponosa (tako meni več kot 90 % vprašanih).

Nedvomno so rezultati, ki jih športniki dosegajo na tekmovanjih, odločilnega pomena pri odločanju podjetja o pokroviteljstvu, saj se ljudje vedno skušajo identificirati in primerjati z uspešnimi športniki ter biti na nek način deležni uspeha.

4.4.1 Različni viri financiranja športa

Vire financiranja športa lahko razdelimo v različne skupine. Najbolj pomembni so (Šugman, 2002, str. 10):

1. Proračunska (javna) sredstva ali sredstva integralnega proračuna.

Proračunska sredstva so:

- a) sredstva državnega proračuna, ki se vsako leto opredelijo v republiškem proračunu.
- b) sredstva lokalnih skupnosti, ki se določajo vsako leto v proračunih občin.
- c) sredstva športne fundacije iz iger na srečo.

2. Neproračunska (zasebna) sredstva:

- a) sredstva sponzorjev
- b) sredstva donatorjev
- c) sredstva gospodinjstev (članarine, vstopnine itd.)
- d) volila, darila
- e) druga lastna sredstva (tombole, srečelovi, prodaja značk itd.)

4.5 POKROVITELJSTVO, SPONZORSTVO

Prihodek olimpijskega marketinga je v zadnjih desetih letih skokovito narastel, povzpel se je na 3,5 milijarde USD. Prodaja televizijskih pravic, sponzorstva, prodaja vstopnic in licenčne prodaje izdelkov, označenih z olimpijskim znakom, vse to so vidiki prihodkov nove generacije, ki jih obsega športni marketing. Olimpijsko gibanje je za poslovni svet razvilo niz dragocenih pravic in ugodnosti, ki jih lahko podjetja z ustrezno marketinško politiko zelo učinkovito izkoriščajo. Iz relativno majhnega posla se je športni

marketing v zadnjih nekaj desetletjih razvil v multimilijardne dolarske razsežnosti. V času recesije ekonomskih pogojev, ki silijo družbo k večjemu poudarku na strategiji marketinškega načrtovanja ter s tem k natančnejšemu določanju cilja in namena pokroviteljstva, se je začela evolucija športnega pokroviteljstva. S pomočjo oglaševanja med športnimi prenosi na TV in na športnih prireditvah si uspešna podjetja prizadevajo za čim natančnejše ugotavljanje potreb svojih kupcev in čim ustrežnejše prilagajanje le-tem ter za vzpodbujanje in ustvarjanje povpraševanja. S pokroviteljstvom skupin lahko podjetja dosežejo naklonjenost kupcev. Tržno naravnana podjetja si nenehno prizadevajo za naklonjenost kupcev. Športniki in olimpicem kot vrednota prav gotovo spadajo med te skupine, zato pokroviteljstvo športa postaja uspešno sredstvo marketinga. Število podjetij, ki sponzorirajo šport, narašča. Oglaševanje, publiciteta in promocijske prodaje postajajo sestavni del promocije podjetij. Za doseganje zelenih rezultatov pa bo poleg vložka v pokroviteljstvo potreben dodaten angažma sponzorja in sponzoriranca. To je zagotovo eden izmed najpomembnejših, če ne edini način, s pomočjo katerega se bo povečala prepoznavnost podjetij v smislu pokroviteljstva, kar posledično pomeni tudi rast imagea ter nenazadnje povečanje tržnega deleža podjetja na domačem in tujem trgu (Bednarik, 1998, str. 12).

Ena izmed bistvenih sestavin strateškega marketinga je raziskovanje trga, tako za potrebe prodajne službe, kot tudi za potrebe proizvodnje in ostalih podjetniških funkcij vsake organizacije. Iz tega lahko sklepamo, da sponzorji in oglaševalci za potrebe trženja potrebujejo analizo o specifičnem trgu.

4.5.1 Definicija sponzorstva

Definicij, kaj je sponzorstvo, je toliko kot je avtorjev, ki se ukvarjajo s tem pojmom. V mnogočem so si med seboj podobne, razlikujejo se le po svoji obsežnosti in prodrobnostih. Kot primer jih navajam nekaj. Iz njih je razvidno, da neka enotna definicija sponzorstva ne obstaja:

»Sponzorstvo je medsebojno koristen poslovni aranžma (skupen dogovor), v katerem sponzor išče/zahteva doseganje določenih (definiranih) ciljev« (Kline, 1991, str. 26). Takšna definicija morda lahko zadovolji poslovneže, uporabnike sponzorstva. Zagotovo pa prav nič ne pove o samem sponzorstvu, o njegovi vsebini in njegovem delovanju.

»Sponzorstvo je darilo ali plačilo za določeno priložnost ali privilegij s ciljem, da si sponzor zagotovi publiciteto. To ni nikakršna druga oblika dobrodelnih aktivnosti, preprosto zato, ker poskuša sponzor za vložen denar dobiti protivrednost v eni ali drugi obliki (Retar 1992, str. 48). To opredelitev mnogi avtorji kritizirajo, čes da je preozka, saj podjetja uporabljajo sponzorstvo tudi v druge namene, ne le za publiciteto.

»Sponzorstvo je poslovni odnos med preskrbovancem s finančnimi sredstvi, materialnimi viri ali uslugami in posameznikom, dogodkom ali organizacijo, ki v zameno ponuja določene pravice in povezave, ki se jih da izkoristiti v komercialne namene« (Sleight 1989, str. 4). Pri tem sta v povezavi s sponzorstvom vsekakor najpomembnejši besedni zvezi »poslovni odnos« in »komercialna korist«.

»Sponzoriranje športa je menjava med sponzorjem in sponzorirancem, v kateri dobi sponzor v zameno za sponzoriranje njemu ustrezno in primerno povračilo, sponzoriranec pa finančna ali druga sredstva za uresničitev svojega poslanstva« (Retar, 1996, str. 22).

»Sponzorstvo pomeni planiranje, organiziranje, izvajanje in kontroliranje vseh aktivnosti, ki so povezane z doseganjem marketinških in komunikacijskih ciljev nekega podjetja, ki te cilje doseže tako, da finančno ali materialno podpre osebe in/ali organizacije na športnem, kulturnem in/ali družbenem področju« (Bruhn, 1991, str. 22).

4.5.2 Sponzoriranje športa

Sleight podrobneje razvršča sponzorstvo na področju športa in sicer govori o:

- sponzoriranju športa na splošno
- sponzoriranju posamezne vrste športa
- sponzoriranje posameznega športnega tekmovanja, dogodka ali prireditve
- sponzoriranje posamezne športne ekipe ali kluba.
- sponzoriranje posameznega športnika.

4.5.3 Opredelitev pokroviteljstva

V večini opredelitev pokroviteljstva (angleško – patronage) je poudarjeno, da gre pri pokroviteljstvu pravzaprav za enosmerni aranžma in podporo posameznikom ali organizacijam bolj iz dobrodelnih, nesebičnih razlogov (Meenghan, 1983, str. 10); gre torej za manj komercialno obliko sponzoriranja, kar pomeni, da cilji pokrovitelja niso tako otipljive koristi kot pri sponzoriranju.

Pokroviteljstvo se od sponzorstva razlikuje (Meenaghan, 1983, str. 11):

- glede na tip aktivnosti koristnika;
- glede na motive, ki posameznika ali podjetje vodijo pri odločanju bodisi za pokroviteljstvo bodisi za sponzorstvo.

4.5.4 Opredelitev donatorstva

Donatorstvo je človekoljubna oblika dajanja, brez koristoljubnih namenov. Mnogi povezujejo ta pojem s sponzoriranjem, pokroviteljstvom, dotacijami, socialnim investiranjem in ga imenujejo mecenstvo. Dejstvo je, da vsi ti pojmi zajemajo odnos izmenjave sredstev, vendar postane stvar problematična, ko želimo poudariti obojestransko korist in dobiček tako tistih, ki sredstev dajejo kot tistih, ki sredstva prejemajo.

Okoli definicij donatorstva je veliko nejasnosti, dejstvo pa je, da je človekoljubno dejanje darovanja skupno predvsem neprofitnim organizacijam.

4.6 OLIMPIJSKI KOMITE SLOVENIJE

Olimpijski komite Slovenije – Združenje športnih zvez (OKS-ZSZ) je osrednja nevladna društvena organizacija nacionalnih športnih zvez in lokalnih športnih zvez ter drugih društvenih strokovnih športnih organizacij v Republiki Sloveniji. OKS zagotavlja pogoje za nadaljnji razvoj športa v Sloveniji ter zastopa interese športnikov in športnih organizacij v Sloveniji in tujini. Njegova vloga je razvijati in ščititi olimpijsko gibanje v skladu z olimpijsko listino. Za uresničevanje te vloge sodeluje z vladnimi in nevladnimi organizacijami, ne sme pa se povezovati z aktivnostmi, ki bi bila v nasprotju z Olimpijsko listino (Šugman, 2002. str. 25).

Na temeljih razvoja športa v Sloveniji, športne dejavnosti mladine, športne rekreacije odraslih, široko razvejene dejavnosti športnih organizacij na vseh ravneh, odmevnih dosežkih slovenskih športnikov v svetu in v želji po še hitrejšem in učinkovitejšem napredku slovenskega športa ter uveljavitvi olimpijskih načel v najširšem smislu z namenom, da hočemo postati športni narod, sta skupščina Olimpijskega komiteja Slovenije in Športne zveze Slovenije na zasedanju dne 22. decembra 1994 odločili, da se obe organizaciji 1. januarja 1995 prostovoljno združita v osrednjo slovensko nevladno športno organizacijo OKS-ZSZ, ki s to odločitvijo prevzema skrb za razvoj športa v Sloveniji na vseh ravneh in v vseh pojavnih oblikah.

OKS je bil ustanovljen dne 15.10.1991 s podpisom Olimpijske listine, ki so jo podpisali predstavniki nacionalnih športnih zvez olimpijskih panog ter Leon Štukelj in Miroslav Cerar. OKS je bil pogojno priznan s strani Izvršnega odbora MOK dne 5. februarja 1992 in dobil popolno priznanje na 101. zasedanju MOK, dne 24. februarja 1993.

Podpis Slovenske olimpijske listine je pomenil slovesno ustanovitev Olimpijskega komiteja Slovenije. S posebnim podpisom je takratni predsednik MOK Juan Antonio Samaranch 17. januarja 1992 obvestil predsednika OKS Janeza Kocijančiča o

(začasnem) priznanju OKS, kar je že pomenilo pravico samostojnega nastopa naših športnikov v olimpijski areni. In tako je OKS uradno povabil Slovenijo na 17. zimske olimpijske igre leta 1994 v Lillehammerju (Kruse, 1996, str. 9).

Pravila OKS morajo biti vseskozi skladna z Olimpijsko listino in se morajo izrecno sklicevati nanjo. Če obstaja kakršen koli dvom glede pomena ali razlage pravil OKS, ali če so ta pravila v nasprotju z Olimpijsko listino, veljajo pravila Olimpijske listine.

4.7 STATUSNE PRAVICE ŠPORTNIKOV

Od leta 1974 v Republiki Sloveniji kategoriziramo športnike. Za kategorizacijo vrhunskih športnikov je Slovenija do svoje osamosvojitve uporabljala skupne zvezne kriterije. Kriterije, sprejete in pripravljene v Športni zvezi Slovenije, pa je uporabljala za kategoriji perspektivnih športnikov in športnikov republiškega razreda. V Športni zvezi Slovenije so se z osamosvojitvijo Slovenije odločili, da bodo pripravili nove kriterije za kategoriziranje športnikov. Spremembe v odnosih, športni politiki in pa sam razvoj športa so pripeljali do potrebe po novih kriterijih za kategorizacijo. Vzroke lahko razdelimo na dva dela: objektivne (uveljavljanje novih športnih panog, disciplin, uvajanje novih tekmovanj, spremembe tekmovalnih sistemov, spremembe programov posameznih tekmovanj ...) in subjektivne (seznam kategoriziranih športnikov je postal edini kakovostni kriterij, ki so ga začeli uporabljati financirji v občinah in državi, pripombe 26 nacionalnih panožnih športnih zvez, osnova za financiranje programov športa v občinah ...).

Novi kriteriji za razvrščanje športnikov imajo več točk. Gre za razvrščanje športnikov v razrede. Kriteriji zajemajo pet razredov in častni naziv:

- 1.) častni naziv: zaslužni športnik Republike Slovenije
- 2.) kategorizirani športniki:
 - športnik svetovnega razreda
 - športnik mednarodnega razreda
 - športnik perspektivnega razreda
 - športnik državnega razreda
 - športnik mladinskega razreda.

Ko so športniki razvrščeni v enega od teh razredov, lahko začnejo tudi z uveljavljanjem statusnih pravic, kot so: zdravstveno varstvo, financiranje ali sofinanciranje priprav, nezgodno zavarovanje, pokojninsko-invalidsko zdravstveno zavarovanje, nagrajevanje, urejevanje stanovanjske problematike, služenje vojaškega roka, nabava opreme, davčne olajšave, itd. Edina kategorija, na podlagi katere športniki ne morejo uveljavljati statusnih pravic, pa je kategorija častni naziv zaslužnega športnika. Kriteriji so v prvih treh razredih naravnani na vrednotenje rezultatov izključno v mednarodnem prostoru, v

drugih dveh pa vrednotijo rezultate z državnih članskih in mladinskih prvenstev.

Kriteriji zajemajo tri članske in dva mladinska razreda: člani-članice; mlajši člani-članice; starejši mladinci-mladinke; mlajši mladinci-mladinke in kadeti-kadetinje.

Da se športniki uvrstijo v enega izmed razredov, morajo doseči določen rezultat. Odbor za vrhunski šport OKS potrdi rezultate. V kolikor se ugotovi, da rezultat oz. dosežek nima predvidene športne vrednosti, ali da tekmovanje ni bilo organizirano v skladu z določenimi pravili, ali če konkurenca na tekmovanju ni bila primerna stopnji tekmovanja, odbor za vrhunski šport OKS ne potrdi posameznega rezultata.

Status kategoriziranega športnika začne športniku/ci veljati z dnem, objavljenim v Obvestilih s seznamom kategoriziranih športnikov. Športnik/ca je lahko istočasno kategoriziran samo v eni športni panogi.

Status športnika/ce lahko miruje do 12 mesecev v času, ko je športnik/ca bolan/a, poškodovan/a ali na služenju vojaške obveznosti. Status kategoriziranega športnika se lahko uveljavlja samo v primeru, če je športnik/ca tekmovalno aktiven/a (je aktiven član državne reprezentance ali aktivni udeleženec najmanj državnega prvenstva) in ob navedenih primerih, ko mu/ji status miruje. Status kategoriziranega športnika/ce se lahko tudi ne prizna oziroma odvzame, če se kršijo pravila zakona o športu, MOK, določene mednarodne športne federacije ali slovenske panožne zveze. Zaradi kršenja pravil lahko športniku/ci ne priznajo športnega rezultata, lahko mu/ji razveljavijo rezultat ali pa ga/jo kaznujejo.

Zaposlovanje vrhunskih športnikov

Maja leta 1996 je bil podpisan sporazum med Ministrstvom za finance (MF), Ministrstvom za notranje zadeve (MNZ) in Ministrstvom za obrambo (MO), na podlagi katerega OKS-ZSZ skrbi za zaposlovanje slovenskih vrhunskih športnikov. Število zaposlenih vrhunskih športnikov iz leta v leto narašča. Leta 1996 je bilo na podlagi sporazuma zaposlenih 93 vrhunskih športnikov.

OKS pa pomaga tudi pri zaposlovanju športnikov po njihovi končani karieri. Marca 2005 je skupaj s svojim poslovnim partnerjem, kadrovsko agencijo Adecco in MOK razvil program, ki v 15 korakih športnikom pomaga skozi proces zaposlovanja. V letu 2005 je OKS povezal svoje partnersko podjetje s košarkarsko, z biatlonsko in s teniško zvezo, z roketnim klubom Krim in z drugimi športnimi klubi. Ob koncu njihove športne kariere je profesionalnim športnikom omogočena strokovna pomoč pri prehodu na trg delovne sile. Agencija popelje športnika skozi proces zaposlovanja. Nudi mu osebno analizo, dodatno izobraževanje, načrtovanje kariere, svetovanje ter posredovanje dela. Projekt je namenjen temu, da športnikom pomagajo uspeti tudi v svetu dela. Leta 2005 je bilo s pomočjo projekta zaposlenih 14 bivših športnikov. Le-ti so svoje delo našli v

gospodarstvu na področju turizma, oglaševanja, kadrovanja oziroma so ostali dejavni v športu kot trenerji.

Zdravstveno zavarovanje športnikov

V obdobju trajanja statusa kategoriziranega športnika so vsi športniki svetovnega, mednarodnega in perspektivnega razreda ter njihovi spremljevalci (4 osebe) nezgodno zavarovani preko zavarovalne police. Zavarovalna polica je sklenjena med Ministrstvom za šolstvo in šport ter Zavarovalno družbo ADRIATIC SLOVENICA d.d.. Tako športniki kot njihovi spremljevalci so upravičeni do zavarovalne premije v primeru smrti, invalidnosti in dnevnega nadomestila zaradi nezgode. Vrhunskim športnikom svetovnega, mednarodnega in perspektivnega razreda je omogočeno posebno nadstandardno zdravstveno zavarovanje. Nadstandardno zdravstveno zavarovanje je poseben paket, ki vsebuje štiri različna zavarovanja in obsega različne zdravstvene storitve, ki niso pokrite iz naslova obveznega zdravstvenega zavarovanja. V mesecu marcu in novembru prejme vsak športnik svetovnega, mednarodnega ali perspektivnega razreda ponudbo za sklenitev tovrstnega zavarovanja. Športnik plača le del zavarovalne premije.

Štipendije za športnike in športnice v RS

Mladim perspektivnim športnikom se na prehodu iz mladinske v člansko vrsto začnejo povečevati tudi finančna bremena. OKS je organiziral projekt štipendiranja, ki je namenjen predvsem tem mladim športnikom. Vsako leto so v avgustu objavljena razpisna merila in vsakdo, ki jih izpolnjuje, lahko pridobi štipendijo. Starostna struktura potrjuje, da gre predvsem za mlade športnike od 17 do 20 let na pragu športne kariere. V zadnjih petih letih je število štipendistov preseglo število sto.

5 SKLEP

Šport je v svoji zgodovini služil različnim namenom od preživljanja prostega časa, priprave na vojno, lov, do prikazovanja moči, združevanja narodov, ipd. Vendar je bil vedno orodje za doseg nekega cilja. V zadnjih 150 letih pa je postal, poleg vseh prejšnjih pojmov, industrija. In ta industrija oblikuje šport hitreje in močnejše kot kdajkoli prej. Lahko rečemo, da se je skozi 2000 let šport približal pojmu produkta. Predvsem je velike korake v tej smeri naredil v zadnjem stoletju, ko so dobička lačni podjetniki usmerjali razvoj športa. Podjetnik s svojo žejo po iskanju dobička in s tem povezanim tveganjem se je pri oblikovanju športa držal vedno le osnovnih temeljev, ki jih lahko zasledimo skozi celotno razvojno pot človeštva, če seveda gledamo šport kot produkt (Hardy, 1986, str. 20).

Šport se je torej skozi čas spreminjal. Do 20. stoletja je bil statusni simbol zgornjega sloja prebivalstva, za katerega je predstavljal zgolj zabavo, razvedrilo in sprostitev. V 20. stoletju je postal dejavnost vseh družbenih slojev in ima veliki pomen na socialnem,

političnem in ekonomskem področju. V športu se postavljajo vse strožja pravila z vse večjim številom opredeljujočih podrobnosti. Iščejo se vse boljši dosežki, ki jih narekuje olimpijsko geslo »citius, altius, fortius«.

Inovacija je del integracije tveganja in iskanja dobička. Vsaka inovacija potrebuje nekakšen način financiranja. Financiranje pa lahko pride, če pogledamo skozi zgodovino, preko privatnih sponzorjev in države (oziroma državnih organov ali uprave, mesta, regije). Vsekakor je privatni sponzor igral ključno vlogo v zgodovini. Privatni sponzorji so podpirali posameznika ali skupine, ki so jih neke igre zanimale predvsem ali pa vsaj na začetku izključno zaradi zabave oziroma zaradi igre same.

Država je v vseh svojih oblikah pravne moči, komisijah in vodstvenih organih vlagala predvsem preko osnovne ideje edukacije (izobraževanja) ljudstva, v izgradnjo aren, stadionov, igrišč, organizacijo tekmovanj in predpisovanja pravil. Osnovna ideja športa skozi oči države je bilo ohranjanje socialnega miru in reda. Izgrajena igrišča pa so delavci in etnične skupine uporabljale za prosti čas in včasih za delo.

Vsak šport je bil na začetku razvoja vezan na lokalno »podjetje« in s tem povezano lokalno trgovino. Šport, ki ga poznamo danes, obstaja kot »skupni obrnjeni produkt« - en produkt, ki je rezultat integracije dveh posameznih »podjetij« (npr. nogomet morata igrati dve ekipi). Po tej logiki gre sestavljanje posameznih »podjetij« v eno veliko svetovno podjetje. Večje »podjetje« pomeni večji profit. Vendar se pravila in organizacija spreminjata; tako se svetovno prvenstvo drži popolnoma drugačne strukture tekmovanj kot nacionalno tekmovanje – državna liga.

Športni izdelek je svojo pot začel kot produkt, ki ga je vsak lahko izdelal sam (lokostrelstvo), kasneje pa so izdelavo prevzeli manjši lokalni podjetniki. Od tu pa do industrije je bil le še korak. Vsekakor pa je pomembna standardizacija produkta, ki pomeni masovno proizvodnjo. Bolj ko je šport razširjen, popularen in reguliran z nekim sistemom pravil in tekmovanj, širša je industrija, ki se iz izdelka prenese tudi na spremljevalne dejavnike (gledalce).

Vsekakor je za šport značilen strukturen razvoj produkta in organizacije. Pomemben je trenutek v razvoju, ko šport zares definira pravila oziroma jih spremeni. Vsekakor se niso vsi športi razvili zaradi privatnih sponzorjev, zagotovo pa je oblika večine današnjih športov posledica komercializacije, iskanja profita in določenega tveganja pri tem. Vendar je zanimivo, da šport predstavlja trg, ki ostaja odprt. Vsako leto prihajajo na plan nove igre, ki so posledica novih idej, materialov ali interesov. Vendar pa vedno ostaja vprašanje, ali bo novo igro podprla industrija in jo popeljala na največjo tržnico športa danes na svetu – na olimpijske igre.

Vsekakor je ekonomska plat športa zelo zanimiva stran zgodovine. Na žalost je izredno težko prepoznati začetne stopnje preobrazbe športa v industrijo. Nagrade, prireditve in golo preživetje so le majhni indikatorji razvoja. Vsekakor pa šport, gledan z ekonomske plati, dobi povsem drugačno vlogo.

ČAS	KDO	ZASLUŽEK	
Grčija	Zmagovalci posameznih iger.	Ekvivalent letnemu zaslušku bogate družine (Ćirić, 1996, str. 148), včasih celo več	43.000 USD ali celo 645.000 USD, če primerjamo danes (Ćirić, 1996, str. 186)
Rimski imperij	Nastopajoči na gladiatorskih igrah.	Od 1.000 do 15.000 sestercijev (Baker, 2002, str. 18), letna plača pravnika leta 50 n.š. je bila 10.000 sestercijev (Roman coins)	Pojavijo se mecen, pokroviteljstvo.
Srednji vek	Učitelji, posamezniki.	1.200 guldnov (Amberger, 1999)	528 USD, če primerjamo danes (Laughin, 2006); Plačevanje uslug, članarina, sponzorji (politične stranke).
Sodobnost	Poleg tekmovalca še: klub, mesto, država, menedžer, industrija izdelkov, trener, panožna zveza, organizatorji tekmovanj...	Raša Nesterovič Kobe Bryant David Beckham Manchester United FC Milan	42 milijonov USD za 5 let s klubom; 45 milijonov USD za 5 let z Nike; 160,8 milijona USD za Adidas; prevzet s strani Malcolm Glazierja, Američana, za 790 milijonov angleških funtov; je od prodaje kart dobil od samo ene tekme skoraj 3 milijone evrov.

Današnja doba globalizacije posamezne športne dogodke (olimpijske igre, svetovno nogometno prvenstvo ...) povečuje skoraj do verskih obredov. Tu se šport kot ekonomski produkt pokaže kot izredno prilagodljiv. Odziva se na družbene in zgodovinske spremembe, prilagaja se posamezniku na vseh celinah in hkrati združuje interese na neki višji ravni. Lahko trdimo, da je šport skozi zgodovino našel obliko, s katero je zadovoljeval

posameznika in družbo. Najboljši in največji pa so odnesli še izboljšan ekonomski status.

Pri obravnavani temi so se pojavile določene težave predvsem pri definiciji športa in iskanju ekonomskih vidikov. Morda bi ob podrobnejši analizi ekonomskega statusa športa lahko bolje ugotovili pomen za posamezno državo ali regijo. Vsekakor pa termin šport ne opredeljuje dovolj natančno predmeta raziskave in bi ga bilo bolje zamenjati z bolj natančno definicijo npr. športnim dogodkom (olimpijske igre). Na ta način bi bil pregled zgodovine natančnejši in primerljivejši. Dober primer bi bila primerjava olimpijskih iger Grčije in moderne dobe, ali pa gladiatorskih iger in svetovnega nogometnega prvenstva.

LITERATURA

1. Amberger Christoper J.: The secret history of the sword. London : Multi-Media Books, 1999. 281 str.
2. Baker Alan: The Gladiator, The Secret History of Rome's Warrior Slaves. New York : Da Capo Press, 2002. 223 str.
3. Bednarik Jakob: Ekonomski pomen slovenskega športa. Sponzorski potenciali slovenskega športa. Ljubljana : Fakulteta za šport, 1998. 73 str.
4. Bruhn Manfred: Sponsoring – Unternehmen als Mazene und Sponsoren – 2-Auflage. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt am Main 1991, št. 5, str. 21-23.
5. Ćirić Aleksandar: Igre u Olimpiji. Beograd : Vreme knjige, 1996. 556 str.
6. Fridl J. Ignacija: Olimpija. Gea, Ljubljana, 1999, 12, str. 78-81.
7. Hrastnik Roman: Ekonomski vplivi olimpijskih iger Sydney 2000. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2002. 42 str.
8. Hardy Stephen: Entrepreneurs, Organizations and the Sport Marketplace: Subjects in Search of Historians. Journal of Sport History, Los Angeles, 13(1986), 1, str. 14-33.
9. Kline Miro: Sponzorirati? Da! Toda kako?. Marketing magazin, Ljubljana, 1991, 11, str. 26-27.
10. Kruse Britta: Kronika 100 let olimpijskih iger. Ljubljana : Mladinska knjiga, 1996. 312 str.
11. Manfreda Nina: Odnos države do sredstev iz katerih so sponzorirani športniki. Diplomsko delo. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2003. 44 str.
12. Meenaghan John: Comercial sponsorship. European journal of marketing, London, 1983, 7, str. 5-71.
13. Meenaghan Tony: Ambush marketing – A Threat to Corporate Sponsorship. Sloan Management Review, Cambridge, 1996, št. 12, str. 103–113.
14. Meenaghan Tony: Current developments and future directions in sponsorship, International Journal of Advertising. Oxfordshire, 17(1998), 1, str.3-28.
15. Pavlin Tomaž: Antične olimpijske igre. Šport, Ljubljana, 1996, 2/3, str. 38-42.
16. Petejan Aleš: Sponzorstvo za preboj na trg. Večer, Maribor, 2004, 129, str. 20.
17. Retar Iztok: Trženje športa za vse. Ljubljana : Športna unija Slovenije, 1996. 139 str.
18. Sleight Steve: Sponsorship – What it is and how to use it. London : McGraw – Hill Book Company limited, 1989. 294 str.
19. Stepišnik Drago: Telovadba na slovenskem. Ljubljana : DZS, 1974. 308 str.
20. Šterpin Dino: Sponzorska pogodba. Diplomsko delo. Ljubljana : Ekonomska fakulteta, 2003, 39 str.
21. Šugman Rajko: Mednarodno sodelovanje v športu. Ljubljana : Fakulteta za šport, 1992. 147 str.
22. Šugman Rajko: Organiziranost športa doma in v svetu. Ljubljana : Fakulteta za šport, 1998. 178 str.

23. Šugman Rajko et al.: Športni menedžment. Ljubljana : Fakulteta za šport, Inštitut za šport, 2002. 320 str.
24. Uranjek Igor: Starogrška atletika. Diplomsko delo. Ljubljana : Fakulteta za šport, 1997. 94 str.

VIRI

25. XXVIII OI moderne dobe in devetvezdniki. [URL: <http://www.9.zvezd.com//oi2004/page2.html>], 13.08.2004.
26. Financiranje. [URL: <http://www.artservis.org/prirocnik/sponzorstvo.htm>], 23.11.2006.
27. Kratko o Olimpijskih igrah. Olimpijski komite Slovenije. [URL: <http://www.skb.si/info/sponzor/info-sponzor-sport--oi.html>], 04.05.2006.
28. Laughin J. Laurence: The History of Bimetallism in the United States. [URL: <http://www.econlib.org/library/YPDBooks/Laughlin/lghHBM13.html>], 03.05.2006.
29. Magazin Krstarica: Največe sportsko nadmetanje [URL: <http://krstarica.com/lat/magazin/zabava/index.php?clanak=olimpijske&arhiva=10-2004>], 15.10.2004.
30. Marketing matters: Olympic marketing 1980 – 2001. Laussane : Meridian management 2001. 8 str.
31. Olimpijska listina. Ljubljana : Mednarodni olimpijski komite : Olimpijski komite Slovenije, Združenje športnih zvez, 1995. 116 str.
32. Olympic marketing guide. Laussane : International Olympic Committee, 1999. 264 str.
33. Olympic marketing guide. Laussane : International Olympic Committee, 2000. 20 str.
34. Roman Coins. [URL: <http://www.geocities.com/Athens/Delphi/9601/nummi/coins.html>], 03.05.2006.
35. Tomažini Snježana: Olimpijske igre san svakog sportaša. [URL: <http://www.tportal.hr/teen/svastara/fset.html>], 27.07.2004.
36. Olimpijske igre, Wikipedija. [URL: http://hr.wikipedia.org/wiki/Olimpijske_igre], 05.05.2006.
37. Zgodovina športa. [URL: <http://www.student-info.net/fsport/fgg/baza-student/uni1/111110/datoteke/zgodovina-sporta.doc>], 15.05.2006.
38. Življenje Rimljanov. III. Gimnazija Maribor. [URL: <http://www.s-3gim.mb.edus.si/timko1/Antika/Sostaric%20Eva/rimska.htm>], 06.06.2006.

SLOVARČEK IZRAZOV IN KRATIC

»Fair play«	Besedi sta angleški in dobesedno pomenita »poštena igra«. Pri nas se je fair play kot pojem udomačil in ga skoraj več ne prevajamo. Načelo fair playa je eno temeljnih načel športa nasploh. Danes pojem pomeni zelo veliko: poštenost pri igri; spoštovanje dogovorjenih pravil in nasprotnika; dostojno prenašanje porazov in tudi zmag; spoštljiv odnos do gledalcev in sotekmovalcev; zahvalo za sodelovanje sotekmovalcu – svojemu navideznemu »nasprotniku« v igri; varstvo narave ter varovanje lastnega ter skupnega premoženja; izogibanje nikotinu, alkoholu, narkotikom in anabolikom ... Fair play se iz športa prenaša tudi v vsakdanje življenje in postaja njegova pomembna sestavina (Šugman, 1996, str. 9-10).
MOK	Mednarodni olimpijski komite
NOK	Nacionalni olimpijski komite
OKS	Olimpijski komite Slovenije
OKS-ZSZ	Olimpijski komite Slovenije – Združenje športnih zvez
TOP	The Olympic Partners (olimpijski partnerji)