

31 maja 2015

*P*rzegląd
*S*ocjologii
*J*akościowej

Tom XI
Numer 2

*Sport w dyskursie
– dyskurs sportu*

pod redakcją
Wojciecha Woźniaka

www.przegladsocjologiijakosciowej.org

REDAKTOR NACZELNY

Krzysztof Tomasz Konecki, UŁ

REDAKTORZY PROWADZĄCY

Jakub Niedbalski, UŁ

Izabela Ślęzak, UŁ

REDAKTORZY TEMATYCZNI

Waldemar Dymarczyk, UŁ

Marek Gorzko, US

Anna Kacperczyk, UŁ

Sławomir Magala, Erasmus

University

Łukasz T. Marciniak, UŁ

REDAKTOR

DZIAŁU RECENZJI

Dominika Byczkowska-Owczarek,

UŁ

REDAKTOR JĘZYKOWY

Aleksandra Chudzik (j. polski)

Jonathan Lilly (j. angielski)

AUDYTOR WEWNĘTRZNY

Anna Kubczak, UŁ

KOREKTA

Magdalena Chudzik-Duczmańska

Magdalena Wojciechowska, UŁ

SKŁAD

Magdalena Chudzik-Duczmańska

PROJEKT OKŁADKI

Anna Kacperczyk, UŁ

WWW

Edyta Mianowska, UZ

ADRES REDAKCJI

Uniwersytet Łódzki

Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

Instytut Socjologii

Katedra Socjologii

Organizacji i Zarządzania

ul. Rewolucji 1905 r. 41/43

90-214 Łódź

redakcja.psj@gmail.com

Przegląd
Socjologii
Jakościowej

Tom XI
Numer 2

Sport w dyskursie
– *dyskurs sportu*

pod redakcją
Wojciecha Woźniaka

Prawa autorskie

Czasopismo oraz wszystkie zamieszczone w nim artykuły stanowią dorobek współczesnej socjologii. Mogą zostać wykorzystane bez specjalnej zgody dla celów naukowych, edukacyjnych, poznawczych i niekomercyjnych z podaniem źródła, z którego zostały zaczerpnięte.

Wykorzystywanie ogólnodostępnych zasobów zawartych w naszym piśmie dla celów komercyjnych lub marketingowych wymaga uzyskania specjalnej zgody od wydawcy. Pobieranie opłat za dostęp do informacji lub artykułów zawartych w naszym piśmie lub jakiegokolwiek ograniczanie do niego dostępu jest zabronione. Autorzy nadsyłanych artykułów ponoszą odpowiedzialność za uzyskanie zezwoleń na publikowanie materiałów, do których prawa autorskie są w posiadaniu osób trzecich.

Logotyp, szata graficzna strony oraz nazwa *Przeglądu Socjologii Jakościowej* (*Qualitative Sociology Review*) znajdują się w wyłącznym posiadaniu wydawcy. Wszystkie pozostałe obiekty graficzne, znaki handlowe, nazwy czy logotypy zamieszczone na tej stronie stanowią własności ich poszczególnych posiadaczy.

RADA NAUKOWA

Jan K. Coetzee

University of the Free State, Bloemfontein, South Africa

Markieta Domecka

University of Surrey, UK

Aleksandra Galasińska

University of Wolverhampton, UK

Piotr Gliński

Uniwersytet Białostocki

Marek Kamiński

New York University, USA

Michał Krzyżanowski

Lancaster University, UK

Anna Matuchniak-Krasuska

Uniwersytet Łódzki

Barbara Misztal

University of Leicester, UK

Janusz Mucha

Akademia Górniczo-Hutnicza

Sławomir Partycki

Katolicki Uniwersytet Lubelski

Anssi Perakyla

University of Helsinki, Finland

Robert Prus

University of Waterloo, Canada

Marek Szczepański

Uniwersytet Śląski

Piotr Sztompka

Uniwersytet Jagielloński

SPIS TREŚCI

Od redaktora

Wojciech Woźniak

Sport w dyskursie. Dyskurs sportu 6

Artykuły

Przemysław Nosal

Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs 16

Barrie Houlihan, Richard Giulianotti

Polityka i (nie)bezpieczeństwo igrzysk olimpijskich: casus Londynu 2012 40

Wojciech Woźniak

Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych 60

Rafał Chwedoruk

Protesty kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku. Analiza ruchu społecznego 84

Honorata Jakubowska

Kiedy płeć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu 116

Jakub Niedbalski

Sport osób niepełnosprawnych w przekazie i dyskursie medialnym w Polsce 130

Anna Kossabucka, Radosław Kossakowski

Dwa sety komercjalizacji. Studium porównawcze siatkówki w Hiszpanii i Polsce 160

Dorota Olko

Aktywność fizyczna – przyjemność czy obowiązek? Analiza społeczno-kulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumba Fitness 186

Wywiad

Richard Giulianotti, Wojciech Woźniak

Socjologia sportu wobec chuligaństwa futbolowego, globalizacji i komercjalizacji sportu. Wojciech Woźniak rozmawia z Richardem Giulianottim 208

Recenzja

Jakub Ryszard Stempień

Recenzja książki: Michał Lenartowicz (2012) *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*. Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego 218

Wojciech Woźniak
Uniwersytet Łódzki

Od redaktora:

Sport w dyskursie. Dyskurs sportu

Abstrakt Wprowadzenie do tomu „Sport w dyskursie. Dyskurs sportu” składa się z dwóch części. Pierwsza poświęcona jest krótkiemu omówieniu współczesnej pozycji socjologii sportu w Polsce i za granicą, eksponuje żywotność i wielowymiarowość problematyki dotyczącej sportu w debacie naukowej toczonyj w naukach społecznych. Druga koncentruje się na omówieniu tematycznego zakresu tomu, który odzwierciedla wielowątkowość naukowej refleksji dotyczącej sportu we współczesnym dyskursie.

Słowa kluczowe dyskurs, sport, badania empiryczne, socjologia jakościowa, socjologia sportu w Polsce

Wojciech Woźniak, dr, jest socjologiem, adiunktem w Katedrze Socjologii Ogólnej na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Główne zainteresowania badawcze to nierówności społeczne, dyskurs publiczny wobec kwestii społecznych, zjawisko paniki moralnej, fiński model społeczno-gospodarczy oraz socjologia sportu. Członek Fińskiego Towarzystwa Socjologicznego (Westermarck Society), Brytyjskiego Towarzystwa Socjologicznego (BSA) i Europejskiej Sieci Badaczy Polityki Społecznej (ESPAnet). Prowadził gościnne wykłady na uniwersytetach w Niemczech (Wolny Uniwersytet w Berlinie i Uniwersytet Justusa Liebiga w Giessen), w estońskim Tartu oraz na fińskich uczelniach w Tampere i Turku. W 2012 roku nakładem

wydawnictwa Scholar ukazała się jego książka *Nierówności społeczne w polskim dyskursie politycznym*. W 2013 współredagował numer „Przeglądu Socjologicznego” zatytułowany „Globalization and Glocalization of Football. Polish and International Contexts”. Autor ponad czterdziestu artykułów w czasopiśmie i monografiach naukowych.

Adres kontaktowy:

Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Katedra Socjologii Ogólnej
ul. Rewolucji 1905 r. nr 41, 90-214 Łódź
e-mail: wwozniak@uni.lodz.pl

Socjologia sportu w Polsce i za granicą

Piszę te słowa w Glasgow podczas kongresu Brytyjskiego Towarzystwa Socjologicznego. John Horne, przewodzący sekcji socjologii sportu, rozpoczynając obrady jednej z sesji, zwrócił uwagę, że odsetek referatów będących socjologicznymi analizami różnych zjawisk związanych ze sportem wzrósł podczas ostatnich kongresów do około 7–8 procent. Biorąc pod uwagę, że w trakcie konferencji BSA wygłaszanych jest w sumie nawet 700 wystąpień, oznacza to, iż corocznie 50–60 socjologów prezentuje analizy związane ze sportem. Sekcja socjologii sportu organizuje lub współorganizuje corocznie dalszych kilka-kilkanaście spotkań naukowych. Na kongresach Międzynarodowego oraz Europejskiego Stowarzyszenia Socjologii Sportu wygłaszanych jest corocznie kilkaset referatów. Przed tegorocznym zjazdem Europejskiego Towarzystwa Socjologicznego członkowie i członkinie *Research Network 28: Society and Sport* zgłosili propozycje 14 różnych sesji tematycznych.

Nie licząc publikacji w czasopiśmie poświęconych w całości społecznemu, politycznemu czy ekonomicznemu aspektowi sportu, tylko jeden z wątków współczesnych analiz, to jest problematyka organizacji wielkich imprez sportowych, był w ostatnich latach tematem numerów monograficznych takich czasopiśmie, jak: „Sociological Review” (2006, vol. 54, issue supplement 2), „Global Networks” (2007, vol. 7, issue 2), „International Journal of Cultural Policy” (2008, vol. 14, issue 4), „Urban Studies” (2011, vol. 48, issue 15), „British Journal of Sociology” (2012, vol. 63, issue 2), „Environment and Planning” (2012, virtual issue: Sport

Mega Events and the City), „East European Politics” (2014, vol. 30, issue 2), „Political Studies Review” (2014, vol. 11, issue 1), „The Geographical Journal” (2015, w druku), „Leisure Studies” (2015, w druku). Świadczy to o prężności subdyscypliny socjologicznej będącej od lat 60. pełnoprawnie rozpoznawanym w dyskursie naukowym polem analiz (Donnelly 2006), jak również o wielowymiarowości analiz dotyczących sportu, przekraczającej tradycyjne podziały dyscyplinarne w obrębie nauk społecznych.

W Polsce przez długi czas refleksję nad społecznymi znaczeniami sportu prowadzono przede wszystkim w katedrach nauk społecznych ulokowanych w strukturach Akademii Wychowania Fizycznego. Wydaje się, że od kilku lat następuje pewien renesans aktywności badaczy z afiliacjami uniwersyteckimi większości polskich uczelni (np. na Uniwersytecie Warszawskim, Łódzkim, Gdańskim, Wrocławskim, Uniwersytecie Adama Mickiewicza i Uniwersytecie Mikołaja Kopernika).

Wydaje się też, że od pewnego czasu w intensywnie toczącej się międzynarodowej debacie naukowej coraz lepiej słychać głos polskich badaczy. Mimo pięknych tradycji – to w Polsce w latach 60. powstało wydawane dzisiaj przez wydawnictwo Sage czasopiśmie „International Review for Sociology of Sport”, a jego pierwszym redaktorem naczelnym był przez wiele lat Andrzej Wohl z warszawskiej AWF (Donnelly 2005) – przez długi czas udział polskich badaczy w debacie międzynarodowej był raczej nieznaczny. Dzisiaj jednak zajmujący się tematyką kibicowania angielski socjolog, z którym rozmawiałem podczas wspomnianego

kongresu, *a vista* był w stanie wymienić nazwiska czworga polskich badaczy, których zna osobiście, których prace czytał i z którymi jest w kontakcie naukowym. Ten anegdotyczny „dowód” wskazuje, że być może mamy w ostatnich latach do czynienia ze wzrostem aktywności i rozpoznawalności polskich badaczy zyskuje wsparcie, gdy popatrzymy na rosnącą liczbę artykułów polskich autorów publikowanych w zachodnich czasopismach i tomach zbiorowych (z ostatnich kilku lat zob. np.: Włoch 2012; Burski 2013; Dmowski 2013; 2015; Woźniak 2013; w druku; Jakubowska 2014; 2015; Kossakowski 2014; Kowalska w druku; Buchowski, Kowalska w druku). Jakkolwiek sceptycznym można być wobec bezkrytycznych zaleceń dotyczących internacjonalizacji badań naukowych, większa obecność polskich badaczy w międzynarodowym dyskursie tej dyscypliny może budzić nadzieję na przyszły ich udział w przedsięwzięciach badawczych o szerszym niż do tej pory zasięgu. Przykładem takiego przedsięwzięcia jest finansowany ze środków 7. Programu Ramowego projekt FREE (Football Research in an Enlarged Europe), realizowany w latach 2012–2015 program porównawczych badań nad futbolem, koordynowany przez francuskie Centre for European Integration at ESCA School of Management z Angers. W projekcie uczestniczył zespół badaczy z Instytutu Etnologii i Antropologii Kulturowej z Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu pod kierownictwem prof. Michała Buchowskiego.

Ostatnio w polskim dyskursie naukowym pojawia się także coraz więcej monografii i prac zbiorowych, a czołowe polskie czasopisma podejmują problematykę sportową, poświęcając tym zagadnieniom

numery monograficzne („Kultura i Społeczeństwo”, 2012, t. 56, nr 3: „Sport w kulturze”; „Człowiek i Społeczeństwo”, 2013, nr 36/1: „Sport kobiet i mężczyzn: uwarunkowania, różnice, granice”; „Przegląd Socjologiczny”, 2013, t. 62, nr 3: „Globalization and Globalization of Football – Theoretical Considerations and Empirical Efforts”).

Również kilka rozmaitej skali projektów badawczych sfinansowanych przez krajowe agencje grantodawcze może świadczyć o rosnącej świadomości znaczenia badań nad sportem. Dzięki sfinansowanemu przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, a kierowanemu przez Tomasza Szlendaka, grantowi badawczemu *Kibice industrialni i kibice konsumenci. Od ideologii dla pracujących mas do supermarketyzacji widowisk sportowych* zrealizowanemu w latach 2010–2012 już powstało wiele publikacji w czasopismach i monografiach. Także Narodowe Centrum Nauki doceniło w ostatnich konkursach dwie propozycje badawcze związane ze sportem, przyznając granty autorom dwóch artykułów zamieszczonych w niniejszym tomie „Przeglądu Socjologii Jakościowej”. Honorata Jakubowska realizuje projekt *Transmisja pozadykursywnej wiedzy na przykładzie przekazywania i nabywania sportowych umiejętności* finansowany w ramach konkursu OPUS, zaś Radosław Kossakowski projekt *Znaczenie futbolu. Społeczne wymiary kultury kibicowania* przyznany w ramach konkursu SONATA. Warto wspomnieć też o inicjatywie Projekt Społeczny 2012, kierowanej przez Annę Gizę-Poleszczuk, która – choć jej najważniejszym celem było wzmocnienie partycypacji społecznej towarzyszącej procesowi przygotowań i organizacji Euro 2012 – miała także komponent badawczy.

Sport w dyskursie i dyskurs sportu

Wiedza o powyższych zjawiskach pozwalała przypuszczać, że zaproponowanie numeru tematycznego poświęconego społecznym aspektom sportu spotka się z zainteresowaniem czytelników, jest też kolejnym świadectwem aktywności, być może wciąż nielicznego, lecz budującego się w Polsce środowiska naukowego.

Przewodnim pojęciem, które organizuje treści niniejszego tomu, jest dyskurs. Zgodnie z klasycznym już w polskiej socjologii ujęciem, dyskurs rozumieć należy szeroko, jako: „całokształt przekazów znajdujących się w społecznym obiegu”, obejmujący między innymi dyskurs potoczny (komunikowanie się w życiu codziennym), dyskurs instytucjonalny, obszary komunikowania się typowego dla rozmaitych światów społecznych czy dyskurs medialny. Dyskursem publicznym są w tym ujęciu trzy ostatnie kategorie (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 2010: 18; patrz też: Jabłońska 2006; Czyżewski 2010; Czyżewski i in. 2014).

Zasygnalizowane w tytule tomu rozróżnienie na dyskursy sportu i dyskursy o sporcie należy rozumieć zaś analogicznie do proponowanego przez tych samych autorów rozróżnienia dyskursu polityki od dyskursu politycznego. Ten pierwszy obejmuje wypowiedzi aktorów zaangażowanych w politykę, formułowane w ramach wypełnianych przez nich ról, ten drugi zaś – dyskurs elit symbolicznych na tematy związane z polityką (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 2010: 18–32; zob. też: Malewska-Szałygin 2004: 87–88).

Dyskurs sportu płynie zatem z wnętrza świata profesjonalnego sportu, instytucji nim zarządzających i decydujących o jego statusie, kierunkach rozwoju i wizerunku, formułowany jest więc przez sportowców, działaczy, trenerów, lekarzy, a także nadzorujących sport polityków, których można określić zbiorczo mianem środowiska sportowego lub sportowych elit symbolicznych. Dyskurs o sporcie dotyczy z kolei wypowiedzi na tematy powiązane ze sportem, lecz formułowane przez otoczenie niezwiązane bezpośrednio – instytucjonalnie – ze światem sportu. W pierwszej kolejności będzie to rzecz jasna dyskurs medialny, przez media wytwarzany i na ich – szeroko dzisiaj rozumianych – łamach trwający, ale także ten płynący z elit politycznych, które reagują na przekazy dotyczące funkcjonowania świata sportu.

W ostatnich latach coraz wyraźniej widać, że obecność sportu w dyskursie nie dotyczy wyłącznie, a nawet nie przede wszystkim, kwestii związanych z samą rywalizacją sportową, jej wynikami i widownią obserwującą zmagania. Coraz więcej wątków dotyczących sportu staje się tematem wypowiedzi publicznych, często odnoszących się do fundamentalnych kwestii organizujących społeczną refleksję wobec zagadnień etycznych i bioetycznych, ekonomicznych, ideologicznych czy politycznych.

Skandal dopingowy Lance’a Armstronga wstrząsnął światem kolarstwa, zasadniczo zmieniając hierarchię najlepszych zawodników w historii tego sportu, a rewelacje Eufemiano Fuentes’a czy książka Madsa Drange wzmogły wątpliwości wobec nacji czy dyscyplin postrzeganych dotychczas

jako „czyste”, podkopując i tak wątpliwą już wiarę publiczności w przejrzystość reguł współczesnego sportu, co wzmocniło choćby dyskusję nad ewentualnym zalegalizowaniem dopingu farmakologicznego i technologicznego. Przypadek Oscara Pistoriusa i wykorzystanie supernowoczesnych protez przez lekkoatletę startującego zarówno w zawodach dla zdrowych, jak i dla niepełnosprawnych wzmógł kontrowersje co do możliwych/pożądanych granic biomechanicznych interwencji w ciało sportowca.

Kontrowersje dotyczące sięgających dziesiątków milionów dolarów sum transferowych płaconych za piłkarzy przez skądinąd zadłużone – często wobec państwa, w którym działają – kluby sportowe, szczególnie w czasie, gdy Europa wciąż nie wyszła z kryzysu finansowo-gospodarczego, dodają nowe wątki do debaty o rosnącej komercjalizacji i hiperkomodyfikacji sportu.

Rosnące wątpliwości opinii publicznej dotyczą wielkich imprez sportowych finansowanych z kieszeni podatników. Badania nad ich konsekwencjami nie pozostawiają złudzeń: zyski z ich organizacji płyną do wąskich elit finansowo-biznesowych, przede wszystkim do ponadnarodowych związków sportowych oraz powiązanych z nimi transnarodowych korporacji. Widoczny sceptycyzm obywateli, a czasem także narodowych elit politycznych skutkuje coraz częstszą organizacją tego typu imprez w krajach niedemokratycznych, co z kolei wzbudza dyskusję na temat braku przejrzystości podejmowanych przez światowe federacje sportowe decyzji, towarzyszącej im korupcji, a także przestrzegania

praw człowieka (m.in. mniejszości seksualnych i imigrantów) czy swobody ekspresji poglądów politycznych w krajach, którym te „zaszczytne” funkcje są powierzane.

Wzrost zainteresowania sportem niepełnosprawnych, obserwowany podczas rekordowych pod względem frekwencji, oglądalności transmisji telewizyjnych i przychodów Igrzysk Paraolimpijskich w Londynie w 2012 roku, przyczynił się do zwiększenia widoczności sportu niepełnosprawnych oraz spopularyzowania tematyki ich praw. *Coming outy* byłych i obecnych zawodowych sportowców wprowadziły do debaty kwestię orientacji seksualnej sportowców, zagadnienie do niedawna stabilizowane, przeczące stereotypowemu postrzeganiu męskości/kobiecości w sporcie.

To tylko nieliczne z tematów, które zasygnalizowano w zaproszeniu do składania propozycji artykułów, ogłoszonym na początku 2014 roku. Niektóre z nich pojawiły się w tekstach składających się na niniejszy tom. Zachęcając badaczy do nadsyłania propozycji tekstów, nie stawiano ograniczeń tematycznych, nie zawężono też pola do żadnej konkretnej tradycji analitycznej i metodologicznej w zakresie analizy dyskursu, podkreślano jednak preferencję dla tekstów o charakterze empirycznym. Pozwoliło to zebrać eklektyczny pod względem poruszanych tematów i stosowanych narzędzi analizy zestaw artykułów. Spośród wielu nadesłanych propozycji wybrane zostały najbardziej pasujące do koncepcji tomu, te zaś, które przeszły pomyślnie proces recenzji, mają Państwo okazję przeczytać w bieżącym numerze „Przeglądu Socjologii Jakościowej”.

W problematykę tomu wprowadza artykuł Przemysława Nosala pod tytułem *Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs*, jedyny w tym zbiorze tekst o charakterze *stricte* teoretycznym. Wychodząc od przeświadczenia, że sport – mimo wielu lat refleksji filozoficznej i socjologicznej – wciąż pozostaje zjawiskiem trudnym do zdefiniowania przez nauki społeczne, autor rozważa rozmaite orientacje i próby operjonalizacji społecznych przestrzeni sportu, starając się wypracować taką definicję sportu, która dostarczyłaby narzędzi do systematycznej teoretycznej i empirycznej refleksji nad sportem.

Zestaw tekstów opartych na pracach empirycznych otwiera artykuł Barrie’go Houlihana i Richarda Giulianottiego w tłumaczeniu Radosława Kossakowskiego – *Polityka i (nie)bezpieczeństwo igrzysk olimpijskich: casus Londynu 2012*, który pierwotnie ukazał się w oficjalnym periodyku naukowym Chatham House, czyli brytyjskiego Królewskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych *International Affairs* (2012, vol. 88, issue 4, s. 701–717). Autorzy, badacze o międzynarodowej renomie z centrum badawczego School of Sport, Exercise, and Health Sciences w Loughborough University, podejmują problematykę bezpieczeństwa i ryzyka związanego z organizacją wielkich imprez sportowych. Studium przypadku dotyczy przygotowań do organizacji Letnich Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w Londynie w 2012 roku. Zagrożenie i niepewność były dominującym dyskursem Igrzysk 2012 roku, jako że informację o przyznaniu Wielkiej Brytanii organizacji imprezy ogłoszono w lipcu 2005 roku – dokładnie dzień przed atakami terrorystycznymi w Londynie, których skut-

kiem było 50 osób zabitych i 700 rannych. Autorzy omawiają dyskursywne mechanizmy dotyczące sekurytyzacji imprezy w kontekście globalnego dyskursu zagrożenia terroryzmem oraz rosnącego upolitycznienia ruchu olimpijskiego.

Kolejny artykuł również podejmuje kwestię organizacji wielkich imprez sportowych, tym razem w polskim kontekście. W opracowaniu zatytułowanym *Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych* W. Woźniak rozważa kwestię bezprecedensowego – w kontekście silnej polaryzacji na polskiej scenie politycznej – konsensusu wśród polskich elit politycznych, dotyczącego organizacji w Polsce Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Euro 2012 oraz Zimowych Igrzysk Olimpijskich Kraków 2022. Kwestionując oficjalny dyskurs sukcesu Euro 2012, autor omawia także rzadki w Polsce przypadek sukcesu oddolnego ruchu społecznego sprzeciwu wobec igrzysk w Krakowie, który przyczynił się do organizacji referendum w tej kwestii. Referendum zostało przegrane przez zwolenników imprezy mimo wsparcia ze strony wszystkich głównych sił politycznych w kraju.

Czwarty artykuł, autorstwa Rafała Chwedorka, zatytułowany jest *Protesty kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku. Analiza ruchu społecznego*. Autor analizuje trwającą od około dekady falę protestów społecznych kibiców piłkarskich w Polsce. Kontekstem tych zjawisk jest z jednej strony będąca konsekwencją globalizacji ekonomicznej rosnąca komercjalizacja sportu, z drugiej zaś konflikt polityczny środowiska kibiców z partią rządzącą oraz lokalnymi i regionalnymi władzami.

R. Chwedoruk wskazując, że protesty te wykraczały poza wąskie i partykularne konteksty dotyczące sportu i kibicowania, odnosząc się między innymi do kwestii bezpieczeństwa i przestrzegania praw obywatelskich, rozważa, czy można je postrzegać jako przejawy formującego się nowego ruchu społecznego.

W kolejnym artykule pod tytułem *Kiedy płęć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu* Honorata Jakubowska podejmuje problematykę percepcji nie/normatywnej cielesności w dyskursie sportu w kontekście interseksjonalnego krzyżowania się kategorii płci, narodowości i sukcesu sportowego (lub jego braku). Wykorzystując narzędzia z zakresu analizy dyskursu medialnego oraz przykłady z własnych projektów badawczych, autorka analizuje kilka przypadków polskich sportowców i sportsmenek, w tym między innymi kwestię postrzegania ciał sportowców-paralimpijczyków.

W całości problematyce sportu osób niepełnosprawnych poświęcony jest tekst Jakuba Niedbalskiego, *Sport osób niepełnosprawnych w przekazie i dyskursie medialnym w Polsce*, który podejmuje dwa istotne wątki dyskursywnych procesów dotyczących sportu osób niepełnosprawnych w Polsce. Analizując dyskurs na ten temat w mediach ogólnopolskich i lokalnych, autor charakteryzuje medialny przekaz budujący wizerunek sportu niepełnosprawnych w opinii publicznej, by następnie skonfrontować tę „sytuację medialną” z danymi z pogłębionych badań jakościowych prowadzonych wśród niepełnosprawnych sportowców.

Kolejne dwa artykuły podnoszą problematykę komercjalizacji współczesnego sportu w odniesieniu do sportu zawodowego oraz rekreacyjnej aktywności fizycznej. Pierwszym wątkiem zajmują się Anna Kossabucka i Radosław Kossakowski w tekście *Dwa sęty komercjalizacji. Studium porównawcze siatkówki w Hiszpanii i Polsce*. W perspektywie porównawczej badacze podejmują temat bezprecedensowego sukcesu sportowego, frekwencyjnego i komercyjnego piłki siatkowej, która w polskich realiach stała się pod względem popularności, medialnej wartości oraz liczby trenujących sportowców drugą po futbolu najpopularniejszą dyscypliną, zestawiając ten fenomen z zasadniczo odmiennymi procesami dotyczącymi tej samej dyscypliny w Hiszpanii. Dzięki wykorzystaniu pochodzących z różnych źródeł danych statystycznych i przeprowadzonym badaniom własnym A. Kossabucka i R. Kossakowski porównują status dyscypliny w obu krajach, podejmując próbę odpowiedzi na pytanie, dlaczego proces komercjalizacji piłki siatkowej w Hiszpanii przebiegł w zupełnie inny sposób niż w Polsce.

Artykuł Doroty Olko, *Aktywność fizyczna – przyjemność czy obowiązek? Analiza społeczno-kulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumba Fitness*, jest jedynym w tomie opracowaniem podejmującym problematykę *stricte* rekreacyjnej aktywności ruchowej. Prezentując specyfikę Zumby jako komercyjnego przedsięwzięcia niezwykle skutecznie wykorzystującego mechanizmy globalizacji i korporacyjnego zarządzania marką do promowania specyficznej formy rekreacji ruchowej, autorka prezentuje wyniki jakościowego studium przypadku dotyczącego Zumba Fitness. Rekonstruując społeczne uwarunkowania tego komercyjnego

sukcesu, analizuje konsekwencje wszechobecnej promocji aktywności fizycznej dla jednostkowego doświadczenia uczestników tej formy rekreacji.

Przedostatnia lektura proponowana czytelnikom PSJ to wywiad z profesorem Richardem Giulianottim z Uniwersytetu w Loughborough w Wielkiej Brytanii, przeprowadzony przez redaktora tomu. Profesor Giulianotti, jeden z najczęściej publikujących i cytowanych socjologów sportu, odpowiada w nim na pytania o najważniejsze współczesne zagadnienia dotyczące socjologicznych analiz sportu, a w szczególności piłki nożnej, dzieli się doświadczeniami z własnych badań, a także re-

fleksjami na temat przyszłych wyzwań stojących tak przed światem sportu, jak i przed socjologami próbującymi go opisywać i analizować.

Numer zamyka recenzja książki Michała Lenartowicza pod tytułem *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*. Jakub R. Stempień omawia tę ważną publikację, podkreślając jej nowatorski w polskich realiach charakter: jest to pierwsza w polskiej socjologii sportu próba empirycznej aplikacji koncepcji Pierre'a Bourdieu do analizy stylu życia i czasu wolnego Polaków w kontekście ich aktywności sportowo-rekreacyjnych.

Bibliografia

Burski Jacek (2013) *Polish Supporters the Day Before Euro 2012: Historical and Sociological Draft* [w:] Deirdre Hynes, Annabel Kieran, eds., *Football and Its Communities*. Oxford: Interdisciplinary Press, s. 129–138.

Czyżewski Marek (2010) *W stronę teorii dyskursu publicznego* [w:] Marek Czyżewski, Sergiusz Kowalski, Andrzej Piotrowski, red., *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 49–119.

Czyżewski Marek, Kowalski Sergiusz, Piotrowski Andrzej (2010) *Wprowadzenie* [w:] Marek Czyżewski, Sergiusz Kowalski, Andrzej Piotrowski, red., *Rytualny chaos. Studium dyskursu*

publicznego. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 15–48.

Czyżewski Marek i in. (2014) *Wprowadzenie* [w:] Marek Czyżewski i in., red., *Dyskurs elit symbolicznych. Próba diagnozy*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno, s. 7–22.

Dmowski Seweryn (2013) *Geographical Typology of European Football Rivalries*. „Soccer & Society”, vol. 14, no. 3, s. 331–343.

Dmowski Seweryn (2015) *Football Sites of Memory in the Eastern Bloc 1945–1991* [w:] Wolfram Pyta, Nils Havemann, eds., *European Football and Collective Memory*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, s. 171–184.

Donnelly Peter (2005) *Editorial. 40th Anniversary of IRSS*. „International Review for the Sociology of Sport”, vol. 40, no. 3, s. 285–288.

Donnelly Peter (2006) *The Sociology of Sport* [w:] Clifton D. Bryant, Dennis L. Peck, eds., *21st Century Sociology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, s. 205–213.

Jabłońska Barbara (2006) *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 2, nr 1, s. 53–67.

Jakubowska Honorata (2014) *Gender Verification in Sport as a Surveillance Practice: An Inside and Outside Perception*. „Surveillance & Society”, vol. 11, no. 4, s. 454–465.

Jakubowska Honorata (2015) *Are Women Still the “Other Sex”: Gender and Sport in the Polish Mass Media*. „Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics”, vol. 18, no. 2, s. 168–185.

Kossakowski Radosław (2014) „Fußball ist Kultur” – Alltagskultur und die Rolle der Fußballfans [w:] Diethelm Blecking, Lorenz Peiffer, Robert Traba, Hrsg., *Vom Konflikt zur Konkurrenz. Deutsch-polnisch-ukrainische Fußballgeschichte*. Göttingen: Verlag Die Werkstatt, s. 259–271.

Kowalska Małgorzata Zofia (w druku) *Hegemony in question? Euro 2012 and local politics in the city of Poznań* [w:] Michał Bu-

chowski i inni, red., *New Ethnographies of Football in Europe: People, Passions, Politics*. Basingstoke: Palgrave.

Kowalska Małgorzata Zofia, Buchowski Michał (w druku) *Doing Ethnography and Writing Anthropology. Single-site-multiple-ethnography of a Protest Event against the 2012 UEFA European Championship in Poznań* [w:] Basak Alpan, Alexandra Schwell, Albrecht Sonntag, eds., *The European Football Championship Mega-Event and Vanity Fair*. Basingstoke: Palgrave.

Malewska-Szałygin Anna (2004) *Tradycja stosowania pojęcia dyskurs i jego przydatność w antropologii współczesności*. „Etnografia Polska”, t. 48, z. 1–2, s. 81–97.

Włoch Renata (2012) *UEFA as a New Agent of Global Governance: A Case Study of Relations Between UEFA and the Polish Government Against the Background of the UEFA EURO 2012*. „Journal of Sport and Social Issues”, vol. 37, s. 297–311.

Woźniak Wojciech (2013) *Polish Football Under Transition: Catch-Up Modernization Gone Wrong* [w:] Deirdre Hynes, Annabel Kiernan, eds., *Football and Its Communities*. Oxford: Interdisciplinary Press, s. 117–128.

Woźniak Wojciech (w druku) *Industrial Heritage and Football in the Imagined Identity of Upper Silesians* [w:] Roberts Simon, ed., *Sport, Media, and Regional Identity*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Cytowanie

Woźniak Wojciech (2015) *Od redaktora: Sport w dyskursie. Dyskurs sportu*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 6–14 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Discourse of Sport, Sport in Discourse

Abstract: The introduction to the volume consists of two parts. The first one is devoted to the concise description of contemporary position of sociology of sport in Poland and abroad, pointing at the vitality and multidimensionality of the sport-related debates in the scientific discourses within social sciences. The second one concentrates on the brief presentation of the thematic content of the volume which illuminates the wide range of scientific reflection concerning sport in the contemporary discourse.

Keywords: discourse, sport, empirical research, qualitative sociology, sociology of sport in Poland

Przemysław Nosal Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs¹

Abstrakt Jednym z kluczowych aspektów społecznego fenomenu sportu pozostaje paradygmatyczność dyskursu z nim związanego. Kategorie w nim używane stosuje się bowiem często do opisu również innych sfer życia społecznego. Sport dostarcza reguł rywalizacji, proponuje określone sposoby poznawczego porządkowania świata (rankingi, rekordy, pomiary), podkreśla centralność ciała w rzeczywistości społecznej czy kładzie nacisk na społeczną potrzebę transgresji. Pomimo takiego dyskursywnego usytuowania pozostaje on zjawiskiem trudnym do zdefiniowania przez nauki społeczne. Celem niniejszego tekstu jest więc próba wypracowania definicji sportu, która uwzględniłaby specyfikę fenomenu i zarazem dostarczałaby narzędzi do teoretycznej i empirycznej refleksji nad sportem. Składa się on ze wstępu i trzech części merytorycznych. W części pierwszej zarysowana została społeczna specyfika sportu, która wiąże się z procesem jego definiowania. Następnie – w drugiej części – przedstawiono dwa skrajne podejścia do wytyczania ram zjawiska: atrybucyjne i kontekstualne. W ostatnim fragmencie zaprezentowane zaś zostało ujęcie, które można określić mianem ustrukturyzowanego kontekstualizmu, czyli definiowania sportu jako zespołu praktyk społecznych, które zbiorowości określają mianem sportu, ale które również mają pewną utrwaloną i uniwersalną strukturę, rozumianą w danej zbiorowości jako grupa fundamentalnych cech wspólnych i koniecznych, by analizowaną praktykę określać mianem sportu.

Słowa kluczowe definicje sportu, atrybucyjność, kontekstualizm, socjologia sportu, dyskurs sportowy

Przemysław Nosal, doktor nauk humanistycznych w zakresie socjologii, adiunkt w Instytucie Socjologii UAM, socjolog kultury i sportu, autor rozprawy doktorskiej „Technologia i życie społeczne. Analiza relacji na przykładzie świata sportu”, specjalista w zakresie polityki społecznej, ekspert w licznych projektach dotyczących samorządu terytorialnego, trzeciego sektora i ekonomii społecznej.

Adres kontaktowy:

Instytut Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza
ul. Szamarzewskiego 89, 60-658 Poznań
e-mail: pnosal@amu.edu.pl

Współczesny sport stanowi wielowymiarowy konstrukt, którego wyjątkowość tworzą elementy o zróżnicowanym charakterze. Steve Jackson, David Andrews i Jay Scherer na początku swojej rozprawy stwierdzają:

[i]dea sportu pozostaje niezwykle atrakcyjna z wielu względów. Po pierwsze, przyciąga on szeroką i nie-

¹ Główne tezy tego artykułu oparte są na rozdziale II. *Społeczny wymiar sportu* mojej rozprawy doktorskiej pt. „Technologia i życie społeczne. Analiza relacji na przykładzie świata sportu”. Rozprawa ta, w przeredagowanej wersji, została wydana w formie książkowej pt. „Technologia i sport” (Wydawnictwo Katedra, Gdańsk, 2014).

zwykle zaangażowaną publiczność. Po drugie, jego wytworzenie jest tańsze niż wielu innych praktyk. Po trzecie, stanowi formę przedstawienia dostarczającego zainteresowanym jednostkom akceptowanej społecznie areny przeżywania wszystkich typów emocji. Po czwarte, odkrywa on granice ludzkiego ciała. Po piąte, ma on charakter erotyczny. Po szóste, zapewnia kunsztowne narracje o bohaterach i złoczyńcach. Po siódme, dostarcza pozytywnych wizerunków zdrowego trybu życia i tożsamości narodowej. Wreszcie istotne jest również, aby odnotować, że sport pozostaje także medium dominującej kultury, ponieważ w wielu przypadkach stanowi lustro kapitalizmu – opiera się na rywalizacji, osiągnięciach, skuteczności, technologii i merytokracji. (2004: 10 [tłum. własne])

Dokonując analizy społecznego osadzenia fenomenu sportu, należy zacząć od stwierdzenia, że nie różni się on niczym od sfery polityki, ekonomii czy mediów. Podobnie jak one pozostaje integralną częścią życia społecznego, nie zaś fragmentem autonomicznym i funkcjonującym na jego obrzeżach czy nawet poza nim. Zachodzą w nim procesy, które zachodzą również w innych obszarach; pojawiają się w nim aktorzy, którzy działają również w innych enklawach; tworzy on silne relacje z podmiotami innych sfer.

Jednocześnie jednak można zauważyć, że sport na poziomie swoich założeń i ideologii stanowi wielokrotnie nie tyle nawet jedną ze sfer życia społecznego, ale wręcz sferę centralną, której zasady funkcjonowania są paradygmatyczne dla innych sfer. Dociekając przyczyn, które sprawiają, że śledząc jego dynamikę, można precyzyjnie opisać dynamikę życia społecznego, należy zwrócić uwagę przede wszystkim na **podwójną naturę sportu**.

Z jednej strony jest to *natura lustra*. W sporcie znajdują odzwierciedlenie szersze procesy, które są już obecne na innych polach życia społecznego. Przykładem może tutaj być estetyzacja ciała, dążenie do permanentnej transgresji, konsumpcjonizm czy też szereg zjawisk związanych z technologią (cyborgizacja, medykalizacja, ugadżetowanie) i mediami (np. uwikłanie w telewizję i Internet). Tym samym sport staje się lustrem, w którym odbijają się główne praktyki społeczne. Co także istotne, lustro to często ma charakter powiększający – niektóre procesy widać w nim wyraźniej niż na innych polach (np. mediatyzacja, spektakularyzacja).

Z drugiej zaś strony sport ma również *naturę laboratorium*. Bardzo często stanowi obszar testowania nowych rozwiązań zanim zostaną one wprowadzone do życia społecznego. Pełni więc on rolę laboratorium lub poligonu doświadczalnego, gdzie pozytywne przejście testów skutkuje dalszym transferem na inne pola życia. Dotyczy to choćby trendów modowych, praktyk medycznych czy też kwestii związanych z realizacją przekazu wizualnego. Dodatkowo, z racji swojego centralnego medialnego usytuowania, debata dotycząca płaszczyzny sportu z czasem staje się także debatą dotyczącą wszystkich (albo przynajmniej większości) członków społeczeństwa. Widać to na przykładzie kwestii dopingu genetycznego albo cyborgizacji organizmu ludzkiego, gdzie dyskusja na tej konkretnej platformie szybko zostaje uogólniona także na inne pola.

Taka konstytucja zjawiska czyni z niego w moim odczuciu fenomen szczególny, trudny do opisanego i zarazem niezwykle ważny jako wskaźnik dynamiki życia społecznego. Celem niniejszego tekstu

jest więc **próba wypracowania definicji sportu**, która łączyłaby cechy jego „podwójnej natury” i dostarczałaby narzędzi do teoretycznej i empirycznej refleksji nad sportem. W ramach wstępu do niego zarysowana została społeczna specyfika fenomenu, która wiąże się z procesem jego definiowania. Następnie przedstawiono dwa skrajne podejścia do wytyczania ram zjawiska – atrybucyjne i kontekstualne. Na zakończenie zaś zaprezentowane zostało ujęcie, które można określić mianem ustrukturyzowanego kontekstualizmu, czyli definiowania sportu jako zespołu praktyk społecznych, które zbiorowości określają mianem sportu, ale które również mają pewną utrwaloną i uniwersalną strukturę, rozumianą w danej zbiorowości jako grupa fundamentalnych cech wspólnych i koniecznych, by analizowaną praktykę określać mianem sportu.

Społeczna specyfika sportu

Jak wskazywałem już we wstępie, sport pozostaje dobrym wskaźnikiem szerszych praktyk społecznych. Sytuacja ta sprawia, że dyskurs związany ze sportem staje się zarazem dyskursem stosowanym do opisu wielu innych, niesportowych, fenomenów życia społecznego. Należy bowiem podkreślić, że sport pełni dziś rolę **uniwersalnego wzorca kulturowego**.

Rozumiem przez to, że na jego płaszczyźnie logika życia społecznego ulega odtworzeniu w modelowej postaci. W ten specyficzny podsystem wpisane są bowiem podstawowe reguły dotyczące funkcjonowania systemu społecznego. Wśród nich można wskazać chociażby na założenia kooperacji–rywalizacji (klarowny podział na „my” i „oni”, działanie

jako „gra zespołowa”, współpraca ponad podziałami w ramach jednej „drużyny”, „pranie brudów w szatni”), logikę dystrybucji zasobów („zwycięzca bierze wszystko”, „liczy się to, co w siatce”, „dzika karta”, efekt Mateusza) albo abstrakcyjne mechanizmy oceniające działania aktorów życia społecznego (rankingi, systemy parametryczne, rozbudowane rozwiązania pomiarowe). Poza tym należy dostrzec, że sport pozostaje także obszarem zarówno praktyk reprodukcji (medialność, stylotwórczość, konsumpcyjność, juvenalizacja), jak i przeobrażających ten system (poszukiwanie nowych formuł, nacisk na innowacyjność). Tym samym dostarcza on paradygmatów innym formom życia enklawowego w zakresie ich praktyk społecznych, w tym także praktyk dyskursywnych. Oczywiście w różnych zbiorowościach wszystkie te reguły aplikowane są w większym lub mniejszym zakresie, jednak ich mechanizmy pozostają powszechnie rozpoznawalne i możliwe do zastosowania w dowolnym kontekście społecznym.

Warto także zauważyć, że w logikę sportu wpisane jest **dążenie do permanentnej transgresji**, a więc chęć przekraczania kolejnych granic. Rywalizujący ze sobą zawodnicy nastawieni są na pokonywanie kolejnych barier w postaci własnego ciała, ciała przeciwnika czy abstrakcyjnych rekordów („*citius – altius – fortius*”, czyli „szybciej – wyżej – silniej; „bij mistrza!”). Idąc dalej tym tropem, baron Pierre de Coubertin twierdził, że sportowcy czerpią ze swojego występu przyjemność „nawet, gdy nałożony na mięśnie i nerwy wysiłek okazuje się za duży, tak, że zawodnik zbliżając się do zwycięstwa, nie jest jednak w stanie go osiągnąć” (za: Beamish, Ritchie 2006: 105 [tłum. własne]). Tym samym spełniany jest jeden z głównych fetyszy nowo-

czesności – dążenie do obiektywnego² poprawiania swojej kondycji, ulepszania jej i modyfikowania.

Jako ważne spostrzeżenie dotyczące kulturowego charakteru zjawiska sportu warto przytoczyć stwierdzenie Marka Krajewskiego:

[w] przeciwieństwie do innych sfer życia sport jest pozbawiony rozbudowanej samoświadomości, skomplikowanych zasad regulujących praktyki w jego obrębie, zbyteczne są tu też wysokie i mocno wyspecjalizowane kompetencje, niezbędne, by w tej sferze, czynnie lub biernie, partycypować. W efekcie sport jest elastyczny i podatny na nowe wykorzystania. Można „dokleić” doń prawie każdy rodzaj znaczeń, emocji i działań oraz wykorzystać jego konkretność, widzialność, atrakcyjność wizualną tak, by stały się one również dostrzegalne. (2011: 48)

Podkreśla ono nie tylko zanurzenie sportu w świecie praktyk życia społecznego oraz paradygmatyczną w wielu obszarach rolę, ale także jego swoistą plastyczność i – jak napisałby pewnie Marshall McLuhan – funkcjonowanie zgodne z logiką gąbki: poddanie ekspansji – wchłanianie – oddawanie (2004: 251). Sytuacja ta dodatkowo uwypukla trudności, jakie wiążą się z próbą zdefiniowania tegoż zjawiska.

Definiowanie sportu

Odbywające się co cztery lata igrzyska olimpijskie (zarówno zimowe, jak i letnie) stają się przyczynkiem do dyskusji na temat definicyjnych granic

² Czyli mierzalnego, a w zasadzie „mierzalnego”, biorąc pod uwagę, że znaczna część pomiarów w sporcie ma charakter czysto abstrakcyjny, np. noty w łyżwiarstwie figurowym.

sportu. W 2009 roku przedstawiciele środowisk związanych z tańcem na rurze (nazywanym również *pole dance*) poczynili proceduralne kroki zmierzające do tego, aby stał się on oficjalną dyscypliną olimpijską podczas Igrzysk Olimpijskich rozgrywanych w 2016 roku w brazylijskim Rio De Janeiro. Choć ich starania zakończyły się fiaskiem, to wywołały one dyskusję na temat tego, co w ogóle można określać mianem sportu³.

Na problem z definiowaniem tego zjawiska zwracają uwagę również badacze związani z szeroko rozumianymi *sport studies*. Jay Coakley, analizując istotę współczesnego sportu, stawia pytania o jego przejawy:

[Czy sportem jest – przyp. PN] jogging? Wspinanie się po linie? Podnoszenie ciężarów? Polowanie? Nurkowanie? Rzutki? Wyścigi samochodowe? Taniec? Szachy? Zapasy? Jazda na deskorolce? The X Games [grupa spektakularnych sportów ekstremalnych wykorzystujących przede wszystkim rowery, deskorolki, narty i deski snowboardowe – przyp. PN]? Paintball? Gra na pianinie? [...] Czy wszystkie te aktywności, czy może żadna z nich nie powinna nazywana być sportem? (2007: 5–6 [tłum. własne])

Autor tym samym wskazuje na wielość obszarów, w obrębie których mamy do czynienia z aktywnościami o trudnym do zaklasyfikowania charakterze. Pewne ich aspekty przystają bowiem do współczesnego rozumienia sportu, inne zaś

³ Podobna dyskusja odbyła się także w kwietniu 2014 roku, gdy jeden z lokalnych portali informację na temat bójek kibiców zorganizowanych w ramach „ligi chuliganów” umieścił na swojej stronie w dziale „sport”.

powodują, że włączenie ich do tej sfery życia wydaje się problematyczne. Choć sytuacja ta może wydawać się mało istotna, to – być może paradoksalnie – właśnie te definicyjne dylematy okazują się kluczowe dla statusu sportu w świecie społecznym. Typologiczna inkluzja lub ekskluzja danej aktywności determinuje bowiem charakter jej instytucjonalnego trwania, kształtuje potencjał ekonomiczny oraz oddziałuje na kontekst polityczny. Jak pisze Klaus Heinemann, instytucjonalizacja sportu to jego „usprawiedliwienie i uprawianie norm, wzorców działania i porządków instytucjonalnych; nadaje ona działaniu sensowność oraz (faktycznie, jak i normatywnie) słuszność” (1990: 169). Zapewnia ona sportowi oficjalne reprezentacje, agendy odpowiedzialne za politykę rozwoju, transparentność funkcjonowania oraz określa jego społeczną recepcję przynależną enklawom funkcjonującym w głównym nurcie życia społecznego. Staje się więc ona warunkiem *sine qua non* rozwoju w ramach ustalonego ładu.

Jednocześnie należy zauważyć, że ranga tych definicyjnych rozstrzygnięć stanowi jedną z paradygmatycznych cech współczesności. Analogiczne bowiem w świecie kultury czy nauki również można dostrzec daleko idące konsekwencje związane z procesem klasyfikowania określonych aktywności. W obu tych obszarach (a także w wielu innych) instytucjonalne potwierdzenie przynależności do określonej kategorii życia społecznego wpływa na relacje z innymi segmentami życia społecznego oraz na ułożenie w kontekście medialnym czy gospodarczym. Tym samym, podejmując refleksję nad społecznym wymiarem sportu, należy wskazać na dwa podstawowe nurty definiowania tego zjawiska.

W kolejnych paragrafach przedstawione zostały główne ustalenia teoretyczne z nimi związane. Dobór stanowisk w nich zaprezentowanych opierał się na zasadzie typologicznej reprezentatywności. Oznacza to, że w ramach każdego z nurtów przywołano najważniejsze lub najbardziej charakterystyczne propozycje opisu społecznego fenomenu sportu. Celem było więc podkreślenie zróżnicowania stanowisk występującego nawet w ramach jednego nurtu definicyjnego, a nie wyliczanie wszystkich autorów mieszczących się w tym nurcie.

Podejście atrybucyjne

Jedną z głównych strategii definiowania sportu jest **wskazywanie na szereg jego istotnych cech**. Ich wyliczenie wypełnia główne obszary, które określają współczesną naturę analizowanego zjawiska. W toku tego procesu wykształceniu ulec ma zagregowany zbiór atrybutów opisujący aktywności, które nazywane mogą być mianem sportu.

Wspomniany już Coakley przytacza następującą definicję sportu: „[s]port jest **zinstytucjonalizowaną aktywnością o charakterze rywalizacji, która wymaga fizycznego wysiłku lub określonych fizycznych zdolności i motywowana jest wewnętrznymi lub zewnętrznymi nagrodami**” (2007: 6 [tłum. własne] [wyróżn. PN]). Według autora kluczowe pozostają więc cztery cechy, które pozwalają klasyfikować daną ludzką aktywność jako sport.

Po pierwsze, jest to **aktywność fizyczna**. Komponent ten zakłada ruchowe zaangażowanie jednostek, w konsekwencji dyskwalifikuje znaczną część czynności o charakterze konceptualnym, a często nazy-

wanych sportem, jak na przykład szachy czy brydż. Aspekt ten podkreśla David Rowe: „[j]akiegokolwiek inne procesy towarzyszyłyby jednostce uprawiającej sport, to kluczowy dla tej aktywności będzie fakt wprawienia w ruch ciała jednostki – całego lub jej poszczególnych części” (2004: 11 [tłum. własne]). Jednocześnie zasadne wydaje się być pytanie o zakres i natężenie tego ruchowego zaangażowania. Przykładem może tu być gra w bilard, która wykorzystuje aktywność cielesną człowieka, ale ruchy wykonywane przez graczy są wyjątkowo oszczędne i dotyczą niemal wyłącznie ruchów rąk (uderzania kijem bil leżących na stole). Paradoksalnie, do tej granicy „nieruchliwości” zbliżają się również aktywności o stabilnym i niepodważalnym statusie dyscypliny sportowej – tak jest choćby w przypadku łucznictwa.

Po drugie, według Coakleya, sport powinien mieć **charakter rywalizacji**. Tym samym wykluczeniu ulega cały zakres aktywności rekreacyjnych, gdzie sensem zaangażowania się nie jest konfrontacja z inną osobą, bez względu na to, czy w bezpośredni, czy pośredni (np. poprzez osiągnięty wynik) sposób. Jogging czy jazda na rowerze jako czynności pozbawione dążenia do szeroko rozumianego zwycięstwa w tym ujęciu nie zaliczają się więc do sportu. Ten komponent rywalizacyjny w wielu definicjach zostaje uwypuklany na tyle mocno, że wskazuje się nawet na sport jako na specyficzny substytut wojny – „bezkrwawą konfrontację dążącą do zmniejszenia goryczy bycia pokonanym, finalnego pojednania i wzajemnego poszanowania praw” (Mangan 2005: 2 [tłum. własne]). Jednocześnie warto także zwrócić uwagę, że ten rywalizacyjny aspekt sportu zostaje obecnie podkreślany jako paradygmatyczny dla całego życia społecznego. W oparciu bowiem właśnie o te regu-

ły rywalizacji panujące w polu sportu tworzone są również reguły funkcjonowania innych pól – rynku pracy (Horne, Tomlinson, Whannel 2005: 207–238), sztuki (Krajewski 2011: 35–51) czy edukacji (np. system rankingów decydujących o przyjęciu do szkół).

Po trzecie, aby uznać określoną aktywność za sport, powinna mieć ona również **charakter instytucjonalny**. Stan ten jest złożeniem następujących czynników:

1. wystandaryzowania zasad rozgrywki: standaryzacja wiąże się tu z uniwersalnym sposobem organizacji określonej aktywności (np. bez względu na rangę meczu w drużynie piłkarskiej zawsze gra jedenastu zawodników, na boisku znajdują się dwie bramki, jedna piłka itp.);
2. istnienia agend nadzorczych: w tym przypadku chodzi o działalność organów odpowiedzialnych za regulowanie i kontrolę rozgrywek sportowych (np. Międzynarodowy Komitet Olimpijski czy Polski Związek Piłki Nożnej);
3. rangi technologicznych i organizacyjnych elementów aktywności: jedną z cech przywiązujących sport do kontekstu instytucjonalnego jest również sieć relacji technologiczno-organizacyjnych. Jak pisze Coakley, „współczesny sport realizuje się w obrębie wielu rygorów i warunków dotyczących sportowców, trenerów czy działaczy, a osiągnięte w nim wyniki poświadczane są dokumentami, certyfikatami i rekordami; poza tym w poprawę osiągnięć sportowych zaangażowany jest sprzęt, technologie oraz metody treningowe” (2007: 6 [tłum. własne]);

4. sformalizowania procesu nauczania i nabywania zdolności związanych ze sportem: sformalizowanie to z jednej strony wiąże się z licznymi agendami odpowiedzialnymi za szkolenie sportowe, a z drugiej strony podkreślona jest wewnętrzna heterogeniczność tych agend, które tworzą nauczyciele, trenerzy, dietetycy, menedżerowie, naukowcy, mechanicy i inni.

Po czwarte wreszcie, zaangażowanie jednostki w aktywność sportową musi wiązać się z określoną **wiązką gratyfikacyjną**, a nagrody w niej zawarte mają zarówno charakter zewnętrzny (status społeczny, nagrody, medale), jak i wewnętrzny (satisfakcja, ekspresja, radość). W kontekście sportu osoba go uprawiająca pozostaje zawsze beneficjentem tej aktywności. Nie oznacza to jednak, że nie ponosi ona przy tym również kosztów, czy to materialnych, czy zdrowotnych. Wprost przeciwnie, koszty te wpisane są w logikę sportu (jak choćby zmęczenie organizmu), jednak samo podejmowanie tej aktywności świadczy o tym, że nagrody zdecydowanie przewyższają koszty (Laker 2002: 5).

Coakley prezentuje więc definicję opartą na zbiorze atrybutów, którymi legitymować powinna się każda aktywność roszcząca sobie prawo do bycia postrzeganą jako sport. Taka optyka pozwala zapoznać się z wewnętrzną złożonością fenomenu sportu oraz sposobem jego konstruowania. To z pewnością cenne ujęcie, w kontekście choćby dalszych, już empirycznych, studiów nad sportem. Ma ono jednak także, jak każda definicja oparta na wyliczeniu, charakter wykluczający. W przypadku bowiem, gdy dane zjawisko nie spełnia wszystkich określonych przez definicję warunków, to może

ono zostać – nie zawsze słusznie – odrzucone. Z drugiej jednak strony w przypadku zbytowego rozluźnienia relacji pomiędzy elementami definicji, ujęcie to staje się z kolei zbyt otwarte, włączając w swój zakres wiele zjawisk z życia społecznego, które sportem z pewnością nie są (np. konkurs teatralny).

Z powyżej zaprezentowaną perspektywą enumeratywną, to jest wyliczającą kolejne atrybuty, zbieżna pozostaje również wizja zaproponowana przez Bowyerella Bella. Opisuje on sport jako „powtarzalną oraz regulowaną ustalonymi zasadami rywalizację fizyczną, realizowaną w zamkniętym uniwersum i wyłaniającą jednoznaczne zwycięzcy” (Bell 1987: 2 [tłum. własne]). Poza cechami wyliczonymi przez Coakleya, przywoływany autor podkreśla również konieczność **wyodrębnienia** samego momentu rywalizacji sportowej z szerszego kontekstu rzeczywistości społecznej oraz fakt **odtworzalności** tej sytuacji. Aspekty te pozostają szczególnie istotne w świetle antropologicznych analiz rozpatrujących sport jako rytuał (Jawłowski 2007) czy widowisko kulturowe (Bausiger 2005: 271–274). Mnie także wydają się one bardzo istotne. Podkreślają bowiem konwencjonalność i performatywność badanego zjawiska.

Podobne podejście prezentuje również brytyjski badacz Mike McNamee. On z kolei uważa, że aktywność może stać się sportem, gdy spełnia cztery główne warunki. Po pierwsze, musi wiązać się ona z pewnymi **umownie skonstruowanymi celami** (np. celem jest umieszczenie piłki w bramce przeciwnika). Po drugie, musi posiadać **zbiór zasad określających** jednoznacznie okoliczności, w których cel uważa się za zrealizowany (np. gol zosta-

je uznany, gdy piłka całym obwodem przekroczy linię bramkową). Po trzecie, musi posiadać również **zbiór zasad regulujących** sposoby realizacji tych celów (np. zakaz posługiwania się rękami przez zawodników z pola podczas gry w piłkę). Po czwarte, wymaga ona od uczestników aktywnej **postawy nastawionej na realizację** tych umownie skonstruowanych celów. Oznacza to, że zawodnikom podczas meczu piłkarskiego zależy właśnie na zdobyciu gola, a nie na rozmowie między sobą (McNamee 2008: 13). Andrzej Wohl, jeden z pionierów polskiej socjologii sportu, podkreśla dodatkowo, że utrwalenie zasad rozgrywki zostało wymuszone przez fakt bardzo silnego zróżnicowania klasowego i kulturowego osób uprawiających sport. Aby tak heterogeniczne grupy mogły wspólnie angażować się w sport, konieczne było właśnie ustanowienie skodyfikowanych i zunifikowanych zasad (Wohl 1961: 19). Na aspekt związany z zasadami i regułami zwraca uwagę również Johan Huizinga, który podkreśla: „[w]obec reguł zabawy i gry niemożliwy jest jakikolwiek sceptycyzm. Jako że podstawa, która je określa, jest niewzruszona. Z chwilą, gdy reguły te zostaną przekroczone, świat zabawy rozpada się, koniec wówczas z zabawą czy grą” (1985: 28).

Ten sposób atrybutywnego ujmowania sportu podkreśla także jego aspekt normatywno-regulacyjny i zwraca uwagę na konieczność **uświadamiania** sobie tej własności przez osoby, które podejmują się uczestnictwa w rozgrywce sportowej. Komponent świadomościowy należy moim zdaniem silnie podkreślić, ponieważ pozostaje on niezwykle istotnym czynnikiem zjawiska sportu. Bez niego, czyli bez świadomości, że bierze się udział w wyabstrahowa-

nej i umownej rywalizacji, trudno mówić o sporcie. Podobnie jest w przypadku myślenia o grupie społecznej – elementem ją konstytuującym pozostaje nie tyle samo posiadanie wspólnej dla danej zbiorowości cechy, ale uświadamianie sobie posiadania tej wspólnoty posiadania.

Ważny definicyjny element atrybucyjnego definiowania sportu stanowi uwzględnienie w modelu pojęciowym również jego **peryferii**, czyli obszarów, które nie są samym sercem rozgrywki sportowej, ale w istotny sposób wpływają na formułę rywalizacji. W ten sposób sport opisuje Grant Jarvie:

[n]owoczesny sport opisywany powinien być jako (1) zrytualizowane uwalnianie ludzkiej energii; (2) rozpowszechnione i kulturowo umocowane wśród określonych grup ludzi; (3) kompensujące niedobory w innych obszarach życia społecznego; (4) pozostające mechanizmem potwierdzającym tożsamość i jej zróżnicowanie; (5) coraz bardziej zawłaszczany przez biznes; (6) będący konstruktem społecznym; (7) pozostający obszarem walki zarówno na placu gry, jak i poza nim; (8) „nowoczesność” sportu jest jednoznaczna z jego zachodnim czy też kapitalistycznym charakterem. (2006: 3 [tłum. własne])

Kluczowe pozostają więc właśnie mechanizmy towarzyszące „zrytualizowanemu uwalnianiu ludzkiej energii” związane z kompensacją, tożsamością czy kapitalizmem (Holt 1989: 28). W tym kontekście warto zauważyć, że coraz częściej czynniki niezwiązane bezpośrednio z podstawowymi zasadami rywalizacji (np. media, infrastruktura) decydują o tym, co sportem jest, a co nie jest.

Definicję sportu opartą na zasadzie wyliczenia proponuje również Florian Znaniecki. Jego ujęcie sprowadza się jednak do **wskazania typów aktywności**, które jako sport powinny być traktowane. W drugim tomie swojej klasycznej pracy *Socjologia wychowania* określa on sport jako

wszelkiego rodzaju działalność fizyczną, dążącą w swoim zakresie do możliwie doskonałych wyników, lecz nie usiłującą wytwarzać żadnych bezpośrednio użytecznych wartości. Odróżniamy więc sport od pracy fizycznej, której wyniki mierzą się użytecznością wytworów oraz od fizycznej zabawy, w której w ogóle o wynik nie chodzi, lecz tylko o przyjemność samego działania. (Znaniecki 1973: 437)

W dalszej kolejności autor skupia się na wyliczeniu i opisie praktyk, które zaliczają się do tak zdefiniowanej kategorii sportu. Co charakterystyczne, Znaniecki wiąże sport z kategorią pracy – przeszłą, przyszłą lub pofragmentowaną obecną. Pierwszy z typów aktywności ma atrybuty przeżytku kulturowego:

[d]o sportu należą więc przede wszystkim takie czynności, które niegdyś wchodziły w zakres jakichś funkcji społecznych, lecz utraciły charakter użyteczny przez to, że ich wyniki przestały być uważane za społecznie wartościowe – jak myślistwo w społeczeństwach cywilizowanych, rzucanie dyskiem lub oszczepem, strzelanie z łuku lub z pistoletu, szermierka na szpady, po części boks; dziś jazda konna zbliża się do charakteru czystego sportu. (Znaniecki 1973: 437)

Wskazana przez Znanieckiego grupa aktywności systematycznie się poszerzała i wciąż się poszerza. Obecnie można w nią już chyba także wpisać

narciarstwo, kajakarstwo czy zapasy. Kolejną grupę praktyk stanowią działania, które potencjalnie mogą mieć praktyczne zastosowanie:

[d]alej wchodzi tu czynności, które w przyszłości, po należytych udoskonaleniu, mogą nabrać charakteru zawodowego, stać się głównymi składnikami funkcji społecznych, ale w początkach swych nie posiadają użytecznego znaczenia, gdyż wyniki ich są zbyt niepewne albo ich wykonywanie zbyt trudne, ryzykowne lub kosztowne: tak było początkowo z jazdą samochodami lub lotnictwem. (Znaniecki 1973: 437–438)

W tych ramach pewnie należałoby rozpatrywać obecnie wyścigi motocyklowe czy zawody Formuły 1. Ostatni segment tworzą natomiast wyodrębnione ze swojego naturalnego kontekstu elementarne czynności fizyczne:

[o]bszerna grupa sportów powstała z prostych czynności zabawowych, przez rozwój sprawdzianów specyficznej doskonałości i wprowadzenie elementów uregulowanej formalnie walki lub współzawodnictwa. Niektóre z tych czynności mogą zresztą wchodzić jako elementarne składniki fizyczne do użytecznych systemów, a wtedy mają charakter pracy, np. bieg i skok, jako składnik działalności żołnierza. (Znaniecki 1973: 438)

Oczywiście w dobie zinstytucjonalizowania sportu oraz jego ekonomizacji trudno mówić zarazem o jego bezużyteczności, natomiast pozostałe intuicje kategoryzacyjne, pomimo upływu czasu, wydają się trafne. Jednocześnie należy zauważyć, że takim ujęciom, które skupiają się na wyliczaniu kolejnych atrybutów, trudno jest nadążyć za dynamiką ciągle zmieniającego się życia społecznego.

Inną ze strategii definicyjnych w obrębie atrybucyjnego nurtu mówienia o sporcie jest **wskazywanie głównych bliskich mu obszarów i określanie relacji** – nadrzędności, podrzędności, zawierania, krzyżowanie czy odrzucania – **zachodzących między nimi**. Chciałbym więc wymienić cztery takie pola oraz zarysować relacje pomiędzy nimi a sportem.

Sport a kultura fizyczna

Wielokrotnie, szczególnie w kontekście administracyjnym, zestawia się ze sobą sport i kulturę fizyczną, sugerując, że stanowią one odrębne całości. Przykładem mogą tu być liczne na całym świecie Ministerstwa Kultury Fizycznej i Sportu czy też uczelniane Wydziały Kultury Fizycznej i Sportu. Tymczasem sport pozostaje jednym z elementów kultury fizycznej, integralną częścią szerszej całości przez nią tworzonej. Maciej Demel wskazuje na najszersze rozumienie tej kategorii:

[k]ultura fizyczna obejmuje te wartości, które wiążą się z fizyczną postacią i fizycznym funkcjonowaniem człowieka, zarówno w jego własnym subiektywnym odczuciu, jak też w obrazie społecznie zobiektywizowanym. Wartości te – najogólniej mówiąc – odnoszą się do zdrowia, budowy i postawy ciała, odporności, wydolności, sprawności, urody. (1974: 215)

Podobną optykę prezentuje przywoływany już Wohl. On z kolei podkreśla społeczny charakter kultury fizycznej:

[k]ulturę fizyczną należy rozumieć jako całokształt dobroku społecznego w dziedzinie pielęgnacji ciała, czyli całokształt systematycznie stosowanych środków natu-

ry sprawnościowej, wychowawczej, higienicznej i rozrywkowej, wpływających na rozwój ich aparatu ruchowego oraz przystosowanie tegoż aparatu do wszechstronnych potrzeb osobowości ludzkiej w danych warunkach rozwoju życia społecznego. (Wohl 1974: 220)

W obu tych perspektywach kulturą fizyczną pozostaje wszystko to, co wiąże się z fizycznością człowieka. Pojęcie to jest jednak na tyle szerokie, że można zastanowić się, na ile zakresowo różni się ono od pojęcia kultury w ogóle. Mając na uwadze ten fakt, Zbigniew Krawczyk zawęża pojmowanie kultury fizycznej, wskazując na wzory jej uprawiania, które są typowe dla określonych zbiorowości:

[k]ultura fizyczna jest to względnie zintegrowany i utrwalony system zachowań w dziedzinie dbałości o rozwój fizyczny, sprawność ruchową i zdrowie człowieka, przebiegających według przyjętych w danej zbiorowości wzorów, a także rezultaty owych zachowań. Jako taka wiąże się ona zatem integralnie ze zjawiskami wychowania, higieny osobistej i społecznej, pracy i wypoczynku oraz dążeniami do poprawy materialnych i psychicznych warunków ludzkiego bytowania. (1974: 211–212)

W ten sposób zdefiniowana kultura fizyczna staje się tworem środowiskowym, ukształtowanym w oparciu o podzielane przez daną grupę jednostek wzory, normy, reguły i standardy zachowań odnoszące się do sprawności ruchowej, wydolności fizycznej i zdrowia. Z jednej strony jest ona holistyczna i uniwersalna ze względu na fakt obejmowania wszystkich ludzi, z drugiej zaś zróżnicowana i kontekstualna w zależności od wzorców obowiązujących w danej społeczności. W związku z tym

kultura fizyczna pozostaje formą adaptacji człowieka do otoczenia. Dzięki niej jednostkowa fizyczność człowieka ma możliwość dostosowania się do towarzyszących jej warunków zewnętrznych. W literaturze przedmiotu wskazuje się zwykle na trzy główne narzędzia-obszary tworzące kulturę fizyczną, służące człowiekowi w procesie kształtowania swojej cielesności: sport, turystykę i rekreację. Sport jest więc częścią składową kultury fizycznej, nie zaś elementem osobnym czy też nadrzędnym wobec niej. Jednocześnie w tym miejscu należy podkreślić, że określona kultura fizyczna rozpowszechnia się oraz reprodukuje swoje wzorce na drodze odpowiedniego wychowania fizycznego członków swojej społeczności. Tę właściwość kultury fizycznej podkreśla Demel:

[n]ader rozpowszechnionym błędem jest stawianie wychowania fizycznego obok rzeczywistych komponentów kultury fizycznej: sportu, turystyki, rekreacji. Otóż wychowanie fizyczne nie jest szeregowym składnikiem kultury fizycznej (w układzie poziomym), lecz jej fundamentem (w układzie pionowym). Fundament ten obejmuje całokształt kultury fizycznej młodego pokolenia (a więc i sport, i turystykę, i rekreację). (1974: 216)

W tym miejscu warto także podkreślić, że z przywoływanym tu nurtem refleksji wiąże się również potężny dorobek związany z pedagogiką czasu wolnego i miejscem kultury fizycznej w jego obrębie, obejmujący zarówno fragmenty klasycznych dzieł poświęconych szerokiej wizji ładu społecznego (zob. np. Rousseau 1955: 140–141, 149–151, 160, 171; Spencer 1960: 148–195), jak i prace skupiające się wyłącznie na tym aspekcie (np. Wohl 1961; Wanat 1984).

Utożsamianie kultury fizycznej z wychowaniem fizycznym wydaje się więc równie nieuzasadnionym zabiegiem jak zestawienie kultury fizycznej ze sportem. Oba te pola funkcjonują bowiem na zupełnie innych poziomach, w innych wymiarach niż kultura fizyczna.

Sport a rekreacja

Wśród trzech składowych części kultury fizycznej wyróżnione obok sportu zostały również turystyka i rekreacja. O ile w świetle poczynionych już przeze mnie ustaleń granica między sportem a turystyką wydaje się dość czytelna, o tyle linia demarkacyjna pomiędzy sportem a rekreacją wciąż wydaje się dość mglista. Anthony Laker definiuje rekreację jako aktywność fizyczną o charakterze pozainstytucjonalnym czy amatorskim. Sensem angażowania się w nią jest wielopoziomowe doświadczanie przyjemności przez osobę ją uprawiającą – zdrowotnej, cielesnej, samorealizacyjnej czy towarzyskiej (Laker 2002: 5). Tym samym rekreacja stawiana jest w opozycji do zinstytucjonalizowanego sportu wyczynowego:

[z]właszcza w związku z wielkim rozwojem sportu wyczynowego, coraz to lepszymi wynikami i coraz to większymi wymaganiami stawianymi zawodnikom sport wyczynowy nie zawsze mieści się w sferze czasu wolnego, nie zawsze może być zaliczany do kategorii czynności rekreacyjnych, mimo że w swojej genezie był kategorią sensu stricto rekreacyjną. I jakkolwiek dziś niemożliwe jest wyznaczenie ścisłej granicy między sportem wyczynowym a tak zwanym rekreacyjnym, to jednak jest sprawą oczywistą, że te dwa nurty istnieją –

o czym świadczą odrębne organizacje i stowarzyszenia, inne zasady finansowania, a przede wszystkim inny program działalności i inne metody pracy. (Wolańska 1974: 228)

Rekreacja stanowi więc osobny segment kultury fizycznej, którego nie cechuje dążenie do pobijania kolejnych rekordów i ciągle polepszanie swoich wyników, a raczej chęć rozwoju swojej osobowości, czerpania satysfakcji z aktywności fizycznej czy po prostu miłego spędzenia czasu. Dlatego rekreacja utożsamiana jest również ze sportem amatorskim, a więc z tym, którego sensem nie są zarobki i spektakularny sukces, ale sama przyjemność płynąca z jego uprawiania. Ten rodzaj angażowania się w ruch wiąże się bowiem wyłącznie z przyjemnością płynącą z uczestnictwa, a nie z koniecznością realizacji swoich obowiązków w ramach stosunku pracy. Właśnie bowiem typy przyjemności oraz odmienne przyjemności związane z uczestnictwem różnią zawodowe uprawianie sportu od rekreacji:

[g]łównym powodem podejmowania aktywności fizycznych przez jednostki pozostają korzyści z nich płynące. W przypadku rekreacji jest to przede wszystkim uczucie zadowolenia. Zawodowi sportowcy czerpią zaś z tego zaangażowania zyski pieniężne. Co istotne, wraz z nimi zyski te czerpie również sztab trenerów, menedżerów, nauczycieli, agentów, promotorów i jeszcze cała grupa innych ludzi traktująca aktywność fizyczną jako źródło swoich dochodów. Jednocześnie jednak istnieje również cała gama kosztów, które należy ponieść w związku z uczestnictwem. W przypadku rekreacyjnego zaangażowania są to pewne nakłady finansowe oraz cza-

sowe. W kontekście zawodowego sportu zagrożone pozostaje zdrowie sportowca, a czynnikiem dodatkowym, wynikającym ze współobecności mediów, jest zawłaszczenie jego osoby przez sferę publiczną. (Wolańska 1974: 228)

Jednocześnie takie przeciwstawienie pracy czasowi wolnemu wydaje się być niedoskonałe. Jeśli bowiem pracą jest „każda celowa czynność prowadząca do zaspokojenia dowolnych potrzeb ludzkich, posiadająca społeczną doniosłość i zapewniająca jednostkom lub grupom, które je wykonują, określoną pozycję w społeczeństwie” (Sztumski 1981: 142), to równie dobrze można wpisać w nią rekreacyjną grę w golfa. Wszak wiąże się ona z zaspokajaniem potrzeb (np. polepszaniem swoich własnych zdolności do koncentracji), posiada pewną utrwaloną historycznie doniosłość oraz przyczyniając się do rozbudowywania kapitału społecznego, zapewnia jej graczom odpowiednią pozycję w społeczeństwie. Właśnie w związku z tym, w moim odczuciu, miarą rekreacji powinny być określane te aktywności, które za rekreację uważają osoby w nie zaangażowane jako uczestnicy. Tylko bowiem na poziomie jednostkowej motywacji można rozstrzygnąć, czy biega się po lesie w celu zlikwidowania nadciśnienia, chęci zrzucenia zbędnych kilogramów, skorzystania z ładnej pogody, czy w ramach przygotowania do międzynarodowych zawodów.

Sport a gra

Allen Guttmann zwraca uwagę, że sport jest jednym z typów gier. Autor podkreśla typologiczny rodowód idei sportu. Wywodzić się on ma z pewnego podstawowego podziału gier na gry spontaniczne

i zorganizowane. Te pierwsze nie są obwarowane żadnymi regulacjami i stanowią wyraz nieskrępowanej ekspresji zaangażowanych w nie jednostek. Te drugie natomiast wiążą się z określonymi zasadami i wymagają przestrzegania odgórnie wyznaczonych norm (Guttman 1978: 4). Wpisany w taką optykę sport mieści się również w kategorii agonu – jednej z opisywanych przez Rogera Caillois form zabawy. Zabawa ta, poza wszystkimi innymi typowymi cechami tej formy aktywności, takimi jak dobrowolność, wyodrębnienie, element niepewności, bezproduktywność, fikcyjność i normatywność (Caillois 1973: 306), posiada również swoje cechy specyficzne:

[a]gon to cała grupa gier i zabaw, która ma charakter zawodów, to znaczy walki w warunkach sztucznie stworzonej równości szans, pozwalającej antagonistom zmierzyć się w sytuacji idealnej, dzięki której zyskana przewaga jest ściśle wymierna i niepodważalna. W każdym więc wypadku współzawodnictwa idzie o jakąś jedną cechę (szybkość, wytrwałość, siłę i pamięć, zręczność, pomysłowość), przejawiającą się w ściśle określonych granicach bez żadnej pomocy zewnętrznej, tak że zwycięzca jawi się jako najlepszy w danej kategorii wyczynowej. (Caillois 1973: 310–311)

Współobecność jednostek w obrębie tego typu gry przybiera charakter rywalizacji, dążenia do okazania się lepszym niż antagonistą. Krajobraz tej rywalizacji McNamee poszerza o jeszcze jednego zbiorowego aktora: „[p]o pierwsze, sport jest grą umiejętności. Po drugie, umiejętności te mają charakter fizyczny. Po trzecie, gra ma szerokie grono swoich zwolenników. Po czwarte, zwolennicy ci cechują się

pewnym zorganizowaniem i stabilnością” (McNamee 2008: 15 [tłum. własne]).

Według autora w sporcie rozumianym jako gra istotne są więc nie tylko reguły ją konstytuujące, ale również obecność publiczności. W konsekwencji wytwarza on specyficzną sytuację, która staje się kluczowa dla jego kontekstu społecznego – „gra sportowa stwarza pewną sytuację znaczącą, która pozwala uczestniczącym w niej jednostkom uczyć się ról i zachowań specyficznych dla pewnego typu sytuacji w życiu zbiorowym” (Girard 1993: 176). Sport pozostaje więc rodzajem gry, która na dodatek ma charakter uspołeczniającego.

Sport a ćwiczenia fizyczne

Ostatnim istotnym rozróżnieniem, które chciałbym tutaj poczynić, jest wskazanie na relację między sportem a ćwiczeniami fizycznymi. Graham Scrambler analizuje ją w następujący sposób:

[i]lekroć jednostka ćwiczy, czy to samemu, czy w grupie, to ćwiczenie to ma za zadanie stymulowanie jej samorozwoju, dostarczanie przyjemności czy poprawienie sobie nastroju. Ta „orientacja zadaniowa” różni się od „orientacji ego”, w której to zależy jednostce na okazaniu się lepszym od przeciwnika. Ta druga orientacja wiąże się właśnie ze sportem. (2005: 77 [tłum. własne])

W tym świetle sport uprawia się po to, by okazać się lepszym od innych współzawodników. Kontekstem pozostaje zawsze szeroko definiowany przeciwnik, a rywalizacja ma jedynie charakter instrumentalny i powinna doprowadzić, w oparciu o osiągnięty

przez sportowców wynik, do wskazania kierunku relacji nadrzędności i podrzędności między nimi. Ćwiczenie ma natomiast dla jednostki wymiar autoteliczny. Poprzez nie realizowany jest określony program samorozwoju, dotyczący takich atrybutów, jak sprawność, siła czy dyscyplina. W konsekwencji proces ćwiczenia pozostaje strategią samodoświadczenia. Orientację zadaniową ćwiczenia podkreśla również Znaniecki. W jego ujęciu ćwiczenie staje się naturalnym procesem nabywania przez osobnika sprawności fizyczno-duchowej, która umożliwia mu realizację określonej funkcji społecznej.

Zdatność organizmu jako narzędzia jest nieodłączna od umiejętności i chęci wykonywania żądanych czynności, a umiejętność i chęć są to cechy duchowe raczej niż fizyczne. Toteż, o ile zdobywanie sprawności cielesnej idzie skutecznie w parze z rozwojem umiejętności i chęci, czyli jeśli jednostka ćwiczy swój organizm jednocześnie z ćwiczeniem swojego umysłu przez samo wykonywanie owych czynności, nie natrafiając przy tym na większe organiczne przeszkody, fizyczne jej wyrobienie w zakresie specjalnych jej zadań nie stanowi osobnego problemu społecznego. (Znaniecki 1973: 430)

O ile ćwiczenie pozostaje więc bardziej czy mniej długofalowym procesem szkolenia, rozbudowywania i umacniania psychofizycznych atrybutów jednostki, o tyle sport byłby polem ich sprawdzania.

Jak starałem się wykazać, podejście atrybucyjne opisuje sport jako zbiór praktyk o pewnych cechach dystynktywnych. Wskazywanie kolejnych atrybutów typowych dla tego fenomenu ma w założeniu wydobyć jego kulturowy sens, a także zakreślić

granicę oddzielającą go od fenomenów pokrewnych. Takie ujęcie ma swoje plusy i minusy. Do tych pierwszych zaliczyłbym możliwość ukazania wewnętrznego zróżnicowania zjawiska. Definiowanie poprzez wyliczanie kolejnych aspektów tworzących dany fenomen podkreśla jego wielowymiarowość i pozwala dostrzec mnogość czynników wpływających na jego kulturowy sens. Słabość takiej strategii definicyjnej wiąże się natomiast z tym, że nie nadaje ona za zmieniającą się naturą rzeczywistości społecznej, a więc także samego sportu. Przyjęte kategorie opisu zjawiska stosunkowo szybko się bowiem dezaktualizują. Minusem jest również to, że wskazanie sieci atrybutów rzadko określa warunki konieczne i wystarczające, aby coś nazwać sportem.

Jednocześnie należy zauważyć, że taka forma definiowania sportu stanowi przede wszystkim domenę dwóch typów dyskursu – szeroko rozumianego dyskursu instytucjonalnego oraz naukowego. W tym pierwszym przypadku oznacza to, że władzę wskazywania – a co za tym idzie, również włączania i wyłączenia praktyk – mają specjalnie ku temu powołane instytucje (np. związki sportowe). W tym drugim, że stanowi ona przestrzeń refleksji i debaty akademickiej wśród naukowców, szczególnie z zakresu humanistyki, zajmujących się zagadnieniami współczesnego sportu.

Podejście kontekstualne

Kontekstualne podejście do definiowania sportu odrzuca logikę wyliczania części składowych niezbędnych, by jakiś typ ludzkiej aktywności określać tym mianem. Zamiast tego stara się ono ustalić dwie podstawowe kwestie. Po pierwsze, to, jakiego

typu aktywności **dyskursywnie określone są mianem sportu** przez poszczególne zbiorowości. Z jednej strony bieganie w wielu krajach Afryki pozostaje normalną formą przemieszczania się ludzi z miejsca na miejsce, a przecież wchodzi ono w poczet dyscyplin olimpijskich. Z drugiej zaś jednym z baskijskich sportów narodowych są zawody w rąbaniu drzewa siekierą (nazywane tam *aizkora proba*), a przecież sprawność w tej materii nigdzie indziej nie jest poczytywana jako aktywność sportowa. Po drugie zaś, przedmiotem do ustalenia pozostaje to, który sport **najbardziej liczy się w danej społeczności** w kontekście uzyskiwania wsparcia czy środków na rozwój. Wskaźnikami tych zjawisk mogą być takie aspekty, jak: ulokowanie źródeł finansowania określonych aktywności (np. rządowe czy pozarządowe); charakter instytucji przez nie tworzony lub ich brak; sieć powiązań tych instytucji z innymi instytucjami; deklarowane dążenie do stania się sportem olimpijskim; medialne klasyfikowanie aktywności jako „sport” lub „styl życia”, a nawet fakt, czy przedstawiciele danej aktywności są nominowani do nagród w plebiscytach sportowych, czy też nie⁴.

W konsekwencji w obrębie tego nurtu odpowiedź na pytanie o to, czym jest sport, powinna brzmieć: „zależy od tego, kogo się pyta, kiedy się pyta i gdzie się pyta” (Coakley 2007: 9 [tłum. własne]). Nie ma bowiem uniwersalnej zgody w kwestii jed-

⁴ Interesująca dyskusja miała miejsce w mediach po tym, jak zwycięzcą w prestiżowym plebiscycie dziennika „Przegląd Sportowy” na najlepszego sportowca 2008 roku został kierowca Formuły 1 Robert Kubica. Zwracano bowiem uwagę na jakościową różnicę, czy wręcz nieadekwatność, jego działalności choćby w zestawieniu z lekkoatletami. W tej kwestii zob. „Czy Kubica słusznie został sportowcem roku”, http://wyborcza.pl/1,76842,6124138,Czy_Kubica_sluszenie_zostal_sportowcem_roku.html.

noznacznego określenia istotowego sensu, celów i form organizacji sportu. W Pakistanie czy Senegalu zapasy praktycznie nie funkcjonują w obrębie jakichkolwiek struktur organizacyjnych, a mimo to są tamtejszymi sportami narodowymi. W zależności od realizowanych w społeczeństwie interesów zmieniają się bowiem idee dotyczące zakresu uczestnictwa w sporcie, jego warunków czy form finansowania.

Podstawę takiego ujmowania sportu stanowi przeświadczenie, że **sport jest w pełni konstruktem społecznym**. Jego kondycja ilustruje kluczowe wartości w danym społeczeństwie, pokazuje sposób ich organizacji, formułę, za pomocą której społeczeństwo odnosi się do centralnych zagadnień je konstytuujących – ciała, męskości i kobiecości, podziałów społecznych, pracy i czasu wolnego, sprawności i niepełnosprawności, rodziny, edukacji, polityki, ekonomii czy mediów. Ten sam sport (lub też nie-sport) będzie w różny sposób realizowany w zależności od kontekstu kulturowego. Równocześnie należy mieć na uwadze historyczny charakter tego kontekstu. Wraz z dynamiką procesów historycznych kolejne ujęcia stają się nieadekwatne. W konsekwencji głównym atrybutem kontekstualnego podejścia do definiowania sportu jest jego otwartość i ciągła gotowość do rewizji własnych tez (McNamee 2008: 16). Nie ma jednej definicji sportu, ponieważ pozostaje on konstruowany przez jednostki interagujące ze sobą w różnych warunkach społecznych, politycznych czy ekonomicznych, ale jednocześnie w większości zbiorowości istnieją aktywności, które mianem sportu są określane. Istnieje więc idea sportu, która jest wypełniana różnymi treściami. Tym samym sport, wracając na chwilę do metafory zaproponowanej w poprzednim fragmen-

cie tekstu, stanowi lustro porządku społecznego. Odzwierciedla on bowiem podstawowe własności tegoż systemu.

Idąc tym tropem, Pierre Bourdieu sugeruje, że aby opisać kondycję sportu w określonej społeczności, najlepiej jest obserwować **siły konstytuujące jego pole**. Samo pole sportu Martin Roderick, korzystając z teorii Bourdieu, definiuje następująco:

[p]ole sportu to stosunkowo autonomiczny obszar, posiadający swoje niezależne tereny, panujące na nich zasady i wewnętrzną logikę oraz sposób zachowywania się w ich obrębie. W konsekwencji sportowiec pozostaje konfigurowany przez grę, którą on sam konfiguruje i nie jest w stanie sprawnie w niej funkcjonować bez znajomości jej mechanizmów, języka i celów. (2006: 16 [tłum. własne])

Logika pola sportu jest więc skutkiem translacji logik obecnych w innych polach (Bourdieu 1988: 154). Francuski socjolog, podkreślając konieczność poznania kontekstu społecznego, aby w pełni poznać samo pole sportu, używa następującej metafory: „[j]eżeli nie wiem, że zmiany dokonujące się na planecie Uran są zdeterminowane przez planetę Neptun, to będę wierzył, że rozumiem to, co się dzieje na Uranie, w czasie, gdy będę obserwował tylko i wyłącznie efekty działalności Neptuna” (Bourdieu 1988: 155 [tłum. własne]).

Według autora za niepowtarzalność każdego jednostkowego pola sportu i związanych z nim aktywności odpowiada złożenie dwóch homologicznych przestrzeni: praktyk możliwych i praktyk dyspozycyjnych (Bourdieu 1988: 157–158). Tę pierwszą

grupę tworzy rama strukturalna, którą wyznacza rzeczowo-techniczny stan posiadania tego pola (np. boiska, piłki, skocznie, ale także technologie treningu) oraz relacje łączące to pole z innymi polami (np. z polityką czy mediami). Natomiast ta druga przestrzeń wiąże się z systemem dyspozycji (habitusem) dotyczącym określonych aktywności występujących w tym polu (np. sposobu reprodukcji wzorów uprawiania boksu w Anglii z początku XX wieku). Posługując się konkretnym przykładem, kontekstualna niepowtarzalność pola sportu analizowana przez pryzmat futbolu amerykańskiego w Polsce będzie realizowała się poprzez określoną infrastrukturę oraz sprzęt niezbędny do uprawiania tej dyscypliny (takiej infrastruktury w Polsce praktycznie brak, sprzęt jest drogi i trudno dostępny, brakuje kontaktu z agendami odpowiedzialnymi za rozwój tej dyscypliny oraz wzorów treningowych), specyficzne relacje z innymi polami (brak zainteresowania ze strony mediów; w konsekwencji aktywność ta pozostaje nieatrakcyjna również ekonomicznie czy politycznie) oraz wzorce uprawiania i reprodukcji tej dyscypliny (na razie trudno mówić o jakichkolwiek utrwalonych wzorcach, ponieważ futbol amerykański dopiero niedawno pojawił się w Polsce; można natomiast wskazać na fakt, że w dużej mierze uprawiają go osoby, które przedtem uprawiały rugby). Tak więc formuła futbolu amerykańskiego w Polsce jest niepowtarzalną konfiguracją wektorów oddziaływania nań sił produkowanych w obrębie innych pól społecznych.

W omawianym tu ujęciu sport pozostaje definiowany społecznie i to właśnie społeczeństwo – rozumiane jako specyficzny zbiorowy aktor – ma największą

moc wyrażania jego obowiązującej natury kontekstowej, a szerzej – także klasyfikowania wszelkich zjawisk społecznych. Niniejsze podejście ma bardzo poważne atuty. Po pierwsze, wydobywa ono społeczny charakter sportu i fakt, że jest on stwarzany poprzez ludzkie działanie, które nigdy nie jest wyabstrahowane z szerszego otoczenia. Po drugie, wskazuje na pewną absolutną podstawę fenomenu sportu, jaką jest aktywność, zwykle ruchowa lub fizyczna, człowieka. Tym samym kontekstowość definiowania opiera się jednak na pewnej szerokiej, ale mimo wszystko konkretnie wyrażonej, podstawie. Po trzecie, podejście to podkreśla konieczność uwzględniania współczynnika humanistycznego w analizie sportu, a więc wydobywania znaczeń, które ludzie przypisują temu zjawisku.

Należy jednak zauważyć, że skrajny kontekstualizm w podejściu do definiowania sportu może rodzić istotny problem. Przyjmując bowiem, że wszystko może być sportem, o ile tylko w dyskursie danej społeczności zostanie takim mianem określone, to działalność badawcza w tak określonym obszarze zagrożona jest poznawczą jałowością. Sprowadzi się ona bowiem do **tworzenia hiperinkluzywnego zbioru aktywności**, które jednostki „robią dla sportu”. W jego skład mogą więc wejść uznane dyscypliny sportowe, działania o charakterze rekreacyjnym, a nawet czynności, które ze sportem łączy tylko komponent ruchowy (np. traktowanie seksu jako sportu), rywalizacyjny (np. ściganie się samochodami po ulicach) albo samorozwojowy (np. czytanie). Taka optyka prowadzi do amorfizmu, zarówno na poziomie określania granic refleksji teoretycznej, jak i eksploracji empirycznej. Jednocześnie uwydatnia ona rozjęście się tych pól, które funkcjonują

jako sport na poziomie dyskursywnym (np. siłowanie się na rękę) z tymi, które są umocowane instytucjonalnie (widoczne choćby poprzez istnienie określonych klubów sportowych). W konsekwencji można stwierdzić, że skrajnie kontekstualne podejście lokuje sport blisko kategorii performatyki. Wpisywałby się on w ramy opisywanego przez Richarda Schechnera „zachowania zachowanego” (*restored behaviour*). Jest to grupa zachowań, które w wyniku cyklicznego oraz rozciągniętego w czasie procesu odtwarzania ulegają wyodrębnieniu, utrwalają się i modyfikują, w efekcie czego stają się integralnymi elementami danej kultury. Sam autor zresztą wymienia sport jako jeden z ośmiu typów performansu, obok życia codziennego, sztuki, biznesu, technologii, seksu, świętych i świeckich rytuałów oraz zabawy (Schechner 2006). W ten sposób rozumiany sport ulega rozproszaniu i rozlewa się praktycznie na całość praktyk życia codziennego.

W efekcie optymalną formułą definiowania sportu byłoby podejście pośrednie. Z jednej strony korzystałoby ono z głównych założeń optyki kontekstualnej, ale jej nie fetyszowało. Z drugiej zaś stosowałoby również pewne mechanizmy atrybucyjne, związane z opisywaniem fenomenu za pomocą jego kluczowych cech. Takie podejście chciałbym zaprezentować w kolejnej części niniejszego tekstu.

W stronę ustrukturyzowanego kontekstualizmu

W kontekście ustaleń związanych z przedstawionymi powyżej dwoma sposobami definiowania sportu zasadne wydaje się pytanie, czy każda forma działania człowieka jest sportem. Czy są jakieś aktyw-

ności, które nie powinny być określane mianem sportu? Czy jakaś forma ludzkiej aktywności nie jest sportem? Trzymając się sztywno skrajnej wersji kontekstualizmu i jego performatywnego podłoża, należy stwierdzić, że każda czynność, w którą angażuje się człowiek, może być sportem. Mając jednak właśnie na uwadze powyższe wątpliwości, uważam, że w badaniach fenomenu sportu należy przyjąć podejście, które można nazwać **ustrukturyzowanym kontekstualizmem**.

Rozumiem przez nie definiowanie sportu jako **zespołu praktyk społecznych, które zbiorowości określają sportem, ale które posiadają również pewną utrwaloną i uniwersalną strukturę, definiowaną w określonej zbiorowości jako grupa fundamentalnych cech wspólnych, koniecznych, by coś określać mianem sportu**. Innymi słowy, uważam, że sport stanowi system aktywności o pewnych międzykulturowych wartościach brzegowych, zamknięty w obrębie zobiektywizowanej ramy, ale wypełnienie tej ramy ma już charakter *stricte* społecznościowy, czyli kontekstualny. Pozostaje on rozpięty na kilku atrybutach – osiach określających podstawowe elementy jego tożsamości, a wokół nich zostaje nadbudowany system znaczeń i sensów typowy dla określonego kontekstu społeczno-kulturowego. Przywołać tu można teorię strukturacji Anthoniego Giddensa, w myśl której system społeczny charakteryzuje się podwójną naturą – pozostaje ulokowany w pewnych konkretnych ramach regulujących jego funkcjonowanie, ale z drugiej strony jednostki mają zdolność do przekształcania tych ram (Giddens 2003). Analogiczna sytuacja miałaby miejsce w przypadku sportu – istnieją pewne uniwersalne wzorce, ale

ich wypełnianie ma charakter społeczny i może się różnić w zależności od kontekstu. Realizowaniu się sportu towarzyszy więc ciągle napięcie pomiędzy dążeniem do stałości i określoności a ciągłymi modyfikacjami i wypełnieniami. Zwraca na to uwagę Rafał Drozdowski:

[w]spółczesny sport jest podwójnym agentem, który jednocześnie reprodukuje i wytwarza dwa przeciwstawne sobie typy wartości i wzorów: mianowicie wartości i wzory, które wpisują się w wizję coraz bardziej zharmonizowanego społeczeństwa oraz wartości i wzory, które tę wizję stawiają pod znakiem zapytania bądź wręcz sabotują (uznając ją za rodzaj fałszu lub w najlepszym razie za rodzaj przedwczesnej, a więc naiwnej ideologii) i jeśli, co istotniejsze, owa podwójna natura sportu rzeczywiście przesądza o jego niesłabnącej atrakcyjności, należałoby postulować obranie innej strategii teoretyczno-badawczej. Owa lepsza, bardziej obiecująca strategia powinna być, w moim przekonaniu, oparta na założeniu, że o wszystkich najważniejszych, społecznych, politycznych, ekonomicznych oraz kulturowych konsekwencjach dzisiejszego sportu rozstrzyga permanentne i wielowymiarowe napięcie pomiędzy jego przeciwstawnymi obliczami (i przeciwstawnymi językami jego uzasadniania). Dopiero bowiem ono nadaje sportowi (rywalizacji sportowej, kibicowaniu, medializowaniu sportu, jego utowarowieniu i komercjalizowaniu) posmak ściągającej uwagę społeczną dwuznaczności oraz nieprzewidywalności. Dopiero ono tak naprawdę chroni sport przed groźbą podporządkowania go jakimś prostym i prawdopodobnie błyskawicznie „zjadającym go” ideologiom. I dopiero ono przeistacza sport w przestrzeń, która gwarantuje – praktycznie każdemu z nas – wystarczającą liczbę

szczelin pozwalających zagospodarować je „po swojemu” i na własnych warunkach. (Drozdowski 2011: 20)

Dwuznaczność ta przeniesiona wyłącznie na poziom definiowania sportu realizuje się na różne sposoby – od częściowego przedefiniowania niektórych sportów (np. Australijczycy wprowadzili własne zasady gry w rugby, czyniąc z niej osobną dyscyplinę – futbol australijski) do ich kompletnego zanegowania (np. w związku z kolonialną spuścizną i polityką apartheidu czarnoskóra ludność Republiki Południowej Afryki przez wiele lat bojkotowała rugby, a uprawiała piłkę nożną). Oczywiście znaczna część wzorców ma charakter globalny i ich fundamenty są niezachwiane (np. ogólne zasady rządzące piłką nożną), ale i tak w ich obrębie można obserwować większe czy mniejsze kontekstualne modyfikacje (np. najmłodszy zawodnicy występują na mniejszych boiskach, a ich mecze trwają krócej).

W takim ujęciu kluczowe wydaje się więc właśnie wskazanie tych elementarnych, osadzonych w konkretnym kontekście osi definiujących praktyki sportowe. Są one warunkami koniecznymi, ale niewystarczającymi do zaistnienia tego fenomenu. To dopiero na nich nadbudowywane są dalsze znaczenia nadawane sportowi przez poszczególne grupy. Moim zdaniem można wyróżnić pięć takich warunków, których zaistnienie jest konieczne, choć niewystarczające, do mówienia o określonej aktywności jako sporcie.

Po pierwsze, sport jest czynnością **wyodrębnioną** z szerszego kontekstu społecznego. Uwydatnione tu zostaje wyłączenie sportu z nurtu innych prak-

tyk życia codziennego i podkreślenie jego jakościowej osobności wobec reżimów codzienności. Sportem nie jest to, co jest codzienne i realizowane w codziennym kontekście. Bieganie, aby zdążyć na uciekający tramwaj, nie będzie sportem, ale wyodrębnienie samej czynności biegania i osadzenie jej w ściśle określonych niecodziennych czasowo-przestrzennych okolicznościach już nim może być. Warunek ten podkreśla specyficzny charakter sportu, ale nie stawia aktywnościom tak wygórowanych wymogów strukturalnych (często wręcz niemożliwych do spełnienia), jak choćby instytucjonalny charakter czy sieć agend odpowiedzialnych za szkolenie. Wyodrębnienie realizuje się więc poprzez przerwanie ciągłości codziennego kontekstu. Fakt ten podkreślają takie aspekty, jak choćby zmiana stroju (koszulki z numerami, specjalistyczne obuwie), sceny działania (boisko, bieżnia, plac, hala), a często również wykorzystywane instrumentarium (w żadnych innych okolicznościach raczej nie posługujemy się piłką czy kijem hokejowym). Nie oznacza to jednak, że sport jest tak wyodrębniony z życia codziennego, że nie niesie ze sobą konsekwencji dla funkcjonowania jednostek również po zaprzestaniu jego uprawiania – emocje z nim związane lub nabyte w trakcie jego uprawiania kontuzje nie znikają wraz z zaniechaniem aktywności.

Po drugie, sport jest **konwencjonalny**. Oznacza to, że aby w nim uczestniczyć, niezbędna pozostaje znajomość zasad nim rządzących. Regulacje te mają charakter abstrakcyjny i wiążą się z wyznaczeniem abstrakcyjnych – w potocznym rozumieniu – celów (np. umieszczenie piłki w koszu przeciwnika w koszykówce) oraz sposobów ich osiąga-

nia (np. zasady związane z kozłowaniem, dwutaktem, faulami itp.). Warto zauważyć, że pryncypia te mają sens tylko w obrębie sportu, a realizowane poza jego konwencją są w najlepszym przypadku niezrozumiałe i jałowe. Sport zakłada więc chwilowe zawieszenie zasad i dopasowanie swojego zachowania do reguł. Jak pisze Caillois, „wieloznaczne i splecione prawa życia na określony czas i w określonej przestrzeni ustępują regułom ścisłym, dobrowolnie przyjętym, kategoriycznym, na które trzeba się zgodzić i zgodnie z którymi toczy się prawidłowa rozgrywka” (1973: 302). Dlatego też Norbert Elias i Eric Dunning używają sportu jako ilustracji opisywanego przez nich procesu cywilizowania. Ich zdaniem świetnie obrazuje on sposób, w jaki system społeczny radzi sobie z kluczowym problemem dotyczącym tegoż procesu – równowagi między przyjemnością a powściągliwością. Poprzez postępującą regulację oraz kontrolę aktywności fizycznej jednostki system społeczny sprawia, że ta doznająca zróżnicowanych przyjemności jednostka jednocześnie internalizuje normy i wzorce doświadczania tych przyjemności (Elias, Dunning 1993: 165). Konwencjonalność sportu ma więc charakter podwójny. Z jednej strony pozostaje ona czysto umowna i abstrakcyjna, a z drugiej zapoznaje jednostkę z regułami funkcjonowania w określonej grupie.

Po trzecie, sport jest oparty na **rywalizacji**. Oznacza to, że w obrębie realizowania tej wyodrębnionej i konwencjonalnej aktywności jednostka stara się udowodnić swoją wyższość nad innym – ludzkim lub nieludzkim – aktorem sieci sportu. Takim aktorem może być konkurujący z nią na bieżni biegacz czy występujący po niej skoczek narciarski, ale

także abstrakcyjny rekord świata albo wynik osiągnięty poprzedniego dnia. Domeną sportu jest więc rangowanie skutków działań jednostek, związane z oceną tego, kto wykonał określoną aktywności lepiej, szybciej czy precyzyjniej. Z tych też powodów przestrzeń sportu stanowi pole nieustannej transgresji. Dążenie do bycia lepszym opiera się bowiem na chęci przekraczania granic, które zostały ustanowione przez nas samych albo przez innych aktorów.

Po czwarte, sport jest **realizowany przez ludzi i wobec innych ludzi**. Teza ta, choć wydaje się banalna, ma poważne konsekwencje. Precyzuje ona bowiem, że jedynie ludzie są zdolni do uprawiania sportu, ponieważ tylko oni są świadomi aktywności, w którą się angażują. To odróżnia ich od robotów (np. rozgrywany co dwa lata międzynarodowy turniej piłki nożnej robotów RoboCup⁵) albo zwierząt (np. opisywane przez Clifforda Geertza walki kogutów⁶ albo konfrontacje psów). Świadomość uczestnictwa wiąże się także z określonymi motywacjami aktorów: oczekiwanymi nagrodami czy też antycypowanymi kosztami. Jednocześnie sport uprawiany jest – używając kategorii interakcyjnych – wobec innych ludzi. Nawet jeżeli ich obecność nie ma charakteru bezpośredniego (np. nie rywalizujemy z kimś bezpośrednio na boisku czy na bieżni albo też nie obserwuje nas naczna widownia), to i tak towarzyszą one jednostce – czy to poprzez osiągnięte wyniki (np. wszyscy próbują zejść poniżej 10 sekund w biegu na 100 metrów), czy poprzez zapośredniczony sposób odbioru jej aktywności (np. medialnie). Bardzo

⁵ Więcej informacji na temat organizacji turnieju można znaleźć na jego stronie internetowej: *RoboCup*, <http://www.robocup.org/>.

⁶ Zob. Geertz (2005).

blisko stąd do kategorii rywalizacyjności, ale warto podkreślić, że współobecność innych jednostek nie jest tożsama z wymogiem rywalizacji. W wielu bowiem przejawach sportu wypiera ją sam fakt wzięcia udziału w zawodach (np. sport osób niepełnosprawnych), choć oczywiście w zdecydowanej większości innych komponent ten wciąż pozostaje kluczowy.

Po piąte natomiast, sport jest **aktywnością fizyczną**. Nie sposób wskazać wartości brzegowej tego komponentu (czyli jakiego typu ruch ciała jest wystarczający), ale samo jego zaistnienie jest warunkiem koniecznym dla określania danej praktyki sportem. Tym samym bezsporne wydaje się to, że sport angażuje ruchowo ciało człowieka, ale nie sposób jednoznacznie określić, czy ruch ten musi dotyczyć całego ciała (np. bieg), jego części (np. kajakarstwo) czy tylko jednej kończyny (np. strzelectwo). Jednocześnie wykluczone pozostają te formy aktywności, które sprowadzają się wyłącznie do procesów kognitywnych czy analitycznych (np. turnieje wiedzy czy zgadywanki). Podkreślają to Elias z Dunningiem, stwierdzając, że sport jest

„przypisany do ruchu oraz rozrywki, emocji i napięcia, które on generuje” (1993: 48 [tłum. własne]). Pozostaje więc on wciąż domeną ruchu, jakkolwiek szeroko ten ruch byłby rozumiany.

Podsumowując, wydaje mi się, że właśnie tych pięć elementarnych atrybutów – wyodrębnienie, konwencjonalność, rywalizacyjność, obecność innych jednostek oraz aktywność fizyczna – stanowi ogólną ramę aktywności, którą na potrzeby refleksji socjologicznej można nazwać sportem. Określają one warunki przynależności do sportu w taki sposób, że z jednej strony odsiewają pewne aktywności, które w kontekście społecznym sportem nie są, ale z drugiej strony proponują na tyle otwartą formułę, że nie stawiają zbyt twardych ograniczeń jej kontekstowym adaptacjom. Stanowią więc, tak jak już pisałem, warunki konieczne, ale niewystarczające do zaistnienia badanego przeze mnie zjawiska.

Tak zdefiniowany fenomen łączy w sobie pojemność zróżnicowanych dyskursów sportowych, a równocześnie zapewnia ugruntowaną bazę do poszukiwań o charakterze empirycznym.

Bibliografia

Bausiger Hermann (2005) *Małe święta na co dzień: piłka nożna* [w:] Agata Chałupnik i in., red., *Antropologia widowisk. Wybór tekstów*. Przełożył Wojciech Dudzik. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, s. 271–274.

Beamish Rob, Ritchie Ian (2006) *Fastest, Highest, Strongest: A Critique of High-Performance Sport*. New York, London: Routledge.

Bell Bower (1987) *To Play the Game. An Analysis of Sport*. New Jersey: Transaction.

Bourdieu Pierre (1988) *Program for a Sociology of Sport*. „Sociology of Sport Journal”, vol. 5., s. 153–161.

Caillois Roger (1973) *Żywioł i ład*. Przełożyła Anna Tatarkiewicz. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Coakley Jay (2007) *Sports in Society*. New York: McGraw-Hill Companies.

Demel Maciej (1974) *Pojęcie kultury fizycznej* [w:] Zbigniew Krawczyk, red., *Filozofia i socjologia kultury fizycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 215–218.

Drozdowski Rafał (2011) *Sport – podwójny agent* [w:] Łukasz Rogowski, Radosław Skrobaccki, red., *Społeczne zmagania ze sportem*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, s. 13–20.

Elias Norbert, Dunning Eric (1993) *Quest for Excitement. Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.

Geertz Clifford (2005) *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*. Przełożyła Maria Piechaczek. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Giddens Anthony (2003) *Stanowienie społeczeństwa. Zarys teorii strukturacji*. Przełożył Stefan Amsterdamski. Poznań: Wydawnictwo Zysk i Spółka.

Girard Rene (1993) *Sacrum i przemoc*. Przełożyli Maria i Jacek Plecińscy. Poznań: Brama – Książnica Włóczęgów i Uczonych.

Guttman Allen (1978) *From Ritual to Record. The Nature of Modern Sport*. New York: Columbia University Press.

Heinemann Klaus (1990) *Wprowadzenie do socjologii sportu*. Przełożył Mirosław Skwieciński. Warszawa: COM SNP.

Holt Richard (1989) *Sport and the British*. Oxford: Clarendon Press.

Horne John, Tomlinson Alan, Whannel Garry (2005) *Understanding Sport. An Introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport*. London, New York: Spon Press.

Huizinga Johan (1985) *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. Przełożyli Maria Kurecka i Witold Wirpsza. Warszawa: Czytelnik.

Jackson Steve, Andrews David, Scherer Jay (2004) *The Introduction. The Contemporary Landscape of Sport* [w:] Steve Jackson,

David Andrews, eds., *Sports, Culture, and Advertising: Identities, Commodities, and the Politics of Representation*. London, New York: Routledge, s. 1–23.

Jarvie Grant (2006) *Sport, Culture, and Society*. London, New York: Routledge.

Jawłowski Albert (2007) *Święty ład. Rytuał i mit mundialu*. Warszawa: Wydawnictwo Profesjonalne i Akademickie.

Krajewski Marek (2011) *Sztuka jako sport* [w:] Łukasz Rogowski, Radosław Skrobaccki, red., *Społeczne zmagania ze sportem*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, s. 35–50

Krawczyk Zbigniew (1974) *Kultura fizyczna – rozumienie i funkcje społeczne* [w:] Zbigniew Krawczyk, red., *Filozofia i socjologia kultury fizycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 211–214

Laker Anthony (2002) *The Sociology of Sport and Physical Education*. London, New York: Routledge.

Mangan John A. (2005) *Militarism, Sport, Europe. War Without the Weapon*. London: Frank Cass Publisher.

McLuhan Marshall (2004) *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Przełożyła Natalia Szczucka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowo-Techniczne.

McNamee Mike (2008) *Sports, Virtues, and Vices. Morality Plays*. London, New York: Routledge.

Roderick Martin (2006) *The Work of Professional Football. A Labour of Love?* London, New York: Routledge.

Rousseau Jean-Jacob (1955) *Emil, czyli o wychowaniu*. Przełożył Wacław Husarski. Wrocław: Zakład im. Ossolińskich.

Rowe David (2004) *Sport, Culture, and the Media*. Maidenhead: Open University Press.

Schechner Richard (2006) *Performatyka. Wstęp*. Przełożył Tomasz Kubikowski. Wrocław: Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych.

Scrambler Graham (2005) *Sport and Society. History, Power, and Culture*. Maidenhead: Open University Press.

Spencer Herbert (1960) *O wychowaniu umysłowym, moralnym i fizycznym*. Przełożył Antoni Peretiatkowicz. Wrocław: Zakład im. Ossolińskich.

Sztumski Wiesław (1981) *Rewolucja naukowo-technologiczna a postęp techniczny* [w:] Lech Zacher, red., *Nauka – Technika – Społeczeństwo*. Wrocław: Wydawnictwo Ossolińskich, s. 55–78.

Wanat Stanisław (1984) *Kultura fizyczna klasy robotniczej*. Warszawa: Wydawnictwo AWF.

Wohl Andrzej (1961) *Społeczno-historyczne podłoże sportu*. Warszawa: Wydawnictwo „Sport i Turystyka”.

----- (1974) *Kultura fizyczna i jej specyfika* [w:] Zbigniew Krawczyk, red., *Filozofia i socjologia kultury fizycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 219–221.

Wolańska Teresa (1974) *Pojęcie i zakres rekreacji fizycznej* [w:] Zbigniew Krawczyk, red., *Filozofia i socjologia kultury fizycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 227–229.

Znaniecki Florian (1973) *Socjologia wychowania*, tom 1. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Cytowanie

Nosal Przemysław (2015) *Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 16–38 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Social Perspective of Sport. (Difficulties With) Defining the Issue and Its Discourse

Abstract: The main aspect of social popularity of sport is its specific discourse. Sport terms are used to describe many phenomena from other social fields. It is easy to find many examples—“showing red card,” “penalty,” “faster—higher—stronger,” “fair play.” Sport delivers the rules of rivalry, offers particular ways for cognitive structuring of the world (rankings, records, measurements), emphasizes the role of corporality, and underlines the need for transgression. Nevertheless, notwithstanding its discursive embedment, it remains a phenomenon difficult to define within the context of social sciences. This text represents an attempt to elaborate this kind of perspective. The definition at hand is supposed to consider the internal diversity of sport. On the other hand, it should provide the researchers with empirical research tools.

The paper consists of introduction and three parts. Firstly, the social specificity of sport is described. Secondly, two different ways of defining sport are introduced—attributive and contextual. Finally, the third way of defining sport is suggested—structured contextualism.

Keywords: Sport Definitions, Attributivity, Contextualism, Sociology of Sport, Sport Discourse

Barrie Houlihan
Loughborough University, Wielka Brytania

Richard Giulianotti
Loughborough University, Wielka Brytania

Polityka i (nie)bezpieczeństwo igrzysk olimpijskich: casus Londynu 2012¹

Abstrakt Artykuł analizuje konstytuowanie się bezpieczeństwa na igrzyskach olimpijskich jako kwestię centralną dla organizatorów i ruchu olimpijskiego oraz konsekwencje organizacji igrzysk dla lokalnej społeczności i narodowej polityki bezpieczeństwa. Zakłada się, że igrzyska olimpijskie, jako wydarzenie o wysokim profilu medialnym, dostarczają coraz bardziej atrakcyjnych politycznie możliwości dla wielu aktorów – szczególnie, gdy są rozgrywane w takim mieście jak Londyn. Od czasów ataków z 11 września w Nowym Jorku odnotowano gwałtowny wzrost wydatków na zabezpieczenie igrzysk olimpijskich, wydaje się, że znacząco nieproporcjonalnie do możliwego ryzyka. Koszt zabezpieczania rósł: od 108 milionów dolarów w 1996 roku (Atlanta) do blisko 2 miliardów dolarów w 2012 (Londyn). Argumentuje się, że okres od 2001 roku charakteryzuje się hipernie pewnością i kulturą intensywnego awersji do ryzyka, opartą nie na prawdopodobieństwie, ale na możliwości ataku. W konsekwencji dochodzi do znieczulania narodów organizujących igrzyska na wzrastającą sekurytyzację w ich miastach. Twierdzi się również, że wpływ na lokalną społeczność Newham w Londynie będzie znaczący nie tylko w rezultacie intensywnego poziomu kontroli, ale także z powodu przebudowy związanej z igrzyskami i użycia infrastruktury nadzoru do stworzenia zamkniętych osiedli w miejscu wioski olimpijskiej. W konkluzjach dyskutowane są długoterminowe implikacje wzrastającej sekurytyzacji igrzysk, w tym normalizacji intensywnego nadzoru, dalszego naruszania swobód obywatelskich i rosnącego napięcia między wartościami przyjętymi przez ruch olimpijski a rzeczywistą organizacją igrzysk.

Słowa kluczowe igrzyska olimpijskie, Londyn 2012, *sport mega-events*, sekurytyzacja, ryzyko, technologie nadzoru

Richard Giulianotti jest profesorem socjologii w School of Sport, Exercise, and Health Sciences, Loughborough University (Wielka Brytania) oraz profesorem w Telemark University College (Norwegia). Do jego głównych zainteresowań badawczych należą: sport, globalizacja, problematyka rozwoju i pokoju, *sport mega-events*, studia nad przestępstwami i dewiacjami, tożsamość kulturowa i metody jakościowe. Jest autorem takich książek, jak: *Football: A Sociology of the Global Game* (1999); *Sport: A Critical Sociology* (2005; drugie wydanie 2015); *Ethics, Money, and Sport* (razem z A. Walsh 2007); *Globalization and Football* (z R. Robertson 2009). Zredagował również dwanaście innych książek, opublikował liczne artykuły w międzynarodowych pismach i tomach zbiorowych, jego prace były tłumaczone na dwanaście języków.

e-mail: R.Giulianotti@lboro.ac.uk

Barrie Houlihan jest profesorem w zakresie polityki sportu na uniwersytecie w Loughborough (Wielka Brytania) oraz Visiting Professor w Norwegian School of Sport Sciences. Jego zainteresowania badawcze dotyczą krajowych i międzynarodowych procesów w polityce sportu. Jest szczególnie zainteresowany rozwojem sportu, sportem młodzieży, sportem szkolnym. Jest autorem i redaktorem dwudziestu książek i ponad pięćdziesięciu artykułów w renomowanych czasopismach. Wśród jego ostatnich książek są: *Sport Policy in Britain* (razem z I. Lindsey 2012), *The Youth Olympic Games* (współredakcja z DV Hanstad i M. Parent 2014) oraz *Handbook of Sport Development* (redakcja z M. Green 2011). Oprócz pracy dydaktycznej i badawczej pracuje jako konsultant dla różnych instytucji w Wielkiej Brytanii, UNESCO, Światowej Organizacji Antydopingowej i Unii Europejskiej. Jest redaktorem naczelnym pisma *International Journal of Sport Policy and Politics*.

Kwestie związane z bezpieczeństwem i ryzykiem stanowiły znaczące elementy w przypadku nowożytnych igrzysk olimpijskich co najmniej od lat 60. ubiegłego wieku². Jednakże podwyższona świadomość niepewności i ryzyka stała się motywem przewodnim igrzysk olimpijskich dopiero w ostatnich latach, szczególnie od 2001 roku. Niepewność stała się dominującym dyskursem igrzysk 2012 roku, kiedy ogłoszenie w lipcu 2005 przez Międzynarodowy Komitet Olimpijski (MKOl) faktu wybrania Londynu na gospodarza imprezy

zostało usunięte w cień przez ataki terrorystyczne na publiczny system transportu w stolicy Anglii dzień później. Organizacja Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich w 2012 wyraźnie kieruje uwagę na dwa istotne wymiary: po pierwsze, konsolidację igrzysk olimpijskich jako znaczącej areny dla polityki krajowej i globalnej i, po drugie, stopień do jakiego miasta jawią się jako główne cele wrogich ataków.

Niezależnie od stanowczych deklaracji kolejnych prezydentów MKOl (Guttman 1984; Hill 1997) wspieranych przez niektórych naukowców (zob. Lucas 1992; Cottrell, Nelson 2011) w odniesieniu do niepolitycznego charakteru ruchu olimpijskiego jasne jest, że olimpiady nie tylko były spójną areną

¹ Artykuł pierwotnie ukazał się na łamach „International Affairs”, vol. 88, no. 4, s. 701–717. *This article first appeared in International Affairs (London), volume 88, number 4, May 2012, and is translated and reproduced with permission.*

² Na temat wzrastającej świadomości ryzyka w sferze publicznej zob. Beck (2002).

dla aktywności politycznej, lecz również, iż sam komitet olimpijski jest skutecznym politycznym aktorem – dostosowującym się do zmian geopolitycznych (np. podczas pierwszych dekad XX wieku, które odznaczały się wzrostem nacjonalizmu i procesów dekolonizacji) oraz uczestniczącym w globalnych politycznych kwestiach, takich jak spór między Chinami i Tajwanem czy wyzwania wobec apartheidu (Houlihan 1994; Chatziefstathiou 2001). Takie silne upolitycznienie nie powinno być zaskoczeniem, biorąc pod uwagę odniesienia w Karcie Olimpijskiej (dokumenty MKOI zawierające najważniejsze pryncypia Ruchu Olimpijskiego) do wartości, takich jak: „odpowiedzialność społeczna oraz poszanowanie podstawowych uniwersalnych zasad etycznych”, „uprawianie sportu jako prawo człowieka”, stosowanie „zasad dobrego zarządzania” w sporcie, odrzucenie dyskryminacji czy misja „propagowania miłującego pokój społeczeństwa i poszanowania ludzkiej godności” (2013: 11). Jako instytucja organizująca wydarzenia sportowe MKOI nie jest wyjątkowy w posiadaniu motywów politycznych: bardziej znamienne przykłady dotyczą organizatorów Igrzysk Wspólnoty Narodów, *Jeux de la Francophonie* (impieza łącząca rywalizację sportową i wydarzenia artystyczne dla narodów francuskojęzycznych) oraz, w poprzednich latach, spartakiad³.

Igrzyska olimpijskie jako arena polityki

W odniesieniu do wykorzystywania olimpiad jako areny dla polityki Patrick M. Cottrell i Travis Nelson zaznaczają, że nie było żadnych igrzysk od Olim-

³ Wspomniane imprezy były powiązane odpowiednio z brytyjskim i francuskim kolonializmem oraz socjalizmem.

piady w Berlinie w 1936 roku, które nie byłyby eksploatowane dla pewnych celów politycznych (2011). Trudno zaprzeczyć, że igrzyska olimpijskie dostarczały coraz to lepszej struktury sprzyjającej polityce. Ale to, co prawdopodobnie jest bardziej istotne to łatwość, z jaką taką otwartość mogą spożytkować rządy uczestników igrzysk, miast-gospodarzy, jak również szereg ruchów społecznych. Przez większość okresu nowoczesnych igrzysk olimpijskich ta sprzyjająca struktura cechowała się znaczącą medialnością, niewielkim kosztem i niskim ryzykiem. Jeśli chodzi o medialność, to w 1960 roku 21 krajów transmitowało Igrzyska w Rzymie. W 1972 (Monachium) liczba ta wzrosła do 98, natomiast już od Igrzysk w Sydney (2000) liczba ta sięgnęła 220 państw (MKOI 2012: 22). Oglądalność rosła gwałtownie – Igrzyska w Sydney to ponad 34 miliardy godzin transmisji oglądanych przez 3,9 miliarda widzów. Dla aktorów niepartycypujących w organizacji koszty finansowe mogą być bardzo niskie, jeżeli wziąć pod uwagę skalę uzyskanego rozgłosu. Przykład mogą stanowić kraje, które zbojkotowały Olimpiadę w Moskwie (1980) i Los Angeles (1984) w czasie zimnej wojny oraz te, które groziły bojkotem Olimpiady w Montrealu (1976) w związku z apartheidem w RPA.

Stopień ryzyka był również stosunkowo niski, zwłaszcza w odniesieniu do bojkotu, choć dla rodzimych protestujących ryzyko mogło być poważne, czego ilustracją jest masakra protestujących studentów w Tlatelolco dziesięć dni przed Igrzyskami w Meksyku (1968) czy prześladowania członków Falun Gong w okresie przygotowań do pekińskich Igrzysk w 2008 (Hoberman 1986; Poniadowska 2007; Patel 2008; Giulianotti, Klauser 2012).

Igrzyska olimpijskie dostarczają również struktury organizacyjnej oraz kultury, które sprzyjają politycznemu oportunizmowi. Regularny cykl imprezy, proces konkursowy, publicznie i geograficznie rozproszona natura wydarzenia, regularne wizyty kontrolne MKOI-u (z towarzyszącym im rozgłosem) oraz globalna reprezentacja krajów nie tylko poprzez ruch olimpijski (MKOI i jego regionalne odpowiedniki w postaci Narodowych Komitetów Olimpijskich), ale także przez członkostwo w międzynarodowych federacjach sportowych, które biorą udział w igrzyskach olimpijskich, wszystkie te aspekty zapewniają stosunkowo otwartą strukturę organizacyjną, która oferuje wielorakie punkty dostępu i wielostronne możliwości podejmowania zagadnień politycznych.

Jeszcze do niedawna pożytkowanie sposobności politycznych dostępnych na olimpiadach było związane z dwiema kategoriami aktywności – państwo przeciwko państwu lub ruchy społeczne przeciwko państwu. Przykłady obu kategorii są nadal widoczne, ale apogeum intensywności pierwszej z nich przypadało na okres od połowy lat 70. do połowy lat 80., podczas gdy działania polityczne ruchów społecznych wykazują ciągły wzrost częstotliwości. Wiele znamienych przykładów odnosi się do użycia olimpiad jako areny dla międzypaństwowej polityki, na przykład wykluczenia pokonanych narodów po II wojnie światowej, bojkot Igrzysk w Moskwie przez Stany Zjednoczone i wielu ich sojuszników, odwzajemniony bojkot Igrzysk 1984 w Los Angeles przez ZSRR i jego państwa satelickie oraz nacisk wywierany przez Chiny na rząd kanadyjski w celu odmowy wystawienia wiz dla sportowców z Tajwa-

nu. Faktyczne i groźne bojkoty są zdecydowanie mniej powszechne od czasów końca zimnej wojny i zniesienia apartheidu, w części z powodu braku takich głównych podziałów globalnych, ale również dlatego, że znacznie pokaźniejszy kapitał polityczny można zdobyć poprzez udział i sukces na igrzyskach. W skutek tego, pomimo pojawienia się ostatnio zagrożeń negatywnego dyplomatycznego działania skupionego na igrzyskach olimpijskich (przykładowo groźba bojkotu ceremonii otwarcia Igrzysk w Pekinie przez prezydentów Busha i Sarkozy'ego w proteście wobec łamania praw człowieka), działania dyplomatyczne stały się, generalnie rzecz biorąc, bardziej subtelne i bardziej związane z promocją wizerunku narodowych marek niż z wywieraniem nacisku w specyficznych zagadnieniach lub w odniesieniu do partykularnych rywali dyplomatycznych.

Jednym z możliwych wyjątków od powyższych konkluzji może być analiza ewolucji polityki międzynarodowej zaproponowana przez Samuela Huntingtona, który stwierdził, że podczas gdy państwa narodowe pozostaną najpotężniejszymi aktorami w sprawach o światowym znaczeniu, to linie podziału między cywilizacjami przekształcą granice polityczne i ideologiczne czasów zimnej wojny jako najjaskrawszych punktów eskalacji kryzysu i rozlewu krwi (1993; 1996). Dla Huntingtona jedna z najważniejszych linii podziału przebiega pomiędzy cywilizacją zachodnią i islamską. Kontekst po 11 września 2001 oraz „wojna z terroryzmem” wskazują na potencjalną realizację tezy Huntingtona, z wojującymi czy fundamentalistycznymi ruchami islamistycznymi kreowanymi na nowego globalnego „Innego” dla Zachodu

opartego na fundamentach chrześcijańskich. W przypadku Igrzysk Olimpijskich w 2012 roku brytyjskie służby bezpieczeństwa wierzyły, że najbardziej poważne zagrożenie bezpieczeństwa – jak ataki terrorystów – emanuje z wojujących przedstawicieli grup islamskich. Po pierwsze, mowa o „samotnych wilkach”, którzy niezauważenie ulegli islamskiemu radykalizmowi i dlatego są nieznanymi dla tajnych służb. Po drugie, o somalijskim ruchu separatystycznym Al-Shabaab, który ostatnio demonstrował swoje zainteresowanie atakami związanymi ze sportem. Najpierw przez bombardowania, w których zginęło 74 kibiców obserwujących piłkarskie finały Mistrzostw Świata 2010 w Kampali (Uganda), a następnie przez detonację bomby w Mogadiszu w kwietniu 2012, w skutek czego zginęły co najmniej cztery osoby, w tym szefowie somalijskiego komitetu olimpijskiego i somalijskiego związku piłkarskiego.

Niemniej jednak należy dążyć do unikania surowych kategoryzacji lub homogenizacji religijnych systemów wierzeń i cywilizacji. Społeczności i narody muzułmańskie charakteryzują się dużą różnorodnością interpretacji islamu i mają urozmaicone reakcje historyczne i ścieżki w kierunku modernizacji. Ta różnorodność znajduje odzwierciedlenie w różnych podejściach, jakie państwa islamskie podejmowały wobec olimpiad czy szerzej – nowoczesnego sportu, na przykład w umożliwianiu lub niedopuszczaniu kobiet do udziału w igrzyskach olimpijskich, w ustanawianiu islamskich wersji kobiecego sportu lub dążeniu do sprawowania funkcji kierowniczych w Międzynarodowym Komitecie Olimpijskim (Amara 2012). Również migracyjne społeczności muzułmańskie objawiają odmien-

ne interpretacje i podejścia do sportu (zob. Amara, Henry 2010). Podczas gdy Igrzyska Olimpijskie w Londynie mogły być dogodnym celem dla islamskich grup terrorystycznych, jest mniej prawdopodobne, że państwa islamskie postrzegały igrzyska jako arenę dla twardej dyplomacji, takiej jak bojkot. Nie tylko wiele państw islamskich charakteryzuje się entuzjastyczną postawą względem członkostwa w ruchu olimpijskim, ale też ich udział w igrzyskach olimpijskich jest wciąż stosunkowo świeży, a liczba sportowych sukcesów bardzo skromna. Również niewiele było imprez, w których odnotowano bojkot przez państwa islamskie, kraje te mają generalnie znacznie więcej do zyskania w sensie dyplomatycznym, pozostając w ruchu olimpijskim i w nim uczestnicząc.

Sport w ogóle, a igrzyska olimpijskie w szczególności, stał się znaczącym zasobem „miękkiej siły” (Grix, Houlihan 2012). Zarówno dla Niemiec (Monachium 1972) i Japonii (Tokio 1964) organizowanie igrzysk oznaczało symbolicznie ponowne przyjęcie do międzynarodowej społeczności po klęsce w II wojnie światowej. Dla Korei Południowej (Seul 1988) i Chin (Pekin 2008) bycie gospodarzem igrzysk symbolizowało obecność w nowoczesnych gospodarkach uprzemysłowionych. Natomiast Olimpiada 1992 roku w Barcelonie była promowana jako symbolizująca zarówno tożsamość Katalonii, jak i demokratyczną, post-Francuską Hiszpanię (Hargreaves 2000).

Międzynarodowy symbolizm Igrzysk w Londynie jest warty uwagi. Ambicją rządu brytyjskiego było, zgodnie z Biurem Spraw Zagranicznych (FCO), przedstawienie obrazu „nowoczesnej Wielkiej Bry-

tanii [...] otwartej (przyjaznej, różnorodnej, tolerancyjnej), połączonej (poprzez nasze zaangażowanie w ONZ i G20, politycznie, geograficznie, w kategoriach handlu i podróży), kreatywnej i dynamicznej” (House of Commons Foreign Affairs Committee 2011, paragraf 19). FCO ogłosiło, że „strategia zaangażowania” była opracowana w związku z igrzyskami, zaprojektowana dla osiągnięcia wielu celów, w tym „do wykorzystania olimpiady do promocji kultury brytyjskiej w kraju i za granicą. Do utrwalenia brytyjskiej reputacji jako [...] żywego, otwartego i nowoczesnego społeczeństwa, globalnego węzła w sieciowym świecie” oraz „do zwiększenia naszego bezpieczeństwa poprzez zaprzęgnięcie globalnej siły olimpiady, szczególnie wśród młodych ludzi, do wzmocnienia wartości tolerancji, umiaru i otwartości” (House of Commons Foreign Affairs Committee 2011, paragraf 20).

Przykłady ruchów społecznych wykorzystujących olimpiady dla protestów nakładają się i stają się bardziej powszechne niż polityka międzypaństwowa. Jednym z bardziej znanych przykładów był protest czarnych amerykańskich biegaczy, Johna Carlosa i Tommie’ego Smitha, którzy zamanifestowali gest wyciągniętej pięści w czarnej rękawiczce podczas ceremonii wręczenia medali na Igrzyskach w 1968 roku, wspierając tym samym walkę o prawa czarnych w USA. Nowsze przykłady obejmują protesty w sprawie praw obywatelskich Aborygenów podczas Igrzysk Olimpijskich w Sydney, kampanię aktywistów walki z ubóstwem na zimowej Olimpiadzie w Vancouver (2010) czy demonstracje dla wolnego Tybetu w Pekinie w 2008 roku. Chociaż niektóre z tych protestów (np. *Free Tibet*) miały międzynarodowy charakter, większość dotyczyła

celów regionalnych. Większość miała pokojowy charakter, z małym lub niemal żadnym wpływem na przebieg samych igrzysk. Jednakże zdarzały się wyjątki, z których najbardziej znanym jest atak członków grupy palestyńskiej Czarny Wrzesień na ekipę sportowców izraelskich podczas Igrzysk Olimpijskich w Monachium w 1972 roku. W skutek porwania zginęło 11 sportowców i trenerów izraelskich. Pomimo faktu istnienia innych przykładów akcji terrorystycznych związanych z igrzyskami olimpijskimi, jak choćby eksplozja bomby w Centennial Park podczas imprezy w 1996 roku w Atlancie, liczba faktycznych ataków była niska. Ponadto, jak konkludują Cottrell i Nelson, choć państwa wykazują gotowość do wykorzystywania igrzysk dla swoich korzyści politycznych oraz „jako środka odtwarzania znaczenia państwowości w międzynarodowym systemie” (2011: 731), efektywność ruchów społecznych w wykorzystywaniu olimpiad do popierania ich różnorodnych założeń jest dyskusyjna.

Jednakże, choć konstatacje Cottrella i Nelsona są o tyle poprawne, że trudno zademonstrować, iż protesty (faktyczne czy hipotetyczne) wokół igrzysk olimpijskich prowadziły do znacznego postępu w osiąganiu celów politycznych przez społeczne ruchy, to zagrożenie protestami miało istotny wpływ na podejście do organizacji olimpiady – w szczególności w zakresie zwiększonej sekurytyzacji miast-gospodarza i innych lokalizacji olimpijskich – co samo w sobie wytwarza potencjał na przyszłość. Zakładamy, że dwie pierwsze fazy wykorzystania politycznego olimpiad (państwo przeciwko państwu oraz konflikty między ruchami społecznymi i państwem) są wypierane przez trzecią fazę, która

nabiera znaczenia w pierwszych latach obecnego stulecia i która może być opisana jako „hipernie pewność”.

Olimpiady w środowisku hipernie pewności

Hipernie pewność jest charakteryzowana przez rozwój kultury intensywnej niechęci do ryzyka i bardziej szczegółowej alokacji zasobów – potrzebnych do dostarczenia bezpieczeństwa – opartych nie na prawdopodobieństwie (racjonalnej analizie kosztów i korzyści), ale możliwości i intensywnej niechęci do ryzyka (Coaffee 2003; Steward, Ellingwood, Mueller 2011). Dowód na zmiany w tej materii znajduje się w szybkim wzroście wydatków na środki bezpieczeństwa od Igrzysk w Atlancie w 1996 roku. Inwestycje w bezpieczeństwo mierzone kosztem przypadającym na jednego sportowca były zasadniczo stabilne od 1984 do 1996 roku, po czym gwałtownie wzrosły. Dwa wydarzenia były szczególnie ważne w przyczynieniu się do wzrost wydatków: po pierwsze, eksplozja bomby w Centennial Park (centralne miejsce podczas igrzysk, wybuch zabił 2 osoby, a ranił 111 osób) podczas Olimpiady w Atlancie. I po drugie, ataki na Stany Zjednoczone z 11 września 2001 roku. Po tym wydarzeniu igrzyska otworzyły nową erę świadomości w sprawach bezpieczeństwa, niepewności, niepokoju i zarządzania ryzykiem. W tym czasie największe sportowe wydarzenia (*sport mega-events*) stały się awangardą dla tej nowej kategorii ryzyka. Igrzyska Olimpijskie w Londynie były regularnie prezentowane przez czołowych polityków (m.in. Ministra Bezpieczeństwa i Sekretarza ds. Wewnętrznych) i szefów bezpieczeństwa jako

największa w historii Wielkiej Brytanii operacja policyjna i wyzwanie bezpieczeństwa w czasie pokoju.

Mając w pamięci eksplozję w Centennial Park, organizatorzy Sydney 2000 opracowali strategię bezpieczeństwa, która była zarówno obszerna, jak i kosztowna, wliczając w nią – oprócz sił policji federalnej i państwowej – 4000 wojskowych, całe australijskie siły specjalne i 30 000 ochroniarzy z prywatnej firmy. Podczas gdy minister obrony, John Moore, konkludował, że nie było „szczególnego zagrożenia terroryzmem dla Igrzysk w Sydney”, szef policji z Nowej Południowej Walii stwierdził, że olimpiada była „niemalże nieodpartym magnesem dla grup terrorystycznych”. Rozmieszczenie sił policyjnych i wojskowych zostało wsparte zestawem zmian legislacyjnych, które znacznie rozszerzyły uprawnienia i władzę policji, zgodnie z powstałą potrzebą „użycia na dużą skalę sił wojskowych przeciwko cywilom w warunkach domowych w czasie pokoju” (Head 2000: 132).

Intensyfikowanie procesów sekurytyzacji kontynuowano podczas Igrzysk Olimpijskich w Atenach w 2004 roku, na których wydatki z tego tytułu sięgnęły około 1,5 miliarda dolarów. Znaczna część tej kwoty została przeznaczona na zakup systemu rozbudowanego nadzoru wysokiej technologii, na który składało się 1200 kamer zdolnych do zbierania danych zarówno wizualnych, jak i głosowych. Również 70 tysięcy funkcjonariuszy policji i wojska było zaangażowanych do pracy u boku zagranicznych pracowników bezpieczeństwa związanych z poszczególnymi reprezentacjami narodowymi. Ponadto grecki rząd wprowa-

dził szereg zmian w istniejących przepisach, które „sprzyjały szpiegowaniu obywateli i dostarczały motywów pieniężnych dla informatorów policyjnych. Wprowadzono również sądy bez ławy przysięgłych, zainicjowano ograniczone prawo do odwołania, badania DNA bez zgody, rozszerzono uprawnienia policyjne do infiltracji i nadzoru grup i jednostek” (Molnar 2011). W związku z lokalizacją wielu aren olimpijskich poza stolicą (podobnie zresztą jak w 2012 roku) jeden z doradców do spraw bezpieczeństwa pokusił się o komentarz, że „cały kraj zostanie uznany za teatr dla operacji” (Meeks 2004).

Uzyskanie dokładnych szacunków dotyczących zakresu i kosztów zabezpieczenia Igrzysk Olimpijskich w Pekinie jest trudne, ale z pewnością mowa o kosztownej operacji na szeroką skalę. Jeden z szacunków informuje o 100 tysiącach funkcjonariuszy uzbrojonej policji, komandosów i innych żołnierzach stacjonujących w obrębie miasta, o 300 tysiącach zainstalowanych kamer oraz baterii pocisków przeciwlotniczych umieszczonych tuż obok Bird's Nest Stadium⁴. W samym mieście utworzono trzy koncentryczne pierścienie z punktów kontrolnych, a cztery regionalne dowództwa Armii Ludowo-Wyzwoleńczej zostały postawione w stan gotowości. Jeśli chodzi o Olimpiadę w Londynie, łączny koszt ochrony imprezy wyniósł 553 miliony funtów. Zaangażowano 13 tysięcy oficerów policji wspieranych przez 17 tysięcy członków sił zbrojnych. Do tego 10 tysięcy funkcjonariuszy prywatnej korporacji ochroniarskiej, statki patrolowe na Tamizie, pociski rakietowe ziemia-powietrze. To

⁴ Zob. <http://www.theguardian.com/sport/2008/jul/28/olympic-games2008.china1>. Dostęp 24 maja 2014 r.

wszystko złożyło się na jedną z największych operacji odnośnie bezpieczeństwa od wielu dekad⁵.

Według ministra spraw wewnętrznych: „wiemy, że mamy do czynienia z realnym i trwałym zagrożeniem terrorystycznym i wiemy, że olimpiada – jako wydarzenie symboliczne – stanowi cel dla grup terrorystów”⁶. Do koordynowania działań związanych z zabezpieczeniem igrzysk ustanowiono Departament do spraw Bezpieczeństwa Olimpijskiego (OSD) oraz przygotowano diagnozę bezpieczeństwa i ryzyka strategicznego w kontekście olimpijskim. Raport ten identyfikuje pięć źródeł ryzyka: związanego z terroryzmem; poważnym przestępstwem i zorganizowaną przestępczością; krajowym ekstremizmem; zakłócaniem porządku publicznego; wypadkami i zdarzeniami naturalnymi. W odniesieniu do zagrożeń terrorystycznych raport zauważa, że: „Wielka Brytania stoi w obliczu stałego zagrożenia ze strony terroryzmu. Poza tradycyjnymi metodami ataku terroryści mogą mieć aspiracje do prowadzenia cyberataków lub użycia niekonwencjonalnych metod, takich jak substancje chemiczne, biologiczne, radiologiczne i jądrowe. Jako wydarzenie o wysokim znaczeniu igrzyska mogą stanowić atrakcyjny cel dla jednostek lub grup terrorystycznych (Home Office 2011: 4). Na początku 2011 roku OSD i jego partnerzy (np. policja i brytyjska służba graniczna) zaproponowali 27 scenariuszy w kwestii ryzyka, które służyły zapewnieniom, że nawet najbardziej złożone rozwiązania zostaną dostarczone w razie potrzeby

⁵ Zob. http://en.wikipedia.org/wiki/Security_for_the_2012_Summer_Olympics. Dostęp 23 maja 2014 r.

⁶ Zob. <http://www.homeoffice.gov.uk/media-centre/speeches/Home-sec-olympic-speech>. Dostęp 23 maja 2014 r.

(Home Office 2011: 8). Przygotowania zainicjowane przez rząd brytyjski i rządy krajów-gospodarzy w ostatnich latach podkreślają centralne znaczenie państwa narodowego w zakresie planowania, koordynowania i dostarczania zasobów dla ogromnych w skali „zestawów bezpieczeństwa” oraz uwydatniają ograniczenia państwa neoliberalnego lub „małego” rządu (ograniczającego swoje wpływy) w obliczu tych rodzajów ryzyka (zob. Haggerty, Ericson 2000; Beck 2003).

W odniesieniu do ewaluacji skuteczności polityki bezpieczeństwa rządu brytyjskiego kluczowym dokumentem odniesienia jest *London 2012 Olympic and Paralympic Safety and Security Strategy*, pierwotnie stworzony w 2009 i zaktualizowany w 2011 roku. Ogólnym celem strategii jest „zapewnienie bezpiecznych i spokojnych igrzysk, w zgodzie z olimpijskim duchem i kulturą” (Home Office 2011: 7). Sukces mierzono za pomocą czterech kryteriów:

- powstrzymanie terrorystów lub przestępców zorganizowanych, którzy celują w olimpijskie lokalizacje i infrastrukturę;
- „natychmiastowe i skuteczne zarządzanie” incydentami, które wyraźnie zagrażają bezpieczeństwu;
- zapewnienie „bezpiecznego i spokojnego doświadczenia” dla uczestników igrzysk, widzów, pracowników i gości honorowych;
- „wzmocnienie międzynarodowej reputacji Wielkiej Brytanii w zakresie bezpieczeństwa i ochrony”.

Terroryzm rozumiano jako najpoważniejsze zagrożenie dla bezpieczeństwa igrzysk (Home Office 2011: 9, 12). Jednocześnie rząd Wielkiej Brytanii odważnie podkreślał, że równowaga między sportem i bezpieczeństwem będzie zachowana. Premier David Cameron stwierdził, że zapewnienie bezpieczeństwa było „najważniejszym priorytetem” brytyjskiego rządu, choć środki bezpieczeństwa „będą użyte w sposób, który jest wyczulony na ducha igrzysk. To będzie raczej wydarzenie sportowe powiązane z poważną operacją bezpieczeństwa, a nie na odwrót”⁷.

Rządowa odpowiedzialność za stan bezpieczeństwa na igrzyskach olimpijskich jest wzmocniana przez Międzynarodowy Komitet Olimpijski. Jak zauważono w raporcie Kongresu Stanów Zjednoczonych po Igrzyskach w Atenach, „jednym z wymogów Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego dla krajów ubiegających się o organizację igrzysk jest zapewnienie bezpieczeństwa uczestniczącym sportowcom i widzom” (US Government Accountability Office 2005: 4). Oczekiwania MKOI w zakresie bezpieczeństwa wzmocniają kryteria oceny ofert miast kandydujących do organizacji igrzysk. W raporcie ewaluacyjnym bezpieczeństwo jest zidentyfikowane jako jedno z centralnych kryteriów, na bazie którego oferty rywalizujących ośrodków zostają poddane wartościowaniu. W ocenie ofert organizacji Olimpiady w 2012 roku raport zauważa: „[r]ząd Wielkiej Brytanii gwarantuje, że podejmie całkowitą odpowiedzialność za

⁷ Zob. <http://www.telegraph.co.uk/sport/olympics/news/9172273/London-2012-Olympics-Prime-Minister-David-Cameron-vows-to-deliver-greatest-show-on-earth-without-hitches.html>. Dostęp 24 maja 2014 r.

bezpieczeństwo podczas przygotowywania i realizacji Igrzysk Olimpijskich i Paraolimpijskich. Program gwarantuje również pokrycie wszystkich kosztów zabezpieczeń [...] z wyjątkiem ochrony w miejscach rozgrywek, które pokryje Komitet Organizacyjny Igrzysk Olimpijskich (MKOI 2005: 75). Raport oznajmia także, że Wielka Brytania, wraz z sześcioma innymi państwami (m.in. Stanami Zjednoczonymi i Francją), była członkiem grupy doradczej do spraw bezpieczeństwa, która zapewniła szkolenia i wsparcie dla greckiego rządu przed Olimpiadą w 2004 roku. Inwestycja MKOI wydaje się być natomiast ograniczona jedynie do ubezpieczenia od częściowego lub całkowitego odwołania igrzysk z powodu terroryzmu, co po raz pierwszy miało miejsce w 2004 roku (koszt 93 mln funtów)⁸.

Należy podkreślić, że od roku 1996 doszło do trwałego zatarcia granicy między wewnętrznym i zewnętrznym zagrożeniem, między wojskową i policyjną a cywilną obroną, a także między bezpieczeństwem czasów wojny i pokoju. Jak zauważają Boyle i Haggerty, podczas zimnej wojny „granice narodowe były podstawowym «frontem», który miała być zabezpieczony. [...] Koniec zimnej wojny przyczynił się do ponownej kalibracji bezpieczeństwa ze względu na widoczne zmiany w charakterze krajowych i międzynarodowych zagrożeń. W konsekwencji koncepcje bezpieczeństwa stają się w swojej skali coraz bardziej sub-narodowe, regionalne i miejskie” (2009: 258). Szczególnej wartości nabiera zakres, w jakim celem ewentualnych ataków stają się miasta o globalnym znaczeniu.

⁸ Zob. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/europe/3686379.stm>. Dostęp 26 maja 2014 r.

Stratedzy wojskowi i specjaliści do spraw bezpieczeństwa szybko sobie uświadomili, że należy zwrócić większą uwagę na konflikt w miejskich, a nie otwartych środowiskach, zwłaszcza w kontekście idei o „długiej wojnie” i asymetrycznych konfliktach, które charakteryzują współczesne debaty o terroryzmie (Leonhard 2003; Coaffee, Murakami Wood 2006; Benton-Short 2007; Coward 2009).

W przeszłości ufortyfikowane miasto było często celem dla działań militarnych, takich jak podbój, co było równoważne z podbijaniem państwa. Ostatnio, chociaż działania wojskowe generalnie przeniesiono z oblężeń miast do konfrontacji na polach bitewnych, miasto wciąż utrzymuje silną wartość symboliczną (o czym świadczy choćby wejście wojsk francuskich do Paryża po desancie w Normandii w 1944 roku czy wejście sił Wietnamu Północnego do Sajgonu w 1975). W czasach po 11 września szczególnie miasta o globalnym profilu zyskują większe znaczenie polityczne i strategiczne. Hank V. Savitch (2003) przypomina, że miasta od dawna były zarówno celem, jak i inkubatorem terroryzmu. W ostatnich ośmiu latach XX wieku 64 procent ataków terrorystycznych miało miejsce w miastach, a między 1993 a 2001 rokiem 250 miast zostało zaatakowanych na całym świecie. Biorąc pod uwagę czas przełomu wieków, należy wskazać pewne różnice, które leżą, po pierwsze, w ambicji i sukcesach terrorystów (jak pokazują ataki na Nowy Jork, Londyn i Madryt) i po drugie, w nieproporcjonalnej odpowiedzi na postrzegane ryzyko ataku. Anastassia Tsoukala (2006) wspomina, że promowanie idei wszechobecnego, nieprzewidywalnego, trwałego i nieskończonego zagrożenia jest w dużej mierze wynikiem strategii napędzanej

strachem, stworzonej dla uzasadnienia obecnej polityki antyterrorystycznej.

De-lokalizacja bezpieczeństwa igrzysk

Bezpieczeństwo związane z olimpiadami w ostatnich latach odzwierciedla, ale i nadaje rozmach szerszym procesom, dzięki którym świadomość ryzyka i zarządzania nim staje się coraz bardziej ponadnarodowa i „od-lokalniona” (Beck 2006). Jedną z konsekwencji wzrostu globalnej niepewności jest zmodyfikowanie obrony i wewnętrznych sektorów bezpieczeństwa. To oznacza pojawienie się nowej dziedziny wiedzy eksperckiej zorientowanej na „zarządzanie niepokojem” (Bigo 2008). Rozbudowane formy sieci ponadnarodowego bezpieczeństwa rozwijają się między miastami-gospodarzami, specjalistami do spraw bezpieczeństwa i korporacjami. Transfer wiedzy na temat bezpieczeństwa występuje pomiędzy różnymi miastami i narodami, które sukcesywnie organizują duże wydarzenia, podobnie specjaliści od bezpieczeństwa dzielą się swoimi ekspertyzami (Klauser 2007; 2008). Bardziej znacząco wyłonienie się ponadnarodowego „kompleksu przemysłu zabezpieczeń” znajduje odzwierciedlenie w utworzeniu wiodących korporacji jako kluczowych na globalnym runku bezpieczeństwa olimpiad, w którym wysoce zaawansowane technologie nadzoru i kontroli są projektowane, sprzedawane i instalowane. Do Igrzysk w 2008 prawie 90 procent wydatków na technologie zabezpieczeń zagospodarowywały firmy zagraniczne, w tym GE, Honeywell, IBM, LG, Panasonic, Siemens i United Technologies (Bradsher 2007; Roberts 2008). Zaawansowane technologie zabezpieczeń – takie

jak telewizja przemysłowa, która analizuje i kataloguje zachowania lub kamery przygotowane do wychwytywania niecodziennych zachowań publicznych – były instalowane, by funkcjonować długo po okresie olimpijskich zmagani. Tym samym olimpiady dostarczyły ponadnarodowym korporacjom o wysokim profilu marketingowym i wdrożeniowym przyczółków w nowym, rozwijającym się biznesie zabezpieczeń oraz możliwości rozszerzenia systemów od wydarzeń sportowych do szerszych enklaw publicznych.

Dalsza „delokalizacja” znajduje odzwierciedlenie w rozszerzeniu bezpieczeństwa olimpiad poza miasto-gospodarza, a nawet poza państwo przyjmujące sportowców. Podobnie jak inne współczesne wielkie imprezy sportowe „Londyn 2012” był imprezą w części odterytorialnioną, ze względu na takie dyscypliny jak piłka nożna, jazda na rowerze i kajakarstwo rozgrywane poza stolicą. Również ekipy poszczególnych krajów osiedlały się w różnych ośrodkach treningowych, nawet poza Anglią (np. kilkanaście w Szkocji, Walii, Irlandii Północnej, kilka w Irlandii).

Anturaż zabezpieczeń jest wnoszony przez uczestniczące kraje dla ochrony ich drużyn, a także by chronić przywódców politycznych, ludzi biznesu, oligarchów i innych dygnitarzy. Jak można było się dowiedzieć, na przykład władze Stanów Zjednoczonych wysłały swoich najlepszych agentów CIA i FBI do wsparcia brytyjskich służb bezpieczeństwa w czasie igrzysk⁹.

⁹ Zob. <http://rt.com/usa/cia-london-olympics-fbi-143/>. Dostęp 26 maja 2014 r.

Dodatkowo na zabezpieczenie igrzysk złożyła się współpraca między brytyjską policją i innymi siłami tego kraju, w szczególności po to, by transferować dane wywiadowcze na temat terroryzmu i przestępczości zorganizowanej. Interpol na przykład ostrzegał, że międzynarodowe syndykaty przestępcze mogą dążyć do skorumpowania igrzysk poprzez „ustawianie” wyników w zмовie z zawodnikami (Holden 2012). Jednakże igrzyska nie powiełały niektórych rodzajów zabezpieczeń wdrażanych podczas piłkarskich mistrzostw świata, takich jak wymiana wiedzy pomiędzy siłami policji na temat fanów „dużego ryzyka” (przede wszystkim grup chuliganów) czy autoryzacja widzów przez oficerów policji z innych państw, noszących mundury w narodowych barwach (Furlong 2006).

„Glokalizacja” olimpijskiego bezpieczeństwa

Wypada stwierdzić, że procesy „glokalizacji” mają swoje miejsce w zabezpieczeniu megaimprez sportowych. „Glokalizacja” odnosi się do kompleksu współzależności i współrelacyjności powstającego pomiędzy „lokalnym” i „globalnym” (Robertson 1992). Warto zbadać, jak globalne wydarzenia i zagadnienia (w tym przypadku olimpiada i jej zabezpieczenie) przechodzą poszczególne rodzaje adaptacji i zróżnicowania w odniesieniu do kontekstu lokalnego. W warunkach Igrzysk londyńskich warto wspomnieć o czterech procesach.

Po pierwsze, bezpieczeństwo podczas wielkich imprez sportowych jest zazwyczaj ukierunkowane na przewidywanie lub „planowanie najgorszego”

przy jednoczesnym uznaniu, że niektóre z możliwych zdarzeń, takie jak zamach bombowy, mogą mieć nieobliczalny wpływ na ludzi (Beck 2006; Boyle, Haggerty 2012). Londyński kontekst oferuje charakterystyczne punkty odniesienia dla tego podwyższonego poziomu gotowości. Terroryzm gościł stale w tle przygotowań do Igrzysk w 2012, głównie przez ataki bombowe dzień po ogłoszeniu wyboru tego miasta na gospodarza igrzysk (doprowadziły one do śmierci 56 osób, w tym czterech zamachowców, rannych zostało ponad 700 osób). Od tego czasu oficjalny „poziom zagrożenia” atakami terrorystycznymi w Wielkiej Brytanii oscyluje pomiędzy „dotkliwym” a „istotnym”, z igrzyskami zaklasyfikowanymi na poziomie „dotkliwym”, co oznacza rozumienie ataku jako „wysoce prawdopodobnego”.

Po drugie, należy uwzględnić specyficzny lokalny kontekst przestępczości i bezpieczeństwa. Gmina Newham w Londynie, w której znajduje się większość obiektów olimpijskich, ma nieproporcjonalnie wysoki poziom przestępczości, szczególnie w odniesieniu do użycia broni (noży i broni palnej), działalności gangów i włamań do samochodów. W szerszym kontekście londyńskim, latem 2011 roku doszło do najbardziej znaczących rozruchów ulicznych od trzech dekad, co skłoniło jednego z komisarzy policji do stwierdzenia, że siły brytyjskiej policji nie byłyby w stanie sobie poradzić, jeśli podobne zdarzenia wystąpiłyby podczas igrzysk¹⁰. Zatem kwestie bezpieczeństwa i obawy policji były skoncentrowane wokół potencjalnych zagrożeń przestępczością wobec odwiedzających

¹⁰ Zob. <http://www.guardian.co.uk/uk/feedarticle/9843021>. Dostęp 02 czerwca 2014 r.

igrzyska przedstawiciele mediów, VIP-ów i widzów, ochrony i promocji Londynu oraz międzynarodowego wizerunku Wielkiej Brytanii. W tym samym czasie strategie policji na zabezpieczanie porządku publicznego pozostawały w stanie transformacji, dzięki sygnowaniu polityki „totalnego patrolowania” (*Total Policing*) wyznaczonej przez nowego komisarza Metropolitan Police, Bernarda Hogan-Howe’a, pod koniec 2011 roku.

Po trzecie, istnieją szerzej rozpatrywane kwestie tego, jak bezpieczeństwo i zarządzanie ryzykiem i metodami kontroli są negocjowane i doświadczane przez lokalne społeczności, odwiedzających widzów i turystów. Przykładowo, zaplanowanie trasy Olympic Route Network – oparte na zastrzeżeniu wielu pasów drogowych w Londynie dla wyłącznego użytku autoryzowanych pojazdów olimpijskich – zostało otwarcie potępione za ograniczanie publicznej mobilności, parkowania, dostaw produktów i przyjazdów pracowników do lokalnych firm, poruszania się służb ratunkowych. Ponadto nowe przepisy ustanowione specjalnie na igrzyska, które upoważniały policję do „wejścia do posiadłości lub pomieszczeń” w celu zdzierania reklam, komunikatów i ogłoszeń „każdego rodzaju”, były również powszechnie krytykowane za zagrożenie swobodą obywatelską, a przez to podlegały do niekorzystnych porównań pomiędzy Wielką Brytanią i Chinami w kontekście potencjalnego złego traktowania protestujących przeciwko igrzyskom.

Po czwarte, współczesne bezpieczeństwo wielkich wydarzeń sportowych przenika się z rozleglejszymi strategiami dystrybucji ryzyka, miejskiej

przedsiębiorczości i regeneracji. Igrzyska Olimpijskie z 2012 r. charakteryzowały się tym, że były pierwszym takim wydarzeniem w okresie letnim od 11 września 2001, rozgrywanym w globalnym mieście „pierwszego świata” oraz pierwszym od dekad, które usytuowano w postindustrialnej miejskiej lokalizacji. Newham jest jedną z najmłodszych i najbardziej zróżnicowanych kulturowo gmin w Anglii, z najwyższą w Londynie koncentracją ubóstwa i społecznych deprivacji (Newham Council 2010). Z jednej strony, kiedy olimpijskie obiekty wyrastają w całej gminie, można być świadkiem kolejnej manifestacji poglądu Becka o największych ryzykach lub katastrofach podążających za lub „straszących” biednych (Beck 2009: 58; Beck 2006: 339). Z drugiej zaś olimpijskie projekty budowlane świadczą również o olimpijskiej skali postindustrialnego przeformułowania Newham, ukazanego przez otwarcie Westfield (największe w Europie miejskie centrum handlowe) i stacji kolejowej Stratford International, w sąsiedztwie Parku Olimpijskiego. Należy też wspomnieć o ustanowieniu nowych wspólnot w obrębie wioski olimpijskiej, które dzięki pozostałym systemom monitoringu i nadzoru utworzyły wirtualne osiedla zamknięte. Podobne formy miejskiej przedsiębiorczości – dedykowane w części „neoliberalizacji” dzielnic i miast – pojawiały się na wcześniejszych wielkich imprezach (zob. Owen 2002; Hall 2006). Dla niektórych badaczy polityka rewitalizacyjna przyświecająca Olimpiadzie w Londynie miała służyć zarówno zabezpieczeniu, jak i oczyszczeniu postindustrialnych przestrzeni miejskich w celu zachęcenia konsumentów i bogatszych mieszkańców (Armstrong, Hobbs, Lindsay 2011; Fussey i in. 2011).

Rewitalizacja miasta związana z olimpiadą w ostatnich latach zawierała również znaczne przemieszczenie ludności poprzez oczyszczanie niektórych osiedli mieszkaniowych, firm i terenów zielonych w celu zapewnienia obszarów dla nowych obiektów sportowych i handlowych. Skala takich przekształceń w Londynie (nazywanych niekiedy „urbicide”, przemocą wobec miasta czy wręcz zabijaniem miasta) była znacznie niższa niż na innych wielkich imprezach XXI wieku, rozgrywanych na przykład w Pekinie, Delhi i Johannesburgu (Coward 2008). Stephen Graham argumentuje, że miasta coraz bardziej podążają w kierunku form „urbanistyki wojskowej”, w której dominuje „szeroki krajobraz «zabezpieczania» łączącego komercyjne, militarne praktyki bezpieczeństwa z rozrastającymi się bojaźliwymi kulturami mobilności cywilnej, obywatelstwa i konsumpcji” (2012: 145). Zabezpieczanie imprez sportowych, podobnie jak politycznych spotkań na szczytach, może być widziane w części jako egzemplifikacja tego trendu, dostarczającego platformy, na której – w środowisku miejskim – może być rozgrywana zmilitaryzowana „nieregularna wojna o niskiej intensywności” (Graham 2012: 139). Igrzyska olimpijskie i inne duże wydarzenia sportowe stały się możliwościami nie tylko do testowania i udoskonalania technologii i strategii bezpieczeństwa, ale również do oszacowania poziomu społecznej akceptacji dla zwiększonego poziomu inwigilacji.

Olimpijskie ideologie i bezpieczeństwo

Powyższe obserwacje prowadzą do pewnych refleksji na temat zakresu, w jakim taka dalekosiężna sekurytyzacja podważa lub zaprzecza zasa-

dom i wartościom olimpijskim. Jak wspomniano powyżej, Karta Olimpijska zawiera zobowiązania do promowania etyki, edukacji, reguły *fair play*, pokoju, równości płci, zdrowia sportowców, korzyści dla środowiska naturalnego, pozytywnej spuścizny dla miast-gospodarzy i narodów oraz sprzeciwu wobec dyskryminacji, przemocy czy politycznym i komercyjnym nadużyciom sportu. Oczywiście wielu krytyków eksplorowało dysjunkcje i sprzeczności między oficjalnymi zasadami i aktualnymi praktykami lub tendencjami na igrzyskach, na przykład w odniesieniu do zmilitaryzowanego nacjonalizmu, komercjalizacji, dopingu, szkodliwych fizycznych i społecznych skutków intensywnego treningu (Brohm 1981; Hoberman 1986; Lenskyj 2000; Hunt 2011). Wskazane powyżej uwagi na temat zarządzania ryzykiem, sekurytyzacji i rewitalizacji obszarów miejskich wskazują na wyraźne napięcie pomiędzy ideologią olimpizmu a potencjalnymi doświadczeniami i dziedzictwem tego wydarzenia. Wróćmy jednak do kwestii poruszanych wcześniej, a mianowicie, że igrzyska olimpijskie sytuują się pomiędzy dwiema strukturami ryzyka, rozdzielonymi historycznie przez ataki na World Trade Center. Główne zasady ruchu olimpijskiego zostały zinstytucjonalizowane przed tym wydarzeniem, podczas gdy rozprzestrzeniająca się sekurytyzacja olimpiad, chociaż znacznie zintensyfikowana po zamachu bombowym w Atlancie w 1996 roku, pojawia się przede wszystkim w kontekście postwzrostowym. Napięcia i sprzeczności pojawiają się nieuchronnie, gdy te dwie ramy ryzyka są zestawione i ideologia olimpizmu przed 11.09 jest skontrastowana ze strategią bezpieczeństwa i ochrony po tym dniu.

Jednym z aspektów zarządzania ryzykiem podczas Igrzysk 2012 roku, jak i innych tego typu imprez, jest zagwarantowanie tego, by ochrona wydarzenia nie była uciążliwa oraz by sfera zabezpieczeń nie tłamsiła ideologii olimpijskiej lub nie rekonfigurowała otoczenia i nie sterylizowała przestrzeni publicznej w mieście.

Można jednak wskazać dwa potencjalne pęknięcia między ideologią olimpijską a procesem sekurytyzacji, które trudno złagodzić. Po pierwsze, odniesienia do pokoju w Karcie Olimpijskiej oraz potępienia przemocy niezdarnie rozbrzmiewają w spotkaniu lokalnych społeczności, widzów i mediów z wyjątkowym sposobem zabezpieczania, który w czasie pokoju obejmuje użycie samolotu bezzałogowego, pociski ziemia-powietrze, tysiące oficerów w lądowej służbie cywilnej, ciężko uzbrojonych policjantów czy najbardziej zaawansowane w dotychczasowej historii systemy nadzoru. Po drugie, zasady igrzysk dotyczące etyki i sprzeciwu wobec politycznych i komercyjnych nadużyć handlowych wydają się ulegać dużemu ciśnieniu spraw bezpieczeństwa i zarządzania ryzykiem. Brytyjskie legislacje związane z olimpiadą mogą, przynajmniej teoretycznie, naruszać prawa człowieka do politycznych manifestacji lub autoekspresji i potencjalnie osłabić ambicje rządu do wykorzystania igrzysk olimpijskich i zwiększenia reputację kraju w zakresie „wartości tolerancji, umiaru i otwartości” (House of Commons Foreign Affairs Committee 2011: 19). Co więcej, nowoczesne olimpiady są obecnie głęboko osadzone w globalnym kompleksie bezpieczeństwa i przemysłu, a w jego macierzy wielka baza agencji i instytucji przejmuje ogromne materialne i polityczne benefi-

ty wynikające z podwyższonych obaw wobec terroru we współczesnym społeczeństwie (Robertson 2007).

Konkluzje

Historia nowoczesnych igrzysk olimpijskich jest ściśle powiązana z rozwojem polityki międzynarodowej i krajowej. Przez lata igrzyska były areną dyplomacji i nabrały kluczowego symbolizmu politycznego, co odzwierciedla się w spadku bojkotów poszczególnych państw i intensyfikacji konkurencji między państwami w walce o organizację imprezy. Jednak poszerzenie tej symboliki przyczyniło się do stworzenia z igrzysk atrakcyjnego gruntu dla wielu ruchów społecznych, a także – mając na uwadze wydarzenia w Centennial Park w 1996 roku oraz ataki na Nowy Jork w 2001 – powiększyło problem z zabezpieczaniem wydarzenia. Ten nowy polityczny kontekst igrzysk olimpijskich stawia szereg wyzwań dla Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego i aspirujących do roli gospodarza miast, ze znaczącymi potencjalnymi konsekwencjami dla ruchu olimpijskiego. W czasach gdy MKOl wykazuje większą świadomość i troskę o spuściznę igrzysk staje się oczywiste, że najważniejszym dziedzictwem będą nie problemy z ochroną środowiska czy zwiększaniem partycypacji, lecz powiększenie roli nadzoru, ochrony oraz problem erozji (nawet jeśli tylko tymczasowej) wolności obywatelskich. Londyn 2012 stanowi znakomitą ilustrację tych problemów.

Wiele już napisano na temat oczekiwanego dziedzictwa Igrzysk Olimpijskich w Londynie. Kluczową uwagę skupiono na wpływie igrzysk na uczest-

nictwo w sporcie młodzieży, fizyczną regenerację obszaru doliny Lower Lea i wizerunek Wielkiej Brytanii. Nieco mniej uwagi poświęcono „dziedzictwu bezpieczeństwa”, którego znaczenie jest zazwyczaj pomniejszane przez miasta i kraje, zwłaszcza w procesie konkursowym, ale które posiada jednak znaczące i długoterminowe skutki społeczne (Giulianotti, Klauser 2010).

Dorobek ostatnich igrzysk w zakresie zabezpieczenia to między innymi instalacja nowych technologii nadzoru, analizy danych i systemów profilowania sprawców wykroczeń i przestępstw, które pozostały na stałe w miejscu wydarzenia. To oraz użycie wysoce uzbrojonych sił zbrojnych i politycznych do ochrony najważniejszych wydarzeń publicznych może posłużyć jako matryca dla kolejnych igrzysk. Należy pamiętać także o bliższych relacjach zawieranych między państwem i szybko rozwijającym się sektorem prywatnych usług przemysłu bezpieczeństwa w czasach gospodarczych i społecznych kryzysów. Igrzyska nie tylko zapewniają sprzyjający rynek dla produktów i usług z branży zabezpieczeń, lecz oferują także dobrze skrojony kontekst do rozwoju tej branży. W bardziej ogólnym sensie, sekurytyzacja igrzysk może także zakreślać kolejne kamienie milowe w procesie „pełzającego zabezpieczania”, który występuje w szerszym społeczeństwie, w zgodzie z normalizacją i usankcjonowaniem niepokoju publicznego oraz wzrastającą przewagą „militarnego urbanizmu” w codziennym życiu społeczeństwa (Boyle, Haggerty 2009). Ogólnie rzecz biorąc, omówione aspekty zabezpieczenia wielkich imprez sportowych podkreślają, w jaki sposób te wydarzenia przyczyniają się do wzmożonej sekurytyzacji ży-

cia publicznego na poziomie obywatelskim, narodowym i międzynarodowym.

Kolejne punkty na temat ekspansji władzy państwowej i restrykcji wobec swobód obywatelskich mogą być wskazane. Działania tego typu są zwykle przedstawiane jako tymczasowe i uzasadnione wyjątkowymi okolicznościami, takimi jak goszczenie olimpiady. Jednakże „tymczasowe” ograniczenia często okazują się trwałe, uzasadniane zarówno poprzez pojawienie się nowych zagrożeń, jak i nieustanne ryzyko ze strony już istniejących, co prowadzi do permanentnego stanu wyjątkowego, w którym obywatele są współwinni erozji swobód obywatelskich. Były już brytyjski sekretarz stanu, Roy Jenkins, podaje przykład problemów z „tymczasowymi” środkami, zauważając, że podczas pełnienia swej funkcji ustawa o zapobieganiu terroryzmowi – *Prevention of Terrorism Act (Temporary Provision)*, którą wprowadził w 1974 roku – była w istocie pomyślana jako „przejściowa” i miała pozostać w mocy tylko przez dwa lata (w okresie wyjątkowego zagrożenia ze strony IRA), jednak pozostała w użyciu przez kolejnych 15 lat i ostatecznie została zastąpiona bardziej permanentnym ustawodawstwem antyterrorystycznym na początku XXI wieku. W szerokim ujęciu, podczas gdy miasta-gospodarze i kraje organizujące olimpiady i inne wielkie imprezy sportowe mogą produkować „glokalne” strategie i odpowiedzi w związku z odmiennym kontekstem, w którym funkcjonują, to jednak mają tendencje do postrzegania siebie w obliczu podobnych problemów bezpieczeństwa, choćby w odniesieniu do wydatków, wyboru i wdrażania poszczególnych technologii nadzoru i ochrony oraz powiązania

kwestii bezpieczeństwa z rewitalizacją i celami komercyjnymi.

Jedną z istotnych konsekwencji tego trendu dla MKOl jest ryzyko, że zakres potencjalnych krajów/miast przyjmujących stanie się jeszcze bardziej rozproszony niż ma to miejsce obecnie. Nie chodzi tylko o wymagania dotyczące obiektów sportowych, które stały się bardziej restrykcyjne, ale także o wymagania odnośnie miejsc zakwaterowania dla sportowców i ich teamów, dla widzów i wymagania infrastrukturalne związane z transportem. Znaczący wzrost wymogów bezpieczeństwa od 1996 roku zwiększa pulę zasobów, jakie muszą inwestować organizatorzy. Nakłady na bezpieczeństwo podczas Igrzysk w Londynie pochłonęły od 15 do 20 procent całkowitych kosztów imprezy. Między 1960 i 2000 widoczny był zasadniczy wzrost liczby miast ubiegających się o organizację imprezy, ale już od 2004 roku nastąpił zauważalny spadek. W roku 2004 jedenaście miast złożyło wstępną ofertę, z któ-

rych pięć zostało wybranych do finałowego stopnia. Dla Igrzysk w 2008 było to odpowiednio dziesięć i pięć miast, dla kolejnych – dziewięć i pięć, a dla tych planowanych w 2016 roku liczby były jeszcze niższe: siedem i cztery. Chociaż tę tendencję należy traktować z pewną ostrożnością, jako że kryzys gospodarczy w Europie i Ameryce Północnej może mieć wpływ w tej kwestii, to jednak istnieje wyraźne ryzyko, że pula realistycznie potencjalnych gospodarzy igrzysk będzie spadać w dalszym ciągu. W przyszłości potencjalne miasta-gospodarze będą ograniczone do tych, które sprostają ciągłej eskalacji kosztów zabezpieczenia imprezy: autorytarnych miast z szeroką infrastrukturą nadzoru i małą miejscową opozycją wobec dalszego ograniczania swobód obywatelskich. Ewentualnie tych, które zademonstrują swą zdolność w technologii bezpieczeństwa, wygrywając „sportowy wyścig zbrojeń” (Oakley, Green 2001).

Przełożył Radosław Kossakowski

Bibliografia

Amara Mahfoud (2012) *Sport, Politics, and Society in the Arab world*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Amara Mahfoud, Henry Ian P. (2010) *Sport, Muslim Identities, and Cultures in the UK*. „European Sport Management Quarterly”, vol. 10, s. 419–443.

Armstrong Gary, Hobbs Dick, Lindsay Ian (2011) *Calling the Shots: The Pre-2012 London Olympic Contest*. „Urban Studies”, vol. 48, s. 3169–3184.

Beck Ulrich (2002) *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Przełożył Stanisław Cieśla. Warszawa: Scholar.

----- (2003) *The Silence of Words: On War and Terror*. „Security Dialogue”, vol. 34, s. 255–267.

----- (2006) *Living in the World Risk Society*. „Economy and Society”, vol. 35, s. 329–345.

----- (2009) *World at Risk*. Cambridge: Polity Press.

Benton-Short Lisa (2007) *Bollards, Bunkers, and Barriers: Securing the National Mall*. „Society and Space”, vol. 25, s. 424–446.

Bigo Didier (2008) *Globalized (In)Security: The Field and the Ban-Opticon* [w:] Didier Bigo, Anastassia Tsoukala, eds., *Terror, Insecurity, and Liberty. Illiberal Practices of Liberal Regimes After 9/11*. London: Routledge, s. 10–48.

Boyle Philip, Haggerty Kevin D. (2009) *Spectacular Security: Mega-Events and the Security Complex*. „International Political Sociology”, vol. 3, s. 257–274.

----- (2012) *Planning for the Worst: Risk, Uncertainty, and the Olympic Games*. „British Journal of Sociology”, vol. 63, s. 241–259.

Bradsher Keith (2007) *China Finds American Allies for Security*. „The New York Times”, December 28 [dostęp 2 czerwca 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.nytimes.com/2007/12/28/business/worldbusiness/28security.html?pagewanted=all&_r=0>.

Brohm Jean-Marie (1981) *Sport: A Prison of Measured Time*. London: Pluto.

Chatziefstathiou Dikaia (2001) *Paradoxes and Contestations of Olympism in the History of the Modern Olympic Movement*. „Sport in Society”, vol. 14, s. 332–344.

Coaffee Jon (2003) *Terrorism, Risk, and the City: The Making of a Contemporary Urban Landscape*. Aldershot: Ashgate.

Coaffee Jon, Murakami Wood David (2006) *Security Is Coming Home: Rethinking the Scale and Constructing Resilience in the Global Urban Response to Terrorist Risk*. „International Relations”, vol. 20, s. 503–517.

Cottrell M. Patrick, Nelson Travis (2011) *Not Just the Games? Power, Protest and Politics at the Olympics*. „European Journal of International Relations”, vol. 17, s. 729–753;

Coward Martin (2008) *Urbicide: The Politics of Urban Destruction*. London: Routledge.

----- (2009) *Network-Centric Violence, Critical Infrastructure, and the Urbanization of Security*. „Security Dialogue”, vol. 40, s. 399–418.

Furlong Ray (2006) *Berlin Welcomes World Cup Police* [dostęp 23 maja 2012 r.]. Dostępny w Internecie: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/5053138.stm>.

Fussey Peter i in. (2011) *Securing and Sustaining the Olympic City*. Aldershot: Ashgate.

Giulianotti Richard, Klauser Francisco (2010) *Security Governance and Sport Mega-Events: Towards an Interdisciplinary Research Agenda*. „Journal of Sport and Social Issues”, vol. 34, s. 49–61.

---- (2012) *Sport and “Terrorism”: A Critical Analysis*. „International Review for the Sociology of Sport”, vol. 47, s. 307–323.

Graham Stephen (2012) *When Life Itself Is War: On the Urbanization of Military and Security Doctrine*. „International Journal of Urban and Regional Research”, vol. 36, s. 136–155.

Grix Jonathan, Houlihan Barrie (2012) *Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012)*. Unpublished working paper. Birmingham: University of Birmingham.

Guttman Alan (1984) *The Games Must Go On: Avery Brundage and the Olympic Movement*. New York: Columbia University Press.

Haggerty Kevin, Ericson Richard (2000) *The Surveillant Assemblage*. „British Journal of Sociology”, vol. 51, s. 605–622.

Hall C. Michael (2006) *Urban Entrepreneurship, Corporate Interests, and Sports Mega-Events*. „Sociological Review”, vol. 54, s. 59–70.

Hargreaves John (2000) *Freedom for Catalonia? Catalan Nationalism, Spanish Identity, and the Barcelona Olympic Games*. Cambridge: Cambridge University Press.

Head Michael (2000) *Olympic Security: Police and Military Plans for the Sydney Olympics*. „Alternative Law Journal”, vol. 25, s. 131–140.

Hill Christopher R. (1997) *Olympic Politics: Athens to Atlanta*. Manchester: Manchester University Press.

Hoberman John (1986) *The Olympic Crisis: Sport, Politics, and the Moral Order*. New Rochelle: Astride O. Caratzas Press.

Holden Michael (2012) *Interpol Head Warns of London Olympic Cheats* [dostęp 2 czerwca 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.reuters.com/article/2012/01/19/us-olympics-cheats-idUSTRE80I11620120119>>.

Home Office (2011) *London 2012 Olympic Safety and Security Strategic Risk Assessment (OSSSRA) and Risk Mitigation Process*. London: Home Office.

Houlihan Barrie (1994) *Sport and International Politics*. London: Harvester-Wheatsheaf.

House of Commons Foreign Affairs Committee (2011) *FCO Public Diplomacy: The Olympic and Paralympic Games 2012. 2nd Report of Session 2010–11*. London: The Stationery Office.

Hunt Thomas M. (2011) *Drug Games: The International Olympic Committee and the Politics of Doping, 1960–2008*. Austin: University of Texas Press.

Huntington Samuel P. (1993) *The Clash of Civilizations?* „Foreign Affairs”, vol. 72, s. 22–49.

----- (1996) *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster.

Klauser Francisco (2007) *FIFA Land 2006TM: Alliances Between Security Politics and Business Interests for Germany's City Network*. Referat na konferencji *Architectures of Fear: Terrorism and the Future of Urbanism in the West*. Barcelona: Centre of Contemporary Culture 17–18.05.2007.

----- (2008) *Spatial Articulations of Surveillance at the FIFA World Cup 2006TM in Germany* [w:] Katia Franco Aas, Helene Oppen Gundus, Heidi Mork Lomell, eds., *Technologies of Insecurity. The Surveillance of Everyday Life*. London: Routledge, s. 61–81.

Lenskyj Helen J. (2000) *Inside the Olympic Industry*. Albany: State University of New York Press.

Leonhard Robert (2003) *Urban Warfare in the Information Age*. „ARMY Magazine”, April 2003, s. 39–44.

Lucas John (1992) *The Future of the Olympic Games*. Champaign: Human Kinetics Press.

Meeks Brock N. (2004) *Record Expense, Security Plans Set for Olympics* [dostęp 30 maja 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.msnbc.msn.com/id/5490540/ns/business-business_of_the_olympics/t/record-expense-security-plans-set-olympics/>.

Międzynarodowy Komitet Olimpijski (2005) *Report of the IOC Evaluation Commission for the Games of the XXX Olympiad in 2012*. MKOl: Lausanne.

Międzynarodowy Komitet Olimpijski (2012) *Olympic Marketing Fact File. 2012 Edition*. MKOl: Lausanne.

Międzynarodowy Komitet Olimpijski (2013) *Karta Olimpijska*. MKOl: Lausanne.

Molnar Adam (2011) *Warning to London 2012 Olympic Hosts as Greece Struggles With Economy and Security: An Interview With Political Sociologist Minas Samatas* [dostęp 31 maja 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.security-games.com/news/warning-to-london-2012-olympic-hosts-as-greece-struggles-with-economy-and-security>>.

Newham Council (2010) *Newham London: Local Economic Assessment 2010–2027*. London: London Borough of Newham.

Oakley Ben, Green Mick (2001) *The Production of Olympic Champions: International Perspectives on Elite Sport Development Systems*. „European Journal of Sport Management”, vol. 8, s. 83–102.

Owen Kristy A. (2002) *The Sydney 2000 Olympics and Urban Entrepreneurialism: Local Variations in Urban Governance*. „Australian Geographical Studies”, vol. 40, s. 323–336.

Patel Nishika (2008) *Ahead of the Olympics: Beijing Crackdown Extends to Falun Gong*. „World Politics Review”, vol 4, s. 2.

Poniatowska Elena (2007) *A Massacre in Mexico* [w:] Jennifer Browdy de Hernandez, ed., *Women Writing Resistance*. Cambridge: South End Press, s. 139–145.

Roberts Dexter (2008) *Olympics Security Is No Game*. „BloombergBusinessweek”, August 06 [dostęp 2 czerwca 2014 r.].

Dostępny w Internecie: <<http://www.businessweek.com/stories/2008-08-06/olympics-security-is-no-game>>.

Robertson Roland (1992) *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.

----- (2007) *Open Societies, Closed Minds? Exploring the Ubiquity of Suspicion and Voyeurism*. „Globalization”, vol. 4, s. 406–407.

Savitch Hank V. (2003) *Does 9-11 Portend a New Paradigm for Cities?* „Urban Affairs Review”, vol. 39, s. 103–127.

Stewart Mark, Ellingwood Bruce, Mueller John (2011) *Homeland Security: A Case Study in Risk Aversion for Public Decision-Making*. „International Journal of Risk Assessment and Management”, vol. 15, s. 367–386.

Tsoukala Anastassia (2006) *Defining the Terrorist Threat in the Post-September 11th Era* [w:] Didier Bigo, ed., *Illiberal Practices of Liberal Regimes: The (In)Security Games*. Paris: L'Harmattan, s. 49–99.

US Government Accountability Office (2005) *Olympic Security: US Support to Athens Games Provides Lessons for Future Olympics*. Washington: GAO.

Cytowanie

Houlihan Barrie, Giulianotti Richard (2015) *Polityka i (nie)bezpieczeństwo igrzysk olimpijskich: casus Londynu 2012*. Przełożył Radosław Kossakowski. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 40–59 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Politics and the London 2012 Olympics: the (in)security Games

Abstract: This article traces the emergence of security at the Olympic Games as a key concern of host governments and of the Olympic movement and analyses the implications of this heightened concern for the delivery of the Games, the local host community, and for national security policy. It is argued that the Olympic Games, as a high profile media event, provide an increasingly attractive political opportunity structure for a range of political actors—an attraction that is intensified when the Games are held in a world city such as London. Since the 9/11 attacks in New York there has been a sharp increase in security expenditure for the Olympic Games, arguably significantly out of proportion to the likely risk. The cost of security has risen from approximately \$108 million in 1996 (Atlanta) to an estimated \$1.99 billion in 2012 (London). It is argued that the period since 2001 has been characterized by hyper-insecurity and a culture of intense risk aversion based not on probability but on the possibility of attack. Among the consequences of this development is a desensitization of host nations to the increased securitization of their cities. It is also argued that the impact on the local UK host community of Newham will be significant not only as a result of the intense level of policing, but also owing to the redevelopment associated with the Games and the use of the surveillance infrastructure to create a virtual gated community in the post-Games athletes' village. The article concludes by discussing some of the longer-term implications of the increased securitization of the Olympic Games, including the normalization of intense surveillance, the further encroachment on civil liberties, and the growing tension between the values espoused by the Olympic movement and the reality of a successful delivery of the Games.

Keywords: Olympic games, London 2012, sport mega-events, securitization, risk, surveillance

Wojciech Woźniak
Uniwersytet Łódzki

Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych

Abstrakt Artykuł podejmuje problematykę wielkich imprez sportowych (ang. *Sport Mega Events*, dalej: WIS) będących najbardziej spektakularnymi przejawami komercjalizacji i neoliberalizacji współczesnego zglobalizowanego sportu. Analiza obejmuje dwa przypadki procesów politycznych, w które zaangażowane były polskie elity polityczne: organizację w 2012 roku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej (dalej: Euro 2012) oraz inicjatywę na rzecz organizacji Zimowych Igrzysk Olimpijskich w 2022 roku w Krakowie, zablokowaną przez referendalny sprzeciw mieszkańców tego miasta. Rozważane są skutki organizacji Euro 2012 i konteksty politycznego konsensusu wszystkich sił politycznych na rzecz organizacji obu imprez oraz okoliczności, które doprowadziły do fiaska inicjatywy Kraków 2022.

Słowa kluczowe wielkie imprezy sportowe, Euro 2012, dyskurs polityczny, Zimowe Igrzyska Olimpijskie 2022, polskie elity polityczne

Wojciech Woźniak, dr, jest socjologiem, adiunktem w Katedrze Socjologii Ogólnej na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Główne zainteresowania badawcze to nierówności społeczne, dyskurs publiczny wobec kwestii społecznych, zjawisko paniki moralnej, fiński model społeczno-gospodarczy oraz socjologia sportu. Członek Fińskiego Towarzystwa Socjologicznego (Westermarck Society), Brytyjskiego Towarzystwa Socjologicznego (BSA) i Europejskiej Sieci Badaczy Polityki Społecznej (ESPAnet). Prowadził gościnne wykłady na uniwersytetach w Niemczech (Wolny Uniwersytet w Berlinie i Uniwersytet Justusa Liebiga w Giessen), w estońskim Tartu oraz na fińskich uczelniach w Tampere i Turku. W 2012 roku nakładem

wydawnictwa Scholar ukazała się jego książka *Nierówności społeczne w polskim dyskursie politycznym*. W 2013 współredagował numer „Przeglądu Socjologicznego” zatytułowany „Globalization and Glocalization of Football. Polish and International Contexts”. Autor ponad czterdziestu artykułów w czasopiśmie i monografiach naukowych.

Adres kontaktowy:

Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Katedra Socjologii Ogólnej
ul. Rewolucji 1905 r. nr 41, 90-214 Łódź
e-mail: wwozniak@uni.lodz.pl

W pracach naukowych poświęconych wielkim imprezom sportowym zwraca się uwagę na kilka kluczowych cech świadczących o „wielkości” danej imprezy¹. WIS są zatem wyłączonymi z codzienności wydarzeniami o skali globalnej, rozgrywanymi cyklicznie, przyciągającymi znaczne zainteresowanie mediów światowych i opinii publicznej (Roche 2000; Horne, Manzenreiter 2006; Whitson, Horne 2006; Horne 2007; Rojek 2014). Organizowane są przez ponadnarodowe federacje związków sportowych, takie jak: FIFA (Międzynarodowa Federacja Piłki Nożnej), UEFA (Unia Europejskich Związków Piłkarskich) oraz MKOL (Międzynarodowy Komitet Olimpijski). Wydarzenia te mają (lub oczekuje się, że będą miały) doniosły wpływ na miasta, regiony i kraje je goszczące. Z tym związana jest kolejna, kluczowa dla tego artykułu cecha WIS, ich silne spolityzowanie: „dla organizatorów te wydarzenia wiążą się z najwyższym poziomem narodowego i międzynarodowego prestiżu dla miast-gospodarzy oraz z licznymi korzyściami, takimi jak miejska rewitalizacja, wzrost ruchu turystycznego czy nowe partnerstwa z globalnymi korporacjami” (Giulianotti, Klauser 2011: 3157)².

¹ W ostatnich latach tematyka WIS należała do kluczowych wątków analiz współczesnego sportu. Może o tym świadczyć np. liczba numerów specjalnych czołowych czasopism naukowych reprezentujących różne dyscypliny, poświęconych problematyce WIS. Wśród nich można wymienić m.in. monograficzne tomy takich wydawnictw jak: „Sociological Review” (2006, vol. 54, issue supplement 2), „Global Networks” (2007, vol. 7, issue 2), „International Journal of Cultural Policy” (2008, vol. 14, issue 4), „Urban Studies” (2011, vol. 48, issue 15), „British Journal of Sociology” (2012, vol. 63, issue 2), „International Journal of Sport Policy and Politics” (2012, vol. 4, issue 3), „Environment and Planning” (2012, virtual issue: Sport Mega Events and the City), „East European Politics” (2014, vol. 30, issue 2), „Political Studies Review” (2014, vol. 11 issue 1), „The Geographical Journal” (2015, w druku), „Leisure Studies” (2015, w druku).

² Wszystkie tłumaczenia pochodzą od autora.

Opracowanie stanowi studium przypadku dwóch imprez przynależących do kategorii WIS, silnie promowanych i politycznie wykorzystywanych przez polskie elity. Euro 2012 to pierwsza i jedyna WIS zorganizowana w Polsce. Współorganizatorem imprezy była Ukraina, jednak – jakkolwiek interesujące i warte badawczego namysłu – kwestie dotyczące ukraińskiej polityki oraz relacji polsko-ukraińskich pozostają poza zakresem problematyki niniejszego artykułu. Po domniemanym sukcesie Euro 2012 elity polityczne rozpoczęły kampanię na rzecz organizacji w Polsce kolejnej wielkiej imprezy – Zimowych Igrzysk Olimpijskich w 2022 roku, proces ten stanowi drugi omawiany przypadek.

Rozszerzając analizy podjęte wcześniej (Woźniak 2013a), szczególną uwagę zwraca się na kwestię bezprecedensowego sojuszu elity politycznej w celu organizacji obu imprez, wspieranego – w przypadku pierwszej z nich – przez większość polskich mass mediów. Artykuł ma charakter deskryptywno-eksploracyjny. Materiał empiryczny stanowią źródła zastane dotyczące wyżej wymienionych imprez, zgromadzone w okresie 2010–2014. Pierwszy typ danych to materiały prasowe, a także radiowe i telewizyjne: audycje, artykuły i reportaże opisujące i komentujące proces przygotowań, organizacji oraz skutków Euro 2012 oraz proces aplikacyjny związany ze staraniami o organizację igrzysk w Krakowie w 2022 r. Drugi typ źródeł to oficjalne dokumenty publiczne – raporty i strategie rządowe, programy partii politycznych, zapisy wystąpień parlamentarnych, transkrypcje debat sejmowych oraz raporty zewnętrznych, publicznych i prywatnych podmiotów dotyczące obu WIS.

Na potrzeby tego tekstu wykorzystano te źródła, które odnoszą się bezpośrednio do problematyki politycznej promocji i politycznego wykorzystania obu imprez.

Artykuł lokuje się w tradycji socjologii krytycznej, która za swój cel stawia demaskowanie procesów i zjawisk, które w popularnym dyskursie medialnym i politycznym mogą być zniekształcane i prezentowane niezgodnie ze stanem faktycznym oraz wiedzą naukową. Jest próbą zdekonstruowania fasad celowo lub nieświadomie zbudowanych przez dominujących uczestników debaty publicznej. W warstwie literaturowej praca czerpie przede wszystkim z dorobku anglosaskiej socjologii sportu oraz międzynarodowych badań nad społeczno-ekonomicznymi aspektami organizacji WIS.

Użyte w tytule tekstu pojęcie „elity” odnosi się tu w pierwszej kolejności do centralnej władzy politycznej – pochodzącej z demokratycznego wyboru i wypełniającej funkcje ustawodawcze i wykonawcze. Dotyczy ono również elity biurokratycznej, czyli osób od elity politycznej zależnych, pełniących decyzyjne funkcje w gospodarce, strukturach administracji państwowej, samorządzie (Sztumski 2007). W szerszym planie artykuł odnosi się także do działań elit symbolicznych, przede wszystkim głównonurtowych mediów determinujących kształt debaty publicznej i kontrolujących dyskurs poprzez ustalanie kulturowo-normatywnej agendy tematycznej i hierarchii problemów. Ich wpływ na społeczeństwo jest „jedynie pośredni, między innymi poprzez decydowanie, co jest przedmiotem dyskusji czy przez aktywny udział w przemianach tak zwanego dyskursu dominującego. [...] Dyskurs

elit symbolicznych obejmuje zatem przekazy płynące do społeczeństwa zarówno od tych, którzy dopiero aspirują do przejęcia kulturowej kontroli nad dyskursem publicznym, jak i tych, którzy dzięki jej sprawowaniu są w publicznym obiegu eksponowani” (Czyżewski i in. 2014: 8–9).

Polityczne konteksty wielkich imprez sportowych

Xin Xu, badając wpływ Letnich Igrzysk Olimpijskich Pekin 2010 na chińską politykę wewnętrzną i zagraniczną, celnie sparafrazował słynną frazę generała Carla von Clausewitza, pisząc: „[s]port jest kontynuacją polityki innymi środkami” (2006: 91). Szczególnie dużo miejsca w poszukiwaniach badawczych socjologowie, politologowie, historycy i ekonomiści sportu poświęcali właśnie politycznemu kontekstowi WIS, który opisuje się niekiedy w terminach sportowej dyplomacji politycznej. Jonathan Grix i Donna Lee (2013), wykorzystując koncepcję *soft power* Josepha Nye’a, wskazują, że jest ona ważnym instrumentem strategii dyplomatycznych. Z jednej strony na przykład organizacja igrzysk jest okazją do zaprezentowania się kraju jako należącego do rodziny państw podzielających wspólne wartości kojarzone z duchem olimpijskim, z drugiej zaś – jest możliwością do zyskania międzynarodowego prestiżu. Elity przeważnie oczekują, że dziedzictwem organizacji WIS będzie właśnie wzmocnienie pozycji dyplomatycznej kraju, wykreowanie pozytywnych skojarzeń z jego marką (*country branding*), wreszcie wzmocnienie indywidualnej pozycji aktorów politycznych zaangażowanych w planowanie i organizację wydarzenia.

Niekiedy imprezy sportowe są wykorzystywane, by zmienić wizerunek publiczny kraju. Jednym z najbardziej spektakularnych jest przypadek Republiki Południowej Afryki. Organizacja Mistrzostw Świata w Rugby w 1995 roku stała się okazją do pokazania nowego, post-apartheidowskiego oblicza państwa będącego przez wiele lat obiektem dyplomatycznego ostracyzmu (także sportowego) związanego z polityką segregacji rasowej. Nelson Mandela, rok wcześniej wybrany prezydentem, postarał się, by wydarzenie to uzyskało najwyższy międzynarodowy rozgłos, motywując zawodników do starań o sukces sportowy, który ostatecznie – niespodziewanie – osiągnęli, zwyciężając w turnieju przed własną, po raz pierwszy zintegrowaną publicznością³. Rok później piłkarski Puchar Narodów Afryki okazał się sukcesem organizacyjnym i sportowym, a RPA znów zwyciężyła, będąc gospodarzem. W kolejnych latach organizacja WIS była elementem *soft power* RPA. Nieudane aplikacje o organizację Letnich Igrzysk Olimpijskich w Kapsztadzie w 2004 roku oraz piłkarskich Mistrzostw Świata w 2006 roku poprzedziły zwycięstwo w konkursie o Mistrzostwa Świata FIFA World Cup 2010. Była to pierwsza w historii impreza tej rangi zorganizowana na kontynencie afrykańskim. Badacze zwracają uwagę, że tym razem budowa pozytywnego wizerunku RPA koncentrowała się nie na promowaniu jedności narodu i państwa, a ukrywaniu pokrywających się częściowo

³ Jeszcze kilkanaście lat później, w 2009 roku, wydarzenie to służyło do budowania wizerunku RPA. Państwo i sam Mandela wspierali powstanie opowiadającego tę historię hollywoodzkiego przeboju pt. „Invictus”, z udziałem laureatów Oskarów: wyreżyserowanego przez Clintę Eastwooda, z Morganem Freemanem w roli Nelsona Mandeli oraz Mattem Damonem w roli François Pienaara, kapitana reprezentacji w rugby.

z rasowymi klasowymi podziałami i pauperyzacji części społeczeństwa, skrętnie pomijanych w przekazach medialnych (badania poświęcone tej problematyce rekapitulowano m.in. w: Cornelissen, Swart 2006; Black 2007; Alegi 2008; Cornelissen 2012, pełna bibliografia w: Grix, Lee 2013).

Na płaszczyźnie wewnętrznej organizacja WIS odwołuje się do poczucia dumy narodowej mieszkańców krajów i miast goszczących, obiecując im również korzyści z inwestycji w infrastrukturę sportową i komunikacyjną. Oczekiwania dotyczą również materialnych zysków płynących między innymi z turystyki, z wpływów podatkowych ze zwiększonego popytu na rynku wewnętrznym czy inwestycji zagranicznych. Obietnice te są wykorzystywane politycznie w celu uzyskania poparcia opinii publicznej dla organizacji WIS, jak i w kampaniach wyborczych, w których politycy licytują się korzyściami płynącymi z zaplanowanych przez siebie wydarzeń.

Bent Flyvbjerg, realizując wieloletnie studia nad procesami decyzyjnymi prowadzącymi do rozpoczęcia wielkich inwestycji (tzw. megaprojektów, wśród nich między innymi WIS), a także analizując ich realne koszty w zestawieniu z planowanymi, wskazuje na rozmaite sposoby wykorzystywania tego typu wydarzeń przez polityków, których kusi ich „polityczna wzniosłość” (*political sublime*), czyli:

uniesienie, jakiego doświadczają politycy, budując pomniki dla siebie i swych celów. Megaprojekty są manifestami, przykuwają uwagę, ich promotorów ukazują jako ludzi czynu; są magnesem dla mediów, co przemawia do wyobraźni polityków, którzy

niewiele spraw cenią bardziej niż popularność, jaką uzyskują przy okazji rozpoczynania megaprojektów, za wyjątkiem – być może – przecinania wstęg podczas ich otwierania w towarzystwie koronowanych głów bądź prezydentów, którzy często się zjawiają, znęcając unikalną monumentalnością i historycznym znaczeniem wielu megaprojektów. Ten typ publicznej ekspozycji pomaga politykom być ponownie wybranymi, więc aktywnie jej poszukują. (2014: 8)

Ten sam autor ze współpracownikami mimo ostrożności w formułowaniu mocnych sądów (i staranności w doborze danych empirycznych) posuwa się do stwierdzenia, że prezentując prognozy finansowe *ex ante* dotyczące kosztów i korzyści płynących z wielkich publicznych inwestycji w megaprojekty, ich promotorzy często wprowadzają w błąd decydentów, by osiągnąć akceptację swoich planów. Autorzy ci zwracają uwagę, że eksperckie opracowania mające udowodnić sensowność inwestycji, choć prezentowane jako niezależne, są najczęściej zamawiane i finansowane przez proponentów tychże (Flyvbjerg, Bruzelius, Rothengatter 2003: 42–48). Wskazują też, że promotorzy inwestycji rzadko zainteresowani są ich niezależną ewaluacją *ex post*, która mogłaby ujawnić ich niekompetencję bądź nieuczciwość.

Evangelia Kasimati, podsumowując ekonomiczne konsekwencje igrzysk olimpijskich rozgrywanych pomiędzy 1984 i 2004 rokiem, również stwierdza, że wszystkie raporty oparte były o ogólne szacunki, a nie faktyczne dane statystyczne oraz że były zamawiane i finansowane wyłącznie przez promotorów imprez (2003: 42–43). W podsumowaniu rozlicznych badań dotyczących sportowych, społecz-

nych i ekonomicznych korzyści z organizacji WIS John Horne i Wolfram Manzenreiter konkludują: „wydaje się oczywiste, że przewidywania o korzyściach [płynących z organizacji WIS – przyp. WW] są prawie zawsze błędne” (2006: 9, patrz także: Siegfried, Zimbalist 2006).

Nadmierny optymizm dotyczy najczęściej zysków z turystyki oraz pozytywów długofalowego wpływu inwestycji w infrastrukturę sportową. Najczęstsze błędy to brak analizy kosztów alternatywnych, przeszacowanie efektu mnożnikowego popytu na usługi i towary przybywających kibiców, niedocenianie spadku popytu związanego ze wzrostem cen w trakcie imprezy czy efektu wypychania (*crowding out*) turystów (WIS, która dla niektórych jest jedynym powodem odwiedzenia danego miasta/kraju, innych turystów skłania do rezygnacji z przyjazdu w terminie imprezy, patrz np. Matheson, Baade 2004: 1090–1091). Nawet najśłynniejszy pozytywny przykład wpływu WIS na miasto, a w szczególności jego wizerunek ma swoje ciemne strony. Igrzyska Olimpijskie w 1992 i słynny „efekt Barcelony” skutkujący wzrostem ruchu turystycznego w mieście doprowadził między innymi do radykalnego wzrostu cen nieruchomości i kosztów życia na niektórych obszarach miasta, prowadząc do gentryfikacji i pogorszenia jakości życia wielu mniej zamożnych barcelończyków (Muñoz 2006).

Euro 2012. Bezprecedensowy sojusz elit III RP

Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej (*The UEFA European Football Championships*, dalej: Euro) orga-

nizowane są od 1960 roku co cztery lata, w trzech ostatnich edycjach gromadząc 16 uczestników turnieju finałowego. Chociaż ograniczone do drużyn narodowych z jednego tylko kontynentu, zawody te ze względu na skalę i globalne zainteresowanie mediów uznawane są najczęściej za trzecie największe WIS po igrzyskach olimpijskich i futbolowych mistrzostwach świata (Gratton, Shibli, Coleman 2006: 41; Klauser 2011: 4).

Euro 2012, współorganizowane przez Polskę i Ukrainę, było największym wydarzeniem sportowym zorganizowanym w krajach dawnego bloku wschodniego od czasu Letnich Igrzysk Olimpijskich w Moskwie w 1980 roku i Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Sarajewie 4 lata później.

Koncepcja zorganizowania wspólnej imprezy z Ukrainą pojawiła się po raz pierwszy w 2003 roku. Jej głównym promotorem był Hryhorij Surkis, biznesmen i prezes Ukraińskiej Federacji Piłkarskiej, która jesienią tego roku podpisała z Polskim Związkiem Piłki Nożnej umowę o współpracy. Na Ukrainie organizacja Euro 2012 uzyskiwała wsparcie oligarchów, zainteresowanych zarówno inwestycjami infrastrukturalnymi, jak i obietnicami zysków z samego turnieju.

Gdy w 2005 roku podejmowano decyzję o złożeniu wspólnego z Ukrainą wniosku o przyznanie organizacji Euro 2012, nie był to temat intensywnie debatowany w polskim dyskursie publicznym. W owym roku przede wszystkim skutki niedawnej akcesji do Unii Europejskiej, pierwsza fala migracji czy podwójne wybory (parlamentarne i prezydenckie) zajmowały opinię publiczną w Polsce.

Szanse na zwycięstwo polsko-ukraińskiej kandydatury oceniano jako nikłe, a absolutnym faworytem do organizacji imprezy wydawały się Włochy, bardziej doświadczone w organizacji imprez, ze znacznie lepszą infrastrukturą sportową, komunikacyjną i turystyczną, a także o lepszym potencjale sportowym.

Marek Belka, który w mniejszościowym wówczas rządzie Sojuszu Lewicy Demokratycznej pełnił funkcję premiera, wspominał w trakcie Euro 2012, że to właśnie brak realnych szans na zwycięstwo był decydującym argumentem, którym przekonał ministra finansów Mirosława Gronickiego, by zgodził się podpisać niezbędne do procesu aplikacyjnego gwarancje finansowe dla UEFA, wśród których znalazło się między innymi całkowite zwolnienie tej organizacji z podatków od wszelkich dochodów związanych z organizacją turnieju (Polskie Radio 2012a).

W prowadzonej przez UEFA selekcji do decydującego głosowania przeszły kandydatury Włoch, wspólna oferta Węgier i Chorwacji oraz Polski i Ukrainy (otrzymując odpowiednio jedenaście, dziewięć i siedem głosów). 12 lipca 2007 roku ośmiu z dwunastu członków Komitetu Wydobywczego UEFA zagłosowało za propozycją polsko-ukraińską. Ostateczny werdykt okazał się zaskoczeniem. Wśród przyczyn decyzji wymieniano znaczny, a niewykorzystany potencjał rynku Polski i Ukrainy (w sumie 85 milionów populacji), który mógł być istotnym argumentem dla UEFA i powiązanych z nią sponsorsko korporacji ponadnarodowych. Poruszano także kwestię skandalu korupcyjnego, który dotknął włoski futbol (skala korupcji

w polskiej piłce nożnej, choć objęta postępowaniem prokuratorskim, pozostawała jeszcze nieznaną) oraz najtrudniejszą do weryfikacji tezę o zakulisowych działaniach Hryhorija Surkisa.

W Polsce zdobycie prawa do organizacji Euro 2012 spotkało się z entuzjastycznym przyjęciem ze strony elit politycznych, które prezentowały ten sukces jako potwierdzenie statusu Polski na arenie międzynarodowej jako dojrzałego i godnego zaufania państwa, które poradzi sobie z tym wyzwaniem, a także potwierdzenie słuszności obranej ścieżki transformacji systemowej. Na płaszczyźnie polityki wewnętrznej wskazywano na bezprecedensową szansę na skok cywilizacyjny i modernizacyjny Polski, szczególnie w odniesieniu do infrastruktury transportowej i sportowej.

Euro postrzegano jako kolejny, po akcesji do NATO i Unii Europejskiej, cel polityczny wymagający szerokiego konsensusu wśród elit politycznych. Od początku przygotowań temat Euro był wyłączony z bieżącego sporu politycznego. Zawierający rozliczne kontrowersyjne zapisy (częściowo zakwestionowane później przez Trybunał Konstytucyjny) akt prawny „Ustawa z dnia 7 września 2007 r. o przygotowaniu finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012”⁴ trafił do sejmu 3 września 2007 roku, w samym apogeum kampanii wyborczej, w wyniku której Prawo i Sprawiedliwość straciło władzę na rzecz Platformy Obywatelskiej. Mimo to już 4 dni później przyznająca specjalne prerogatywy spółce celowej PL2012, a *de facto* także UEFA, ustawa uzy-

wała poparcie 412 posłów, przy zaledwie dwóch głosach wstrzymujących się. Natychmiast została też podpisana przez prezydenta Lecha Kaczyńskiego (Sejm.gov.pl 2007)⁵.

Po zmianie władzy Euro 2012 wciąż oficjalnie uznawano za jeden z narodowych priorytetów. Obszerne fragmenty w *exposé* poświęcił mu nowo wybrany premier Donald Tusk, deklarując między innymi:

Jedną z istotnych dat, które stanowią wyzwanie także dla mojej ekipy rządowej, to data 2012. [...] to naprawdę duże, ambitne wyzwanie cywilizacyjne. I także wielka szansa dla Polski, nie tylko radość i satysfakcja dla sympatyków piłki nożnej. To wielka szansa cywilizacyjna dla Polski. I dlatego uznajemy organizację tej imprezy za jeden ze swoich głównych priorytetów. [...] To także nasza dobra współpraca. A ona będzie dobra z definicji, bo to jest zobowiązanie mego gabinetu, z samorządem terytorialnym, z prezydentami miast, które wzięły na siebie ten obowiązek i zaszczyt wybudowania stadionów. Tak, wspólnie z samorządami dobrze przygotowujemy te mistrzostwa. Chcemy, aby ta impreza stała się także istotnym elementem takiej zintegrowanej strategii promocyjnej naszego kraju, bo sukcesy osiągane przez tych, którzy do tej pory organizowali tego typu wydarzenia sportowe, pokazują, że dobrze przygotowane mistrzostwa mogą się przełożyć na realny wzrost gospodarczy, na podniesienie statusu danego kraju i na wzrost takie-

⁵ Poparcie opinii publicznej dla organizacji Euro 2012 w Polsce najwyższe było w 2007 roku, tuż po ogłoszeniu decyzji UEFA o przyznaniu turnieju Polsce i Ukrainie. Dwie trzecie respondentów deklarowało wówczas, że są „zadowoleni” lub „raczej zadowoleni” z tego powodu. Odsetek zadowolonych zmalał do 44% na dwa miesiące przed imprezą, by w jej trakcie się prawie podwoić. W ciągu roku po Euro odsetek zadowolonych spadł ponownie o ok. 20 punktów procentowych (CBOS 2013: 2).

go poczucia dumy narodowej. (*Tekst exposé premiera Donalda Tuska 2007*)

Wszystkie partie polityczne poczuwały się do współodpowiedzialności za Euro 2012, co jest dobrym przykładem wspomnianej za Flyvbjergiem „politycznej wzniosłości”. W trakcie kampanii przedwyborczych w 2007 i 2011 roku partie polityczne w swoich programach wskazywały na swe zasługi w realizacji „zadania” Euro 2012. W 2007 roku Prawo i Sprawiedliwość posuwało się do stwierdzenia, że to dzięki tej partii i prezydentowi Lechowi Kaczyńskiemu UEFA przyznała Polsce turniej, który przyniesie „tysiące miejsc pracy i znaczący rozwój infrastruktury” (Słodkowska, Dołbakowska 2011: 146).

W kampanii przed kolejnymi wyborami Platforma Obywatelska poświęciła cały rozdział kwestii Euro 2012. Łączenie inwestycji realizowanych przy tej okazji z programem budowania „Orlików” – powszechnie dostępnych, bezpłatnych i nowoczesnych boisk, miało wskazywać na wszechstronne podejście do kwestii sportu, integrujące inwestycje w nowoczesny sport zawodowy z rozwojem sportu masowego (Słodkowska, Dołbakowska 2013: 475–478). W tej samej kampanii partie opozycyjne podkreślały konieczność monitorowania inwestycji realizowanych przy okazji Euro 2012, nie kwestionując jednocześnie zasadności tak znacznych wydatków z publicznych pieniędzy ani sensowności organizacji imprezy. Sytuacji nie zmienił kontekst trwającego od 2008 roku światowego kryzysu finansowego. Państwo wycofało się z niektórych swych prerogatyw na rzecz UEFA bez szerszej dyskusji na ten temat. Jedyne wątki,

w którym podnoszono wątpliwości, dotyczył kwestii wspomnianych już zwolnień podatkowych. Dzięki „specustawie” UEFA i jej partnerzy, czyli główni beneficjenci turnieju, nie byli zobowiązani do odprowadzenia na rzecz państwa – organizatora – żadnych podatków od olbrzymich dochodów, jakie z tytułu Euro 2012 uzyskali (Włoch 2012: 308). W odpowiedzi na interpelacje poselskie premier Donald Tusk uzasadniał taką decyzję, odwołując się na najwyższym poziomie ogólności do „interesu narodowego” i „najwyższego priorytetu”, jakim dla Polski było organizowanie turnieju, bez odwołania się do kwestii prawa fiskalnego w Polsce i bez podawania jakichkolwiek kalkulacji finansowych skutków takich decyzji (Teftak 2012: 12).

Kwestia przyznawania specjalnych przywilejów organizacji wyłączonej spod demokratycznej kontroli nie była problematyzowana również w dyskursie medialnym, mimo że zarówno FIFA, jak i UEFA podlegały wcześniej krytycznym ocenom w polskich mass mediach. Formalnie będąc parasolowymi organizacjami zrzeszającymi narodowe związki sportowe i ciesząc się statusem organizacji non profit, związki te są dzisiaj *de facto* potężnymi, działającymi w globalnej skali międzynarodowymi korporacjami uzyskującymi olbrzymie wpływy z tytułu organizacji imprez oraz sprzedaży praw telewizyjnych do ich transmitowania (Włoch 2012). Wpływ władz państwowych na funkcjonowanie narodowych federacji zrzeszonych w wyżej wymienionych organizacjach jest ograniczony, cieszą się one swoistą eksterytorialnością. Przekonały się o tym polskie władze, które kilkakrotnie próbowały interweniować w sposób zarządzania polską piłką nożną przez PZPN. Najbardziej spektakularny

⁴ Zob.: Dz. U. Nr 173.

przykład dotyczy korupcji w organizowanych i nadzorowanych przez PZPN rozgrywkach piłkarskich. W 2005 roku, zaledwie dwa lata po tym, jak korupcja w sporcie stała się w efekcie nowelizacji polskiego kodeksu karnego przestępstwem, wybuchła afera, której bezprecedensowa skala powoduje, że nawet dekadę później nie zostały zakończone wszystkie postępowania w tej sprawie⁶. Kompromitacja instytucji nie przyczyniła się jednak do wprowadzenia zmian w jej funkcjonowaniu, a próby interwencji ze strony polskiego rządu poprzez Ministerstwo Sportu spotkały się ze stanowczym sprzeciwem światowej i europejskiej federacji piłkarskiej, grożącej zawieszeniem polskich drużyn w rozgrywkach międzynarodowych (patrz: Woźniak 2013b). Niezależnie od politycznej afiliacji, władze resortu sportu uznawały, że taka eskalacja konfliktu mogłaby nie zyskać zrozumienia wśród kibiców (a więc potencjalnego elektoratu). W trakcie przygotowań do Euro 2012 PZPN stał się niezbędnym partnerem polskich władz, bez sprzeciwu ze strony niegdysiejszych krytyków.

Euro 2012 jako narzędzie modernizacji i stan wyjątkowy. Marketing i rzeczywistość

Euro 2012 prezentowano jako narzędzie modernizacji polskiej infrastruktury drogowej i sportowej, a konieczność sprostania zdefiniowanym przez UEFA terminom ujmowano jako stan wyższej goto-

⁶ Prawie pół tysiąca osób zostało oskarżonych o przestępstwa korupcyjne, ponad trzysta skazanych, a w sumie ponad sześćset meczów uznano za „ustawione”. Wśród ukaranych byli członkowie zarządu PZPN, sędziowie, działacze klubowi, piłkarze, w tym reprezentanci Polski, czy trenerzy, wśród nich były selekcjoner reprezentacji Polski (Panek 2014).

wości, usprawiedliwiający rezygnację z wielu procedur towarzyszących publicznym inwestycjom. Dotyczyło to kwestii związanych z prawem o zamówieniach publicznych, ale także na przykład z regulacjami ekologicznymi. W oficjalnym dokumencie zatytułowanym „Raport na temat wpływu przygotowań i organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM na gospodarke Polski” afirmatywnie oceniano fakt wyłączenia inwestycji infrastrukturalnych realizowanych przy tej okazji z konieczności stosowania się do unijnej legislacji dotyczącej ochrony środowiska (Borowski 2010: 47)⁷.

Inny przykład zawieszenia funkcjonujących przepisów dotyczy kwestii transparentności umów angażujących środki publiczne. Opinia publiczna nie poznała treści porozumień podpisywanych z UEFA przez polskie agendy państwowe. Dotyczyło to nawet umów o prawach do medialnych transmisji zawodów. Spółka skarbu państwa, jaką jest telewizja publiczna TVP SA, zobowiązała się na żądanie UEFA nie ujawniać ceny praw do transmisji telewizyjnych, kwestionując tym samym prawo do publicznej kontroli wydatków publicznych. Prezes TVP SA Juliusz Braun ujawnił tylko, że wydatku nie zbilansowały nawet bezpreceden-

⁷ Sam raport zamówiony przez spółkę PL.2012 (spółkę celową Ministerstwa Sportu i Turystyki powołaną do organizacji Euro 2012) jest przykładem legitymizowanego akademickim cenzurem autorów dokumentu mającego uzasadniać konieczność i celowość realizacji inwestycji. Jego kształt i zawartość potwierdzają wcześniej rekapitulowane obserwacje Flyvbjerga o braku wiarygodnych danych dotyczących ekonomicznych skutków WIS. Np. w tabeli „Wpływ wybranych międzynarodowych imprez sportowych organizowanych w latach 2000–2012 na PKB w krajach goszczących” autorzy raportu tylko w dwóch na dziewięć analizowanych przypadków podają dane *ex post*, a w siedmiu kalkulacje *ex ante*, co oczywiście może być mylące dla czytelnika (Borowski 2010: 47).

sowe – szacowane na 83 miliony złotych – wpływy z reklam, związane z rekordową oglądalnością zawodów (np. ponad 16 milionów widzów oglądało spotkanie Polska–Rosja). Jak przyznał Braun, straty TVP należy liczyć w dziesiątkach milionów złotych (Polskie Radio 2012b). Potwierdza to obserwowane przy okazji innych WIS prawidłowości: „[i]stnieją dobrze udokumentowane przykłady z badań wskazujące, że «stan wyjątkowy» prowadzi do zawieszenia pewnych prawnych reguł, nawet tych traktowanych wcześniej jako priorytetowe, gdyż związanych z bezpieczeństwem obywateli lub ekologicznymi konsekwencjami inwestycji publicznych” (Hall 2006: 64). Wiele przepisów wprowadzonych specjalnymi ustawami przy okazji Euro 2012 było zdaniem prawników sprzecznych z konstytucją, jednak działano tu metodą faktów dokonanych – ich krótkoterminowość utrudniała skuteczne złożenie skarg konstytucyjnych. W kilku przypadkach sądy zdążyły orzec o sprzeczności z polskim prawem dopuszczonych podczas organizacji Euro 2012 przepisów. Na wniosek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta warszawski Sąd Okręgowy stwierdził na przykład, że określone przez UEFA procedury zakupu biletów łamią prawa konsumentów. Wyrok w tej sprawie zapadł jednak już po Mistrzostwach.

W wielu miastach, gdzie planuje się wydarzenia związane z WIS, mieszkańcy i społeczności lokalne włączani są w proces przygotowań do imprezy, która traktowana jest jako okazja do wzmocnienia partycypacji obywatelskiej. Największa inicjatywa społeczna tego typu podjęta przy okazji Euro 2012, czyli Projekt Społeczny 2012, zakończyła się fiaskiem. Socjolożka Anna Giza-Poleszczuk patro-

nująca temu przedsięwzięciu wskazuje, że w przypadku innej zorganizowanej w 2012 roku WIS, to jest Letnich Igrzysk Olimpijskich w Londynie, pierwsze konsultacje społeczne odbyły się w 2007 roku i trwały do startu imprezy. Własne doświadczenia opisuje zaś następująco:

Projekt Społeczny 2012 powstał po to, by maksymalnie wykorzystać szanse, jakie daje niecodzienna sytuacja mobilizacji i przygotowań Polski do EURO 2012. Zakładaliśmy, że nie będzie trudno uczynić z Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej 2012 sprawy społecznej i obywatelskiej. Byliśmy przekonani, że tak wielka impreza – kiedy po raz pierwszy w historii Polskę będą obserwować miliony widzów na całym świecie – będzie silnym impulsem mobilizującym społeczeństwo do działania, do podniesienia stanu energii, jednocześnie prowokującym władze do dialogu ze społeczeństwem. [...] Sądziłyśmy także, że same przygotowania do Mistrzostw – będące o wiele większym wyzwaniem logistycznym niż wydarzenia typu pielgrzymki Papieża lub Polska Prezydencja – staną się żywym laboratorium polskiej modernizacji, służącym do zbadania, w czasie rzeczywistym, jak faktycznie przebiega w Polsce proces inwestycyjny; w jaki sposób kształtowany jest wizerunek kraju, miast i regionów; jak reformuje się sferę sportową. (Giza-Poleszczuk 2013: 175–176)

Jakkolwiek działania podjęte w celu realizacji i analizy wyżej wymienionych założeń przyniosły doświadczenia i wiedzę cenną z punktu widzenia empirycznie zorientowanego socjologa, to konstatacje o realnych skutkach „Projektu” są gorzkie. Brak zainteresowania wiedzą ekspercką ze strony realizujących „misję Euro 2012” elit, brak chęci

wykorzystania tej okazji do podjęcia społecznego dialogu odnośnie skutków imprezy cechował większość działań centralnych i lokalnych agend władzy politycznej. Jak pisze Giza-Poleszczuk, partycypacja obywatelska w przygotowaniach była bliska zeru, aktorów społecznych nie traktowano jako partnerów: „mieszkańcy co najwyżej są przedmiotem oddziaływań z zakresu public relations, czyli organizuje się dla nich dni otwarte, drukuje ładne ulotki i robi równie ładne wizualizacje” (2013: 178).

Tego typu postawę władz politycznych, tak centralnych, jak i lokalnych, można zinterpretować jako niechęć do współpracy z instytucjami społeczeństwa obywatelskiego, wynikającą z braku przeświadczenia o potrzebie lub sensie tego typu współdziałania lub też jako przejaw alienacji władzy politycznej. Przygotowaniami do Euro 2012 zarządzano odgórnie, poprzez delegowane na niższe poziomy administracji zalecenia polityczne, bez włączania w ten proces organizacji społecznych. Niewielkiej skali protesty, zwracające uwagę na marnowanie środków publicznych na inwestycje o niewielkim potencjale rozwojowym, lekceważono⁸. Kluczowym elementem budują-

⁸ Głosy krytyczne, np. działania poznańskiego komitetu „Chleb zamiast igrzysk”, rzadko relacjonowano w mediach mainstreamowych, gdzie *notabene* szybko uzyskał on etykietę radykalnej lewicy (Leszczyński 2012), która nie zasługuje na merytoryczną polemikę (analiza Euro 2012 w lokalnym poznańskim kontekście dostępna jest w: Kowalska [w druku]). Znaczniejszy odzew medialny miały manifestacje kibicowskie, przybierające najczęściej formę haseł skandowanych na trybunach podczas meczów ligowych lub opraw przygotowywanych przez kibiców z ruchu *ultras*. Sprzeciw wobec Euro był w tym przypadku raczej elementem serii protestów przeciwko rządowi, wpisując się także w postulaty *Against Modern Football*, obecnego w wielu krajach europejskich nieformalnego ruchu kibicowskiego kontestującego rosnącą komercjalizację futbolu. Główne media z satysfakcją wskazywały, że potencjalni „problemowi” kibice samodzielnie wykluczają się z udziału w imprezie fanów (Burski 2013; Gońda 2013).

cym tak jednolity obraz Euro 2012 w polskim dyskursie politycznym i medialnym był najprawdopodobniej właśnie wspomniany wyżej bezprecedensowy sojusz polityczny wszystkich głównych partii, które czuły się odpowiedzialne za powodzenie imprezy i odpowiedni jej oddźwięk w mediach, *ergo* – wśród elektoratu. Ten konsensus zachwiał systemem wzajemnej kontroli politycznej (*checks and balances*) różnych instytucji oraz partii o rozmaitych profilach ideologicznych.

Ważnym kontekstem organizacji imprez sportowych są także kwestie bezpieczeństwa, „stan wyjątkowy” ułatwia wprowadzanie rozwiązań zawieszających funkcjonowanie praw konstytucyjnych. Elity polityczne wdrażające te rozwiązania nie spotkały się z krytycznymi reakcjami mediów lub opozycyjnych kręgów politycznych. Danych na temat sposobów wykorzystywania „pretekstu Euro 2012” w tym zakresie dostarczają organizacje społeczne monitorujące tę dziedzinę życia. Zwiększeniu inwigilacji poprzez instalację dodatkowego monitoringu w miejscach publicznych (na samym tylko warszawskim Stadionie Narodowym zainstalowano 900 kamer) towarzyszyły specjalne środki na inwestycje w sprzęt dla służb mundurowych. Fundacja „Panoptykon” dotarła do informacji o zakupie sprzętu, który w polskich warunkach prawnych nie jest dopuszczony do stosowania przez policję (Szymielewicz 2012). Broń akustyczna typu LRAD (*long range acoustic device*), emitująca fale dźwiękowe o częstotliwości wywołującej negatywne reakcje somatyczne u osób w jej pobliżu, do dzisiaj nie została dopuszczona do użytku przez polską policję, a Najwyższa Izba Kontroli zakwestionowała tryb jej zakupu (2012).

Warto dodać, że tego typu sprzęt ma zastosowanie wyłącznie w przypadku zgromadzeń publicznych, w celu efektywnego, a relatywnie nieinwazyjnego rozpraszania demonstracji, co może być świadectwem poczucia zagrożenia władzy protestami społecznymi. Koszty zabezpieczenia imprezy od strony służb mundurowych nie zostały nigdy ujawnione, jednak fakt zmobilizowania 3 tysięcy żołnierzy, a także zabezpieczenie wsparcia powietrznego myśliwców F-16, MIG-29 i helikopterów bojowych wskazują, że były to wydatki znaczne (Szymielewicz 2012).

Niektóre procedury bezpieczeństwa zawieszały standardowe funkcjonowanie praw obywatelskich. Media informowały między innymi o przypadku Ramiego Faresa, 23-letniego radomszczanina studiującego w Wielkiej Brytanii, pragnącego być wolontariuszem podczas imprezy. Już po przejściu wielostopniowej procedury rekrutacyjnej Polak został ostatecznie skreślony z listy wolontariuszy przez UEFA na wniosek policji, a obie instytucje odmówiły jakiegokolwiek uzasadnienia tej decyzji, zasłaniając się względami bezpieczeństwa. Przypuszczenia Faresa, którego ojciec jest Palestyńczykiem, że to muzułmańskie korzenie jego rodziny przyczyniły się do tej decyzji pozostają zatem jedynie spekulacjami (Rogał, Borusiewicz 2012).

Paradoksalnie, zwiększonym wydatkom na zabezpieczenie imprez towarzyszyło zawieszenie funkcjonowania innych przepisów prawnych (np. Ustawy o Bezpieczeństwie Imprez Masowych) i znacznie łagodniejsze procedury dotyczące kontrolowania i „pilnowania” samych kibiców. O zawie-

szeniu wyżej wymienionej Ustawy zadecydowała również UEFA, dla której niedopuszczalne były pewne jej ustępy, między innymi zakaz sprzedaży napojów alkoholowych w obiektach sportowych, niekorzystny z punktu widzenia jednego z największych producentów piwa na świecie, będącego partnerem UEFA.

Mimo że kupując bilet, kibice byli zmuszani do podania bardzo szczegółowych danych osobistych, prywatne firmy ochroniarskie często nie weryfikowały danych figurujących na bilecie, a kontrola bezpieczeństwa podczas wpuszczania na stadiony była bardzo ograniczona. Ja sam wchodząc na mecz, nie zostałem poproszony o dowód tożsamości ani zmuszony do okazania zawartości wnoszonej torby. Oficer policji odpowiedzialny za zabezpieczenie Euro 2012 w jednym z województw przyznał w bezpośredniej rozmowie, że oficjalne wskazówki dla policji zalecają dużo bardziej permissywne podejście do takich zachowań kibiców, które w przypadku innych imprez sportowych są bezwzględnie penalizowane.

Przekaz medialny dotyczący Euro 2012 był również mało krytyczny i jednolity, koncentrował się na postrzeganiu imprezy i sposobu jej organizacji przez zagraniczne instytucje nadzorujące oraz mass media. Choć szczegółowa analiza sposobów ramowania kwestii Euro przed i w trakcie imprezy oraz sposób relacjonowania jej skutków to temat zasługujący na odrębną analizę, warto zauważyć, że imprezę obwołano w mediach wielkim sukcesem Polski. Pozytywne relacje w zagranicznych mediach i ciepłe słowa kibiców odwiedzających stadiony wybijano na plan pierwszy, zaś medialne

prezentacje podsumowań Euro przygotowywane przez różne agendy rządowe relacjonowano niemal bezkrytycznie.

W trakcie jednej z konferencji prasowych reprezentant Ministerstwa Sportu i Turystyki przedstawił informację:

[z] analiz przeprowadzonych przez londyński Brand Finance Institute wynika, że Polska odnotowała w tym roku najwyższy wzrost wartości marki narodowej ze wszystkich 100 zbadanych krajów – o 75 proc. Wartość marki Polska wzrosła z 269 mld dol. do 472 mld dol. – mówił Jakub Borowski, ekonomista z SGH, współautor raportu o wpływie Euro na polską gospodarkę. [...] Jego zdaniem po części był to efekt dobrych wyników gospodarczych naszego kraju, jednak zasadniczy wpływ na ten skok miało piłkarskie Euro. (Skwirowski 2012)

W rzeczywistości wspomniany instytut dużo skromniej ocenia wpływ organizacji Euro 2012 na poprawę rankingowej pozycji marki Polska. Jedyne pozytywne odniesienie dotyczy ewentualnego wzrostu gospodarczego, częściowo wynikającego z inwestycji okołoturniejowych, niemniej autorzy raportu podkreślają, że zbieranie danych na jego potrzeby zakończono na miesiąc przed pierwszym meczem imprezy. Raport stwierdza wprost, że kluczowy dla awansu Polski był brak recesji w pokryzysowej rzeczywistości gospodarczej: „Polska doświadczyła największego wzrostu wartości swojej marki w 2012 roku w największym stopniu w związku z długoterminowymi przewidywaniami odnośnie wzrostu PKB per capita. Polska gospodarka wciąż rośnie, a Polska

jest wyjątkiem na skalę całej Unii Europejskiej – nie była dotknięta recesją od czasu kryzysu roku 2008” (Brand Finance 2012: 12). Nagłówek cytowanego artykułu z „Gazety Wyborczej” jest jeszcze mniej zniuansowany niż wspomniana wypowiedź eksperta: „Dzięki Euro 2012 wartość marki Polska wzrosła o 75 proc., do 472 mld zł” (Skwirowski 2012).

Wkrótce po zakończeniu turnieju prywatna firma consultingowa Deloitte opublikowała krótki raport chwälący organizację turnieju przez spółkę PL.2012. Raport został zamówiony i opłacony przez tę samą firmę, którą miał ewaluować. W raporcie zaprezentowane są między innymi szacunki pochodzące ze wspomnianej wcześniej publikacji *ex ante* jako faktyczne dane dotyczące ruchu turystycznego. Ministerstwo Sportu i Turystyki informacje o raporcie podało w publikacji zatytułowanej „Sukces Euro 2012 powyżej oczekiwań” (Deloitte 2012, patrz także: Ministerstwo Sportu i Turystyki 2012). Przykłady te potwierdzają obserwacje Flyvbjerga (2003; 2014), że większość ewaluacji *ex post* zamawiana przez promotorów i organizatorów wydarzeń nie powinna być uznawana za niezależne opracowania. Ocena skutków imprezy jest dodatkowo utrudniona poprzez ponadpartyjny sojusz na rzecz jej organizacji oraz przychylność mediów dla tego „zadania”. Z wywiadu przeprowadzonego na potrzeby innego badania dowiedziałem się o nieformalnych staraniach elity politycznej na rzecz zapewnienia tejże. Redaktor naczelny jednego z ogólnopolskich tygodników opinii zrelacjonował w nim swój udział w nieoficjalnym spotkaniu premiera Donalda Tuska z szefami około 40 największych

polskich mediów papierowych i elektronicznych, które odbyło się na dwa tygodnie przed rozpoczęciem turnieju. Prosząc o wyrozumiałość i wsparcie, premier zapewniał o bezprecedensowym znaczeniu sukcesu imprezy dla międzynarodowego wizerunku Polski, który należy traktować za priorytetowy cel całego przedsięwzięcia. Używając terminologii Nye’a, można wskazać, że budowanie wizerunku kraju uznano za kluczowy element *soft power*, uzasadniający tego typu działanie. Apel premiera spotkał się ze zrozumieniem także tych dziennikarzy, którzy zazwyczaj zapewniają o całkowitej niezależności od jakichkolwiek wpływów czy sugestii płynących z kręgów politycznych.

Szczegółowe omówienie statystyk dotyczących przewidywanych i faktycznych konsekwencji gospodarczych Euro 2012 pozostaje poza obszarem tematycznym niniejszego artykułu. Dostępne dane wskazują jednak na przeszacowanie korzyści płynących z turystyki czy zbudowanych (lub wyremontowanych) przed turniejem obiektów sportowych, a w niektórych przypadkach także infrastruktury transportowej. W pierwszej kwestii dane GUS (2013: 2, patrz też: Borzyszkowski 2012) wskazują, że obłożenie miejsc hotelowych w Polsce w czasie trwania imprezy wzrosło o zaledwie 11% w porównaniu z analogicznym okresem roku wcześniejszego, a zdecydowana większość kibiców przybyła do Polski na krótkie, jedno- lub dwudobowe pobyty. Paradoksalnie, nawet Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (2012) wykorzystywało dane dotyczące ruchu turystycznego dla promocji zorganizowanych przez siebie imprez, wskazując na swojej stronie inter-

netowej, że więcej osób odwiedziło Polskę w roku 2010 przy okazji imprez związanych z obchodami Roku Chopinowskiego niż w roku 2012 ze względu na Euro 2012.

Nowoczesne stadiony, wbrew przewidywaniom, nie zapełniły się widzami. W pierwszym sezonie po otwarciu, gdy najmocniej powinien działać efekt nowości przyciągający nowych kibiców, frekwencja nie przekraczała połowy miejsc (Ekstraklasa 2013). Warszawski Stadion Narodowy w ciągu dwóch lat po Euro 2012 stał się areną wielu targowych, muzycznych i sportowych imprez, przynosi też przychód z wynajmu powierzchni biurowej, ale wciąż trudno oszacować długofalowe saldo finansowe. Jednym z najgłośniejszych relacjonowanych wydarzeń zorganizowanych w tym obiekcie pozostaje koncert Madonny, który dofinansowano kwotą 6 milionów złotych z budżetu Ministerstwa Sportu i Turystyki. Wrocławski stadion w ciągu kilku miesięcy po Euro gościł walkę o zawodowe mistrzostwo świata w boksie w wadze ciężkiej, koncerty Queen i George’a Michaela, towarzyski turniej piłkarski Polish Masters oraz towarzyski mecz Brazylii–Japonia. Wszystkie te imprezy kosztowały budżet miasta (właściciela obiektu) 15 milionów złotych, o czym opinia publiczna dowiedziała się dzięki temu, że w okresie „po Euro” znów zaczęły obowiązywać reguły transparentności wydatków publicznych (Kokot, Karbowski 2012). Wiele inwestycji transportowych (autostrady, lotniska), które zrealizowano lub przyspieszono w związku z Euro 2012, nie doczekało się jeszcze ewaluacji. W przypadku niektórych już wiadomo, że ich efekty są dalekie od oczekiwań. Na przykład, jak wynika z badań Politechniki Warszawskiej zrealizowanych rok po

turnieju, z kolejki łączącej stołeczny port lotniczy im. Chopina z dworcem Warszawa Centralna skorzystało zaledwie 3% pasażerów samolotów, zaś średnie obłożenie miejsc w pociągach sięgnęło zaledwie 4% (Osowski 2013).

Kraków 2022. Bezprecedensowa porażka elit III RP

Domniemany sukces organizacji Euro 2012 był dobrym argumentem wspierającym starania elit politycznych o kolejną WIS. Pomysł, by zorganizować w Polsce zimowe igrzyska olimpijskie nie był nowy. Zakopane przegrało w rywalizacji o organizację igrzysk w 2006 roku ze szwajcarskim Sionem i włoskim Turynem, który ostatecznie został gospodarzem owych zawodów. Życzenie, by wspólnie ze Słowakami zorganizować igrzyska w 2022 roku wygłosił publicznie po raz pierwszy prezydent Lech Kaczyński w marcu 2010 roku, zaledwie miesiąc przed śmiercią w katastrofie lotniczej (Piłat 2012). Uniwersalne poparcie mediów dla Euro zainspirowało polityków do odświeżenia tego konceptu. W październiku 2012 roku administracja samorządowa Krakowa i słowackiego miasta Jasną uzgodniły z Polskim i Słowackim Komitetem Olimpijskim zgłoszenie wspólnej kandydatury, oficjalny polsko-słowacki komitet międzyrządowy został stworzony rok później (Kuraś 2013).

Koncepcja ta, podobnie jak w przypadku Euro 2012, uzyskała niemal jednogłośnie polityczne poparcie ze strony wszystkich sił parlamentarnych. W maju 2013 roku Sejm przegłosował poparcie dla igrzysk w Krakowie, przy 407 głosach za, trzech wstrzymujących się i zaledwie dwóch głosach

przeciwko (Sejm.gov.pl 2013). Poseł sprawozdawca rządzącej Platformy Obywatelskiej w wystąpieniu sejmowym poprzedzającym głosowanie odwołał się do najwyższego diapazonu uczuć patriotycznych, by uzasadnić organizację igrzysk w Krakowie. Sposób sformułowania przekazu, odwołanie się do uczuć wspólnotowych i Euro 2012 jako dzieła jednoczącego Polaków, mającego wręcz decydujące znaczenie dla przyszłości kraju, dobrze egzemplifikuje typowy dla elit politycznych sposób legitymizacji tego typu inwestycji:

[o]trzymanie organizacji Euro 2012 było niewątpliwie ambicją całego narodu i jego organizacyjnym sukcesem oraz efektem pracy zarówno poprzednich rządów, jak i obecnego rządu. [...] Była to jedna albo jedyna rzecz, która potrafiła połączyć tak podzielonych w ostatnich latach Polaków, bo mieliśmy świadomość, że wizerunek i pozycja naszego państwa w świecie to sprawa ważna, a może strategiczna. Zorganizowanie 10 lat później zimowych igrzysk olimpijskich w Polsce należy postrzegać w tych samych kategoriach, że są to aspiracje 40-milionowego narodu, który rozwija się zarówno w sensie społecznym, jak i ekonomicznym. Jeśli chodzi o pytanie, czy nas na to stać, można zadać pytanie, dlaczego tyle państw walczy o igrzyska, czy wszyscy lubią wydawać pieniądze? (Małopolskaonline.pl 2013)

Ostatnie zacytowane zdanie nabiera szczególnego znaczenia z perspektywy ostatecznego kształtu konkursu o organizację igrzysk w 2022 roku, z którego wycofały się wszystkie kraje europejskie.

Najbardziej aktywnym orędownikiem organizacji igrzysk w Krakowie i „twarzą” kampanii na

ich rzecz stał się prezydent miasta Krakowa, Jacek Majchrowski. Związany z Sojuszem Lewicy Demokratycznej polityk, kandydujący w dwóch ostatnich wyborach jako kandydat niezależny, od 2002 roku rządzi drugim co do wielkości miastem Polski. W 2010 roku wygrał reelekcję w pierwszej turze, uzyskując blisko 60% głosów. Drugą kluczową postacią została Jagna Marczułajtis, pochodząca z Zakopanego posłanka PO; była olimpijka (snowboardzistka) została szefową Komitetu Organizacyjnego odpowiedzialnego za aplikację Krakowa.

Krakowskie igrzyska uzyskały szerokie wsparcie polityczne – poza parlamentem swoje poparcie wielokrotnie deklarowali także przedstawiciele najwyższych władz wykonawczych, między innymi Premier Donald Tusk, jak i Minister Sportu i Turystyki Andrzej Biernat. Promotorzy organizacji igrzysk zadbali o list poparcia dla tej idei podpisany przez znane postaci życia publicznego, kultury i popularnych sportowców, między innymi Jerzego Buzka, Aleksandra Kwaśniewskiego, Lecha Wałęsę, Andrzeja Wajdę, Krzysztofa Pendereckiego, Adama Małyszę, Justynę Kowalczyk.

Pomimo niekwestionowanego poparcia elit politycznych, w odróżnieniu od Euro 2012, medialna debata o igrzyskach Kraków 2022 była żywsza i bardziej zniuansowana, pojawiały się w niej głosy krytyków, także intelektualistów i przedstawicieli elit opiniotwórczych, kwestionujące sensowność wydania kolejnych publicznych pieniędzy na imprezę sportową tej skali.

Szczególny krytycyzm zaczął narastać na przełomie 2013 i 2014 roku. Z jednej strony do opinii

publicznej zaczęły docierać dane o regularnych niedoszacowaniach kosztów organizacji wielkich imprez sportowych, przy jednoczesnym przecenianiu ich finansowych korzyści, na przykład informacje o rekordowych przekroczeniach budżetu zbliżających się Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Soczi, które stały się najdroższą w historii imprezą sportową.

Z drugiej strony mass media podsumowujące bilans Euro 2012 coraz częściej wskazywały wspomniane koszty imprezy związane z koniecznością utrzymania i wykorzystania infrastruktury, nikłe społeczne znaczenie imprezy, brak poprawy frekwencji na stadionach czy wyników sportowych polskich klubów i reprezentacji.

Okazało się również, że domniemane przez cytowanego powyżej parlamentarzystę masowe zainteresowanie różnych krajów organizacją imprezy jest iluzoryczne. Wprawdzie zgłoszenie aplikacji do MKOL rozważano w Niemczech, Szwajcarii, Finlandii, Włoszech i Austrii, ostatecznie jednak w dwóch pierwszych krajach lokalne referenda (w Monachium i Graubünden) zablokowały złożenie aplikacji. W pozostałych przypadkach nie uzyskano gwarancji finansowych lub wystarczającego politycznego poparcia dla organizacji igrzysk. W styczniu 2014 roku, ze względu na zbyt wysokie koszty, z wyścigu wycofała się Szwecja. Jak się okazało, przedstawiciele elity lub obywatele krajów zamożniejszych, a także lepiej od Polski przygotowanych do organizacji dużych zawodów w sportach zimowych, nie byli skłonni do ponoszenia znacznych publicznych wydatków na organizację igrzysk. Po wycofaniu kandydatury

Lwowa ze względu na sytuację geopolityczną na wschodzie Ukrainy i konflikt militarny na Krymie na tym etapie w rywalizacji, oprócz Krakowa, pozostały jeszcze trzy kandydatury: Oslo, Ałmaty oraz Pekin.

W mediach bezkrytycznie popierających Euro 2012 pojawiały się mocne głosy wskazujące na realnych beneficjentów organizacji WIS – lokalne elity i polityków oraz realnych fundatorów tych wydarzeń – podatników. Charakterystycznym przykładem jest tu apel jednego z felietonistów „Gazety Wyborczej” zatytułowany: „Nie przenoście nam Soczi do Krakowa! Czyli wołanie podatnika”. Podkreślając, iż zamożniejsze państwa rezygnowały z organizacji zawodów, autor wskazywał motywacje promotorów igrzysk na poziomie lokalnym: „stadiony i igrzyska są jak wielki piec do palenia paczek z banknotami, nie dziwię się, że samorządowcy tak się do tego garną. Parę paczuszek trafi do krewnych, znajomych i małżonków. I nie widzę innego wyjścia niż zorganizowanie społeczeństwa obywatelskiego na wzór Niemiec, Szwecji czy Norwegii. Żebyśmy od samorządowców zaczęli żądać komunikacji miejskiej jak w Monachium albo żłobków takich jak w Sztokholmie. A nie igrzysk takich jak w Soczi” (Orliński 2014).

W tym samym czasie rosła lokalna opozycja w stosunku do igrzysk w Krakowie. Na Facebooku powstała nieformalna grupa „Kraków przeciw Igrzyskom”, szybko zyskując popularność. Związani ze środowiskiem akademickim inicjatorzy akcji w publikacjach czy petycjach do władz Krakowa odwoływali się między innymi do cy-

towanych także w tym artykule prac Flyvbjerga czy Zimbalista, próbując wprowadzić do debaty elementy naukowej racjonalności. Lokalne i regionalne organizacje pozarządowe i media rozpoczęły kampanię informacyjną, uważnie lustrując przygotowywaną aplikację olimpijską, podkreślając nieścisłości i błędy, mobilizując w ten sposób lokalną opinię publiczną do zainteresowania się ideą, którą elity polityczne próbowały zrealizować bez konsultacji i zaangażowania lokalnych organizacji społecznych.

Można tu dostrzec pewną subwersję Habermasowskich rozważań o partycypacji i deliberacji. Rzekomo technokratyczne i racjonalne władze publiczne w narracji o wielkich imprezach sportowych odwoływały się głównie do sfery symboli i emocji, dane dotyczące ewentualnych korzyści materialnych prezentowano w sposób utrudniający ich weryfikację. Narodowa дума i odpowiedzialność za zewnętrzny wizerunek kraju zastąpić miała dyskusję o realnych konsekwencjach i kosztach WIS. W przypadku Euro 2012 jakiegokolwiek elementy deliberacyjne w procesie podejmowania decyzji, w których nadzieję na renesans partycypacyjnych funkcji demokracji pokładał niemiecki filozof, zostały przez władze zastąpione PR-em i marketingiem imprezy. Z kolei w przypadku Krakowa to obywatelski ruch w swych próbach dotarcia do opinii publicznej podnosił racjonalne argumenty, by na podstawie naukowych przesłanek skłonić demokratyczną większość do odrzucenia projektu promowanego przez elity.

Kontrowersje dotyczące finansowania igrzysk i wydatków publicznych, tak z centralnego, jak

i lokalnego budżetu, nasiliły się, gdy w debacie publicznej zarysowały się różnice między administracją samorządową a centralną. Prezydent Majchrowski otwarcie przyznał, że igrzyska mają być pretekstem do zwiększenia wydatków infrastrukturalnych w regionie: „[j]eżeli będzie bicz olimpiady, będą budowane drogi, remontowane koleje, remontowane lotnisko” (Lepczyński 2014). Przyznawał jednocześnie, że gros wydatków na utrzymanie infrastruktury sportowej zbudowanej przy okazji igrzysk będzie pochodziło ze środków lokalnych lub regionalnych. Nie wskazując przyszłych źródeł finansowania tych wydatków, twierdził, że igrzyska mają stymulować rozwój gospodarczy regionu: „[i]rytuja mnie naciski, by nie wydawać na igrzyska, ale budować przedszkola. [...] budowanie samych przedszkoli i domów starców to za mało, by zapewnić miastu rozwój, a za coś te przedszkola potem trzeba utrzymywać” (Piłat 2014). Zarówno sformułowanie „bicz na rząd”, jak i fraza o przedszkolach były często cytowane w krytycznym tonie w mass mediach, zapewne przyczyniając się do redukcji poparcia dla koncepcji krakowskich igrzysk. W tym samym czasie, to jest wiosną 2014 roku, początkowo wysokie sondażowe poparcie dla organizacji imprezy zaczęło maleć, podobnie jak odsetek respondentów wierzących, że impreza może przynieść ekonomiczną korzyść, których było 28,1% (Domaradzki 2014).

Jednocześnie opozycja przeciwko igrzyskom dostała kolejne argumenty, gdy szczegóły aplikacji zostały ujawnione w mediach. Wskazywano na rozliczne manipulacje danymi dotyczące łatwo weryfikowalnych faktów, takich jak czas podró-

ży z Krakowa do Zakopanego i na Słowację, dane o warunkach śniegowych i klimacie w regionie czy skali zanieczyszczenia powietrza w Krakowie (Oliszewski 2014). Wkrótce wybuchł kolejny skandal stymulujący sprzeciw wobec igrzysk. Dziennikarze lokalnego portalu internetowego wykazali, że niepełniący żadnej oficjalnej funkcji małżonek posłanki Marczułajtis starał się w nieetyczny sposób zapewnić ich poparcie dla idei igrzysk (Salamon 2014). W konsekwencji szefowa komitetu organizacyjnego została zmuszona do dymisji (Polskie Radio 2014). Tytuły tych dwóch publikacji nie pozostawiały wątpliwości do krytycyzmu mediów: „Zimowe Igrzyska w Krakowie. Jak Kraków oszukuje MKOL” i „Komitet konkursowy Zimowych Igrzysk Olimpijskich to siedlisko patologii”.

Wprawdzie ostatecznie krakowska aplikacja została 22 marca 2014 roku złożona w MKOL, jednak już tydzień później Rada Miasta Krakowa, przy wsparciu prezydenta Majchrowskiego, ogłosiła, że wraz z wyborami do Parlamentu Europejskiego w mieście zostanie zorganizowane referendum w sprawie organizacji igrzysk, a jego wyniki będą wiążące dla władz miasta. Decyzja ta została podjęta wbrew woli władz centralnych, skrytykował ją między innymi premier Donald Tusk. Oddanie kwestii kluczowej dla przyszłości miasta pod decyzję jego obywateli uznano za akt nielojalności w stosunku do władz centralnych, co rodzi wątpliwości odnośnie sposobu postrzegania przez władze procedur demokracji bezpośredniej, a także deklaratywnie hołubionej samorządności. Ostatecznie jednak inicjatywa referendalna nie została zablokowana. Głosowanie odbyło się 25 maja, przy okazji wyborów do Parlamentu Europejskiego.

W wyborach w całej Polsce frekwencja okazała się bardzo niska, na poziomie niespełna 25%. W Krakowie była zdecydowanie wyższa (36%). Licząca 69,72% większość zagłosowała przeciw organizacji igrzysk. Zgodnie z deklaracjami, kandydatura Krakowa została wycofana z konkursu.

Uwagi końcowe

Zablokowanie organizacji igrzysk stanowi bezprecedensowy sukces społecznej, oddolnej inicjatywy skierowanej przeciwko elitarnemu projektowi, który miał powszechne wsparcie polityczne i wpływowy lobbying. W kraju z tak niskim poziomem partycypacji obywatelskiej jak Polska jest to rzadki przykład skutecznego sprzeciwu wobec narzucanych z poziomu władzy centralnej rozwiązań. Sukces organizatorów można zapewne postrzegać w kontekście renesansu aktywności ruchów miejskich w polskich społecznościach lokalnych (patrz np. Pluciński 2013; 2014). Ich przekaz, gdy dotyczy spraw postrzeganych przez lokalną społeczność jako istotne, być może newralgiczne dla ich przyszłości, może uzyskać znaczne poparcie społeczne, jak i szeroki rezonans także w głównonurtowych mediach centralnych. W zdominowanej przez politykę partyjną polskiej przestrzeni publicznej, w której logika sporu (lub jak w tym przypadku konsensusu) politycznego z poziomu centralnego jest przenoszona na poziom samorządowy, nie jest to sytuacja częsta. Jednocześnie nadzieje ruchów miejskich na wykorzystanie tej mobilizacji dla organizacji i artykulacji *stricte* politycznej nie spełniły się. Powstały na bazie ruchu Kraków Przeciw Igrzyskom komitet wyborczy w wyborach samorządowych jesienią 2014 roku uzyskał 6,7% popar-

cia, nie wprowadzając do Rady Miasta ani jednego przedstawiciela. Jednocześnie fiasko inicjatywy Kraków 2022 nie przeszkodziło Jackowi Majchrowskiemu po raz kolejny zostać prezydentem miasta.

Domniemane korzyści społeczne i ekonomiczne dla polskiego społeczeństwa z okazji organizacji turnieju Euro 2012 były zdecydowanie mniejsze niż zapowiadano, koszty wyższe, a cały proces polityczny wokół organizacji i ewaluacji turnieju nosił pewne cechy manipulacji społecznej, której celem było uzyskanie przychylności mediów i opinii publicznej oraz spacyfikowanie potencjalnych przeciwników i protestów. Są to wnioski dobrze wpisujące się w ustalenia prominentnych badaczy tej problematyki, między innymi Flyvbjerga. Interesujące jest, czy doświadczenie porażki projektu Kraków 2022 skłoni w przyszłości polskie elity do poszukiwania poparcia społecznego dla swoich megaprojektów, włączania organizacji obywatelskich w proces decyzyjny, szerszej deliberacji nad ich wadami i zaletami, czy też raczej przeciwnie – energia władzy zostanie skierowana na pacyfikowanie obywatelskiego sprzeciwu poprzez utrudnianie korzystania z takich narzędzi demokracji bezpośredniej, jak referenda.

W szerszym, ponadnarodowym planie konkurs o organizację igrzysk w 2022 roku jest symptomem relatywnie nowego zjawiska geopolitycznego. Coraz częściej w krajach demokratycznych mamy do czynienia z presją opinii publicznej przeciwko wydawaniu publicznych pieniędzy na organizację WIS. 1 października 2014 roku ostatni demokratyczny kraj wycofał się z wyścigu o zimowe igrzyska olimpijskie 2022. Po ujawnieniu opinii

publicznej bizantyńskich żądań MKOL norweska Partia Konserwatywna przestała popierać projekt igrzysk w Oslo. Tym samym kandydatura straciła polityczną legitymizację. Nawet najbogatszy kraj europejski nie zdecydował się na tego typu „inwestycję”, wycofując swe zgłoszenie (Tallaksen 2014).

Coraz więcej imprez jest, i najprawdopodobniej będzie w przyszłości, organizowanych w krajach, w których władze ze względu na swój niedemokratyczny charakter nie muszą przejmować się opinią publiczną (Soczi 2014, piłkarskie mistrzostwa świata w Rosji w 2018 roku, a następnie w Katarze w 2022, igrzyska w Chinach w 2010 roku) albo też postrzegane są – w momencie przyznawania organizacji turnieju – jako słabe i/lub skorumpowane oraz podatne na wpływy oligarchii wewnątrz krajowej i międzynarodowych korporacji (piłkarskie Mistrzostwa Świata w RPA w 2010 roku, w Brazylii w 2014 czy Letnie Igrzyska Rio de Janeiro 2016, patrz m.in. Włoch 2012; Sánchez, Broudehoux 2013; Schausteck de Almeida, Marchi Júnior 2013). Catherine Palmer, dodając jeszcze Igrzyska Wspólnoty Narodów zor-

ganizowane w Delhi w 2010 roku, określa te imprezy zbiorczo jako „BRICS Sport Mega Events” (2013: 115–117), odwołując się do skrótu opisującego szybko rozwijające się gospodarczo kraje, zyskujące na znaczeniu w globalnej geopolityce i wciąż chętne do budowania swojego wizerunku poprzez WIS.

Symptomatyczny jest fakt, że w 2020 po raz pierwszy piłkarskie mistrzostwa Europy odbędą się w kilkunastu miastach na kontynencie, nie będzie więc kraju-gospodarza. Oficjalna argumentacja UEFA wskazuje na chęć uczczenia w ten sposób 60. rocznicy organizacji pierwszego Euro, wydaje się jednak, że brak zainteresowania ze strony ewentualnych organizatorów miał tu również istotne znaczenie. Rosnąca w krajach demokratycznych świadomość opinii publicznej odnośnie wątpliwych korzyści płynących z tego typu imprez oraz gorszy wizerunek publiczny instytucji stojących za ich organizacją zmniejszają chęć elit do inwestowania kapitału poparcia politycznego w tak słabo rokujące – politycznie, marketingowo i ekonomicznie – przedsięwzięcia.

Bibliografia

Alegi Peter (2008) *A Nation to Be Reckoned With: The Politics of World Cup Stadium Construction in Cape Town and Durban*. „African Studies”, vol. 67, no. 3, s. 397–422.

Black David (2007) *The Symbolic Politics of Sport Mega-Events: 2010 in Comparative Perspective*. „Politikon: South African Journal of Political Studies”, vol. 34, no. 3, s. 261–276.

Borowski Jakub (ed.) (2010) *IMPACT. Report on the Impact of Preparations for and Organization of UEFA Euro 2012 on Po-*

lish Economy [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://static.2012.org.pl/images/stories/pdf/impact_ang.pdf>.

Borzyszkowski Jacek (2012) *Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012 a turystyka w Polsce – wstępna ocena*. „Turystyka Kulturowa”, nr 9, s. 55–68.

Brand Finance (2012) *Brand Finance Journal. Top 100 Nation Brands 2012* [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie:

⟨http://brandfinance.com/knowledge_centre/journal/brand-finance-journal-nation-brand-100-issue⟩.

Burski Jacek (2013) *Euro 2012 – The End and the Beginning of Polish Football Supporters*. „Przegląd Socjologiczny”, t. 62, nr 3, s. 51–70.

CBOS (2013) *Rok po Euro 2012. Komunikat z badań* [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K_099_12.PDF⟩.

Cornelissen Scarlett (2012) *Our Struggles Are Bigger Than the World Cup: Civic Activism, State-Society Relations, and the Socio-Political Legacies of the 2010 FIFA World Cup*. „The British Journal of Sociology”, vol. 63, s. 328–348.

Cornelissen Scarlett, Swart Kamilla (2006) *The 2010 Football World Cup as a Political Construct: The Challenge of Making Good on an African Promise*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 108–123.

Czyżewski Marek i in. (2014) *Wprowadzenie* [w:] Marek Czyżewski i in., red., *Dyskurs elit symbolicznych. Próba diagnozy*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno, s. 7–22.

Deloitte (2012) *Project Management of Strategic Projects for Poland. Estimated Benefits of the Project Management Approach Adopted by PL.2012 to the Polish Preparations for UEFA EURO 2012™* [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Poland/Local%20Assets/Documents/Raporty,%20badania,%20rankingi/pl_Project_management_of_strategic_projects_Poland_Euro2012_EN.pdf⟩.

Domaradzki Krzysztof (2014) *Polacy już nie kochają igrzysk*. „Forbes”, 19 maja [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://www.forbes.pl/coraz-mniej-polakow-popiera-organizacje-igrzysk-w-krakowie,artykuly,176811,1,1.html>⟩.

Ekstraklasa (2013) *Statystyki T-Mobile Ekstraklasa za sezon 2012/2013* [dostęp 10 grudnia 2014 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://ekstraklasa.org/index.php#statystyki>⟩.

Flyvbjerg Bent (2014) *What You Should Know About Megaprojects and Why: An Overview*. „Project Management Journal”, vol. 45, no. 2, s. 6–19.

Flyvbjerg Bent, Bruzelius Nils, Rothengatter Werner (2003) *Megaprojects and Risk*. Cambridge: Cambridge University Press.

Giulianotti Richard, Klauser Francisco (2011) *Introduction: Security and Surveillance at Sport Mega Events*. „Urban Studies”, vol. 48, s. 3157–3168.

Giza-Poleszczuk Anna (2013) *Projekt Społeczny 2012, czyli jak organizowaliśmy Euro 2012* [w:] Radosław Kossakowski i in., red., *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior, s. 171–184.

Główny Urząd Statystyczny (2013) *Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2012 roku* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/KTS_wykorzystanie_turystycznych_obiektow_noclegowych_2012.pdf⟩.

Gońda Marcin (2013) *Supporters' Movement "Against Modern Football." European and Polish Contexts*. „Przegląd Socjologiczny”, t. 62, nr 3, s. 85–106.

Gratton Chris, Shibli Simon, Coleman Richard (2006) *The Economic Impact of Major Sports Events: A Review of Ten Events in the UK*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 41–58.

Grix Jonathan, Lee Donna (2013) *Soft Power, Sports Mega-Events, and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction*. „Global Society”, vol. 27, no. 4, s. 521–536.

Hall Michael C. (2006) *Urban Entrepreneurship, Corporate Interests, and Sports Mega-Events: The Thin Policies of Competitiveness Within the Hard Outcomes of Neoliberalism*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 59–70.

Horne John (2007) *The Four "Knowns" of Sports Mega-Events*. „Leisure Studies”, vol. 26, no. 1, s. 81–96.

Horne John, Manzenreiter Wolfram (2006) *An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 1–24.

Kasimati Evangelia (2003) *Economic Aspects and the Summer Olympics: A Review of Related Research*. „International Journal of Tourism Research”, vol. 5, s. 433–444.

Klauser Francisco (2011) *The Exemplification of "Fan Zones": Mediating Mechanisms in the Reproduction*. „Urban Studies”, vol. 48, s. 3203–3219.

Kokot Michał, Karbowski Michał (2012) *Stadiony bez dna*. „Gazeta Wyborcza”, 2 listopada [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://wyborcza.pl/magazyn/1,129625,12785503,Stadiony_bez_dna.html⟩.

Kowalska Małgorzata Zofia (w druku) *Hegemony in question? Euro 2012 and local politics in the city of Poznań* [w:] Michał Buchowski i inni, eds., *New Ethnographies of Football in Europe: People, Passions, Politics*. Basingstoke: Palgrave.

Kraków.pl (2014) *Gen. Bieniek i Marcin Daniec mówią „tak” igrzyskom!* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://krakow.pl/get_pdf.php?dok_id=108841⟩.

Kuraś Bartłomiej (2013) *Igrzyska 2022. Polska i Słowacja ze wspólnym komitetem*. „Gazeta Wyborcza”, 15 września [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://krakow.gazeta.pl/krakow/1,44425,14610100,Igrzyska_2022__Polska_i_Slowacja_ze_wspolnym_komitetem.html⟩.

Lepczyński Krzysztof (2014) *Prezydent Majchrowski: Olimpiada to bicz na rząd*. „Gazeta Wyborcza”, 1 kwietnia [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://krakow.gazeta.pl/krakow/1,44425,15720797,Prezydent_Majchrowski__Olimpiada_to_bicz_na_rzad.html⟩.

Leszczyński Adam (2012) *Zarabiający po 1600, łączcie się*. „Gazeta Wyborcza, Magazyn Świąteczny”, 1 września [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://wyborcza.pl/magazyn/1,128592,12385534,Zarabiajacy_po_1600__laczcie_sie.html⟩.

Małopolskaonline.pl (2013) *Sejm RP poparł ideę organizacji w Krakowie Zimowych Igrzysk Olimpijskich* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://www.malopolskaonline.pl/aktualnosci,Sejm_RP_poparl_idee_organizacji_w_Krakowie_Zimowych_Igrzysk_Olimpijskich-4649.html⟩.

Matheson Victor A., Baade Robert A. (2004) *Mega-Sporting Events on Developing Nations: Playing the Way to Prosperity?* „The South African Journal of Economics”, vol. 72, s. 1085–1096.

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (2012) *Chopin ciekawszy niż Euro 2012?* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://www.mkidn.gov.pl/pages/posts/chopin-ciekawszy-niz-euro-2012-3193.php>⟩.

Ministerstwo Sportu i Turystyki (2012) *The Polish Effect – The Success of Euro 2012 Beyond Expectations* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://en.msport.gov.pl/article/the-polish-effect-the-success-of-euro-2012-beyond-expectations>⟩.

Muñoz Francesc (2006) *Olympic Urbanism and Olympic Villages: Planning Strategies in Olympic Host Cities, London 1908 to London 2012*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 175–187.

Najwyższa Izba Kontroli (2012) *NIK o zakupie LRAD w Policji* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://www.nik.gov.pl/aktualnosci/nik-o-zakupie-lrad-w-policji.html>⟩.

Olszewski Michał (2014) *Zimowe Igrzyska w Krakowie. Jak Kraków oszukuje MKOL*. „Gazeta Wyborcza”, 24 marca [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://wyborcza.pl/1,75400,15677004,Zimowe_igrzyska_w_krakowie__Jak_krakow_oszukuje_mkol.html⟩.

Orliński Wojciech (2014) *Nie przenoście Soczi do Krakowa. Wołanie podatnika*. „Gazeta Wyborcza”, 22 maja [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://wyborcza.pl/duzyformat/1,137939,16001055,Nie_przenoscie_Soczi_do_Krakowa__czyli_wolanie_podatnika.html⟩.

Osowski Jarosław (2013) *Kolejka na Okęcie ma już rok. Zmarnowano miliony złotych*. „Gazeta Wyborcza”, 4 czerwca [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34862,14031636,Kolejka_na_Okecie_ma_juz_rok__Zmarnowano_miliony_zlotych.html#BoxSlotI3img⟩.

Palmer Catherine (2013) *Global Sport Policy*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage.

Panek Dominik (2014) *Piłkarska mafia* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: ⟨<http://pilkarskamafia.blogspot.com/>⟩.

Piłat Bartosz (2012) *Olimpiada zimowa 2022: Kraków – Zakopane – Słowacja*. „Gazeta Wyborcza”, 20 października [dostęp

12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <http://krakow.gazeta.pl/krakow/1,44425,12707904,Olimpiada_zimowa_2022__Krakow_Zakopane_Slowacja.html>.

Piłat Bartosz (2014) *Majchrowski: Na kłopoty igrzyska*. „Gazeta Wyborcza”, 8 kwietnia [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <http://wyborcza.pl/politykaekstra/1,137738,15765619,Majchrowski__Na_kłopoty_igrzyska.html>.

Pluciński Przemysław (2013) *Miejskie (r)ewolucje. Radykalizm retoryki a praktyka reformy*. „Praktyka Teoretyczna”, t. 3, nr 9, s. 133–157.

Pluciński Przemysław (2014) *O roszczeniach pozaparlamentarnej (post?) polityki. Przypadek miejskich ruchów społecznych w Polsce*. „Władza Sądzenia”, nr 3, s. 67–78.

Polskie Radio (2012a) *Rozmowa z prof. Markiem Belką*. 19 czerwca [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.polskieradio.pl/13/53/Artykul/628967,Rozmowa-z-prof-Markiem-Belka>>.

Polskie Radio (2012b) *TVP straci na Euro „dziesiątki” milionów złotych*. 22 czerwca [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.polskieradio.pl/9/299/Artykul/631179,TVP-straci-na-Euro-dziesiatki-mln-zl>>.

Polskie Radio (2014) *Jagna Marczulajtis rezygnuje. Tusk: współczuje jej* 12 kwietnia [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1098634,Jagna-Marczulajtis-rezygnuje-Tusk-wspolczuje-jej>>.

Roche Maurice (2000) *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global*. London: Routledge.

Rogal Agnieszka, Borusiewicz Konrad (2012) *W ostatniej chwili skreślony w listy wolontariuszy*. „Gazeta.pl”, 11 maja [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,11700496,W_ostatniej_chwili_zostal_skreslony_z_listy_wolontariuszy_.html>.

Rojek Chris (2014) *Global Event Management: A Critique*. „Leisure Studies”, vol. 33, no.1, s. 32–47.

Salamon Patryk (2014) *Prowokacja LoveKraków.pl: Komitet konkursowy ZIO to siedlisko patologii*. 9 kwietnia [dostęp 12 stycznia

2015 r.]. Dostępny w Internecie: <http://lovekrakow.pl/aktualnosci/prowokacja-lovekrakowpl-komitet-konkursowy-zio-siedlisko-patologii_5528.html>.

Sánchez Fernanda, Broudehoux Anna-Marie (2013) *Mega-Events and Urban Regeneration in Rio de Janeiro: Planning in a State of Emergency*. „International Journal of Urban Sustainable Development”, vol. 5, no. 2, s. 132–153.

Schausteck de Almeida Barbara, Marchi Júnior Wanderley (2013) *The Brazilian Media and the Selection of Rio de Janeiro to Host the 2016 Olympic and Paralympic Games*. „Przegląd Socjologiczny”, t. 62, nr 3, s. 71–84.

Sejm.gov.pl (2007) *Głosowanie nr 103 – posiedzenie 47* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://orka.sejm.gov.pl/SQL.nsf/glosowania?OpenAgent&5&47&103>>.

Sejm.gov.pl (2013) *Głosowanie nr 38 – posiedzenie 39* [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.sejm.gov.pl/sejm7.nsf/agent.xsp?symbol=glosowania&nrkadencji=7&nrglosowania=38>>.

Siegfried John, Zimbalist Andrew (2006) *The Economic Impact of Sports Facilities, Teams, and Mega-Events*. „The Australian Economic Review”, vol. 39, no. 4, s. 420–427.

Skwirowski Piotr (2012) *Euro dało kopa polskiej gospodarce*. „Gazeta Wyborcza” [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,12901248,Euro_2012_dalo_kopa_polskiej_gospodarce__Kopa_w_gore.html>.

Słodkowska Inka, Dołbakowska Magdalena, red. (2011) *Wybory 2007. Partie i ich programy*. Warszawa: ISP PAN.

Słodkowska Inka, Dołbakowska Magdalena, red. (2013) *Wybory 2011. Partie i ich programy*. Warszawa: ISP PAN.

Sztumski Janusz (2007) *Elity, ich miejsce i rola w społeczeństwie*. Katowice: Wydawnictwo Śląsk.

Szymielewicz Katarzyna (2012) *Panoptykon o Euro 2012: „Bezpieczeństwo to świetny wytrych”*. „Dziennik Opinii Krytyki Politycznej”, 5 lipca [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.krytykapolityczna.pl/Serwissportowy/>

PanoptykonoEuro2012-Bezpieczenstwo-toswietnywytrych/menuid-308.html>.

Tallaksen Simen (2014) *Seks av ti sier nei til OL*. „Klassekampen”, 7 kwietnia [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.klassekampen.no/article/20140407/ARTICLE/140409971>>.

Tekst exposé premiera Donalda Tuska (2007) „Rzeczpospolita”, 23 listopada [dostęp 12 stycznia 2015 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.rp.pl/arttykul/71439.html?print=tak&p=0>>.

Tetlak Katarzyna (2012) *The Tax Regime for UEFA EURO 2012*. „Global Sports Law and Taxation Reports”, vol. 3, no. 1, s. 8–11.

Whitson David, Horne John (2006) *Underestimated Costs and Overestimated Benefits? Comparing the Outcomes of Sports Mega-Events in Canada and Japan*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 71–89.

Włoch Renata (2012) *UEFA as a New Agent of Global Governance: A Case Study of Relations Between UEFA and the Polish Government Against the Background of the UEFA EURO 2012*. „Journal of Sport and Social Issues”, vol. 37, s. 297–311.

Woźniak Wojciech (2013a) *Polish Football Under Transition: Catch-Up Modernization Gone Wrong* [w:] Deirdre Hynes, Annabel Kiernan, eds., *Football and Its Communities*. Oxford: Interdisciplinary Press, s. 117–128.

Woźniak Wojciech (2013b) *Sport Mega Events and the Need for Critical Sociological Research. The Case of Euro 2012*. „Przegląd Socjologiczny”, t. 62, nr 3, s. 31–50.

Xu Xin (2006) *Modernizing China in the Olympic Spotlight: China's National Identity and the 2008 Beijing Olympiad*. „Sociological Review”, vol. 54, no. s2, s. 90–107.

Cytowanie

Woźniak Wojciech (2015) *Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 60–83 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Euro 2012 and Cracow 2022. Polish Political Elites Towards the Sport Mega Events

Abstract: The paper undertakes the topic of sport mega events, which are the most spectacular manifestations of commercialization and neoliberalization of contemporary, globalized sport. The analysis approaches case studies of two political processes involving Polish political elites: hosting of the Euro 2012 and the initiative to organize Winter Olympic Games 2022 in Cracow, which was blocked by a popular vote of Cracow's citizens who took part in a referendum. The consequences of hosting Euro 2012 are analysed and the context of political consensus of all main political powers concerning the hosting of both events, as well as circumstances leading to the failure of the project Cracow 2022 are under study.

Keywords: Sport Mega Events, Euro 2012, Political Discourse, Winter Olympic Games 2022, Polish Political Elites

Rafał Chwedoruk
Uniwersytet Warszawski

Protesty kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku. Analiza ruchu społecznego

Abstrakt Tekst podejmuje problematykę protestów społecznych kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku, koncentrując się na zagadnieniu, czy te działania można uznać za działania ruchu społecznego. Protesty, skierowane przeciw właścicielom klubów sportowych, komercjalizacji sportu i potem przeciw polityce państwa, miały szeroki zasięg, a ich cele obejmowały problemy wolności obywatelskich. Organizacja protestów osiągnęła wysoki poziom, jej istnienie poprzedzało początek protestu, miała też charakter sieciowy, komponowała czynnik formalny i nieformalny. Panika moralna w mediach wokół problemu przemocy stadionowej zdeterminowała tożsamość ruchu. Tworzyły ją imperatyw solidarności wewnętrznej, retoryka ofiary i samogloryfikacja ruchu. Protesty kibiców podległy procesom upolitycznienia, zwłaszcza gdy zbiegały się w czasie z kampaniami wyborczymi. Działania ruchu podczas protestów były niekonwencjonalne. Istotną rolę odegrały w nich happeningi, a także logika osobistego świadectwa. Ruchy kibicowskie musiały także przeciwstawić się próbom kreowania kontrruchów. Najważniejsze protesty kibiców zakończyły się ich sukcesami.

Słowa kluczowe ruch społeczny, protest, kibice, działanie społeczne, tożsamość, organizacja sieciowa

Rafał Chwedoruk, ur. 1969, politolog, dr hab., profesor Uniwersytetu Warszawskiego. Jego zainteresowania to myśl polityczna, ruchy społeczne, polityka historyczna. Ostatnią ważniejszą publikacją jest *Syndykalizm rewolucyjny. Antyliberalna rewolta XX wieku*, Warszawa 2013.

Adres kontaktowy:

Instytut Nauk Politycznych
Uniwersytet Warszawski
ul. Nowy Świat 67, 00-046 Warszawa
e-mail: chwedoruk@poczta.onet.pl

Pojęcie ruchu społecznego jest ze swej natury eklektyczne, trudne do uchwycenia w procesie badawczym, pełne kontekstów. Zjawiskiem skorelowanym z działaniem ruchów społecznych, czasami wręcz z nimi utożsamianym, są protesty społeczne. Ogólnie ujmując „protest jest specyficznym sposobem działania, po który ruchy sięgają najczęściej” (Foryś 2008: 16). Cechą charakterystyczną ruchów społecznych jest częste zaangażowanie w partykularne kwestie (Zirakzadeh 1997: 5). W XXI wieku *novum* wśród protestów społecznych stał się udział

zorganizowanych środowisk kibiców piłki nożnej. W historii futbol bywał miejscem wyrażania zbiorowej tożsamości, wiązał się z konfliktami społecznymi (Malz, Rohdewald, Wiederkehr 2007: 14)¹.

Obecnie można wręcz mówić o fali protestów z udziałem niezależnych od władz i od samych klubów sportowych formalnych i nieformalnych organizacji, skupiających kibiców klubów piłkarskich. Należy także podkreślić, że cele protestów i działania wielu z tych ruchów wykroczyły poza partykularne konteksty związane ze sportem zawodowym, dotyczyły tak fundamentalnych zagadnień, jak prawa obywatelskie. Kontekstem tych zjawisk jest problem bezpieczeństwa, gdyż w świadomości zbiorowej w wielu krajach kibice piłki nożnej stanowią uosobienie przemocy zbiorowej.

U źródeł nadzwyczajnej mobilizacji zorganizowanych środowisk sympatyków jednej z dyscyplin sportu znajdują się zjawiska związane z globalizacją, która przyniosła w świecie piłki nożnej daleko idące zmiany. Od lat dziewięćdziesiątych pogłębiły się procesy komercjalizacji sportu. Kluby sportowe przeistaczano z formuły stowarzyszeniowej w przedsiębiorstwa nastawione na zysk. Nastąpiła komercjalizacja symboliki klubowej i przestrzeni stadionowej. Ograniczono wpływ kibiców na funkcjonowanie klubów. Zwiększono swobodę w zatrudnianiu przez kluby zawodników z innych krajów, co kłóciło się z tożsamościową funkcją klubów sportowych. Obiekty sportowe zmieniane są w komercyjno-handlowe, gdzie mecz jest tylko

¹ Powstanie jednego z najpopularniejszych klubów piłkarskich Argentyny – Independiente Avellaneda było formą protestu społecznego pracowników przeciw pracodawcy (Kuhn 2011: 23).

jednym ze źródeł dochodów. Znaczące podwyżki cen biletów na imprezy odbywające się nowoczesnych obiektach eliminują ze stadionów najwerniejszych fanów, których miejsce zajmuje zamożna klasa średnia². Komercjalizacji piłki towarzyszyło zaostrzenie ustawodawstwa dotyczącego bezpieczeństwa imprez piłkarskich, prowadzące do daleko posuniętej kontroli kibiców na terenie stadionu, czasami też rygorystycznych procedur identyfikacji (Gońda 2013: 93–94). Rygor stadionowy służył nie tylko wzrostowi bezpieczeństwa, ale także wymuszeniu dostosowania się do nowych sposobów zachowania się widzów na stadionie, odbiegających od tradycyjnych wzorców (Antonowicz, Kosakowski, Szlendak 2011: 129). Model ten, zrodzony w Wielkiej Brytanii, został nazwany mianem *New Football Economy* (Spaaij 2006: 80–88; Kuhn 2011: 66–81). Jego wprowadzanie poza Anglią rozpoczęło się w XXI wieku. Naukową podbudową *New Football Economy* stały się teorie grupy badaczy z Uniwersytetu w Leicester. Stwierdzali oni, że świat przeżywa kolejną falę rozwoju cywilizacyjnego, która obejmuje także sport. Nowoczesne stadiony, wysoki poziom bezpieczeństwa, nowa, zamożniejsza publiczność, miały stanowić elementy postępu. Stadionowa przemoc została tu uznana za atawistyczną samoobronę klasy niższej, czy nawet podklasy, broniącej swego tradycyjnego stylu życia (Chlebowicz 2009: 56–57). Wprowadzanie tego modelu rozpoczęło się w Polsce w XXI wieku, promowane przez część właścicieli klubów i mediów. „W Polsce piłka nożna jest rozrywką co najwyżej dla klasy średniej. [...] Niemcom udało się zmienić strukturę kibiców i w Warszawie dążymy do tego

² O podwyżkach cen czytaj: Orłowski (2011: 43); Oleszek (2013: 28–29).

samego” – deklarował jeden z biznesmenów (Wejchert 2005: 11). Idea wymiany publiczności nabrała dynamiki w rezultacie budowy nowych obiektów sportowych przed EURO 2012.

Wiele państw Europy stało się miejscami różnorodnych protestów kibiców, skierowanych przeciwko konsekwencjom globalizacji futbolu – od sprzeciwu wobec represyjnych metod walki ze stadionową przemocą, po kontestację polityki prywatnych właścicieli klubów (Stanek, Ślaski 2005: 20–21; Lebiecki 2010: 14–22). W Polsce od około 2005 roku można mówić o stanie permanentnego napięcia, przeradzającego się w otwarte konflikty między zorganizowanymi, fanatycznymi kibicami a istotnym segmentem piłkarskiego biznesu (częścią prywatnych właścicieli klubów oraz klubowych działaczy), zaś od 2007 roku o analogicznej sytuacji między ruchem kibicowskim w skali ogólnokrajowej a państwem, co skutkowało otwartym konfliktem w 2011 roku.

Celem niniejszego tekstu jest weryfikacja tezy o protestach kibiców piłkarskich w XXI wieku w Polsce jako o przejawach ruchu społecznego. To pojęcie doczekało się licznych definicji, warto natomiast wskazać na relację pojęć ruchu i protestu społecznego. Protest społeczny to niekonwencjonalna metoda ingerencji w proces decyzyjny w państwie, stanowi główny sposób ekspresji ruchu, można go określić jako: „ukryty element definicyjny ruchu społecznego, związany z nim bardziej niż z jakimkolwiek innym aktorem zbiorowym” (Foryś 2008: 61–62).

Różnica między protestem a ruchem społecznym pozostaje w efekcie relatywna, wyraża się w stop-

niu formalizacji organizacji oraz w skali. Aplikacja teorii ruchów społecznych jest kwestią skomplikowaną, a główne teorie obarczone są różnymi słabościami, trudno byłoby mówić o *consensus omnium* co do teoretycznych podstaw badania ruchów społecznych. Odnośnie głównych nurtów można powiedzieć, że

cechuje je wiele różnic, łączy fragmentaryczność opisu, która powoduje, że na gruncie jednej wybranej koncepcji czy teorii w zasadzie nie można opisać ruchu społecznego na wszystkich poziomach i we wszystkich aspektach. Kolejne koncepcje ruchów społecznych pojawiały się w zasadzie „obok siebie”, wykorzystując coraz to inne teoretyczne inspiracje, analizując nowe pola zainteresowań czy wręcz powstając wokół sieci badaczy społecznych. Jeśli odnoszono się do dorobku poprzednich teoretyków, to tylko po to, by poddać je krytyce. (Nowosielski 2011: 19)

Ruchy społeczne z natury są zjawiskiem dynamicznym i zmiennym. W ostatnim ćwierćwieczu, a więc także już w XXI stuleciu, w zasadniczy sposób zmieniało się otoczenie społeczne ruchów. Dość należy do tego wewnętrzną zmienność ruchów. Tymczasem główne podejścia teoretyczne, takie jak „klasyczna” teoria zachowań zbiorowych, teoria mobilizacji zasobów, różne warianty koncepcji nowych ruchów społecznych, teoria procesu politycznego, kształtowały swoje podstawy w okresie, który można określić jako przedglobalizacyjny. Ogranicza to możliwości prostego odwołania się do głównych podejść teoretycznych. Sytuacja taka, zachowując wszelkie proporcje odnośnie znaczenia czy zasięgu ruchu, nie jest precedensem. Jeden z badaczy zwrócił uwagę na paradoksalność sytu-

acji badania ruchu „Solidarności” w Polsce. „Choć większość badaczy zdaje się być zgodna co do tego, że «Solidarność» była wielkim ruchem społecznym, w literaturze niewiele jest poświęconych jej analiz odwołujących się do współczesnych teorii ruchów społecznych” (Mielczarek 2012: 2). Nie było to niczym zaskakującym w kontekście tego, że wielki, polski ruch, powstał i rozwijał się w warunkach zupełnie odmiennych od doświadczenia ruchów w większości państw świata, w tym świata zachodniego. Badanie ruchu społecznego kibiców wymaga zatem szczególnej ostrożności przy próbie wpisania go w któryś spośród zadawnionych modeli teoretycznych. Istotnym uwarunkowaniem jest fenomen ciągłości ruchu kibiców. Zorganizowane grupy kibiców piłki nożnej, wyodrębniające się od większości widzów na meczach, prowadzące podczas meczów (i we własnym mieście, i podczas rozgrywek wyjazdowych) doping dla zawodników, organizujące także pozastadionową aktywność środowiska kibiców, zaczęły w Polsce powstawać od początku lat siedemdziesiątych (Zieliński 1997: 14). Można mówić zatem o ciągłości działania ruchu, trwałości organizacji, powtarzalności działań, ciągłości personalnej części uczestników ruchu na przestrzeni ponad czterdziestu lat. Mimo daleko idących przemian otoczenia społecznego, systemu politycznego, wzorców kulturowych, ruch kibicowski przetrwał, a nawet poszerzył krąg uczestników. Działanie ruchu w tak bardzo zmieniających się warunkach dodatkowo utrudnia perspektywę monistycznego podejścia do teorii ruchów społecznych.

Autor odwołał się do *answers improving*, orientacji na pytanie, alternatywnej dla wywodów na temat

wyższości jednej teorii nad drugą. „Lepiej zamiast próbować dyskredytować czy windykować «teorie», próbować konstruować bardziej zrozumiałą, trafną i skuteczniejszą odpowiedź na pytanie” (Lofland 1993: 38 [tłum. własne]). Ciekawą perspektywę przedstawił Adam Mielczarek, stwierdzający, że „do opisu owej zmiennej dynamiki ruchu zastosować należy podejścia, które w teorii ruchów społecznych często traktowane były jako konkurencyjne” (Mielczarek 2012: 1). Pojawiło się tu pojęcie „syntezy teoretycznych podejść” (Mielczarek 2012: 8). Skoro istnieje wiele definicji i teorii odnoszących się do ruchu społecznego, to znaczy, że istnieją wspólne elementy, bez których nie mogłaby powstać żadna definicja i teoria. „Można bowiem uznać, że cała problematyka ruchów społecznych może zostać przedstawiona jako pewna względnie zamknięta lista pytań czy problemów” (Nowosielski 2011: 21). Niektórzy badacze konstatowali tendencję łączenia różnych teorii, poszukiwania spójnej całości (Łuczewski 2011: 55), czy też konsensualnej definicji ruchów społecznych (Saunders 2013: 22). Autor w głównym stopniu kierował się pracą autorstwa duetu Della Porta i Diani (2009) jako zarysowującą stosowane w tekście pojęcie ruchu społecznego.

W procesie badawczym uwagę autora zwróciło to, że liczni krytycy polskich kibiców, wpisują ten ruch, w większości przypadków nieświadomie, w ramy teorii zachowań zbiorowych. Tymczasem „ekstremalne podejście postrzega protest ruchu społecznego jako polityczną i (lub) psychologiczną dewiację” (Saunders 2013: 22 [tłum. własne]). Warto zauważyć, że w latach dziewięćdziesiątych, pod wpływem dramatu rozpadu Jugosławii, odżyły negatywne

stereotypy dotyczące ruchów społecznych (Tarrow 1998: 4). Zdaniem autora klasyczne podejście do ruchów społecznych, kształtowane przede wszystkim przez amerykańskich badaczy w pierwszych dekadach po II wojnie światowej (Garner 1996: 5, 7–11), nie jest adekwatne do doświadczenia ruchów kibicowskich w funkcji podmiotu protestu społecznego. Dużo większe znaczenie ma za to, zdobywające sobie coraz większą akceptację badaczy, analizowanie ruchu w kategoriach sieci³. Organizacja ruchów kibicowskich w Polsce przybierała charakter sieciowy, tak wewnątrz lokalnych środowisk, jak i w skali całego kraju.

Warto w tym miejscu nawiązać do początków socjologii ruchów społecznych w Polsce, związanych z badaniem innowacyjności społecznej środowisk kryminogennych (Kuczyński 1994: 162–164). Badacz ruchu społecznego zajmuje się wszak zjawiskami, które są „inne”, zwracają się przeciw temu, co jest. „Socjologia ruchów społecznych, po pierwsze, zajmuje się tym, co jest alternatywne wobec zastanego porządku społecznego i (lub) ładu kulturowego. Ale to nie wszystko, bowiem – po drodze – sama pełni rolę kontestatora w obrębie akademickiego modelu wiedzy socjologicznej” (Kuczyński 2002: 10).

Badanie środowisk kibiców piłkarskich jest skomplikowanym działaniem. Kompendium metod i technik badania dobrze charakteryzuje praca holenderskiego badacza tej problematyki, Ramóna Spaaija, który wymienił wywiad, obserwację

³ Do badania protestów kibiców Liverpoolu taki model zastosował Peter Millward (2012).

uczestnicząca, analizę treści zinów (czyli bezdebitowych pism, wydawanych przez samych kibiców), eksplorację oficjalnych dokumentów, badanie źródeł w postaci prasy, materiałów internetowych, zdjęć (2006: 66–70). Przy powstawaniu niniejszej pracy znalazły zastosowanie analiza treści, analiza sieciowa i obserwacja uczestnicząca. Podstawę bibliografii stanowiły prasa, wydawnictwa debitowe i bezdebitowe, dokumenty, różnorodne źródła internetowe.

Sam ruch kibicowski dopracował się własnego rynku medialnego w postaci czasopism, stron internetowych, a nawet książek (najczęściej o charakterze wspomnieniowym). Obfitość materiału i wielofunkcyjność kibicowskich publikacji (od treści informacyjnych, przez komentujące i agitacyjne) wymagała dokonania selekcji. Większość treści tych publikacji nie dotyczyła bezpośrednio protestów. W perspektywie analizy protestów, aktywność medialną kibiców można podzielić na trzy zbiory. Do pierwszego należą wydawnictwa traktujące ogólnie o ruchu kibicowskim, relacjonujące jego aktywność, stanowiące też najistotniejsze forum dyskusji wewnętrznej ruchu. Kluczową rolę w tej materii odgrywa do chwili obecnej miesięcznik „To My Kibice”, bogaty tak w informacje, jak i komentarze. Treści w nim przedstawiane, przekazywane za pomocą środowiskowego żargonu, są wyraźnie adresowane do wewnątrz środowiska, stąd stanowią niezwykle istotne kompendium wiedzy o podmiocie ruchu, w tym także odnośnie akcji protestacyjnych. Podobny charakter mają niektóre fora internetowe (zwłaszcza strona Kibice.net), równoległe pełnią one jednakże funkcję jednego z forów międzyklubowych konfliktów. W

skali poszczególnych klubów funkcjonowały też oficjalnie wydawane periodyki sygnowane, bądź wspierane przez środowisko kibiców, z których największy zasięg miał przez kilka lat stołeczny tygodnik „Nasza Legia”. Wszystkie wyżej wymienione wydawnictwa pokazywały funkcjonowanie ruchu kibicowskiego od wewnątrz. Drugim istotnym, generowanym przez kibiców źródłem, są okazyjne wydawnictwa związane bezpośrednio z protestami. Można tu wymienić strony internetowe tworzone na okoliczność protestów (tudzież specjalne dodatki do innych, ogólniejszych w tematyce stron) oraz druki bezdebitowe i popularne ziny. Miały one w większości przypadków charakter agitacyjny, adresowano je zarówno do wewnątrz ruchu, jak też do jego bezpośredniego otoczenia – niepoczuwających się do przynależności do ruchu kibicowskiego pozostałych widzów meczów piłkarskich. Trzecią grupę stanowią wypowiedzi fanów w „niekibicowskich” mediach, kierowane zatem do szeroko pojętej opinii publicznej.

Należy także pamiętać o potrzebie ograniczonego zaufania do treści generowanych przez instytucje państwowe na temat ruchów społecznych (Zirakzadeh 1997: 21). Znaczna część pojęć związanych z kibicami, zwłaszcza dotycząca problemu przemocy zbiorowej, pozostaje wytworem mediów i polityków, a nie naukowców (Spaaij 2006: 11). Konieczne jest zasygnalizowanie głównego polskiego problemu, stojącego przed badaczami ruchów kibicowskich. Powszechną konstatacją przedstawicieli mediów oraz policji jest uznanie hermetyczności ruchów kibicowskich (Pietraszewski, Szadkowski 2011: 5; Pytlakowski 2011a: 14). Związana z tym pozostaje wielokrotnie otwarcie manifestowana nieuf-

ność kibiców wobec mediów, oskarżanych o stronniczość i manipulowanie informacjami (L. 2002: 30; NoName88 2005: 14–15; Wąsowicz 2007: 15). Standardem są odmowy kontaktów z mediami. Zdarzały się nawet przypadki fizycznej agresji wobec przedstawicieli mediów (Koz 2011: 4). Symboliczne niemal były tutaj akty agresji wobec reżysera jednego z filmów poświęconych tematyce kibiców (JasiuP 2004: 43; Latkowski 2004: 15). Istotnym punktem zwrotnym w narastaniu wrogości wobec świata mediów i w ogóle oficjalnych instytucji była sytuacja po śmierci nastoletniego słupskiego kibica koszykówki w 1998 roku. Środowiska kibiców z oburzeniem przyjęły sposób relacjonowania wydarzeń w mediach (Dudała 2004: 132–135)⁴. O skali nieufności kibiców wobec świata zewnętrznego świadczy anonimowość wielu tekstów, również w oficjalnych, powszechnie dostępnych czasopismach kibicowskich⁵. Dlatego zdaniem autora niemal niemożliwe są badania przy pomocy przy pomocy ankiet, czy pogłębionych wywiadów, zwłaszcza z aktywistami ruchu, szczególnie po zaistnieniu stanu otwartej konfrontacji kibiców z aparatem władzy państwowej. Należy do tego dodać, skądinąd idealnie korespondujący ze specyfiką ruchów społecznych, kult spontanicznych zachowań w środowisku kibiców (*Against modern ultras!* 2012: 5). To wszystko dalece ogranicza penetrację badawczą środowisk kibicowskich. Obserwacja uczestnicząca nie daje badaczowi możliwości penetracji procesów decyzyjnych w elicie ruchu czy kierownictwie protestu.

⁴ Na temat wydarzeń w Słupsku z perspektywy kibicowskiej warto wskazać następujące teksty: „Czas na fikcję», czyli film o zabójcy Przemka” (2003: 6); Słupsk’98 (2004: 22–24).

⁵ Przy cytowaniu takich tekstów, jeśli nie było nawet pseudonimu autora, w przypisie zostaną wymienione pierwsze słowa tytułu tekstu.

Główne protesty kibiców w Polsce w XXI wieku

Biorąc pod uwagę kontekst ruchu społecznego, protesty kibiców w XXI wieku można podzielić na trzy grupy. Pierwsza to protesty niemające szerszych korelacji z otoczeniem społecznym, zamykające się w zbiorze klub–kibice, niestawiające żadnych celów poza partykularnymi, związanymi choćby z grą piłkarzy. Drugą z nich stanowią protesty z ograniczonymi celami, ale pośrednio odnoszące się do niepartykularnych kwestii, takich jak swobody obywatelskie (przykładowo, gdy kibice protestują przeciwko mechanizmowi nakładania przez kluby zakazów stadionowych, albo krytykują działania policji), czy funkcjonowanie społeczeństwa obywatelskiego (jak choćby w kontekście wpływu na zarządzanie klubem czy publicznych inwestycji w sport). Takie protesty wywołują reakcje otoczenia, w tym podmiotów niebędących *ex definitione* nastawionymi na kwestie sportowe. Działania fanów docierają do opinii publicznej i doprowadzają do zaangażowania się polityków czy znanych osób życia publicznego, choć nie są adresowane wprost do instytucji publicznych. Mają jednak szerszy aniżeli czysto sytuacyjny kontekst. Trzecią grupę stanowią protesty kibiców wymierzone w polityków, instytucje publiczne czy co najmniej powodujące bezpośrednio zaangażowanie się instytucji publicznych w spór.

Spośród dziesiątek różnorodnych protestów kibiców w Polsce w XXI wieku podstawą dla niniejszego tekstu były tylko takie, które mieściły się w dwu ostatnich grupach. W polskich realiach XXI wieku najważniejszymi protestami, niepozostawiającymi

wątpliwości co do takiej kwalifikacji, były protesty kibiców klubu Zawisza Bydgoszcz, pierwszy z lat 2006–2007 i drugi, obejmujący lata 2008–2010, protesty kibiców Legii Warszawa, pierwszy z 2005 roku i drugi – o rekordowo długim czasie trwania – od 2007 do 2010 roku, a także protest z 2011 roku, koordynowany przez Ogólnopolski Związek Stowarzyszeń Kibiców. Sytuacja w Bydgoszczy była szczególna ze względu na niemal permanentność protestów (w chwili obecnej trwa kolejny) oraz dlatego, że klub faktycznie został odbudowany przez samych kibiców. Protest warszawski spotkał się z olbrzymim zainteresowaniem opinii publicznej, był długotrwały, w sposób bezpośredni angażował tysiące kibiców, właścicieli klubu i polityków, protestujący sięgnęli po zróżnicowany repertuar akcji. Natomiast wydarzenia roku 2011 miały ogólnokrajowy charakter z udziałem władz państwowych i czołowych polityków.

Za początek protestów o wysokim stopniu organizacji i zarazem za prolog głównej fali kontestacji należy uznać rok 2004. Kilka tygodni po nabyciu klubu Legia Warszawa przez nowego właściciela dokonano drastycznych podwyżek cen biletów, co od razu spotkało się z protestami zorganizowanych grup fanów, którzy przerwali mecz sparingowy w Siedlcach (*I Liga, 3 kolejka* 2004: 7; Kucza 2004: 13; Piątek 2004: 8). W listopadzie rozpoczął się pierwszy strajk kibiców w Polsce. Fani Legii nie wchodzili na mecze na własnym stadionie, za to podczas ich trwania, zbierali się w okolicach stadionu, gdzie zachowywali się tak jakby byli na stadionie i dodatkowo wykpiwali władze klubu (J., Adam Krasowicz 2005: 15). Frekwencja na stadionie spadła kilkukrotnie, większość mniej za-

angażowanych zrezygnowała z obecności na meczach, tym niemniej doszło do pojedynczych prób zastraszania osób chcących wejść na mecze. Protest objął kilka meczów w Warszawie, a stołeczni fani spotkali się z oznakami solidarności ze strony nawet tradycyjnie wrogich im kibiców innych klubów (Ignasiewicz 2005: 15). Protest zakończył się realizacją wszystkich kibicowskich postulatów. Zawarto formalne porozumienie klub–stowarzyszenie fanów (*Jest porozumienie!* 2005: 10–11).

Główny protest w Warszawie przypadł na lata 2007–2010. Latem 2007 roku podczas pucharowego meczu Legii w Wilnie doszło do zamieszek na stadionie, w wyniku czego mecz został przerwany, a klub dotknęły poważne kary ze strony federacji europejskiej. W rezultacie władze Legii zerwały współpracę ze stowarzyszeniem, postawiły szereg warunków jej wznowienia, zakazały fanom wyjazdów na mecze do innych miast. Kibice odpowiedzieli odmową dopingowania drużyny w Warszawie. Rozpoczęli też wyjazdy na mecze, zasiadając w na sektorach gospodarzy dzięki wsparciu miejscowych fanów. Po kilkuletnich wzajemnych retorsjach, w obliczu otwarcia nowego, dużego w polskich realiach stadionu, spór zakończono kolejnym porozumieniem i realizacją wszystkich postulatów fanów (*Stowarzyszenie o proteście kibiców* 2007; *Klub opublikował teksty porozumień z SKLW* 2010).

Konflikty bydgoskie dotyczyły klubu, który znajdował się w zupełnie innej sytuacji niż Legia. Zawisza pogrążony był od połowy lat dziewięćdziesiątych w poważnym kryzysie, grał w niskich klasach rozgrywkowych. Na początku 2006 roku władze miasta i klubu (sekcja piłkarska była

faktycznie kontrolowana przez kibiców) rozpoczęły proces przenoszenia do Bydgoszczy klubu Kujawiak Włocławek, grającego dwie ligi wyżej niż Zawisza. Od rundy wiosennej klub miał grać w Bydgoszczy pod nazwą Zawisza jako Sportowa Spółka Akcyjna, dziedzicząc miejsce w lidze Kujawiaka, kontrolowanego przez znaną firmę giełdową. Kibice uznali połączenie klubów za sprzeczne z zasadami sportowej rywalizacji i skoncentrowali się na dopingowaniu czwartoligowego Zawiszy, działającego w formie stowarzyszenia. Zawisza SSA rozpoczął grę w II lidze pozbawiony wsparcia najzagorzalszych fanów. Rozpoczęły się wówczas szykany władz miejskich i krytyka mediów wobec kibiców i ich klubu, który usunięto z historycznych obiektów Zawiszy. Z pomocą fanom przyszli kibice innych klubów, solidarnie nieprzyjeżdżając na mecze Zawiszy SSA. Konflikt zakończył się spektakularnym triumfem kibiców. We wrześniu 2006 roku aresztowano pod zarzutem korupcji prezesa nowego klubu. Rozpoczął się proces upadku Zawiszy SSA, zwieńczony wycofaniem się z rozgrywek. Kibicowskie stowarzyszenie powróciło do dawnych obiektów i roli piłkarskiego klubu numer 1 w mieście. Wkrótce, w połowie 2008 roku, wybuchł kolejny konflikt z władzami miasta. Fani domagali się uwzględnienia w nazwie odnowionego stadionu słowa „Zawisza”. Po dwóch latach postulat fanów spełniono (*Nie upadłeś Zawiszo, kiedy byłeś na dole* 2013).

Ogólnopolski protest miał miejsce w 2011 roku. Środowisko kibiców zostało poddane daleko idącej dyskredytacji w części mediów, identyfikowanych przez kibiców jako prorządowe. Wiosną na stadionach podjęto pierwsze krytyki rządu (Kołodziejczyk

2011: A22; Markowicz 2011: A8). Rozegrany w Bydgoszczy finał Pucharu Polski między Legią a Lechem zakończył się fetowaniem sukcesu na płycie boiska przez kibiców oraz incydentalnymi aktami przemocy. Po wystąpieniu premiera rozpoczęto zatrzymanie kibiców podejrzanych o złamanie prawa po bydgoskim meczu, wojewodowie zamknęli zaś stadiony Legii i Lecha, podobne decyzje podjęto w innych miastach. Kibice Legii i Lecha podczas kolejki ligowej zorganizowali wielotysięczne manifestacje pod stadionami swoich klubów. 12 kwietnia Ogólnopolski Związek Stowarzyszeń Kibiców podjął formalną decyzję o rozpoczęciu protestu (Dąbrowska 2011: 32). Manifestacje stały się udziałem kibiców w całym kraju. Latem 2011 roku równolegle trwała kampania wyborcza. Aktywność kibiców spotkała się z zainteresowaniem mediów i polityków opozycji (Lisiewicz 2011a: 15). Fani podjęli wiele działań wymierzonych w wizerunek Prezesa Rady Ministrów, zakłócili jego wizyty w wielu miastach. Mimo doprowadzenia do spotkania premiera z OZSK protest nie zakończył się sukcesem. W kolejnych miesiącach utrzymywał się stan napięcia między władzami państwa a kibicami, można powiedzieć, że żadna ze stron nie osiągnęła swoich celów, władze nie wyrugowały zorganizowanych kibiców ze stadionów ani nie unicestwiły przemocy związanej ze stadionowym fanatyzmem, kibice zaś nie doprowadzili do złagodzenia postawy władz.

Organizacja protestów

Organizacja ruchów uczestniczących w protestach spełniała kryteria stawiane ruchom społecznym. Wśród najważniejszych cech należy wymienić

korelację czynnika formalnego i nieformalnego, aprioryczność organizacji względem protestu, jej ciągłość oraz sieciowość.

Najczęściej spotykanym modelem stratyfikacji kibiców jest podział na ultrasów, chuliganów i pozostałych sympatyków. Spośród tych trzech podgrup rekrutuje się baza członkowska wszelkich organizacji kibicowskich⁶.

Organizacja ruchów społecznych jest skomplikowana. W istocie funkcjonuje w obrębie ruchu wiele organizacji, często o różnych strategiach. Podczas protestu poszczególne mogą wykorzystywać to, w czym są najsprawniejsze (Della Porta, Diani 2009: 253). *Casus* kibiców w pełni potwierdza taką tezę. Stanowią oni konglomerat różnych organizacji i grup często przenikających się nawzajem. Przykładem może tu służyć Stowarzyszenie Kibiców Legii Warszawa (SKLW) (Woźniak 2008: 1).

Formalna organizacja w ruchu społecznym jest możliwa, ale nie jest konieczna. W ruchach kibicowskich, powstających od lat siedemdziesiątych w Polsce, dominowały organizacje nieformalne. Należy dodać, że w Polsce stowarzyszenia kibiców powstające w XXI wieku tworzone były na bazie nieformalnych organizacji, z reguły przez kibiców o długotrwałym doświadczeniu partycypacji w subkulturze. Stanowiły swoistą nadbudowę już istniejącego ruchu. Decyzje formalnych gremiów stanowiły z reguły pochodną wcześniejszych, nieformalnych ustaleń. Tak eksplikował kibicow-

⁶ O stratyfikacji uczestników meczów piłkarskich traktują na przykład teksty: *Ultras/Hooligans czy podział jest potrzebny* (2002: 46–47); Pałaszewski (2012: 59–63).

ską hierarchię ekspert do spraw bezpieczeństwa: „[l]iderzy tworzą starszyznę. Wybory i decyzje są wśród nich w miarę demokratyczne, ale przewagę i głos decydujący zyskują te grupy, które są silne, zdolne w razie czego do obrony barw nawet w walce wręcz” (Dziewulski 2011: XII).

Przełomem dla roli formalnych stowarzyszeń w protestach w Polsce były wydarzenia na Legii w 2005 roku, gdzie legalna organizacja stała się faktyczną reprezentacją protestujących. Wydarzenia w Warszawie spotkały się z olbrzymim zainteresowaniem i początkowo spontanicznymi aktami solidarności klubów z innych miast. W efekcie, w 2007 roku stowarzyszenia grupujące większość najliczniejszych grup kibicowskich z całej Polski formalnie powołały Ogólnopolski Związek Stowarzyszeń Kibiców. Stało się to przełomem w myśleniu fanów. „Z anarchią nikt się nie liczy, ze świadomą swoich praw, dobrze zorganizowaną zbiorowością, musi się liczyć każdy” – zauważał jeden z nich (L. 2007c: 54). Należy dodać, że i w tym przypadku formalizację poprzedziły doświadczenia nieformalnej współpracy ponad typowo kibicowskimi antagonizmami. Tu momentem przełomowym, gdy podjęto współdziałanie tradycyjnie wrogich sobie grup był rok 2004 i pomoc poznańskich fanów dla swoich warszawskich rywali w wejściu, wbrew decyzji wojewody, na mecz finałowy Pucharu Polski w Poznaniu (L. 2004: 11).

W badaniach nad ruchami społecznymi zwraca się uwagę na znaczenie apriorycznego względem protestu charakteru organizacji społecznej. Ruch często powstaje poprzez współdziałanie już istniejących organizacji (McAdam 2008: 27). Potwierdza

to przypadek protestów kibiców. Już w latach siedemdziesiątych powstał mechanizm współpracy fanatyków ponad antagonizmami. Przy klubach powstawały na poły formalne kluby kibica, w istocie skupiające najzagorzalszych fanów. W latach 1977–1981 organizowano nawet zjazdy ogólnopolskie (Que 2005: 14–15).

W ruchach społecznych większe prawdopodobieństwo zaangażowania się w protest dotyczy osób już kiedyś w nim uczestniczących (Della Porta, Diani 2009: 106). Wśród kibiców z Warszawy i Bydgoszczy można mówić o niemal permanentnych protestach w XXI wieku. W bydgoskim przypadku pionierskim był protest z 2001 roku, gdy kibice sprzeciwili się fuzji zespołu piłkarskiego z innym klubem (*Kolejna fuzja, tym razem bydgoska* 2001: 11). W Warszawie miało miejsce kilka epizodycznych akcji po 1989 roku. W 2001 roku doszło do kilkunastodniowego konfliktu z nowym prezesem klubu na tle cen biletów i zakazów stadionowych (*Jesteśmy zdesperowani* 2001: 19).

W ruchach społecznych ważna jest ich organizacyjna ciągłość, aktywność poza okresami protestów (Della Porta, Diani 2009: 276). Działalność środowisk kibicowskich ma permanentny charakter. Protesty stanowiły zatem tylko jedną z form aktywności, okresowo dominującą. W tym sensie działalność ruchów kibicowskich wpisuje się w model obecny w teorii *indigenous community*, gdy lokalne organizacje tworzą sieć przeistaczającą się w ruch społeczny; w miejscach spotkań uczestników wyłaniają się liderzy, tworzą się lokalne zaskrobki – poczucie solidarności, środki finansowe. Ruch społeczny wrasta w codzienną egzystencję.

Zwycięstwo lokalnej grupy w proteście staje się potem przykładem dla innych (Zirakzadeh 1997: 13–14).

Sieciowość stanowi wedle części badaczy rys charakterystyczny ruchów społecznych (Diani 2008: 191). Budowa sieci rekrutacyjnych ruchu odbywa się na bazie istniejących organizacji, tak poprzez ich współpracę, jak też współzawodnictwo. Najpierw ruch sięga po już obecnych w sieci, dopiero po tym poszukuje poza nią (Klandermans, Tarrow 2008: 73–74). Proces przeistaczania się ruchów kibicowskich w Polsce w sieć dokonywał się na przełomie wieków, czego wyrazem była zarówno ekspansja w tym środowisku nowoczesnych technologii, kreujących medialną sieć w postaci stron i portali kibicowskich (JasiuP 2005: 50–51), jak i instytucjonalizacja sieci poprzez stowarzyszenia. Sytuacja, gdy istnieją ustabilizowane sieci powiązań przed protestem (McAdam 2008: 26), miała miejsce wśród polskich kibiców. W przypadku fanów Legii od pierwszych lat XXI wieku istniała gazeta tygodniowa, trzy serwisy internetowe oraz stowarzyszenie. Ta ostatnia organizacja sama w sobie była siecią, w obrębie której działało momentami około 18 nieformalnych grup (Kołodziejczyk 2011: A22).

Organizacje ruchów kibicowskich wypełniają model gęstych sieci nieformalnych, o dużej skali wymiany zasobów, z permanentnymi negocjacjami dotyczącymi kierunków i sposobów działania, z zachowaniem autonomii poszczególnych uczestników⁷. Sieciowość kibicowska w Polsce ma podwójny charakter. Po pierwsze, kibice skupieni

wokół danego klubu tworzą sieć. Po drugie, protesty pokazały sieciowy model organizacji kibiców w skali całego kraju. Swoistym prologiem był krótkotrwały protest grup ultrasów w 2006 roku podczas meczów, skierowany przeciw zakazowi odpalania rac (*Ultraprotest.pl* 2006: 4). W tym sensie termin „sieć” zdaje się być adekwatnym do opisu organizacji ruchów kibicowskich. Wpisywały się one w model sieci zdecentralizowanych i zróżnicowanych wewnętrznie, zdolnych do stałej reorganizacji⁸. Dzięki temu ruch społeczny zdolny jest do stałego działania, a nie tylko do cyklicznych mobilizacji, co intensyfikuje protest (Novikova 2013: 113). Warto zarazem zauważyć, że w przypadku kibiców piłkarskich sieć nie spełniła funkcji przełamania strachu przed konfrontacją z władzą, co miało miejsce wśród ruchów alterglobalistycznych (Castells 2013: 210). Doświadczenie stadionowej przemocy, w polskich realiach osiągające ekstremum w latach dziewięćdziesiątych, już wcześniej uczyniło aktora ruchu zdolnym do przełamania strachu przed reakcją ze strony aparatu państwa. Sieć jest także miejscem autorefleksji ruchu (Castells 2013: 216), w przypadku kibiców niektóre czasopisma i fora internetowe wypełniały takie funkcje.

Od lat osiemdziesiątych istniała na Zachodzie transnarodowa sieć kibicowska (Spaaij 2006: 40). W 2003 roku ultrasi znanych, zachodnich klubów przygotowali *Ultramaniest* (L. 2003: 46). Doszło do animowania sieciowych relacji ogólnoeuropejskich. Oprócz tego kibice polskich klubów od lat utrzymywali bilateralne kontakty z kibicami za-

⁷ Czytaj o takim modelu: Della Porta, Diani (2009: 24).

⁸ Czytaj o takim modelu ruchu: Castells (2013: 212 i nast.).

granicznych drużyn (L. 2011: 31). Szczególnie dotyczyło to państw bliskich geograficznie Polsce. Dzięki temu, w 2011 roku wsparcie dla polskich fanów pozostających w sporze z premierem deklarowali kibice z innych państw (Lisiewicz 2011bb: 19; *Serbscy kibice polemizują z Donaldem Tuskiem* 2011).

Tożsamość ruchu

Ruch społeczny to coś więcej niż suma akcji zbiorowych w danej sprawie, musi on wytworzyć tożsamość zbiorową. Kryteria członkostwa w ruchu są bardzo relatywne, ważniejsze staje się zinternalizowanie wyznaczników tożsamości. Powinna ona przetrwać czas po zakończeniu protestu (Della Porta, Diani 2009: 25–27). Tożsamość ruchów protestu polskich kibiców została zdeterminowana przez kwestię stygmatów i represji podejmowanych wobec tego środowiska. Jej podstawą stało się przyjęcie przez fanów retoryki dyskryminacji, imperatywu bezwzględnej solidarności wewnętrznej oraz wytworzenie się postawy autogloryfikacji.

Generalnie w podejściu do ruchów społecznych przez długi czas dominowała tendencja traktowania udziału w ruchach jako naruszenia norm, a same protesty widziano jako antytezę demokratycznej polityki (Della Porta, Diani 2009: 132).

Komercjalizacja piłki i wzrost opresji względem kibiców w ramach walki z chuligaństwem skutkowały stygmatyzacją kibiców w mediach. Zjawiska takie miały miejsce ze szczególnym nasileniem podczas protestów, gdzie oponentom kibiców łatwo było przedstawiać działania fanów jako przedłużenie przemocy i łamania prawa. Czołowe

media pełne były niewyszukanych epitetów autorstwa dziennikarzy, działaczy sportowych czy polityków (np. Niesiołowski 2011: 18). Trwała była tendencja kryminalizacji wizerunku kibiców, przypisywanie im mafijnych powiązań (Walter 2007: 85; Pytlakowski 2011a: 63). W przypadku kibicowskich protestów stygmatyzacja miała podważyć możliwość dialogu z instytucjami publicznymi (Leniarski, Szadkowski, Żytnicki 2011: 39).

W przypadku serii bydgoskich protestów fani uznali się za ofiary prześladowań. Policja przesłuchiwała kilkaset osób. Liderzy kibiców, wedle ich relacji, mieli być inwigilowani przez służby państwowe i zastraszani (*Walka kibiców Zawiszy* 2006). Podczas protestów stołecznych kibiców permanentne były różne szykany ze strony klubu. Przełomem stały się wydarzenia z września 2008 roku, popularnie nazwane przez kibiców mianem „Akcji Widelca”. Ponad 700 fanów stołecznego klubu zostało zatrzymanych w centrum Warszawy, gdy udawali się w kierunku stadionu lokalnego rywala Legii, na mecz pucharowy. Wszystkim zatrzymanym przedstawiono zarzuty udziału w nielegalnym zbiegowisku. Absurdalność sytuacji, dostrzegana nawet przez niechętnie kibicom media (Blumsztajn 2010: 3), zradyzalizowała kibiców. Powszechne stało się wśród nich przeświadczenie o współdziałaniu zwalczającego fanów właściciela klubu oraz polityków (Karpiko 2008: 1)⁹.

Ustawa z 2009 roku, zaostrzająca rygory bezpieczeństwa imprez masowych, została uznana

⁹ Źródłem żargonowej nazwy było nagłośnienie w mediach przez władze faktu znalezienia przy zatrzymanych setkach kibiców... jednego widelca.

w środowisku kibicowskim za próbę usankcjonowania bezkarności podmiotów zwalczających kibiców (J. 2009: 58–59). Przed mistrzostwami EURO 2012 policja dokonała licznych zatrzymań osób podejrzewanych o udział w nieformalnych grupach chuligańskich. Pochodną ustawy oraz praktyki stosowania nowego prawa stało się uznanie przez ruch kibicowski państwa za niepraworządne („*Państwo prawa*” – III RP 2012: 4; Staruchowicz 2013: 48–50).

Włoscy kibice w analogicznej sytuacji przyjęli retorykę dyskryminacji (Testa 2009: 58). Tak samo stało się w Polsce podczas głównej fali protestów. Fani uznali się za ofiary działań mających uczynić z nich obywateli drugiej kategorii (Z. 2011: 42). Elementem obrony stało się wykorzystywanie legalnych metod. Kibice Legii skutecznie zainteresowali Rzecznika Praw Obywatelskich kwestiami samowoli klubowych działaczy, zabraniających kibicom zameldowanym w innych miastach wejścia na stadion (*Ujawnienie* 2007: 12). SKLW koordynowało po aresztowaniu siedmiuset kibiców składanie skarg na działania władz (Wróblewski 2008: 8). Wtedy też fani Legii nawiązali współpracę ze skupiającym weteranów opozycji lat osiemdziesiątych Stowarzyszeniem Wolnego Słowa (*Ograniczenie wolności podczas imprez sportowych i zgromadzeń publicznych* 2011).

Pojawiły się w proteście kwestie godnościowe. Kibice interpretowali swe działania jako walkę o elementarne prawa i dobre imię. Tak genezę powołania międzyklubowej organizacji wyjaśniał jej wiceprzewodniczący: „OZSK powstał z inicjatywy ludzi, którzy mają dość traktowania kibiców jako zła koniecznego [...]. Wszystkim kibicom należy

się szacunek i sprawiedliwe traktowanie” (Alchimowicz 2007: 14).

W opinii badacza kibicowskiej przestępczości już samo etykietowanie przez media wzmacniało tożsamość kibiców (Chlebowicz 2009: 59). Kibice zinternalizowali jako element własnej identyfikacji pejoratywnie naznaczone przez media słowo „kibol” (L. 2007a: 54–55; Maciek 2011a: 3).

Kibicowską odpowiedzią na stygmatyzację stała się tożsamość oparta na poczuciu krzywdy oraz na imperatywie solidarności wewnętrznej, co z kolei znalazło finał w uznaniu szczególnego statusu aksjologicznego ruchu kibicowskiego przez jego członków. Jeden z kibiców na pytanie, dlaczego jego środowisko nie odetnie się od aresztowanych fanów, oskarżonych o różne przestępstwa, stwierdził:

[m]y nie jesteśmy politykami i w ramach obrony wizerunku nie będziemy odsuwać się od osób, które znamy wiele lat i które zrobiły wiele dla środowiska kibicowskiego. Jeśli ktoś wybiera wizerunek, a nie kolegę, niech się trzyma z daleka od nas, bo my reprezentujemy inne wartości i zawsze tak będzie. (Żytnicki 2013: 14)

Poczucie niemal bezkompromisowej solidarności wewnętrznej stało się kluczowym elementem funkcjonowania ruchu kibicowskiego. Jak diagnozował doświadczony funkcjonariusz policji: „[s]iłowe rozwiązania nic nie dadzą. Bo nawet jeśli udaloby się zastraszyć, czy po prostu wyrzucić pewne grupy kibiców ze stadionu, pozostali wśród fanatyków ujmą się za nimi. Oni są jak plemię, nawet nazywają się braćmi” (Dziewulski 2011 2011: XII).

W ruchu społecznym, aby zwiększyć solidarność wewnętrzną, potrzebne stają się „ugruntowane struktury bodźców solidarności”, mozaika nagród stymulujących do działania (McAdam 2008: 27). W przypadku protestu kibiców Legii z lat 2007–2010 takim elementem stały się wyjazdy na mecze w innych miastach, w sytuacji utrzymywania zakazu nałożonego przez klub. Fani Legii otrzymywali bilety od kibiców gospodarzy i zasiadali na wspólnych z nimi sektorach¹⁰. Udział w takich eskapadach brali tylko zaufani, gwarantujący, że nie naruszą swobodnego rozegrania z fanami gospodarzy. Partycypacja w relatywnie niewielkim gronie (liczonym w setki osób) była formą wyrażania zaufania i bodźcem aktywizacji na przyszłość.

Istotnym elementem strategii bycia ofiarą jest logika osobistego świadectwa, mająca pokazać zdolność do poświęceń w imię wartości ruchu, ponoszenia osobistego ryzyka jako ceny (Della Porta, Diani 2009: 195). Liderzy kibicowscy nie ukrywali swoich problemów z prawem. Powszechnie znani kibice, zatrzymywani z różnych tytułów przez policję, stawali się symbolami (Ryciak 2011: 24; Olkiewicz 2012a: 54). Elementem osobistego świadectwa były też działania zbiorowe. Gdy zakazywano fanom podróży na mecze wyjazdowe, to i tak jechały ich, nawet jeśli nie było szans wejścia na stadion.

Tożsamość ruchu społecznego jest umacniania przez modele zachowań utwierdzających uczestników w ich wyjątkowości na tle przeciwników i reszty społeczeństwa (Della Porta, Diani 2009:

¹⁰ O przykładach takich wyjazdów czytaj: Bińczyk, Walczak (2007: 28); *Trzy do zera* (2007: 14–15).

119). Potwierdza to *casus* kibiców. Retoryka dyskryminacji przeistoczyła się w Polsce w retorykę autogloryfikacji. Fanatyczni kibice uznali się za wyjątkowych spośród wszystkich sympatyków futbolu, za jedynych, którzy autentycznie są zainteresowani losem klubów i poczuwają się do bezinteresownej współodpowiedzialności. Nie godzą się na biernie przyjmowany przez większość skrajnie komercyjny model sportu (Dudała 2012: 26). „Kibiców nie da się kupić za pieniądze, gdyż nie obce są im wartości, które kryją się pod pojęciem HONOR [pisownia oryginalna]” (*Apel do wszystkich kibiców* 2006).

Drugi poziom autogloryfikacji dotyczył całego społeczeństwa. Jak mówił najbardziej znany w Polsce stadionowy fanatyk: „[o]tacza nas plastikowa rzeczywistość, a kibice to jedyny element społeczeństwa, który jest autentyczny, zdrowy, kieruje się jasnymi, sztywnymi zasadami, których nie nagina się w zależności od okoliczności. Jesteśmy niezależni, nieugięci, walczymy o swoje” (Staruchowicz 2011: 26).

Podobne zjawisko wystąpiło także we Włoszech (Testa 2009: 58). Charakterystycznym elementem godnościowym stała się wśród kibiców dbałość o właściwe zachowanie, choćby podczas uczestnictwa w państwowych świętach (przykładowo: 1.08.2012 – *legioniści Powstańcom Warszawskim!!!* 2012: 4). Czynnikiem stanowiącym podstawę narastania poczucia wyższości była aktywność kibiców związana ze współpracą i działaniami charytatywnymi ukierunkowanymi na domy dziecka czy kombatantów, które to akcje, zdaniem kibiców, były świadomie pomijane przez stroniczne media

(*Tylko prawda jest ciekawa?* 2011: 3). Kilka miesięcy po największym ogólnopolskim proteście kibiców doszło do ulicznych manifestacji młodzieży przeciw komercjalizacji Internetu. Uczestniczyły w nich także środowiska kibicowskie, a jeden z kibiców-felietonistów uznał przy tej okazji, że młodzi protestujący dopiero teraz odkryli *à propos* rządzących to, co piłkarscy fani wiedzieli od dawna (Olkiewicz 2012b: 19).

Cele protestu i jego polityzacja

Działania ruchów społecznych wskazują cele ujęte w kategoriach społecznych (Della Porta, Diani 2009: 24). Nie ulega wątpliwości, iż cele deklarowane podczas części kibicowskich protestów wykraczały dalece poza kontekst sportu i kultury fizycznej, w wielu przypadkach dotyczyły tematyki politycznej, choćby podziału pieniędzy z budżetów samorządowych, działalności władz państwowych. Znamienne dla najważniejszych kibicowskich protestów w Polsce było korelowanie celów partykularnych, dotyczących głównie relacji klub–kibice, z szerszym horyzontem. Przykładami takich haseł podczas najważniejszych protestów były kwestie zbyt wysokich cen biletów (*Legia jako klub znalazła się po 6 latach rządów ITI na dnie* 2010), pozostawienia tradycyjnego herbu klubu przez właściciela, dążącego do zmiany na nowoczesny logotyp (Dybałski 2010: 24). W Bydgoszczy najważniejszy protest koncentrował się wokół idei przestrzegania zasad sportowej rywalizacji i niekupowania ligowego awansu poprzez fuzję klubów. Takie cele, choć dotyczące problematyki sportu, miały zarazem charakter sprzeciwu wobec komercjalizacji, oznaczały uznanie się przez kibiców za podmiot uprawnio-

ny do wpływania na zarządzanie klubem, a także do obrony uboższych kibiców, w tym nieletnich fanów. Taki eklektyzm ułatwiał utożsamianie się uczestnikom z celami. Modelowy w kontekście takiej dychotomii i balansowania między kwestiami sportu a wolności obywatelskich był protest fanów z Legii, rozpoczęty w 2007 roku, w którym, krytykując regulamin imprez masowych na stadionie Legii, wskazywano na jego niezgodność z zasadami praworządności, władzom klubu obok szkolenia kibiców zarzucono stosowanie zasad odpowiedzialności zbiorowej, wskazywano na groźbę ustanowienia cenzury przez kierujących klubem (*O co chodzi kibicom?* 2007: 7). W proteście ogólnokrajowym w 2011 roku dominowały już hasła obywatelskie, domagające się prawa do komentowania rzeczywistości społecznej na stadionach poprzez transparenty i hasła (*OZSK: protestujemy!* 2011: 2; *OZSK do KGP* 2011: 2). Równolegle protestujący agitowali za zmianą ustawodawstwa dotyczącego imprez masowych.

Protesty dowiodły zdolności do zaangażowania się w działania polityczne fanów sportu i zarazem wykazały ograniczony charakter ich polityzacji. Ruchy kibicowskie w Polsce po 1989 roku nie deklarowały politycznych sympatii. Mimo obecności wśród kibiców bardzo licznej w ostatniej dekadzie XX wieku i epatującej ultraprawicowością subkultury skinheadów, polscy fani nie wiązali się z głównymi nurtami politycznymi¹¹. Symbolicznym i spektakularnym potwierdzeniem tego stało się publiczne zwymyślenie jednego z wicepremierów na stadionie Legii w 1993 roku (Zieliński 1997:

¹¹ Potwierdza to ankieta z 2002 w jednym z kibicowskich czasopism: *Za i przeciw: polityka na stadionach* (2002: 22–23).

114). Odnośnie wielkiego konfliktu w 2011 roku, jego czołowi kibicowscy animatorzy przyznawali, że to zewnętrzna ingerencja, a nie immanentne czynniki ruchu, upolityczniła protest (Markowicz 2011: A8; Wiśniewski 2011a: 26; też: Pytlakowski 2011b: 28). Jako strukturalny czynnik sprzyjający sympatiom prawicowym w protestach wymienić można zjawisko, nazwane przez Karla Mannheim mianem instynktownego tradycjonalizmu, gdzie przywiązanie do dawnych form życia nie musi iść w parze z prawicowo-konserwatywną ideologią, a stanowi po prostu reakcję na próby niepożądanych zmian (1986: 33–34). Wśród najzagorzalszych kibiców, także w Polsce, wyraźnie zaznaczyła się tęsknota za dawnym modelem piłki nożnej (Przytomny 2011a: 42; Z. 2012: 47).

W protestach współczesnych ruchów społecznych zwraca się uwagę, że usiłują one nie tyleż przekonać opinię publiczną, ile bezpośrednio wpłynąć na decydentów politycznych (Della Porta, Diani 2009: 259). W bydgoskim cyklu konfliktów można było mówić o stopniowej polityzacji. Wsparcie i aktywna partycypacja władz miejskich w niefortunnej fuzji drużyn Zawiszy i Kujawiaka, szykany, którym podlegli kibice, stały się kanwą kibicowskich twierdzeń o tym, że istnieją „powiązania polityczno-gospodarczo-kryminalne” (*List kibiców Zawiszy Bydgoszcz* 2006: 59). Protest dotyczący nazwy stadionu skierowany był przeciw prezydentowi miasta. Kibice zebrali 10 tysięcy podpisów pod petycją (*Zawisza walczy o stadion* 2008: 6; *Nigdy nie będziesz Zawiszakiem* 2009: 38–40). Apogeum polityzacji nastąpiło już po zakończeniu głównej fali protestów. Podczas wyborów lokalnych w 2010 roku środowisko kibiców zaangażowało się z sukcesem w kam-

panię głównego przeciwnika dotychczasowego prezydenta (*Zawisza wywalczył swoje* 2011: 14).

Pierwsze miesiące stołecznego protestu przypadły na czas kampanii wyborczej do parlamentu 2007 roku. Zaproszeni politycy różnych partii bywali wtedy na trybunie najzagorzalszych fanów podczas meczów (*Postowie też protestowali* 2007: 4). W 2008 roku fani zakwestionowali warunki umowy między klubem a miastem w sprawie dzierżawy nowego stadionu, który miał zostać wzniesiony za miejskie pieniądze, twierdząc, że umowa jest dla kibiców i miasta niekorzystna (*Nie dla supermarketu na stadionie Legii!* 2008). Fani Legii manifestowali podczas posiedzenia Rady Miasta (PB 2008: 2), przeprowadzili wielką akcję plakatową (*Kibice będą walczyć o klub* 2008: 23; Stankiewicz 2009: 6). Akcja kibiców wywołała duży rezonans, zaktywizowała politycznych przeciwników rządzącej partii i media (Blumsztajn 2008: 1), choć ostatecznie władze miejskie nie wycofały się z inwestycji, to znacząco podwyższyły czynsz za dzierżawę obiektu.

W przypadku OZSK polityka była jednym z kontekstów powstania organizacji. Jeszcze przed jej powstaniem pojawiały się w środowisku kibicowskim głosy, że cykliczne nagonki medialne na fanów są świadomie prowokowane przez kolejnych sprawujących władze polityków w celu mobilizowania wokół rządzących opinii publicznej (Kar_cel 2006: 54). Kibice próbowali w tym okresie zainteresować posłów sprzeciwem wobec idei sądów 24-godzinnych (*Kontrofensywa* 2006: 51). Jeszcze przed wybuchem protestu krajowego OZSK wraz z duchowieństwem przyczyniły się do zablokowania dopuszczenia alkoholu do sprzedaży na

meczach (o co zabiegały środowiska piłkarskiego biznesu) (Pytlakowski 2011b: 30).

Czas kampanii wyborczej latem 2011 roku obfitował w wiele spektakularnych pikiet i happenin-gów (Lisiewicz 2011c: 21; *Prawda się nie liczy* 2011: 1). Fani cyklicznie rozdawali pod stadionami tysiące ulotek wskazujących na fatalny stan państwa pod władzą rządzącej partii (*Czy wiesz że* 2011; *Nie daj się oszukać* 2011). OZSK zbierało podpisy pod własnym projektem ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych (Jędrzejewski 2011: 4). Działania kibiców spotkały się ze wsparciem kilku kandydatów na posłów wywodzących się z partii opozycyjnych. Jeden z nich został ogłoszony nieformalnym Rzecznikiem Praw Kibiców (Stróżyk, Wybranowski 2011: 5). Zaczęła temu towarzyszyć historyzacja kibicowskiego przekazu. Przyrównywano praktyki rządzących do wydarzeń z okresu stanu wojennego, a działania fanów – do doświadczenia „Solidarności” (F. 2011: 4; Przymorny 2011b: 29).

Polski *casus* pokazał jednak ograniczenia polityczności ruchu społecznego. Zaangażowanie w kampanię wyborczą nie zostało sfinalizowane utrwaleniem współpracy z opozycją parlamentarną kadencji 2007–2011. Jak diagnozował jeden z przywódców ogólnokrajowego protestu, w środowisku kibiców nikt nikomu nie narzuca poglądów, dominuje postawa bycia raczej „anty-”, aniżeli „pro-” (Staruchowicz 2011). Świat polityki jest „nam obcy i niespecjalnie przez nas poważany” – deklarowano w imieniu stołecznych fanów (*List Grup kibicowskich do burmistrza Mokotowa* [cyt. za:] GRE, *Kibice do burmistrza: Świata polityki nie poważamy* 2012: 3). Ważna jest wierność wartościom, a nie poparcie

partii (Paszczak 2010: 53; Tomczak 2013: 50). Kibice deklarowali postawę otwarcie odzeganą się od polityki i traktującą zaangażowanie w sprawy publicznie w kategoriach aksjologicznych, wierności podstawowym zasadom, przy okazji obnażając fasadowość społeczeństwa obywatelskiego we współczesnej Polsce (Paszczak 2010: 53; Tomczak 2013: 50). Mechanizm sytuacyjnej polityzacji kibiców w Polsce przypominał *casus* hiszpański, gdzie upolitycznienie odbyło się poprzez swoistą osmozę, a nie przez internalizację ideologii (Spaaij 2006: 111). Warto także zauważyć ideologiczny paradoks w Polsce. Zarówno strukturalne, jak i sytuacyjne upolitycznienie miało wymiar prawicowy. Nie powinno to dziwić także dlatego, że lewica często podchodziła z nieufnością do zawodowego sportu, żywiąc obawy, że jest to dziedzina kontrolowana przez klasy wyższe (Kuhn 2011: 46). Tymczasem w polskich protestach zaznaczał się silnie wątek egalitarny, kibice niejednokrotnie wskazywali postulat ochrony słabszych, takich jak młodzież, której nie stać na drogie bilety (L. 2007b: 55).

Elementem kształtowania tożsamości jest zdefiniowanie wroga i kreacja jego wizerunku (Della Porta, Diani 2009: 104). W protestach kibiców ten mechanizm znalazł swoje potwierdzenie. Zaznaczał się w kibicowskiej propagandzie trend tworzenia bipolarnej wizji świata. „Czy zwycięży tradycja, czy biznes? Kibice, czy piłkofani? Duch sportu, czy duch kombinatorstwa?” – retorycznie zapytywali poznańscy fani, solidaryzujący się z protestem w Bydgoszczy (Otta 2006). O ile do lat 2004–2005 symbolicznym wrogiem dla fanów był PZPN, to komercjalizacja piłki szybko zmieniła hierarchię wrogów, spychając federację piłkarską

na odległe miejsce. I w Warszawie, i w Bydgoszczy (oraz w niektórych pomniejszych konfliktach) negatywnym punktem odniesienia stali się prywatni przedsiębiorcy – właściciele klubów. Przedstawiano ich jako żądnych szybkich zysków kosztem kibiców i tradycji klubu (Nowakowski 2008: 3). Bydgoscy fani patetycznie przestrzegali: „[b]iznesmeni, dla których ważne są jedynie pieniądze, nie mogą, dzięki swoim wpływom, niszczyć zasad rywalizacji sportowej, które od początków świata przyciągają do sportu niemal całą ludność” (*Apel do wszystkich kibiców* 2006).

Zaznaczał się element personifikacji, atakowanie przeciwnika wprost, wykorzystując jego nazwisko, dokonywano też swoistych lustracji życiorysów właścicieli-przedsiębiorców i ich współpracowników (*Kim jest Walter* b.d.).

Krytyka wobec państwa, a nie federacji piłkarskiej, działaczy klubowych czy pojedynczych instytucji państwowych, takich jak policja, rozpoczęła się dopiero podczas protestu fanów Legii, zwłaszcza po areszcie paruset kibiców w 2008 roku, zaś została zinternalizowana przez ogólnokrajowy ruch dopiero w 2011 roku. Protestujący do tego czasu albo w ogóle nie odwoływali się do czynnika polityczno-instytucjonalnego, albo traktowali państwo czy samorząd lokalny jako potencjalnych rozjemców w sporze, o czym świadczyły kontakty z politykami czy interwencje u Rzecznika Praw Obywatelskich. W tym sensie protest 2011 roku był rewolucyjną zmianą w skali całego kraju. Miał on zresztą miejsce już po zakończeniu spektakularnego konfliktu kibiców i właścicieli klubu w Warszawie.

Przypadek polskich kibiców potwierdza tezę, w myśl której ruchy społeczne, przełamując społeczną rutynę, balansują między „konfrontacją a kooptacją” względem systemu politycznego, są obecne po obu stronach granicy legalności (Zirakzadeh 1997: 5). Od czasu powstawania stowarzyszeń do eksplozji największych protestów można mówić o permanentnym balansowaniu deklarującego apolityczność ruchu między podtrzymywaniem pryncypiów a próbami utrzymywania relacji z politykami. Nie powinno to dziwić, wszak sojusze z lokalnymi odłamami władzy stanowiły doświadczenie ruchów obywatelskich (Zirakzadeh 1997: 14).

Istotnym elementem każdego protestu w wykonaniu ruchu społecznego jest posiadanie i utrzymywanie sojuszników (Della Porta, Diani 2009: 254). Kibicom udawało się pozyskiwać czasami osoby znane w życiu publicznym. Fanów Legii wsparli tylko słynny niegdyś bokser tego klubu oraz muzyk hip-hopowy. Skomplikowane relacje dotyczyły osi protestujący–piłkarze. W Bydgoszczy po stronie fanów podczas głównego protestu stanął tylko jeden z byłych zawodników. Natomiast właściciele mieli poparcie czynnych piłkarzy drużyny powstałej w wyniku fuzji, a także kilku dawnych gwiazd. Reakcja fanów była bardzo zdecydowana – jednoznacznie uznali, że to przekreśla dotychczasowy szacunek dla tych postaci (*Nie upadłeś Zawiszo* 2013). W Warszawie zdarzały się zarówno sytuacje konfliktowe, jak i utrzymywanie nieformalnych kontaktów z zawodnikami. Warto dodać, że w proteście fanów Austrii Salzburg, jednym z najważniejszych w Europie, po stronie inicjatywy kibicowskiej stanęli przeciw właścicielom

znani dawni piłkarze, także innych klubów, w tym Niemcy (*Prominente Persönlichkeiten für Violett-Weiß* 2008).

Związki zawodowe często stają się współcześnie najpoważniejszym sojusznikiem ruchów społecznych (Della Porta, Diani 2009: 235). W przypadku omawianych protestów kibicowskich jedynym tego przykładem był udział kibiców Legii w 2011 roku w manifestacji NSZZ „Solidarność” kierowanej przeciw polityce społeczno-gospodarczej rządu (*Korespondencja wojenna* 2011a: 21).

Działanie ruchu

W pierwszej fazie protestów ruchy sięgają po nieplanowane, najbardziej destrukcyjne taktyki, często agresywne (Della Porta, Diani 2009: 210). W przypadku kibiców pierwsze protesty w XXI wieku niejednokrotnie wiązały się choćby z cisnieniem środków pirotechnicznych na płytę boiska. Cechą ruchów i protestów pozostają jednakże niekonwencjonalne działania (Opp 2009: 39). Także aktywność polityczna ruchu nie powinna być w systemie politycznym „rutynowo artykułowana”. Działanie ruchu społecznego w tym kontekście wyraża się pojęciami *non-powerfull*, *non-wealthy* i *non-famous* (Zirakzadeh 1997: 4).

Protesty polskich kibiców zostały zdominowane przez niestandardowe działania. Szczególnie protest fanów Legii obfitował w humor i kpinę, w tym zorganizowanie orkiestry, która podczas meczu pod stadionem grała pastiszową muzykę, serię vlepek i flagę ukazujące właściciela klubu jako kubańskiego rewolucjonistę, rozdanie ulotek o proteście

przed oficjalnym losowaniem grup EURO 2012. Najstynnniejszą akcją było zaatakowanie prezesa Legii tortem¹². Podczas protestów w trakcie kampanii wyborczej 2011 fani wynajęli alternatywnego „Tóskobusa”, którym przemierzali różne miasta, próbując ośmieszyć działania marketingowe rządzących (*Korespondencja wojenna* 2011b: 32–33)¹³. Akcje fanów wywoływały radykalne reakcje polityków i prezesów, ograniczenia w ekspresji słownej na stadionach, zatrzymania przez policję happeningów, na wniosek prezesa Legii tort oddano do analizy kryminalistycznej pod kątem zawartości środków trujących (B. 2008a: 4; *Komuna pełną gębą* 2011: 30; Wybranowski 2011: A5).

Podstawowym efektem działania ruchu społecznego musi być zakłócenie stanu normalności. Współczesne ruchy społeczne także stosują logikę szkód materialnych. Ich celem jest chaos, zakłócający normalny tok zdarzeń i w efekcie doprowadzenie do strat ekonomicznych przeciwnika (Della Porta, Diani 2009: 192–193). Jest to jedna z pochodnych poczucia własnej wartości, nie tylko w wymiarze symbolicznym, ale także znaczenia dla ekonomii klubu piłkarskiego (Żytnicki 2013: 29). Podstawową formą stosowaną na tej niwie przez polskich kibiców podczas protestów był bojkot. Czasami protest wyrażał się w nieprzychodzeniu na mecze (Legia jesienią 2005 roku, Zawisza w latach 2006–2007), częściej ograniczano się do utrzymywania ciszy na stadionie, bez wzywania do absencji. Okazało się to bardzo skuteczne.

¹² O warszawskich happeningach czytaj: Wawrzynowski (2008: 28); *El Waltero Guevara* (2008: 51); Mikołajewska (2008: 8).

¹³ O innych happeningach czytaj: *Stadion Wembley „zamknięty”* (2011: 15); Biliński (2011: II).

„Atmosfera ciągłego konfliktu umiejętnie podsycana przez niektórych skutecznie odstrasza ludzi” – pisał jeden z niechętnych warszawskiemu protestowi publicystów (Zarzycki 2012: 16). Protest na Legii, tak jak większość innych, przyniósł wymierny rezultat w postaci wyraźnego spadku frekwencji na meczach (B. 2008b: 4), to zaś, prócz strat wizerunkowych, w mniejszym bądź większym stopniu ograniczało wpływy z biletów. Symetryczne w przypadku warszawskim stało się działanie na niwie prasowej. Wydawany przez właściciela wywodzącego się ze środowiska kibiców tygodnik „Nasza Legia”, został wykupiony przez klub. Kibice natychmiast podjęli nieformalny bojkot tytułu, co doprowadziło do spadku czytelnictwa i przejścia w formułę miesięcznika (MS 2008: 4).

Współcześnie ruchy społeczne stosują podobne działania w przestrzeni elektronicznej, tworząc strony o nazwach podobnych do zwalczanych podmiotów, by przyciągnąć uwagę klientów szukających dezawuowanej firmy (Della Porta, Diani 2009: 195). Osoby związane ze środowiskiem kibiców Legii animowały stronę wieszczącą problemy finansowe i wizerunkowe firmy, będącą właścicielem Legii. Strona ta wzorowana była na promowanej przez mainstreamowe media stronie skierowanej przeciw władzom PZPN (KoniecITI.PL 2009: 26). Po procesie wytoczonym przez właścicieli klubu fani utworzyli jej kopię z innym adresem (*Więści z Legii* 2010: 35). Apogeum logiki szkód materialnych stały się warszawskie protesty w sprawie miejskiej inwestycji w stadion.

Protesty polskich kibiców spotkały się z bardziej skomplikowanymi sposobami przeciwdziałania

aniżeli tylko szykany prawne. W przypadku ruchów społecznych, im silniejszym pozostaje konflikt im towarzyszący, tym większa jest perspektywa powstania kontrruchów (Della Porta, Diani 2009: 234). W trakcie protestu kibiców można było mówić o próbie odgórnego wykreowania kontrruchów przez klubowych decydentów poprzez stworzenie płaszczyzn aktywności dla kibiców odrzucających ruch kibicowski. Podczas najdłuższego legijnego protestu władze klubu posługiwały się argumentem, że nie istnieje konflikt klubu z większością kibiców Legii (Kosmała 2007: 6). Próbowano podważyć legitymizację stowarzyszenia, krytykując jego liczebność, nikłą w porównaniu do ogółu kibiców (Miklas 2007: 20; Stec 2011: 34). Podkreślano, że stowarzyszenie nie może mieć monopolu na reprezentację kibiców (Ostrowski 2007: 8). Prezes klubu niemal do końca protestu wyrażał pewność, że na nowym, nowoczesnym stadionie wyłoni się nowa grupa zorganizowanych, dopingujących fanów (Miklas 2010: 20). Po rozpoczęciu protestu w 2007 roku władze Legii rozprawdzały na trybunach ulotki nawołujące do dopingowania drużyny. Zatrudniono też orkiestrę, która miała stymulować widzów do dopingowania. W dalszej kolejności klub próbował na poły utajonych kontaktów z kibicami, którzy zgłosili gotowość współpracy z zarządem klubu. Zapowiadano wyselekcjonowanie nowej elity kibicowskiej (Dziwulski 2007: 6–8; *E-mail do zainteresowanych tworzeniem Klubu Kibica* 2007: 7). Wreszcie także, w sytuacji, w której stowarzyszenie organizowało wyjazdy na drodze porozumienia z kibicami drużyny przeciwnej, władze Legii próbowały organizować własne wyjazdy kibiców, ale już pierwsza próba skończyła się fiaskiem i podróżą kilkunastu osób (B. 2008a: 4).

W 2007 roku i potem w 2011 roku jedna z gazet codziennych publikowała anonimowe listy, mające pochodzić od kibiców chcących odsunięcia dotychczasowych liderów i kibicowania odmiennego od dotychczasowego (Krzysiek 2007: 2; *Dość terroru „Starucha”!!* 2011: 2). W Bydgoszczy podczas konfliktu w kontekście fuzji klubów władze miejskie organizowały darmowy transport z różnych części miasta na mecze, na stadionie uaktywniła się mała grupa usiłująca animować doping.

Środowiska kibicowskie podejmowały próby przeciwdziałania. Na Legii próby wznowienia dopingu zostały unicestwione happeningiem. Związani ze stowarzyszeniem fani przynieśli na jeden z meczów znane z rozgrywek siatkarskich trąbki i w ten sposób skutecznie zagłuszyli usiłującą dopinguować mniejszość i orkiestrę (*Eksplzja pośród ciszy!!* 2007: 12–13). W skali ogólnopolskiej środowiska fanatyków uznały za próbę kontrruchu działalność organizacji „Koniec PZPN”, koncentrującą swą aktywność na walce z prezesem federacji piłkarskiej (Maciek 2011b: 3). Kibice podjęli działania blokujące inicjatywy tej organizacji (Szadkowski 2010: 31), między innymi unicestwiono próbę ogłoszenia bojkotu jednego z meczów reprezentacji. Powstanie i działalność OZSK traktowano jako blokadę kontrruchów (Wiśniewski 2011b: 44). Nie ulega wątpliwości, że o sukcesie klubowych protestów decydowała przychylność wielotysięcznej rzeszy najwierniejszych, fanatycznych kibiców oraz poparcie lub życzliwa neutralność większości widzów na trybunach, niewspierających działań sygnowanych przez działaczy klubowych. Sytuacja po zakończeniu protestów wiązała się z reguły z gwałtownym wzrostem liczby widzów

na meczach, co pokazuje siłę organizatorów protestu. W czasie konfliktów uczestnikom protestu zdarzało się demonstrować liczebność poprzez mecze wyjazdowe, manifestacje poza stadionem czy obecność na pojedynczych wybranych meczach. Znaczenie liczebności ruchów społecznych jest dyskusyjne, w istocie ważniejsza zatem zdaje się być sama manifestacja liczebności (Della Porta, Diani 2009: 189–190). Można tu mówić raczej o symbolicznej funkcji tego czynnika i możliwości stosowania strategii aktywnej mniejszości.

Bardzo istotnym elementem w protestach społecznych jest korelacja z mediami, skala ich zainteresowania działaniami ruchu, sposób relacjonowania i komentowania. Ruch społeczny skazany jest na poszukiwanie zainteresowania mediów. Najlepiej, by działania ruchu miały masowy charakter, były nowatorskie, bądź opierały się na radykalnej taktyce, pozwalającej na wzbudzenie kontrowersji. Media często cechuje nieufność wobec protestu, zwracanie uwagi przez dziennikarzy na spektakularne „dramatyczne” wydarzenia, poszukiwanie przez nich głównie informacji z oficjalnych źródeł, co nie zawsze koreluje z zachowaniem neutralności (Della Porta, Diani 2009: 185, 200–201, 244). W sytuacji polskich kibiców *a priori* byli oni niemal na straconej pozycji, tylko incydentalnie mogli liczyć na sympatię pojedynczych dziennikarzy. Istotną część mediów popierała właściciele klubów, w tym ideę wymiany publiczności (np. Stec 2007). Dlatego ruchy społeczne posługują się własną siecią medialną (Della Porta, Diani 2009: 185, 200–201, 244–246). Media kibicowskie ułatwiały podtrzymywanie protestu, pozwalały prezentować na zewnątrz poglądy ruchu, gdy „mainstreamowe” media sprzy-

jały drugiej stronie protestu. Medialna sieć zaczęła powstawać w środowisku polskich kibiców w latach dziewięćdziesiątych. Pionierami byli wydawcy zinów, istniejących od około 1991 roku (Ł. 2011: 58–59). W XXI wieku miejsce zinów, wraz z rewolucją technologiczną, zajął Internet (*Dziesięć lat „To My Kibice”* 2011: 18). Rozwój kibicowskich stron internetowych i forów postępował od 1999 roku (JasiuP 2005: 50–51). We wszystkich protestach istotną rolę odgrywały strony kibiców poszczególnych klubów. Podczas protestów w Bydgoszczy i ogólnopolskiej akcji stworzono specjalne strony¹⁴. Stałym kanałem informacyjnym było forum strony Kibice.net. Na niwie prasowej w środowisku kibiców Legii do 2009 roku istotną rolę odgrywał tygodnik „Nasza Legia”. Podstawowym wydawnictwem dla sieci kibicowskiej jest miesięcznik „To My Kibice”. Krajowemu protestowi towarzyszyło wydanie trzech numerów ogólnokrajowego pisma „Kibol”. Kibice Legii w 2008 roku wydali nawet jednorazowe pismo satyryczne kpiące z działaczy klubu oraz sprzyjającej im gazety codziennej¹⁵. Elementem konfliktów były podejmowane przez właścicieli klubów próby likwidacji kibicowskich mediów (J. 2005: 62). W 2011 roku protestujący zyskali poparcie medialnej sieci prawicowej opozycji. Nieufność została przełamana przez dziennikarzy, od lat od lat będących zaangażowanymi kibicami (Lisiewicz 2011d: 18; Sakiewicz 2012: 39). Ukazał się nawet specjalny numer jednego z miesięczników, poświęcony w większości kwestii kibiców, który okazał się rynkowym sukcesem (Lisiewicz 2011d: 18). Współpraca z konserwatywnymi środowiska-

¹⁴ Zob. <http://www.hydro-protest.kibice.net.pl/> oraz www.kibole.info.

¹⁵ „Gazeta Wybiórcza” 27 kwietnia 2008 r. [zbiory autora].

mi była potem kontynuowana w kwestiach szeroko pojętej polityki historycznej. W XXI wieku z ruchem kibicowskim przenikała się część środowiska twórców kultury hip-hopu (J., Kądziołka 2004: 46).

Zakończenie

Analiza protestów kibiców nie daje prostej odpowiedzi na pytanie o teorię ruchów społecznych. Początki kibicowskiej aktywności w Polsce wyprzedzały dekadę protestów o 30 lat. Nieprzypadkowo zatem w ruchach kibicowskich można odnaleźć wiele elementów historycznych ruchów społecznych. Odwoływanie się do masowego poparcia, tradycyjnie pojęte manifestacje, wspólnotowa aksjologia, ewolucja od spontanicznych zachowań nieformalnych organizacji do protestów legalnych stowarzyszeń, dychotomiczna wizja świata zdają się pozostawać odległe od doświadczenia ruchów w społeczeństwach świata zachodniego w drugiej połowie XX wieku. Zasadna jest tu próba określenia zorganizowanych, sprzeciwiających się komercjalizacji futbolu kibiców, jako odpowiednik związków zawodowych we współczesnych korporacjach (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011: 124)¹⁶. Zarazem jednak warto zauważyć brak otwartego ataku na całokształt systemu i jego podstawy, obawy liderów ruchu przed trwałymi związkami z partiami politycznymi, nie pojawiło się dążenie do przejęcia władzy. Trafną wydaje się obserwacja na temat kibiców, że „ich formy protestu są charakterystyczne dla społeczeństw raczej dostatnich, kiedy ludzie mają czas i środki, aby manifestować swoje postawy” (Jacek Wasilewski

¹⁶ Podobna sugestia pojawia się w: Woźniak (2008: 2).

[w:] Pytlakowski 2011b: 30). Happeningi, dążenie do wpływu na procesy decyzyjne za pośrednictwem polityków, odwołanie się do praw obywatelskich przybliżały do dziedzictwa nowych ruchów społecznych. Model sieciowego ruchu jest niezbędny w badaniu środowisk kibicowskich, zarazem jednak zauważalne są w ruchach kibicowskich tendencje daleko posuniętej koordynacji działań podczas protestów, wręcz hierarchizacji i centralizacji procesu decyzyjnego, odległe od modelu ruchu zdecentralizowanego i stale gotowego do zmian. Zarazem jednak konserwatywne elementy aksjologii uniemożliwiają kwalifikację kibiców w któryś z wariantów teoretycznych nowych ruchów społecznych. W tym sensie można powiedzieć, że protesty kibicowskie, godząc elementy historycznych i nowych ruchów, stanowią formę przejścia historycznego ruchu do działania w kształtującym się nowym typie społeczeństwa, są elementem procesu adaptacji ruchu społecznego.

Protesty kibiców wskazują natomiast na nieaktualność tak zwanego klasycznego podejścia do ruchów społecznych. Ruchy kibicowskie w Polsce na pozór nadawałyby się do wpisania w jego schemat ze względu na infiltrację ze strony skrajnej prawicy, tłum na stadionach wraz z jego skłonnościami do przemocy, wykorzystywanie przestrzeni publicznej, w tym ulic, do manifestacji poglądów. Klasyczna teoria ruchów widziała w nich wyraz sprzeciwu anachronicznej lokalności przeciw translokacyjnej nowoczesności, reprezentującej postęp, edukację, kulturę wyższą. W ten sposób ruchy stwarzały zagrożenie dla liberalnej demokracji, odrzucając pragmatyzm i dialog (Zirakzadeh 1997: 6–9). Tymczasem kibicowskie pro-

testy w Polsce nie wpisywały się w schemat atawistycznej reakcji sfanatyzowanego tłumu wiedzionego przez demagogicznego wodza, działającego w imię fundamentalistycznej ideologii. Działanie protestujących było w Polsce polifoniczne, ruchy wykazywały tendencje samoograniczenia, repertuar akcji pozostawał charakterystyczny dla ruchów społecznych drugiej połowy XX wieku. Ruchy kibicowskie nie kwestionowały demokracji, a wręcz przeciwnie, diagnozowały deficyt swobód obywatelskich, demokracji i ogólnie pojętej sprawiedliwości. Charakter protestów, dążenie do legalizmu, wysoki stopień organizacji, zróżnicowany repertuar akcji oddalają od schematu zachowań zbiorowych.

Warto zauważyć ewolucję protestów. Na wstępnych etapach pojawiały się mniej czy bardziej spontaniczne akty przemocy, które zniknęły z arsenału protestujących w miarę rozwoju protestu. Bardzo znamieny był w tym aspekcie protest ogólnokrajowy w 2011 roku, gdzie przemoc nie była obecna w działaniach dziesiątek grup protestujących, a przeważała strategia bycia ofiarą represji. Kibice próbowali działań pozytywnych, obok wspomnianych elementów rocznicowych, pomocowych, prób aktywności w kwestiach legislacji, na szczególną uwagę zasługuje rozwój, incydentalnie spotykanych wcześniej, prób brania odpowiedzialności za upadające z powodów ekonomicznych kluby sportowe. Oto bowiem zbankrutowane drużyny piłkarskie są reaktywowane przez kibicowskie organizacje i przez nie zarządzane. Ratowanie ciągłości istnienia klubu stanowi też doświadczenie partycypacji i demokracji (A-klasowa Lechia Gdańsk 2001: 10; Hutnik Nowa Huta

2012: 46–48; *Skromny ale własny klub* 2012: 34–36). We Francji określono to zjawisko mianem *supporterisme*. Stanowi ono przedmiot poważnych debat w państwach zachodnich i dostarcza pozytywnych przykładów odejścia od komercjalizacji (Auclair 2014: 44). W tym sensie polskie protesty i ewolucja ruchu kibicowskiego potwierdzają tezy tych badaczy, którzy widzą w ruchach kibicowskich, w tym w ich negatywnych aspektach, formę reakcji na procesy profesjonalizacji, internacjonalizacji, pozbawiające kibiców wpływu na klub (Spaaij 2006: 24–25).

W popularnej klasyfikacji na ruchy rewolucyjne, reformatorskie i ekspresyjne (Garner 1996: 14) protesty polskich kibiców usytuować można najbliżej pojęcia ruchów reformatorskich. Protestujący domagali się zmiany całościowej, ale raczej ograniczonej do jednej dziedziny życia społecznego, korzystali ze zinstytucjonalizowanych środków i podjęli próby ograniczenia stosowania przez członków ruchu przemocy. Jak pisał jeden z badaczy problemu odnośnie samoorganizacji kibiców, „[m]amy do czynienia ze społeczeństwem obywatelskim, które się organizuje. A że nie ma nad nim kontroli państwa, tym lepiej. Ludziom trzeba zaufać, tak działa demokracja” (Antonowicz 2011: 2).

Główne protesty kibiców w Polsce nie kończyły się porażkami kibiców, a w przypadkach warszawskim i bydgoskim można mówić o spektakularnym sukcesie, którego świadomość mieli uczestnicy konfliktów (Fox 2010: 35). W kolejnych latach Polska nadal była areną kibicowskich protestów, z których najważniejsze kończyły się jeszcze szybciej osiąganymi sukcesami, jak chociażby zablokowanie przez kibiców GKS Katowice fuzji tego

klubu z drużyną z Warszawy (*Mieliśmy dość siły, by zażegnać ten konflikt* 2012: 38–39). Kibice już po głównych protestach odnieśli wielki sukces prawny, gdy Trybunał Konstytucyjny zakwestionował krytykowany przez OZSK punkt ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych, stwarzający przesłanki samowoli organizatora meczu¹⁷.

Nie znaczy to bynajmniej, że doświadczenie protestów z 2011 roku stanie się trwałą zdobyczą środowisk kibicowskich. Nadzieje na proces instytucjonalizacji współpracy ruchu kibicowskiego z podmiotami publicznymi (Filar 2008: 27) nie zostały jednak zwieńczone. Po mistrzostwach Europy w 2012 roku sytuacja znów zaczęła się komplikować. Kontynuacja różnych restrykcji państwowych, ciąg dalszy medialnej paniki moralnej wokół stadionowej przemocy, odmienności poglądów dotyczących taktyki wewnątrz ruchu kibicowskiego, nasiliły tendencję radykalizacji. Jesienią 2012 rozpoczęła się kolejna fala, chaotycznych tym razem, protestów, związana z ograniczeniami swobód na stadionach. Narastało przeświadczenie o bezsensie kompromisów (Olkiewicz 2012b: 53; Piątek 2012: 108). Pojawiały się głosy o potrzebie powrotu do spontaniczności (Ł. 2012: 3). Symbolem zaostrej sytuacji stał się powrót protestu w Bydgoszczy, znów na tle relacji właściciela klubu i władz państwowych z kibicami. Oznaczało to pojawienie się klasycznego dylematu ruchów społecznych, dotyczącego zakresu współpracy z oficjalnymi instytucjami, granic kompromisów i perspektyw zachowania przez ruch wiarygodności (Della Porta, Diani 2009: 252).

¹⁷ Wyrok w imieniu Rzeczypospolitej Polskiej Warszawa, dnia 20 maja 2014 r., sygn. akt K 17/13.

Bibliografia

- A-klasowa Lechia Gdańsk (2001) „To My Kibice” nr 3, s. 10.
- McAdam Doug (2008) *Model procesu politycznego* [w:] Krzysztof Gorlach, Patrick H. Mooney, red., *Dynamika życia społecznego. Współczesne koncepcje ruchów społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 19–42.
- Against modern ultras!* (2012) „Nienawidzimy Wszystkich”, nr 1, s. 5.
- Alchimowicz Tomasz (2007) *Nasz człowiek, rozmowa z Tomaszem Alchimowiczem. Rozmawiał Maciej Dobrowolski*. „Nasza Legia”, nr 26 (533), s. 14–15.
- Antonowicz Dominik (2011) *To nie ma nic wspólnego z kibicowaniem. Rozmowa z doktorem Dominikiem Antonowiczem. Rozmawiał Marcin Jałoszewski*. „Metro”, 4 października, s. 1–2.
- Antonowicz Dominik, Kossakowski Radosław, Szlendak Tomasz (2011) *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne”, nr 3 (202), s. 113–139.
- Apel do wszystkich kibiców. Nie dla Kujawiaka Włocławek w Bydgoszczy* (2006) [dostęp 1 maja 2014 r.]. Dostępny w Internecie <<http://zawiszafans.net/hydroprotest/apel.htm>>.
- Auclair Philippe (2014) *Un mouvement paneuropéen*. „France Football” Avril 8, s. 44–47.
- B. (2008a) *Ależ rekord!* „Tylko Legia”, nr 7, s. 4.
- B. (2008b) *Jak ukryć niską frekwencję*. „Tylko Legia”, nr 7, s. 4.
- B. (2008c) *Tort śmietankowy czy cyjankowy*. „Tylko Legia”, nr 7, s. 4.
- Biliński Tomasz (2011) *Legioniści lepsi od mistrzów*. „Polska The Times-Sport”, nr 70, s. II.
- Bińczyk Jarosław, Walczak Jacek (2007) *Zakaz, którego nie ma*. „Gazeta Wyborcza” 11 sierpnia, s. 28.
- Blumsztajn Seweryn (2008) *Nie budujcie takiej Legii*. „Gazeta Stołeczna”, 18 września, s. 1.
- Blumsztajn Seweryn (2010) *Komentarz* [w:] Piotr Machajski, *Bez selekcji. Bez sensu*, „Gazeta Stołeczna”, 6 września, s. 3.
- Castells Manuel (2013) *Sieci oburzenia i nadziei: ruchy społeczne w erze Internetu*. Przełożyła Olga Siara. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chlebowicz Piotr (2009) *Chuligaństwo stadionowe. Studium kryminologiczne*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- „Czas na fikcję” czyli film o zabójcy Przemka (2003) „To My Kibice”, nr 2 (17), s. 6.
- Czy wiesz że* (2011) ulotka, brak miejsca wydania, zbiory autora.
- Dąbrowska Zuzanna (2011) *Ustawka z rządem Tuska*. „Uważam Rze”, nr 12, s. 32–35.
- Della Porta Donatella, Diani Mario (2009) *Ruchy społeczne. Wprowadzenie*. Przełożyła Agata Sadza. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Diani Mario (2008) *Analiza sieciowa* [w:] Krzysztof Gorlach, Patrick H. Mooney, red., *Dynamika życia społecznego. Współczesne koncepcje ruchów społecznych* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 191–214.
- Dość terroru „Starucha”!*, Grupa kibiców Legii, „Gazeta Stołeczna”, 8 kwietnia, s. 2.
- Dudała Jerzy (2004) *Fani-chuligani. Rzec o polskich kibolach. Studium socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Dudała Jerzy (2012) *Kibol to brzmi dumnie*. Z Jerzym Dudałą rozmawia Rafał Kotomski, „Nowe Państwo”, nr 5, s. 21–27.
- Dybalski Kuba (2010) *Herb dobrej woli*. „Gazeta Wyborcza – Sport”, 6 maja, s. 24.
- Dziesięć lat „To My Kibice”*. Rozmowa z redaktorem naczelnym TMK (2011). „To My Kibice”, nr 7 (118), s. 18–20.
- Dziewulski Stefan (2007) *Krok po kroku. Rozmawiała Małgorzata Chłopaś*. „Nasza Legia”, nr 36 (543), s. 6–8.
- Dziewulski Stefan (2011) *Wojnę z kibolami można wygrać. Ze Stefanem Dziewulskim rozmawia Robert Matolepszy*. „Polska The Times – Sport”, 23 maja, s. XII.
- Eksplozja pośród ciszy!* (2007) „Nasza Legia”, nr 38 (545), s. 12–13.
- E-mail do zainteresowanych tworzeniem Klubu Kibica* (2007) „To My Kibice”, nr 9 (72), s. 7.
- El Waltero Guevara* (2008) „To My Kibice”, nr 5 (80), s. 51.
- F. (2011) *Nasze deja vu*. „Kibol”, nr 2, s. 4.
- Filar Marian (2008) *Zróbmy z kibiców obywateli. Z profesorem Marianem Filarem, prawnikiem-karnistą i posłem Partii Demokratycznej, rozmawia Marek Pielach*. „Polska The Times”, 9 września, s. 27.
- Foryś Grzegorz (2008) *Dynamika sporu. Protesty rolników w III RP*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Foxx (2010) *Połączyła nas Legia Warszawa. Wywiad z Foxxem, fanatykiem Legii Warszawa*. „To My Kibice”, nr 10 (109), s. 34–37.
- Garner Roberta (1996) *Contemporary movements and ideologies*. New York: McGraw Hill.
- Gońda Marcin (2013) *Supporters Movement: „Against Modern Football” and Sport Mega Events: European and Polish Contexts*. „Przegląd Socjologiczny”, t. 62, nr 3, s. 85–106.
- Hutnik Nowa Huta* (2012) *Wywiad z kibicami Hutnika. Rozmawiał Kuba Olkiewicz*. „To My Kibice”, nr 6 (129), s. 46–48.
- Ignasiewicz Marek (2005) *Konflikt trwa*. „Nasza Legia”, nr 46 (429), s. 4–5.
- J. (2009) *Korespondencja wojenna*. „To My Kibice”, nr 11 (98), s. 30–31.
- J. (2005) *Początek końca?* „To My Kibice”, nr 10 (49), s. 59, 62.
- J., Adam Krasowicz (2005) *Legia-eskalacja konfliktu*. „To My Kibice”, nr 11 (50), s. 15.
- J., Marcin Kądziołka (2004) *Hip-hop a kibice*. „To My Kibice”, nr 4 (31), s. 46.
- JasiuP (2004) *„Klatka”*. „To My Kibice”, nr 1 (28), s. 43.
- JasiuP (2005) *Generacja kibice.pl*. „To My Kibice”, nr 1 (40), s. 50–51.
- Jesteśmy zdesperowani mówi kilku znanych kibiców z Łazienkowskiej* (2001) Rozmawiał P. Kucza. „Nasza Legia”, nr 35 (229), s. 19.
- Jest porozumienie!* (2005) „Nasza Legia”, nr 48 (451), s. 10–11.
- Jędrzejewski Mariusz (2011) *Wspólna sprawa kibiców*. „Kibol”, nr 1, s. 4.
- Kar_cel (2006) *Quis custodiet ipsos custodes*. „To My Kibice”, nr 11 (62), s. 54.
- Karpiko (2008) *Sukces czy słabość?* „Tylko Legia”, nr 5, s. 1.
- Kibice będą walczyć o klub* (2008) „Polska The Times”, 18 września, s. 23.
- Kibice za bezpieczeństwem* (2011) „To My Kibice”, nr 9 (120), s. 27.
- Kim jest Walter* (b.d.) ulotka, bez daty i miejsca wydania, zbiory autora.
- Klandermans Bert, Tarrow Sidney (2008) *Mobilizacja w ruchach społecznych: o syntezy koncepcji europejskich i amerykańskich* [w:] Krzysztof Gorlach, Patrick H. Mooney, red., *Dynamika życia społecznego. Współczesne koncepcje ruchów społecznych* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 64–97.

Klub opublikował teksty porozumień z SKLW (2010) [dostęp 25 września 2014 r.]. Dostępny w Internecie <http://legionisci.com/news/38281_Klub_opublikowal_teksty_porozumien_z_SKLW.html>.

Kolejna fuzja, tym razem bydgoska (2001) „To My Kibice”, nr 1, s. 11.

Kołodziejczyk Michał (2011) *Legia cierpliwa jest*. „Rzeczpospolita”, 11 kwietnia, s. A22.

Komuna pełną gębą (2011) „To My Kibice”, nr 6 (117), s. 30.

KoniecITI.PL (2009) „To My Kibice”, nr 12 (99), s. 26.

Kontrofensywa (2006) „To My Kibice”, nr 5 (56), s. 51.

Korespondencja wojenna (2011a) „To My Kibice”, nr 8 (119), s. 21.

Korespondencja wojenna (2011b) „To My Kibice”, nr 10 (121), s. 32–33.

Kosmala Paweł (2007) *Nie ma odwrotu. Z Pawłem Kosmalą, prezesem KP Legia rozmawia Małgorzata Chłopaś*. „Nasza Legia”, nr 37 (544), s. 6–9.

Koz (2011) *Kibole Donka ziemniaczana stonka*. „Życie Warszawy”, 7–8 maja, s. 4.

Krzysiek (2007) *List kibica z „Żyłyty”: ja kocham Legię*. „Gazeta Wyborcza – Sport”, 5 listopada, s. 2.

Kucza Piotr (2004) *Kibice przerwali*. „Nasza Legia” nr 28 (379), s. 13.

Kuczyński Paweł (1994), *Początki socjologii ruchów społecznych w Polsce* [w:] Paweł Kuczyński, Marcin Frybes, red., *W poszukiwaniu ruchu społecznego. Wokół socjologii Alaina Touraine'a*. Warszawa: Oficyna Naukowa, s. 156–184.

Kuczyński Paweł (2002) *Powrót ruchu społecznego* [w:] Paweł Kuczyński, Marcin Frybes, red., *Panorama ruchów społecznych w Polsce*. „Zeszyty Naukowe Collegium Civitas”, nr 4, s. 8–18.

Kuhn Gabriel (2011) *Soccer vs. the State. Tackling Football and Radical Politics* Oakland: PM Press.

L. (2011) „Kibice razem”. „To My Kibice”, nr 2 (113), s. 30–31.

L. (2002) *Nowa socjologia*. „To My Kibice”, nr 10 (14), s. 39.

L. (2003) *Ultramanifest*. „To My Kibice”, nr 5 (20), s. 46.

L. (2004) *Mentalność*. „To My Kibice”, nr 4 (31), s. 11.

L. (2007a) *Kibol-to brzmi dumnie*. „To My Kibice”, nr 12 (75), s. 54–55.

L. (2007b) *Piłka nożna dla bogatych*. „To My Kibice”, nr 7 (70), s. 54–55.

L. (2007c) *Siła organizacji*. „To My Kibice”, nr 9 (72), s. 54.

Latkowski Sylwester (2004) *To nie jest film o kibicach. Rozmowa z Sylwestrem Latkowskim*. „To My Kibice”, nr 2 (29), s. 14–15.

Lebiedziński Rafał (2010) *Taka jest kibiców wola*. „Magazyn Futbol”, nr 5 (44), s. 14–22.

Legia jako klub znalazła się po 6 latach rządów ITI na dnie (2010), ulotka, bez miejsca wydania, zbiory autora.

Leniarski Radosław, Szadkowski Michał, Żytnicki Piotr (2011) *Kto w kibolu widzi partnera*. „Gazeta Wyborcza”, 11 maja, s. 39.

Lisiewicz Piotr (2011a) *Kibice wysmiewają rząd Tuska*. „Gazeta Polska”, 27 kwietnia, s. 15.

Lisiewicz Piotr (2011b) *Przeciwno Tuskowi: od Radzionkowa po Belgrad*. „Gazeta Polska”, 15 czerwca, s. 19.

Lisiewicz Piotr (2011c) *Matołowi nie podawaj!* „Gazeta Polska”, 29 czerwca, s. 21.

Lisiewicz Piotr (2011d), *Dodrak kibolskiego „Nowego Państwa”*. „Gazeta Polska”, 15 czerwca, s. 18.

GRE (2012) *Kibice do burmistrza: Świata polityki nie poważamy*. „Gazeta Wyborcza – Sport”, 8 sierpnia, s. 3.

List kibiców Zawiszy Bydgoszcz (2006) „To My Kibice” nr 6 (57), s. 59.

Lofland John (1993) *Theory-bashing and Answer-improving in the Study of Social Movements*, „The American Sociologist”, no. 24, s. 37–58 [dostęp 21 września 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://link.springer.com/article/10.1007%2FBF02691960#page-1>>.

Ł. (2011) *Na początku był Zin*. „To My Kibice”, nr 2 (113), s. 58–59.

Ł. (2012) *W jaką stronę idziemy? „Nienawidzimy Wszystkich”*, nr 3, s. 3.

Łuczewski Michał (2011) *Naród jako ruch społeczny*, „Studia Socjologiczne” nr 3(202), s. 55–72.

Maciek (2011a) *Kibol, kto to taki?* „Kibol”, nr 1, s. 2–3.

Maciek (2011b) *Dla kogo ta piłka?* „Kibol”, nr 2, s. 3.

Malz Arié, Rohdewald Stefan, Wiederkehr Stefan (2007) *Sport zwischen Ost und West. Eine kurze Einführung* [w:] Arié Malz, Stefan Rohdewald, Stefan Wiederkehr *Sport zwischen Ost und West. Beiträge zur Sportgeschichte Osteuropas im 19 und 20. Jahrhundert* Osnabrück 2007: fibre Verlag, s. 11–39.

Mannheim Karl (1986) *Mysł konserwatywna*. Przełożył Sławomir Magala. Warszawa 1986: Kolegium Otryckie.

Markowicz Krzysztof (2011) *Byliśmy wzorem, jesteśmy wrogiem nr 1. Z Krzysztofem Markowiczem rozmawiali Jarosław Stróżyk i Wojciech Wybranowski*. „Rzeczpospolita”, 31 maja, s. A8.

Mielczarek Adam (2012) *Ruch „Solidarności” w świetle teorii ruchów społecznych* [dostęp 10 września 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.civitas.edu.pl/pub/nasza_uczelnia/seminarium_solidarnosc/Mielczarek-tekst-9.01.pdf>.

Mieliśmy dość siły, by zażegnać ten konflikt. W wywiad z kibicami GKS Katowice (2012) „To My Kibice”, nr 9 (132), s. 38–39.

Miklas Leszek (2010) *Na nowym stadionie nie będzie ciszy. Rozmowa z Leszkiem Miklasem, prezesem Legii*, „Gazeta Stołeczna”, 7 kwietnia, s. 20.

Miklas Leszek (2007) *Nie ma żadnej wojny. Rozmowa z Leszkiem Miklasem, rozmawiał Rafał Błoński*. „Gazeta Wyborcza – Sport”, 30 sierpnia, s. 20.

Mikołajewska Blanka (2008) *Na ostrzu żyłety*. „Polityka”, nr 3 (2653), s. 8.

Millward Peter (2012) *Reclaiming the Kop? Analysing Liverpool Supporters, Twenty-First Century Mobilisations* [dostęp 27 września 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.academia.edu/1298425/Millward_P_2012_Reclaiming_the_Kop_Analysing_Liverpool_supporters_twenty-first_century_mobilisations_Sociology>

MS (2008) *Jak zamknąć usta kibicom*. „Tylko Legia”, nr 6, s. 4.

Nie daj się oszukać (2011) ulotka, brak miejsca wydania, zbiory autora.

Nie dla supermarketu na stadionie Legii! (2008) ulotka, brak miejsca wydania, zbiory autora.

Nie upadłeś Zawiszo, kiedy byłeś na dole (2013) [dostęp 10 marca 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.kibice.net/publicystyka/100-nie-upadles-zawiszo-gdy-byles-na-dole.html>>.

Niesiołowski Stefan (2011) *Kłamstwo nie wygra. Rozmowa z wicemarszałkiem Sejmu Stefanem Niesiołowskim. Rozmawia Monika Olejnik*. „Angora” 9 października, s. 16–18.

Nigdy nie będziesz Zawiszakiem (2009) „To My Kibice”, nr 10 (97), s. 38–40.

NoName88 (2005) *Kibic w mediach*. „To My Kibice”, nr 8 (47), s. 14–15.

Nowakowski Krzysztof (2008) *Czy ITI to zbawcy Legii*. „Tylko Legia”, nr 3, s. 3.

Nowosielski Michał (2011) *Socjologiczna refleksja na temat ruchów społecznych*, „Przegląd Zachodni”, nr 4, s. 3–28.

Novikova Kateryna (2013) *Networks and Social Movement Mobilisation. Theoretical Framework for the Internet-based protest and Activism Research*, „Transformacje”, nr 3–4 (78–79), s. 109–126.

O co chodzi kibicom? (2007) „Nasza Legia”, nr 46 (553), s. 7.

- Oleszek Kazimierz (2013) *Angielskie drenowanie kieszeni. „Piłka Nożna”*, nr 39, s. 28–29.
- Olkiewicz Kuba (2012a) *Wojtek „Kelner”*. „To My Kibice”, nr 10 (133), s. 53–54.
- Olkiewicz Kuba (2012b) *A nie mówiłem?* „To My Kibice”, nr 3 (126), s. 19.
- Opp Karl-Dieter (2009) *Theories of Political Protest and Social Movements: A Multidisciplinary Introduction, Critique, and Synthesis*. London Taylor & Francis.
- Orłowski Witold (2011) *W futbolu jak w gospodarce, fundamenty to podstawa. Rozmawiali Jakub Ciastoń, Michał Szadkowski*. „Gazeta Wyborcza”, 22–23 października, s. 43.
- Ostrowski Jarosław (2007) *Kultura musi być. Z Jarosławem Ostrowskim rozmawiają Robert Piątek i Małgorzata Chłopaś*. „Nasza Legia”, nr 42 (549), s. 8–9.
- Otta Mateusz (2006) *Nie zapomnijmy o Zawiszy* [dostęp: 29 stycznia 2012 r.]. Dostępny w Internecie <www.tylkolech.pl>.
- OZSK do KGP (2011) „Kibol”, nr 2, s. 2.
- OZSK: *protestujemy!* (2011) „Kibol”, nr 1, s. 2.
- Pałaszewski Piotr (2012) *Polscy ultrasi-artyści, czy stadionowi bandyci* [w:] Emil Pływaczewski i Bernard Wiśniewski, red., *Przestępczość stadionowa. Diagnoza i przeciwdziałanie zjawisku*. Szczytno: WSPol, s. 59–63.
- „Państwo prawa” – III RP (2012) „Nienawidzimy wszystkich”, nr 6, s. 4.
- Paszczak (2010) *Wyborcza i kibole*. „To My Kibice”, nr 1 (100), s. 52–53.
- PB (2008) *Będzie nowy stadion?* „Tylko Legia”, nr 6, s. 2.
- Piątek Marcin (2012) *Racje i race*. „Polityka”, 28 listopada, s. 108–110.
- Piątek Robert (2004) *Bilety niezgody*. „Nasza Legia”, nr 28 (379), s. 8.
- I Liga, 3 kolejka* (2004) „To My Kibice”, nr 9 (36), s. 7.
- 1.08.2012 – *legioniści Powstańcom Warszawskim!!!* (2012) „Nienawidzimy Wszystkich”, nr 13, s. 4.
- Pietraszewski Marcin, Szadkowski Michał (2011) *Mafiosi i kibole Ruchu Chorzów*. „Gazeta Wyborcza” 18 lutego, s. 1, 5.
- Posłowie też protestowali* (2007) „Nasza Legia”, nr 38 (545), s. 4.
- Prawda się nie liczy* (2011) „Kibol”, nr 2, s. 1.
- Prominente Persönlichkeiten für Violett-Weiß* (2008) [dostęp 2 października 2013 r.]. Dostępny w Internecie <http://www.violett-weiss.at/prominente.php>.
- Przytomny (2011a) *Duch trybun*. „To My Kibice”, nr 12 (123), s. 42–43.
- Przytomny (2011b) *Historia zatacza koło*. „To My Kibice”, nr 7 (118), s. 29.
- Pytlakowski Piotr (2011a) *Kopanina z kibicami*. „Polityka”, 11 maja, s. 14–16.
- Pytlakowski Piotr (2011b) *Polska Partia Kibolska*. „Polityka”, 5 października, s. 28–30.
- Ryciak Igor (2011) *Teddy Boy*. „Newsweek”, 22 maja, s. 32–33.
- Que (2005) *Zjazdy Klubów Kibica 1975–1985*. „To My Kibice”, nr 2 (41), s. 14–15.
- Sakiewicz Tomasz (2012) *Mamy takie same cele. Wywiad z Tomaszem Sakiewiczem, redaktorem naczelnym „Gazety Polskiej”, rozmawiał Kuba Olkiewicz*. „To My Kibice”, nr 2 (125), s. 38–39.
- Saunders Clare (2013) *Environmental Networks and Social Movement Theory*. London: Bloomsbury Academic.
- Serbscy kibice polemizują z Donaldem Tuskiem* (2011) [dostęp 1 lipca 2011 r.]. Dostępny w Internecie <http://www.polskie-radio.pl/43/265/Artykul/385232,Serbscy-kibice-polemizuja-z-Donaldem-Tuskiem>.
- Skromny ale własny klub. Odcinek 1: KSZO Ostrowiec* (2012) „To My Kibice”, nr 1 (124), s. 34–36.
- Stupsk’98* (2004) „To My Kibice”, nr 2 (29), s. 22–25.
- Spaaij Rámon (2006) *Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Six Western European Football Clubs*. Amsterdam: Amsterdam University Press [dostęp 1 lipca 2012 r.]. Dostępny w Internecie <http://dare.uva.nl/cgi/arno/show.cgi?fid=544979>.
- Stadion Wembley „zamknięty”* (2011) „To My Kibice”, nr 7 (118), s. 15.
- Stankiewicz Andrzej (2009) *Sponsorowanie sponsorów*. „Newsweek”, 7 czerwca, s. 6.
- Ograniczanie wolności podczas imprez sportowych i zgromadzeń publicznych* (2011), Warszawa, zbiory autora.
- Staruchowicz Piotr (2011) *Ich nie będzie, my będziemy. Rozmowa z Piotrem Staruchowiczem*. „Polityka”, 18 maja, s. 26.
- Staruchowicz Piotr (2013) *Wywiad, „Staruch” Legia Warszawa*. „To My Kibice”, nr 5 (140), s. 48–50.
- Stanek Tomasz, Ślaski Rafał (2005) *Bezpieczeństwo przede wszystkim?* „Nasza Legia”, nr 21 (424), s. 20–21.
- Stec Rafał (2011) *Czy wreszcie przestaniemy klęczeć przed kibolem*. „Gazeta Wyborcza”, 5 kwietnia, s. 32.
- Stec Rafał (2007) *Szalik zobowiązuje*. „Gazeta Wyborcza – Sport”, 5 listopada, s. 4.
- Stowarzyszenie o proteście kibiców* (2007) [dostęp 10 września 2014 r.]. Dostępny w Internecie <http://legionisci.com/news/23953_Stowarzyszenie_o_protescie_kibicow.html>.
- Stróżyk Jarosław, Wybranowski Wojciech (2011) *Donald m...ole, czyli kogo popierają kibole*. „Rzeczpospolita”, 24 maja, s. A8.
- Szadkowski Michał (2010) *Kto zwinął transparent? Rywale Laty oskarżają PZPN i kiboli*. „Gazeta Wyborcza”, 8 stycznia, s. 31.
- Tarrow Sidney (1998) *Power in Movement: social movements and contentious politics*. New York : Cambridge University Press.
- Testa Alberto (2009) *The Ultras: An Emergency Social Movement?* „Review of European Studies”, vol. 1, no. 2 [dostęp 11 maja 2011 r.].
- Dostępny w Internecie <http://scholar.google.pl/scholar_url?url=pl&q=http://www.ccsenet.org/journal/index.php/res/article/download/4574/3908&sa=X&scisig=AAGBfm1whyMG8hq9lnm5whLz5rf2d01D-g&oi=scholar&ei=ZDGXU9uCHKXm7AbVtDYAQ&ved=0CCQQgAMoADAA>.
- Trzy do zera* (2007) „Nasza Legia”, nr 36 (543), s. 14–15.
- Tylko prawda jest ciekawa?* (2011) „Kibol”, nr 2, s. 3.
- Wąsowicz Jarosław (2007) *„Solidarność” – Lechia Gdańsk – rozmowa z ks. Jarosławem Wąsowiczem. Rozmawia JasiuP*. „To My Kibice”, nr 1 (63), s. 15.
- Ujawnienie* (2007) „Nasza Legia”, nr 39 (546), s. 12.
- Ultras/Hooligans czy podział jest potrzebny* (2002) „To My Kibice”, nr 6 (10), s. 46–47.
- Ultraprotest.pl* (2006) „To My Kibice”, nr 11 (62), s. 4.
- Walka kibiców Zawiszy Bydgoszcz* (2006) [dostęp 25 maja 2007 r.]. Dostępny w Internecie <http://www.kibice.net/news/9-walka-kibicow-zawiszy-bydgoszcz.html>.
- Walter Mariusz (2007) *Nie oddamy Legii. Rozmowa z Mariuszem Walterem. Rozmawiał Jerzy Baczyński*. „Polityka”, 28 lipca, s. 84–85.
- Wawrzynowski Marek (2008) *Legia zapamięta Odrę*. „Dziennik”, 20–21 października, s. 28.
- Wejchert Jan (2005) *Legia będzie wielka. Rozmawiał Łukasz Cielmęcki, „Piłka Nożna”*, nr 28, s. 17–18.
- Wieści z Legii* (2010) „To My Kibice”, nr 4 (103), s. 35.
- Wiśniewski Wojciech (2011a) *Kto nie skacze, ten za Tuskiem, rozmawiał Piotr Pytlakowski*. „Polityka”, 18 maja, s. 27.
- Wiśniewski Wojciech (2011b) *Ludzie przestaną nas postrzegać jako bandytów. Rozmowa z Wojciechem Wiśniewskim*. „To My Kibice”, nr 11 (122), s. 44–45.
- Woźniak Tomasz (2008) *Albo dialog albo pat. Tomasz Woźniak, członek zarządu SKLW, mówi o przyczynach protestu, zajęciach w Bełchatowie i perspektywach na rozwiązanie konfliktu*. „Tylko Legia”, nr 3, s. 1–2.

- Wróblewski Bogdan (2008) *Kibice Legii oskarżają policję*. „Gazeta Wyborcza”, 10 września, s. 8.
- Wybranowski Wojciech (2011) *Co wolno skandować i pisać na transparentach*. „Rzeczpospolita”, 16 maja, s. A5.
- Z. (2012) *Czasem trzeba powiedzieć „nie”*. „To My Kibice”, nr 1 (124), s. 47.
- Z. (2011) *Dziwny jest ten świat*. „To My Kibice”, nr 6 (117), s. 42–43.
- Za i przeciw: polityka na stadionach* (2002) „To My Kibice”, nr 7 (11), s. 22–23.
- Zarzycki Rafał (2012) *Pustki*. „Gazeta Stołeczna”, 15 listopada, s. 16.
- Zawisza walczy o stadion* (2008) „To My Kibice”, nr 8 (83), s. 6.
- Zawisza wywalczył swoje* (2011) „To My Kibice”, nr 1 (112), s. 14.
- Zieliński Roman (1997) *Liga chuliganów*. Wrocław: Croma
- Zirakzadeh Cyrus Ernesto (1997) *Social movements in Politics: A Comparative Study*. London–New York: Longman.
- Żytnicki Piotr (2013) *Wszyscy kumple Lecha Poznań*. „Gazeta Wyborcza”, 17–18 sierpnia, s. 14–15.

Cytowanie

Chwedoruk Rafał (2015) *Protesty kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku. Analiza ruchu społecznego*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 84–114 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

The Polish Football Supporters' Protests in the 21st Century. A Social Movement Analysis

Abstract: This article focuses on the question whether the football supporters' protests in Poland in the 21st century can be considered a social movement. Those protests were turned against football clubs owners, against New Football Economy, and later—against the state policy regarding stadium security. The organization of the protests at hand reached high and complicated level. Its base was the network structure. Formal and informal organizations were mixed in practice of the movement. The moral panic in mass-media about the hooligans and stadium violence determined the identity of football supporters' movement. This identity was composed of inner-movement solidarity, the rhetoric of stigma and discrimination, and later—the rhetoric of self-glorification. All protests were submitted to the processes of politization. The activity in question can be described as non-powerful, non-wealthy, and non-famous. During the protests, the football supporters must oppose the counter-movements, created by the football clubs owners.

Keywords: Social Movement, Protest, Football Supporters, Social Activity, Identity, Network

Honorata Jakubowska
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

Kiedy płeć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu¹

Abstrakt Artykuł przedstawia, w jaki sposób postrzeganie nie/normatywnego ciała zmienia się, kiedy płeć krzyżuje się z kategorią narodowości i (braku) sukcesu. Podjęta jest dyskusja, w jaki sposób te dwa czynniki, narodowość i sukces, wpływają na: (1) wybory sportowej publiczności, (2) postrzeganie wyglądu zawodniczek, (3) postrzeganie sportu jako „kobiecego” versus „męskiego”. Artykuł opiera się na koncepcji interseksjonalności i odwołuje do badań własnych zrealizowanych w latach 2012 i 2013 oraz analizy dyskursu wybranych przypadków.

Słowa kluczowe sport, płeć, narodowość, sukces, ciało nie/normatywne

Honorata Jakubowska, dr hab., adiunkt w Instytucie Socjologii UAM. Zainteresowania badawcze: płeć, ciało/cielesność, sport ze szczególnym uwzględnieniem problematyki płci w sporcie. Autorka dwóch monografii: *Socjologia ciała* (2009, nagroda im. Ossowskiego) oraz *Gra ciałem. Praktyki i dyskursy różnicowania płci w sporcie* (2014, nagroda Polskiej Akademii Olimpijskiej) oraz licznych artykułów i rozdziałów w pracach zbiorowych dotyczących wspomnianych obszarów badawczych.

Adres kontaktowy:

Instytut Socjologii
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ul. Szamarzewskiego 89, 60-568 Poznań
e-mail: honorata@amu.edu.pl

O bok podziału płciowego istniejącego w sporcie, który odnosi się do płci biologicznej, istnieje również podział na „kobiecy” i „męskie” odnoszący się do kulturowych ideałów kobiecości i męskości. W konsekwencji część sportów kojarzona jest z cechami tradycyjnie męskimi i są one uznawane jako właściwe dla mężczyzn, podczas gdy inne definiuje się poprzez cechy tradycyjnie kobiece i w związku z tym jako odpowiednie dla kobiet. Dla przykładu, do pierwszej grupy zalicza się piłkę nożną czy boks i inne sporty walki, natomiast do sportów „kobiecych” przede wszystkim gimna-

¹ Artykuł powstał w oparciu o wystąpienie zaprezentowane podczas kongresu Europejskiego Towarzystwa Socjologii Sportu (EASS), który odbył się w dn. 7–10 maja 2014 w Utrechcie.

stykę artystyczną i pływanie synchroniczne. Liczne badania (Metheny 1965; Postow 1980; Boutillier, SanGiovanni 1983; Koivula 1995; 2001; Jakubowska 2014) pokazały, że podział ten jest bardzo silnie utrwalony, czego konsekwencją jest między innymi brak pełnej akceptacji dla sportowców uprawiających sport „niewłaściwy” dla swojej płci. Ponieważ przepisy sportowe nie dopuszczają startów mężczyzn, przynajmniej nie w najwyższej rangi zawodach, w wyżej wymienionych „kobiecych” dyscyplinach, uwaga opinii publicznej zostaje skupiona głównie na kobietach uprawiających tak zwane męskie sporty. Nie bez znaczenia jest również to, że w przypadku zawodniczek ucieleśnianie kulturowych wzorców jest zdecydowanie bardziej znaczące niż w przypadku zawodników. Kobiety częściej są bowiem oceniane nie tylko przez pryzmat swoich wyników, co poprzez swój wygląd. Atrakcyjna zawodniczka, nawet jeśli nie osiąga wielu sukcesów, jest rozpoznawalna medialnie i uzyskuje wsparcie sponsorów, co ilustruje najczęściej przywoływany w literaturze przedmiotu przykład Anny Kurnikowej. Nie można jednak mówić, jak wspomniałam, o całkowitej akceptacji dla kobiet trenujących „męskie” sporty czy posiadających „męskie” cechy. Ich ciała są postrzegane jako „nienaturalne”, rodzaj *abjectu* (Kristeva 2007; zob. Jakubowska 2013) czy, mówiąc inaczej, nienormatywne, między innymi dlatego, że stanowią zagrożenie dla tradycyjnego podziału płciowego. Ciało normatywne rozumiem tutaj jako wpisujące się w obowiązujące wzorce kulturowe oraz ideały kobiecości i męskości, ucieleśniające kulturowe idee piękna, natomiast ciała nienormatywne jako te, które się w te wzorce nie wpisują, ale również ucieleśniają, przynajmniej częściowo, wzorce drugiej płci.

Postrzeganie ciała jako nie/normatywnego, na czym chcę się skupić w artykule, jest uzależnione od innych kategorii, z których najważniejszymi są: (1) narodowość oraz (2) sukces sportowy. Chciałabym zatem pokazać, w jaki sposób zmienia się percepcja nie/normatywnej cielesności, gdy krzyżują się kategorie płci, narodowości i (braku) sukcesu. Mówiąc inaczej, interesować mnie będzie kulturowy wzór sportowego bohatera narodowego i sportowego sukcesu w potocznym i publicznym dyskursie w powiązaniu ze znaczeniem kategorii płci i cielesności. Tym samym przyjmuję założenia interseksjonalności mówiące o tym, że jednostka przynależy do kilku powiązanych ze sobą kategorii społecznych równocześnie, co może skutkować tak zwaną wielokrotną dyskryminacją. Jednakże równie ważne jest podkreślenie wewnętrznego zróżnicowania każdej z płci, wynikające właśnie z przecinania się kategorii gender z innymi. Dodatkowo artykuł jest próbą wyjścia poza dychotomiczne myślenie o sporcie poprzez opozycje „kobiecy” *versus* „męskie” czy kobiety *versus* mężczyźni i zwrócenie uwagi na to, że płeć nie zawsze jest czynnikiem dominującym czy jednoznacznie determinującym postrzeganie sportowców.

Medialne reprezentacje i ich percepcja

Sposób postrzegania cech sportowców, takich jak płeć, narodowość czy rasa, jest w znaczący sposób kreowany przez media – dokonywaną przez nie selekcję, decyzję, co pokazać oraz narrację – opis przebiegu zawodów i samych zawodników (Billings, Eastmann 2002: 352). Przeprowadzone badania (zob. np. Larson, Riverburgh 1991; Real, Mechikoff 1992; Eastman, Billings 1999; 2001; Duncan, Messner,

Willms 2005; Billings 2008; Messner, Cooky 2010) pokazały, że w odniesieniu do każdej z tych kategorii można wskazać na istniejące w przekazie medialnym dysproporcje i odwoływanie się do stereotypów przypisanych danej kategorii, a w konsekwencji ich wzmacnianie. Najwięcej uwagi poświęca się zróżnicowanej obecności sportu kobiet i mężczyzn w mediach, a przeprowadzone analizy dotyczące tego zagadnienia można podzielić na dwa, często łączone, typy.

Po pierwsze, są to badania ilościowe dotyczące tego, ile, jak często, jak dużo pisze się, mówi, pokazuje sport kobiet w różnego rodzaju mediach. W tym przypadku niemal wszyscy autorzy dochodzą do wniosku, że sport kobiet jest w mediach marginalizowany w stosunku do sportu mężczyzn (zob. np. Duncan, Messner, Willms 2005; Billings 2008; Messner, Cooky 2010). Drugi typ badań to analizy jakościowe dotyczące tego, w jaki sposób kobiety są przedstawiane wizualnie i w jaki sposób komentowane są ich występy (zob. np. Dadario 1994; Vincent i in. 2007; Ličen, Billings 2013). W ich rezultacie autorzy formułują twierdzenia o seksualizacji zawodniczek, trywializowaniu ich sportowych osiągnięć poprzez skupianie się na urodzie czy podważeniu umiejętności poprzez twierdzenie, że wynik jest raczej zasługą szczęścia niż kompetencji oraz o obecności w mediach sekсистowskich komentarzy, choć część autorów (zob. np. Fuller 2006; Messner, Cooky 2010) dostrzega w tej ostatniej kwestii pozytywne zmiany.

Rzadko analizy te łączy się z innymi kategoriami, na przykład rasy (szczególnie w odniesieniu do kobiet), a zwłaszcza narodowości. Zauważa się jed-

nak, że podczas igrzysk olimpijskich kobiety zdecydowanie częściej goszczą w mediach niż w codziennych przekazach sportowych. „W tym przypadku płeć sportowca może być odsunięta na dalszy plan, ponieważ przekaz medialny jest oparty głównie na sukcesie czy porażce zawodników i ich narodowości” (MacAloon 1987 za: Delorme 2014: 23 [tłum. własne]). W konsekwencji tam, gdzie najważniejszą kategorią staje się przynależność narodowa, media częściej prezentują rywalizację kobiet i dotyczy to również tych, które występują w tak zwanych sportach męskich.

Gerd von der Lippe (2002) zauważa jednak, że kobietom jest trudniej stać się bohaterkami narodowymi, bowiem historycznie naród był tworzony poprzez męskich bohaterów, takich jak władcy czy żołnierze. Również w sporcie jest to trudne, gdyż jest on postrzegany jako sfera silnie zmaskulinizowana. Na podstawie badań własnych realizowanych na potrzeby rozprawy habilitacyjnej mogę stwierdzić, że połączenie czynników narodowości i sukcesu wpływa na wybory dokonywane przez publiczność oraz postrzeganie sportu jako „męskiego” czy „kobiecego” (Jakubowska 2014)². Należy również podkreślić, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni wolą oglądać zawody mężczyzn niż kobiet (Jakubowska 2014; zob. też Farrell 2006; Whiteside and Hardin 2011)³. Jednak podczas największych

² Badania przeprowadzone w latach 2012 i 2013 obejmowały ponad 40 indywidualnych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami środowiska sportowego (zawodniczkami, trenerami, działaczami), 10 indywidualnych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami środowiska feministycznego oraz 3 zogniskowane wywiady grupowe z osobami interesującymi się sportem.

³ Temat ten sam w sobie jest interesujący, wykracza jednakże poza ramy prezentowanego artykułu. Czytelnika nim zainteresowanego odsyłam do wskazanych źródeł.

zawodów sportowych, przede wszystkim igrzysk olimpijskich, ale też mistrzostw świata czy Europy, widzowie oglądają „naszych” sportowców, zwłaszcza tych, którzy mają szansę na zdobycie medalu. Płeć nie jest w tym przypadku istotna. Moje badania pokazały także, że rozpoznawalny sportowiec, zwłaszcza zawodniczka, jest w stanie zmienić miejsce sportu na skali „kobiecy” *versus* „męskiej”. I tak na przykład Justyna Kowalczyk sprawia, że biegi narciarskie są postrzegane jako „neutralny” albo „kobiecy” sport, a Agata Wróbel była w stanie, do pewnego stopnia, „zdemaskulinizować” podnoszenie ciężarów. Z drugiej strony respondenci uczestniczący w badaniach stwierdzili, że byliby skłonni oglądać mężczyzn w pływaniu synchronicznych, pomimo tego, że nie uważają go za sport właściwy dla mężczyzn, gdyby startujący zawodnik był Polakiem i miał szansę na medal olimpijski. A zatem sukcesy i narodowość stają się ważniejsze w tych kontekstach niż tradycyjne wzorce płci.

Jednym z ciekawszych wniosków z badań było zatem to, że tam, gdzie uwaga widza organizowana jest wokół tożsamości narodowej, płeć staje się zdecydowanie mniej istotna. Wstępne wnioski wskazywały również na to, że zarówno narodowość, jak i sportowy sukces wpływają na sposób postrzegania cielesności zawodniczki jako nie/normatywnej. W dalszej części artykułu, odwołując się do wybranych przykładów, chciałabym bliżej przyjrzeć się temu zjawisku. Zebrane materiały pochodzą z różnych źródeł, głównie internetowych, a tym samym obejmują również komentarze internautów i były zbierane przeze mnie systematycznie na potrzeby prowadzonych badań oraz zajęć dydaktycznych. Nie zostały one poddane systematycznemu opracowaniu

w rozumieniu na przykład Kvale (2004), dlatego opisane studia przypadków należy potraktować przede wszystkim jako ilustrację prowadzonych rozważań teoretycznych, ale również przyczynek do dalszych badań i analiz, które zamierzam podjąć w przyszłości. Dodatkowo odwołuję się do wywiadów fokusowych przeprowadzonych w 2012 roku z osobami w wieku 25–45 lat interesującymi się sportem.

Wykorzystanie koncepcji interseksyjności w badaniach jakościowych odwołujących się do pojęć dyskursu, cielesności i tożsamości jest o tyle interesujące i nowatorskie, że prowadzone do tej pory analizy, w których krzyżuje się kategorię płci i narodu, nie odnoszą się do postrzegania ciała, ograniczając się zazwyczaj do danych ilościowych⁴. Jednym z nielicznych wyjątków, gdzie przyglądano się nie/normatywnemu ciału w kontekście płci, rasy i narodowości był przypadek Caster Semenya⁵, analizowany, głównie przez zagranicznych badaczy, z perspektywy gender/queer studies, studiów kulturowych czy postkolonializmu.

„Nasza” Justyna kontra norweska maszyna

Justyna Kowalczyk jest jednym z najbardziej utytułowanych polskich sportowców ostatnich lat – ma

⁴ Z reguły dane krzyżując ze sobą kategorie płci i narodowości, przedstawiają liczbę zawodników i zawodniczek reprezentujących dany kraj na zawodach. Dodatkowo podaje się też dane dotyczące liczby kobiet i mężczyzn w poszczególnych dyscyplinach czy bardziej szczegółowo – konkurencjach oraz liczbę zdobytych medali.

⁵ Caster Semenya to biegaczka z RPA, która w 2009 roku wygrała bieg na 800 m, zdobywając tytuł mistrzyni świata. Po tych zawodach płeć zawodniczki została zakwestionowana, a sama zawodniczka poddana badaniom weryfikującym jej płeć. Po roku IAAF dopuściła Semenya do startów z kobietami. Oficjalnie nie poddano wyników badań, nieoficjalnie mówiono, że jest ona hermafrodytą.

na swoim koncie pięć medali olimpijskich, w tym dwa złote oraz siedem medali mistrzostw świata, w tym również dwa złote. Podczas realizowanych przeze mnie wywiadów fokusowych ich uczestnicy wymieniali ją jako pierwszego lub drugiego (za Adamem Małyszem) sportowca, który osiągnął sukces w ostatnich latach. Media przedstawiają starty Justyny Kowalczyk, szczególnie na najważniejszych i najbardziej prestiżowych zawodach, zazwyczaj jako rywalizację „naszej” Justyny z Marit Bjoergen – multimedalistką, zdobywczynią między innymi sześciu złotych medali na igrzyskach olimpijskich i dwunastu na mistrzostwach świata. Czasami narracja ta zostaje rozszerzona na całą norweską drużynę i jest przedstawiana jako konfrontacja „naszej” jednej zawodniczki z norweską „maszyną”. Dużo dyskusji w mediach dotyczyło stosowania przez norweskie biegaczki i ich liderkę leków na astmę, które mają, w opinii niektórych, dawać im niesprawiedliwą przewagę. Bardziej dyskutowany, zwłaszcza od momentu pojawienia się w Internecie zdjęcia zawodniczki z gali, na której pojawiła się w wieczorowej sukni, był jednak wygląd Marit Bjoergen i jej muskulatura, konkretniej – bicepsy.

Ciało zawodniczki było komentowane jako zbyt umięśnione, niekobiece, a także męskie, na przykład poprzez porównywanie do kulturystów, jak Robert Burneika, czy siłaczy (strongmenów), jak Mariusz Pudzianowski. Zawodniczka była również oskarżana o to, że jej wygląd jest wynikiem stosowania nielegalnego dopingu, co być może było jednym z powodów, dla którego odniosła się do komentarzy, jakie wywołało jej zdjęcie, przekonując, że w rzeczywistości nie ma aż tak dużych

muskulów. Można zastanawiać się, na ile jej wyjaśnienia były odpowiedzią tylko na oskarżenia związane z dopingiem, a na ile miały „potwierdzać” jej kobiecość. Trudno to jednak rozstrzygnąć, nie mając dostępu przynajmniej do norweskich mediów.

W przypadku polskich mediów interesujące było jednak to, że odkryta cielesność Bjoergen (strój biegaczki narciarskiej zakrywa niemal całe ciało) została wpisana w rywalizację pomiędzy nią a Justyną Kowalczyk. Muskulatura norweskiej biegaczki została potraktowana zarówno jako zagrożenie dla zwycięstw Kowalczyk, ale również wyjaśnienie jej przegranych z rywalką. Można zatem powiedzieć, że ciało Bjoergen, jako przekraczające granice „kobiecości”, „normy”, zostało odebrane jako zagrożenie dla sukcesów polskiego sportu, a poprzez to narodu, reprezentowanego tu przez Justynę Kowalczyk.

Co jednak istotne, sportowe ciało Justyny Kowalczyk, choć niewiele ustępuje budowie Marit Bjoergen, nie jest i nie było komentowane w taki sposób. Zdjęcia z letnich treningów pokazują jednak, że Kowalczyk również ma rozwinięte bicepsy, mięśnie brzucha czy nóg, o których sama zawodniczka mówiła w jednym z wywiadów, że są „twarde jak skały”⁶, a jednak nie spotyka się, przynajmniej w polskich mediach, z podobnymi komentarzami jak jej norweska rywalka. Część komentujących zdjęcia stwierdza, że obie zawodniczki znacząco różnią się od siebie i podkreśla „kobiecość” Ko-

⁶ Justyna Kowalczyk: *mięśnie mam twarde jak skały* (2012). Zob. <http://eurosport.onet.pl/zimowe/biegi-narciarskie/justyna-kowalczyk-miesnie-mam-twarde-jak-skały/j0msh>.

walczyk, szczególnie w zestawieniu z Bjoergen. Z drugiej jednak strony umięśnione ciała posiada bardzo wiele zawodniczek uprawiających sport wyczynowy, szczególnie tak wymagający jak na przykład biegi narciarskie⁷. Trudno jednoznacznie wskazać granicę między budową ciała, która jeszcze jest „kobieca”, a taką, która już wykracza poza „kobiecość”. Decydujące znaczenie w postrzeganiu zawodniczek mają zatem, moim zdaniem, inne czynniki, w tym przede wszystkim narodowość i sukcesy w sporcie. Ciało Bjoergen jest oceniane jako „nienormatywne”, bo jest „obce” i przynosi sukcesy „innym”. Natomiast ciało Kowalczyk jest „normatywne”, bo pomogło jej osiągnąć sukcesy dla polskiego sportu i w konsekwencji narodu.

Nie/kobieca cielesność w „męskim” sporcie

Uczestnicy badań fokusowych niemal jednogłośnie uznali podnoszenie ciężarów za „męski” sport oraz wskazywali je jako jedną z dyscyplin, której, ich zdaniem, kobiety nie powinny uprawiać. Jednym z argumentów był wygląd zawodniczek, szczególnie silnie krytykowany przez respondentki, według których zawodniczki te, zwłaszcza z większych kategorii wagowych, pozbawione są „kobiecych” cech i atrybutów, na przykład piersi, i czasami trudno jest, w ich opinii, jednoznacznie rozstrzygnąć płeć startującej w zawodach osoby. „Zapominali” oni jednak o tej argumentacji, gdy mówili o Agacie Wróbel – wymienianej jako jed-

⁷ *Gigantyczne mięśnie Justyny Kowalczyk. Jak Marit Bjoergen* (2014). Zob. <http://sport.wp.pl/kat,1832,title,Gigantyczne-miesnie-Justyny-Kowalczyk-Jak-Marit-Bjoergen,wid,16460926,widomosc.html?icaid=112ef3>.

na z grona polskich sportowców, którzy osiągnęli ostatnio sukcesy. Fakt, że była reprezentantką Polski, osiągała znaczące sukcesy odwrócił uwagę od jej, rozumianej tu jako wygląd, cielesności. Być może nawet dzięki swojej budowie i bardzo dużej sile została zapamiętana przez widzów, skoro badani wymieniają ją jako sportowca, który ostatnio osiągnął sukces, choć ostatni medal na międzynarodowej imprezie Wróbel zdobyła w 2004 roku, a więc 10 lat temu (por. Jakubowska 2014).

Jest to sytuacja podobna do tej związanej z biegaczkami narciarskimi. Ocena nie/normatywnej cielesności uzależniona jest od tego, czy zawodniczka jest „nasza”, czy obca, a osiągnięte przez nią sukcesy sprawiają, że nieucieleśnianie kulturowych ideałów kobiecości staje się mało znaczące. Agata Wróbel nie jest tu jedynym przykładem. Wśród innych można wymienić między innymi rzucającą młotem Anitę Włodarczyk czy, nieżyjącą już niestety, Kamilę Skolimowską, a także na przykład osiągnącą sukcesy w latach 90. (m.in. dwa tytuły mistrzyni świata i trzy mistrzyni Europy) w najcięższych kategoriach wagowych judoczkę Beatę Maksymow. Anita Włodarczyk jest jednym ze sportowców i jedyną kobietą, która wchodzi w skład Grupy Sportowej ORLEN (GSO). Nie ma w niej natomiast na przykład w większym stopniu ucieleśniających ideały kobiecości tyczkarok Anny Rogowskiej czy Moniki Pyrek. Pokazuje to, że sukcesy sportowe, także z punktu widzenia sponsora, są ważniejsze. Nie oznacza to oczywiście, że sponsorzy nie wykorzystują w swoich reklamach tradycyjnie „kobiecych” wizerunków, ale że nie jest to jedyne czy najważniejsze kryterium.

Oprócz sukcesu sportowego duże znaczenie w czynieniu cielesności nienormatywnej akceptowalną odgrywają media. Nie można jednoznacznie stwierdzić, że media warunkują zmianę postrzegania zawodniczek, jednakże, co pokazuje przykład Agaty Wróbel czy piłkarek w niektórych krajach europejskich (Anglia, kraje skandynawskie, Niemcy, Francja), medialność przyczynia się do zmiany postrzegania zawodniczek. Bez większego zainteresowania ze strony mediów zawodnicze trudniej jest uzyskać akceptację jej nienormatywnego ciała, nie jest ono bowiem „oswojone”. Dobrym przykładem jest tutaj Karolina Michalczuk – polska pięściarka, mistrzyni świata w boksie amatorskim (jako jedna z dwojga Polaków), dwukrotna mistrzyni Europy i zdobywczyni jeszcze siedmiu medali w obu typach zawodów. Michalczuk zapisała się w historii polskiego boksu także dlatego, że była pierwszą i jak dotąd jedyną polską pięściarką, która brała udział w igrzyskach olimpijskich⁸. Pięściarskie mistrzostwa kobiet nie są jednak transmitowane w polskiej telewizji, jeśli pojawiają się o nich informacje w innych mediach, są to jedynie krótkie wzmianki. Momentem, gdy media zwróciły uwagę na Michalczuk, były ostatnie igrzyska, przed którymi pięściarka pojawiała się i w mediach sportowych, ale też lifestyle'owych, takich jak telewizja śniadaniowa. Ponieważ jednak dla większości widzów była ona osobą nieznaną, stąd uwaga widzów skupiała się w dużej mierze na jej wyglądzie, niewpisującym się w kulturowe wzorce kobiecości. Sama zawodniczka podkreśla, że lubi nosić się „po męsku”, lubi „męskie” ubrania i nie przywiązuje zbyt dużej uwagi do wyglądu.

⁸ Kobiety rywalizują w boksie na igrzyskach dopiero od 2012 roku.

Jednakże coś, co jest indywidualnym wyborem zawodniczki, zostało w dużej mierze potraktowane jako umocnienie przekonania, że do boksu garną się niekobiece kobiety. O Michalczuk pisano między innymi, że jest babochłopenem czy, że jest, lub w przeszłości była, mężczyzną. Gdyby jednak jej zwycięskie walki i sukcesy były widoczne w mediach, być może, podobnie jak jest/było w przypadku Agaty Wróbel, jej nienormatywna cielesność stałaby się niewidoczna.

Drużyny kobiece jako bohaterki narodowe?

W nieco podobnej sytuacji wydają się być piłkarki, choć poza mistrzostwem Europy do lat siedemnastu z 2013 roku nie mają one na swoim koncie (jeszcze?) międzynarodowych sukcesów. Niezwykle rzadko mamy jednak okazję oglądać je w mediach, ich mecze nie są transmitowane, co w dużym stopniu przyczynia się do postrzegania piłkarek poprzez stereotypowe przekonania dotyczące wyglądu i orientacji seksualnej. Zarówno Michalczuk, jak i piłkarki ze względu na swoją medialną nieobecność nie mają również stać się bohaterkami narodowymi. I dzieje się tak, jak się wydaje, nie dlatego, że są kobietami czy uprawiają tak zwane sporty męskie, ale głównie dlatego, że nie ma ich w mediach, w konsekwencji czego nie istnieją w świadomości społecznej. W przypadku piłkarek być może znaczący jest również fakt, że uprawiają one sport drużynowy. Gerd von der Lippe (2002), dokonując analizy porównawczej dyskursu medialnego dotyczącego mistrzostw Europy w piłce ręcznej w 1998 roku w pięciu krajach (Dania, Niemcy, Norwegia, Rumunia i Węgry), zauważa, że ko-

bietom w sportach zespołowych trudniej przyczynić się do re/produkcji narodowej tożsamości. Żeby tak się stało, muszą zostać spełnione cztery warunki: (1) sport musi być przedstawiany jako posiadający wspaniałą historię i (2) właściwy dla kobiet – „kobiecy”, w konsekwencji czego kobiety nie są w nim postrzegane jako „inne”, bo „inni”, „obcy” to przeciwnicy, a naród to „my”, równocześnie jednak (3) zawodniczki muszą być prezentowane jako walczące, silne, „twarde”, a same (4) zawody muszą być transmitowane w mediach (von der Lippe 2002: 371 [tłum. własne]). Do takiego opisu pasuje, jak się wydaje, tylko jeden polski zespół kobiet – siatkarki, mistrzyni Europy z lat 2003 i 2005, nazywane przez media „złotkami”. Spełniają one wszystkie wskazane przez von der Lippe warunki, a dodatkowo, co było silnie podkreślane, niemal na równi czy nawet w większym stopniu niż w sportowy sukces wpisują się one w kulturowe ideały kobiecości. Interesujące byłoby natomiast zbadanie tego, czy polscy kibice, po pierwsze, identyfikują się z zawodniczkami z innych gier zespołowych, w tym tych uznawanych za niekobiece, a także, na ile znaczenie ma ich nie/normatywna cielesność. Tak jak wcześniej wspomniałam, i kobiety, i mężczyźni częściej oglądają zawody mężczyzn, a jednym z argumentów, który pojawiał się w badaniach fokusowych, było to, że sport kobiet nie jest pokazywany w mediach. I tak na przykład nie wszyscy respondenci mieli świadomość, że kobiety grają w golfa, że skaczą na nartach, a jedna osoba nie wiedziała też, że tak rozwinięta jest piłka nożna kobiet. Medialna obecność jest zatem niezwykle istotnym czynnikiem dla zmiany postrzegania kobiecego nie/normatywnego ciała.

Nie/normatywne ciała paraolimpijczyków

Pozostając przy medialnej widoczności sportowców, warto również przeanalizować sytuację niepełnosprawnych zawodników, przede wszystkim uczestników paraolimpiad. Ciało niepełnosprawne jest, z punktu widzenia kulturowych ideałów, ciałem nienormatywnym. Najczęściej postrzegane jest w kontekście stygmatyzacji, marginalizowania czy wykluczenia społecznego, a – odnosząc się bezpośrednio do ciała – poprzez słabość, brak, pasywność. Uczestnicy paraolimpiad przełamują ten wizerunek, pokazując sprawność, siłę i wytrzymałość – cechy definiujące normatywne sportowe ciało. Media często przedstawiają niepełnosprawnych sportowców jako bohaterów, a właściwie – superbohaterów, superludzi, co jednak paradoksalnie odbiera im statusu „prawdziwych” bohaterów czy sportowców (zob. np. Hardin, Hardin 2004; Howe 2011; Silva, Howe 2012). Wydaje się bowiem, że dla wielu sam udział osoby niepełnosprawnej w zawodach jest wystarczającym powodem, żeby nadać jej taką etykietę, która wobec osoby pełnosprawnej nie zostałaby w tym kontekście użyta. W konsekwencji, ponieważ wszyscy są bohaterami, to niewidoczni stają się ci sportowcy, którzy rzeczywiście osiągają znaczące wyniki, zdobywają liczne medale, dominują w danej dyscyplinie. Niemożliwe staje się zatem odwrócenie uwagi, dzięki sukcesowi sportowemu, od nienormatywnej cielesności.

Płeć nie wydaje się tu znacząca, w wielu aspektach ciało niepełnosprawne wydaje się bowiem tej płci „pozbawione”. Osoby te są postrzegane głównie poprzez swoją niepełnosprawność, a płeć czy wiek pozostają w cieniu. Płeć nie ma znaczenia także

dlatego, że niepełnosprawni sportowcy są niemal nieobecni w przekazie medialnym. I dotyczy to zawodów obu płci. Telewizja Polska nie transmituje paraolimpiad, ograniczając się, choć też nie zawsze, do krótkich programów podsumowujących wydarzenia z każdego dnia rywalizacji. Taka praktyka spotkała się z szeroką krytyką ze strony opinii publicznej po ostatnich igrzyskach i paraolimpiadzie w Londynie w 2012 roku. Bez wątplenia niepełnosprawni sportowcy zasługują na uwagę mediów, równocześnie jednak można odnieść wrażenie, że ta reakcja społeczna wynikała jednak częściowo z poprawności politycznej, ale też postrzegania sportowców przez pryzmat „superbohaterów”. Ich sytuacja opisywana przez media nie różni się często, co wynika z przeprowadzonych przeze mnie badań, od sytuacji zawodników uprawiających sporty niszowe, o których obecność w mediach nikt się nie upomina. Możemy również zastanawiać się, jakim zainteresowaniem ze strony widzów cieszyłyby się relacje z paraolimpiady. I czy niepełnosprawni sportowcy mogliby stać się takimi bohaterami narodowymi jak Adam Małysz czy Justyna Kowalczyk. Na chwilę obecną nie mają na to szans, bowiem media nie poświęcają im wystarczającej uwagi, a dodatkowo nie są prezentowani w nich jako mistrzowie sportu.

Niepełnosprawni sportowcy, jeśli już pojawiają się w mediach, najczęściej są przedstawiani poprzez wspomnianą etykietę „superbohaterów”, co zarówno skupia, jak i odciąga uwagę od ich ciał. Skupia, gdyż dzięki nim zyskują zainteresowanie mediów, a odciąga, ponieważ w samych przekazach ciało pozostaje właściwie niewidoczne, zwłaszcza w warstwie wizualnej.

Nienormatywna cielesność jest prezentowana na obrazach wtedy, gdy „prawie” wpisuje się w cielesność normatywną. W przypadku polskich zawodników najlepszym przykładem jest Natalia Partyka, która startuje zarówno na igrzyskach, jak i w paraolimpiadzie, co dodatkowo podkreśla normatywność jej cielesności, a z zagranicznych sportowców można wymienić japońską sprinterkę Maya Nakanishi, która była bohaterką jednego z kalendarzy na rok 2012 czy Aimee Mullins – zawodniczkę, aktorkę i modelkę. Natalia Partyka ma niewątpliwie potencjał, by być jedną ze sportowych bohaterek narodowych, co jednak wynika, jak się wydaje, głównie z tego, że jest, nie umniejszając jej sukcesów sportowych, bohaterką mediów, ale również dlatego, że (prawie) ucieleśnia kulturowe wzorce. Nie ma w Polsce niepełnosprawnego sportowca mężczyzny, który cieszyłby się podobnym zainteresowaniem, trudno zatem dokonać tutaj analizy porównawczej.

W przypadku niepełnosprawnych sportowców płeć wydaje się mieć mniejsze znaczenie, ale nie ze względu na sukcesy „naszych” paraolimpijczyków, ale ze względu na ich medialną nieobecność. Równocześnie duma Polaków z niepełnosprawnych sportowców wydaje się być raczej wpisana w dyskurs superbohaterów niż wynikać ze sportowych umiejętności czy sukcesów uczestników paraolimpiady.

Ciało Polki-katoliczki

W kontekście rozważań o płci, ciele i narodzie niezwykle ciekawy jest przypadek zdjęć Agnieszki Radwańskiej zamieszczonych w magazynie *ESPN – Body Issue* 2013. Co roku ten prestiżowy maga-

zyn zaprasza znanych i cenionych sportowców do udziału w „nagiej” (sportowcy są nadzy, ale piersi i części intymne są niewidoczne) sesji, której celem jest promowanie aktywności fizycznej i zdrowej, wysportowanej sylwetki. Wszyscy sportowcy na zdjęciach i sposób ich pokazania wpisują się w obowiązujące wzorce kobiecości i męskości. Przez część opinii publicznej, o poglądach prawicowych, zdjęcie polskiej tenisistki zostało skrytykowane. Radwańska została bowiem oceniona przede wszystkim poprzez pryzmat religijności, a nie swojego wyglądu czy sportowych sukcesów. Dla krytykujących sesję fotograficzną jest ona przede wszystkim Polką-katoliczką. Sama zawodniczka przyczyniła się do postrzegania jej w ten sposób, bowiem dość często manifestowała czy nie ukrywała swoich poglądów prawicowych i religijności. Wizerunek ten został również umocniony przez wypowiedzi i zachowania jej ojca. W konsekwencji udział Radwańskiej w sesji został określony przez część środowisk katolickich, prawicowych jako niemoralny i przestała być ona ambasadorką akcji „Nie wstydzę się Jezusa”. Sama zawodniczka poczuła się w obowiązku, żeby wytłumaczyć się ze zdjęć i podkreślała, że celem tej sesji było przede wszystkim promowanie zdrowia i troska o zdrowie kobiet, a także że nie wzięła za udział w tej sesji wynagrodzenia⁹. Jest to wyjątkowa sytuacja, bowiem wiele zawodniczek decyduje się na zdjęcia w tak zwanych męskich magazynach, jak na przykład *Playboy* czy *CKM*, za co dostają wynagrodzenie, a wiele innych zawodniczek się do tego namawia. Internauci w swoich komentarzach zdecydowanie mniej odwoływali się

⁹ Agnieszka Radwańska odpowiada na ataki za nagie zdjęcia. Zob.: <http://natemat.pl/68951,agnieszka-radwanska-odpowiada-na-ataki-za-nagie-zdjecia>.

do wyglądu zawodniczki, co przeważnie robią przy okazji sesji innych zawodniczek, ale właśnie do jej deklarowanej religijności. Wśród memów komentujących zdjęcia znalazły się głównie te odwołujące się do akcji „Nie wstydzę się Jezusa”.

Ciało Radwańskiej było zatem postrzegane przede wszystkim jako ciało katoliczki, Polki-katoliczki, a nie jako ciało tenisistki. Jego nie/normatywność nie była rozpatrywana w kontekście wpisywania się we wzorce kobiecości, ale w kontekście światopoglądowym. Jej przykład pokazuje, że nawet atrakcyjne, wpisujące się w heteronormatywne wzorce ciało, wpisane w dyskurs narodowy, może zostać odczytane na różne sposoby. W całej tej dyskusji, co jednak należy podkreślić, przemilczane zostało ciało Radwańskiej jako zawodniczki, tenisistki.

Nie/widoczność rasy

Artykuł koncentruje się głównie na upłciowionym ciele i narodowości, ale warto na zakończenie zwrócić również uwagę na postrzeganie rasy w kontekście narodowości. Bardzo dobrym przykładem, który pokazuje, jak kategoria narodu zmienia postrzeganie sportowego ciała, jest czarnoskóry piłkarz Emmanuel Olisadebe. Olisadebe zaczął grać w Polsce w 1997 roku w klubie Polonia Warszawa. Ze strony niektórych kibiców doświadczał rasistowskich zachowań, między innymi podczas meczu z Zagłębiem Lubin, w maju 2000 roku, był obrzucony przez kibiców bananami. W tym samym roku Olisadebe otrzymał polskie obywatelstwo, dzięki czemu mógł zagrać w reprezentacji Polski podczas eliminacji do mistrzostw świata w 2002 roku. W eliminacjach tych był najlepszym zawodnikiem

w polskim zespole i to w dużej mierze dzięki jego bramkom Polakom udało się awansować, po 16 latach, na mistrzostwa. Zawodnik otrzymał wówczas od kibiców przydomek „Czarnecki”, który oczywiście odnosił się do jego rasy, równocześnie jednak większości kibiców przestała ona przeszkadzać, stała się „niewidoczna”, tak jak biała rasa pozostałych zawodników. I choć dzisiaj Olisadebe jest często wspominany w historii polskiej piłki jako pierwszy czarnoskóry zawodnik, który zagrał dla polskiej reprezentacji, a więc poprzez kolor jego skóry, to jednak wtedy, gdy grał bardzo dobrze i znacząco przyczynił się do sukcesu „naszych”, jego rasa nie miała znaczenia. Sukces był od niej ważniejszy. Olisadebe, nieakceptowany w klubowym trykocie, był doceniany, gdy zakładał koszulkę reprezentacji. O tym, że nie rasa ma tu kluczowe znaczenie świadczą dyskusje wokół innych piłkarzy, którzy zaczęli, dzięki „odszukaniu” w swoich życiorysach polskich korzeni, grać dla polskiej reprezentacji. Ich polskość powinna zatem być w mniejszym stopniu kwestionowana niż w przypadku Olisadebe, który nie miał związków z Polską, a jednak Damien Perquis czy Ludovic Obraniak spotkali się z dużą krytyką i byli nazywani, zwłaszcza ten drugi, „przebierańcami” czy „farbowanymi lisami”. W porównaniu z nimi Olisadebe był, pomimo swojej rasy (uwzględniając ciągle obecny w piłce nożnej problem rasizmu), zdecydowanie bardziej akceptowany, bo zapewnił sukces. Natomiast reprezentacja z udziałem wyżej wymienionych zawodników takiego sukcesu nie odniosła, czego najlepszą ilustracją jest zakończenie na fazie grupowej mistrzostw Europy odbywających się w Polsce i na Ukrainie w 2012 roku. Nie/widoczność rasy czy obcego pochodzenia w zależności od sportowych sukcesów nie jest specyficzna

jedynie dla Polski. We Francji na przykład, kiedy wieloetniczna reprezentacja narodowa wygrywa, wszyscy jej członkowie są po prostu Francuzami, natomiast gdy przegrywają, w dyskursie pojawiają się odniesienia do rasy i pochodzenia. Drużyna pozostaje trójkolorowa, ale kolory te nie odnoszą się już do francuskiej flagi, lecz zawodników białych, czarnoskórych i tych pochodzących z Algierii.

Zakończenie

Płeć i ucieleśnianie płciowych ideałów traci na znaczeniu, gdy uwaga widzów jest skoncentrowana na narodowości. Naród wydaje się być w sporcie kategorią ważniejszą niż płeć, gdyż sport jest jednym z obszarów tworzenia i podtrzymywania tożsamości narodowej. Sport doskonale bowiem wpisuje się we współczesną formę „banalnego”, codziennego nacjonalizmu, w dużej mierze dzięki jego widowiskowemu charakterowi, który czyni go elementem kultury popularnej (zob. np. Edensor 2004; Billig 2008). Stąd tylko ci sportowcy, którzy pojawiają się w mediach, są elementem sportowego show, mogą stać się, niezależnie od swojej płci, bohaterami narodowymi. Z tego punktu widzenia kobiety mają na to mniejszą szansę, bo ich sport jest rzadziej pokazywany w mediach. Jednak te, które osiągają znaczące sukcesy, obecnie – Justyna Kowalczyk i Agnieszka Radwańska, kiedyś Otylia Jędrzejczak czy Agata Wróbel, są w nich obecne. Czynnikiem sukcesu wydaje się mieć tu kluczowe znaczenie. Oczywiście jest wiele mistrzyń, których nie widzimy w telewizji, o których nie czytamy w prasie czy Internecie, ale podobna sytuacja dotyczy również wielu mężczyzn z tytułami mistrzowskimi. Tu ponownie decydujące znaczenie ma medialność danego sportu.

W przypadku zawodniczek osiągających największe sukcesy w sporcie ich nienormatywna cielesność przestaje być znaczącą. Można zatem powiedzieć, że jest ona akceptowana, o ile służy wyższym celom. Żeby jednak przestała być ona „widoczna” dla kibiców sportowych, paradoksalnie musi zostać uwidoczniona w mediach. Te zawodniczki, które widzowie mają okazję oglądać podczas zawodów, wówczas gdy sięgają po najwyższe trofea, wygrywają dla siebie, ale też dla Polski, są rzadziej postrzegane przez pryzmat swojej nienormatywnej cielesności.

Analizując dyskursy w sporcie czy wokół sportu, istotne jest zatem, aby nie rozpatrywać go jedynie z punktu widzenia jednej kategorii, na przykład płci. Interseksjonalność rozumiana jako posługiwanie się kategorią płci w połączeniu z innymi parametrami tożsamościowymi, na przykład narodu, rasy, sprawności czy seksualności, wydaje się dużo lepszym podejściem.

Postscriptum

Już po przygotowaniu artykułu, w listopadzie 2014 roku, Komisja Europejska zatwierdziła przygotowaną przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji rozszerzoną listę ważnych wydarzeń sportowych¹⁰. Na liście tej znalazły się, poza obecnymi już igrzyskami i największymi wydarzeniami piłkarskimi (mężczyzn): (1) mecze z udziałem reprezentacji Polski w mistrzostwach świata i Europy w **piłce siatkowej kobiet i mężczyzn** [wszystkie wyróżn.

¹⁰ Lista ważnych wydarzeń przyjęta przez Komisję Europejską (24.11.2014). Zob.: <http://www.krrit.gov.pl/krrit/aktualnosci/news,1683,lista-waznych-wydarzen-przyjeta-przez-komisje-europejska.html>.

HJ], w tym mecze eliminacyjne; (2) zawody Ligi Światowej w **piłce siatkowej mężczyzn** rozgrywane w Polsce; (3) półfinały i finały mistrzostw świata i Europy w piłce ręcznej **mężczyzn**, a także wszelkie inne mecze w ramach tych imprez z udziałem reprezentacji Polski, w tym mecze eliminacyjne; (4) Mistrzostwa Świata w Narciarstwie Klasycznym; (5) zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich¹¹; (6) zawody Pucharu Świata w **biegach narciarskich kobiet**; (7) Mistrzostwa Świata w Lekkoatletyce. By znaleźć się na tej liście, według przepisów unijnych, wydarzenie sportowe musi spełniać przynajmniej dwa z czterech kryteriów: (i) mieć szczególny oddźwięk wśród widowni danego państwa; (ii) mieć ogólnie uznane znaczenie kulturowe, „w szczególności jako katalizator jego kulturowej tożsamości”; (iii) obejmować udział reprezentacji narodowej w wielkim turnieju międzynarodowym oraz (iv) być tradycyjnie pokazywane w ogólnodostępnej telewizji i posiadać dużą widownię¹². Kryteria te same w sobie są interesujące i warte dalszych analiz, jednak, co z punktu widzenia przedstawionego artykułu najważniejsze, zarówno one, jak i dokonane wybory pokazują, że kategoria płci krzyżuje się w świecie (medialnego) sportu z kategorią narodowości i sportowego sukcesu. Bo choć większość dyscyplin dotyczy mężczyzn, to w przypadku biegów narciarskich za ważne wydarzenie sportowe uznane zostały, dzięki sukcesom Justyny Kowalczyk, jedynie biegi kobiet.

¹¹ Warto zwrócić uwagę, że zarówno w przypadku znajdującej się wcześniej na liście piłki nożnej, jak i skoków narciarskich nie pojawia się płeć, jednak w domyśle jest to płeć męska. Telewizja publiczna ani otwarte kanały komercyjnych stacji nie pokazują bowiem ani turniejów piłkarskich kobiet, ani ich zawodów w skokach narciarskich.

¹² Lista ważnych wydarzeń przyjęta przez Komisję Europejską.

Bibliografia

Billig Michael (2008) *Banalny nacjonalizm*. Przełożył Maciek Serkdej. Kraków: Wydawnictwo Znak.

Billings Andrew C. (2008) *Olympic Media: Inside the Biggest Show on Television*. London: Routledge.

Billings Andrew C., Eastmann Susan T. (2002) *Selective Representation of Gender, Ethnicity, and Nationality in American Television Coverage of the 2000 Summer Olympics*. „International Review for the Sociology of Sport”, vol. 37, no. 3–4, s. 351–370.

Boutillier Mary A., SanGiovanni Lucinda (1983) *The Sporting Woman*. Champaign: Human Kinetics.

Daddario Gina (1994) *Chilly Scenes of the 1992 Winter Games: The Mass Media and the Marginalisation of Female Athletes*. „Sociology of Sport Journal”, vol. 7, s. 275–288.

Delorme Nicolas (2014) *Were Women Really Underrepresented in Media Coverage of Summer Olympic Games (1984–2008)? An Invitation to Open a Methodological Discussion Regarding Sex Equity in Sports Media*. „Mass Communication and Society”, vol. 17, no. 1, s. 121–147.

Duncan Margaret C., Messner Michael A., Willms Nicole (2005) *Gender in Televised Sports: News and Highlights Shows, 1989–2004*. Los Angeles: Amateur Athletic Foundation of Los Angeles.

Eastman Susan T., Billings Andrew C. (1999) *Gender Parity in the Olympics: Hying Women Athletes, Favoring Men Athletes*. „Journal of Sports and Social Issues”, vol. 23, no. 2, s. 140–170.

----- (2001) *Biased Voices of Sports: Racial and Gender Stereotyping in College Basketball Announcing*. „Howard Journal of Communication”, vol. 12, no. 4, s. 183–204.

Edensor Tim (2004) *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*. Przełożyła Agata Sadza. Kraków: WUJ.

Farrell Annemarie (2006) *Why Women Don't Watch Women's Sport: A Qualitative Analysis*. Niepublikowana rozprawa doktorska, Ohio State University.

Fuller Lynda K. (ed.) (2006) *Sport, Rhetoric, and Gender. Historical Perspectives and Media Representations*. New York: Palgrave Macmillan.

Hardin Marie, Hardin Brent (2004) *The Supercrip in Sport Media: Wheelchair Athletes Discuss Hegemony Disabled Hero*. „Sociology of Sport Online”, vol. 7, no. 1 [dostęp 28 października 2013 r.]. Dostępny w Internecie <http://physed.otago.ac.nz/sosol/v7i1/v7i1_1.html>.

Howe P. David (2011) *Cyborg and Supercrip: The Paralympics Technology and the (Dis)Empowerment of Disabled Athletes*. „Sociology”, vol. 45, no. 5, s. 868–882.

Jakubowska Honorata (2013) *Płciowe porządki – granice płci w sporcie według koncepcji Mary Douglas*. „Człowiek i Społeczeństwo”, nr 36/1, s. 113–128.

----- (2014) *Gra ciałem. Praktyki i dyskursy różnicowania płci w sporcie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Koivula Nathalie (1995) *Rating of Gender Appropriateness of Sports Participation: Effects of Gender-Based Schematic Processing*. „Sex Roles”, vol. 33, s. 543–557.

----- (2001) *Perceived Characteristics of Sports Categorized as Gender-Neutral, Feminine, and Masculine*. „Journal of Sport Behavior”, vol. 24, no. 4, s. 377–393.

Kristeva Julia (2007) *Potęga obrzydzenia. Esej o wstępie*. Przełożył Maciej Falski. Kraków: Wydawnictwo UJ.

Kvale Steinar (2004) *InterViews. Wprowadzenie do jakościowego wywiadu badawczego*. Przełożył Stanisław Zabielski. Białystok: Trans Humana.

Larson James F., Riverburgh Nancy K. (1991) *A Comparative Analysis of Australian, U.S., and British Telecasts of the Seoul Olympic Ceremony*. „Journal of Broadcasting and Electronic Media”, vol. 35, s. 75–94.

Ličen Simon, Billings Andrew (2013) *Cheering for 'Our' Champs by Watching 'Sexy' Female Throwers: Representation of Nationality*

and Gender in Slovenian 2008 Summer Olympic Television Coverage. „European Journal of Communication”, vol. 28, s. 379–396.

von der Lippe Gerd (2002) *Media Image. Sport, Gender, and National Identities in Five European Countries*. „International Review for the Sociology of Sport”, vol. 37, no. 3–4, s. 371–395.

Metheny Eleanor (1965) *Connotations of Movement in Sport and Dance*. Dubuque, IA: W.C. Brown.

Messner Michael A., Cooky Cheryl (2010) *Gender in Televised Sports. News and Highlights Shows, 1989–2009*. Center for Feminist Research, University of Southern California [dostęp 18 października 2012 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://dornsife.usc.edu/cfr/gender-in-televised-sports>>.

Postow Betsy C. (1980) *Women and Masculines Sports*. „Journal of the Philosophy of Sport”, vol. 7, s. 51–58.

Real Michel R., Mechikoff Robert A. (1992) *Deep Fan: Mythic Identification, Technology, and Advertising in Spectator Sports*. „Sociology of Sport Journal”, vol. 9, s. 323–339.

Silva Carla F., Howe P. David (2012) *The (In)Validity of Supercrip Representation of Paralympian Athletes*. „Journal of Sport and Social Issues”, vol. 36, no. 2, s. 174–194.

Vincent John i in. (2007) *Analysing the Print Media Coverage of Professional Tennis Players: British Newspaper Narratives About Female Competitors in the Wimbledon Championships*. „International Journal of Sport Management and Marketing”, vol. 2, s. 281–300.

Whiteside Erin, Hardin Marie (2011) *Women (Not) Watching Women: Leisure Time, Television, and Implications for Televised Coverage of Women's Sports*. „Communication, Culture & Critique”, vol. 4, no. 2, s. 122–143.

Cytowanie

Jakubowska Honorata (2015) *Kiedy płeć nie ma znaczenia. Nie/normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 116–129 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

When Gender Does Not Matter. The Non/Normative Bodies in the Discourse of Nationality and Sports success

Abstract: The article presents how the perception of non-normative corporeality changes when gender intersects with the category of nationality and (the lack of) success. It discusses how both of these factors, nationality and success, affect: (1) the choices made by the audience of sports events, (2) the perception of the appearance of individual athletes, and (3) the perception of sport as feminine versus masculine. The article is based on the intersectionality concept and refers to the author's own research conducted in 2012 and 2013, as well as to the discourse analysis of the selected cases studies.

Keywords: Sport, Gender, Nationality, Success, Non/Normative Body

Jakub Niedbalski
Uniwersytet Łódzki

Sport osób niepełnosprawnych w przekazie i dyskursie medialnym w Polsce

Abstrakt Celem artykułu jest analiza dyskursu medialnego dotyczącego sportowców niepełnosprawnych. W artykule skupiam się z jednej strony na sposobie, w jaki sportowcy niepełnosprawni i sport paraolimpijski funkcjonują w ogólnopolskich oraz lokalnych mediach, z drugiej zaś staram się rozwikłać przyczyny oraz skutki określonych przekazów medialnych. Jest to zatem próba określenia wpływu, jaki polskie media mają na postrzeganie sportu niepełnosprawnych przez pozostałych (przede wszystkim zdrowych) członków naszego społeczeństwa. Przyjrę się zarówno ogólnej charakterystyce dyskursu istniejącego wokół sportu niepełnosprawnych, ale także odwołam się do opinii samych sportowców oraz innych osób ze środowiska sportowego, rekonstruując na tej podstawie to, w jaki sposób postrzegają oni istniejącą „sytuację medialną” i jak według nich wpływa ona na ich codzienne życie. Jest to próba skonfrontowania wizerunku medialnego sportowca niepełnosprawnego z opiniami i odczuciami samych sportowców.

Słowa kluczowe sport, niepełnosprawność, wizerunek, media, dyskurs

Jakub Niedbalski, doktor socjologii, adiunkt w Katedrze Socjologii Organizacji i Zarządzania Instytutu Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego. Specjalizuje się w komputerowej analizie danych jakościowych, metodach badań jakościowych, zagadnieniach socjologii niepełnosprawności i socjologii sportu. Prowadzi badania poświęcone aktywizacji społecznej osób z niepełnosprawnością fizyczną. Autor książek: *Życie i praca w domu pomocy społecznej. Socjologiczne studium interakcji personelu z upośledzonymi umysłowo podopiecznymi* (Łódź 2013), *Odkrywanie CAQDAS. Wybrane bezpłatne programy komputerowe wspomagające analizę danych*

jakościowych (Łódź 2013) oraz *Komputerowe wspomaganie analizy danych jakościowych. Zastosowanie oprogramowania NVivo i Atlas.ti w projektach badawczych opartych na metodologii teorii ugruntowane* (Łódź 2014).

Adres kontaktowy:

Katedra Socjologii Organizacji i Zarządzania
Instytut Socjologii
Uniwersytet Łódzki
ul. Rewolucji 1905 r. 41, 90-214 Łódź
e-mail: jakub.niedbalski@gmail.com

Sport osób niepełnosprawnych, zwłaszcza w ostatnim czasie, ulega intensywnemu procesowi profesjonalizacji. Towarzyszą temu stale rosnące wymagania dotyczące fizycznej sprawności niepełnosprawnych sportowców, ich podporządkowanie rygorom międzynarodowych instytucji sportowych, a także konieczność sprostania rosnącej presji ze strony rywali. Wraz ze zmieniającymi się realiami i wymaganiami dotyczącymi sportowców następują też zmiany w optyce i sposobie postrzegania sportowców niepełnosprawnych przez społeczeństwo. Jednak ich dynamika jest dużo wolniejsza niż oczekiwaliby tego sami sportowcy, a zachodzące zmiany nie zawsze przybierają właściwy kierunek. Ponieważ żyjemy w świecie silnie zmediatyzowanym, kluczową rolę w sposobie postrzegania i odbioru rzeczywistości społecznej odgrywają współczesne kanały komunikacji kreowane przez nowoczesne media.

Media odgrywają istotną rolę także w procesie przekształcania sportu (Dziubiński 2011: 122). Sprawozdania z imprez sportowych zawierają wiele elementów narracyjnej kreacji, która sprawia, że relacja jest pewną formą medialnego obrazu, zależnego od jej autorów. Odbiór sportowego zdarzenia w postaci nieuniknionej w interpretacyjny kontekst relacji medialnej możliwy jest zatem jedynie w przypadku widza bezpośredniego – uczestnika zdarzeń, który sam dokonuje wyboru, koncentrując swoją uwagę na określonych aspektach sportowego zdarzenia (Mosz 2003: 206). Z tej perspektywy, jak podkreśla Jakub Mosz (2003: 206), obraz sportu kreują media kultury masowej, a fakt wyboru przekazywanej informacji staje się znaczącym elementem nadawania jej określonego znaczenia. Przywołując zaś słowa Wiesława

Godzica (2002: 24), można powiedzieć, że media, zwłaszcza telewizja, kształtują naszą rzeczywistość, która w ten sposób staje się jeszcze bardziej realna.

Biorąc pod uwagę powyższe stwierdzenia obecne w literaturze przedmiotu, celem badań uczyniłem analizę sytuacji sportu osób niepełnosprawnych w Polsce, co czynię z perspektywy toczącego się w mediach dyskursu, który rozumiem jako sposób użycia języka do omówienia i zaprezentowania określonych zjawisk. W niniejszym opracowaniu staram się zwrócić uwagę na charakter wypowiedzi dziennikarzy, ekspertów oraz osób związanych z mediami na temat wydarzeń sportowych, prezentowania sylwetek zawodników, a także traktowanej szerzej, ogólnej sytuacji sportu niepełnosprawnych w naszym kraju. W prowadzonych analizach, obejmujących przedział czasowy lat 2008–2013, odwołuję się do materiałów pochodzących z mediów ogólnopolskich, głównie telewizji, ale także radia, prasy oraz źródeł internetowych. Zadaniem, jakie sobie postawiłem, jest wskazanie, w jaki sposób, w jakim zakresie i jaką formułą przybiera w polskich środkach komunikacji masowej przekaz dotyczący sportu niepełnosprawnych. Odpowiedzi na te pytania poszukuję w relacjach medialnych oraz wypowiedziach osób pochodzących ze środowiska sportu niepełnosprawnych, traktowanych jako komentatorzy i eksperci „sytuacji medialnej”.

Społeczeństwo medialne i dyskurs mediów

Media stanowią nieodłączny element naszego życia. Ich obecność w kulturowej przestrzeni codzienności sprawia, że wiele z istotnych wydarzeń

jest nam dostępnych w formie pośredniej (Godzic 2002: 15). Oglądamy świat częściej z pozycji widza niż uczestnika dziejących się wydarzeń (Mosz 2011: 165). Tym samym media poprzez swoją działalność kreują obraz rzeczywistości, wpływając zarówno na osoby, o których mówią, jak i odbiorców przekazu (Sahaj 2013: 162 i dalsze). Dzieje się tak, bowiem treści medialne przenikają kulturę współczesnych społeczeństw i wywierają wpływ na styl ich życia. Media są głównym kanałem reprezentacji i ekspresji kulturowej oraz podstawowym źródłem wyobrażeń o rzeczywistości (McQuail 2007: 23). Jak podkreśla Denis McQuail (2007: 455), media oddziałują przez definiowanie sytuacji i określanie rzeczywistości, a także dostarczanie informacji oraz ukierunkowywanie uwagi odbiorców. Media w znacznym stopniu służą konstytuowaniu ich percepcji. W tym kontekście przekaz jawi się jako nośnik poglądów, który kreuje wiedzę szerszych mas społecznych. Widzowi, czytelnikowi, słuchaczowi ukazuje się wyselekcjonowany, nieraz zniekształcony obraz rzeczywistości społecznej (Kanash 2009: 19).

W ten sposób przekaz medialny kształtuje opinie i postawy odbiorców, co John Thompson (2006: 115) nazywa „rozbudowanym dyskursem”, a więc pośrednictwem czy też współuczestniczeniem odbiorców w rozpowszechnianiu, ale też pewnym modyfikowaniu przekazu. Przywołany autor pisze, iż „przyswajanie przekazów medialnych należy postrzegać jako trwający i społecznie zróżnicowany proces, zależny od treści odebranego przekazu, dyskursywnej rozbudowy wśród odbiorców i innych osób oraz społecznych atrybutów jednostek, które przekazy odbierają” (Thompson 2006: 115).

Media, jak zaznacza McQuail (2007: 96), ze swej natury są zaangażowane w produkcję i dystrybucję wiedzy w najszerszym sensie tego słowa. Wiedza ta pozwala nadać sens naszemu doświadczaniu świata społecznego. Informacje, obrazy i idee udostępniane przez media mogą dla większości ludzi stanowić główne źródło świadomości wspólnej przeszłości i aktualnego położenia społecznego. Media wpływają na to, co większość ludzi uznaje za rzeczywistość. Spełniają zatem głównie rolę promującą określoną wizję i światopogląd rzeczywistości (Godzic 2002). Czynią to, po pierwsze, poprzez maskowanie niektórych jej aspektów, po drugie, przekazywanie informacji fragmentarycznych, i po trzecie, tworzenie iluzji jedności i spójności (McQuail 2007: 96).

Tym samym środki informacji i komunikowania masowego posiadają władzę symboliczną, są bowiem związane z produkowaniem, przekazywaniem i odbieraniem różnych przekazów (Kanash 2009: 20). Media występują w roli reproduktora wybiórczego i nierzadko skrzywionego obrazu rzeczywistości (McQuail 2007: 115, 339). Inaczej rzecz ujmując, komunikowanie (masowe) to według Thompsona (2006: 33) „zinstytucjonalizowana produkcja i ogólne rozpowszechnianie dóbr symbolicznych przez umocowanie i rozpowszechnianie informacji oraz treści”.

Uchwycenie wskazanych aspektów informacji, wiedzy oraz władzy, stanowiących składowe części społecznego świata mediów, wymaga zastosowania podejścia holistycznego, w którym uwzględnia się wszystkie podmioty biorące udział w tworzeniu pojęciowej siatki znaczeń komunikatów, a więc środki przekazu, ich odbiorców, a także te osoby,

które są przedmiotem treści owego przekazu. Podejście takie zapewnia perspektywa dyskursywna, która umożliwia rozumienie sposobów funkcjonowania świata społecznego, reguł konstrukcji, negocjacji, zmiany i uporządkowania znaczeń oraz systemów wiedzy oraz władzy (Kanash 2009: 21).

Sam dyskurs jest pojęciem stosowanym przez przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych, badaczy wywodzących się z różnych szkół i reprezentujących rozmaite paradygmaty, co między innymi sprawia, że nie stanowi on jednolitej kategorii (Jabłońska 2012: 77). Z tego względu jest to pojęcie, które nie ma jednej spójnej definicji, lecz jest określane na różnych płaszczyznach i w wielu wymiarach (Wodak, Krzyżanowski 2011: 16). Dyskurs jest czymś więcej niż tylko określonym sposobem używania języka. Jest zbiorem ustalonych reguł odnoszących się do zestawu zdarzeń komunikacyjnych, w których uczestniczymy – określa sposoby i formy komunikacyjnych przekonań oraz definiuje zakres i reguły rządzące społecznymi interakcjami. To właśnie poprzez dyskurs dochodzi do uzewnętrznienia wewnętrznych stanów jednostki, ale to także poprzez dyskurs jednostka asymiluje pochodzące ze świata zewnętrznego zestawu pojęć i idei oraz reguły łączących je zależności (Trutkowski 2000: 109). Analizując dyskurs, który wyznacza codzienne działania komunikacyjne jednostek, możemy dotrzeć do treści i zakresu społecznych reprezentacji, a także odtworzyć sposób społecznej rekonstrukcji świata na podstawie dostępnych nam sposobów (Trutkowski 2000: 110). Dyskurs to w największym skrócie, jak pisze Lech Nijakowski (2008: 114), tekst w kontekście, a zatem nie tylko utrwalony system znaków, ale również

społeczny kontekst jego powstania, rozpowszechniania i odbioru. Analiza dyskursu pozwala zrekonstruować nadawane znaczenia we wszystkich wymiarach i kontekstach (Nijakowski 2008: 114).

Dyskurs zakłada istnienie wzorców i wspólnych cech w ramach wiedzy i struktur (Wodak, Krzyżanowski 2011: 18). Marek Czyżewski, definiując hasło „dyskurs” w *Encyklopedii socjologii* (2005), wskazał na trzy główne rozumienia dyskursu: jako rozmowy, konwersacji i dialogu; jako pojęcia związanego z koncepcją myślenia Habermasa, a także różnych form i sposobów użycia języka. To, co łączy różnych badaczy zajmujących się dyskursem, to fakt, że pokazują oni, jak jest on tworzony i warunkowany przez relacje społeczne, ale też jak wnika w różne sfery życia społecznego, spajając je w jeden wspólny świat komunikacji (Pawliszczak, Rancew-Sikora 2012: 7). Dyskurs, jak piszą Piotr Pawliszczak i Dorota Rancew-Sikora (2012: 6), jest zarazem strukturą ograniczającą i zasobem służącym jednostkom i zbiorowościom do wytwarzania rzeczywistości społecznej. Proces ten odbywa się przez kształtowanie wiedzy, relacji i tożsamości aktorów w różnych specyficznych kontekstach.

Za Cezarym Trutkowskim (2000: 109) dyskurs rozumieć można jako „zbiór ustalonych reguł odnoszących się do zestawu zdarzeń komunikacyjnych, w których uczestniczymy, określa sposoby i formy komunikacji przekonań oraz definiuje zakres i reguły rządzące społecznymi interakcjami”.

W literaturze przedmiotu wyróżnia się nie tylko wiele definicji dyskursu, lecz również wiele jego rodzajów (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 2010).

W niniejszym opracowaniu skoncentruję się na dyskursie medialnym, będącym jedną z form dyskursu publicznego (Czyżewski, Kowalski, Piotrowski 2010), a więc obecnym w różnych środkach masowego przekazu.

Dyskurs mediów to według Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz (2006: 16) zespół zachowań językowych realizowanych w mediach, tworzących wypowiedzi o przeznaczeniu publicznym, których treść i forma uwarunkowane są: po pierwsze, stanem wiedzy i koncepcjami poznawczymi charakterystycznymi dla danej epoki, po drugie, określonym rodzajem aktywności ludzkiej (polityka, kultura, działalność społeczna itp.), po trzecie, warunkami komunikacji za pośrednictwem mediów masowych oraz po czwarte, warunkami formułowania wypowiedzi. Dyskurs mediów, czyli dyskurs medialny, dotyczy różnych zjawisk (np. ubóstwo, bezrobocie) i grup społecznych (np. biedni, bezrobotni, niepełnosprawni). Dyskurs w mediach stanowią dyskursy poszczególnych osób lub grup społecznych na określony temat. Zdaniem przywołanej autorki (Lisowska-Magdziarz 2006: 13) w praktyce oba rodzaje dyskursu – „medialny” i „w mediach” – często nakładają się. Stąd też można je wspólnie określić mianem „dyskursu medialnego”.

Teoretyczną ramą omawianych zagadnień są założenia zaproponowane przez M. Foucaulta i P. Bourdieu, stanowiące jeden z istotniejszych punktów odniesienia dla współczesnych reprezentantów krytycznej analizy dyskursu (KAD). Krytyczna analiza dyskursu ukazuje bowiem uwikłanie władzy, ideologii, nierówności społecznych i uprze-

dzeń w dyskurs. Krytyczna analiza dyskursu jest zespołem pojęć badawczych, który dyskurs publiczny najczęściej obiera za przedmiot analizy (Horolets 2008: 7). „Wśród prac przedstawicieli krytycznej analizy dyskursu najczęściej jest on traktowany jako odzwierciedlenie problemu społecznego, jako wyraz i sposób umocowania w praktykach społecznych. Dyskurs rozpatrywany jest jako teren, gdzie badacz może znaleźć ślady relacji władzy i dominacji” (Horolets 2008: 9). Zakłada się tu, że ukazywanie powiązań władzy, wiedzy i dyskursu zwiększa refleksyjność społeczną i może otwierać nowe, twórcze i sprawiedliwsze rozwiązania instytucjonalne (Pawliszczak, Rancew-Sikora 2012: 8).

W ramach swojej teorii dyskursywnej Michel Foucault definiuje władzę

jako wielość stosunków siły immanentnych w dziedzinie, w której się zawiązują i której organizację stanowią; jako grę, która w drodze ustawicznych walk i starć przekształca je i umacnia jako zespół punktów oparcia dla wzajemnych relacji między tymi stosunkami, wskutek czego powstają łańcuchy lub systemy czy też odwrotnie, przesunięcia; w końcu jako strategie, których ogólna intencja lub instytucjonalna krystalizacja dopełniają się w postaci aparatów państwowych, formuł prawa, społecznych hegemonii. (2006: 539)

Foucault ukazuje dyskurs jako narzędzie wywierania wpływu na ludzi, jako instrument, za pomocą którego możliwy jest przymus (1998: 43; Jabłońska 2012: 80). Władza wiąże się z jednostkowymi (lub zbiorowymi) działaniami aktorów i jest ona im-

manentnym elementem rzeczywistości społecznej. Zdaniem Foucault nie istnieje społeczna rzeczywistość bez relacji władzy i uwikłanych w nie jednostek (Jabłońska 2012: 79).

Jak podkreśla Barbara Jabłońska (2012: 80), dyskurs jest ściśle sprzęgnięty z problematyką władzy i dominacji, polegającą na narzucaniu określonego sposobu myślenia i mówienia o rzeczywistości, co sprawia, że obecny jest także w teorii przemocy symbolicznej Bourdieu. Owa przemoc jest natomiast narzędziem konstruowania rzeczywistości społecznej. Innymi słowy – w dyskursie ukryte są struktury dominacji. Ta zaś związana jest z dostępem elit symbolicznych do prawomocnych kanałów dystrybucji informacji i wiedzy o otaczającym świecie (Bourdieu 1991: 168; Jabłońska 2012: 81).

Władza może być realizowana w określonym polu, za pomocą określających zasobów czy też kapitału, który sytuuje elitę symboliczną w pozycji dominującej. Zdaniem Bourdieu w każdym z możliwych pól odbywa się walka lub gra o prawomocny dostęp do dyskursu, za pomocą którego wskazuje się na to, co jest bądź też nie jest do pomyślenia i wypowiedzenia (Jabłońska 2012: 80). Obszar rzeczywistości szczególnie interesujący badawczo to ten, w którym stykają się pole medialne i pole grup wykluczonych oraz marginalizowanych, tak jak ma to miejsce w przypadku osób niepełnosprawnych, nawet jeśli są nimi sportowcy wyczynowi.

Grupa uprzywilejowana ma zdolność narzucania własnego sposobu widzenia świata, a więc swobodnych okularów, przez które ludzie go postrzegają (Bourdieu 2009: 48). Owo narzucenie wizji świata

realizowane jest między innymi poprzez media, na przykład dopuszczenie pewnych tematów, wykluczenie innych, ustalenie ich hierarchii czy po prostu sposobu ich prezentowania. Z tego względu o mediach można mówić jako o elitach symbolicznych, które poprzez kontrolę przekazywanych treści sprawują władzę nad członkami społeczeństwa w sferze oceny rzeczywistości aktualnej i przeszłej, a tym samym znacząco wpływają na ich zachowania (Kubala 2008: 138). Owa kulturowo-normatywna kontrola nad dyskursem publicznym odbywa się na dwóch poziomach: poprzez możliwość wywierania wpływu na poglądy i zachowania obywateli przez tworzenie hierarchii ważności spraw, a po drugie, poprzez tworzenie kryteriów ich oceny (Trutkowski 2006: 186; por. Kubala 2008: 139).

O istotnych wyzwaniach, jakie stoją przed analizą dyskursu w ujęciu krytycznym, pisze także van Dijk (1993). Jak przekonuje, w przypadku tej odmiany studiów nad zjawiskami komunikacyjnymi chodzi nie tylko o opisanie i wyjaśnienie wybranego wycinka rzeczywistości, ale również o zmianę owej rzeczywistości. Zmiana ta możliwa jest najczęściej dzięki ukazywaniu praktyk dominacji w dyskursie oraz formułowaniu postulatów i rekomendacji, które pozwolą w przyszłości uniknąć tego typu praktyk. A zatem analiza, opis i formułowanie teorii odgrywa tu ważną rolę, która pozwala lepiej zrozumieć i skutecznie krytykować nierówności społeczne (van Dijk 2001: 32).

Van Dijk zauważa, że celem analizy dyskursu jest ukazanie bezpośrednich relacji pomiędzy dyskursem a wiedzą (van Dijk 2003: 85). Zdaniem wspomnianego badacza

wiedza ma po pierwsze, charakter nie tylko mentalny, ale też społeczny, po drugie, jest nabywana, podzielana i używana przez jednostki, grupy społeczne, instytucje i organizacje w procesie interakcji, po trzecie, może być zasobem dającym władzę albo – inaczej mówiąc – kapitałem symbolicznym określonej grupy, po czwarte, przebierać może formę dominacji, a także może być uznawana i legitymowana albo też może taką się stawać poprzez alternatywne formy przekonań i po piąte, wiedza jest wyrażana, przekazywana, akcentowa podzielana poprzez dyskurs. (van Dijk 2003: 86–87 [tłum. własne])

Według van Dijka relacje władzy społecznej łączą dyskurs ze społeczeństwem. Władza jest rozumiana przez van Dijka jako pewnego rodzaju kontrola społeczna. Źródłem władzy może być między innymi pozycja, własność, wiedza (Woźniak 2012: 98). Ci, którzy mają władzę, mogą wpływać na wyobrażenia o świecie i zachowania innych (Kanash 2009: 15).

Podobnie jak Bourdieu, van Dijk poświęca wiele uwagi mechanizmom wdrażania określonego systemu wiedzy poprzez dyskursy funkcjonujące w obrębie pól produkcji kulturowej oraz istotnej roli mediów. Stąd wiele miejsca w swych analizach van Dijk poświęca analizie szeroko rozumianego dyskursu medialnego. Siła mediów to bowiem „siła społeczna”, za pomocą której możliwa jest kontrola umysłów (Jabłońska 2012: 86).

Do tradycji myślenia Foucaulta i Bourdieu (Jabłońska 2012: 78) nawiązują Wodak i Fairclough, którzy w dyskursie zwracają również szczególną uwagę na

kwestie wzajemnych sprzężeń pomiędzy władzą i wiedzą. Według tych autorów

dyskurs jest społecznie stanowiący w tym samym stopniu, w jakim jest społecznie kształtowany: ustanawia sytuację, przedmioty wiedzy, a także społeczne tożsamości i relacje między ludźmi i grupami. Jest stanowiący zarówno w tym sensie, że pomaga utrzymywać i odtwarzać społeczne status quo, jak i w tym sensie, że przyczynia się do jego zmiany. (Fairclough, Wodak 2006: 1047)

Perspektywa dyskursywna jest zatem kluczowa w analizie nierówności społecznych, w ukazywaniu grup zajmujących niższe pozycje społeczne (Woźniak 2012: 99–100). Szczególnie istotne wydaje się stereotypowe przedstawianie takich grup w mediach (Kanash 2009: 21). Tym bardziej nie może dziwić, że wśród tematów badawczych przedstawicieli KAD funkcjonuje problematyka władzy, która podważa wolność, równość czy demokrację. Jest to władza niesprawiedliwa, o jakiej piszą Norman Fairclough i Anna Duszak (2008), która ma zdolność wywierania wpływu na opinię społeczną poprzez manipulowanie między innymi środkami przekazu. Denis McQuail wyróżnił kilka aspektów władzy mediów: po pierwsze, przyciąganie i kierowanie uwagi publicznej, po drugie, perswazja w zakresie opinii i przekonań, zamierzony lub niezamierzony wpływ na zachowania, po trzecie, definiowanie rzeczywistości, przypisywanie statusu i prawomocności, po czwarte, informowanie szybko, w szerokim zakresie, ale wybiórczo, po piąte, łatwiejszy dostęp osób mających władzę polityczną i ekonomiczną (McQuail 2007: 101).

Nota metodologiczna

Ramę teoretyczną analizowanych zagadnień stanowią elementy krytycznej analizy dyskursu w ujęciu Teuna A. van Dijka (2003). Krytyczna analiza dyskursu jest tutaj kluczowym punktem odniesienia, przy czym termin „dyskurs” ma dla mnie charakter operacyjny i porządkujący, sprowadzając się do stworzenia ram ułatwiających analityczne podejście do zgromadzonych danych (Woźniak 2012: 88). Analiza dyskursu miała zatem na celu rekonstrukcję różnych wizji świata (ideologii), które stanowią podstawę i punkt odniesienia w owym dyskursie (Woźniak 2012: 99).

Celem badań było ustalenie tego, w jaki sposób problematyka sportu osób niepełnosprawnych obecna jest w dyskursie medialnym w Polsce oraz zrekonstruowanie specyficznych cech tego dyskursu, wpisanego w kontekst szerszych przemian społeczno-kulturowych dokonujących się w naszym kraju.

Po pierwsze, interesowało mnie istnienie wątków tematycznych w ramach analizowanej problematyki. Po drugie, podjąłem się analizy dominującego w mediach słownictwa, po to, by zrekonstruować charakter obecnego w nich dyskursu dominacji. Po trzecie, skoncentrowałem się na identyfikacji rodzajów argumentacji stosowanych przez tych, którzy wypowiadali się na temat sportu osób niepełnosprawnych. I po czwarte, chciałem skonfrontować obecne w mediach sposoby prowadzenia dyskursu ze stanowiskiem wyrażanym przez samych niepełnosprawnych sportowców.

W związku z tym przedmiotem analizy uczyniłem wypowiedzi obecne w różnego rodzaju mediach,

a więc telewizji, radiu, prasie i Internecie. Były to zarówno komentarze osób prowadzących dane programy, dziennikarzy, redaktorów i komentatorów sportowych, jak i głosy rozmaitych gości zapraszanych w roli ekspertów. Efekty ich działalności mogą bowiem wpływać na opinię publiczną, pogłębiając lub niwelując skutki społecznej marginalizacji sportu osób niepełnosprawnych. Poglądy wyrażane przez przedstawicieli mediów oraz zapraszanych gości mają też znaczenie dla kształtu rozwiązań systemowych, wsparcia ze strony potencjalnych sponsorów, a także podejmowanej przez władze państwowe polityki stosowanej wobec sportowców niepełnosprawnych. W analizie istotną rolę odegrały również opinie osób ze środowiska sportowców niepełnosprawnych.

Na potrzeby niniejszego opracowania wzięto pod uwagę materiały pochodzące z audycji radiowych i telewizyjnych, a także publikacje w wybranej prasie z lat 2008–2013¹. Przyjęty okres był związany z kolejnymi paraolimpiadami, począwszy od Pekinu w 2008 roku, Vancouver w 2010 roku oraz Londynu w 2012 roku. Okres ten dotyczył ostatnich trzech paraolimpiad, a jednocześnie cechował się wzrostem zainteresowania mediów sportem osób niepełnosprawnych. Przy czym zainteresowanie to było wyraźnie związane z okresem przypadającym na czas trwania paraolimpiad i równie szybko się z nim kończyło. Natomiast okresy pomiędzy tym ważnymi wydarzeniami odznaczały się znacznie mniejszą popularnością tematyki sportu

¹ Z uwagi na szerszy zakres prowadzonych badań, wykraczający poza opisane w niniejszym artykule zagadnienia, podejmowane w nich wątki były zróżnicowane, koncentrując się jednak wokół zasadniczego problemu badawczego, jakim było uprawianie sportu przez osoby z niepełnosprawnością fizyczną.

osób niepełnosprawnych w mediach. Jeśli zaś w środkach masowego przekazu gościła tematyka sportu niepełnosprawnych, to zazwyczaj była ona związana z dodatkowymi determinantami, takimi jak trudna sytuacja sportowca, rodzinne nieszczęście, choroba i tak dalej. W ten sposób sport stanowił jedynie tło dla eksponowanych w mediach wydarzeń, podkreślając dodatkowo dramaturgię całej prezentowanej sytuacji.

Łącznie do analizy wykorzystano ponad 30 artykułów prasowych pochodzących między innymi z „Dziennika Polskiego”, „Integracji”, „Gazety Wyborczej” czy „Dziennika Bałtyckiego” oraz zamieszczanych na portalach internetowych (m.in. Interia.pl, Onet.pl, Niepełnosprawni.pl, Sportifo24.pl). Ponadto posłużono się transmisjami audycji radiowych (Polskie Radio, RMF FM) oraz programami emitowanymi w telewizji publicznej (TVP Regionalna, TVN24, TVN). Łącznie było ich 7.

Selekcja konkretnych materiałów dokonana była na podstawie doboru celowego – wybrano te z nich, które podejmowały szeroko rozumiane kwestie sportu osób niepełnosprawnych. Dobór kolejnych przypadków miał charakter teoretyczny i opierał się na metodzie ciągłego porównywania. Dzięki teoretycznemu dobieraniu próbek, zbierając, kodując i analizując materiały, równocześnie na bieżąco decydowałem, gdzie i jakiego rodzaju dane gromadzić (Strauss, Corbin 1990: 177). Stosując się do metody ciągłego porównywania, w poszukiwaniu kolejnych danych do porównań starałem się dobrać zarówno bardzo różne, jak i podobne do siebie przypadki, po to, aby uchwycić maksymalnie dużo warunków różnicujących występowanie kategorii

oraz ich wzajemnych powiązań (Glaser 1978: 45–53; Charmaz 2009: 74). Z tego względu w prezentowanym badaniu kolejne przypadki dobierane były na podstawie bieżących ustaleń analitycznych, nie zaś odgórnie ustalonych przed badaniem założeń (Glaser, Strauss 1967: 45).

Jednocześnie uzupełnieniem kwerendy danych zastanych były informacje pochodzące z wywiadów przeprowadzonych z przedstawicielami środowiska niepełnosprawnych sportowców, które stanowią swego rodzaju komentarz do treści zamieszczanych w mediach².

Taki wieloźródłowy charakter różnorodnych danych dotyczących tego samego zjawiska – co podkreśla Wojciech Woźniak (2012: 116) – uprawdopodobnia bardziej wnikliwe spojrzenie na kluczowe z punktu widzenia problemu badawczego zjawiska. Jednocześnie tego typu podejście badawcze bywa określane mianem triangulacji, która zgodnie ze słowami Krzysztofa Koneckiego (2000: 85–86) oznacza „heurystyczne narzędzia badacza” służące maksymalnej obiektywizacji opisu poprzez postawienie badacza na zewnątrz opisywanych wydarzeń (zob. Woźniak 2012: 117).

Takie postępowanie, podobnie jak wielość źródeł danych, zgodne jest z podejściem prezentowanym przez van Dijk (1993: 252), który przekonuje, że

² Badania, które posłużyły do napisania niniejszego tekstu, stanowią część większego projektu dotyczącego sytuacji życiowej osób niepełnosprawnych podejmujących aktywność sportową, realizowanego aktualnie przez autora artykułu. Projekt jest współfinansowany przez Dziekana Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego UŁ. W chwili opracowywania niniejszego tekstu materiały empiryczne (dane wywołane) stanowiły odpowiednio: 20 wywiadów swobodnych oraz 25 zapisów obserwacji.

w ramach KAD możliwe jest wykorzystanie rozmaitych teorii, opisów, metod w zależności od ich przydatności do realizacji –społeczno-politycznego celu (Jabłońska 2008: 168).

W tym kontekście warto odwołać się także do słów Aleksandry Grzymały-Kazłowskiej (2004: 31), która podkreśla, że „przedstawiciele krytycznej analizy dyskursu traktują swoje badania jako formę zaangażowanej praktyki społecznej, a nawet działalności politycznej, nastawionej na zmianę rzeczywistości”. Stanowisko to jest zresztą w pełni zgodne z przyjętą przeze mnie perspektywą teoretyczną, reprezentowaną przez Teuna A. Van Dijk, który za najważniejsze założenia krytycznej analizy dyskursu uważa: po pierwsze to, że potrzeba zastosowania KAD wynika głównie z istnienia, często „nagłych”, „uwierających”, kwestii społecznych, które wymagają rozwiązania. Po drugie, zgodnie z podejściem krytycznym, zadaniem socjologa jest demaskowanie przemocy językowej i ukrytych stosunków władzy. Po trzecie, na co wskazuje, zasadniczym celem nauk społecznych jest rozpoznawanie ukrytych, ale realnie istniejących form zniewolenia społecznego oraz przymusu, które badacz społeczny powinien ujawnić (Jabłońska 2008: 169).

Podzielając powyższe stanowisko, warto odwołać się jeszcze do słów Barbary Jabłońskiej (2008: 169), która wskazuje, że analiza dyskursu stanowi niewątpliwie wyzwanie dla badacza, który nie tylko opisuje i wyjaśnia interesujące go zjawiska, lecz także przyjmuje postawę aktywnego rzecznika i obrońcy tych, którzy podlegają działaniom ukrytej, często nieuświadomionej władzy przybierającej formę przemocy o charakterze symbolicznym. Ina-

czej mówiąc, badacz przyjmuje określone stanowisko i prezentuje swój punkt widzenia, który nie jest wolny od wartościowania, co nie jest bynajmniej słabą stroną tak rozumianej analizy. Jak bowiem zauważa Piotr Sztompka (2002: 20), swoistą właściwością nauk społecznych jest między innymi normatywny, wartościujący punkt widzenia, a także ambicja formułowania wskazówek i zaleceń praktycznych czy politycznych. Podobnie twierdzi sam van Dijk, podkreślając, iż analiza dyskursu w odmianie krytycznej z definicji nie może być neutralna, bowiem jej fundamentalną zasadą jest „zajęcie stanowiska” (van Dijk 2002: 270).

W dalszej części artykułu, w celu osadzenia problematyki dyskursu medialnego dotyczącego sportu osób niepełnosprawnych w ramach szerszego kontekstu społeczno-kulturowego, przedstawię w zarysie ogólną wizję sportu niepełnosprawnych, która obecna jest we współczesnych mediach i kulturze masowej.

Sport w mediach i kulturze masowej

Media są jednym z głównych aktorów wpływających na ludzkie rozumienie rzeczywistości społeczno-politycznej (Ryabinska 2008: 185). To, jak rozmaite wydarzenia i kwestie są prezentowane przez dziennikarzy w zasadniczy sposób wpływa na to, jak czytelnicy czy widzowie rozumieją te wydarzenia i kwestie. Media, tworząc nową rzeczywistość kulturową, kreują również świat sportu, nadając mu postać typową dla zmieniających się trendów cywilizacyjnych (Mosz 2011: 173). Sport traktowany jako element kultury popularnej obecny jest we wszystkich rodzajach produktów

oferowanych na rynku mediów kultury masowej i poprzez wszystkie rodzaje mediów kultury popularnej: prasę, radio, telewizję czy Internet (Sahaj 2013: 35). Jak sugeruje Jakub Mosh (2011: 167), sposób i siła oddziaływania treści sportowych są wprost proporcjonalne do sposobu oddziaływania poszczególnych form przekazu. I jak dalej wskazuje przywołany autor, genealogia owych związków ma swój kontekst historyczny, zgodny z rozwojem mediów kultury masowej. W perspektywie historycznej na plan pierwszy wysuwają się prasa i radio. Pierwsze informacje prasowe dotyczące sportu zaczęły się pojawiać już w połowie XVIII wieku. Jednak to radio było tym medium, które dało początek bezpośredniej relacji z dziejącymi się zdarzeniami i sportowych megawydarzeń. Tę rolę przejęła następnie telewizja, dodając do relacji słownej oprawę wizualną w postaci obrazu relacjonowanych zdarzeń (Mosh 2011: 167). I to właśnie one, w połączeniu z możliwością przekazu satelitarnego, najsilniej obecnie oddziałują, tworząc największą publiczność sportową (Mosh 2011: 168).

Podobnie rozwój medialny sportu widzi Zbigniew Dziubiński (2011: 118–119), według którego jest on nierozdzielnie sprzężony z kształtowaniem się kultury masowej. Wspomniany autor wiąże powstanie społeczeństwa masowego z rozwojem nowych technologii, które jego zdaniem odegrały kluczową rolę w rozpowszechnianiu informacji do szerokich kręgów odbiorców. Proces ten dzieli na cztery zasadnicze etapy. Pierwszy z nich rozpoczął się wraz z pojawieniem się druku wysokonakładowej prasy. Na marginesie warto zaznaczyć, że pierwsze na świecie czasopismo sportowe ukazało się w Londynie w 1791 roku, zaś w Polsce

dopiero pod koniec XIX wieku i był to „Przewodnik Gimnastyczny” (Tuszyński 1997). Drugi etap warunkowany był z kolei rozwojem radia, które od samego początku swego powstania służyło także do relacjonowania bieżących transmisji antenowych. Powstanie telewizji, która przyczyniła się do uatrakcyjnienia relacji sportowych i jeszcze bardziej poszerzyła grono kibiców, to trzeci etap rozwoju społeczeństwa masowego. Na zmianę charakteru wydarzeń sportowych z lokalnego na globalny istotny wpływ miały technologie związane z transmisjami satelitarnymi. W ten sposób zostały przełamane kolejne granice dostępu do informacji. Wreszcie czwarty etap to rozpowszechnienie komputerów osobistych i rozwój Internetu, co spowodowało, że przekaz stał się dostępny nie tylko dla wielu odbiorców, ale także w każdym niemalże czasie i miejscu (Dziubiński 2011: 119).

Zbigniew Dziubiński (2011) procesowi medializacji sportu przypisuje kilka istotnych właściwości, które wpłynęły na rozwój i charakter współczesnego widowiska sportowego. Autor podkreśla, że Josephem Maguirem (2003), że do takich zjawisk należy między innymi globalizacja, która związana jest z powstaniem międzynarodowych organizacji sportowych oraz rewitalizacją igrzysk olimpijskich. Kolejne zjawisko to komercjalizacja sportu, która zdaniem Dziubińskiego dotyczy trzech głównych obszarów: sprzedaży praw do transmisji imprez sportowych, ich sponsorowania oraz kontraktów i transferów najlepszych sportowców. Warto zaznaczyć, że na przestrzeni lat drastycznie zwiększyło się grono odbiorców imprez sportowych, co spowodowało nie tylko ich komercjalizację, ale także przyczyniło się do profesjonalizacji

sportu. Tym samym amatorstwo sportowców zaczęło być zastępowane zawodowstwem (Dziubiński 2011: 121).

Media nie tylko umożliwiły umasowienie sportu poprzez transmisje największych wydarzeń sportowych, ale także znacznie przyczyniły się do wykreowania gwiazd, które stały się jednymi z ikon kultury popularnej rozpoznawalnymi na całym świecie. Fascynacja sportem w społeczeństwach nowoczesnych powoduje, że jego najwybitniejsi (i zazwyczaj najbardziej medialni) przedstawiciele są podziwiani, szanowani i posiadają wysoką pozycję statusową.

Zbigniew Dziubiński wskazuje, że proces medializacji i towarzyszący jej dyskurs mają także swój udział w socjalizacji odbiorców sportu, polegającej między innymi na nabywaniu przez nich wiedzy na temat obowiązujących przepisów w danej dyscyplinie sportowej (2011: 123). Co więcej, proces ten wpływa na demokratyzację sportu, która polega na tym, że jej wytwory w postaci transmisji różnorodnych wydarzeń sportowych są dostępne na równych prawach niemal dla wszystkich (Dziubiński 2011: 122). Demokratyzacja sportu przyczynia się także do szerokiej integracji społecznej (Dziubiński 2011: 124).

Z drugiej strony Zbigniew Dziubiński podkreśla, że kultura masowa i dyskurs w niej obecny łączą się ze zjawiskami negatywnymi, które prowadzą do bardziej bądź mniej celowych manipulacji odbiorcami przekazów medialnych. Kultura masowa bywa między innymi wykorzystywana do „urabiania” odbiorców zgodnie z interesami władzy politycznej – poprzez agitację i propagandę. Staje się w ten

sposób narzędziem manipulacji politycznej, a także ekonomicznej (Dziubiński 2011: 126–127). Kultura masowa przekazuje świat rzeczywistości częściowo uporzakowanej, czyli takiej, w której ważną rolę odgrywa selektywne podejście do prezentacji rzeczywistości (Dziubiński 2011: 128).

Jak podkreśla Jakub Mosh (2011: 165), sport jest współcześnie zjawiskiem społecznym zawłaszczonym przez media i poprzez media na nowo ustrukturyzowanym. Funkcjonujące zaś w literaturze przedmiotu pojęcie „medializacji” odnosi się do takich zjawisk w świecie współczesnego sportu, jak: powszechna obecność sportowych treści w środkach masowego przekazu, wpływ mediów na strukturę i przebieg wydarzeń sportowych, uzależnienie finansowania sportu od jego medialnej atrakcyjności czy nadawanie idolom współczesnego sportu statusu celebrytów (Mosh 2011: 167).

Skutkiem oddziaływania mediów, a przede wszystkim telewizji, sport zyskał nie tylko masowe audytoryum, ale i dodatkowe źródła finansowania (Janowski 2011: 162). W związku z tym można stwierdzić, że świat sportu i świat mediów rozwijają się równolegle, pozostając w pełnej współpracy, bazując na tym samym kapitale, publiczności i wzajemnej promocji (Mosh 2011: 167). Jednym z najefektywniejszych, z ekonomicznego punktu widzenia, towarów sportowych jest transmisja telewizyjna, a sport ma nieporównywalną z żadną inną formą kulturową moc przyciągania widzów telewizyjnych (Mosh 2011: 166). Nasilające się zjawisko komercjalizacji sportu ilustruje tabela przedstawiająca rosące zyski ze sprzedaży praw telewizji do transmisji z igrzysk olimpijskich (Ancukiewicz 2010: 244–245).

Tabela 1. Zestawienie zysków ze sprzedaży praw telewizyjnych do igrzysk olimpijskich w latach 1960–2008 (w mln dolarów USD).

Rok	Gospodarz	Zysk ze sprzedaży praw telewizyjnych
1960	Rzym	0,394
1964	Tokio	1,5
1968	Meksyk	4,5
1972	Monachium	7,5
1976	Montreal	25
1980	Moskwa	87
1984	Los Angeles	225
1988	Seul	300
1992	Barcelona	401
1996	Atlanta	456
2000	Sydney	973
2004	Ateny	1476
2008	Pekin	1737

Źródło: Ancukiewicz (2010: 244–245).

Jak podkreśla Jakub Mosh (2003: 206), sport oddziałuje dwiema formami, a są nimi: przebieg sportowych zdarzeń oraz ich obraz tworzony przez współczesne media. Te dwa aspekty sportowej rzeczywistości zbliżają się do siebie, a w przypadku takich mediów jak radio i telewizja wydają się na siebie nakładać. Radiowa relacja i telewizyjna transmisja stwarzają możliwość bezpośredniego uczestnictwa w przebiegu zdarzeń, choć bez konieczności zachowania jedności czasu i miejsca akcji.

Jednym z najciekawszych aspektów zjawiska medializacji sportu jest powstanie nowego rodzaju sportowej publiczności uczestniczącej w sportowym zdarzeniu za pośrednictwem mediów (Mosh 2011: 171). Dlatego sport stanowi bez wątpienia fenomen kulturowy współczesnego świata. Nowe dyscypliny wraz ze strukturami organizacyjnymi powstały na przełomie XIX i XX wieku, towarzysząc rodzącemu się neoolimpizmowi, który stopniowo ewoluował do obecnej postaci. W konsekwencji

sport stał się sferą rzeczywistości społecznej, silnie wkomponowaną w realia czasów współczesnych, tak jak jego główni aktorzy (Zdebska 2005: 145).

Omówione powyżej kwestie dotyczą jednak przede wszystkim sportowców pełnosprawnych, którzy w obecnych czasach, jeśli tylko odnoszą sukcesy oraz posiadają odpowiednią aparycję i umiejętność autoprezentacji, stają się ulubieńcami mediów. Inaczej wygląda sytuacja sportowców niepełnosprawnych, którzy pomimo znaczących osiągnięć, zazwyczaj nie są w tak ekspresyjny sposób promowani, a przede wszystkim w podobnym zakresie pokazywani w mediach ogólnopolskich. Dlatego tym właśnie kwestiom poświęcona została dalsza część niniejszego opracowania.

Sport i sportowcy niepełnosprawni w dyskursie medialnym w Polsce

Obraz sportu kreowany w mediach i dyskurs, jaki temu zjawisku towarzyszy, w istotny sposób wpływają na stan świadomości olbrzymiej części naszego społeczeństwa co do sposobu postrzegania, rozumienia, a także posiadanej wiedzy dotyczącej sportu osób niepełnosprawnych. Media kształtują wizerunek sportu niepełnosprawnych, a wpływ ten ma swoje daleko idące konsekwencje odnoszące się do sytuacji samych sportowców. Dzieje się tak, bowiem to co i jak media pokazują sprawia, że jest to w określony sposób postrzegane i rozumiane przez społeczeństwo (Sahaj 2013: 118–119).

Sport niepełnosprawnych, zwłaszcza w ogólnopolskich mediach, do niedawna istniał na marginesie i w cieniu wydarzeń z udziałem sportowców pełno-

sprawnych. Nieco lepiej przedstawiała się sytuacja w przypadku mediów lokalnych, które wykazywały większe zainteresowanie postaciami niepełnosprawnych sportowców. Duże znaczenie dla propagowania idei sportu niepełnosprawnych od samego początku swego istnienia miały zaś nowe media, zwłaszcza Internet, który stał się swoistą tubą wykorzystywaną przez samych sportowców i osoby z ich środowiska (Sahaj 2013: 101, 114–115). Przy czym przekaz z wykorzystaniem takich środków i sposobów informacji nie był i chyba nadal nie jest w stanie w sposób jednoznaczny przełamać społecznej niewiedzy, ignorancji i ogólnego braku rozeznania w sytuacji niepełnosprawnych sportowców. Wynika to między innymi z faktu, że nowe technologie nie są dostępne w równym stopniu wszystkim kategoriom i grupom społecznym. Dlatego tak ważne dla zmiany społecznego postrzegania sportu niepełnosprawnych jest zaangażowanie się mediów (zwłaszcza telewizji) o ogólnopolskim zasięgu³.

Niestety jeszcze do niedawna, a więc niecałą dekadę temu (a nawet kilka lat wstecz), sport

³ Chciałbym podkreślić, że prowadzone analizy bazują na danych oraz informacjach pochodzących sprzed 2013 roku i lat wcześniejszych. Nie można bowiem zaprzeczyć, że od 2013 roku, a nawet nieco wcześniej, bo już po paraolimpiadzie w Londynie (2012), zaszły w Polsce istotne zmiany w zakresie prezentowania sylwetek i zmagani sportowców niepełnosprawnych na arenie międzynarodowej, czego najlepszym przykładem jest paraolimpiada w Soczi (2014). Jednak zarówno sama treść przekazu, jak i tym bardziej jego fragmentaryczność zdają się w dalszym ciągu uzasadniać tezę o stosunkowo niewielkim (choć, co należy odnotować, rosnącym) zainteresowaniu mediów sportem niepełnosprawnych (zwłaszcza w porównaniu ze sportem pełnosprawnych). W tym kontekście trzeba mieć na uwadze, że wydarzenia sportowe z udziałem osób niepełnosprawnych nie ograniczają się tylko do paraolimpiady, lecz to głównie jej poświęcone były jak dotychczas relacje w ramach audycji sportowych. Jednak wydaje się, że dopiero to, co jest pomijane lub bagatelizowane przez media stanowi w istocie sferę niezwykle bogatej aktywności sportowej niepełnosprawnych, która nadal czeka na swoje medialne odkrycie (zob. Rapley 2010: 213).

niepełnosprawnych jeśli w ogóle pojawiał się w mediach ogólnopolskich, to była to głównie obecność sporadyczna, która zazwyczaj ograniczała się do krótkich komunikatów z nielicznych wydarzeń sportowych, w jakich udział brali nasi sportowcy. Co więcej, sami niepełnosprawni sportowcy często pojawiali się jedynie symbolicznie i to przy okazji wydarzeń nie zawsze związanych bezpośrednio ze sportem. Z jednej strony informacje takie gościły w mediach wtedy, gdy było to „politycznie poprawne”, a stacje TV, rozgłośnie radiowe czy agencje prasowe rywalizowały ze sobą o status „najszlachetniejszej”, licząc w efekcie na poprawę własnego wizerunku, nie zaś rzetelną sprawozdawczość i bieżące relacje z imprez sportowych. W innym przypadku sport niepełnosprawnych pojawiał się w klimacie między innymi skandalu bądź tragedii, co miało przede wszystkim przyciągnąć uwagę publiczności i wywołać u niej określone emocje (Stanisławski 2007). Przykładem może być tutaj sprawa jednego ze sportowców należących do kadry niepełnosprawnych lekkoatletów, który z powodu braku pieniędzy został w pewnym momencie zmuszony do zbierania złomu. Znacznie rzadziej można było natomiast zaobserwować przekazy, w których sport niepełnosprawnych stanowił samą ich esencję. A ewentualne zrywy zainteresowania ze strony mass mediów kończyły się bardzo szybko, pozostawiając zazwyczaj niedosyt i poczucie rozczarowania samych sportowców (por. Stanisławski 2007).

Do niedawna też media pokazywały sportowców niepełnosprawnych, czyniąc to w kontekście nie wyczynu czy walki na stadionie bądź bieżni, ale przede wszystkim w sytuacjach istniejących trud-

ności życiowych czy dramatów osobistych, co powodowało utrwalanie się w społeczeństwie stereotypu niepełnosprawnego jako słabego, zależnego od innych i niepotrafiącego sobie poradzić w codziennym życiu (Szpurek 2008: 9–10). Znacznie rzadziej przedstawiano niepełnosprawnych jako ludzi odważnych, samodzielnych i potrafiących radzić sobie w różnych okolicznościach (a jeśli się to już czyniło, to zazwyczaj pod postacią swoistej ciekawostki). Odczuwalny był nie tylko brak relacji ze sportowych wydarzeń, ale także informacji o sukcesach naszych sportowców, nawet tych odniesionych na arenach międzynarodowych (wyjątkiem są, i to od niedawna, relacje z paraolimpiad)⁴. Dyskurs, jaki towarzyszył tego rodzaju obrazom, zazwyczaj przedstawiał osobę niepełnosprawną jako zmagającą się ze swoimi problemami, która stale musi udowadniać innym, że może być samodzielna i niezależna. Był to, jak pisze Piotr Stanisławski (2007), swoisty obraz człowieka prowadzącego wręcz heroiczną walkę z wszelakiego rodzaju barierami. Tego rodzaju obraz osoby niepełnosprawnej utrwał w społeczeństwie negatywne skojarzenia, zaprzeczając samej idei sportowego ducha rywalizacji. Jednocześnie dla wielu osób zupełnie nieobeznanych z sytuacją niepełnosprawnych sport wyczynowy był traktowany jako kategoria aktywności przynależna wyłącznie ludziom zdrowym. Natomiast sport niepełnosprawnych określany był w powszechnym dyskursie jako przedłu-

⁴ Choć i w tej materii polskie media publiczne (TVP), które wykupiły prawa do transmisji z olimpiady i paraolimpiady odbywającej się w Londynie w 2012 roku, zrezygnowały z emisji zmagani niepełnosprawnych sportowców (Zob.: <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/paraolimpiada-bije-rekordy-popularnosci-ale-w-tvp-transmisji-nie-zobaczysz,273863.html>; <http://www.tvp.pl/wroclaw/aktualnosci/rozmaitosci/apel-o-pomoc-dla-polskiego-florecisty/12320589>).

żenie czy rodzaj rehabilitacji bądź swego rodzaju zabawa dla ludzi z dysfunkcjami, a nie działalność pełnowartościowa i profesjonalna (Sahaj 2003: 128). W ten sposób widoczne było także dyskursywne reprodukcje stereotypu osób niepełnosprawnych, które ujawniało się w nadmiernym uwypuklaniu jednej cechy i uogólnianiu jej na całą osobę. Wymiarem dyskursywnie reprodukowanych stereotypów było nierzadko przypisywanie negatywnych cech osobom niepełnosprawnym, które łączyło się z posiadaniem określonych dysfunkcji (Szpurek 2008: 9). Taką cechą (własnością) w najszerszym wymiarze była sama niepełnosprawność, przez pryzmat której postrzegano jednostkę, jej działania, a nawet przymioty (por. Goffman 2005). Dlatego w wielu przypadkach niepełnosprawność, która powinna *de facto* stanowić co najwyżej tło dla wyczynów danej osoby, była wyraźniej akcentowana niż sam sportowy charakter jednostkowej działalności (Stanisławski 2004).

Poniżej zaprezentowano opis trzech przypadków, w których niepełnosprawni sportowcy przedstawiani byli przez media jako osoby potrzebujące, niezaradne lub takie, które pojawiły się w medialnym przekazie tylko z powodu swoistego skandalu, jaki wokół nich został – zresztą przez same media – niejako wywołany.

Pierwszym z takich przykładów była poruszana w jednej z telewizji sytuacja zdrowotna szermierza naszej kadry narodowej, który od wielu lat zmagał się najpierw ze stwardnieniem rozsianym, a ostatnio z chorobą nowotworową. Przy czym w relacjach, jakie podawała telewizja, kariera sportowa stanowiła jedynie tło wydarzeń życiowych,

zaś uwypuklano to, że potrzebuje on pomocy innych w walce z chorobą. Owo tło, choć samo nie grało głównej roli, było tutaj swego rodzaju wartością dodaną. Z jednej strony był to bowiem obraz bazujący na podkreśleniu wartości człowieka, który pomimo swojej niepełnosprawności pozostawał niezwykle aktywny i ambitny (w domyśle jako kontrastowy obraz niepełnosprawnego roszczeniowego i stale pozostającego na utrzymaniu państwa), a z drugiej strony, który boryka się z ponadprzeciętnymi problemami natury zdrowotnej, dochodząc do skrajnych fizycznych i psychicznych możliwości własnych i swoich najbliższych. Kontekstem historii była zaś sytuacja rodziny i działania poszczególnych jej członków. Mogliśmy więc zobaczyć kochającą żonę, która walczyła o męża i stała dzielnie u jego boku, oraz córkę, która musiała zrezygnować (lub odłożyć na później swoje plany i ambicje), aby pomóc ojcu w walce o życie. I to właśnie balansowanie pomiędzy nadzieją a bezradnością, siłą a bezsilnością oraz życiem a widmem śmierci byłoby istotną składową całego obrazu sytuacji osoby niepełnosprawnej, której wartość opierała się jednak na karierze sportowca⁵.

Inny przykład dowodzi z kolei tego, że zainteresowanie mediów często było powodowane (i nadal bywa) pogonią za sensacją i poszukiwaniem tematów drażliwych. Zainteresowanie mediów rozpoczęło się w tym przypadku w dość nietypowy sposób i w żadnym razie nie wynikało z faktu, że jest on osobą niepełnosprawną, która bierze udział w rajdach samochodowych. Przeciwnie, kwestie te okazały się istotne, ale jako pewien kontekst

⁵ Zob.: <http://www.tvp.pl/wroclaw/aktualnosci/ludzie/pomoc-dla-sportowca/4818705>.

i ciekawostka, nie zaś główna przyczyna owego zainteresowania. Bezpośrednią bowiem przyczyną była sytuacja dość przypadkowa i związana ze „społecznym oburzeniem” czy też „społeczną kontrolą”, a dotycząca sfotografowania samochodu rajdowego mojego rozmówcy zaparkowanego na miejscu dla niepełnosprawnych przy jednym z marketów. Jeden z jego klientów zrobił zdjęcie i przesłał do redakcji telewizji. Wydarzenie to wywołało całą lawinę następstw, bowiem początkowe rozgoryczenie prowadzącego poranny program telewizyjny, dotyczące tego, że ktoś, kto jeździ samochodem wyścigowym mógł postawić go na miejscu dla niepełnosprawnych, poprzez wielkie zaskoczenie, gdy okazało się, że kierowca jest rzeczywiście niepełnosprawny, po zaproszenie go do studia i „pokazanie światu” takiego „nietypowego zjawiska”. W skrócie zarysowanej sytuacji widać bardzo wyraźnie, że intencja zarówno osoby, która nadesłała zdjęcie, jak i samego prowadzącego program była związana z pokreśleniem ich oburzenia tym, że ktoś zajmuje miejsce niepełnosprawnego i to ktoś, kto kojarzony jest ze szczególnym zdrowiem i sprawnością – kierowca rajdowy. W ten sposób zostało niejako obnażone, zdaniem osoby, która przesłała zdjęcia, podobnie jak prowadzącego program, niestosowne zachowanie kierowcy, a jednocześnie miało miejsce ukazanie siebie jako obrońców osób niepełnosprawnych, a przede wszystkim porządku społecznego. W rzeczywistości było to wyrazem dość sztampowego i stereotypowego myślenia, w którym osoby niepełnosprawne nie mogą być na tyle sprawne, niezależne i zdolne do tego, aby być kierowcą samochodu rajdowego. Głos obrońców „uciśnionych”, a zarazem strażników społecznej praworządności okazał się

w tej sytuacji nie tylko zupełnie błędny, ale także odsonił społeczny sposób postrzegania osób niepełnosprawnych przez pełnosprawnych przedstawicieli naszego społeczeństwa⁶.

Trzeci z prezentowanych przypadków dotyczył natomiast sytuacji, w której media zainteresowały się sportem niepełnosprawnych po tym, jak ktoś przypadkowy zgłosił, że na jednym ze znanych portali „reklamuje się” niepełnosprawna sportsmenka, czyniąc to po to, aby zdobyć środki na dalsze treningi oraz wyjazdy na zagraniczne imprezy sportowe. W tym kontekście osoba sportowca, pomimo sukcesów, ukazana została jako zdana jedynie na siebie i zarazem odrzucona przez system wsparcia ze strony agend oraz instytucji państwowych. Taki sposób zaprezentowania sytuacji sportowca miał niejako zdemaskować nieprawidłowości systemu wsparcia, ale także pokazać jego niedociągnięcia i luki. I w tym przypadku sam sportowiec i jego sytuacja stały się tłem dla demaskatorskiej działalności mediów, które postawiły się w pozycji „obrońcy uciśnionych”. Natomiast ów sportowiec pokazany został jako ofiara systemu, który pozostaje głuchy i bezduszny na potrzeby osoby niepełnosprawnej⁷.

Przedstawione trzy przypadki zainteresowania mediów ogólnopolskich sytuacją sportowców niepełnosprawnych świadczą o swoistym podejmowaniu tej tematyki, która zazwyczaj mogła ujrzeć światło dzienne w kontekście wspomnianych już kategorii litości i skandalu. Często ograniczało się to do po-

⁶ Zob.: <http://motoryzacja.interia.pl/news-wyscigowka-na-miejscu-dla-inwalidow,nId,1383755>.

⁷ Zob.: <http://zrobmy-to-razem.pl/art/chcemy-byc-widoczni>.

kazywania sylwetki osoby niepełnosprawnej jako tej, która potrzebuje pomocy, jest zależna od innych czy wymaga jakiejś formy opieki. A jeśli już pojawił się sport *sensu stricto*, a nie sytuacja sportowca, to zazwyczaj było to podporządkowane ukazaniu innego oblicza niepełnosprawności, nie zaś samej „esencji” sportu.

Dobitnie skomentował takie sytuacje Rafał Skrzypczyk (wiceprezes FAR), który sparafrazował słowa dziennikarzy w następujący sposób: „ci wspaniali ludzie tak dzielnie zmagają się z losem”⁸, ujawniając jednocześnie ramę dyskursywną, która oparta jest na stereotypach i oddziaływaniu na przekaz medialny przez „elity symboliczne”, w którym podkreśla się głównie to, co w istocie potwierdza i utrwala potoczne, nieracjonalne i nieposiadające oparcia w doświadczeniu czy zweryfikowanej wiedzy przeświadczenia, przesady i uprzedzenia o osobach niepełnosprawnych.

Poza stereotypową ramą dyskursu o osobach niepełnosprawnych, która bezpośrednio rzutowała na postrzeganie sportowców, do niedawna w mediach obecny był także dyskurs ignorancji, objawiający się nieznaną specyfiką sportu czy brakiem wiedzy komentatorów co do reguł i zasad, jakimi rządzą się poszczególne dyscypliny. Tym sposobem media nie zawsze pokazywały wydarzenia sportowe przez pryzmat właściwej optyki i z odpowiednim komentarzem. To z kolei pociągało za sobą brak zrozumienia dla sportu niepełnosprawnych przez znaczną część społeczeństwa,

⁸ Zob. <http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/80804#.UYov9Mr-SoUo>.

a tym samym nie mogło pozytywnie wpływać na zwiększenie zainteresowania tą sferą sportu⁹.

Z dyskursem ignorancji korespondował dyskurs wyższości i protekcyjnego traktowania niepełnosprawnych. Było to wyraźnie widać w dominującej roli „eksperta” (np. reportera), który mniej czy bardziej świadomie (a także w sposób bardziej bądź mniej zawoalowany) stawiał się w pozycji znawcy i krytyka, nie posiadając przy tym odpowiednich kwalifikacji. Innymi słowy, cechy takiego dyskursu to uprzedmiotawianie i presja objawiająca się koniecznością akceptacji interpretacji treści pochodzących od „eksperta”.

Pewną ambiwalencją cechował się natomiast dyskurs porównywania niepełnosprawnych z pełnosprawnymi. Zazwyczaj bywało ono dokonywane po to, aby pokazać istnienie bardzo niewielkich różnic bądź nawet ich braku pomiędzy osobami pełno- i niepełnosprawnymi. W niektórych przypadkach takie porównania miały wręcz zademonstrować wielkość danego wyczynu osoby niepełnosprawnej, która „robi rzeczy, jakich niejedyn pełnosprawny mógłby pozazdrościć”¹⁰. Z drugiej jednak strony, czyniąc tego typu porównania, często nieświadomie, dokonywano zabiegu swoistego

⁹ W tym kontekście interesująca jest inicjatywa jednego z portali internetowych Disability Now, który we współpracy z brytyjską Krajową Unią Dziennikarzy (National Union of Journalists) opublikował w maju 2005 roku poradnik językowy, pokazując dziennikarzom, jak właściwie pisać i mówić o osobach niepełnosprawnych. Projekt ten był elementem szeroko zakrojonej kampanii organizowanej przez Disability Now, mającej zwrócić uwagę na fakt, że sposób, w jaki społeczeństwo postrzega osoby niepełnosprawne, jest w dużej mierze uzależniony od tego, jak mówią o nich media (Jórczyk *bd*).

¹⁰ Fragment wypowiedzi jednego z niepełnosprawnych sportowców, z którym przeprowadzono wywiad.

deprecjonowania działań osób niepełnosprawnych, które jakoby zyskiwały wartość dopiero poprzez ich pokazanie na tle działań osób pełnosprawnych (por. Szpurek 2008: 9). Co więcej, demonstrowano również w ten sposób pewną niższość osób niepełnosprawnych, nierzadko bowiem bywały uwypuklane i podnoszone do rangi „wyczynu” te czynności i działania, które w konfrontacji z wynikami i osiągnięciami sportowców pełnosprawnych okazywały się mało znaczące. Klóciło się to w pewnym zakresie z misją publicznych mass mediów, których zadaniem powinno być promowanie sportu osób niepełnosprawnych, realizowane poprzez prezentowanie zmagania sportowych (pewnym wyjątkiem, choć nadal pozostawiającym wiele do życzenia, są w ostatnim czasie relacje z paraolimpiad), a także dążenie do objaśniania ogółowi społeczeństwa zasad, na jakich odbywa się taka rywalizacja. Dopiero od niedawna obserwujemy poprawę w tym zakresie, która niesie ze sobą istotne, jakościowe i ilościowe, zmiany.

Jak była olimpiada w Londynie, to w telewizji angielskiej i nie tylko zresztą, jak miała być transmisja z jakiś zawodów, to wcześniej było krótkie objaśnienie, o co chodzi w tej danej dyscyplinie, jak są liczne punkty czy jakie są kategorie startowe; wszystko po to, żeby ludzie, którzy to oglądają, nie dziwili się potem, że na przykład wygrywa ten, co rzucił bliżej kula niż inny zawodnik, bo są określone zasady i tak to się właśnie odbywa. [fragment wywiadu z wice mistrzem paraolimpijskim]

Pewną ilustracją, jak taki proces powinien przebiegać, jest paraolimpiada w Londynie, podczas

której w brytyjskiej telewizji przed transmisjami z zawodów w danej dyscyplinie (a także na stadionie na telebimach) wyjaśniono najważniejsze zasady dotyczące klasyfikacji oraz oceniania zawodników. Dzięki temu można było przygotować widownię do spektaklu i właściwego odbioru wydarzeń rozgrywających się na stadionie. Taki sposób przekazu sprzyjał nie tylko zrozumieniu bieżących wydarzeń, ale także uświadomieniu widowni szerszego kontekstu zasad dotyczących sportu osób niepełnosprawnych. Wzrastało zatem zainteresowanie publiczności igrzyskami, a całe widowisko zyskiwało na atrakcyjności. Tymczasem telewizja polska nie tylko nie zadbała o profesjonalną ekipę sprawozdawców, ale w ogóle zrezygnowała z transmisji wydarzeń sportowych na paraolimpiadzie. W efekcie tych działań stosunkowo niewielkie grono osób zainteresowanych wydarzeniami w Londynie poszukiwało informacji na ich temat w Internecie oraz telewizjach innych państw. Niemniej warto odnotować, że nastąpiła w tym zakresie pewna poprawa, związana z transmisjami wydarzeń, które miały miejsce podczas paraolimpiady w Soczi. Być może zresztą powodowana częściowo przez chęć zrehabilitowania się i poprawy wizerunku po niechlubnym potraktowaniu paraolimpiady w Londynie.

Podsumowując, należy stwierdzić, że to, co, jak i kiedy będzie pokazywane na temat sportowców niepełnosprawnych zależy od samych mediów i dobrej woli osób nimi zarządzających. I to właśnie w tej hegemonii wpływu mediów najpełniej ujawnia się ich dominacja i władza nad sportem osób niepełnosprawnych, które w bardzo dużym stopniu oddziałują zarówno na jego odbiór przez

ludzi zdrowych, jak również dokonywanie swoistej wyceny sportu kształtującej poczucie jego wartości wśród samych sportowców¹¹.

„Skrzywienia” dyskursu medialnego sportu niepełnosprawnych – przyczyny i konteksty (z komentarzem przedstawicieli środowiska)

Obecny do niedawna fragmentaryczny sposób przedstawiania sportu niepełnosprawnych w mediach ogólnopolskich powodował, że był on odbierany przez publiczność w sposób urywkowy i nieciągły, a więc trudny do uchwycenia w całości, jako coś spójnego oraz interesującego. Jednocześnie pokazywanie krótkich relacji z najważniejszych wydarzeń w mało atrakcyjnym czasie antenowym dodatkowo zmniejszało szanse na zapoznanie się z nim przez widzów – a sam fakt emisji w takim właśnie czasie wzmagał poczucie, że jest to coś mało znaczącego i niewartościowego¹².

¹¹ Zdaniem Tomasza Sahaja (2013) działania mediów w ostatnim czasie, zwłaszcza zaś telewizji w pokazywaniu osób niepełnosprawnych i niepełnosprawności jako takiej, stały się nie tylko zintensyfikowane, ale też uległy znacznej poprawie jakościowej. Przejawów tego procesu ów autor dopatruje się w wielu różnych wymiarach medialnego przekazu, koncentrując się przede wszystkim na obecności osób niepełnosprawnych w serialach oraz programach publicystycznych emitowanych w telewizji. Tomasz Sahaj (2013: 20–21) w swojej książce pt. *Niepełnosprawni i niepełnosprawność w mediach* podaje, że w ostatnich latach zdecydowanie wzrosła liczba nie tylko programów poświęconych osobom niepełnosprawnym, ale coraz częściej można zobaczyć samych niepełnosprawnych na ekranie telewizora, jako zapraszanych do studia gości, aktorów grających w serialach i filmach, a nawet prowadzących programy reporterów. Dzięki temu postępuje proces osławiania zdrowej części społeczeństwa z osobami dotkniętymi różnego rodzaju dysfunkcjami fizycznymi i psychicznymi.

¹² Warto zobaczyć informacje zamieszczone na stronie: <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/paraolimpiada-bije-rekordy-popularnosci-ale-w-tvp-transmisji-nie-zobaczysz,273863.html>.

Wracając do paraolimpiady, to wielka porażka naszego państwa, że nie pokazali żadnych relacji z paraolimpiadą w telewizji. Jest to integracja z naszym społeczeństwem, bo nasze społeczeństwo nie zna tego. Ludzie by zobaczyli, co to jest. Bo to jest bardzo ciekawe, bo my walczymy, a nasz sukces nas wiele kosztuje, może nawet więcej niż osoby zdrowe. [fragment wywiadu z zawodniczką biorącą wielokrotnie udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadach]¹³

Media jeszcze do niedawna traktowały sport niepełnosprawnych jako coś niepełnowartościowego i potencjalnie nieinteresującego dla publiczności, a tym samym nie podejmowały starań, aby relacje z ważnych imprez sportowych były emitowane w radiu czy telewizji ogólnopolskiej. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na różnicę rysującą się pomiędzy mediami rodzimymi a zagranicznymi. Szczególnie jaskrawym przykładem jest zaangażowanie w kampanie społeczne na rzecz promowania sportowców niepełnosprawnych, między innymi przez telewizję brytyjską, a do niedawna całkowita w tym zakresie ignorancja ze strony ogólnopolskich stacji telewizyjnych. Znamienne są chociażby działania stacji Channel 4, która w kooperacji z Brytyjskim Komitetem Paraolimpijskim (British Paralympics Association, BPA) prezentowała spot reklamowy zapowiadający londyńskie igrzyska paraolimpijskie czy też wyemitowała porywający materiał promujący sportowców niepełnosprawnych, zatytułowany „Spotkaj Superludzi” (*Paralympics Meet the Superhumans*)¹⁴.

¹³ W artykule wykorzystane zostały fragmenty wywiadów swobodnych mało ukierunkowanych, przeprowadzone przez autora z przedstawicielami środowiska niepełnosprawnych sportowców.

¹⁴ Zob.: <http://www.channel4.com/search/?q=Paralympics+Meet+the+Superhumans>.

Co z tego, że Rafał i Renata zdobyli po dwa medale. Kto o tym słyszał? Tylko zainteresowani, bo jeden drugiemu zaraz przekazuje, czy mailowo, czy telefonicznie. To my wiemy na bieżąco. Ale to jest rolą polskiej agencji prasowej. To osoby mi nieznane wiedziały o wynikach, a polska agencja nie. No to jest trochę dziwne, nie?! [fragment wywiadu z zawodnikiem biorącym wielokrotnie udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadach]

Jak stwierdził jeden z zawodników, „media nie widzą interesu”¹⁵ w promowaniu sportowców niepełnosprawnych¹⁶. Są to być może słowa wypowiedziane nieco na wyrost, jednak od dawna wiadomo, że przedmiotem medialnego zainteresowania są nie tylko dokonania sportowców, ale też to, czy są oni barwnymi medialnie osobowościami zapewniającymi atrakcyjne widowisko. Stąd często rywalizację o uwagę mediów wygrywają niekoniecznie ci, którzy osiągnęli największe sukcesy, lecz posiadający określone atrybuty w postaci wyglądu i określonej aparycji (Whannel 2002: 194; por. Dziubiński 2011: 122). Prawdopodobnie dlatego jednym z najbardziej rozpoznawalnych obecnie

¹⁵ Fragment wypowiedzi jednego z zawodników niepełnosprawnych reprezentującego nasz kraj na międzynarodowych mistrzostwach sportowych (zob.: <http://sportowewywiady.pl/>).

¹⁶ Myliłby się jednak ten, kto sądzi, że sport niepełnosprawnych jest pomijany w ramach szeroko zakrojonych komercyjnych kampanii reklamowych, czego dobitnym przykładem jest udane połączenie interesów sfery biznesu ze sferą społeczną, dokonane przez firmę Samsung, która sfinansowała powstanie spotu filmowego z okazji paraolimpiady w Londynie – „Sport nie dba o to, kim jesteś. Każdy może wziąć w nim udział” (*Sport Doesn't Care Who You Are*) – oraz jego kontynuacji w formie kilkuodcinkowego bloku pod wspólnym tytułem „Jaki jest twój problem? Sport nie dba o to” (*What's Your Problem? Sport Doesn't Care*). W tym kontekście warto jeszcze zaznaczyć, że w spotach promujących paraolimpiadę w Soczi udział wzięli także polscy sportowcy niepełnosprawni.

sportowców niepełnosprawnych na świecie jest Oscar Pistorius, który sławę zdobył między innymi dzięki swoim zdolnościom showmana biorącego udział w wyścigu z koniem arabskim podczas pokazu w Katarze (*Oscar Pistorius Races a Horse in Qatar*)¹⁷ czy procesując się sędziwie o dopuszczenie do rywalizacji ze sportowcami pełnosprawnymi podczas olimpiady w Londynie. Nie ujmując zdolnościom sportowym Pistoriusa, trzeba pamiętać, że osób niepełnosprawnych, które na swoim koncie posiadają liczne trofea, jest znacznie więcej, a mimo to są one niewidoczne w mediach. Tłumaczyć można to tym, że współczesna kultura, zwłaszcza masowa, promuje i kolportuje obrazami swoich mediów model człowieka mocnego, odnoszącego sukcesy, a przy tym dysponującego niepospolitą urodą i sprawnością. Niebagatelną rolę odgrywa w tym kontekście kult gwiazd sportowych. Bohaterowie stadionów sportowych są niezwykle popularni i wielbieni (Kowalczyk 2003: 28). Jak pisze Garry Whannel (2002: 143), w charakterystycznym dla współczesnych społeczeństw zachodnich kulturowym kontekście fascynacji stylem, modą i blichtrzem gwiazdy kultury masowej ucieleśniają nasze fantazje o życiowym sukcesie, tak jak pojmowany jest on we współczesnej kulturze konsumpcyjnej, a więc bogactwie, luksusie i sławie. Jedną z kategorii owych gwiazd stanowią sportowcy, którzy swój status zawdzięczają intensywnej pracy i zacieklej rywalizacji (Whannel 2002: 143).

Ten swoisty kult witalności, sukcesu i bogactwa, zewnętrznego w istocie uposażenia, jak pisze Barlak, może ograniczać rezultaty podejmowanych wysił-

¹⁷ Zob. <http://www.theguardian.com/sport/video/2012/dec/13/oscar-pistorius-races-horse-video>.

ków integracyjnych (2006: 143). W odniesieniu zaś do osób niepełnosprawnych taka sytuacja nieraz odrywa je od możliwości czerpania korzyści płynących z mediatyzacji sportu (m.in. sponsoringu).

Kluczem do sukcesu jest to, aby informacje z naszych imprez sportowych znalazły normalnie swoje miejsce w wiadomościach sportowych. Wówczas będzie się nam łatwiej naturalnie przebijać do świadomości ludzi i do świadomości sponsorów. Bo niestety nasz sport, i to jest kolejny problem, nie cieszy się dużym zainteresowaniem sponsorów. Mówią „fajnie, że to robicie”, ale nikt praktycznie nie idzie o krok dalej. Naprawdę, sponsoring, poza poszczególnymi, pojedynczymi zawodnikami praktycznie nie istnieje. No ja odziedziczyłem sytuację, w której w polskim związku nie mamy ani jednego sponsora. [fragment wywiadu z prezesem PZSN START]

Nie tylko owa „idealizacja” ciała i specyfika poczucia piękna oraz estetyki stanowią warunki, które nie sprzyjały medialnej obecności sportu niepełnosprawnych, ale także obecne w społeczeństwie stereotypy i uprzedzenia dotyczące osób odbiegających od przyjętej normy (Szpurek 2008: 9 i dalsze). Istotne w tym zakresie zdają się być również takie okoliczności, jak negatywna postawa osób publicznych, które mają wpływ na kształtowanie się poglądów obywateli naszego państwa, a także na kreowanie opinii członków naszego społeczeństwa. Do historii przejdzie chyba niesławna i wysoce kontrowersyjna wypowiedź jednego z przedstawicieli rodzimej sceny politycznej.

Jeśli chcemy, by ludzkość się rozwijała, w telewizji powinniśmy oglądać ludzi zdrowych, pięknych, sil-

nych, uczciwych, mądrych, a nie zbrojców, morderców, słabeuszy, nieudaczników, kiepskich, idiotów i inwalidów... [fragment wypowiedzi Janusza Korwin-Mikkego]¹⁸

Ponadto jeszcze do niedawna można było zauważyć, że sport osób niepełnosprawnych odbierany był jako nieestetyczny, a także w pewnym sensie przeczący kultowi cielesności idealnej, która jest powszechnie obecna i podsycona przez same media. Wszak w obawie przed niską oglądalnością i „estetyczną nieatrakcyjnością przekazu”¹⁹ polska telewizja publiczna nie relacjonowała zmagania naszych paraolimpijczyków (Sahaj 2013). Media potrzebują bowiem takich postaci, które mają odpowiednią prezencję oraz sylwetkę, wpisujące się w obecne kanony piękna. Ciało jest piękne wtedy, gdy jest doskonałe. Jak pisze Rafał Biały (2011: 274–275), „wizerunek idealnego ciała niewątpliwie w sporcie obowiązuje. Można zaryzykować stwierdzenie, że wysportowane i piękne ciało stanowi synonim współczesnego komercyjnego sportu. Sportowcy uchodzą za bohaterów, którzy stają się obiektami medialnie wyeksponowanego kultu erotyzacji”²⁰.

Koresponduje z tym proces, który nazwać można kreowaniem współczesnych herosów, a więc wyrastaniem największych sportowców na swoje ikony, na nowoczesnych bohaterów, z którymi wiele osób chciałoby się utożsamiać, czerpać z nich

¹⁸ Zob.: <http://natemat.pl/29939/janusz-korwin-mikke-atakuje-paraolimpijczykow-powinnismy-ogladac-zdrowych-pieknych-a-nie-zbrojcow-i-inwalidow>.

¹⁹ Fragment wypowiedzi jednego z niepełnosprawnych sportowców, z którym przeprowadzono wywiad.

²⁰ Warto zobaczyć: <http://zrobmy-to-razem.pl/art/chcemy-byc-widoczni>.

wzorce i na które można patrzeć z podziwem (ale i pewną zazdrością). Widowisko sportowe kreuje bowiem bohaterów stanowiących magnes przyciągający na stadiony tysiące kibiców. Między widownią a gwiazdami stadionowych zmagani wytwarza się pewna sieć niepowtarzalnych interakcji (Zdebska 2011: 153).

Przede wszystkim robię to dla siebie, no ale chcę także pokazać, że ludzie niepełnosprawni to nie jest jakiś drugi gatunek, tylko wiele potrafią, a czasami są nawet bardziej sprawni niż ci zdrowi ludzie. Przede wszystkim trzeba udowodnić, że my nie jesteśmy jakimś podgatunkiem, tak jak powiedział pan Korwin-Mikke. Zresztą według mnie to on na żadne „pan” to nie zasługuje. [fragment wywiadu z zawodniczką biorącą wielokrotnie udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadach]

Innym kontekstem deprecjonującego dyskursu medialnego był wspomniany już brak fachowej wiedzy oraz rzetelnych informacji środowiska dziennikarskiego z zakresu specyfiki sportu niepełnosprawnych (zob. Jórzyk *bd*)²¹. Było to jednym z kluczowych powodów niemożności faktycznego zrozumienia i świadomego odbioru znaczenia działań osób niepełnosprawnych uprawiających sport. To także w dalszym ciągu niewystarczająca promocja sportu osób niepełnosprawnych dokonywana przez agendy i instytucje państwowe²².

²¹ Zob.: <http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/12683>.

²² Warto poczynić uwagę, że od pewnego czasu, wraz z powstaniem i rozwojem TVP Regionalnej, widoczne są w ramówce owej stacji programy o osobach niepełnosprawnych i z ich bezpośrednim udziałem. Wśród nich przewijają się również informacje dotyczące aktywności fizycznej i sportu niepełnosprawnych, czego dobrym przykładem może być program „Bez barier”.

W naszym kraju sportowiec niepełnosprawny to jakaś druga kategoria. I to tak świadomie jest. Ja tak samo publicznie powiedziałem, że na miejscu prezesa PZSN nie skorzystałbym z zaproszenia pana prezydenta czy premiera. Dlatego, że to jest musztarda po obiedzie. A poza tym były szumne obietniczki, a jak przyszło co do czego, to zmniejszono dotacje z ministerstwa na sport niepełnosprawnych. I już o nas się nie mówi, bo i po co. Aż do następnej olimpiady pewnie. [fragment wywiadu z zawodnikiem biorącym wielokrotnie udział w mistrzostwach świata, Europy i paraolimpiadach]

Szereg nieporozumień oraz generalnie stosunkowo niewielkie zainteresowanie sportem osób niepełnosprawnych spowodowane było – jak twierdzili sami sportowcy – dość skomplikowanym systemem klasyfikacji oraz oceniania wyników, co sprawia, że bez stosowanej wiedzy sport jest trudny w odbiorze dla potencjalnego widza. Jak pisze Lipiec (2011: 21), „o klasie wydarzenia sportowego decyduje szereg czynników, wpływających na jego pozycję w skali bezwzględnej i względnej zarazem. Niektóre imprezy, a przynajmniej ich wybrane fragmenty, wyznaczają poziom wysokiej doskonałości. Jest tam piękno i dramaturgia walki na scenie, jest też **adekwatne zachowanie** się wrażliwej, **dobrze przygotowanej** widowni” [podkreślenia – JN]. W związku z tym media powinny pełnić rolę edukacyjną i przystosowującą ludzi do odbioru sportu niepełnosprawnych (por. Sahaj 2013: 21). Tak rozumiana socjalizacja według Dziubińskiego (2011: 123) oznacza, że odbiorcy nabywają wiedzę na temat obowiązujących przepisów w danej dyscyplinie sportu, ale także poznają zasady rywalizacji. W tym kontekście szczególnego znaczenia

nabierają komentatorzy sportowi, którzy poprzez swoją narrację kształtują sposób postrzegania widowiska przez publiczność. Przy czym w Polsce nie tylko odczuwa się wyraźny niedosyt relacji z rozgrywek sportowców niepełnosprawnych, ale wydaje się także, że nie ma zbyt wielu wykwalifikowanych komentatorów sportowych, znających dokładnie specyfikę sportu niepełnosprawnych. To jednak nie jedyny problem, jaki zarysowuje się w tym kontekście, bowiem poza znajomością przepisów osoba komentatora powinna mieć naturalną zdolność postrzegania sytuacji rozgrywającej się na boisku czy stadionie jako rywalizacji sportowej, a nie zmagania się osób niepełnosprawnych z ich dysfunkcjami.

Wydaje się również, że duży wpływ na taki stan rzeczy miały lata uwsteczniania społeczeństwa polskiego w czasach PRL-u, kreującego raczej system enklaw izolujących osoby niepełnosprawne niż model integracji społecznej. Przy czym, jak podkreślają sami niepełnosprawni sportowcy, w tym zakresie dokonują się, od pewnego czasu, zmiany. Jednak nadal sporo jest do nadrobienia, a przemiany, które postępują, są wolniejsze niż życzyliby sobie tego niepełnosprawni członkowie naszego społeczeństwa.

Czasem na ulicy czy w innym miejscu publicznym ludzie się oglądają, ale ja sobie z tego nic nie robię, bo to jest nie mój, ale ich problem. Ale i tak jest dużo lepiej niż kiedyś, niż parę lat temu. Chociaż i tak jest przepaść między nami a innymi krajami. Bo jak byłem czy w Niemczech, w Szwecji czy tym bardziej w Anglii, to tam jest jednak inaczej. [fragment wywiadu z zawodnikiem kadry handbike]

Traktując kwestię niepełnosprawności szerzej, można przypuszczać, że będzie ona postrzegana jako coś odrzucanego czy nie do końca zrozumiałego przez członków społeczeństwa (a warto zaznaczyć, że według narodowego spisu powszechnego w Polsce liczba osób niepełnosprawnych ogółem wynosi około 4,7 mln) dopóki idee integracji i normalizacji nie zostaną w istotny sposób wsparte przez instytucje publiczne, ale także współczesne mass media. Aby idee te z powodzeniem zaszczepić szerszemu gronu obywateli, niezbędna jest współpraca wielu podmiotów i różnych środowisk. Jeśli zatem chcemy dalszych, korzystnych przemian społecznych, działania takie należy uczynić jeszcze bardziej efektywnymi.

Podsumowanie – media wobec sportu niepełnosprawnych

Jeszcze do niedawna jedynym szerzej obserwowalnym, a zarazem najsilniej oddziałującym na sytuację niepełnosprawnych sportowców był dyskurs marginalizacji oraz upośledzenia obecny w większości środków masowego przekazu. W tym kontekście obraz sportu niepełnosprawnych w mediach cechował się urywkowością (wycinkowością), wyrwaniem z kontekstu, okazjonalnością, brakiem rzetelnych podstaw, niefachowością, a także szeregiem nieporozumień i przeinaczeń. Towarzyszył temu określony język prezentowania treści sportowych związany z dyskursem niepełnosprawności.

W mediach przez długi czas dominował bowiem dyskurs przemocy symbolicznej, który nie był wprawdzie oparty na brutalności czy agresji językowej, ale na swoistym „miękkim” sposobie

wykluczania, polegającym na pomijaniu pewnych kwestii, niepełnym ich przedstawianiu czy stosowaniu swoistego paternalizmu na płaszczyźnie komunikowania, a także traktowaniu osób niepełnosprawnych jako nieporadnych, niesamodzielnych, którzy wymagają raczej wszechstronnej pomocy niż pola do swobodnej, nieskrępowanej ekspresji. W ten sposób kwestionowano niejako podmiotowość osób niepełnosprawnych, odbierając im prawo do wyrażania siebie i swoich racji. Władza mediów jako dostarczycieli informacji kształtujących opinię publiczną i będących nośnikiem wiedzy dla wielu milionów odbiorców wyrażała się zatem zarówno w ignorowaniu niektórych tematów, upraszczaniu wielu treści, ale także przesadnym eksponowaniu niepełnosprawnego oblicza prezentowanych osób, nierzadko przybierającego wręcz karykaturalną postać.

Niemniej od pewnego czasu można obserwować zmiany, jakie zachodzą w tej materii. Dotyczą one między innymi optyki mediów, a tym samym sposobu przekazywania informacji o sportowcach niepełnosprawnych. Jest to zjawisko widoczne coraz wyraźniej w przypadku mediów lokalnych oraz tych, które opierają się na nowych technologiach, takich jak Internet.

Szczególnie oczekiwanym symptomem zmian miał być także przekaz z paraolimpiady w Londynie, do którego prawa wykupiła Telewizja Polska. Niestety zamiast przełomu polskie media wstawiły się niechlubnie, jako jedne z nielicznych, które nie transmitowały zmagania reprezentantów swojego kraju. Spotkało się to z dużą krytyką ze strony środowiska sportowego, ale także z głosami niezado-

wolenia ze strony (jeszcze stosunkowo nielicznego niestety) grona kibiców. Największe zainteresowanie bieżącą sytuacją paraolimpijczyków wykazały w skali ogólnopolskiej media internetowe, a także lokalne gazety, portale i stacje telewizyjne. Co istotne, zwróciły one także uwagę na brak relacji z paraolimpiady w telewizji. Pozytywnym aspektem tej niesławnej sytuacji było wywołanie debaty na temat sportu osób niepełnosprawnych, która toczyła się jednak przede wszystkim w mediach lokalnych i na forach internetowych. W jej wyniku zaczęto publicznie mówić o sporcie niepełnosprawnych, a także poczynione zostały pewne działania związane między innymi ze wsparciem rozpowszechniania wiedzy o tej formie aktywności osób niepełnosprawnych przez powołane do tego instytucje państwowe.

Warto zaznaczyć, że przy tej okazji kwestię transmisji paraolimpiady nagłośnili także inni liczący się gracze medialni, wyrażając swoją dezaprobatę, ale także generalnie zwracając uwagę społeczeństwa na sytuację sportu niepełnosprawnych w Polsce. Przy czym stała się ona również swego rodzaju narzędziem w walce pomiędzy gigantami medialnym. Nie było to zatem przypadkowe zainteresowanie sytuacją sportowców, bowiem sport, jego idee i ludzie w niego zaangażowani przynajmniej częściowo stanowili tło swoistych rozgrywek pomiędzy stacjami telewizyjnymi.

Mimo to sportowcy niepełnosprawni są coraz bardziej widoczni, a ich losy, kariery i sukcesy stają się powoli znane szerszej grupie społeczeństwa. Niemniej duża w tym zasługa samych sportowców, którzy wykorzystując współczesne zdobycze

technologii, mogą głównie poprzez Internet dotrzeć do szerszej publiczności. Nie od dziś znane są przypadki, kiedy to Internet pełnił rolę swoistej tuby dla osób niepełnosprawnych, dla których stał się on drogą kontaktu z innymi ludźmi, ale także był przestrzenią, w ramach której osoby niepełnosprawne mogły pokazać swoje prawdziwe oblicze, wypowiedzieć się i zaprezentować swoje zdanie w różnych kwestiach.

Wydaje się, że poświęcanie sportowcom niepełnosprawnym więcej czasu w mediach, a zarazem czynienie tego w sposób planowy, zorganizowany i odpowiedzialny, przyniosłoby korzyści nie tylko samym sportowcom, ale także pozwoliło na stopniową zmianę optyki całego naszego społeczeństwa co do sposobu postrzegania osób niepełnosprawnych w ogóle. Z pewnością potrzeba dalszych przemian światopoglądowych i świadomościowych członków naszego społeczeństwa, co wymaga nie tylko wzmożonej pracy nad krzewieniem idei integracji i normalizacji ze strony mediów, ale też organizacji pozarządowych i powołanych do tego celu agend państwowych. Tylko bowiem w ten sposób możliwa będzie zmiana wizerunku sportowca niepełnosprawnego w naszym społeczeństwie (Jabłońska 2008: 170).

W obliczu powyższych problemów konieczne wydaje się wypracowanie kanonu zasad poprawnego komunikowania, co mogłoby nastąpić w oparciu o przyjęte założenia teoretyczne. Teoria krytyczna daje bowiem w tym względzie dużo możliwości, stanowiąc z jednej strony system twierdzeń krytycznych wobec zastanej rzeczywistości i ujawniając jej opresyjne właściwości. Z drugiej zaś jej de-

maskatorska rola ma na celu zmianę rzeczywistości, którą opisuje i wyjaśnia. Stąd też niezwykle cenne wydają się wskazówki płynące z teorii van Dijka (1993; 2001 2002), w oparciu o które można stworzyć kilka zasad, jakie należałoby odnieść do polskiej przestrzeni medialnej i miejsca, jakie zajmuje w niej tematyka sportu osób niepełnosprawnych.

Po pierwsze, powinna nastąpić zmiana czy też odnowa języka medialnego, polegająca na rezygnacji z patosu zabarwionego ideologicznie, w ramach którego osoby niepełnosprawne prezentowane są jako superbohaterowie, co, jak stwierdza Honorata Jakubowska, paradoksalnie odbiera im statusu „prawdziwych” sportowców, „wydaje się bowiem, że dla wielu [osób zdrowych – przyp. JN] udział osoby niepełnosprawnej w zawodach jest wystarczającym powodem, żeby nadać im taką etykietę, która wobec osoby pełnosprawnej nie została użyta w tym kontekście. [...] Niemożliwe staje się zatem odwrócenie uwagi, dzięki sukcesowi sportowemu, od nienormatywnej cielesności” (Jakubowska 2015 [w tym numerze PSJ]).

Po drugie, w dyskursie medialnym powinny być przestrzegane zasady dotyczące równego traktowania rozmówców oraz podejmowanych przez nich tematów, a także niewykorzystywania swojej przewagi przez osoby pełnosprawne, która wynika zarówno z określonej pozycji instytucjonalnej, ale także przyjmowania paternalistycznej postawy wobec ludzi niepełnosprawnych. W ten sposób mamy bowiem do czynienia z sytuacją, w której z jednej strony porusza się kwestie dotyczące życia osób niepełnosprawnych, z drugiej zaś czyni się to, często nie biorąc pod uwagę faktycznych

potrzeb przedstawicieli tego środowiska, co dotyczy także różnych form aktywności, w tym też sportu.

Po trzecie, większy wpływ na toczącą się dyskusję powinni mieć sami zainteresowani, a więc niepełnosprawni sportowcy. Przy czym ich udział nie może być incydentalny i ograniczający się do „sezonowych” wydarzeń (głównie związanych z paroolimpiadami), a co więcej, nie powinien przybierać charakteru swoistej medialnej „ciekawostki”. W ten sposób dochodzi bowiem do banalizowania i trywializowania coraz bardziej profesjonalizującego się sportu osób niepełnosprawnych. Należy zatem poświęcać tym zagadnieniom zdecydowanie więcej czasu i angażować w ów proces przedstawicieli sportu osób niepełnosprawnych.

Po czwarte, ważne jest większe jakościowe, jak i ilościowe zbilansowanie treści dotyczących sportu osób niepełnosprawnych z tymi dotyczącymi sportu osób pełnosprawnych. Byłoby to istotnym elementem na drodze ku budowaniu zaufania środowiska osób niepełnosprawnych do mediów, co

z kolei stanowiłoby ważny aspekt w procesie urzeczywistniania się idei społeczeństwa obywatelskiego i stojących za nim wartości.

Wskazane powyżej refleksje stanowią wyłącznie pewne postulaty, które wydają się jednak nie tylko uzasadnione, ale też nadal aktualne, pomimo zachodzących powoli zmian. Póki co mamy bowiem do czynienia z sytuacją, w której poczyniono już pierwsze kroki w kierunku znormalizowania tej sfery życia osób niepełnosprawnych, ale aby utrzymać ów kurs przemian, należałoby wcielać w życie politykę otwartości i rzeczywistego zaangażowania wszystkich mediów. I to takiego zaangażowania, które nie ograniczałoby się tylko do wydarzeń sezonowych, pokazywanych często wyłącznie ze względu na polityczną poprawność, ale które opierałoby się na kompleksowym, pełnym i równoprawnym traktowaniu sportu osób niepełnosprawnych. Tylko wówczas będzie można mówić o faktycznej zmianie światopoglądowej i realizacji idei społecznej integracji, w czym ważną rolę miałby odegrać sport i aktywność fizyczna tej kategorii osób, czynnie wspierane przez krajowe media.

Bibliografia

Ancukiewicz Paweł (2010) *Wpływ procesów globalizacyjnych na przekształcenia w sporcie oraz zbiorowości kibiców sportowych* [w:] Zbigniew Dziubiński, Piotr Rymarczyk, red., *Kultura fizyczna a globalizacja*. Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 241–250.

Barlak Marianna (2006) *Pedagogiczne wartości sportu integracyjnego* [w:] Jerzy Nowocień, red., *Spoleczno-edukacyjne oblicza*

olimpizmu. Ruch olimpijski i niepełnosprawni sportowcy, tom 1. Warszawa: AWF w Warszawie, Polska Akademia Olimpijska, s. 141–147.

Biały Rafał (2011) *Ideal szczupłego i atrakcyjnego ciała w kulturze masowej* [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red., *Kultura fizyczna a kultura masowa*. Warszawa: AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 267–278.

Bourdieu Pierre (1991) *Language and Symbolic Power*. Oxford: Polity Press.

Bourdieu Pierre (2009) *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*. Przełożyły Karolina Sztandar-Sztanderska, Anna Ziółkowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Charmaz Kathy (2009) *Teoria ugruntowana. Praktyczny przewodnik po analizie jakościowej*. Przełożyła, Barbara Komorowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Czyżewski Marek (2005) *Dyskurs* [w:] *Encyklopedia socjologii, Supplement*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza, s. 50–58.

Czyżewski Marek, Kowalski Sergiusz, Piotrowski Andrzej, red. (2010) *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.

van Dijk Teun (1993) *Principles of Critical Discourse Analysis*. „Discourse and Society”, vol. 4, no. 2, s. 249–283.

van Dijk Teun (2001) *Dyskurs jako struktura i proces*. Przełożył Grzegorz Grochowski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

van Dijk Teun (2002) *Discourse and Racism* [w:] David Goldberg, John Solomons, eds., *The Blackwell Companion to Racial and Ethnic Studies*. Oxford: Blackwell, s. 145–159.

van Dijk Teun (2003) *The Discourse-Knowledge Interface* [w:] Gilbert Weiss, Ruth Wodak, eds., *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinary*. New York: Palgrave Macmillan, s. 85–101.

Dziubiński Zbigniew (2011) *Kultura masowa a sport: związki i zależności* [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red., *Kultura fizyczna a kultura masowa*. Warszawa: AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 117–132.

Fairclough Norman, Ruth Wodak (2006) *Krytyczna analiza dyskursu* [w:] *Współczesne teorie socjologiczne*, wybór i oprac. Aleksandra Jasińska-Kania i in. Warszawa: Scholar, s. 1047–1056.

Fairclough Norman, Anna Duszak, red. (2008) *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*. Kraków: Universitas.

Foucault Michel (1998) *Trzeba bronić społeczeństwa. Wykłady w College de France 1976*. Przełożyła Małgorzata Kowalska. Warszawa: KR.

Foucault Michel (2006) *Wiedza i władza* [w:] *Współczesne teorie socjologiczne*, wybór i oprac. Aleksandra Jasińska-Kania i in. Warszawa: Scholar, s. 537–544.

Glaser Barney (1978) *Theoretical Sensitivity*. San Francisco: The Sociology Press.

Glaser Barney, Strauss Anselm (1967) *The Discovery of Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.

Godzic Wiesław (2002) *Telewizja jako kultura*. Kraków: Wydawnictwo Rabit.

Goffman Erving (2005) *Piętno. Rozważania o zranionej tożsamości*. Przełożyli Aleksandra Dzierżyński, Joanna Tokarska-Bakir. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Grzymała-Kazłowska Aleksandra (2004) *Socjologicznie zorientowana analiza dyskursu na tle współczesnych badań nad dyskursem*. „Kultura i Społeczeństwo”, t. 48(1), s. 13–34.

Horolets Anna (2008) *Wprowadzenie. Status dyskursu w badaniach socjologicznych* [w:] Anna Horolets, red., *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 5–16.

Jabłońska Barbara (2008) *Krytyczna analiza dyskursu na przykładzie debaty „nicejsko-konstytucyjnej” w polskiej prasie* [w:] Anna Horolets, red., *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 165–184.

Jabłońska Barbara (2012) *Wiedza i władza w krytycznych studiach nad dyskursem – szkic teoretyczny*. „Studia Socjologiczne”, nr 1 (204), s. 75–92.

Jakubowska Honorata (2015) *Kiedy pleć nie ma znaczenia. Niel-normatywne ciała w dyskursie narodowym i sportowego sukcesu*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2. Dostępny w Internecie <<http://www.qualitativesociologyreview.org>>.

Jankowski Krzysztof (2011) *Mumfordowskie wizje „sportu masowego”* [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red.,

Kultura fizyczna a kultura masowa. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 165–174.

Jórczyk Agnieszka (bez daty) *Poradnik językowy dla dziennikarzy* [dostęp 15 marca 2014 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.niepelnospawni.pl/ledge/x/12683>>.

Kanash Tatsiana (2009) *Perspektywa dyskursywna w badaniach mediów: relacje władza-wiedza* [w:] Kanash Tatsiana, red., *Społeczno-kulturowe oddziaływanie mediów w dobie społeczeństwa sieciowego*. Mińsk Mazowiecki: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Nauk Społecznych im. ks. Józefa Majki, s. 7–22.

Konecki Krzysztof (2000) *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Kowalczyk Stanisław (2003) *Społeczno-integracyjna funkcja sportu* [w:] Zbigniew Dziubiński, red., *Społeczny wymiar sportu*. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 25–30.

Kubala Konrad (2008) *Analiza dyskursu w badania semantycznych fundamentów socjalizacji politycznej* [w:] Anna Horolets, red., *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 134–164.

Lipiec Józef (2011) *Sport a kultura masowa (refleksje sceptyczne)* [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red., *Kultura fizyczna a kultura masowa*. Warszawa: AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 15–23.

Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2006) *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

McQuail Denis (2007) *Teoria komunikowania masowego*. Przełożyły Marta Bucholc, Alina Szulżycka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Mosz Jakub (2003) *Sport w mediach kultury masowej* [w:] Zbigniew Dziubiński, red., *Społeczny wymiar sportu*. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 204–208.

Mosz Jakub (2011), „Medializacja” współczesnego sportu [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red., *Kultura fizyczna a*

kultura masowa. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 165–174.

Nijakowski Lech M. (2008) Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu [w:] Anna Horolets, red., *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 113–133.

Pawliszak Piotr, Rancew-Sikora Dorota (2012) *Wprowadzenie do socjologicznej analizy dyskursu*, „Studia Socjologiczne” nr 1 (204), s. 5–15.

Rapley Tim (2010) *Analiza konwersacji, dyskursu i dokumentów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Ryabinska Natalya (2008) *Analiza ram interpretacyjnych w porównawczym badaniu przekazów medialnych w Polsce i na Ukrainie* [w:] Anna Horolets, red., *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 185–200.

Sahaj Tomasz (2003) *Antropologia filozoficzna we współczesnym sporcie i kulturze fizycznej* [w:] Zbigniew Dziubiński, red., *Społeczny wymiar sportu*. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 125–132.

Sahaj Tomasz (2013) *Niepełnosprawni i niepełnosprawność w mediach*. Warszawa: IRSS.

Stanisławski Piotr (2004) *Od ofiary do herosa* [dostęp 15 marca 2014 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.niepelnospawni.pl/ledge/x/7925>>.

Stanisławski Piotr (2007) *Bohaterowie tylko jednego tematu* [dostęp 15 marca 2014 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.niepelnospawni.pl/ledge/x/20977>>.

Strauss Anselm, Corbin Juliet (1990) *Basics of Qualitative Research*. London, New Delhi: Sage.

Szypurek Bartosz (2008) *Niepełnosprawność w środkach masowego przekazu*. Leszno: Wyższa Szkoła Humanistyczna.

Sztompka Piotr (2002) *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Wydawnictwo Znak.

Thompson John B. (2006) *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*. Przełożyła Izabela Mielnik. Wrocław: Wydawnictwo Astrum.

Trutkowski Cezary (2000) *Społeczne reprezentacje polityki*. Warszawa: Scholar.

Trutkowski Cezary (2006) *Społeczne reprezentacje historii PRL* [w:] Jacek Raciborski, red., *Elity rządowe III RP 1997–2004. Portret socjologiczny*. Warszawa: Wydawnictwo Trio, s. 183–214.

Tuszyński Bogdan (1997) *Sport w środkach masowego przekazu* [w:] Zbigniew Krawczyk, red., *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Kultura fizyczna, sport*. Warszawa: Instytut Kultury, s. 221–266.

Whannel Garry (2002) *Media Sports Stars. Masculinities and Maidenhead*. London, New York: Routledge.

Wodak Ruth, Krzyżanowski Michał, red. (2011) *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*. Warszawa: Łośgraf.

Woźniak Wojciech (2012) *Nierówności społeczne w polskim dyskursie politycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

Zdebska Halina (2005) *Sport jako element rzeczywistości kulturowej. Bohater sportowy jako bohater kulturowy* [w:] Zbigniew Dziubiński, red., *Sport jako kulturowa rzeczywistość*. Warszawa: Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 145–153.

Zdebska Halina (2011) *Widowisko sportowe jako element kultury masowej* [w:] Zbigniew Dziubiński, Michał Lenartowicz, red., *Kultura fizyczna a kultura masowa*. Warszawa: AWF w Warszawie, Salezjańska Organizacja Sportowa RP, s. 145–156.

Cytowanie

Niedbalski Jakub (2015) *Sport osób niepełnosprawnych w przekazie i dyskursie medialnym w Polsce*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 130–159 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Sport of the Disabled in Transmission and Media Discourse in Poland

Abstract: The purpose of this article is to analyze media discourse concerning disabled people in sport. On the one hand, I will focus on how disabled athletes and paralympic sport function in both national and local Polish media, and I will try to investigate the causes and effects of particular media transmissions, on the other. Therefore, it is an attempt to define in what ways Polish media influence how other (especially healthy) members of our society see the sport of the disabled. I will take a closer look both at an overall characteristics of the discourse which surrounds the question of the sport of the disabled, but I also will refer to the opinions of disabled athletes and other members of the sport society. This will help to demonstrate their view on the current “media situation” and on how it influences their everyday life. It is an attempt to confront the media image of disabled athletes with their opinions and feelings as athletes.

Keywords: sport, disability, media, image, discourse

Anna Kossabucka, Radosław Kossakowski
Uniwersytet Gdański

Dwa sety komercjalizacji. Studium porównawcze siatkówki w Hiszpanii i Polsce

Abstrakt Piłka siatkowa to dyscyplina, która coraz widoczniej zaznacza swoją obecność w polskim sporcie. Autorzy skupiają się na ukazaniu przemian, jakie zaszły w polskiej (głównie męskiej) siatkówce wraz z procesami jej profesjonalizacji oraz komercjalizacji. Sukces „marki”, jaką stała się piłka siatkowa w Polsce, konfrontowany jest w tekście z zupełnie odmiennymi realiami tej dyscypliny w Hiszpanii. Dyskurs urynkowania piłki siatkowej w kraju, gdzie dominuje piłka nożna jest zupełnie inny. Autorzy starają się porównać sytuację dyscypliny w obu krajach i odpowiedzieć na pytanie, dlaczego komercjalizacja siatkówki w Hiszpanii przebiega w zupełnie inny sposób niż w Polsce.

Analizę oparto na badaniach empirycznych. Przeprowadzono kilkanaście wywiadów z zawodnikami, trenerami, menadżerami, dziennikarzami, sponsorami oraz działaczami siatkarskimi hiszpańskimi oraz polskimi. Uzyskane dane pomagają oszacować blaski i cienie procesu komercjalizacji siatkówki w obu krajach.

Słowa kluczowe siatkówka, komercjalizacja, profesjonalizacja, sponsoring, media, marketing

Anna Kossabucka, absolwentka socjologii na Uniwersytecie Gdańskim, której zainteresowania badawcze krążą wokół socjologii sportu oraz socjologii nowych mediów, życia codziennego. Pasjonatka sportu, zwłaszcza siatkówki. Od 2009 roku dziennikarka sportowa. Współpracowała z „Magazynem Siatkówka”, oficjalną stroną PZPS-u, a już czwarty sezon redaguje dla portalu SportoweFakty.pl, gdzie relacjonuje mecze siatkarskiej Plusligi i Orlen Ligi.

Adres kontaktowy:

Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa UG
ul. Bażyńskiego 4,
80-952 Gdańsk
e-mail: annakossabucka@gmail.com

Radosław Kossakowski, doktor socjologii, adiunkt w Instytucie Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego. Jego zainteresowania badawcze oscylują wokół tematyki socjologii sportu (przede wszystkim społecznego fenomenu piłki nożnej i kultury kibicowania), badań jakościowych. Autor dwóch monografii, kilkunastu artykułów w czasopiśmie naukowych, współredaktor kilku tomów zbiorowych. Obecnie realizuje projekt finansowany przez Narodowe Centrum Nauki dotyczący kibiców piłkarskich.

Adres kontaktowy:

Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa UG
ul. Bażyńskiego 4, 80-952 Gdańsk
e-mail: radkoss@wp.pl

Siatkówka jest w Polsce bardzo popularnym sportem. Przegrywa wprawdzie w rankingach popularności z piłką nożną, ale od kilku lat staje się jej równorzędnym rywalem (np. jeśli chodzi o wartość medialną)¹. Z badań Głównego Urzędu Statystycznego przeprowadzonych wśród klubów sportowych w 2010 roku wynika, że osoby trenujące piłkę siatkową stanowią 10,6% wszystkich trenujących w klubach sportowym. Jest to pod względem popularności drugi, po piłce nożnej, uprawiany sport w Polsce². Jakościowy skok w występach siatkarki (Mistrzostwo Świata 2014) i siatkarek (Mistrzostwa Europy 2003 i 2005), który nastąpił po zaangażowaniu się sponsorów, oraz profesjonalizacja rozgrywek były możliwe dzięki zmianom organizacyjnym, zmianom przepisów samej gry oraz zaangażowaniu mediów i sponsorów. Wypełnione po brzegi hale, transmisje w dobrym czasie antenowym dużych stacji, najlepsi siatkarze na parkietach, profesjonalna oprawa sportowego spektaklu – konglomerat takich zmiennych musiał zadziałać. Komercjalizacja i profesjonalizacja piłki siatkowej w Polsce stała się faktem. Przedstawiamy ten fenomen, wykorzystując narzędzia analityczne z domeny socjologii sportu, ale przede wszystkim porównując go do – jakże odmiennych – procesów charakteryzujących tę samą dyscyplinę w Hiszpanii. Można rzec, że tak jak proces kosmopolityzmu ma swoją wypaczoną stronę (tzw. wersje *coerced* lub *deformed* zob. Beck 2006),

¹ W raporcie badawczym „Profil kibica polskiej siatkówki” znajduje się zestawienie, z którego wynika, że kibice w Polsce, porównując cztery dyscypliny (siatkówka, piłka nożna, koszykówka, piłka ręczna), najczęściej uznają za „ciekawą” i „atrakcyjną” właśnie siatkówkę. W kategorii dyscyplin „medialnych” siatkówka znalazła się na drugim miejscu za piłką nożną. Zob. <http://www.akademiasiatkowki.com.pl/b/profil-kibica/0>.

² Zob. <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/sport/pilka-nozna-w-badaniach-statystycznych,6,1.html>.

podobnie proces profesjonalizacji i komercjalizacji sportu nie wyłania tylko zwycięzców. Jego dyskurs odsłania wiele istotnych wątków życia społecznego. Sukces sportowy plus skuteczny mariaż medialno-institutionalny generuje zyski finansowe, które napędzają siatkówkę. Z drugiej strony pozostawienie sportu samemu sobie (jak to ma miejsce w przypadku piłki siatkowej w Hiszpanii) powoduje jego degradację, co przyczynia się natomiast do odpływu najbardziej zdolnych siatkarzy.

Głównym naszym celem artykułu jest porównanie sytuacji w obu krajach, opisanie – nie bójmy się tego stwierdzić – przepaści dzielącej siatkówkę w obu krajach. Narracja oparta na badaniach empirycznych przeprowadzonych w Polsce i Hiszpanii³ ma także na celu ukazanie najważniejszych wymiarów dyskursu komercjalizacji sportu.

Sport w uścisku rynkowego suwerena

Klasyk socjologii polskiej, Florian Znaniecki, w swojej charakterystyce sportu zaznaczał, iż opiera się on

³ W sumie przeprowadzono pogłębione wywiady indywidualne z 16 osobami. Ze strony hiszpańskiej byli to: prezes klubu pierwszoligowego, który odmówił wejścia do Superligi z powodu zbyt dużych wymagań finansowych federacji (dalej skrót: PK); dwaj siatkarze zespołu wielokrotnego mistrza Hiszpanii (ZK1 oraz ZK2) oraz dyrektor sportowy klubu, który był obecny w trakcie rozmowy (DS); trener i były reprezentant kraju, obecnie wykładowca uczelni (BT); młody zawodnik wkraczający do poważnej siatkówki (MZ); były drugi szkoleniowiec reprezentacji Hiszpanii (DT) oraz prezes regionalnego oddziału federacji hiszpańskiej w Walencji (PR). Po stronie polskiej: dziennikarka (DG); prezes klubu Plusligi (PK2), trener lokalnej drużyny oraz były szkoleniowiec kadry B (BT2); trener drużyny Młodej Ligi (ML); dziennikarz znanego dziennika ogólnopolskiego (RD); zawodnik lokalnej drużyny (ZD); przedstawiciel sponsora lokalnego klubu (PS) oraz wiceprezes regionalnego oddziału PZPS (WP). Przy wypowiedziach podano inicjały badanych. Dobór respondentów był doбором celowym (w Polsce), natomiast w przypadku Hiszpanii, w związku z brakiem znajomości środowiska siatkarskiego, posługiwano się strategią kuli śnieżnej.

na regułach zabawy, przestrzeganiu zasad interakcji i gry społecznej. Jest to czynność ruchowa, która charakteryzuje się współzawodnictwem bądź dążeniem do maksymalnego wyniku. Z drugiej strony Znaniecki podkreślił, że nie dąży do wytworzenia użytecznych wartości. Dlatego należy odróżnić sport od pracy fizycznej, której skuteczność mierzy się użytecznością wytworów. Sport w jego koncepcji jest zjawiskiem kulturowym, a zatem podlega przeobrażeniom podobnym do tych, które dokonują się w całym systemie kultury (Znaniecki 1973; zob. też Pawlik, Świątkiewicz 2001; Krawczyk 2011). Zmiana stosunków społecznych powoduje, iż czynności niegdyś utylitarne zostały przekształcone w rywalizację sportową (szermierka, rzut oszczepem). Socjologiczna definicja sportu przybliżona przez Richarda Giulianottiego również wspomina o „kulturowym usytuowaniu” cech sportu: ustrukturyzowaniu przez reguły, orientacji na osiągnięcia, rywalizacji i ludyczności (2005: xii–xiii).

Należy zatem patrzeć na sport w perspektywie zmian kultury współczesnej, a ta ostatnia podlega procesom komercjalizacji, to znaczy „ma na celu oparcie czegoś o zasady rynkowe, handlowe. Innymi słowy, jest to wystawienie czegoś na sprzedaż, proces nakierowany na osiągnięcie zysku” (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011: 114). Najważniejszą cechą zjawiska komercjalizacji jest więc podejmowanie wszelkich decyzji i działań w celu uzyskania jak największych korzyści, pojętych w kategoriach ekonomicznych (Pawlik, Świątkiewicz 2001: 101). Następuje coraz większa racjonalizacja podejmowanych działań, co w sporcie wiąże się z perfekcjonizmem i osiąganiem złożonych celów. Sport przestaje być zabawą i grą, a staje się środkiem do

uzyskiwania ekonomicznych zysków. Komercjalizacja w sporcie podlega zasadzie sformułowanej przez Tomasza Gobana-Klasa: „gra jest niczym, wynik wszystkim” (1984: 90). Wielu teoretyków zarzuca, że komercjalizacja jest przyczyną kryzysu moralnego i przyczyni się do upadku sportu w ogóle. Pozostaje ona w dużej sprzeczności z esencją sportu, który stoi nad krawędzią zatracenia swoich pierwotnych wartości (zob. Lipiec 2001; Giulianotti, Walsh 2006). Procesem dopełniającym komercjalizację jest „supermarketyzacja”, rozumiana przez przenoszenie wzorców konsumenckiego zachowania na niemalże wszystkie dziedziny życia społecznego (Szlendak 2004).

Sport w globalnym, komercyjnym ujęciu stanowi przykład nowego, rozwijającego się typu „środków produkcji”, w sercu którego znajduje się „proletariat” w postaci sportowców sprzedających siłę swoich mięśni⁴, „burżuazja” ucieleśniana przez organizacje sportowe (FIFA, MKOl) w powiązaniu z transnarodowymi korporacjami oraz „konsumenci” – wszyscy ci, którzy gotowi są płacić za widowisko sportowe. Relacje w ramach świata sportu przypominają te z domeny kapitalistycznej gospodarki. Kluby są jak korporacje rywalizujące na rynku.

⁴ Metaforę sportowców jako „proletariuszy” proponuje cytowany przez nas Marc Perelman. Uważamy jego propozycję za cenny wkład w analizę sportu będącego odbiciem rynkowych mechanizmów gospodarki kapitalistycznej. Mamy jednak świadomość, że „proletariat” sportowców nie oznacza jednej „masy”. Wśród sportowców są ci, którzy korzystają mniej lub bardziej z mariażu sportu z korporacyjnym sponsoringiem (np. stając się twarzami kampanii reklamowych). Wszyscy jednak są – choć w różnym stopniu – „utowarowieni”. Skrajnym przykładem są piłkarze, jak np. Kolumbijczyk Radamel Falcao, którego karta zawodnicza jest w rękach jednego funduszu inwestycyjnego. Właściciel „środków produkcji” decydował o jego transferach (do Atletico Madryt, AS Monaco i Manchesteru United).

W klubach walka klasowa przybiera specyficzną formę walki pomiędzy dostawcami kapitału a dostawcami widowiska. Relacje pomiędzy managementem i sportowcami są relacjami płacy, z wszelkimi implikacjami: eksploatacją zdolności do wytwarzania performansu. [...] Rywalizujący sportowiec jest nowym typem pracownika, który sprzedaje pracodawcom własne moce produkcyjne – własne zdolności do produkowania spektaklu, który przyciąga tłumy. (Perelman 2012: 122 [tłum. własne])⁵

„Nowy typ pracownika” pracuje tam, gdzie stawki za pracę są największe. Widać to szczególnie w futbolu, ale i w siatkówce. Kluby hiszpańskie nie są w stanie płacić dużo siatkarzom, najlepsi wybierają lepsze ligi – poziom rywalizacji jest zatem bardzo słaby. Ciemną stroną relacji płacowej jest konieczność sprostania przez zawodników coraz wyższej presji występów: ich większej liczbie obwarowanej kontraktami reklamowymi. Konsekwencją bywa przemęczenie i problemy z utrzymaniem formy fizycznej i psychicznej przez cały sezon.

Globalna nośność przemysłu sportowego sprzyja lukratywnym pensjom/kontraktom. Za zwycięstwo w tenisowym US Open zawodnicy otrzymują prawie 2 mln dolarów. W lekkiej atletyce najlepsi zawodnicy otrzymują wysokie premie za sam udział w mityngach, czego przykładem jest Usain Bolt negocjujący dodatkowe 400 tys. euro za start w zawodach. Gwiazdy wchodzą w relacje również ze sponsorami, sprzedając swój wizerunek w re-

⁵ Metaforyka „produktów sportowych” pojawia się w opracowaniach marketingu sportowego. Są nimi: prawa telewizyjne, liga piłkarska, marki organizacji sportowych, gadżety, infrastruktura (zob. Sznajder 2008).

klamach. Przykładem może być Roger Federer. Zarabia on rocznie około 37 mln dolarów. Najwięcej z kontraktu sponsorskiego z Nike – 10 mln⁶. Ma też kilkanaście mniejszych umów – z firmami Wilson, Rolex, National Suisse, Lindt, Gillette i Mercedes. Kontrakty gwarantują mu ponad 30 mln dolarów. Sportowcy są markami, ambasadorami marek, twarzami marek. Wiąże się z tym zjawisko „jawnej formy fałszu” (Cialdini 1994: 115). Wiadomo, że Lionel Messi nie ma prawie żadnych emocjonalnych (identyfikacyjnych) związków z napojem Pepsi. Ale jego twarz na puszcze jest dla jego fanów wystarczającym argumentem do zakupu. Do tego grona, choć nadal w drugim czy trzecim szeregu, zaliczają się siatkarze. Według informacji podanych przez gazetę „Fakt”, najlepszy polski siatkarz, Bartosz Kurek, plasuje się dopiero na 18. miejscu w rankingu najlepiej zarabiających polskich sportowców⁷. Zarabia on około 10 razy mniej niż lider zestawienia, Marcin Gortat (20 mln złotych).

Sport stał się elementem kultury masowej (Kłossowska 1964), ulegając masowej standaryzacji. Ta ostatnia idzie w parze z profesjonalizacją – organizacyjną i marketingową domeną, której fundamenty wspierają media i różne typy sponsoringu. Były prezydent Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego, Juan Antonio Samaranch, podkreślał, że media – drukowane, mówione, elektroniczne, są integralną częścią ruchu olimpijskiego i w każdym znaczeniu są członkiem rodziny olimpijskiej (1985). Lapidarnie do związków mediów i sportu odnosi

⁶ Zob. <http://life.forbes.pl/styl-zycia/arttykul/Styl/najlepiej-zarabiajacy-tenisisci-2012,29632,1>.

⁷ Zob. <http://www.sportowefakty.pl/siatkowka/322094/siatkarze-daleko-w-rankingu-najbogatszych-polskich-sportowcow>.

się Michael R. Real: „[i]gnorowanie medialnych sportów byłoby obecnie jak ignorowanie roli kościoła w średniowieczu lub ignorowanie roli sztuki w renesansie; przeważająca część społeczeństwa jest przez nie dotknięta” (1998: 15 [tłum. własne]).

Telewizja NBC, która wykupiła prawa na cztery kolejne igrzyska olimpijskie (2014, 2016, 2018, 2020), zapłaciła za nie za sumę 4,4 mld dolarów, co oznacza wzrost w wysokości 3,5 mld za igrzyska w przedziale lat 2000–2008⁸. Poprzez tak wielkie nakłady finansowe, jakie telewizja gwarantuje organizacjom sportowym takim jak MKOl (Międzynarodowy Komitet Olimpijski), otrzymuje ona prawo do ingerencji w kwestie organizacyjne danego widowiska (np. ingerowanie w pory rozgrywania najpopularniejszych konkurencji). Jest to praktyka powszechna. Stacja Polsat Sport wymusza na organizatorach imprez siatkarskich dłuższą przerwę pomiędzy drugim a trzecim setem (10 minut zamiast trzech), by pokazać blok reklamowy oraz by w hali mogły odbyć się konkursy zorganizowane przez sponsorów. Richard Gruneau puentuje hegemonię mediów:

[o]pracowanie i wybór preferowanych kwestii i znaczeń przez telewizję, jej uprzywilejowane narracje oraz „zagospodarowanie” sprzecznych motywów i wartości (np. między nieokiełznanym indywidualnym sukcesem a zobowiązaniem dla drużyny, narodu lub społeczności) mogą być postrzegane jako część złożonego procesu, przez który pewne sposoby rozumienia sportu, ciała, kultury konsumpcyjnej i dążenia do doskonałości są naturalizowane, podczas gdy

inne są marginalizowane, degradowane lub ignorowane. (1989: 28 [tłum. własne])

Telewizja decyduje o czasie antenowym, ale również o przepisach konkretnych dyscyplin (golfa, siatkówki, krykieta, lekkiej atletyki, rugby, wioślarstwo [zob. Slack, Amis 2004; Boyle, Haynes 2009]).

Komercjalizacja sportu objawia się również przez marketing i sponsoring. Ten pierwszy jest stosowany w dwojakiej postaci (Sznajder 2008) – mówić można o marketingu przez sport (wykorzystanie sportu i imprez jako narzędzi promocji) oraz o marketingu sportu (jako forma komunikowania się z konsumentami i wskazywania korzyści z uprawiania sportu i uczestnictwa w widowiskach sportowych). Sponsoring natomiast, choć wiąże się łacińskim pojęciem oznaczającym uroczyste zobowiązanie lub sumę pieniędzy objętą kaucją lub układem sądowym (Stecki 1995: 24), w sporcie oznacza, iż sponsor przekazuje partnerowi pieniądze, świadczy mu usługi, a w zamian otrzymuje prawo do utożsamiania się z partnerem, co może zostać wykorzystane w celach komercyjnych (Sznajder 2008: 216). Choć o sponsoringu można mówić już od Igrzysk Olimpijskich w 1896 roku, kiedy to prywatni przedsiębiorcy inwestowali w renowację obiektów olimpijskich w Atenach, to jednak pierwszymi igrzyskami olimpijskimi, w których pokuszono się o wykorzystanie marketingu i sponsoringu na szeroką skalę, była impreza w Los Angeles w 1984, którą sponsorowało osiem wielkich korporacji (m.in. firma McDonald's zainwestowała 4 mln dolarów w jedną z aren olimpijskich, która została obrandowana nazwą korporacji. Richard Gruneau nazwał te igrzyska „The Hamburger Olympics” [zob. 1994]).

Sponsoring sportu pochłania 60% ogólnej sumy przeznaczanej na sponsoring. Wartość sponsoringu sportowego w Polsce wzrosła o 1306% w latach 2001–2012, osiągając pułap 2,5 mld złotych (Prus 2013: 5). Największe sumy pieniędzy przeznaczają się na piłkę nożną (Sznajder 2008: 224). Firmy decydują się na przeznaczanie pieniędzy na sport z dwóch powodów: wykreowanie właściwego wizerunku lub osiągnięcie rozgłosu. Ważne jest powiązanie nazwy firmy przez kibiców z danym klubem bądź rozgrywkami. Automatyczne przypisanie danemu klubowi nazwy sponsora jest nazywane „małżeństwem doskonałym” (Klisiński 2000: 83). Sponsoring można także podzielić ze względu na sposób ujawniania opinii publicznej nazwy bądź nazwiska sponsora. Sponsoring imienny polega na zamieszczeniu nazwy firmy bądź nazwiska w nazwach klubów, ligi, imprezy sportowej. I tak na przykład drużyna siatkarska nosi nazwę PGE Skra Bełchatów bądź LOTOS Trefl Gdańsk. Drugim rodzajem jest sponsoring emblematowy, który polega na tym, że sponsor otrzymuje prawo do korzystania z logo podmiotu sponsorowanego bądź też ma miejsce sytuacja odwrotna. Popularność siatkówki jest znaczącą zmienną angażującą sponsorów. Firma badawcza Pentagon Research wyliczyła 378 marek obecnych w polskiej siatkówce męskiej i 299 w wydaniu kobiecym⁹.

Rewolucja 1998 roku

Zanim odniesiemy się do narodowych dystynkcji w procesie profesjonalizacji i komercjalizacji polskiej i hiszpańskiej siatkówki, konieczne jest przy-

⁹ Zob. http://www.pentagon-research.com/Badanie_efektywnosci_sponsoringu_sportowego_3_10_0_1_1_0.html.

wołanie zmian w samej grze, zmian, które uczyniły z niej szybką i medialnie bardziej przystępną rozrywkę. Początkowo siatkówka była sportem bardzo „wolnym” – zawodnik miał dwie próby serwisowe, a żeby zdobyć punkt, należało wygrać wymianę po własnej zagrywce. Mecze trwały bardzo długo, pomimo tego, że set rozgrywano wyłącznie do 15 punktów. Stan ten utrzymywał się do 1998 roku. Wtedy to, po Mistrzostwach Świata w Japonii, Międzynarodowa Federacja Piłki Siatkowej zmieniła system punktowania – drużyny zdobywają punkt po każdej akcji, niezależnie od tego, kto zagrywa. Wydłużono set z 15 do 25 punktów (tie-break, czyli piąty set, pozostał bez zmian – gra w nim toczy się do 15 punktów). Utworzono także specyficzną pozycję – libero, która zapewniała lepszą jakość w przyjęciu oraz obronie. Wydłużono też czas na wykonanie zagrywki z 5 do 8 sekund.

Kolejna nowelizacja przepisów nastąpiła w 2008 roku. Od tego czasu sędzia odgizduje błąd dotknięcia siatki tylko w momencie kontaktu zawodnika z górną taśmą (biała taśma o szerokości 7 cm) lub w momencie, gdy dotknięcie siatki w jakikolwiek sposób utrudnia grę przeciwnikowi. Przed zmianą przepisów jakiegokolwiek dotknięcie siatki było błędem skutkującym automatyczną utratą punktu. Przyspieszono również procedurę zmiany graczy, której trener nie musi już zgłaszać sędziom technicznym. Zmiana nastąpiła także w przepisach dotyczących zawodników libero. Ponieważ pozycja ta wpłynęła na atrakcyjność widowiska siatkarskiego (spektakularne obrony oraz efektowne rzuty), zwiększono liczbę tych zawodników do dwóch (dopiero od 2011 roku

⁸ Zob. <http://www.tvp.pl/rozrywka/aktualnosci/najdrozsze-igrzyska-swiata/4651895>.

libero mogą zmieniać się między sobą i obaj mogą znajdować się w kwadracie dla rezerwowych, czyli w meczowej „dwunastce”). Zmiany mają na celu udoskonalenie gry i uatrakcyjnienie jej dla szerokiej publiczności. Gra w siatkówce stała się szybsza i bardziej kontaktowa (głównie z powodu możliwości dotyknięcia siatki). Z drugiej jednak strony „makdonaldyzacja” (Ritzer 2001) gry, czyli przyspieszenie jej wskutek racjonalizacji przepisów, nie dla każdego odbiorcy może być zrozumiała. Osoby, które nie interesują się siatkówką, ale wybiorą się raz na mecz lub zobaczą go w telewizji, nie będą w stanie zrozumieć wielu sytuacji: znaczenia zawodnika w innej koszulce (libero), przejść zawodników, zmieniania stref czy nie do końca sprecyzowanych zasad nieczystego odbicia. Dlatego też show, spektakl, jaki tworzy telewizja w trakcie transmisji bądź też organizatorzy w halach, mają przysłonić ograniczenia siatkówki, jakimi są niewątpliwie jej złożone przepisy i zasady gry.

Siatkarskie władze prą jednak do jeszcze większego przyspieszenia gry, które ma bardziej uatrakcyjnić spektakl i przyciągnąć kolejnych fanów i sponsorów. Zostanie wprowadzone, na wzór tenisowy, ograniczenie czasowe pomiędzy zdobytymi punktami. Będzie ono wynosić 15 sekund. Oznacza to, że od momentu, w którym piłka spadnie na boisko i zdobyty zostanie punkt przez drużynę, zawodnik zmierzający w pole zagrywki będzie miał 15 sekund na wprowadzenie piłki do gry. Obecnie takiego ograniczenia nie ma, co drużyny bardzo często wykorzystywały w celu wytrącenia przeciwnika z równowagi lub też złapania oddechu po długiej wymianie. Co więcej, na „polskich” mi-

strzostwach świata w 2014 roku stosowany był system challenge¹⁰. Fuzja z technologią nie omija więc także i siatkówki.

Komercjalizacja i mediatyzacja siatkówki – casus Polski

System marketingu w piłce siatkowej opiera się na 4 filarach, które są traktowane na równi: podmioty sportowe (PZPS, PLPS S.A, FIVB, CEV)¹¹, media, kluby i kibice. Gdyby jednak nie udział w prestiżowych rozgrywkach Ligi Światowej, siatkówka w Polsce w ogóle nie stałaby się dyscypliną tak popularną. W kolejnych latach podejmowano decyzje, które prowadziły do coraz większej profesjonalizacji siatkówki. Najważniejszymi z podjętych działań były: utworzenie osobnej komórki – spółki, która zajmowała się organizacją rozgrywek ligowych (Polska Liga Piłki Siatkowej), podpisanie kontraktu z telewizją Polsat. Z pewnością to właśnie ta telewizja była powodem utrzymania w kryzysowych latach 2002–2005 głównego sponsora polskiej siatkówki, operatora sieci Plus (który, począwszy od 1998, zainwestował już na tym polu ponad 100 mln złotych; w badaniach rozpoznawalności marki w kategorii Sport/Siatkówka marka Plus zajmuje bezwzględnie pierwsze miej-

¹⁰ Zob. <http://www.s-w-o.pl/fivb-przedstawia-nowe-i-stare-zasady-gry/>. System challenge (wideo weryfikacja) umożliwia skonfrontowanie decyzji podjętej przez sędziego z obrazem z kamer zainstalowanych wokół boiska. Prośbę zgłasza trener lub kapitan zespołu, a weryfikacji mogą zostać poddane decyzje dotyczące: dotknięcia siatki, przekroczenia linii środkowej oraz wszystkie kontrowersyjne piłki lądujące w okolicach linii bocznych i końcowych. System wprowadza się w celu ograniczenia pomyłek sędziowskich, które w kluczowych momentach setów mogłyby wpływać na ich wyniki.

¹¹ PZPS – Polski Związek Piłki Siatkowej, PLPS S.A. – Polska Liga Piłki Siatkowej, FIVB – Międzynarodowa Federacja Piłki Siatkowej, CEV – Europejska Federacja Piłki Siatkowej.

sce, jednoznacznie kojarząc się z siatkówką – 42% kibiców siatkówki wybiera tego operatora¹²). Stworzone zostały podwaliny pod dobrze działający system, dla którego kamieniem milowym było utworzenie przez PZPS marki „Polska Siatkówka” w 2005 roku. Stała się ona nie tylko powszechnie powielanym motywem komunikacyjnym popularyzującym siatkówkę, ale także motywem przewodnim wszystkich imprez organizowanych bądź współorganizowanych przez Polski Związek Piłki Siatkowej¹³. To wzorcowy przykład wykorzystania marki przez partnerów biznesowych.

Wszystko to w czasach, kiedy słowo „kryzys” odmiennie jest przez wszystkie przypadki. Póki co antykryzysowe „zasieki” ustawione wcześniej przez władze zdają się powstrzymywać atak kryzysu. Największe firmy odzieżowe, energetyczne, telewizyjne, spożywcze inwestujące w siatkówkę to olbrzymia, choć nie jedyna, część siatkarskiej karuzeli marketingowej. Drugim bardzo ważnym elementem jest stabilna i silna liga, która zarządzana jest w sposób profesjonalny przez spółkę PLPS (Polska Liga Piłki Siatkowej) SA. „Plusliga” (która w obecnej formie występuje od 2008 roku) to prestiżowa liga, która jest zapleczem sukcesów kadry narodowej. Prowadząca ją spółka z Arturem Popko na czele (jednocześnie wiceprezes PZPS) już dwukrotnie została wyróżniona w rankingu Diamentów Forbesa za prężne i dynamiczne zwiększanie swojej wartości. Wartość medialna Plusligii wynosiła w 2011 roku ponad 300 mln złotych. Sukcesy

¹² Zob. <https://www.akademiasiatkowki.com.pl/b/polska-siatkowka-marka-kategorii-europejskiej/0?r=215>.

¹³ Zob. <https://www.akademiasiatkowki.com.pl/b/marketing-w-polskiej-siatkowce/0?r=37>.

spowodowały, że do głównego sponsora – Plusa, dołączył w 2012 roku jeszcze jeden strategiczny sponsor siatkówki: PKN ORLEN. Gwarantuje to stabilizację finansową dyscypliny do Igrzysk Olimpijskich w 2016 roku. Wsparcie sponsorów przydało się także przy organizacji mistrzostw świata w 2014 roku, które zorganizowano w Polsce.

Innym sponsorem, który bardzo wyraźnie zaznacza swoją obecność na siatkarskim podwórku, jest firma PGE, która jest nie tylko głównym sponsorem klubu z Bełchatowa (PGE Skra), ale także wspiera Atom Trefl Sopot (drużyna żeńska). Głównym powodem, dla którego wprowadzono klub z Sopotu do rozgrywek ekstraklasy, było budowanie mocnej pozycji marki na Pomorzu – prawdopodobnego miejsca powstania pierwszej elektrowni atomowej. Stąd też w nazwie widnieje nazwa spółki PGE – „Atom”. W ten sposób firma buduje sobie pozycję w regionie. W 2012 umowę o współpracy pomiędzy grupą PGE a klubem przedłużono do 2015 roku¹⁴. Firma przekazała na rozwój klubu 8 mln złotych, a dzięki zdobytym dwóm tytułom mistrza Polski oraz sukcesom na arenie międzynarodowej klub ma być platformą do budowania świadomości energetycznej w regionie. Z badań Pentagon Research wynika, że w 2009 roku siatkówka była dyscypliną numer jeden pod względem wartości medialnej (wartości reklam wyeksponowanych dzięki niej w telewizji), która przekroczyła 471,6 mln złotych. Najpopularniejsza dotąd piłka

¹⁴Zob. http://www.trojmiasto.sport.pl/sport_trojmiasto/1,111910,12592387,To_juz_pewne_PGE_sponsorem_Atomu_Trefl_Sopot_do_2015.html. Warto podkreślić, że siatkówkę jako platformę działań marketingowych wykorzystują zarówno spółki z dominującym akcjonariatem skarbu państwa (np. Orlen czy PGE), jak i podmioty prywatne (Trefl, Asseco, Impel).

nożna (423 mln zł) została zdetronizowana. Znacznie częściej niż w innych sportach rozpoznawani są też sponsorzy siatkówki¹⁵.

Jeżeli chodzi o graczy medialnych, to rozkwit polskiej siatkówki – podobnie jak w przypadku potężnych sponsorów – jest nierozdzielnie związany z transmisjami telewizyjnymi. Przełom, jeśli chodzi o transmisję siatkówki, nastąpił w momencie startu reprezentacji Polski w Lidze Światowej. Lata 1999–2001 można uznać za kamienie milowe, jeśli chodzi o jakość transmisji siatkarskich. Początkowo za transmisję odpowiadała stacja Canal+, zastąpiona przez Telewizję Publiczną, dzięki której siatkówka trafiła do szerokiego grona odbiorców oraz potencjalnych sponsorów. TVP była istotnym promotorem tego sportu, doceniali to sponsorzy oraz Międzynarodowa Federacja, która uznała polskie transmisje za wzorcowe. Jednak to stacja Polsat stała się ostatecznym medialnym zwycięzcą w boju o siatkarskiego widza. Z umową podpisaną przez PZPS w 2006 roku wiąże się nie tylko historia walki TVP i Polsatu, ale przede wszystkim wyraźna zmiana w jakości transmisji spotkań. Profesjonalne studia meczowe oferowane przez nowego nadawcę zbiegły się z „mediatyzacją” siatkówki w ogóle – czyli uatrakcyjnieniem gry w wymiarach medialnego performansu.

Kiedy w telewizji zaczęły pojawiać się siatkarskie zmagania, kibic mógł czuć się znużony – długie rozgrywki, skomplikowane zasady, początkowy brak powtórek. W chwili obecnej rzecz ma się inaczej – kamery jakości HD, zbliżenia *slow motion*,

¹⁵ Zob. <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/Strategie/biznes-nad-siatka,6426,1>.

sety zamykające się w 25 minutach – to zmiany dokonane pod wpływem nacisków telewizyjnych nadawców przez międzynarodowe władze siatkarskie (FIVB) w celu uatrakcyjnienia dyscypliny. Należy pamiętać, że piłka siatkowa jest dyscypliną bardzo wymagającą jeśli chodzi o transmisje telewizyjne. Z powodu niesprecyzowanego czasu trwania spotkania bardzo trudno jest zaplanować, przewidzieć, ile dany przekaz będzie trwał. Elastyczność to element niezbędny w trakcie transmisji siatkarskich. Stacja, która podejmuje się zadania przekazu siatkarskiego spotkania, stara się więc zapewnić sobie jak najwięcej ułatwień. Wspierają ją także federacje, zezwalając na drobne zmiany w trakcie spotkań, które są korzystne dla stacji. Taką zmianą była chociażby 10-minutowa przerwa, którą wprowadzono po drugim rozegranym secie. Wszystko po to, aby nadać blok reklamowy w telewizji, a na hali przeprowadzić konkursy organizowane przez sponsorów. Przerwę tę wprowadzono także w meczach ligowych, co wywołało wiele kontrowersji wśród trenerów i zawodników (ostatecznie pomysł po jednym sezonie zniesiono). To dyskurs marketingowy zdecydował o transformacji dyscypliny. Podobnie jak w piłce nożnej, siatkówka weszła w mariaż z mediami i korporacyjnymi sponsorami, tworząc z nimi – nierozdzielny jak się wydaje – „złoty trójkąt” (Smart 2007)¹⁶. W polskim kontekście znakomicie wykorzystano potencjał rozgrywek Ligi Światowej:

¹⁶ Tajemnicą poliszynela jest kwestia ingerencji Polsatu w obsadę pozycji selekcjonera męskiej reprezentacji. Po nieudanych Mistrzostwach Europy w 2013 roku wszyscy prześcigali się w domysłach, jednakże zanim związek w ogóle zdążył podjąć głos i przedstawić swoje stanowisko, to dziennikarze Polsatu informowali na Twitterze o wyborze Stephana Antigi na stanowisko selekcjonera reprezentacji Polski

Liga Światowa to zdecydowanie lepszy cel marketingowy niż mistrzostwa Europy czy igrzyska olimpijskie jeśli chodzi o reklamę. [...] My słabo graliśmy, przegrywaliśmy, ale ładnie opakowaliśmy to w złotko i ten słaby poziom sprzedawaliśmy jako czekoladki i ludzie to kupowali. [ML]

Udało się wykorzystać potencjał samej dyscypliny, jej widowiskowość, którą skonfrontowano z potrzebami kibiców. Wielowymiarowe możliwości wykorzystania dyscypliny zagwarantowały rozrywkę dla całych rodzin. Wyniki nie były priorytetem – liczył się radośnie spędzony czas przez wszystkich widzów. W Polsce uwierzono w potencjał siatkówki i wykazano się cierpliwością. Na najważniejszych stanowiskach decyzyjnych znajdowali się ludzie, którzy posiadali wiedzę z zakresu marketingu. Dzięki wieloletnim inwestycjom nastąpiły sukcesy, z najbardziej spektakularnym – wicemistrzostwem świata w 2006 roku. Pokolenie zdolnych siatkarzy pod wodzą Argentyńczyka Raula Lozano dokonało rzeczy, której w polskiej siatkówce nie doświadczone przez wiele lat. Ostrożne i stopniowe inwestycje dokonywane za publiczne pieniądze zaowocowały w postaci medali na mistrzostwach świata. Stało się to sygnałem dla inwestorów i sponsorów, że na siatkówkę warto postawić. Sukces z 2006 roku udało się wykorzystać w celu dalszej popularyzacji siatkówki. Zorganizowano huczne powitanie siatkarzy na Okęciu, pokazywano w telewizji siatkarzy, zapraszano na wywiady. Ludzie postronni, niezwiązani ze sportem mogli się przez to dowiedzieć o sukcesie, który stał się podstawowym czynnikiem dalszej profesjonalizacji siatkówki. Polska dokonała tego, co także Hiszpanie powinni byli uczynić –

nagłaśnianie, eksponowanie oraz promowanie. Ma to swoje wizerunkowe konsekwencje:

[j]eden człowiek z marketingu powiedział mi, że jak kiedyś porównywał piłkę ręczną i siatkówkę – w momencie, kiedy obie osiągały podobne rezultaty. I zrobił test na molo, rozstawiając podobizny siatkarzy i piłkarzy ręcznych w Sopocie. Pytał przechodniów o to, czy kogoś rozpoznają. [...] No i siatkarzy znali wszyscy, a z ręcznych to tylko Wentę ewentualnie. To najlepszy przykład, jak ważny jest marketing, żeby wykorzystać sukces. A my bez sukcesu wykorzystaliśmy marketing. Tak więc przyszedł sukces, to byliśmy świetnie przygotowani. [ML]

Siła siatkówki wynika ze słabej postawy innych dyscyplin halowych. Piłka ręczna pokazała, jak można zważyć sukces, koszykówka też się raz przejechała. [PK2]

Jak wspominają jednak nasi rozmówcy, od 2012 roku „coś się zacięło”. Od nieudanych dla Polski Igrzysk Olimpijskich w Londynie kibice siatkarscy są świadkami kolejnych porażek reprezentacji kraju. Poziom sportowy od tego momentu znajduje się na równi pochyłej, co podkreślają respondenci.

W chwili obecnej to chyba nie jest za ciekawie – mamy problem z wygrywaniem ważnych turniejów, wszystko to, co powinniśmy wygrać, przegrywamy. Nie oszukujmy się – jesteśmy w dołku, ale potencjał jest ogromny i myślę, że z tego wyjdziemy. [ZD]

Wyniki mówią o regresie nawet, bo wcześniej z trzech imprez przywoziliśmy medale, ale gdzieś od igrzysk nie znajdujemy się w topie. Postępów jakoś nie widać. [BT2]

Konsekwencje braku sukcesów i rezultatów można było dostrzec na trybunach w trakcie sezonu ligowego 2013/2014. Tylko w najważniejszych ośrodkach siatkarskich na każdym meczu zasiada komplet widzów. W pozostałych miastach trudno mówić o wypełnieniu trybun choćby w połowie. Moda na siatkówkę weszła w okres o tendencji spadkowej. Powodem jest brak dobrych wyników reprezentacji, które konstytuują pozycję siatkówki. To od nich rozpoczęła się budowa struktur dyscypliny w Polsce. W momencie, kiedy przyzwyczajony do walki o medale kibic nie otrzymuje oczekiwanego rezultatu, odchodzi. Siła polskiej siatkówki polega na tym, iż jest w stanie przyciągnąć postronnego kibica, który da się porwać kolorytowi dyscypliny – sprzyjającemu weekendowemu wyjściu na halę z rodziną. „Piknikowy” kibic pozostanie zainteresowany widowiskiem, dopóki reprezentacja będzie odnosić sukcesy. W ostatnich miesiącach brakuje wyników, które zatrzymałyby kibiców, którzy nie są na co dzień emocjonalnie zaangażowani w siatkówkę. Sezon ligowy jest natomiast okresem zbyt długim, aby zaangażować się w niego emocjonalnie od początku do końca. Dlatego też władze klubów liczą na zmianę. Zdobyte mistrzostwo świata we wrześniu 2014 roku na nowo obudziło w Polakach „siatkówkomanie” przypominającą tę z 2006 i 2009 roku. Złoci medaliści polskiego mundialu ponownie stali się bohaterami narodowymi, każda telewizja biła się o przeprowadzenie wywiadu z zawodnikami, a kluby opierają swoje kampanie promocyjne na zawodnikach z kadry Stephana Antigi. W Gdańsku na pierwszym planie billboardów promujących spotkania Lotosu Trefla Gdańsk widnieje Mateusz Mika, a w zapowiedzi kolejnych meczów można usłyszeć, ilu mistrzów świata zo-

baczymy na boisku. Zdobyte mistrzostwo świata było czymś nieoczekiwanym, ale mogło się wydarzyć z dwóch powodów: wspaniałego wsparcia polskich kibiców, którzy mimo braku możliwości śledzenia występów biało-czerwonych na otwartym kanale spotykali się w strefach kibica i dopinguwali „naszych”. Drugim powodem jest kwestia presji, której nasi zawodnicy przed tym turniejem nie odczuwali. Kiedy Antiga ogłosił skład kadry narodowej, wielu ekspertów i kibiców podnosiło krytyczne głosy – brak obrażonego Kurka, powołani zawodnicy zupełnie zapomniani, jak Mika czy Buszek. Nikt nie oczekiwał awansu nawet do strefy medalowej. Dlatego ze spokojnymi głowami zawodnicy mogli skupiać się na każdym kolejnym spotkaniu.

Głód sukcesu oraz presja wyniku to zagrożenia, które respondenci wymieniali jako jedne z najważniejszych, jeśli chodzi o bariery rozwoju polskiej siatkówki. Pogoń za rezultatem prowadzi do tego, że zarówno młodzież, jak i trenerów szkoli się w sposób jednowymiarowy. Zwłaszcza trenerzy wypowiadają się bardzo krytycznie o szkoleniu młodych zawodników, którzy mają być zapleczem reprezentacji, sugerując, że obecnie zawodnik jest skupiony tylko i wyłącznie na wyniku, sukcesie, pomijając cały szereg istotnych elementów osobowościowych.

Zakłęte koło popularności polskiej siatkówki opiera się na sukcesie sportowym, dyskutowaniu go przez media i wsparciu inwestorów, którzy tłumnie wypełniane hale traktują jako korporacyjny target. Przedłużający się okres bez sukcesów komplikuje pracę tak skonstruowanej maszyny marketingowej.

Jak jest sukces, to na pierwszych stronach, ale jak popatrzeć na taki „Przegląd Sportowy”, do którego jest najlepszy dostęp, to kiedyś były tam tak zwane „czwartki siatkarskie”, ale już od kilku miesięcy tego nie ma. Wszystko przez to, że nie ma wyników, na które Polska czekała. Widać, że to zainteresowanie lekko idzie w dół, bo zdecydowanie mniej się pisze. [DG]

Zainteresowanie mediów jest żywe w lokalnych enklawach, dla których mecze lokalnej drużyny są jedyną właściwie możliwością kontaktu z „wielkim sportem”.

Tam, gdzie jest sezon klubowy, to tak, można w lokalnych wydaniach „Wyborczej” przeczytać coś zawsze. W stolicy o Politechnice też, w Rzeszowie tego jest dużo. [DG]

Władze polskiej federacji siatkarskiej podejmują kontrowersyjne decyzje, które mają otworzyć siatkówkę na nowych kibiców. Jednym z takich pomysłów jest rozegranie inauguracyjnego spotkania mistrzostw świata na Stadionie Narodowym. Respondenci bardzo przychylnie odbierają ten pomysł, mają jednakże obawy o frekwencję, która na ostatnich meczach reprezentacyjnych była niższa niż w poprzednich latach.

Trafiony pomysł – szeroka publiczność będzie mogła zobaczyć to „na żywo”, wtedy panują zupełnie inne emocje. Mecz na stadionie – to niebywałe, pomagamy też w ten sposób stadionowi. Hale w Polsce nie mają problemów, a stadiony tak, więc także wychodzimy naprzeciw ekonomii stadionu i myślę, że to jest świetny pomysł. Nie będzie problemów

z kupieniem biletu i ludzie będą w stanie zobaczyć [...]. Zapełni się moim zdaniem, choć będzie to test. Ja jestem za tym, żeby siatkówka wychodziła na salony. Kiedyś ona była w małych halach, a potem ktoś zaryzykował i przeniósł do Spodka. Początkowo frekwencja była taka sama, ale z czasem ktoś wprowadził karteczki, w telewizji wydawało się, że jest dwa razy więcej ludzi, więc ludzie mówili: „Fajna atmosfera, chodźmy”. [ML]

Jak się okazało – mecz na Stadionie Narodowym okazał się sukcesem. Trybuny wypełniły się po brzegi, a siatkarze nie zawiedli, pokonując Serbię 3:0. Największą kontrowersją okazało się zakodowanie spotkań mistrzostw przez telewizję Polsat. Tajemnicą poliszynela był fakt, iż to dzięki Polsatowi mistrzostwa odbywają się w Polsce. Stacja Zygmunta Solorza wyłożyła kilkadziesiąt milionów złotych za prawa telewizyjne i marketingowe na cały świat (z wyłączeniem Brazylii i Japonii). Jednak stacja nie mogła sfinalizować umów ze swoimi sponsorami (firmy z kapitałem Skarbu Państwa), Ministerstwo Sportu przekazało zaledwie 3,5 mln złotych, dlatego też stacja musiała zdecydować się na zakodowanie spotkań polskiego mundialu. Polsat nie chciał odsprzedać także praw TVP, która zdaniem władz Polsatu za mecze Polaków „zaferowała mniej więcej tyle, ile najprawdopodobniej kosztuje ją 4–5 odcinków sobotniego show TVP lub kilku odcinków jednego z wielu seriali¹⁷”. Jak można było zauważyć, nawet tak ważną rangą impreza nie zachęciła sponsorów ani państwa do

¹⁷ Zob. http://www.polsat.pl/O_Nas,2860/Aktualnosci___,2866/Oswiadczenie_Telewizji_Polsat_Dotyczące_FIVB_Mistrzostw_Swiata_W_Pilce_Siatkowej_Mezczyzn_Polska_2014,1405070/index.html.

inwestycji. Zniechęceni wynikami polskiej kadry sponsorzy z dużą ostrożnością angażowali się we wsparcie imprezy.

Hiszpańska tęsknota za komercjalizacją

Dzięki sukcesom narodowych reprezentacji siatkówka stała się dyscypliną numer dwa w Polsce, a jej możliwości marketingowe są uznawane za najbardziej obiecujące. W 2008 roku Polkomtel, jako sponsor siatkówki, miał największe udziały na polskim rynku sponsoringu sportowego¹⁸. Siatkówka ma wprawdzie mniejszą wartość mediową (wartość ekspozycji logotypu w obszarach, które są mierzalne wskaźnikami mediowymi – Internet, telewizja, prasa¹⁹) niż piłka nożna, odznacza się jednak większym potencjałem, jeśli chodzi o liczbę ekspozycji reklam na jednostkę powierzchni. Ma to związek z faktem, że banery reklamowe sponsorów siatkówki są wyraźniej eksponowane w trakcie meczów w halach niż na boiskach piłkarskich. Z badań Pentagon Research wynika, że w 2009 roku siatkówka była dyscypliną numer jeden pod względem wartości medialnej (wartości reklam wyeksponowanych dzięki jej transmisji w telewizji), która przekroczyła 471,6 mln złotych. Najpopularniejsza dotąd piłka nożna (423 mln zł) została zdetronizowana. Znacznie częściej niż w innych sportach rozpoznawani są też sponsorzy siatkówki. Sieć Plus jako sponsora rozgrywek siatkarzy wskazuje 33,6% osób zainteresowanych sportem, natomiast 11,9% kojarzy Orange z piłką

nożną, 7,7% Tauron z koszykówką, 5,12% Center-Net z żużlem²⁰.

W przypadku Hiszpanii zaangażowanie mediów w relacje ze zmaganiach siatkarskich właściwie nie istnieje. Kiedy siatkarze z Półwyspu Iberyjskiego zdobywali Mistrzostwo Europy w 2007 roku, sportowa gazeta codzienna „Marca” zamieściła na stronie tytułowej informację o porażce hiszpańskich koszykarzy z Rosją w finale mistrzostw Europy. Notkę o siatkarzach umieszczono na dalszych stronach. Informacje te nie przekraczały połowy strony redakcyjnej, podczas gdy w największym hiszpańskim dzienniku „El País” w ogóle nie wspomniano o zwycięstwie Hiszpanów na stronach informacyjnych (jedynie w sekcji sportowej). Tymczasem sukcesy polskich siatkarzy i siatkarek dominowały na pierwszych stronach gazet codziennych. Jedynie w lokalnych dziennikach i magazynach można natrafić na pojedyncze wzmianki na temat piłki siatkowej.

Jeżeli już coś się pojawi w prasie o szerszym zasięgu, to mała tabelka z wynikami. Więcej można poczytać w prasie lokalnej, ale to tylko dlatego, że to my w klubie piszemy jakieś notki i sami wysyłamy je do redakcji. Także w telewizji lokalnej można zobaczyć jakiś mecz z retransmisji, ale to tylko tyle. [PK]

Siatkówce nigdy nie udało się na stałe zawitać w serwisach telewizyjnych, nawet po sukcesie z 2007 roku, kiedy to reprezentacja Hiszpanii zdobyła mistrzostwo Starego Kontynentu.

²⁰ Zob. <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/Strategie/biznes-nad-siatka,6426,1>.

To przedstawiciel naszej kadry musiał zadzwonić do prasy, żeby powiedzieć, co się stało i że ekipa siatkarska wraca ze złotem i żeby przygotować jakieś miłe przyjęcie. Co pojawiło się w gazecie? Wielkie artykuły o porażce z Rosjanami w koszykówkę i nad tym taka malutka wzmianka o naszym złotym medalu. [ZK1]

Nawet Internet stający się najważniejszym medium informacyjnym wygląda pod tym względem bardzo skromnie. Nie można w hiszpańskiej przestrzeni wirtualnej odnaleźć stron internetowych, które poświęcone byłyby wyłącznie siatkówce (z wyjątkiem strony internetowej federacji hiszpańskiej). Dla porównania w Polsce istnieje przynajmniej kilka portali poświęconych piłce siatkowej (np. siatka.org, plusliga.pl, orlenliga.pl, SIATKANews.com, Siatka24.pl, volley24.pl, siatkarskiportal.pl), gdzie można przeczytać o wszystkich rozgrywkach klubowych w Polsce, Europie i na świecie. Nowe media omijają siatkówkę szerokim łukiem:

Tutaj to jedynie była jedna strona, ale to jest raczej forum. Pojawiało się na nim wiele informacji i wiadomości, ale że to było forum i ludzie mogli pisać źle i niemiło, to teraz pojawiają się tam informacje sporadycznie. Nie ma wielu rzeczy, które można by było komentować. Poza tym to istnieją strony federacji, ale to jest za mało. Nie ma stron dla siatkówki. Były projekty, ale potem to wszystko i tak upadało... [PK]

Hiszpania szybciej niż Polska rozpoczęła swój udział w Lidze Światowej (1995). Jednakże problemy związane z finansami oraz rankingiem reprezentacji spowodowały, że od roku 2005 (z wyjątkiem 2008) Hiszpanii nie można zobaczyć w tych

prestżowych rozgrywkach. Reprezentacja tego kraju gra w niższej klasie rozgrywkowej – w Lidze Europejskiej. W tej klasie rozgrywkowej nie osiągają spektakularnych sukcesów (mistrzowie w 2007, wicemistrzowie 2009–2011). Największym sukcesem reprezentacji, prowadzonej ówczesnie przez dobrze znanego w Polsce Andrzeja Anastasio, było zdobycie w 2007 roku mistrzostwa Europy. Za sukcesem nie podążyły jednak żadne działania marketingowe i sukces ten w kraju, w którym dominuje piłka nożna, został zupełnie zepchnięty na margines.

Nie było odpowiednich ludzi, bo jeśli ja nie jestem dobry z angielskiego, to nie będę cię uczył tego języka, bo nic z tego nie wyjdzie, na miłość boską. [...] Nauczę cię źle i rzucisz te lekcje. Nie wiem, jak sprzedać siatkówkę – zatrudniam firmę, która wie, jak to się powinno to zrobić. [...] Bo jeśli Rafa Pasqual jest najlepszym zawodnikiem mundialu 1998, a kolejny zawodnik był najlepiej punktującym i my nie umiemy tego wykorzystać, to jest to niemożliwe do pomyślenia. [DT]

Trudno mówić o profesjonalnej lidze (w formie obecnie występującej istnieje od 1983 roku i nosi nazwę Superligi²¹) – nie ma ona ani sponsora, ani osobnej komórki, która zajmowałaby się – na prawach wyłączności – organizacją tych rozgrywek. Podobnie sytuacja przedstawia się, jeśli chodzi o kadrę narodową. Brakuje stabilnego sponsora, takiego jak w przypadku Polski. Reprezentacja wspierana jest przez znaną firmę cukierniczą Kinder, jednakże jej dofinansowanie znacznie odbiega od oczekiwań.

²¹ Zob. <http://www.rfevb.com/home/fede/historiaRFEVB.asp>.

¹⁸ Zob. <http://mmp24.pl/artykuly/50808,pentagon-research-sponsoring-sportowy-w-polsce-w-2008-r-wart-1-65-mld-zl>.

¹⁹ Zob. http://www.sponsoring.pl/publikacje.php?raport=251&t=Wartosc_wizerunkowa_sponsoringu.

Historia siatkówki w Hiszpanii nie jest usłana sukcesami (Palou 1985). Dużą rolę odegrały w rozwoju dyscypliny Igrzyska Olimpijskie, które organizowała Barcelona w 1992 roku. Nacisk, jaki położono wtedy na rozwój siatkówki, zapoczątkował zajęciem 8. miejsca w rywalizacji kobiet. Co jednak ważniejsze – popularność dyscypliny wzrosła wielokrotnie. Nie przełożyło się to na sukcesy międzynarodowe. Lata 2001–2003 to okres renowacji i stosunkowo dobrych wyników osiąganych przez reprezentację. W kadrze męskiej występowały ówczesnie tak wyraziste postaci, jak Rafael Pasqual. Zawodnik ten, który uznawany jest za najwybitniejszego siatkarza Hiszpanii, był autorytetem dla wielu młodych zawodników. To dzięki niemu proces profesjonalizacji i komercjalizacji siatkówki miał szansę rozwoju, również w zakresie wzrostu zainteresowania sponsorów. Jego sylwetka była rozpoznawalna poza środowiskiem siatkarskim – występował on w reklamach oraz kampaniach społecznych. Po zakończeniu kariery przez Pasquala siatkówka hiszpańska zaczęła staczać się po równi pochyłej. Brak oparcia w postaci rozpoznawalnej gwiazdy dla przeprowadzenia kampanii oraz słabe wyniki reprezentacji nie pozwalały na konstrukcję projektów reklamowych na szeroką skalę.

W podejściu do hiszpańskiej siatkówki brakuje długotrwałej wizji, tak charakterystycznej dla casusu polskiego. Sponsoring w hiszpańskiej siatkówce można określić jako punktowy. Przykładem takiego nieustrukturyzowanego działania może być żeński klub z Murcii, który w 2005 roku został utworzony przez Evesado Lifante, szemranego biznesmena, który kupił miejsce w lidze za pomocą jednego czeku. W tym okresie biznesmen kupo-

wał wszystko – bary, autobusy, a nawet wywiady w najpopularniejszych programach telewizyjnych w Hiszpanii. W 2011 roku klub upadł, a jego właściciel został oskarżony o morderstwo holenderskiej siatkarki Ingrid Visser oraz jej partnera. Policja za motyw morderstwa podaje nieporozumienia ekonomiczne, jednakże nie jest do końca jasne, dlaczego współpracę biznesową Holendrzy przypłacili życiem²². Wskutek tych wydarzeń świat siatkówki stracił ogromny kapitał zaufania, kluczowy dla przyciągania poważnych inwestorów.

Najważniejszy sposób, w jaki mogą obecnie funkcjonować kluby w lidze hiszpańskiej, opiera się na wsparciu lokalnych władz lub małych sponsorów, wywodzących się bardzo często z sektora spożywczego, którzy wspierając drużynę, pragną pokazać zaangażowanie w rozwój i promocję regionu. Taką strategią charakteryzuje się najsilniejszy obecnie klub w Hiszpanii, CAI Teruel. Marka klubu wspierana od lat przez regionalne firmy budowana jest głównie w wymiarze lokalnym. Tożsamość lokalną wzmacnia tworzenie programów dla młodzieży oraz organizowanie wielu konkursów dla kibiców. Jest to obecnie jedyne miejsce na siatkarskiej mapie Hiszpanii, gdzie kibice stawiają się licznie na trybunach, a zawodnikom regularnie wypłacane są pensje. W pozostałych przypadkach widać dojmujący brak instytucjonalnego wsparcia od federacji, przepisów regulujących kontrakty zawodników, a także wpływów z transmisji telewizyjnych.

W porównaniu do marki polskiej siatkówki hiszpański odpowiednik cechuje się amatorstwem

²² Zob. http://politica.elpais.com/politica/2013/06/01/actualidad/1370104369_564463.html.

w większości aspektów. Marketingowe peryferie żyją dzięki pasji lokalnych społeczników, którzy angażują się w pracę dla klubów wbrew racjonalnym argumentom.

Prowadzenie klubu to tutaj praca społeczna. Robi się to po to, by ludzie z małych miejscowości jak Almoradi mieli co robić, by dzieciaki nie były na ulicy. Nie ma z tego zysku. Myślę, że tutaj są prywatne własności, ale bardziej jak stowarzyszenia, bo nie ma ani kolosów, ani zysku – jest raczej więcej długów. [BT]

Brakuje ciągłości w działaniach, długofalowych strategii (wypracowanych np. w Polsce) władz oraz sponsorów – epizodyczność i krótkotrwałość skutecznych działań sprawia, że kluby pogrążają się w coraz większym zadłużeniu.

Nie ma niczego profesjonalnego w klubach. Nie da się sprawić, by były rentowne. Nie ma żadnej osoby w klubach, która znałaby się na marketingu. Osoby w klubach to pasjonaci, ale nie posiadają odpowiedniej wiedzy na niektóre tematy. Prowadzenie klubu nie polega tylko na organizowaniu podróży, zakontraktowaniu zawodnika – trzeba także produkt sprzedać publiczności, a to jest najtrudniejsze zadanie. Być prezydentem i dawać trochę na chwilę, to nie jest nic profesjonalnego. Ale wcześniej było nieco inaczej. [DT]

Barierą dla profesjonalizacji w ostatnich latach jest kryzys finansowy, jaki pojawił się w Hiszpanii w roku 2007. Inwestorzy, którzy pragnęli za wszelką cenę utrzymać się na rynku, rezygnowali ze współpracy z klubami siatkarskimi. Brak profesjonalnego zaplecza marketingowego klubów po-

wodował, że nie były one w stanie zagwarantować firmom zyskowej „ekspozycji medialnej”.

Na porządku dziennym słychać o problemach kolejnych klubów. Zawodnicy narzekają na braki wypłat, ligę zaczyna się bez zamkniętych budżetów. [...] Kryzys wkraczał, to zaczęło się pogarszać. Rok 2008 to już dół. Powiem na przykładzie mojego klubu – jesteśmy w regionie, gdzie budownictwo wiodło prym. Przyszła kryzys i wyraźnie się to odbiło. W zeszłym roku mieliśmy jeszcze budżet 400 000 i w większości opieraliśmy się na pomocy publicznej. Jeszcze kilka lat temu tak nie było. [PK]

Kluby koncentrują się na przetrwaniu – nie prowadzi się w związku z tym skutecznych działań w zakresie budowania wizerunku i marki. Większość hiszpańskich klubów nie prowadzi sprzedaży własnych produktów. Zjawisko *merchandisingu* właściwie nie istnieje i dla wielu drużyn jest nowością, na którą je nie stać.

Są pojedyncze kluby, które mają swój *merchandising* i sprzedają rzeczy, ale i tak kończyło się to zamykaniem tego, bo nie było odpowiedniej ilości sprzedaży. W siatkówce to raczej dystrybucja niż pełny *merchandising*. [PK]

W Hiszpanii nie czerpie się zysków z siatkówki. W Polsce firmy, które angażują się w sponsoring siatkówki, są zadowolone z uzyskanych wyników finansowych oraz (być może przede wszystkim) wizerunkowych. Polsat wiele mówi o inwestycji w siatkówkę, ale nie chce zdradzić, ile tak naprawdę zyskał. A zyskał wiele – oprócz korzyści finansowych stacja wykreowała wizerunek na całym

świecie. Oprócz prywatnych firm w Polsce można liczyć na państwo. Siatkówka, mimo kryzysu i braku wyników, jest w dalszym ciągu jednym z priorytetów w polskim sporcie. Zupełnie inaczej przedstawia się sytuacja siatkówki w Hiszpanii. Prywatne firmy nie garną się do tak marketingowo zaniedbanej dyscypliny jak siatkówka. Państwo także woli wspierać dyscypliny popularne, odnoszące sukcesy. Trudno w ogóle mówić o dużych pieniądzach przeznaczanych na kulturę fizyczną w dobie kryzysu panującego w Hiszpanii. Dlatego też tak niechętnie angażują się w tę dyscyplinę sponsorzy. Popularność dyscypliny nie może równać się z piłką nożną. W 2012 roku w Hiszpanii wydano 55 904 licencje siatkarskie oraz 870 000 piłkarskich²³. W porównaniu z Polską zainteresowanie siatkówką wydaje się być mniejsze. Według statystyk, w Polsce w 2010 roku w klubach siatkarskich trenowało 98 435 osób²⁴. Brak jest porównywalnych danych w Hiszpanii. Trudno jest więc budować markę w oparciu o kilkadziesiąt osób zasiadających na trybunach podczas jednego meczu. Brak zainteresowania mediami determinuje brak obecności sponsorów w hiszpańskiej piłce siatkowej. Hiszpańskie kluby siatkarskie cierpią współcześnie na chroniczne schorzenie, jakim jest niemożność przyciągnięcia uwagi dużych sponsorów. Ich nieobecność w tej dyscyplinie wiąże się z kilkoma czynnikami: brakiem publiczności na trybunach, nieumiejętnością prowadzenia kampanii reklamowych i promocyjnych oraz brakiem profesjonalizacji. Kluby zarządzane są amatorsko, a ich sponsorami zostają bardzo często zaprzyjaź-

nione, małe firmy, które nie robią tego dla poprawy swojego wizerunku.

Sponsorzy to głównie takie firmy, które są w siatkówce poprzez kontakty, przyjaźnie, niekoniecznie z pasji ani chęci osiągnięcia zysku. To jest niemożliwe, więc skupiają się na doraźnej pomocy. [BT]

Nie da się przyciągnąć sponsorów, bo jeśli nie ma telewizji, to nie ma żadnych zwolnień z podatków od współpracy, nie masz więc po co tego robić. Tym bardziej jeśli nie ma w halach ludzi. Jeżeli mogą coś pozytywnego znaleźć, to fakt, iż teraz przynajmniej można wieszać reklamy. Kiedyś legalnie nie można było tego robić. Teraz taka reklama jest formą spłacenia długu dla firm. [BT]

Żadna firma nie chce być kojarzona z 50 osobami na hali. [DT]

Zaprzepaszczenie szansy, jaką był sukces reprezentacji, spowodowało, że hiszpańska siatkówka znajduje się od kilku lat w głębokiej stagnacji, potęgowanej przez gospodarczy kryzys.

Obniżamy poziom głównie za sprawą kryzysu ekonomicznego. Nie ma dotacji publicznych, jedyne sporty, które są wspierane, to te, które są widoczne w telewizji. A ponieważ siatkówka zależała w zasadniczym stopniu od dotacji publicznych, przeżywa ona ogromny kryzys. [PR]

Prowadzi to rozmówców do lapidarnych konstatacji:

Siatkówka przegrywa ze wszystkim w Hiszpanii. [ZK1]

Poziom ligi jest dramatyczny, reprezentacja też dołuje i nie widać jej w żadnych rozgrywkach. A liga to nie wiem, czy przetrwa. [ZK1]

Jak patrzę na inne kraje, na Polskę, to odczuwam zazdrość. My, jeśli chodzi o poziom ekonomiczny, mentalny i społeczny, jesteśmy w stanie krytycznym. Siatkówka jako sport mniejszościowy traci na tym podwójnie. Ostatnio usłyszałem wiadomość, że Hiszpania jest trzecią drużyną w Europie jeśli chodzi o baseball, w którym w ogóle nie mamy tradycji, a w siatkówce jest jedną z ostatnich w Europie, pomimo sukcesów. [BT]

Nowa siatkówka – nowy kibic?

Według *Małej encyklopedii sportu* „[k]ibic to widz przyglądający się rozgrywkom sportowym, bywalec stadionów i hal sportowych, sympatyk klubu, drużyny lub zawodnika. Kibic jest nosicielem specyficznego typu zachowań zwanych kibicowaniem, różniących się od zachowań uznawanych w sytuacjach pozasportowych i wprowadzających nowe formy wyrażania przeżyć i emocji sportowych” (1984: 268). Trudno jednakże wypracować jedną, „właściwą” definicję kibica, szczególnie siatkarskiego. Wraz z rozwojem komercyjnym dyscypliny, szczególnie na polskim gruncie (tylko ten w tej materii analizujemy – w Hiszpanii kultury kibicowania w siatkówce praktycznie nie ma), zaczął kreować się wyjątkowy typ kibica, który niekoniecznie daje się wpisać w szablony opisywanych już wielokrotnie kibiców piłkarskich. Jak pisze Wojciech Woźniak, na wykreowanie się tego specyficznego typu kibica, dbającego o własną rozrywkę oraz poziom satysfakcji, złożyło się kilka

czynników: „[n]astąpiła synergia między wprowadzeniem niezwykle «medialnych» rozgrywek Ligi Światowej, sukcesami reprezentacji a odkryciem przez stacje telewizyjne oraz sponsorów potencjału drzemącego w siatkówce” (2011: 294). W siatkówce pojawił się post-fan, który charakteryzuje się innymi cechami niż industrialny „ultras” (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011)²⁵. W przeciwieństwie do „ultrasa” kibic siatkarski nie stoi w trakcie całego meczu, a jedynie w ostatnich chwilach setów, nie klaszcze dłońmi, tylko oferowanymi przez organizatorów „klaskaczami”. W trakcie siatkarskiego spektaklu powstają widzowie jednorazowi, którzy na kolejnym meczu mogą nie pojawić się wcale. Wyjątkowa atmosfera, zwłaszcza na meczach reprezentacji, to chwilowo utworzona wspólnota emocjonalna, która nie ma tak trwałego i „mechanicznego” (Kossakowski 2013) charakteru jak kibicowanie w przypadku „ultrasów”.

Siatkarskie kluby kibica kreują raczej „nowoplemiona”. Koncentrują się one na chwili obecnej, na tym co konstytuuje grupę tu i teraz. „Dochodzi do ponownej koncentracji na celach znajdujących się w zasięgu ręki, na autentycznie podzielanych

²⁵ Na niektórych meczach pojawiają się jednak kibice o charakterystyce zbliżonej do „hardcore’owych” kibiców piłkarskich. Robią meczowe choreografie, dopingują w podobnym stylu, a w niektórych przypadkach odziewają się od „pikników”, czyli kibiców-konsumentów. Grupa kibiców AZS Częstochowa zaprezentowała nawet baner: „Antypiknik. Na kibiców wychowani”. Jeden z kibiców AZS tak wypowiada się o „industrialnym” typie kibicowania: „[i]dealny kibic to taki, który przyjdzie na mecz, zostawi jak najwięcej pieniędzy, kupi trąbkę, pomaluje twarz i będzie bawił się na trybunach przy «Pieśni o małym rycerzu» czy innych tego typu gównach. Tak naprawdę jesteśmy jedną z nielicznych ekip, które wyznają inne zasady niż te ogólnie przyjęte na siatkarskich halach. Dla władz ligi, kibiców i działaczy innych klubów nasz styl kibicowania jest nie do zaakceptowania, przez co zdarzają nam się różnego rodzaju problemy i konsekwencje” (England AZS Częstochowa 2014: 47–48).

²³ Informacje pochodzące z jednego z wywiadów.

²⁴ Zob. http://stat.gov.pl/cps/rde/xbr/gus/KTS_Pilka_siatkowa_w_badaniach_statystycznych.pdf.

odczuciach, na wszystkich tych rzeczach, z których składa się świat: zwyczajach, rytuałach przyjmowanych takimi, jakimi są” (Maffesoli 2008: 78). Nieważne jest tutaj pochodzenie, miejsce zamieszkania, wiek, płeć – chodzi o wspólne wspieranie ulubionej drużyny czy ulubionego sportowca (Głombiowska i in. 2013: 243). Siatkówka w Polsce stała się przyczynkiem do powstawania wspólnot emocjonalnych, o których pojawianiu się mowa jest w ponowoczesnych społeczeństwach. Dzięki klubom siatkarskim w niedużych miastach typu Bełchatów, Kędzierzyn Koźle, Muszyna czy Jastrzębie tworzą się wspólnoty, które dzięki siatkówce stają się sobie bliskie. Siatkówka w Polsce kojarzona jest przede wszystkim z ludźmi wykształconymi²⁶, tak więc pokazanie się na meczu siatkarskim może być wartością dodaną dla kapitału społecznego. Tacy kibice lubią, gdy odnoszone są sukcesy. Charakteryzują się dobrą pozycją społeczną oraz stabilną sytuacją materialną²⁷. Uczestniczą w meczach, aby obejrzeć dobre widowisko sportowe. Ich zachowanie jest spójne z zasadą *fair play*. W rywalizacji szukają doznań, przeżyć i wrażeń estetycznych. PZPS nie chce dopuścić, by na trybunach w halach siatkarskich zasiadali kibice – „ultrasi” w rozumieniu piłkarskim. Wiele klubów z mniejszych miasteczek posiada kluby kibica, do których przenikają kibice piłkarscy bądź też fani innych dyscyplin, wprowadzający elementy kibicowania industrialnego do klubów (Reso-

via Rzeszów, AZS Częstochowa, Czarni Radom). Zachowania typowo stadionowe nie są jednakże mile widziane na trybunach siatkarskich. Obraz bezpiecznych hal, które stoją otworem dla całych rodzin, są priorytetem dla władarzy klubów oraz dla PZPS-u.

Fenomen polskiego kibica siatkówki niesie ze sobą pewne brzemie, którego istnienie jest analizowane przez niektórych komentatorów czy badaczy tego zjawiska. Chodzi głównie o wszędobylski kicz oraz o powstanie tak zwanego „kiczofana” (przede wszystkim na meczach reprezentacji), jak nazwał siatkarskich fanów na konferencji „Piłka siatkowa jako system” Krzysztof Prendecki²⁸. Zwrócił on uwagę na fakt, że przed meczem wokół hal powstają całe miasteczka kiczowatego rynku, co powoduje, iż nie da się takiego kibica traktować poważnie. Wszystko jednak wiąże się z głęboko posuniętą komercjalizacją widowisk sportowych, a co za tym idzie, także makdonaldyzacją trybun. Kibice idą na mecz, by nacieszyć się chwilą, „skonsumować” widowisko, jakie zapewniają mu sportowcy (Kossakowski 2010). Dosadnie odnosi się do takiej formy sportowego spektaklu dziennikarz „Rzeczpospolitej” Piotr Kowalczyk, porównując zakup biletu na mecz siatkarski do zażycia tabletki viagry: „[o]rganizatorzy mistrzostw Europy wraz z biletami sprzedają viagrę dla kibica: wrzask zaśpiewają, hałas dyskoteki, zbiorowe płąsy i śpiewy, a na dodatek miotające się po boisku rozneglizowane panienki. Rzecz nie w tym, by traktować widowisko sporto-

we jak nabożeństwo w purytańskim kościele, ale w tym, by zachować choć trochę umiaru i oddać sportowi, co sportowe”²⁹.

Uciekając od wartościowania charakterystycznego dla publicystycznego języka, należy uznać, że kibic siatkarski charakteryzuje się specyficzną etykietą. Zawdzięcza to szczególnie przygotowaniu: przywdziewaniu barw narodowych, malowaniu twarzy, zakładaniu czapek, wymachiwaniu flagami, okrzykami zagrzewające do walki (Głombiowska i in. 2013: 244). Fenomen polskich kibiców jest pielęgnowany przez Polski Związek Piłki Siatkowej, który doskonale zdaje sobie sprawę z wagi kibiców dla tej dyscypliny. Dlatego zapewnia się kibicom wszystko, czego im potrzeba, spełnia się każdą zachciankę – są oni głównym motorem napędowym karuzeli marketingowej w piłce siatkowej. Wyraża się to w postaci najróżniejszych zniżek na bilety dla członków klubu kibica reprezentacji Polski. W przypadku najbogatszych klubów wiąże się to z dopłatami do transportu oraz ułatwieniami logistycznymi dla podróżujących kibiców oraz znacznymi rabatami na gadzety, bilety i inne produkty powiązane z klubem.

Kibic zasiadający na meczu reprezentacji w największych polskich halach wychodzi zadowolony i uśmiechnięty. Zobaczył dobre widowisko, stojące na wysokim poziomie, a także zaspokojone zostały jego potrzeby rozrywki czy afiliacji w postaci spędzenia czasu wolnego z rodziną.

Można pójść na mecz z rodzinami, sam tak robię. Wszyscy bawią się znakomicie. Człowiek czuje, że jest zadbany przez osoby dbające o marketing. W związku z tym jesteśmy na najwyższym poziomie jeśli chodzi o zabawę, rozrywkę w formie sportowej. [ML]

Charakter dyscypliny spowodował, że stała się ona szczególnie atrakcyjna dla całych rodzin. Popularność, którą dzięki temu zyskała, jest wyjątkowa – na mecze chodzą osoby, które nie są ekspertami w dziedzinie sportu, ale chcą zobaczyć wciągające widowisko. Atrakcyjność spotkania siatkarskiego jest na tyle wysoka, że osoby takie powracają na kolejne spotkanie. Publiczność czuje się nie tylko bezpiecznie, ale także wyjątkowo. Rodzice nie odczuwają obawy dotyczącej nadmiernej ekspozycji swojego dziecka na przekleństwa i agresję, które w trakcie meczów właściwie się nie wydarzają.

Kibic siatkarski jest spokojny, mocno zaangażowany. Z reguły nie lubi on piłki nożnej, bo ta go nudzi. W siatkówce nie ma tutaj burd jak w piłce nożnej. Jest ona dyscypliną bezkontaktową i wśród zawodników nie ma agresji. Nie widać jej na boisku, to także na trybuny przechodzi. [RD]

Na trybunach wytworzyła się wyjątkowa forma kontroli społecznej, której każdy kibic znajdujący się w siatkarskiej świątyni jest podporządkowany. Kibice siatkarscy są przyjaźni i właśnie w ten sposób chcą zachęcić do wspólnej zabawy. Ich otwartość na nowych kibiców oraz skłonność do wprowadzenia ich w świat siatkarskiego widowiska to jeden z najważniejszych aspektów siatkarskiej kultury kibicowskiej w Polsce.

²⁶ Potwierdzają to badania „Profil kibica siatkówki” przeprowadzone przez firmę Pentagon Research w 2012 roku. Aż 87% badanych posiadało wyższe wykształcenie lub było w trakcie jego zdobywania. Zob. <http://www.akademiasiatkowki.com.pl/b/profil-kibica/0>.

²⁷ Z badań firmy Pentagon wynika także, że ponad 50% kibiców siatkówki w Polsce to: przedsiębiorcy, pracownicy umysłowi, studenci lub managerowie.

²⁸ Referat pt. „Kibic niejedno ma imię. Różne oblicza aren sportowych”, Międzynarodowa Konferencja Naukowa „Piłka siatkowa jako system”, Rzeszów 11–13.10.2013.

²⁹ Zob. <http://www.rp.pl/arttykul/1050507.html>.

Status siatkarzy – celebryci czy ubodzy krewni?

Pytanie, które wiąże się z popularnością siatkówki, dotyczy obecności sportowców tej dyscypliny w szerszym nurcie popkulturowym, w którym funkcjonują choćby futboliści. Okazuje się, że wizerunek siatkarzy wykorzystuje się rzadko. Koncern Orlen, jako jeden ze sponsorów reprezentacji, wykorzystuje sylwetki siatkarzy na stacjach benzynowych. Także operator sieci Plus zamieszczał swego czasu sylwetki zawodników na kartach do doładowań. Hiszpańscy siatkarze nie funkcjonują w kulturze medialnej swojego kraju:

[a]bsolutnie nie ma siatkarzy w żadnych show, reklamach. Nie ma potrzeby, by o nich pisać, bo i tak nikt się tym nie interesuje. [FL]

Ani w szerszej świadomości społecznej:

[I]udzie nawet nie wiedzą, że siatkówka istnieje. Jak ja idę przez ulicę i ktoś mnie spotyka, to mówi: „O, jesteś taki wysoki, to pewnie w kosza grasz”. A gdy odpowiadam, że jestem siatkarzem, to ta osoba robi takie duże oczy i pyta: „A co to?”. [ZK2]

Brak popularności sportowców – jak łatwo skonstatować – przekłada się na zarobki. Kariera zawodnicza nie zapewnia oszczędności, a w wielu przypadkach nie zapewnia nawet utrzymania.

Jeśli ktoś zarobił sobie pieniądze za granicą to tak, jest w stanie się utrzymać. Ale jeśli się zastanawiamy, czy siatkarz jest w stanie żyć na takim samym poziomie co piłkarz, to nie sądzę. Jeśli grasz tutaj, to nie masz

na co liczyć. Ja jestem w stanie się utrzymać, ale żeby coś odłożyć, to nie za bardzo. [ZK2]

Opinię tę wyraził zawodnik najmocniejszego klubu w Hiszpanii, którego stabilny budżet pozwala na zakontraktowanie wyższych zarobków. Siatkarze występujący w innych klubach oraz niższych klasach rozgrywkowych nie mogą liczyć na wynagrodzenie, które pozwalałoby na swobodne utrzymanie. Muszą oni sobie zapewniać dodatkowe źródła dochodów.

Z tych pieniędzy da się żyć, a nie zarabiać. Może rok po zakończeniu kariery, jeśli byłeś super oszczędny, to przeżyjesz. Ale musisz znaleźć sobie co innego, nie ma wyjścia. Ale to oczywiście jeśli grasz w lidze hiszpańskiej, bo poza nią są już lepsze pieniądze. [MZ]

Młodzi ludzie nie mogą poświęcić się całkowicie treningom, gdyż muszą dzielić swój czas pomiędzy sport i naukę czy rodzinę. Siatkarze, którzy muszą walczyć o przetrwanie, decydują się na wyjazd z kraju albo na podejmowanie innej działalności zarobkowej, która zapewnia im dochody.

Albo wyjeżdżasz, albo idziesz na studia. Moja córka gra przez 6 miesięcy i przez 6 miesięcy studiuje. U nas nie ma profesjonalizmu. To tylko za granicą. Dlatego młodzi uciekają do Włoch – tutaj nic nie mogą osiągnąć. [DT]

Teraz w Superlidze jest może 10–15 zawodników, którzy mają po 10–15 tysięcy miesięcznie, a reszta to amatorzy, którzy pracują poza boiskiem i grają w siatkówkę bo lubią, a nie dla zysku. [BT]

Hiszpański zawodnik nie jest rozpieszczany, co zarzucają niektórzy z respondentów polskim siatkarzom:

[o]bawiam się, że są celebrytami. To jest bardzo złe. My potrzebujemy fajterów, którzy rzucą mięsem i wyjdą walczyć na boisko. Obserwuję, że zawodnik musi być jak złotko – super wyglądać, nie wyjdzie na boisko jak gladiator [...]. Bierze udział w rytuałach, które nie mają znaczenia. Myślę, że czegoś brakuje, bo zawodnicy stali się zniewieściami i nie służą to dobrze. Widać to w najwyższej lidze. [ML]

Polscy siatkarze po sukcesach odnoszonych w ostatnich latach stali się postaciami medialnymi, coraz częściej zapraszani do talk-show (Kuba Wojewódzki), telewizji śniadaniowych czy do programów takich jak „Taniec z gwiazdami”. Opinie na temat występowania siatkarzy w tego typu programach są podzielone. Prezes klubu wyraża nieprzychylną opinię o angażowaniu się siatkarzy w świat popkultury, konstatując, że wpływa to na roszczeniowość jeśli chodzi o wysokość zarobków.

R: [...] oni trenują 10 lat i koniec, i ja to rozumiem, ale zarobki są już zbyt wysokie.

B: Porównywalne z piłkarzami?

R: W tej chwili nawet nie wiem, czy jest jakaś różnica w ogóle między tymi dobrymi. Reprezentanci Polski zarabiają porównywalnie jak piłkarz. Może nie klasy Lewandowskiego, ale jak piłkarz. [PK2]

Wizerunek polskich siatkarzy jest bardzo ceniony. Zawodnicy doskonale to rozumieją i zatrudniają agentów, którzy są w stanie zapewnić im udział w reklamach.

Kurek jest to wybitny przykład, bo on to Monte reklamuje. Myślę, że ma dobrego agenta, co go tam wkręcił i na pewno ma z tego kasę. Sam fakt, że zaczęło z nich wychodzić gwiazdorstwo, mimo że teraz powinni nauczyć się pokory, bo wyniki nie dawały podstaw do gwiazdorzenia. A oni coraz więcej unikają mediów, odmawiają. Jednemu z najstojniejszych dziennikarzy sportowych powiedział, że „Możesz zrobić ze mną wywiad z Facebooka”. [DG]

Siatkarze w Polsce traktowani są zdecydowanie lepiej niż w Hiszpanii, również pod kątem występów w kadrze narodowej. Specjalne kontrakty regulują kwestie wynagrodzeń i ubezpieczeń. Doszło do tego po kontrowersjach związanych z odmową występów w kadrze niektórych zawodników, którzy uważali, że opieka federacji nad kadrowiczami nie jest wystarczająca.

Nie pamiętam, ile wynoszą kadrowe, ale to są grosze w porównaniu z klubem, ale żaden zawodnik nie zastanawia się, ile zarobi... Te słynne skarpetki Wlazłego³⁰ – tu chodzi także o sprzęt i oni walczą o to, co im się należy, bo nie zapominajmy, że związek ma pieniądze i wielu działaczy zarabia na poziomie wyższym niż wielu zawodników, więc jeżeli działacze mają pieniądze, by jeździć szeroką ławą na turnieje, to niech nie żałują na sprzęt. [RD]

Na podobne gwarancje nie mogą liczyć hiszpańscy reprezentanci. Dlatego tak wielu z nich zrezygnowało

³⁰ „Skarpetki Wlazłego” – głośna afera medialna wywołana wypowiedziami atakującego reprezentacji Polski i Skry Bełchatów, Mariusza Wlazłego, który odmówił występów w kadrze, tłumacząc, że federacja nie zapewnia odpowiednich warunków do treningów, m.in. przez brak odpowiedniej liczby skarpetek. Afera podzieliła także kibiców, którzy odwrócili się od siatkarza.

z występów w kadrze. Obecnie w Hiszpanii za występy w kadrze dostaje się niewiele, co powoduje, że obecną reprezentację Hiszpanii tworzą przede wszystkim młodzi gracze.

Kiedyś płacono dobrze, jeszcze jak kadra nieźle się prezentowała. Nawet można było coś zyskać, a teraz? Płaci się im jakieś 10 euro za dzień. [MZ]

Podsumowanie

Socjologiczne pisarstwo dotyczące siatkówki jest bardzo skromne. Chlubnym wyjątkiem na tym polu są prace Wojciecha Woźniaka (2011). Wiele społecznych aspektów tego sportu pozostaje jednak wciąż „ziemią nieznaną”. Powyższy tekst stara się choćby po części wypełnić owe braki. Jest nie tylko opisem studiów przypadków dwóch krajów. Może być wykorzystany do namysłu w szerszym kontekście dyskursu komercjalizacji sportu. Ten ostatni był do tej pory skoncentrowany przede wszystkim na piłce

nożnej czy tak zwanych *Sport Mega Events*, ale przykład siatkówki pokazuje, że również bardziej niszowe dyscypliny stają przed koniecznością wejścia w mariaż ze światem korporacyjnego sponsoringu (i mediów, które za nim podążają). Konsekwencje tego opisujemy w artykule. Pokazujemy, że udana współpraca na tym polu daje znakomite efekty wizerunkowe i marketingowe (Polska), natomiast brak takiego zaangażowania spycha dyscyplinę siatkarską w społeczną otchłań (Hiszpania). Naszym zdaniem skonfrontowanie ze sobą tych dwóch studiów przypadków pokazuje, jak dzieli się świat sportu w przypadku dostępu (lub jego braku) do współczesnych narzędzi marketingowych. Trudno generalizować na podstawie dwóch przypadków, mamy jednak poczucie – wymagające rzecz jasna szerszych analiz – że sport w wydaniu globalnym rozwija się (lub ulega degradacji) zgodnie z logiką komercjalizacji. Umiejętność wykorzystania rynkowych zasobów jest najważniejszą zmienną decydującą o podziale sportu na centrum i peryferia.

Bibliografia

Antonowicz Dominik, Kossakowski Radosław, Szlendak Tomasz (2011) *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne”, nr 3, s. 113–140.

Beck Ulrich (2006) *Cosmopolitan Vision*. Cambridge: Polity Press.

Boyle Raymond, Haynes Richard (2009) *Power Play. Sport, the Media, and Popular Culture*. Edinburgh: Edingurgh University Press.

Cialdini Robert (1994) *Wywieranie wpływu na ludzi*. Przełożył: Bogdan Wojciszke. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

England AZS Częstochowa (2014) „To My Kibice”, nr 2, s. 46–49.

Giulianotti Richard (2005) *Sport. A Critical Sociology*. Cambridge: Polity Press.

Giulianotti Richard, Walsh Adrian (2006) *Ethics, Money, and Sport*. London: Routledge.

Głombiowska Agata i in. (2013) *Klub Kibica Lotosu Trefla Gdańsk* [w:] Radosław Kossakowski, Lesław Michałowski, red., *Sport, Sportowcy, Kibice. Perspektywa socjologiczna*. Pszczółki: Orbis Exterior, s. 233–253.

Goban-Klas Tomasz (1984) *Wielkie zawody na małym ekranie. Refleksje o związkach sportu i telewizji*. „Przekazy i Opinie”, z. 3, s. 81–88.

Gruneau Richard (1989) *Television, the Olympics, and the Question of Ideology* [w:] Robert Jackson, Thomas McPhail, eds., *The Olympic Movement and the Mass Media: Past, Present, and Future Issues, International Conference Proceedings*. Calgary: Hurford Enterprises, s. 200.

----- (1994) *Commercialism and the Modern Olympic Games* [w:] Alan Tomlinson, Gary Whannel, eds., *Five-Ring Circus -Money, Power, and Politics at the Olympic Games*. London: Pluto Press, s. 30–43.

Klisiński Jan (2000) *Profesjonalizacja i profesjonalści w zarządzaniu sportem*. Częstochowa: Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej.

Kłoskowska Antonina (1964) *Kultura masowa*. Warszawa: PWN.

Kossakowski Radosław (2010) *Nie wszystko jest na sprzedaż? Paradoksy komercjalizacji współczesnego sportu* [w:] Mateusz Karaś, red., *Kibicowanie jako uniwersalny język*. Żelechów: SendSport, s. 44–46.

----- (2013) *Solidarność mechaniczna zrekapitulowana – o przydatności teorii Emila Durkheima w opisie kibiców piłkarskich* [w:] Jerzy Kosiewicz, Tomasz Michałuk, Krzysztof Pezdek, red., *Nauki społeczne wobec sportu i kultury fizycznej*. „Studia i Monografie AWF we Wrocławiu”, z. 114, s. 101–115.

Krawczyk Zbigniew (2011) *Procesy profesjonalizacji kultury fizycznej* [w:] Zbigniew Dziubiński, Zbigniew Krawczyk, red., *Socjologia kultury fizycznej*. Warszawa: AWF, s. 371–386.

Lipiec Józef (2001) *Czysty sport – czyste pieniądze. Dylematy etyczne epoki komercjalizacji*. „Studia Humanistyczne”, z. 1, s. 5–16.

Maffesoli Michel (2008) *Czas plemion: schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*. Warszawa: PWN.

Hądzelek Kajetan, red. (1984) *Mała encyklopedia sportu*. T. 1. Warszawa: Sport i Turystyka.

Palou José (1985) *Historia del voleibol español*. Lleida: Ediciones Dilagro.

Pawlik Dorota, Świątkiewicz Wojciech (2001) *Zjawisko komercjalizacji w sporcie w ujęciu socjologicznym*. „Studia Humanistyczne”, z. 1, s. 101–126.

Perelman Marc (2012) *Barbaric Sport. A Global Plague*. London, New York: Verso.

Prus Paweł (2013) *Sponsoring sportowy: możliwości i perspektywy*. „Sport+Biznes+Efektywność”. Raport ośrodka analitycznego THINKTANK.

Real Michael (1998) *MediaSport: Technology and the Commodification of Postmodern Sport* [w:] Lawrence Wenner, ed., *Mediasport*. London: Routledge, s. 14–26.

Ritzer George (2001) *Makdonaldyzacja społeczeństwa*. Przełożył Ludwik Stawowy. Warszawa: MUZA.

Samaranch Juan Antonio (1985) *General Introduction, Media Guide*. Lausanne: International Olympic Committee.

Slack Trevor, Amis John (2004) *‘Money for Nothing and Your Cheques for Free?’ A Critical Perspective on Sport Sponsorship* [w:] Trevor Slack, ed., *The Commercialization of Sport*. London, New York: Routledge, s. 259–276.

Smart Barry (2007) *Not Playing Around: Global Capitalism, Modern Sport and Consumer Culture*. „GlobalNetworks”, vol. 7, s. 113–134.

Stecki Leopold (1995) *Sponsoring*. Toruń: TNOiK Dom Organizatora.

Szlendak Tomasz (2004) *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze konsumpcyjnej*. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.

Sznajder Andrzej (2008) *Marketing sportu*. Warszawa: PWE.

Woźniak Wojciech (2011) *Najlepsi na świecie? O fenomenie siatkówki i jej kibiców w Polsce* [w:] Łukasz Rogowski, Radosław Skrobaccki, red., *Spoleczne zmagania ze sportem*. Poznań: UAM, s. 289–309.

Znanięcki Florian (1973) *Socjologia Wychowania*. Warszawa: PWN.

Cytowanie

Kossabucka Anna, Kossakowski Radosław (2015) *Dwa sety komercjalizacji. Studium porównawcze siatkówki w Hiszpanii i Polsce*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 160–184 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Two Sets of Commercialization—Comparative Analysis of Marketization of Volleyball in Poland and Spain

Abstract: Volleyball is a discipline that is making its presence felt stronger and more visible among other Polish sports. The authors focus on presenting the changes that have occurred in Polish (male) volleyball along with the process of continuing professionalization and commercialization. The remarkable recognition of “brand,” which Polish volleyball became, is confronted in the article with entirely different reality in Spain. The discourse of volleyball marketization in Spain where football is dominant is quite different. The authors try to compare the situation of the discipline in both countries and find the answer to the question why commercialization of volleyball in Spain proceeds in such a different way.

The comparison of the situation of volleyball in both countries is based on empirical research. Several interviews were conducted among Spanish and Polish people involved in volleyball. The data helped to assess the pros and cons of the commercialization of volleyball in both countries.

Keywords: Volleyball, Commercialization, Professionalization, Sponsorship, Media, Marketing

Dorota Olko
Uniwersytet Warszawski

Aktywność fizyczna – przyjemność czy obowiązek? Analiza społeczno-kulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumba Fitness

Abstrakt Artykuł prezentuje wyniki jakościowego studium przypadku dotyczącego Zumba Fitness. Celem badania było zrekonstruowanie społecznych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumby. W artykule podejmuję próbę odpowiedzi na pytania w jakie tendencje (a może raczej sprzeczności) kulturowe wpisuje się Zumba, do jakich odbiorców jest kierowana i na jakie potrzeby odpowiada. Analiza przypadku Zumby stanowi przyczynek do refleksji nad napięciami, jakie powoduje w doświadczeniu jednostek wszechobecna promocja aktywności fizycznej, oraz strategiami radzenia sobie z nimi. Zumba jest tutaj traktowana także jako jeden z przejawów utowarowienia sportu i praktyki kształtowania ciała.

Słowa kluczowe Zumba, fitness, praca nad ciałem, utowarowienie, klasa średnia

Dorota Olko, absolwentka socjologii i dziennikarstwa w ramach MISH UW, doktorantka w Instytucie Socjologii Instytutu Socjologii UW. Pisze doktorat o stosunku do ciała w klasie ludowej w Polsce. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół problematyki cielesności, konsumpcji, porządku klasowego. Brała udział w licznych badaniach i projektach dotyczących partycypacji obywatelskiej.

Adres kontaktowy:

Instytut Socjologii
Uniwersytet Warszawski
ul. Karowa 18, 00-927 Warszawa
e-mail: d.olko@is.uw.edu.pl

Artykuł prezentuje wyniki jakościowego studium przypadku¹ dotyczącego Zumba Fitness, czyli zajęć taneczno-ruchowych opartych na tańcach latynoamerykańskich i aerobiku, które biją rekordy popularności na całym świecie, również w Polsce. W 2012 roku Zumba znalazła się na liście dziesięciu najpopularniejszych trendów fitness wybieranych przez Amerykańskie Kolegium Medycyny Sportu.

¹ Badanie zostało zrealizowane w okresie 15.06.2013-30.05.2014 w ramach grantu DSM 105200/15 pt. „Praca nad ciałem – przyjemność czy obowiązek? Analiza socjokulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumby” sfinansowanego z dotacji statutowej Wdziału Filozofii i Socjologii na badania służące rozwojowi młodych naukowców (tzw. DSM). Kierownik grantu: Dorota Olko.

Za sukcesem Zumby² stoi prężnie działająca machina biznesowa: firma Zumba LLC, z siedzibą w Hallandzie na Florydzie, obejmująca swoim zasięgiem 151 krajów, gdzie odbywają się zajęcia i sprzedawane są inne produkty sygnowane logo Zumba®. Twórcy Zumby zaznaczają, że jest ona czymś więcej niż kolejną formą ćwiczeń dla kobiet. Wśród głównych jej zalet wymienia się zazwyczaj połączenie wysokiej efektywności treningu z zabawą.

Zumba ma swój własny mit założycielski. Legenda (bo trudno powiedzieć, ile w tym prawdy) głosi, że instruktor fitnessu, Kolumbijczyk Alberto „Beto” Perez, zapomniał kiedyś płyt, które zawsze zabierał ze sobą na treningi. Zaimprovizował więc zajęcia do swojej ulubionej muzyki latynoskiej, co spotkało się z entuzjastyczną reakcją uczestników. Kilka lat później Beto zainteresował swoim pomysłem dwóch biznesmenów i tak w 2001 roku powstała firma Zumba LLC, której kapitał szacuje się dziś na 500 milionów dolarów. Wśród produktów Zumby są różne rodzaje zajęć (obok klasycznej Zumby – także zajęcia takie jak Zumba Sentao z krzesłem, Zumba Toning, czyli zajęcia z elementami wzmacniającymi partie mięśniowe czy Aqua Zumba odbywająca się w basenie), płyty DVD z treningami, odzież i obuwie, gry na konsole oraz magazyn „Z-life”. W Stanach Zjednoczonych prawdziwą popularność Zumba zyskała w połowie lat dwudziestych. Do Polski dotarła w 2008 roku za sprawą Izabeli Kin, która w trakcie pobytu na Florydzie ukończyła kurs instruktorski, a następnie wygrała konkurs na trenera instruktorów Zumby w Euro-

² Zachowuję pisownię zgodną ze stosowaną w oficjalnych materiałach promocyjnych, w których słowo „Zumba” jest pisane wielką literą.

pie i rozpoczęła popularyzację nowego programu fitness na gruncie polskim.

Celem studium przypadku było zrekonstruowanie społeczno-kulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumby. W artykule fenomen Zumby analizuję w dwóch wymiarach: po pierwsze, jako zespół praktyk wynikających z określonych założeń i reguł organizujących badany program fitness; po drugie, jako model działania korporacji, której kapitał został zbudowany na utowarowieniu aktywności fizycznej i jej sprzedaży w formie starannie skonstruowanego produktu.

Metodologia badania

Inspiracją do rozpoczęcia badania na temat Zumby było własne doświadczenie udziału w zajęciach. Bezpośredni impuls do podjęcia systematycznego badania stanowiła rozmowa kilku uczestniczek Zumby w szatni klubu fitness, które tuż po niedzielnym, porannym treningu planowały udział w jeszcze dwojgu zajęciach tego samego dnia. Uczestnictwo w kilkorgu zajęciach dziennie, jak się później okazało, nie należy do rzadkości wśród uczestników tej formy sportu, co kazało podejrzewać, że praktykowanie Zumby – mimo wielu punktów zbieżnych i słowa „fitness” w nazwie – różni się od uprawiania innych form fitnessu. Popularność Zumby i jednocześnie jej odmiennosc od innych zajęć oferowanych przez fitness kluby (łatwa do zaobserwowania z perspektywy stałej klientki tego typu miejsc) skłaniały do postawienia hipotezy, że jej popularność wynika nie tylko z odpowiedniej promocji, lecz także z formuły odpowiadającej potrzebom nieco innym niż te, które zaspokajają tradycyjny fitness.

Badanie miało więc charakter instrumentalnego studium przypadku, które Robert Stake (2009: 628) definiuje jako powodowane nie zainteresowaniem konkretnym przypadkiem samym w sobie, ale chęcią zrozumienia go w celu pogłębienia wiedzy na temat szerszego zjawiska. Przypadek Zumbi wydawał się interesujący w kontekście dwóch, powiązanych ze sobą, procesów. Pierwszy z nich to obserwowany w popkulturze wzrost znaczenia strategii skoncentrowanych na ciele jako czymś, co nadaje strukturę codziennemu doświadczeniu (takich jak stosowanie diet, poddawanie się zabiegom chirurgii plastycznej, uprawianie sportu itd.). Jedną z osi analizy było więc zrekonstruowanie motywacji towarzyszących praktykowaniu Zumbi – tak, aby zrozumieć wartości, jakie stoją u podstaw popularnych form pracy nad ciałem. Drugim procesem, w który wpisuje się sukces Zumbi, jest postępujące utowarowienie sportu i praktyk kształtowania ciała. W tym kontekście kluczowa wydawała się analiza logiki (rozumianej jako wypadkowa modelu działania Zumba LLC oraz rzeczywistych praktyk instruktorów i kursantów) funkcjonowania marki Zumba Fitness.

Realizacji wyżej wymienionych celów badawczych służyło zastosowanie triangulacji metod badawczych. Jak pokazuje Stake (2009: 621), cechą definicyjną studiów przypadku nie jest bowiem wykorzystanie określonych narzędzi, ale skupienie na konkretnej sytuacji. To przypadek – problem, zjawisko czy instytucja – pozostaje w centrum zainteresowania, a badać go można na wiele różnych sposobów. Niniejsza analiza opiera się na materiale zgromadzonym w trakcie badań terenowych prowadzonych z wykorzystaniem obserwacji (re-

alizowanej na zajęciach w klubach fitness i klubie plażowym oraz w trakcie maratonu Zumbi), indywidualnych wywiadów pogłębionych oraz licznych rozmów swobodnych z instruktorami i uczestnikami zajęć Zumbi. Uzupełnieniem badania terenowego był przegląd artykułów na temat Zumbi zamieszczanych w prasie i w serwisach internetowych³, stron internetowych poświęconych wyłącznie Zumbie⁴ oraz dyskusji i materiałów udostępnianych przez jej adeptów na portalach społecznościowych⁵. Wymienione dane jakościowe posłużyły przede wszystkim jako źródło wiedzy potrzebnej na etapie realizacji badania terenowego oraz dostarczyły dodatkowych informacji (np. danych ilościowych dotyczących liczby instruktorów). Ich wykorzystanie umożliwiło także rekonstrukcję oficjalnego przekazu promocyjnego Zumba LLC.

Realizacja studium przypadku zakłada nieustanną refleksyjność (Schwandt 2000), toteż analizy różnych typów materiału przeplatały się ze sobą, a kolejne wywiady i nieformalne rozmowy z respondentami służyły pogłębieniu wcześniej zgromadzonej wiedzy. Wedle tej logiki także przy doborze rozmówców starałam się podążać za moimi badanymi. Jeżeli w trakcie wywiadów wyodrębniali oni kategorię uczestników albo wskazywali kluczowego informatora, usiłowałam dotrzeć do

³ Korzystałam z następujących artykułów: Buchanan (2012); Giang (2012); Kim (2013); kpa (2011).

⁴ Zob. www.zumba.com, <http://z-team.pl>, <https://serwer1375463.home.pl>, <http://sklep.zumbasklep.pl>, <http://www.zumba.fit.pl>.

⁵ Źródłem danych były tu przede wszystkim strony instruktorów na Facebooku, które zwykle stają się przestrzenią dyskusji między instruktorami a uczestnikami oraz między samymi uczestnikami. Stanowią także źródło informacji na temat zajęć, zumbowych maratonów i innych wydarzeń.

tych osób. Respondenci byli więc dobierani metodą kuli śnieżnej. Z kontaktów udostępnionych mi przez respondentów korzystałam jednak tylko wtedy, jeśli wskazana osoba była poznana dzięki Zumbie, co miało tę wartość dodaną, że pozwalało przyrzeć się, jak wywarza się sieć relacji wokół badanego sportu. Analiza będąca podstawą niniejszego artykułu opiera się na wywiadach pogłębionych z pięcioma instruktorami Zumbi (dwie kobiety i trzech mężczyzn) oraz siedmioma uczestniczkami. Wszystkie wywiady zostały przeprowadzone w Warszawie w okresie od lipca do października 2013 roku.

Choć wśród respondentów znalazły się osoby w różnym stopniu zaangażowane w praktyki zumbowe, to w świetle postawionego przeze mnie problemu badawczego (zrozumienie uwarunkowań sukcesu Zumbi) najistotniejsze było zbadanie dwóch grup: uczestników, którzy sami siebie określają się mianem „zumboholików”, oraz instruktorów, których można określić jako „gwiazdy Zumbi”. „Zumboholicy” to osoby uczęszczające na Zumbę wiele razy w tygodniu (a często – nawet kilka razy dziennie), zajmujące na zajęciach miejsca w pierwszych rzędach, ubrane w stroje z logo Zumbi. Mianem „gwiazd Zumbi” określam zaś tych instruktorów, którzy angażują się w organizację różnego typu wydarzeń i tym samym promocję Zumbi w Polsce, są rozpoznawalni w środowisku, mają fanpage na Facebooku⁶, a ich zajęcia cieszą się dużą popularnością. Praktyki tych dwóch grup

⁶ Fanpage – strona na portalu społecznościowym Facebook promująca firmę, markę, artystę, polityka, wydarzenie itp. W odróżnieniu do profilu prywatnego może ją zobaczyć każdy użytkownik Facebooka.

były niezwykle istotne w kontekście problemu badawczego, ponieważ – jak podkreślają sami badani – to właśnie te osoby tworzą „świat Zumbi”, budują jej specyfikę, to także one są głównymi konsumentami produktów sygnowanych logo Zumba. Z obserwacji prowadzonej w mniejszym mieście (około 70 tys. mieszkańców; województwo mazowieckie) oraz rozmów swobodnych realizowanych na wstępnym etapie badania wynika, że istnienie silnego środowiska wokół Zumbi to fenomen obecny głównie w metropoliach i dużych miastach, gdzie oferta zajęć jest bardzo rozbudowana. Fakt ten stanowi uzasadnienie realizacji właściwego etapu badania (dalszych obserwacji i wywiadów pogłębionych) wyłącznie w Warszawie.

W tym miejscu należy poczynić uwagę dotyczącą rodzaju prowadzonej obserwacji. Miała ona charakter zbliżony do obserwacji uczestniczącej. Badanie prowadziłam bowiem z perspektywy osoby, która bierze udział w zajęciach Zumbi, a więc przyjmowałam rolę istniejącą wewnątrz badanego terenu (Kostera, Krzyworzeka 2012). Jeżeli jednak założyć, że między klasycznymi typami, jakimi są obserwacja uczestnicząca i nieuczestnicząca, rozciąga się continuum mieszczące rodzaje obserwacji o mniej jednoznacznym stopniu zaangażowania w badany teren, to stosowaną metodę można by raczej określić jako „obserwację bezpośrednią”. Obserwacja bezpośrednia polega na „fragmentarycznym wejściu w badany teren, niepozostawianiu ani na zewnątrz, ani w środku, lecz towarzyszenie ze stosunku bliskiej pozycji uczestnikom” (Kostera, Krzyworzeka 2012: 172). Choć w zajęciach Zumbi uczestniczyłam przed rozpoczęciem badania, to udział ten był epizodyczny i nie wiązał

się z jakimkolwiek relacjami z kursantami i instruktorami, co w momencie rozpoczęcia realizacji studium przypadku sytuowało mnie raczej w roli outsidera. Także w trakcie prowadzenia badań miałam poczucie, że uczestniczę w badanym zjawisku jedynie w ograniczonym stopniu. Choć funkcjonowałam w roli uczestnika zajęć, to mój udział w innych praktykach charakterystycznych dla „zumbholików” (utrzymywanie relacji towarzyskich poza zajęciami, kupowanie zumbowej odzieży, udział w imprezach i maratonach), czyli najistotniejszej grupy w kontekście badania, był znikomy. Można więc uznać, że o ile w trakcie zajęć byłam typowym obserwatorem uczestniczącym, o tyle środowisko najaktywniejszych miłośników Zumby obserwowałam raczej z pozycji bliskości, a nie pełnego udziału w badanej grupie.

W artykule, w oparciu o wyniki badania, podejmuję próbę odpowiedzi na pytania: w jakie tendencje (a może raczej sprzeczności) kulturowe wpisuje się Zumba, wśród jakich grup znajduje odbiorców i na jakie potrzeby odpowiada. Punkt wyjścia do badań stanowiła hipoteza, że Zumba jest nie tyle realizacją kulturowego przymusu aktywności fizycznej i dbałości o ciało (jak inne formy fitnessu), co raczej strategią przewycięzania napięć, jakie ten przymus rodzi.

Kultura fitnessu i praca nad ciałem

Fenomen popularności Zumby należy sytuować w kontekście szerszego trendu określanego przez zachodnich badaczy społecznych mianem „kultury fitnessu” (*fitness culture*) (Sassatelli 2010; McKenzie 2013). Jakkolwiek uprawianie sportu i praca nad

tężyzną fizyczną mają tradycję sięgającą czasów antycznych, to początki współczesnej „kultury fitnessu” badacze datują około połowy XX wieku, w okresie zmiany kulturowej, która nastąpiła po II wojnie światowej. Począwszy od lat 50. w społeczeństwach zachodnich, wraz ze wzrostem dobrobytu i rozwojem technologii, zaczęto zwracać uwagę na spadek aktywności fizycznej jednostek i związany z nim problem nadwagi. Przedmiotem zainteresowania stały się sposoby pogodzenia nowego stylu życia z utrzymaniem zdrowia i sprawnego ciała (McKenzie 2013). W Stanach Zjednoczonych kampanie na rzecz promocji amatorskiego sportu zaowocowały w latach 70. nagłym wzrostem popularności aktywności określanej jako „fitness” (*fitness boom*). Pod szyldem tym znalazły się nie tylko treningi w siłowni czy aerobik – nowa forma ćwiczeń, która pojawiła się na przełomie lat 60. i 70. – lecz także różne zajęcia ruchowe już wcześniej cieszące się popularnością: sporty oparte na rywalizacji, jak pływanie czy sztuki walki oraz rozmaite aktywności podejmowane dotąd dla rozrywki, relaksu czy medytacji, jak chociażby taniec czy joga (Sassatelli 2010).

Tym, co połączyło tak różne rodzaje wysiłku fizycznego, było wydzielenie specjalnych przestrzeni do ich uprawiania, nazywanych odtąd „klubami fitness”, oraz nadanie im wspólnego celu: bycie *fit*⁷, czyli sprawnym, zgrabnym, zdrowym, wysportowanym. Kluby fitness – otwarte dla wszystkich

⁷ Trudno znaleźć polski odpowiednik tego słowa, który zachowywałby ten sam bagaż znaczeniowy. *Fitness* to w języku angielskim nie tylko określenie rodzaju treningu, lecz także „sprawność”, zdolność do wykonania określonej pracy, wysiłku fizycznego. Bycie *fit* to natomiast połączenie zdrowia, sprawności i sportowej sylwetki.

zainteresowanych, a nie tylko wyczynowych sportowców – miały służyć nie tyle poprawie zdrowia publicznego, co pracy nad sobą i indywidualnemu rozwojowi fizycznemu. Fitness jest sposobem nie na zbudowanie formy niezbędnej do osiągnięcia dobrych wyników w sporcie wyczynowym, lecz na ukształtowanie ciała, co stanowi cel sam w sobie (Sassatelli 2013). Ćwiczenia w siłowni stają się formą „pracy nad ciałem” (*body work*), a dokładniej *body/appearance work*, którą Debra Gimlin definiuje jako modyfikowanie wyglądu zewnętrznego oraz dążenie do dobrego samopoczucia fizycznego⁸. Fitness stanowi jedną z tego typu instrumentalnych strategii kształtowania ciała, które w późnej nowoczesności postrzegane jest jako refleksyjny projekt, część projektu „ja”, co – według Chrisa Shillinga (2010: 17) – można postrzegać jako jedną z definicyjnych cech ponowoczesności. Wzrost popularności fitnessu wpisuje się także w zjawisko kulturowe (powszechne od kilku dekad w społeczeństwach zachodnich), które Robert Crawford (1980) określił mianem *healthismu*. *Healthism* to „szczególny rodzaj koncentracji na zdrowiu” postrzegany jako podstawa dobrostanu życiowego (Borowiec, Lignowska 2012: 95) oraz jako pochodna stylu życia i indywidualnych starań jednostki. Według Crawforda *healthism* to konstrukt ideologiczny, który ma służyć przeniesieniu odpowiedzialności za życiowy do-

⁸ Jak zauważa Debra Gimlin, pojęcie *body work* jest używane w wielu różnych kontekstach i w związku z tym zyskuje odmienne znaczenia. Gimlin (2007) wyróżnia cztery sposoby rozumienia „pracy nad ciałem” w refleksji socjologicznej: (a) *body/appearance work*, czyli modyfikowanie wyglądu zewnętrznego oraz dążenie do dobrego samopoczucia fizycznego, (b) *body/work labor*, czyli pracę wykonywaną na rzecz czegoś ciała bądź dosłownie na czymś ciele, (c) *body/emotion management*, czyli wysiłki nakierowane na wyrażanie bądź ukrywanie emocji zgodnie z tym, co wydaje się odpowiednie, (d) *body-making at work*, czyli wytwarzanie form ciała przez wykonywaną pracę.

brostan na poziom indywidualny. Ideologia *healthismu* sprawia, że działania prozdrowotne – w tym aktywność fizyczna – stają się normą społeczną.

Jean-Claude Kaufmann podkreśla, że coraz wyższa pozycja ciała w systemie wartości „wiąże się z poszukiwaniem tożsamości” (2004: 148), która we współczesnej kulturze – uprzywilejowującej jednostkę jako podstawową formę uspołecznienia (Jacyno 2007) – postrzegana jest jako coś plastycznego, niestałego, odtwarzanego w codziennych wyborach. Według Anthony’ego Giddensa „refleksyjność jaźni rozciąga się na ciało” (2002: 107) – podobnie jak tożsamość podlega ono nieustannemu procesowi konstruowania. Jednostka musi poddać je kontroli, zapanować nad nim, uczynić je elastycznym i receptywnym. Jak zauważa Mike Featherstone (1982), ascetyczna samokontrola nie służy już, tak jak niegdyś, duchowemu zbawieniu – nagroda to przede wszystkim lepszy wygląd i bardziej rynkowe (*marketable*) „ja”. Ciało ukształtowane zgodnie ze standardami promowanymi przez kulturę popularną staje się dowodem, że jednostka panuje nad sobą, jest cywilizowana, zdolna do samokontroli, wartościowa, co z kolei ma jej zapewnić sukces w życiu osobistym i zawodowym (Lash, Urry 1994; Adkins, Lury 2000; Valentine 2003 Szarecki 2012). Praca nad ciałem służy czemuś więcej niż ekspresji „ja” – stanowi środek do celu, którym jest poprawa życia we wszystkich jego aspektach (Wieczorkiewicz 2007).

W kształtowaniu ciała może pomóc wachlarz towarów, eksperckich porad i usług, relacja między ciałem a tożsamością jest bowiem zapośredniczona przez konsumpcję (Sassatelli 2011). Obecne

w mediach wizerunki młodości, piękna i towarzyszącego im luksusu dyscyplinują jednostkę przez zachętę do pracy nad sobą (Foucault 1998). Koncepcja plastycznego ciała stoi u podstaw kultury konsumpcji, która zachęca jednostki do podejmowania instrumentalnych strategii, aby zapobiegać pogorszeniu wyglądu (Featherstone 1982; 2010; Wieczorkiewicz 2007). Ciało ulega coraz większemu utowarowieniu (por. Cregan 2012: 41), które – według Roberty Sassatelli – manifestuje się na trzech poziomach. Pierwszy z nich to poziom reprezentacji – wizerunek, wygląd zewnętrzny jednostki działa niczym marka produktu. Drugi poziom to poziom subiektywny – jednostka doświadcza siebie jako ucieleśnionego podmiotu przez konsumpcję określonych towarów oraz usług. Wreszcie trzeci poziom to poziom instytucjonalny rozumiany jako wielokrotnienie przestrzeni konsumpcji i instytucji wyspecjalizowanych w pracy nad ciałem, traktujących jednostkę jako zmysłowy, ucieleśniony podmiot nieustannie pracujący nad sobą (Sassatelli 2011).

Jedną z takich instytucji są właśnie fitness kluby oraz inne miejsca, gdzie można praktykować fitness. W fitness klubie sprzedawane są usługi trenerów, dietetyków, masażyistów oraz towary takie jak suplementy diety czy dietetyczne posiłki. Jak zauważa Sassatelli, są to instytucje komercyjne promowane jako miejsca spędzania wolnego czasu, więc – w pewnym sensie – nastawione na przyjemność, które jednak równocześnie wymagają od użytkowników dużej dyscypliny: przestrzegania obowiązujących reguł, podporządkowania reżimowi treningów. Fitness (jako forma aktywności fizycznej praktykowana w tego typu instytucjach)

wpisuje się tym samym w logikę kultury konsumpcji, którą charakteryzuje swoista dwoistość – jednostki mają być hedonistyczne, kreatywne, a jednocześnie uległe i zdyscyplinowane (Sassatelli 2010; zob. też 2007).

Rynek fitness w Polsce a popularność Zumbi

Polski rynek fitness od kilku lat intensywnie się rozwija. Podczas gdy w 2008 roku 300 tysięcy Polaków posiadało karnety na siłownię i do fitness klubów (International Health, Racquet & Sportsclub Association 2008), w 2013 roku ich liczba wzrosła do 800 tysięcy (International Health, Racquet & Sportsclub Association 2013). Należy podkreślić, że dane te nie uwzględniają osób, które z obiektów sportowych korzystają dzięki specjalnym kartom będącym elementem świadczeń pozapłacowych w zakładach pracy. Z badań Grupy IQS dla Polskiego Związku Pracodawców Fitness wynika, że w ponad 2 tysiącach klubów fitness, które funkcjonują w Polsce, trenuje regularnie (czyli przynajmniej raz w tygodniu) około miliona osób (DI 2014). Rozwój rynku fitness wpisuje się w ogólny wzrost aktywności fizycznej Polaków. Z danych Głównego Urzędu Statystycznego dotyczących 2012 roku wynika, że w porównaniu do roku 2008 odsetek osób uczestniczących w sporcie i rekreacji ruchowej zwiększył się z 37,5% do 45,9%. Największą aktywność fizyczną odnotowano wśród mieszkańców dużych miast: w miejscowościach powyżej 500 tysięcy mieszkańców uprawianie sportu deklarowało 52,3% osób, a w miastach o liczbie mieszkańców 200–499 tysięcy – 51,5%. Na wsi odsetek ten wyniósł 40,5% (Główny Urząd Statystyczny 2012).

O jeszcze większej aktywności fizycznej Polaków świadczyłyby dane Centrum Badań Opinii Społecznej z 2013 roku, według których sport uprawia 66% mieszkańców Polski. Wyniki badań CBOS-u pokazują, że „uprawianie sportu to przede wszystkim domena ludzi młodych, dobrze wykształconych, zadowolonych ze swojej sytuacji materialnej, mieszkańców miast” (2013: III).

W świetle badań CBOS-u na fitness, gimnastykę bądź aerobik uczęszcza 13% badanych, na zajęcia taneczne – 10%. Fitness jest zdecydowanie najpopularniejszy wśród młodych kobiet z wyższym wykształceniem, mieszkających w największych miastach (Centrum Badań Opinii Społecznej 2013: 3). Niestety brakuje danych, które zdawałyby sprawę ze skali popularności samej Zumbi, ale z szacunków Izabeli Kin (która jako jedyna w kraju prowadzi podstawowe szkolenia dla instruktorów) wynika, że w 2013 roku Zumbę praktykowało ok. 300–400 tysięcy Polaków (Kim 2013). Zajęcia odbywają nie tylko w klubach fitness, lecz także w domach kultury czy salach gimnastycznych wynajmowanych przez instruktorów od szkół. Jako wskaźnik poziomu rozpowszechnienia Zumbi mogą posłużyć dane prezentowane na oficjalnej stronie internetowej Zumba.com, gdzie znaleźć można informacje o wszystkich instruktorach z całego świata i miejscach, gdzie prowadzą zajęcia. Strona nie umożliwia sprawdzenia łącznej liczby instruktorów zarejestrowanych w danym kraju, ale pozwala zapoznać się ze statystykami dla poszczególnych miejscowości. W polskich metropoliach liczba instruktorów wynosi zwykle od kilkudziesięciu do ponad stu osób: na początku 2014 roku w Warszawie było ich 134, w Poznaniu – 71,

we Wrocławiu – 45, w Gdańsku – 36, w Łodzi – 41, a w Krakowie 42. W mniejszych miejscowościach liczba zarejestrowanych instruktorów jest proporcjonalnie niższa, na przykład w Siedlcach było ich 4, w Ełku – 10, w Słupsku – 13, w Piotrkowie Trybunalskim – 5 (miasta z przedziału 50–100 tysięcy mieszkańców), w Gostyniu i Gostyninie (około 20 tysięcy mieszkańców) – po jednym.

Podstawowe założenia Zumbi i ich realizacja w praktyce

Poszczególne zajęcia Zumbi składają się z kilkunastu odrębnych układów tanecznych wykonywanych do różnych utworów – każda piosenka to odrębny układ łączący elementy tradycyjnego aerobiku i kroków (często uproszczonych) zaczerpniętych z wielu stylów tanecznych. Cztery podstawowe rytmy Zumbi to: salsa⁹, merengue¹⁰, cumbia¹¹ i reggaeton¹², ale zdarzają się także elementy bachaty¹³, cza-czy¹⁴ albo ruchy będące efektem inwencji twórczej instruktora. Krokami tanecznymi towarzyszą okrzyki wykonywane w określonych momentach choreografii. Na jednych zajęciach każdy z układów pojawia się zwykle tylko raz, toteż niemalże niemożliwe jest zapamiętanie ich po pierwszym treningu. Taka formuła – choć z początku może wydawać się trudna – zachęca do

⁹ Salsa – popularny na całym świecie taniec latynoamerykański o pochodzeniu karaibskim, rozpowszechniony szczególnie na Kubie.

¹⁰ Merengue – muzyka i taniec mające korzenie na Dominikanie.

¹¹ Cumbia – kolumbijski taniec ludowy.

¹² Reggaeton – gatunek muzyczny i taniec pochodzące z Portoryko.

¹³ Bachata – muzyka i taniec pochodzące z Dominikany.

¹⁴ Cza-cza – kubański taniec towarzyski wywodzący się z rumbi i mambo.

częstego uczestnictwa w zajęciach. Duża częstotliwość udziału w zajęciach umożliwia opanowanie choreografii danego instruktora, co z kolei – zdaniem prowadzących – daje uczestnikom satysfakcję z postępów, pewność siebie i poczucie dużych umiejętności w porównaniu z początkującymi kursantami.

Instruktorzy Zumbi (inaczej niż na kursach tańca) nie tłumaczą, jak wykonywać poszczególne ruchy ani nie powtarzają kombinacji kroków do momentu, aż grupa będzie umiała je odtworzyć (jak na innych zajęciach fitnessowych). Pierwsze zajęcia Zumbi, w których uczestniczyłam (w okresie początków jej popularności, kiedy zasady nie były jeszcze powszechnie znane), rozpoczęły się od polecenia instruktorki, żeby podążać za jej ruchami i nie zrażać się ewentualnym niepowodzeniem. Podobnie o zasadach prowadzenia zajęć mówią badani instruktorzy:

Jak przychodzi się na zajęcia, to nie zna się żadnej z tych choreografii, ponieważ Zumba ma charakter zabawy, a zabawa jest przeciwstawna nauce. Czyli Zumba polega na tym, że przez zabawę uczymy się, a nie uczymy się i udajemy, że to jest zabawne. [INSTRUKTOR_3]

Musisz się bawić z ludźmi, chodzi generalnie o zabawę, a nie, że ja przychodzę kogoś nauczyć kroków. Kroki same wchodzi do głowy każdemu, jakkolwiek się tańczy, jakkolwiek się umie albo nie umie. [INSTRUKTORKA_2]

Jak widać z wypowiedzi instruktorów, uczenie kroków stałoby w sprzeczności z głównymi zało-

żeniami Zumbi, które mówią, że po pierwsze – jest ona zabawą, po drugie – ma być łatwa¹⁵. Ludyczny charakter jest jej cechą definicyjną wymienianą w pierwszej kolejności przez wszystkich respondentów. Zarówno uczestnicy, jak i instruktorzy pytani o to, czym jest Zumba, odpowiadają: „zabawą”, a dopiero później dodają kolejne określenia.

Czym jest Zumba?¹⁶

Zabawą. Formą spędzenia wolnego czasu. Połączeniem ruchu... właśnie z zabawą. [UCZESTNICZKA_3]

Wypowiedzi badanych są spójne z opisami Zumbi, jakie można znaleźć w prasie i na stronach internetowych. W świetle oficjalnego przekazu Zumba LLC, ale też rozmaitych materiałów ukazujących się w mediach (zarówno branżowych, promujących tę formę aktywności¹⁷, jak i opiniotwórczych, analizujących fenomen popularności Zumbi¹⁸), wyróżnikiem Zumba fitness jest właśnie wprowadzenie do treningu elementu zabawy. To na ten aspekt kładzie się nacisk w sloganach i określeniach Zumbi, które można przeczytać na stronie internetowej zumba.com, będącej głównym źródłem informacji na temat zumbowych produktów i usług. Zumba definiowana jest jako „[t]he latin-inspired, easy-to-follow, calorie-burning, dance-fitness party”¹⁹, a główny slogan reklamowy brzmi *Party Yourself*

¹⁵ Zob. www.zumba.com oraz www.zumbapolska.com.

¹⁶ Pogrubionym pismem wyróżniono pytania/wypowiedzi badacza.

¹⁷ Zob. Kowalska (2011).

¹⁸ Zob. Kim (2013).

¹⁹ Zachowuję oryginalną wersję językową, aby w pełni oddać charakter wypowiedzi.

Into Shape. Zajęcia Zumbi są zatem prezentowane jako rodzaj „imprezy”, która niejako przy okazji pozwala spalić kalorie.

W świetle wypowiedzi badanych atmosfera zajęć rzeczywiście kojarzy się z klimatem imprezy tanecznej. Sprzyja temu muzyka – skoczne, w większości latynoskie utwory, wśród których są zarówno piosenki stworzone specjalnie na potrzeby Zumbi, jak i aktualne hity z list przebojów. W celu podkreślenia charakteru zajęć wprowadza się niekiedy także inne elementy kojarzące się z imprezą taneczną, takie jak specjalne oświetlenie: „[d]wa razy w tygodniu mam takie zajęcia, że instruktor wyłącza światło i włącza takie światła dyskotekowe. I człowiek się czuje jak na imprezie” [UCZESTNICZKA_1]. Również odzież sygnowana logo Zumba – która stanowi wyznacznik trendów, jak ubierać się na zajęcia – oddaje charakter tej formy sportu. Ubrania zachowują sportowy krój, ale są bardzo kolorowe i przypominają raczej strój dyskotekowy niż typową odzież treningową.

Podkreśleniu rozrywkowego charakteru Zumbi służą liczne wydarzenia tworzące otoczkę wokół zajęć, przede wszystkim tak zwane maratony²⁰. Są to kilkugodzinne zajęcia, odbywające się najczęściej w dużych salach ze sceną, prowadzone przez kilku instruktorów. W maratonie bierze udział od kilkudziesięciu do nawet kilkuset osób. Wieczorem, po części treningowej, odbywa się zwykle

²⁰ Odrębną kategorię stanowią tzw. *masterclassy*, które trwają dłużej niż klasyczne zajęcia, ale zazwyczaj krócej niż maratony i często przy mniejszej liczbie uczestników. *Masterclassy* są okazją do wzięcia udziału w Zumbie prowadzonej przez dwóch lub więcej uznanych instruktorów, niekiedy są wśród nich goście z innych miast lub z zagranicy.

impreza klubowa, gdzie spotykają się uczestnicy i prowadzący:

Maratony są super. [...] to jest zupełnie inna energia, bo instruktorzy nakręcają się wzajemnie. I to jest mega ogień. Oni nas zarażają energią, jest dużo improwizacji. I potem jest impreza, choć nie zawsze. I spotykamy się w podobnym gronie, ale w trochę innej wersji, nie dresowej. Wszyscy są zmęczeni na maksa po tylu godzinach, a tu trzeba pić wódkę. Ale jest bardzo fajnie. [UCZESTNICZKA_2]

Z opinii badanych wynika, że wytworzenie atmosfery spotkania towarzyskiego to jeden z elementów decydujących o powodzeniu formuły Zumbi. Aspekt towarzyski jest dla uczestników bardzo istotny. Możliwość zawarcia nowych znajomości wymieniają jako jedną z głównych zalet ulubionego sportu. Podkreślają, że mają wielu znajomych poznanych na Zumbie, z którymi utrzymują kontakt także poza zajęciami: „[n]a Zumbie wszyscy ze sobą rozmawiają, spotykają się też po Zumbie. To jest trochę jak spotkanie towarzyskie. Całe środowisko mi się spodobało” [UCZESTNICZKA_3]. Kontakty towarzyskie sprzyjają zaangażowaniu w praktykowanie Zumbi. „Zumboholicy”, czyli osoby, które uczestniczą w zajęciach kilka razy w tygodniu, przyznają, że to właśnie nawiązywanie kolejnych kontaktów motywowało ich, aby uczęszczać na zajęcia z większą częstotliwością oraz w liczniejszych lokalizacjach. W dużych miastach, w których oferta zajęć Zumbi jest szeroka, zagorzali fani Zumbi nie ograniczają się do zajęć w jednym klubie, ale podążają za ulubionymi instruktorami do różnych, często odległych dzielnic.

Większość ludzi z zajęć, tych, którzy tak naprawdę chodzą, czyli przynajmniej 4 razy w tygodniu, a nie udają, że chodzą, to znam z imienia i nazwiska, mam na Facebooku, umawiamy się na Zumbę, umawiamy się po zajęciach też. I to jest fajne, to jest bardzo fajne. Strasznie łatwo jest się zakolegować z kimś, jak ma się wspólną pasję. I różnie jest jechać na zajęcia na Białołękę²¹, jak się jedzie z kimś. [UCZESTNICZKA_1]

Na podstawie obserwacji prowadzonych w licznych klubach fitness na terenie Warszawy można stwierdzić, że atmosfera spotkania towarzyskiego jest wyczuwalna w szatni po każdym zajęciu – podczas gdy po tradycyjnych zajęciach często panuje cisza, po Zumbie słychać komentarze dotyczące zajęć, instruktorów, wspólnych wyjazdów na maratony. Zumba jest więc pewnym novum w przestrzeni komercyjnego fitness klubu, który – jak zauważała Kamila Białą (2006) – kojarzy się z anonimowością i brakiem kontaktu między użytkownikami. Szczególnie w metropoliach, takich jak Warszawa, Poznań, Wrocław, wokół Zumbi wytworzyła się społeczność złożona nie tylko z kursantów, lecz także z instruktorów. Formuła Zumbi (z jej orientacją na wspólną zabawę) wymusza zmniejszenie dystansu między uczestnikami i trenerami, a nawiązywaniu bliższych relacji sprzyjają wspólne imprezy przy okazji maratonów. Instruktorzy wchodzą wtedy w rolę animatorów-gospodarzy, którzy mają dbać o dobre samopoczucie gości. „To jest impreza, ale ja jestem właściwie wciąż w pracy, więc nie mogę na przykład

się upić. Nie mogę też rozmawiać cały czas z jedną grupką, muszę dzielić czas między wszystkich” [INSTRUKTOR_1].

Badani instruktorzy zwracają uwagę, że dla osoby przyzwyczajonej do tradycyjnych zajęć fitness, gdzie instruktor i uczestnicy są dla siebie anonimowi, a ich interakcje koncentrują się wokół samego treningu, Zumba może okazać się zaskoczeniem. Tutaj instruktor między piosenkami rozmawia z uczestnikami, żartuje, pyta o preferencje dotyczące wyboru utworu (i towarzyszącej mu choreografii). Na podstawie obserwacji prowadzonych w różnych klubach w Warszawie można jednak stwierdzić, że w rozmowy angażuje się zwykle tylko część osób obecnych na sali. Uczestnictwo w towarzyskim życiu „świata Zumbi” dotyczy bowiem tylko pewnej części kursantów – przede wszystkim tych, których określam mianem „zumbolików”.

Ale myślę sobie, że jak jesteś spoza tej wąskiej grupki tych dziewczyn, które gadają z instruktorem, to pewnie się czujesz beznadziejnie, tak jak ja się czułam na początku. Chcesz iść sobie po prostu pofikać, a one tam dogadują, są takie przepychanki słowne, czego nie ma na normalnym fitnessie. Tu są docinki, my do niego, on do nas, jak stoisz z boku, to pewnie to jest beznadziejne. [UCZESTNICZKA_2]

W świetle wypowiedzi badanych istotnym elementem konwencji zajęć jest też flirt, rodzaj „gry między instruktorami a kursantkami” [UCZESTNICZKA_2], która wpisuje się w istotę Zumbi. Zdecydowana większość osób uczęszczających na Zumbę to kobiety (choć zdarzają się także męż-

czyźni). Wśród instruktorów proporcja jest nieco inna, ale mężczyźni także są w mniejszości, na przykład w Warszawie na 134 zarejestrowanych instruktorów mężczyzn jest mniej niż trzydziestu. Jeżeli jednak prześledzi się informacje o wydarzeniach zumbowych oraz materiały dotyczące Zumbi, jakie ukazują się w mediach, a także weźmie pod uwagę fakt, że aktywnych instruktorów (w świetle wypowiedzi badanych) jest około pięćdziesięciu, to okazuje się, że odsetek mężczyzn w tym gronie jest już dużo wyższy, a ich aktywność w mediach, na portalach społecznościowych i na dużych zumbowych imprezach sprawia, że to oni często pełnią rolę swego rodzaju „ambasadorów Zumbi”. Zajęcia instruktorów-mężczyzn cieszą się dużą popularnością, a część kursantek z założenia rezygnuje z zajęć prowadzonych przez kobiety. Podkreślają, że Zumba jest bardzo zmysłowa, więc flirt między uczestniczkami a instruktorami to element konwencji.

Generalnie nie chodzę do dziewczyn, bo nie ma tam takiego elementu, który lubię w Zumbie, takiej energii seksualnej przepływającej między instruktorem a nami. Bo jednak Zumba jest seksualna – i kręcisz tyłkiem, i machasz cyckami, i jesteś spocona. [...] Mnie to jakoś jara i kręci i dlatego nie lubię chodzić do dziewczyn. I świadomie wybieram facetów. [UCZESTNICZKA_2]

Wypowiedzi badanych pokazują, że specyfika Zumbi odwołuje się do stereotypowego wzorca kobiecości silnie obecnego w kulturze konsumpcji, między innymi w przekazie reklamowym – mianowicie wizerunku kobiety jako obiektu pożądania. Tak rozumiana kobiecość, konstruowana

przez koncentrację na ciele i jego seksualizację, realizuje się przez uwodzenie i kuszenie, a więc szukanie aprobaty w oczach mężczyzn (por. Siemieńska 1997; Wolf 2014; Ziętek 2014). Zarówno instruktorzy, jak i kursantki przyznają, że podczas Zumbi (a w szczególności imprez zumbowych, gdzie „parcie na instruktorów staje się nie do zniesienia” [UCZESTNICZKA_2]) zabiegi uczestniczek o zainteresowanie prowadzącego są bardzo widoczne. Według badanych dla niektórych kursantek Zumba staje się wręcz namiastką gry miłosnej: „Dużo dziewczyn to dziewczyny już po rozwodach. I pewnie ta Zumba jest jakimś... substytutem. Jakiegoś romansu, flirciku” [UCZESTNICZKA_2]. Część respondentek ocenia ten wątek jako zupełnie nieistotny dla nich samych, inne mówią otwarcie, że udział w zajęciach prowadzonych przez mężczyzn pozwala kobietom podnieść samoocenę. „[Instruktor] trochę pewnie flirtuje i to pewnie kobiety przyciąga. Każda czuje się doceniona i do wartościowana” [UCZESTNICZKA_5].

Zumba jawi się więc jako sposób kompensacji braków w życiu prywatnym, ale także metoda relaksu i zapomnienia o codziennych troskach. Staje się dla uczestników „terapeutyczną rekreacją” (*therapeutic leisure*), czyli taką formą spędzania wolnego czasu, która ma być remedium na codzienne problemy (por. Caldwell 2005; Sassatelli 2010). Terapeutyczny walor Zumbi eksponują jej twórcy. W wywiadzie dla „Business Insidera” Alberto Perelman, CEO Zumba LLC, deklaruje, że znane są przypadki odstawienia leków antydepresyjnych dzięki Zumbie²². Również badani podkreślają, że

²¹ Białołęka – dzielnica Warszawy położona w prawobrzeżnej, północnej części miasta, przy trasach wylotowych na Gdańsk, Białystok i Ostrołękę.

²² „We know so many people who have gone off their depression medications because of Zumba” (Giang 2012).

Zumba wpływa na poprawę humoru i ogólnego samopoczucia oraz pozwala zachować równowagę psychiczną.

Ja naprawdę wierzę, że wytwarza się jakaś substancja i to jest tak, jak z alkoholem czy z narkotykami. Ja czuję ssanie w żołądku, jak nie pójdę. Jak pojechaliśmy na Cypr, to musiałyśmy pójść chociaż na *aquagym* czy coś, żeby sobie chociaż trochę tego szczęścia wyprodukować. [UCZESTNICZKA_2]

Przy Zumbie człowiek zapomina o problemach. [UCZESTNICZKA_5]

Zarówno według oficjalnego, korporacyjnego przekazu, jak i w świetle wypowiedzi badanych komponent zabawy nie kłóci się ze sportowymi walorami Zumbi. W materiałach promocyjnych wśród wyróżników Zumbi wymienia się nie tylko jej rozrywkowy charakter i niski stopień trudności, lecz także wysoką efektywność treningu. Zumba jest prezentowana jako bardzo intensywny trening cardio, czyli trening tlenowy, nastawiony na spalanie tkanki tłuszczowej. W opisach Zumbi można znaleźć informację, że zajęcia pozwalają na spalenie od kilkuset do tysiąca kalorii. Także badani – choć podkreślają, że Zumba to przede wszystkim zabawa – wspominają o możliwości spalania kalorii, poprawy kondycji oraz kształtowania sylwetki. Instruktorzy wyjaśniają efektywność Zumbi w metodyczny sposób – zwracają uwagę na specyficzną konstrukcję treningu.

Sportowcowi bym tłumaczył, że jest to trening nieprzerwywanych interwałów, który pozwala na dobre, mnogość ruchów... nie pozwala popaść w stagnację.

Jest specyficzna budowa treningu – szybkie piosenki są wymieniane z wolnymi. W samych piosenkach też są bardziej i mniej dynamiczne momenty, co powoduje, że szybciej spalamy. [INSTRUKTOR_3]

Niektóre respondentki przyznają, że dzięki Zumbie zrzuciły wiele kilogramów, choć jednocześnie zaprzeczają jakoby było to największą motywacją do udziału w zajęciach – utrata wagi następowała jak gdyby mimochodem. Wyjątkowość Zumbi – zarówno według oficjalnego przekazu, jak i w świetle wypowiedzi badanych – wynika więc nie tylko z jej ludycznego charakteru, lecz także z wysokiej efektywności treningu.

Zumba – model działania

Jak podkreślają badani, Zumba to pierwsza fitnessowa marka dysponująca tak szerokim wachlarzem produktów, oparta na kompleksowym podejściu i przemyślanej strategii biznesowej. „Próbowano wcześniej zrobić coś takiego z jogą. Ale się nie udało, bo się wymknęło spod kontroli. Bo o markę trzeba walczyć i Zumba bardzo mocno walczy o markę” [INSTRUKTOR_3].

Mimo że wszystkie produkty sygnowane logo Zumba (programy treningowe, odzież, gry itd.) są dostępne dla wszystkich miłośników tej formy aktywności, według oficjalnej wykładni korporacji jej główni klienci to instruktorzy²³. Zumba LLC czerpie bowiem zyski z opłat nie za zajęcia,

²³ Jak zauważa jeden z instruktorów, „to nie jest prawda tak do końca”. O ile bowiem Zumba LLC nie czerpie bezpośrednich zysków z zajęć, o tyle ma dochód ze sprzedaży gier na konsole, ubioru, magazynu – a te produkty kupują nie tylko instruktorzy, lecz także przeciętni użytkownicy.

ale za szkolenia opłacane przez kandydatów na instruktorów. Instruktorzy często pośredniczą także w sprzedaży innych produktów (np. w Warszawie para instruktorów prowadzi sklep z odzieżą marki Zumba), stanowią więc swego rodzaju łącznik między centralą korporacji a uczestnikami zajęć.

Zumba nam mówi takie rzeczy, że ich nie interesują ludzie, ich nie interesują kursanci, bo kursanci są nasi. To nie są ich kursanci. Ich interesujemy my, my jesteśmy ich. My jesteśmy klientami Zumbi, czyli tego *home office* i tak dalej, my kupujemy szkolenia, licencje, opłacamy licencje miesięcznie, a o klientów musimy dbać my, bo klienci są nasi. [INSTRUKTOR_3]

Aby uzyskać prawo do pracy jako instruktor Zumbi, należy wziąć udział w szkoleniu prowadzonym przez tak zwanego ZES-a (*Zumba Education Specialist*), czyli osobę certyfikowaną przez centralę do prowadzenia tego typu kursów w danym kraju. Podstawowe szkolenie trwa dwa dni i jest otwarte dla wszystkich zainteresowanych. Nie trzeba mieć ukończonych kierunkowych studiów na AWF czy choćby nawet uprawnień instruktora rekreacji ruchowej lub fitnessu, więc wiele osób rozpoczynających kurs rekrutuje się spośród uczestników zajęć. Niezależnie od lokalizacji szkolenie przebiega według tego samego schematu i ma tę samą cenę – w opinii respondentów dość wysoką relatywnie do czasu trwania i przekazywanych treści. Przez to, że jest krótkie i mało wymagające, daje łatwy dostęp do zawodu instruktora Zumbi, ale jednocześnie – zwłaszcza jeśli uczestnik nie miał wcześniej do czynienia z tańcem i fitnesssem – wymusza późniejsze doszkalanie się, które wiąże się z kolejnymi kosztami.

Uważam, że to to tylko formalność, żeby wyciągnąć kasę, bo to Amerykanie wymyślili. Bo ja tańczyłam, ale byli ludzie, którzy nigdy w życiu nie tańczyli. Taki kurs mnie kosztował 1300 złotych. Nie wydałabym nigdy tyle kasy, gdybym nie umiała tańczyć i gdybym nie wiązała z tym przyszłości. [INSTRUKTORKA_4]

Szkolenie to trochę farsa [...] trwa dwa dni, więc to jest krótko. I błędnym założeniem jest to, że jak nie umiem nic, to wyjdę ze szkolenia jako instruktor Zumbi. Natomiast samo szkolenie uczy w dwa dni, jak dokonać fuzji tańca i fitnessu. [INSTRUKTOR_3]

Na szkoleniu przyszli instruktorzy poznają podstawy, które mogą pogłębiać na szkoleniach bardziej zaawansowanych albo dających uprawnienia do prowadzenia innych rodzajów Zumbi (Zumba Toning, Zumba Sentao itd.). Wszystkie kursy są organizowane przez centralę, z wykorzystaniem jednakowych materiałów we wszystkich krajach, tak zwanych „manuali”, czyli podręczników zawierających zasady przekazywane na danym kursie.

Osoba, która kończy podstawowy kurs, może pracować jako instruktor przez jeden rok. Po upływie roku jest zobowiązana do opłacania tak zwanego „ZIN”, czyli miesięcznej składki członkowskiej w Zumba Instructor Network – w ten sposób zachowuje prawo do prowadzenia zajęć sygnowanych logo Zumbi, a oprócz tego otrzymuje dodatkowe materiały, takie jak muzyka i choreografie na płytach DVD oraz zniżki na ubrania i obuwie marki Zumba. Same kluby fitness nie muszą uiszczać opłat za posługiwanie się znakiem towarowym Zumba Fitness – prawo do organizowania zajęć zy-

skują dzięki zatrudnianiu certyfikowanych (i opłacających „ZIN”) instruktorów. Kupują więc dostęp do logo Zumba przez opłacanie instruktorów, którzy z kolei są źródłem dochodu dla centrali firmy.

Instruktorzy stanowią ogniwo pośredniczące między centralą firmy a uczestnikami nie tylko w tym sensie, że sprzedają produkty marki Zumba – są także jej ambasadorami, to oni mają oddawać jej charakter przez sposób prowadzenia zajęć, ale też ubiór i styl bycia. Jak sami mówią: „my reprezentujemy Zumbę jako firmę” [INSTRUKTOR_1]²⁴. Treść szkoleń instruktorskich obejmuje więc nie tylko technikę kroków, lecz także sposób komunikowania się z grupą i ogólne przesłanie Zumba Fitness. Jak zauważają badani, klimat szkoleń różni się od tego, jaki panuje na tradycyjnych kursach fitnessu.

Szkolenie jest kompleksowe. Obejmuje też metodykę, to jak powinno się uczyć, jak komunikować. Pokazywanie kroków to tylko część. [INSTRUKTOR_1]

Szkolenie było fajne, ale było poprowadzone tak bardzo amerykańsko. Bo te amerykańskie szkolenia wyglądają tak: *Ty jesteś super, Ty jesteś dla nas, a nie my dla Ciebie*. Było tak poprowadzone tak amerykańsko, jak pokazują w filmach, serialach... Także jest ten klimat. [INSTRUKTOR_4]

²⁴ Nawet ci z instruktorów, którzy funkcjonują niejako poza mainstreamem i w mniejszym stopniu identyfikują się z Zumbą jako korporacją, zachowują wobec niej lojalność i podkreślają zalety jednolitej formuły na całym świecie: „Ja nigdy się nie czułam częścią jakiegoś dziwnego koła, jakiejś korporacji – dlatego zrezygnowałam z korporacji, bo nie umiem być w takim korporacyjnym kole bez możliwości jakiegoś oderwania się. Ale wiem, że to jest, że to dało mi pracę i spełniło moje marzenia, więc jestem bardzo za to wdzięczna, że to się pojawiło. [...] To jest największy plus Zumby, że to jest popularne na całym świecie. I tam, gdzie tego nie ma, to jest rynek, żeby tam się pojawić” [INSTRUKTOR_2].

Na bardziej zaawansowanych szkoleniach instruktorzy uczą się nawet, jak dobierać odpowiedni ton głosu, co – jak wyjaśnił jeden z badanych – ma służyć zbudowaniu odpowiedniego *first impression* (pierwszego wrażenia). Z wypowiedzi badanych wynika, że sposób przygotowania instruktorów jest związany z tym, jak centrala firmy definiuje ich rolę.

Idealny instruktor musi być jednocześnie animatorem i kimś, kto szkoli, czyli mieć zdolność umiejętnego balansowania między dwiema funkcjami Zumby – treningiem i zabawą. Bo instruktor występuje w dwóch... ma dwoistą naturę. To jest *educator* i *showman*. I w każdym momencie instruktor jest tymi dwiema postaciami mniej lub bardziej. [INSTRUKTOR_3]

Instruktorzy są więc nie tylko głównymi klientami firmy, lecz także jej głównym produktem – idealny instruktor ma uosabiać główne cechy Zumby.

Instruktorzy funkcjonują w środowisku Zumby niczym celebryci – mają swoje fanki, które jeżdżą za nimi od klubu do klubu i chcą znać szczegóły z ich życia. W wywiadach wspominają o problemach z zachowaniem prywatności, dlatego na przykład na Facebooku posługują się profilem prywatnym i osobnym fanpage’em skierowanym do uczestników zajęć. Sposób funkcjonowania instruktorów współgra z koncepcją Zumby jako produktu z pogranicza branży sportowej i rozrywkowej. Choć działa ona jako marka fitnessowa, wykorzystuje wiele działań charakterystycznych dla show-biznesu. Artyści popularni na całym świecie, tacy jak Daddy Yankee²⁵,

²⁵ Daddy Yankee – gwiazda latynoskiej muzyki reggaeton.

Wyclef Jean²⁶ czy Pitbull²⁷, nie tylko tworzą muzykę dla Zumba Fitness, ale też coraz częściej postrzegają ją jako platformę autopromocji (zob. Moreno 2012). Instruktorzy Zumby nagrywają profesjonalne teledyski ze swoimi układami. Przestrzeń, gdzie aspekt rozrywkowy ujawnia się w największym stopniu, stanowią maratony. Ich atmosfera przypomina raczej koncert niż trening fitness, więc instruktorzy przywiązują dużą wagę do występów na tego typu imprezach. „Maratony są ważne, bo wtedy możemy zaprezentować się szerszej publiczności” [INSTRUKTOR_1]. Jeden z instruktorów, mówiąc o czasie przeznaczonym dla każdego z instruktorów na maratonie, posługiwał się sformułowaniem „nasz czas antenowy” [INSTRUKTOR_3], a w pozostałych wywiadach z prowadzącymi zajęcia pojawiały się określenia typu „nasz zumbowy show-biznes”. Wydaje się zatem, że twórcy Zumby podchwycili i doprowadzili do ekstremum tendencje obecne we współczesnym fitnessie – na amerykańskim rynku fitness, uważanym za nasycony, receptą na utrzymanie zainteresowania ćwiczących ma być obecnie właśnie nacisk na rozrywkę i zabawę (Sassatelli 2010: 128 za Brown 2003). W modelu Zumby pobrzmiewają echa koncepcji „ekonomii doznań” (*experience economy*), kładącej nacisk na dostosowanie do doświadczeń i codziennych potrzeb konsumenta oraz na sprzedaż przeżyć, które mają przypominać barwny spektakl – tak, aby jednostka-konsument mogła stworzyć barwny projekt życiowy (Pine, Gilmore 1998).

²⁶ Wyclef Jean – amerykański muzyk, wokalista, kompozytor, aktor i producent filmowy.

²⁷ Pitbull – amerykański raper, wokalista, autor tekstów i producent muzyczny.

Zumba Fitness czy Zumba kontra fitness?

Sami respondenci opowiadają o walorach Zumby na zasadzie wyraźnego przeciwstawienia jej cech specyfice tradycyjnego fitnessu. Uczestnicy postrzegają inne zajęcia fitness jako ograniczające i dyscyplinujące, określają je mianem „faszystowskich”. Zumba kojarzy się natomiast ze swobodą. Jedną z zasad humorystycznego dekalogu Zumby, stworzonego przez jednego z instruktorów, głosi: „[n]a Zumba Fitness nie ma błędnych kroków, są tylko spontaniczne solówki”. Badani kursanci twierdzą, że podczas gdy inne zajęcia fitness stanowiły dla nich przykry obowiązek, na Zumbę idą z przyjemnością.

Mam poczucie, że TBC²⁸ byłoby dla mnie dobre, powinienam coś porobić na mięśnie. Ale to jest dla mnie męka i katorga. Kiedy mam iść na TBC, to od rana wymyślam powody, żeby nie iść. I Zumba to są jedyne zajęcia, kiedy jest inaczej. [...] ja tam w ogóle nie czuję, że jestem na fitnessie. [UCZESTNIKA_1]

W świetle wypowiedzi kursantów zajęcia fitnessowe, choć odbywają się w grupach, są przestrzenią skrajnej indywidualizacji i atomizacji uczestników. Zumba zaś ma według respondentów tę przewagę, że – jak wspominałam wcześniej – sprzyja wytworzeniu więzi „[n]a fitnessie każdy robi swoje i idzie” [UCZESTNICZKA_3]. „Ale to jest wartość dodana do tego wszystkiego – ten kontakt towarzyski, którego nie ma na fitnessie. Tam się w ogóle nie wchodzi w interakcję, w ogóle się nie gada” [UCZESTNICZKA_2].

²⁸ Total Body Conditioning – jeden z popularnych rodzajów zajęć fitness.

Z wypowiedzi najbardziej zagorzałych fanek Zumby oraz instruktorów wyłania się jeszcze jedna istotna opozycja. Podkreślają oni, że fitness to aktywność ograniczona do czasu treningu i przestrzeni fitness klubu, forma spędzenia czasu, która zajmuje miejsce w tygodniowym grafiku, ale raczej nie dominuje życia. Zumba natomiast staje się zajęciem pochłaniającym, wpływającym na inne sfery aktywności. „To nie jest żaden news, że ja sobie pracę ustawiam pod Zumbę... To zmienia tryb życia” [UCZESTNICZKA_1]. Niektóre z „zumboliczek” – określane w ten sposób nie bez powodu – przyznają się, że potrafią ukrywać przed najbliższymi ilość czasu spędzaną na zajęciach. Wymyślają rozmaite sprawy do załatwienia, podczas gdy tak naprawdę idą na Zumbę:

Śmiałyśmy się z dziewczynami, że coraz częściej łapiemy się na kłamstwach, jak ktoś nas pyta, ile razy w tygodniu idziemy na Zumbę. Zresztą słyszałam w szatni takie rozmowy: „O, powiedziałam, że idę do lekarza, bo jakbym powiedziała, że na kolejną Zumbę, to...” [UCZESTNICZKA_2]

Jak zauważają instruktorzy, część kursantek „nie przyjmuje do wiadomości, że zajęcia się kończą. One są na Zumbie cały czas” [INSTRUKTOR_3], to znaczy słuchają muzyki zumbowej, rozmawiają z zumbowymi znajomymi przez Internet, komentują zdjęcia z zumbowych imprez, wyszukują nowe zumbowe ubrania.

Ja nie wiem, na czym to polega. Bo ja ci mówiłam, ja nigdy nie byłam takim sportowym typem, jakies TBC mnie nie jara. To jest cała ta otoczka. To jest towarzystwo, to jest cała ta kultura, to są ciuchy. To jest

cały przemysł w zasadzie. To się potem staje twoim życiem. Ja bym najchętniej pieprznęła pracę i się zajęła tylko tym. [UCZESTNICZKA_2]

Część badanych mówi o zmianach upodobań muzycznych i modowych – przez zainteresowanie Zumbą zaczynają słuchać latynoskiej muzyki i nosić kolorowe ubrania. W wypowiedziach respondentów często pojawia się stwierdzenie, że Zumba jest stylem życia i to właśnie postrzegają oni jako rewolucyjną zmianę w stosunku do fitnessu: „[a]le Zumba stała się czymś więcej niż fitness, zrewolucjonizowała fitness. To wszystko, co jest wokół niej, to się stało stylem życia” [INSTRUKTOR_1].

Mimo podkreślania przez badanych wyjątkowości Zumby i jej odmienności od innych form treningu, znamienny jest fakt, że to jednak fitness pozostaje dla nich głównym punktem odniesienia. Zumba jawi się w wypowiedziach badanych jako wybór przyjemności, rozrywki i bogatej kultury, zamiast ograniczeń, dyscypliny i monotonii kojarzonych z tradycyjnym fitnessem. Płacąc za zajęcia i produkty, uczestnicy kupują radość i zabawę. Jest to jednak zabawa bardzo specyficzna – taka, która pozostaje racjonalna i przynosi efekt w postaci kondycji i zgrabnej sylwetki. Należy podkreślić, że nikt z respondentów nie trafił na Zumbę w poszukiwaniu rozrywki – tak, jak trafia się na imprezę w klubie. Wszyscy albo chodzili wcześniej na typowe zajęcia fitness i siłownię, albo próbowali się do tego zmobilizować, motywowani przekonaniem, że uprawianie sportu i dbałość o ciało są czymś społecznie pożądanym. Zumba była dla nich swoistym wybawieniem od reżimu fitnessu, do którego mieli wyraźną niechęć, ale nie oznacza-

ła odwrotu od pracy nad ciałem – stanowiła raczej wygodną opcję alternatywną, pozwalającą „łączyć przyjemne z pożytecznym”.

Zumba – między przyjemnością a obowiązkiem

Wyniki badania pokazują, że Zumba stanowi odpowiedź na wyzwanie, jakie – według Zygmunta Baumana (1995: 102) – stoi przed współczesną jednostką, mianowicie: jak kontrolować ciało, aby jednocześnie uwolniło się od kontroli. Pozwala realizować strategię określaną mianem wyrachowanego (Featherstone 1982) bądź tamowanego (Sassatelli 2010) hedonizmu – to znaczy balansowania między dążeniem do przyjemności a samodyscypliną. Próby godzenia tych dwóch celów wpisują się w doświadczenie nowej klasy średniej uwikłanej w sprzeczność między orientacją na porządek, przejawiającą się między innymi w podejmowaniu działań „użytecznych” (Bourdieu 2005; Gdula, Sadura 2012), oraz pragnieniem uwolnienia się od wszelkich determinacji i osiągnięcia pełni życia (Jacyno 2007). Według Roberta Crawforda i badań prowadzonych na gruncie polskim to właśnie nowa klasa średnia w największym stopniu ulega ideologii *healthismu* (Crawford 1980; Borowiec, Lignowska 2012), ponieważ praktyki skoncentrowane na zdrowiu stają się dla tej grupy sposobem na godzenie etyki pracy i etyki przyjemności (Borowiec, Lignowska 2012 za Crawford 2006).

Przypadek Zumby potwierdza tezę, że we współczesnej zindywidualizowanej kulturze wszelkie formy przymusu i zniewolenia są łatwiej akceptowane, jeżeli jednostka ma poczucie, że sama je

wybrała (Jacyno 2007). Respondentki, które spędzają na zajęciach wiele godzin tygodniowo, przyznają, że ograniczyło to ich życie kulturalne oraz towarzyskie poza kręgiem znajomych z Zumbą, jednak traktują swoje hobby jako rodzaj pozytywnego i pożytecznego uzależnienia. „Zumboliczki” zachowują podmiotowość dzięki rodzajowi „krytycznej świadomości” (Jacyno 2007). Z jednej strony ich zaangażowanie w praktyki zumbowe kazałoby sądzić, że w pełni wchodzi w konwencję, z drugiej jednak ich wypowiedzi pokazują, że raczej świadomie tę konwencję odgrywiają, zachowując krytyczny dystans wobec roli. Dystans ten jest widoczny szczególnie u osób z wysokim kapitałem kulturowym, o czym może świadczyć wypowiedź uczestniczki będącej absolwentką prestiżowych humanistycznych studiów w Polsce i zagranicą, zatrudnionej jako pracownica merytoryczna w znanej instytucji kulturalnej:

My przed zajęciami schodzimy na poziom takich słodkich idiotek i rozmawiamy o tym, że „O boże, widziałaś te nowe spodnie, a te froteczki”, to jest głupie, ale to jest też wielką odskocznią dla mnie, wielką! Że mogę sobie pogadać o pierdołach, mnie to bawi, ja się tym jaram, że mogę sobie pobyć głupia. Idę nawet w taki przerost formy nad treścią i gadam godzinę o paznokciach. [...] Tutaj [w pracy] się ze mnie nabijają, bo tutaj wysoka kultura, a, e, a nagle ja naciągam różowe gacie, różowy staniczek i jazda, idę słuchać latynoskiej muzy. [UCZESTNICZKA_2]

Zaangażowanie w świat Zumby, utożsamiany z masową rozrywką, kontrastuje więc często z innymi zainteresowaniami uczestniczek, obejmującymi na przykład uczestnictwo w kulturze wysokiej

i niszowej, oraz prestiżową, ambitną pracą, którą wykonują na co dzień. Popularność Zumbi współgra z diagnozami o hybrydalnym stylu życia nowej klasy średniej, charakteryzującym się dużym zróżnicowaniem wyborów i praktyk – tym większym, im większy kapitał kulturowy jednostki (Szlendak 2011; Jacyno 2012).

Przeprowadzone badanie nie miało charakteru ilościowego, więc nie pozwala określić składu społecznego grupy fanów Zumbi, jednak na podstawie przeprowadzonych wywiadów można zaryzykować stwierdzenie, że badany program – podobnie jak inne formy fitnessu (Centrum Badań Opinii Społecznej 2013) – rzeczywiście znajduje odbiorców głównie wśród klasy średniej, a „zumboholicy”, czyli główni konsumenci produktów Zumba LLC, rekrutują się z wyższych jej frakcji. Wśród „zumboholików” jest wielu freelancerów (czyli tzw. wolnych strzelców) i wiele osób wykonujących wolne zawody, co nie dziwi, zważywszy na fakt, że poświęcanie tak dużej ilości czasu na zajęcia wymaga dość elastycznego grafiku. Choć Zumba promowana jest jako sport bardzo demokratyczny, przełamujący bariery stratyfikacji, niewymagający tak dużych nakładów pieniężnych, jak elitarne sporty z wykorzystaniem drogiego sprzętu, to jednak zaangażowanie na miarę „zumboholików” (obejmujące uczestnictwo w wielu zajęciach tygodniowo, maratonach i wyjazdach oraz zakup drogich, zumbowych ubrań²⁹) wiąże się z kosztami, które wykluczają osoby nisko upo-

sażone. Specyfika Zumbi nie tylko wpisuje się w wartości organizujące styl życia klasy średniej, ale także odpowiada poziomowi jej kapitału ekonomicznego.

Można mieć więc wątpliwości, czy Zumba – mimo zapewnień twórców i instruktorów o jej inkluzywnym charakterze – ma potencjał do przezwyciężenia barier wejścia, obecnych w kulturze fitnessu od momentu jej powstania. Fitness zawsze był traktowany jako sport klasy średniej (McKenzie 2013), niewłączający – ze względu na brak kapitału i kompetencji konsumpcyjnych – klas niższych, choć to ich w większej mierze dotyczy problem otyłości i zdrowotnego ryzyka (Smith Maguire 2007). Nie wydaje się też, aby taki cel rzeczywiście przyświecał Zumbie, zważywszy na jej silnie komercyjny model działania. Zumbę można postrzegać jako formę „racjonalnej rekreacji”, która stanowi dziedzictwo społeczeństwa wiktoriańskiego i nie służy subwersji, ale zachowaniu istniejącego porządku społecznego (Foucault 1998; Sassatelli 2010; Miller 2013).

Wyniki badania pokazują, że sukces Zumbi wynika z trafnej diagnozy dyspozycji kulturowych jednostek należących do segmentu społeczeństwa, który był kojarzony z fitnesssem od momentu jego powstania. Zumba wpisuje się w założenia kultury fitnessu, ale tak modyfikuje sposób rozłożenia akcentów, że idealnie współgra z dwoma ważnymi kodami nowoczesności: racjonalizacją i ascetyzmem z jednej strony oraz obowiązkiem autentyczności i hedonizmem – z drugiej (por. Featherstone 1982; Jacyno 2007; Wieczorkiewicz 2007; Sassatelli 2010; 2013). Tradycyjny fitness,

promowany jako forma spędzania wolnego czasu, jako „czas dla siebie”, a więc swego rodzaju rozrywka i odpoczynek, przez jednostki wciąż postrzegany jest głównie w kategoriach obowiązku, mozolnej pracy nad ciałem. Twórcom Zumbi udało się zachować walor użyteczności towarzy-

szący fitnessowi, a jednocześnie maksymalnie wyeksponować aspekt przyjemności i zabawy oraz zamknąć to połączenie w ramach precyzyjnie skonstruowanego produktu, sprzedawanego w skali globalnej dzięki dokładnie przemyślanej strategii.

Bibliografia

Adkins Lisa, Lury Celia (2000) *Making People, Making Bodies, Making Work* [w:] McKie Linda Watson Nick, eds., *Organizing Bodies: Policies, Institutions & Work*. Basingstoke: Macmillan, s. 151–165.

Bauman Zygmunt (1995) *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*. Toruń: Uniwersytet Mikołaja Kopernika.

Biały Kamila (2006) *Modelowanie ciała jako wartość we współczesnej polskiej kulturze popularnej: porównanie osiedlowej siłowni i komercyjnego klubu fitnessu*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4, s. 31–66.

Borowiec Agnieszka, Lignowska Izabella (2012) *Czy ideologia healthismu jest cechą dystynktywną klasy średniej w Polsce*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3, s. 95–111.

Bourdieu Pierre (2005) *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądowniczej*. Przełożył Piotr Biłos. Warszawa: Scholar.

Buchanan Leigh (2012) *Zumba Fitness: Company of the Year* [dostęp 30 czerwca 2013 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.inc.com/magazine/201212/leigh-buchanan/zumba-fitness-company-of-the-year-2012.html>>.

Caldwell Linda L. (2005) *Leisure and health. Why is leisure therapeutic?*, „British Journal of Counselling and Psychology”, vol. 1, s. 7–26.

Centrum Badań Opinii Społecznej (2013) *Aktywność fizyczna Polaków*. Warszawa: CBOS.

Crawford Robert (1980) *Healthism and the medicalization of everyday life*. „International Journal of Health Services”, vol. 10, no. 3, s. 365–388.

Cregan Kate (2012) *Key Concepts in Body & Society*. Londyn–Los Angeles–New Delhi: SAGE.

DI (2014) *Kluby fitness coraz modniejsze (raport)* [dostęp 15 listopada 2014 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.pb.pl/3772010,81239,kluby-fitness-coraz-modniejsze-raport>>.

Featherstone Mike (1982) *The Body in Consumer Culture*. „Theory, Culture & Society”, vol. 1, no. 2, s. 18–33.

Featherstone Mike (2010) *Body, Image and Affect in Consumer Culture*. „Body & Society”, vol. 16, no. 1, s. 193–221.

Foucault Michel (1998) *Nadzorować i karać*. Przełożył Tadeusz Komendant. Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Aletheia.

Gdula Maciej, Sadura Przemysław (2012) *Styl życia jako rywalizujące uniwersalności* [w:] Gdula Maciej, Sadura Przemysław, red., *Styl życia i porządek klasowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 15–70.

²⁹ Z wypowiedzi badanych wynika, że posiadanie odzieży marki Zumba jest obiektem dążeń osób uczęszczających na zajęcia, o czym mogą świadczyć liczne próby podrabiania zumbowych ubrań, o których opowiadają instruktorzy.

Giang Vivian (2012) *How Zumba Became The Largest Fitness Brand In The World*. [dostęp 28 sierpnia 2013 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.businessinsider.com/how-zumba-became-the-largest-fitness-brand-in-the-world-2012-12?op=1>>.

Giddens Anthony (2002) *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*. Przełożyła Alina Szulżycka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Gimlin, Debra (2007) *What Is ‘Body Work’? A Review of the Literature*. „Sociology Compass”, no. 1, s. 353–370.

Główny Urząd Statystyczny (2012) *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2012 r.* [dostęp 6 marca 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/KTS_uczestnictwo_polakow_w_sporcie_2012.pdf>.

International Health, Racquet & Sportsclub Association (2008) „The IHRSA Global Report 2008”. Boston: IHRSA.

----- (2013) „The IHRSA European Health Club Report 2013”. Boston: IHRSA.

Jacyno Małgorzata (2007) *Kultura indywidualizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Jacyno Małgorzata (2012) *Style życia* [w:] Anna Giza, Małgorzata Sikorska, red., *Współczesne społeczeństwo polskie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 271–312.

Kaufmann Jean-Claude (2004) *Ego: socjologia jednostki. Inna wizja człowieka i konstrukcji podmiotu*. Przełożył Krzysztof Wakar. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Kim Renata (2013) *Szał zumby opanował Polskę*. „Newsweek” [dostęp 30 maja 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://www.newsweek.pl/szal-zumby-opanowal-polske,101528,1,1.html>>.

Kostera Monika, Krzyworzeka Paweł (2012) *Etnografia* [w:] Dariusz Jemielniak, red., *Badania jakościowe. Podejścia i teorie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 167–188.

Kowalska Ela (2011) *W krainie Zumby*. „Shape”, nr 11 [dostęp 7 lipca 2013]. Dostępny w Internecie: <<http://www.milionkobiet.pl/zdrowie/w-krainie-zumby,2425,1,a.html>>.

kpa (2011) *Zumba – tańcz i ćwicz* [dostęp 7 lipca 2013 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.wprost.pl/ar/249458/Zumba-tancz-i-cwicz/>>.

Lash Scott, Urry John (1994) *Economies of Signs and Space*. London: SAGE.

McKenzie Shelly (2013) *Getting physical: the Rise of Fitness Culture in America*. Kansas: University Press of Kansas.

Miller Toby (2013) *Michel Foucault and leisure*. Londyn: Routledge.

Moreno Carolina (2012) *Zumba: Latino Music Artists Like Pitbull, Paulina Rubio And Daddy Yankee Use ‘Fitness Party’ Phenomenon As Promotional Platform*. „Huffington Post” [dostęp: 8 czerwca 2014 r.]. Dostępny w Internecie: <http://www.huffingtonpost.com/2012/08/23/zumba-latino-music-pitbull-paulina-rubio-daddy-yankee_n_1825296.html>.

Pine Joseph, Gilmore James (1998) *Welcome to the experience economy*. „Harvard Business Review”, vol. 73, no. 2, s. 103–113.

Sassatelli Roberta (2007) *Consumer Culture, History, Theory and Politics*. Los Angeles: SAGE.

----- (2010) *Fitness Culture. Gyms and the Commercialisation of Discipline and Fun*. Houndmills Basingstoke: Palgrave Macmillan.

----- (2011) *Consumers, Bodies and Selves. Framing Humanity Consumerwise*. Referat wygłoszony na konferencji „Being Human in a Consumer Society”. Barcelona 31.02–2.04.2011.

----- (2013) *Fitbodies. Fitness-culture-and-the-gym* [dostęp 30 maja 2013 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://users2.unimi.it/rsassatelli/wp-content/uploads/Sassatelli-Fitbodies.-Fitness-culture-and-the-gym.pdf>>.

Schwandt Thomas A. (2000) *Three Epistemological Stances for Qualitative Inquiry: Interpretivism, Hermeneutics and Social Constructionism* [w:] Denzin Norman K., Lincoln Yvonne S., eds., *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, s. 189–214.

Shilling Chris (2010) *Socjologia ciała*. Przełożyła Marta Skowrońska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Siemińska Renata, red. (1997) *Portrety kobiet i mężczyzn w środowiskach masowego przekazu i podręcznikach szkolnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Smith Maguire Jennifer (2007) *Fit For Consumption. Sociology and the Business of Fitness*. Londyn: Routledge.

Stake Robert E. (2009) *Jakościowe stadium przypadku* [w:] Denzin Norman K., Lincoln Yvonna S., red., *Metody badań jakościowych*. Przełożyła Marta Sałkowska. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, s. 623–653.

Szarecki Artur (2012) *Zaangażowany pracownik: kontrola emocjonalna i kolonizacja ciała pracującego w kulturze korporacyjnej*. „Kultura Współczesna”, nr 3 (74), s. 94–107.

Szlendak Tomasz (2011) *Nic? Aktywność kulturalna i czas wolny na wsi i w małych miastach*. [w:] Izabela Bukraba-Rylska, Woj-

ciech Burszta, red., *Stan i zróżnicowanie kultury wsi i małych miast w Polsce*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, s. 53–101.

tch (2011) *Zumba lepsza od „Piratów z Karaibów”* [dostęp 7 lipca 2013 r.]. Dostępny w Internecie <<http://www.wprost.pl/ar/257734/Zumba-lepsza-od-Piratow-z-Karaibow/>>.

Wieczorkiewicz Anna (2007) *Lustro i skalpel* [w:] Wiesław Godzic, Maciej Żakowski, red., *Gadżety Popkultury. Społeczne życie przedmiotów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 65–94.

Wolf Naomi (2014) *Mit urody*. Przełożyła Monika Rogowska-Stangret. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.

Valentine Gill (2003) *In-corporations: food, bodies and organisations*. „Body & Society”, vol. (8)2, s. 1–20.

Ziętek Agnieszka (2014) „Bierz mnie co wtorek”. *Reklama a gender* [w:] *Gender. Przewodnik Krytyki Politycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, s. 440–447.

Cytowanie

Olko Dorota (2015) *Aktywność fizyczna – przyjemność czy obowiązek? Analiza społeczno-kulturowych uwarunkowań komercyjnego sukcesu Zumba Fitness*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 186–207 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Physical Activity—A Duty or a Pleasure? Analysis of the Socio-Cultural Context of Zumba Fitness’ Commercial Success

Abstract: The article presents the results of a qualitative case study on Zumba Fitness. The aim of this study was to reconstruct the socio-cultural context of Zumba’s commercial success. In this article, I make an attempt to answer the following questions: what cultural trends (or rather contradictions) Zumba conforms to, who it is directed to, and what needs it answers. The case study of Zumba is a contribution to discussion on the tensions caused by pervasive promotion of physical activity, as well as on strategies for coping with them. In the article, Zumba is also considered as manifestation of the commodification of sport and body shaping practices.

Keywords: Zumba, Fitness, Body Work, Commodification, Middle Class

Richard Giulianotti
Uniwersytet w Loughborough, Wielka Brytania

Wojciech Woźniak
Uniwersytet Łódzki

Socjologia sportu wobec chuligaństwa futbolowego, globalizacji i komercjalizacji sportu. Wojciech Woźniak rozmawia z Richardem Giulianottim

Abstrakt Richard Giulianotti jest jednym z najbardziej twórczych, najwięcej publikujących i najczęściej cytowanych socjologów sportu na świecie. Rozpoczął karierę akademicką na Uniwersytecie w Aberdeen, realizując etnograficzne badania terenowe dotyczące przemocy wśród kibiców szkockich klubów piłkarskich. Pracował też na Uniwersytecie w Durham, od 2011 jest profesorem socjologii w School of Sport, Exercise, and Health Sciences na Uniwersytecie w Loughborough. Zajmował się między innymi problematyką globalizacji i glokalizacji piłki nożnej, komercjalizacji sportu, organizacji wielkich imprez sportowych, bezpieczeństwa, programów międzynarodowych promujących sport na rzecz rozwoju i pokoju, a także teorią socjologiczną. Pełne dossier, w tym lista publikacji, dostępne jest pod adresem: <http://www.lboro.ac.uk/departments/ssehs/staff/professor-richard-giulianotti-.html>. Niedokończone podczas kilku konferencyjnych spotkań rozmowy o różnych wątkach współczesnej debaty o sporcie, przede wszystkim o piłce nożnej oraz o socjologii sportu, profesor Giulianotti zgodził się kontynuować przez komunikator Skype, czego efektem jest niniejszy wywiad.

Słowa kluczowe piłka nożna, socjologia sportu, sport, teoria społeczna a badania empiryczne, przemoc okołofutbolowa, globalizacja, komercjalizacja sportu

Richard Giulianotti jest profesorem socjologii w School of Sport, Exercise, and Health Sciences, Loughborough University (Wielka Brytania) oraz profesorem w Telemark University College (Norwegia). Do jego głównych zainteresowań badawczych należą: sport, globalizacja, problematyka rozwoju i pokoju, *sport mega-events*, studia nad przestępstwami i dewiacjami, tożsamość kulturowa i metody jakościowe. Jest autorem takich książek, jak: *Football: A Sociology of the*

Global Game (1999); *Sport: A Critical Sociology* (2005; drugie wydanie 2015); *Ethics, Money, and Sport* (razem z A. Walsh 2007); *Globalization and Football* (z R. Robertson 2009). Zredagował również dwanaście innych książek, opublikował liczne artykuły w międzynarodowych pismach i tomach zbiorowych, jego prace były tłumaczone na dwanaście języków.

e-mail: R.Giulianotti@lboro.ac.uk

Wojciech Woźniak, dr, jest socjologiem, adiunktem w Katedrze Socjologii Ogólnej na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Główne zainteresowania badawcze to nierówności społeczne, dyskurs publiczny wobec kwestii społecznych, zjawisko paniki moralnej, fiński model społeczno-gospodarczy oraz socjologia sportu. Członek Fińskiego Towarzystwa Socjologicznego (Westermarck Society), Brytyjskiego Towarzystwa Socjologicznego (BSA) i Europejskiej Sieci Badaczy Polityki Społecznej (ESPAnet). Prowadził gościnne wykłady na uniwersytetach w Niemczech (Wolny Uniwersytet w Berlinie i Uniwersytet Justusa Liebiga w Giessen), w estońskim Tartu oraz na fińskich uczelniach w Tampere i Turku. W 2012 roku nakładem

wydawnictwa Scholar ukazała się jego książka *Nierówności społeczne w polskim dyskursie politycznym*. W 2013 współredagował numer „Przeglądu Socjologicznego” zatytułowany „Globalization and Glocalization of Football. Polish and International Contexts”. Autor ponad czterdziestu artykułów w czasopiśmie i monografiach naukowych.

Adres kontaktowy:

Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Katedra Socjologii Ogólnej
ul. Rewolucji 1905 r. nr 41, 90-214 Łódź
e-mail: wwozniak@uni.lodz.pl

Zacznijmy od momentu w historii socjologii sportu, który chyba zdefiniował obraz tej subdyscypliny na dłuższy czas. Lata 80. to okres kojarzący się kibicom piłkarskim z falą chuligaństwa i przemocy okołofutbolowej, a interesującym się sportem socjologom ze wzrostem aktywności ich brytyjskich kolegów analizujących to zjawisko. Ich działalność badawcza i teoretyczna skutkowała ożywionymi debatami i kontrowersjami. Jak wspominasz ten okres i co uważasz za jego kluczowe dziedzictwo?

Te wszystkie debaty się wówczas odbyły, gdyż dla socjologii sportu to był najważniejszy temat w sferze publicznej i na badania tego tematu przeznaczano znaczne środki finansowe. Ten temat może być zresztą ulokowany w socjologii głównego nurtu tego okresu. Ówczesne dyskusje przynosiły

dość proste wytłumaczenia tego zjawiska oparte o 3–4 podejścia teoretyczne. Z dzisiejszej perspektywy to dziedzictwo nie jest tak naprawdę zbyt znaczące. Dominowali wówczas przedstawiciele socjologii figuracyjnej (*figurational sociology*) z Uniwersytetu w Leicester, którzy otrzymali kilka znaczących grantów na badania nad tym zjawiskiem. Opierając się na pracach Norberta Eliasa, Eric Dunning i jego koledzy podkreślali, że historycznie rzecz biorąc, przemoc związana z futbolem jest bardzo starym zjawiskiem, lecz w drugiej połowie XX wieku w Wielkiej Brytanii opinia publiczna przestała ją tolerować w związku z „procesem cywilizowania”. Jeden z ich kluczowych wniosków dotyczył tego, że ich zdaniem futbolowe chuligaństwo miało korzenie w klasie robotniczej, która nie doświadczyła przejścia do bardziej „cywilizowanych” sposobów zachowania. Takie podejście

oddalało się od dotychczasowych perspektyw badaczy marksistowskich, przede wszystkim wcześniejszych prac Iana Taylora, które wiązały przemoc z alienacją i oporem pochodzących z klasy robotniczej fanów w związku z modernizacją i „zburzonymi” piłki nożnej. Wysiłkom badaczy z Leicester na pewno nie pomogło, że ich główny badacz terenowy, John Williams, odszedł od podejścia figuracyjnego, jako że jego wyniki nie potwierdzały założeń teoretycznych. W każdym razie inni badacze, wliczając w to mnie, stwierdzili jasno, że chuligani w Wielkiej Brytanii wcale nie rekrutowali się z najniższych społeczno-ekonomicznych warstw klasy robotniczej.

Byłeś jednym z pierwszych socjologów, którzy wówczas wyszli zza biurka i prowadzili badanie terenowe wśród kibiców, by zdobyć wiarygodne dane empiryczne.

Wydaje się, że to było tak dawno temu. Niemniej oddanie się jakościowym, oddolnym badaniom w dziedzinie sportu wciąż jest istotne. Jednym ze współczesnych problemów jest fakt, że badania etnograficzne wymagają wiele czasu i środków finansowych. Dla mnie, Gary’ego Armstronga, pewnie dla Gary’ego Robsona i innych zagranicą najbardziej interesujące było aplikowanie różnych teorii do wyjaśniania zjawiska, więc nasze podejście było mniej zakotwiczone w jednej orientacji teoretycznej, nie koncentrowaliśmy się na poszukiwaniu danych, które by pasowały do naszych wcześniejszych konceptualizacji. Raczej aplikowaliśmy podejście ugruntowane, chociaż to różnie bywało. Gary [Armstrong – przyp. WW] jest antropologiem, był pod wpływem koncepcji doty-

czących kultur honoru i wstydu pochodzących ze śródziemnomorskich studiów antropologicznych. Ja byłem zainteresowany bardziej kulturoznawczym podejściem, tym, jak postmodernistyczne teorie społeczne czy niektóre teorie tożsamości (szczególnie w szkockim kontekście) mogły wyjaśniać moje wyniki. Mam nadzieję, że naszym dziedzictwem jest zmiana w kierunku większego szacunku dla empirii. Możesz być elastyczny, jeśli chodzi o teorię, ale zdobycie danych dobrej jakości jest fundamentalnie istotne.

A co z łączeniem teorii z empirią?

Kiedy prowadzisz badania etnograficzne, obserwację uczestniczącą, oczywiście nie możesz zapominać o teorii, a niektóre teorie socjologiczne, szczególnie te dotyczące kontekstu strukturalnego, są tu kluczowe. Pod wieloma względami to jest powrót do klasycznej dychotomii – łączącej uwzględnianie sił strukturalnych z opartym o badania terenowe rozpoznaniem mechanizmów społecznego upodmiotawiania poprzez praktyki dnia codziennego. Kluczowa sprawa to utrzymać właściwą równowagę między tymi dwoma wymiarami. Ceniłem podejścia kulturoznawcze ze Szkoły Birmingham od lat 70., chociaż przeceniali znaczenie „oporu” znajdowanego w subkulturach młodzieżowych. Konkretny kontekst czy lokalizacja są ważne. Jednym z najważniejszych dla mnie badaczy, kiedy patrzymy na przypadek szkocki, był Tom Nairn, będący pod wpływem szkoły frankfurckiej w swoich analizach nowoczesnej szkockiej polityki i kultury, owocujących analizami szkockiego nacjonalizmu. Wykorzystywałem w znacznym stopniu prace Nairna, by zrozumieć fenomen *Tartan*

*Army*¹. Także prace Ervinga Goffmana okazały się użyteczne w analizie rzeczywistych technik interakcyjnych i rytuałów fanowskich. Ale potrzebne było coś w rodzaju relatywnie strukturalnego podejścia Nairna, by wyjaśnić znaczenie strategii interakcyjnych fanów.

A co sądzisz o poszukiwaniu uniwersalnych socjologicznych opisów mechanizmów obecnych w świecie sportu, między innymi właśnie próbach wyjaśniania zjawiska przemocy okołofutbolowej w różnych krajach?

Niezbyt cenię podejścia „uniwersalizujące” czy „totalne”. Jak już mówiłem, szczególnie korzystne jest znalezienie i dopasowanie symbolicznego „Toma Nairna” do konkretnego kontekstu, jako kogoś, kto pomoże ci umieścić kulturę kibicowską w szerszym strukturalnym i historycznym kontekście danego narodu czy kultury. To by było właściwe podejście do badania piłki nożnej na przykład na Bałkanach czy w Ameryce Łacińskiej, w Argentynie podejście Archettiego było doskonałe. Zatem można powiedzieć, że bardziej cenię teorię średniego zasięgu. Koncepcja globalizacji chwytą to podejście, innymi słowami można powiedzieć, że musisz się upewnić, czy twoja analiza, która może odnosić się do dużych

¹ *Tartan Army* to nawiązująca do tradycyjnego kraciastego wzoru nazwa grupy kibiców reprezentacji Szkocji. Chociaż w latach 70. zdarzało się, że brali udział w konfrontacjach z kibicami reprezentacji Anglii, od lat 80. mają opinię jednej z najbardziej przyjaznych, a jednocześnie zaangażowanych grup kibicowskich, często otrzymując wyróżnienia za aktywny i kulturalny doping, dobre relacje z fanami innych zespołów czy prowadzenie działalności charytatywnej. W ostatnich latach jedyne kontrowersje dotyczące zachowania szkockich kibiców dotyczyły wygwizdywania brytyjskiego hymnu, który odtwarzano przed niektórymi meczami reprezentacji zamiast tradycyjnych, pełniących funkcję nieoficjalnych hymnów Szkocji pieśni (*Flower of Scotland* i *Scotland the Brave*).

tematów, jest dobrze zaadaptowana do charakterystyk sytuacji lokalnej.

Również niektóre z rozwiązań politycznych, wdrażanych, by zwalczać chuligaństwo, prezentują się jako uniwersalnie skuteczne i bezwarunkowo pozytywne. W Polsce na przykład takie opinie dotyczą twardego podejścia Margaret Thatcher.

Cóż, sytuacja w Anglii w późnych latach 80. była nieco bardziej skomplikowana niż to się zazwyczaj zauważa. Właśnie wtedy prowadziłem badania terenowe wśród młodych fanów i było zupełnie jasne, że w tym okresie pewne przemiany subkultur już trwały. Świat chuligański był już u schyłku, a w późnych latach 80. rozwijały się nowe subkultury, na przykład kultura rave z używaniem narkotyków w rodzaju ekstazy, które odciągały ludzi od świata piłki nożnej. Oczywiście politycy, policja i mass media wołały twierdzić, że działało się to tak naprawdę dzięki odgórnym, systemowej transformacji, poprzez na przykład bardziej twarde podejście policji, inwigilację, ostre pokazowe wyroki za przemoc i zakłócanie porządku publicznego. Ale jeśli ignorujesz kwestie oddolnych zmian, nie masz pełnego obrazu. Weźmy inny przykład: w Szkocji mówiono, że od lat 80. to odgórny nacisk przyniósł zmianę w zachowaniu i kulturze szkockich kibiców, szczególnie tych kibicujących reprezentacji. Oficjalny dyskurs wskazywał, że to przede wszystkim istotne decyzje prawne i polityczne, w szczególności zakaz sprzedaży alkoholu na i wokół stadionów, przyczyniły się do tej przemiany. Ale kiedy prowadziłem swoje badania terenowe wśród szkockich fanów w latach 90., było oczywiste i widoczne, że kibice wciąż piją na potęgę, lecz *Tartan*

Army zmieniła w tym samym czasie nastawienie, starając się zyskać jak najwięcej przyjaciół i odróżnić się od fanów angielskich. Zatem ta transformacja zachowań nastąpiła w rzeczywistości oddolnie, od samych kibiców.

Czyli był to sposób na zbudowanie wizerunku odmiennego od stereotypowego brytyjskiego chuligana, odróżnienie się od południowych sąsiadów?

O tak, dla *Tartan Army* to był kluczowy aspekt ich tożsamości. Doroczny mecz Szkocja–Anglia to była najstarsza cykliczna rywalizacja w międzynarodowej piłce, ale w latach 70. i 80. polityczna i medialna uwaga koncentrowała się na zakłóceniach porządku i przypadkach przemocy mających miejsce podczas meczów. W końcu tę rywalizację zawieszono w 1989 roku. W Europie od lat 70. angielskich fanów coraz mocniej kojarzono z przemocą i zakłócaniem porządku. W tym samym czasie Szkoci uważali, że ludzie na kontynencie nie są świadomi, że Szkocja to osobny kraj, za to Anglię utożsamiano z Wielką Brytanią. Wobec tego przynajmniej od wczesnych lat 80., gdy *Tartan Army* podróżowała na mecze za granicę, by zaprezentować się przed międzynarodową publicznością, szkoccy kibice starali się upowszechnić przekaz: „Jesteśmy szkockimi kibicami, nie angielskimi chuliganami” (*We're Scottish fans, not English hooligans*). Oczywiście to się skomplikowało, gdy zaczął się zmieniać sposób postrzegania angielskich kibiców przez angielskich polityków i media od wczesnych lat 90., z rosnącą koncentracją na tych kibicach, którzy nie angażowali się w przemoc, a doświadczali konfrontacyjnych zachowań ze strony policji w trakcie podróży po Europie. To

kontrastowało z obrazem angielskich kibiców obecnym w mediach w latach 80., ukazującym ich jako „wewnętrznego wroga”, obok strajkujących górników, aktywistów związkowych, Irlandzkiej Armii Republikańskiej i tak dalej.

A czy nie było tak, że o ile konflikty z górnikaми i związkami dzieliły brytyjskie społeczeństwo, o tyle ostre działania wobec kibiców były powszechnie popierane i z tej racji korzystne politycznie i wizerunkowo dla Margaret Thatcher?

Tak. Część Thatcherowskiego autorytarne populizmu koncentrowała się na polityce budowania i rozgrywania podziałów społecznych, na lewicowych ruchach politycznych, systemie państwa opiekuńczego i grała sloganami prawa i porządku. Ale nie zapominajmy, że to wojna o Falklandy z Argentyną była krytycznym momentem dla losu Thatcher, która przed konfliktem zmierzała wprost do wyborczej porażki. W piłce nożnej możesz oczywiście dostrzec różnicę między Wielką Brytanią i innymi krajami Europy pod względem sposobu reakcji na subkulturę kibicowską. W Niemczech czy Austrii prowadzono pracę socjalną i środowiskową wśród grup fanów „podwyższonego ryzyka” od lat 80. W Wielkiej Brytanii takie podejście jest nieznanne. Największy przełom w politycznym, medialnym i publicznym dyskursie nastąpił po tragedii na Hillsborough w 1989². W tym momen-

² 15 kwietnia 1989 roku podczas półfinałowego meczu Pucharu Anglii pomiędzy Liverpooliem a Nottingham Forest na stadionie Hillsborough w Sheffield zginęło 96, a odniosło rany 766 kibiców Liverpoolu. Przyczyną tragedii była zła organizacja i błędy zabezpieczającej mecz policji, w efekcie których na jedną z trybun stadionu wpuszczono zbyt dużą liczbę widzów, co doprowadziło do stratowania wielu osób. Po ujawnieniu dokumentów wskazujących na kryminalne praktyki tuszowania winy policji i przetrzucania części od-

cie kibice byli w stanie wreszcie wskazać, że zdecydowana większość z nich nie była zaangażowana w żadne zachowania związane z przemocą, a sposób ich traktowania na stadionach i wokół nich był po prostu nieludzki.

Zmieńmy temat. Współczesne relacje między ponadnarodowymi organizacjami zarządzającymi sportem, takimi jak MKOL, FIFA czy UEFA, a suwerennymi, demokratycznymi państwami stają się ostatnio coraz częściej tematem intensywnie omawianym w debacie publicznej. Euro 2012 w Polsce i na Ukrainie czy próba organizacji Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Polsce w 2022 roku także wprowadziła ten temat do mediów. Co sądzisz o współczesnych relacjach i zależnościach w tej globalnej rozgrywce? Wydaje się, że sportowe organizacje działają w coraz większym stopniu jak komercyjne, transnarodowe korporacje.

W trochę innym kontekście pisałem kiedyś, że największe kluby sportowe świata, przynajmniej te największe pod względem dochodów, działają coraz bardziej jak transnarodowe korporacje w zakresie walki o nowe rynki, transnarodową rekrutację zawodników i tak dalej. W przypadku organizacji zarządzających sportem najczęściej klasyfikuje się je jako organizacje pozarządowe czy inaczej – organizacje trzeciego sektora, chociaż ja widziałbym je raczej jako rynkowe orga-

powiedzialności za tragedię na kibiców, w 2012 roku premier Wielkiej Brytanii David Cameron w oficjalnym wystąpieniu uznał odpowiedzialność instytucji państwa i przeprosił rodziny ofiar za popełnione błędy i nadużycia późniejszego śledztwa. Raport Lorda Taylora, Najwyższego Sędziego Anglii i Walii, opisujący okoliczności katastrofy uznaje się za główny impuls do zmian w prawie dotyczącym standardów organizacji i zabezpieczania meczów piłkarskich w Wielkiej Brytanii.

nizacje parapaństwowe, które są zaangażowane w funkcjonowanie transnarodowego kapitalizmu, jednocześnie zarządzając sportem, operując na narodowym i międzynarodowym poziomie. Szerzej, twierdząc, że aktualnie mamy cztery kategorie politycznych aktorów zbiorowych w globalnym sporcie: po pierwsze, organizacje narodowe, takie jak ligi sportowe, ciała zarządzające czy też państwa narodowe; po drugie, mamy międzynarodowe organizacje, takie jak MKOL, FIFA czy UEFA; po trzecie, są „indywidualne” czy rynkowe podmioty, skoncentrowane na wolnorynkowych zyskach (to przede wszystkim elitarne kluby sportowe, jak i najbogatsi konsumenci) i, po czwarte, są szersze „trzeciosektorowe” organizacje pozarządowe, ruchy społeczne, stowarzyszenia kibiców i szerokiego „społeczeństwa obywatelskiego świata piłki nożnej”. I myślę, że wszyscy wiemy, jak wygląda układ sił w kwestii zarządzania globalną grą.

MKOL, UEFA czy FIFA, nie będąc poddanyimi żadnej realnej społecznej i demokratycznej kontroli, są dzisiaj w stanie występować z pozycji siły wobec demokratycznie wybranych rządów narodowych. Czy istnieje jakiś sposób zmiany tego status quo na korzyść demokratycznie wybieranych i kontrolowanych podmiotów?

To by wymagało zbiorowej akcji państw narodowych, przynajmniej tych kluczowych. Są znaczące polityczne wystąpienia w Europie wskazujące na podminowywanie społecznego wymiaru piłki nożnej i sportu w ogólności. Ale w tej chwili, przynajmniej w kwestii organizacji wielkich imprez sportowych, widać, że podmioty rządzące sportem mogą ominąć demokratyczne reguły, jeśli

jest taka potrzeba. FIFA niedawno skomentowała, że łatwiej im angażować się w relatywnie mniej demokratycznych państwach, by nie mieć później problemów, takich jak w Brazylii przed Mistrzostwami Świata w 2014 roku. Co mnie szczególnie interesuje to, czy i jak czwarta grupa aktorów politycznych, o których wspominałem – NGO, ruchy społeczne, społeczeństwo obywatelskie wewnątrz świata piłki, jak i demokratyczne elementy w narodowej i międzynarodowej polityce, mogą naciskać na większą odpowiedzialność, uczciwość i transparentność w sporcie. potrzebny potrzebny jest liczniejszy, kontr-hegemoniczny blok, by naciskać UEFA lub FIFA w sprawie gwarancji dotyczących wpływów, przepisów odnoszących się do transparentności umów czy organizowania imprez bez naruszania praw obywatelskich bądź zobowiązań państw wobec opinii publicznej.

W przypadku Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2020 roku UEFA zdecydowała się zorganizować turniej w wielu miastach w różnych krajach. Może to jest znaczący przykład braku zainteresowania państw goszczeniem dużych turniejów?

To jest kwestia wielowymiarowa. Turniej rozrósł się do 24 drużyn, więc pozwala to także mniejszym krajom mieć swój udział w imprezie, której nie mieliby szans organizować samodzielnie. Wiąże się też z gospodarczą presją, jaką organizacja imprezy tej skali wywiera na kraje, które samodzielnie organizują turniej. To wskazuje też na deterytorializację sportu, na to, jak wydarzenia i tożsamości rozszerzają się ponad narodowe podziały. Jednak mimo tego spodziewam się, że turnieje w przyszłości wrócą do formuły jednego organizato-

ra, najpewniej będzie to jeden z krajów „wielkiej piątki” albo Rosja.

À propos konsekwencji rosnącej komercjalizacji sportu, Glasgow Rangers to pierwszy wielki klub, który zapłacił potężną cenę za prowadzenie „kreatywnej księgowości” ukrywającej realne długi. W Polsce także bankrutowały już uznane kluby, mistrzowie Polski sprzed nie więcej niż kilkunastu lat. Czy to są ostrzegawcze sygnały, by „kapitalizm kasyna” nie zdominował świata współczesnego sportu, a piłki w szczególności?

Cóż, deregulacja w gospodarce pozwoliła na powstawanie baniek spekulacyjnych i coraz większej niestabilności w futbolowej gospodarce. Przypadek Rangersów to konsekwencja wieloletniego procesu. Ponad 10 lat temu napisałem artykuł wspólnie z Mike'em Gerrardem, w którym zwracaliśmy uwagę na sytuację finansową klubu, a na pewno nie byliśmy pierwszymi, którzy podnosili tę kwestię. W latach 90. i później wiele brytyjskich klubów spekulowało, pożyczając wielkie sumy, przewidując przyszłe zyski lub licząc na lepsze czasy jeżeli chodzi o sportowe sukcesy. Wiele klubów z niższych lig angielskich zbankrutowało, kiedy nie udało się uzyskać oczekiwanych wpływów z praw telewizyjnych. To, co pomogłoby piłce nożnej, tak jak i całej sferze biznesu przed globalnym kryzysem, to silniejsze regulacje i po prostu trzymanie się fundamentalnej zasady utrzymywania równowagi finansowej. Inną sprawą w Anglii jest to, że wpływy z transmisji telewizyjnych nie są dystrybuowane do niższych lig.

³ „Wielka piątka” to określenie opisujące europejskie kraje z najsilniejszymi pod względem sportowym i ekonomicznym ligami piłkarskim: Anglię, Francję, Hiszpanię, Niemcy i Włochy.

A jak oceniasz rosnące znaczenie globalnego kibicowania (global fandom)? W Polsce widzimy rosnącą obecność nowego typu kibiców, którzy czują się związani z klubami zagranicznymi, nie interesując się lokalnymi drużynami. Ich zaangażowanie w kibicowanie nie jest tylko związane z sukcesami albo czysto sportowymi walorami drużyny, której kibicują. Czują się członkami szerszej społeczności fanów, emocjonalnie angażują się w kibicowanie, a nawet w konflikty z kibicami innych drużyn z tej samej ligi, widać, że tworzy się wśród nich jakaś forma tożsamości zbiorowej.

Te tożsamości są często splątane w kategoriach oddania i lojalności wobec lokalnych, narodowych i międzynarodowych drużyn, ale też faktycznie identyfikacja z klubami „ponadnarodowymi” jest większa niż kiedyś. Tradycyjnie, terytorialna lokalizacja klubu była kluczowa. Ale procesy globalizacji i transnacionalizacji w znaczący sposób zmieniają ramy identyfikacji i przynależności, szczególnie w związku z migracjami i rosnącym znaczeniem medialnych transmisji. Ten medialny wątek interesuje mnie od pewnego czasu. Jeden wymiar łączy się z ponadnarodowymi firmami medialnymi, które pozwalają kibicom utrzymywać lojalność wobec klubu. Stąd na przykład fani szkockich klubów z Glasgow, Rangersów i Celticu, którzy wyemigrowali do Ameryki Północnej w latach 60., od lat 90. oglądali mecze dzięki sieciom telewizyjnym, co pomogło zwiększyć liczebność klubów kibica w Ameryce Północnej. W innych przypadkach transmisje na żywo mogą przyczyniać się do tworzenia się mocnych relacji z klubami wśród kibiców, którzy nie mieli i nie mają

z nimi żadnych bezpośrednich relacji. Na przykład w Norwegii angielska piłka klubowa była transmitowana od lat 60. i dzisiaj są tam dziesiątki tysięcy fanów angielskich klubów. I oczywiście mamy relatywnie nowych kibiców we wschodniej Azji, których oddanie dla europejskich klubów rozwinęło się w ostatnich 10–15 latach w transnarodowym kontekście globalizacji, znaczący był tu element identyfikacji z piłkarskimi celebrytami (*vide* fenomen Beckhama). Ciekawie się obserwuje, jak te różne grupy się definiują, czym się dzielą i jak odróżniają się od innych. Nie ma tu bliskości geograficznej, topofili wobec okolic klubu czy liczenia meczów, jakie się obejrzało na stadionie, ale dzięki wirtualnemu wpływowi mass mediów wydaje się, że ci kibice mają dostęp do wszystkiego innego. I pewnie powinniśmy tu też rozważyć kwestię międzynarodowych posiadaczy klubów, przede wszystkim w Wielkiej Brytanii, z rosyjskimi, amerykańskimi czy pochodzącymi z krajów Zatoki Perskiej właścicielami, którzy oczywiście cieszą się z sukcesów sportowych ich klubów, ale jednocześnie traktują je jako międzynarodowe potwierdzenie swojego statusu.

Minęło już ponad 10 lat od opublikowania twojego wpływowego i często cytowanego artykułu proponującego nową taksonomię kibiców piłkarskich i ich tożsamości, jak byś ocenił – z dzisiejszej perspektywy – dyskusję wokół tej konceptualizacji⁴?

⁴ Mowa o artykule: Giulianotti Richard (2002) *Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football*. „Journal of Sport and Social Issues”, vol. 26, s. 25–46, w którym autor przedstawił nową typologię kibiców. Głównym kryterium jest tu rodzaj identyfikacji z klubem, oparty na dwóch opozycyjnych wymiarach: na opisującym emocjonalny stosunek do klubu kontinuum gorący–chłodny (*hot/cool*)

Pewnie inni to powinni oceniać, ja mam trzy uwagi. Po pierwsze, ten model próbował wyjaśniać tożsamości w świecie futbolu w odniesieniu do kwestii społecznego wpływu globalizacji, utowarowienia i postmodernizmu. Jeżeli ktoś się do tego nie odwołuje w swoich analizach, to prowadzi je w sposób nieadekwatny. Po drugie, model jest typem idealnym, uogólnieniem, więc na pewno będzie wiele skomplikowanych przypadków, które do niego nie pasują. W tym znaczeniu, w sensie Weberowskim, to jest tylko heurystyczne narzędzie oceny, gdzie się znajdujemy, jeżeli chodzi o pewne społeczne tendencje dotyczące jednej lub wszystkich czterech kategorii w tym modelu. Po trzecie, tożsamości są skomplikowane i wielowarstwowe, więc w tym modelu widzimy, że jednostki mogą reprezentować różne typy tożsamości w różnych momentach, będąc wieloletnim fanem klubu lokalnego, followerem innego klubu (np. takiego, do którego przeniósł się ich ulubiony piłkarz lub takiego, którego polityczna afiliacja jest ważna dla jednostki), ale też być flaneurem, nosząc sygnowaną logiem klubu na przykład czapkę bejsbolówkę, bez jakiegokolwiek prawdziwej identyfikacji czy sympatii. Zastanawiającym jest, czy model ten może być zaaplikowany, rozszerzony lub zmodyfikowany, by opisać skomplikowane przypadki, takie jak na przykład norweskich kibiców z wieloletnim i głębokim przywiązaniem do klubów brytyjskich. Czy mogą być oni uznani za „fanów” zgodnie z moim modelem?

oraz na rodzaju relacji między kibicem a klubem, opisanej przez diadę: podejście tradycyjne vs. konsumenckie (*traditional/consumer*). W efekcie powstają cztery wymienione w tytule artykułu typy idealne. Według danych z 2015 roku artykuł był cytowany 366 razy, jest trzecim najczęściej cytowanym artykułem w 38-letniej historii publikowanego przez wydawnictwo SAGE czasopisma.

Na koniec, jak widzisz perspektywy rozwoju socjologii sportu w przyszłości, szczególnie w krajach peryferyjnych czy półperyferyjnych? W świecie anglosaskiej nauki ma mocną pozycję, jest jedną z najszybciej rozwijających się subdyscyplin socjologicznych. W Polsce za to sport przez dłuższy czas był nieobecny w debatach socjologicznych, a polscy socjologowie rzadko angażowali się w międzynarodową okołosportową debatę akademicką.

Oczywiście chciałbym, by przedstawiciele innych krajów i regionów byli coraz bardziej aktywni na polu socjologii sportu. Z perspektywy socjologii sportu byłoby bardzo właściwe, gdyby z Polski czy innych półperyferyjnych, a także z peryferyjnych krajów płynął wkład proponujący oryginalne teorie, metody czy podejścia. Socjologia sportu pod względem teoretycznym stała się dość zamknięta na nowe koncepcje.

A jak oceniasz potencjał socjologii sportu w generowaniu impulsów do faktycznej zmiany rzeczywistości? Płynąca z naszej strony rosnąca krytyka wielkich imprez czy komercjalizacji sportu wydaje się mieć niewielki wpływ na decydentów, polityków czy opinię publiczną.

Socjologia nie ma na tyle mocnej pozycji, by w ten sposób wpływać na strukturę, kulturę czy organizację sportu. Największy problem socjologii dotyczy relacji z komercyjną stroną sportu, z elitarnymi klubami zawodowymi, najbardziej zyskowymi ligami, które wolą współpracować z marketingiem, ekonomią czy zarządzaniem. Większe są szanse na zaangażowanie w projekty narodowych czy

międzynarodowych organizacji, szczególnie tych, które angażują się w badania akademickie. Projekt, nad którym pracuję w tej chwili, wymaga zaangażowania Organizacji Narodów Zjednoczonych i Sekretariatu Wspólnoty Narodów. Ale potrzebujemy także częstszych kontaktów z reprezentantami czwartej kategorii politycznych aktorów w świecie sportu, to znaczy z ruchami społeczny-

mi, organizacjami pozarządowymi, progresywnymi mass mediami, szerszym społeczeństwem obywatelskim, by być aktywnymi przynajmniej w tej sferze publicznej. Oczywiście trzeba rozwijać krytyczne socjologiczne postawy poprzez dialog na konferencjach, debatę z innymi akademikami, ale odnajdywanie sposobu na uzyskanie wpływu na szerszą przestrzeń publiczną też jest ważne.

Cytowanie

Giulianotti Richard, Woźniak Wojciech (2015) *Socjologia sportu wobec chuligaństwa futbolowego, globalizacji i komercjalizacji sportu*. Wojciech Woźniak rozmawia z Richardem Giulianottim. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 208–217 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

Sociology of sport towards football hooliganism, globalization and commercialization of sport: a conversation between Wojciech Woźniak and Richard Giulianotti

Abstract: Richard Giulianotti is currently one of the most creative, productive and most frequently cited sociologists of sport worldwide. He began his academic career at the University of Aberdeen conducting ethnographic research on football-related violence among the supporters of Scottish clubs. He used to work also at the Durham University, currently he is a professor of sociology in School of Sport, Exercise, and Health Sciences at the Loughborough University. He was researching the topics of globalization and glocalization of football, commercialization of sport, sport mega events hosting, security, international programmes on sport for development and peace, as well as sociological theory. Professor Giulianotti is a Fellow of the Academy of Social Sciences, and a Fellow of the Royal Society of Arts. His full dossier and the list of publications is available here: <http://www.lboro.ac.uk/departments/ssehs/staff/professor-richard-giulianotti-.html>. Professor Giulianotti agreed to continue conversations unfinished during our encounters at conferences via Skype what resulted in this interview.

Keywords: football, sociology of sport, sport, social theory and empirical research, football-related violence, globalization, commercialization of sport.

Jakub Ryszard Stempień
Uniwersytet Medyczny w Łodzi

Recenzja książki

Michał Lenartowicz (2012) *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*. Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego

Różnice klasowe – różnice sportowe?

Monografia autorstwa Michała Lenartowicza pod tytułem *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu* zasługuje na uwagę z kilku względów. Przede wszystkim książka dotyczy kwestii spędzania czasu wolnego,

a więc *de facto* stylu życia¹. Są to sprawy ważne i ciekawe nie tylko same w sobie, ale też jako swoiste wskaźniki – by odwołać się do tytułu drugiego krakowskiego zjazdu socjologicznego – tego, *co się dzieje ze społeczeństwem*. Informują one – oczywiście nie tylko one – o tym, jak toczy się życie w danym społeczeństwie i czy przedstawiciele różnych kategorii społecznych (np. klas, warstw) żyją w różny sposób. Dla socjologa kwestie czasu wolnego i stylu życia powinny być zatem istotne. W *Klasowych uwarunkowaniach...* uwaga analityczna skupiona jest wokół problemu sportowego spędzania przez Polaków czasu wolnego (zarówno czynnie – poprzez udział w określonych aktywnościach, jak też biernie – w roli kibica). Jest to zagadnienie podejmowane stosunkowo rzadko. Znaczenie prezentowanej tu książki nie wyczerpuje się jednak w sa-

¹ Sposób spędzania czasu wolnego należy uznać za składową realizowanego stylu życia. Przyjmuje się tu propozycję Andrzeja Sicińskiego, zgodnie z którą za styl życia należy uważać „zespół codziennych zachowań jednostek lub zbiorowości społecznych, specyficznych ze względu na swą konfigurację dla tych jednostek lub zbiorowości. Na całość, jaką stanowi styl życia, składają się zarówno zachowania ludzi, jak i motywacje tych zachowań, a także pewne funkcje rzeczy będących czy rezultatami, czy celami, czy instrumentami owych zachowań” (1989: 13).

Jakub Ryszard Stempień, doktor nauk humanistycznych w zakresie socjologii, adiunkt w Zakładzie Socjologii Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, członek Polskiego Towarzystwa Socjologicznego oraz Polskiego Towarzystwa Nauk Społecznych o Sporcie. Zainteresowania naukowe autora obejmują wybrane zagadnienia socjologii szczegółowych: społeczeństwa obywatelskiego, zdrowia oraz sportu.

Adres kontaktowy:

Zakład Socjologii, Katedra Nauk Humanistycznych
Uniwersytet Medyczny w Łodzi
ul. Lindleya 6, 90-131 Łódź
e-mail: j.r.stempien@wp.pl

mym ważnym, ciekawym i niewyeksplorowanym przedmiocie rozważań. Wartościowe jest również odwołanie się przez autora *Klasowych uwarunkowań...* do perspektywy teoretycznej, która na ogół wykorzystywana jest w innych obszarach. Choć sam Pierre Bourdieu poświęcił klasowemu charakterowi aktywności sportowych niemało uwagi, to wydaje się, że na ogół jego koncepcja różnic klasowych i przemocy symbolicznej jest wykorzystywana w opisie innych sfer życia społecznego. Lenartowicz odświeża więc i przypomina ten nieco zapoznany aspekt twórczości Bourdieu oraz podejmuje ciekawe próby zastosowania tej klasycznej już koncepcji w badaniach.

Można zatem wskazać dwa główne pytania, które w omawianej książce stawia Lenartowicz i które są zaproszeniem do interesującej dyskusji. Po pierwsze, czy katalog różnic klasowych obejmuje dziś dysproporcje preferencji i możliwości w zakresie tak zwanego sportu czasu wolnego (*leisure-time sport*)? Po drugie, czy do opisu tych różnic można wciąż jeszcze (i to w odniesieniu do społeczeństwa polskiego początków XXI wieku) wykorzystywać teorię Bourdieu i kategorie kapitału kulturowego, habitusu (oraz pola)? Na oba te pytania Lenartowicz – z różnym stopniem asercji – odpowiada twierdząco; lektura książki skłania jednak do polemik.

Książka składa się z czterech rozdziałów. W rozdziale pierwszym – najobszerniejszym, liczącym 60 stron – autor bardzo kompetentnie omawia przesłanki teoretyczne podejmowanego przez siebie problemu badawczego. Wprowadzane są niezbędne ustalenia definicyjne dotyczące następujących terminów: „kultura fizyczna”, „sport” i „rekreacja

ruchowa”. W rozdziale tym autor w interesujący sposób przedstawia też wyniki najważniejszych badań dysproporcji klasowych w sporcie. Uwzględniona jest perspektywa historyczna, a rozważania na temat, przykładowo, elitarnych oraz ludowych sportów w XIX wieku w Anglii (w tym losów rugby) należy uznać za wyjątkowo ciekawe. Podobnie zajmujące są informacje o religijnie uwarunkowanym, krytycznym wobec sportu (jako aktywności niekoniecznej i ludycznej) stosunku klas wyższych i średnich w XIX-wiecznych krajach protestanckich. Dopiero akcentowanie związków sportu czasu wolnego z tężyzną i sprawnością fizyczną (a także odnową sił potrzebnych w pracy) oraz podkreślanie wychowawczych walorów sportu (w tym zwłaszcza krzewienie – cenionego w kapitalizmie – ducha rywalizacji) miało zmienić opinie na jego temat. W podobnie interesujący sposób Lenartowicz opisuje ideologizację sportu w krajach socjalistycznych i nie chodzi tu o rywalizację sportową jako swoisty element zimnej wojny (w tym dobrze znane kontrowersje na temat olimpijskiego zawodowstwa i amatorstwa). Z punktu widzenia tematu książki ważniejsze wydają się problemy postulowanego bezklasowego charakteru społeczeństw socjalistycznych. Sporty określane jako „burżuazyjne” (np. tenis lub żeglarstwo) miały być deprecjonowane lub – niejako na siłę – demokratyzowane czy proletariatyżowane. Nie zawsze okazywało się to skuteczne, czego przykładem może być niesłabnąca popularność żeglarstwa w Czechosłowacji czy nieodmiennie elitarny status tenisa w Polsce.

Lenartowicz omawia także rezultaty różnorodnych badań dotyczących społecznego zróżnicowania partycypacji w rekreacji ruchowej w Polsce.

Wykorzystywane są tu nie tylko wyniki sondaży Centrum Badania Opinii Społecznej czy dane pochodzące z projektu *Diagnoza społeczna*, lecz także informacje gromadzone przez Główny Urząd Statystyczny. Te ostatnie należy uznać za szczególnie wartościowe z uwagi na ich rzetelność oraz kompleksowy charakter. Kwestii aktywności fizycznej Polaków poświęcone są bowiem – realizowane w cyklach kilkuletnich – osobne i obszerne badania statystyki publicznej. Dostępne przekroje demograficzne pozwalają na wysuwanie wniosków niezwykle ważnych z punktu widzenia rozważań prowadzonych przez Lenartowicza. Dane GUS-u dokumentują jednoznacznie (podobnie zresztą jak dane z CBOS-u i *Diagnozy społecznej*) silną zależność podejmowania aktywności w ramach sportu czasu wolnego (i szerzej: rekreacji ruchowej) od posiadanego wykształcenia, uzyskiwanych dochodów oraz kategorii zawodowej. Ogólnie rzecz biorąc, wyższe wykształcenie i większe zarobki sprzyjają aktywności fizycznej. Stanowi to wstępną przesłankę dla rozważań o różnicach klasowych w zakresie sportowego spędzania czasu wolnego. Podkreślić tu należy staranność, ostrożność i metodologiczną intuicję autora, który w przekonujący sposób objaśnia dysproporcje wyników uzyskanych przez GUS, CBOS oraz zespół realizujący projekt *Diagnoza społeczna*.

Rozdział pierwszy zawiera także kompetentną, choć z konieczności skrótową, prezentację koncepcji Bourdieu i możliwości jej zastosowania do pola, jakie stanowi sport. Lenartowicz przypomina zatem między innymi pojęcia kapitału kulturowego i habitusu. Podkreśla, że w skład kapitału kulturowego, którego jednostkowe zasoby kształtowane są głównie w środowisku rodzinnym, wchodzi nie tylko

umiejętności językowe, dobre maniery, ukształtowane gusty, kompetencje z zakresu literatury czy sztuki, dyplomy ukończonych szkół czy dyskryminujące dobra, lecz także właśnie kompetencje sportowe. Jak zaznacza autor *Klasowych uwarunkowań...*, „umiejętności w zakresie trudno dostępnych i możliwie bezużytecznych ekonomicznie praktyk sportowych mogą być dyskretnymi, ale ważnymi wyróżnikami stylu życia reprezentanta klasy dominującej” (Lenartowicz 2012: 50). W podobnie przekonujący sposób wysuwane są argumenty na rzecz uwzględnienia w koncepcji habitusu (rozumianego jako stanowiące rezultat procesów socjalizacyjnych predyspozycje do działania, sposoby bycia i postępowania) elementów związanych z kulturą fizyczną. Autor pisze bowiem: „częścią habitusu jednostki będą m.in. dyspozycje związane z szeroko definowaną kulturą fizyczną, postawą jednostki wobec ciała i cielesności, higieny, własnej urody, odżywiania się czy wreszcie podejmowania aktywności sportowo-rekreacyjnej i nadawanego jej sensu” (Lenartowicz 2012: 40).

Lenartowicz przypomina zarazem ważne ustalenia autora *Dystynkcji*, dotyczące charakteru sportów ludowych i sportów klas wyższych. Zgodnie z ciekawą propozycją Bourdieu reprezentanci klas wyższych mają dążyć do uprawiania sportów indywidualnych (nie zaś drużynowych, oznaczających konieczność podporządkowania się kolegom i kapitanowi zespołu), bez kontaktu cielesnego, w miejscach zastrzeżonych (nie zaś ogólnie dostępnych), niewymagających fizycznie, wymagających technicznie, w samodzielnie (lub nawet spontanicznie) określonym czasie. Podkreśla się zarazem, że – dzięki swojemu „technicznemu” charakterowi – sporty

klas wyższych mają być sportami całego życia, zaś kontuzjogenne i fizycznie wyczerpujące sporty klas ludowych (np. boks czy piłka nożna) byłyby sportami uprawianymi przede wszystkim w młodości.

Drugi rozdział książki stanowi prezentację założeń metodologicznych wykonanego projektu badawczego. Celem badań Lenartowicza było zebranie informacji na temat ewentualnych – obserwowanych w społeczeństwie polskim – klasowych różnic w zakresie rekreacji ruchowej i sportu czasu wolnego. W spektrum zainteresowań badawczych mieściła się też kwestia kreowania zasobów kapitału kulturowego wśród reprezentantów najmłodszego pokolenia. Czy Polacy różnią się swoimi sportowymi upodobaniami w zależności od przynależności klasowej? Jakie dyscypliny aktywności fizycznej wybierają dla swoich dzieci i jaka motywacja temu towarzyszy? Czy czynnik prestiżu/elitarności jest przy tych wyborach brany pod uwagę i czy występuje on jako faktor ukrywany lub jawny? Lektura *Klasowych uwarunkowań...* pozwala na udzielenie – przynajmniej częściowych – odpowiedzi na te pytania.

Lenartowicz w swoich badaniach wykorzystał technikę bezpośrednich indywidualnych wywiadów pogłębionych. Miały one pełnić rolę informacyjną (zrozumienie rzeczywistości respondentów), lecz także rozpoznawczą i przygotowawczą, a więc niejako „służebną” wobec drugiego etapu projektu. W etapie tym odwołano się do bezpośrednich wywiadów standaryzowanych (kwestionariuszowych) realizowanych na próbie ogólnopolskiej. Połączenie jakościowych i ilościowych metod badawczych można uznać za zaletę ze względu na spodziewane korzyści poznawcze

w postaci pozyskania bogatego i wiarygodnego materiału empirycznego (Konecki 2000: 126; Babie 2004: 49–50). Z wyróżnianych przez metodologów czterech rodzajów triangulacji, w przypadku omawianego projektu badawczego odwołano się do zróżnicowania metodologicznego (polegającego na wykorzystaniu w danym projekcie badawczym zestawu kilku różnych metod badawczych przy eksploracji tych samych zagadnień) (Konecki 2000: 85 i nast.)².

W sumie w ramach swojego projektu Lenartowicz wykonał i przeanalizował 35 indywidualnych wywiadów pogłębionych. W drugim etapie przeprowadzono 309 wywiadów kwestionariuszowych. Próba badawcza miała być reprezentatywna w skali kraju. W przypadku obu typów wywiadów respondentami byli rodzice dzieci uprawiających określone sporty (jeździectwo, piłka nożna, tenis, zapasy). Uczestnicy badań byli zaliczani do klasy wyższej, średniej i niższej (ludowej) na podstawie typologii kategorii zawodowych wykorzystywanej przez Bourdieu w *Dystynkcji*, a także w oparciu o uzyskiwane dochody i posiadane wykształcenie.

Wobec informacji przedstawionych w drugim rozdziale można wysunąć kilka komentarzy. Po pierwsze, tytuł rozdziału (*Metodologia badań*) należy uznać za mało fortunny lub wręcz niepoprawny. Metodologia jest bowiem dyscypliną naukową

² Poza triangulacją metodologiczną wyróżnia się także: (1) triangulację danych (polegającą na pozyskiwaniu i analizie danych w odniesieniu do różnych populacji i różnych momentów czasowych); (2) triangulację badaczy (polegającą na realizowaniu danego projektu przez kilka osób o różnym doświadczeniu i przygotowaniu); (3) triangulację teoretyczną (polegającą na prowadzeniu badań z wykorzystaniem więcej niż jednej perspektywy teoretycznej) (Konecki 2000: 85 i nast.).

i tytuł rozdziału wyczerpujący się w tym terminie niczego w zasadzie nie zapowiada. Rozdział prezentuje bowiem nie dorobek metodologii badań społecznych, lecz wypracowane i przyjęte przez autora rozwiązania metodologiczne wykorzystane w przeprowadzonym projekcie badawczym. Po drugie, ogólnopolska próba badawcza jest charakteryzowana jako losowa i Lenartowicz opisuje dość dokładnie przyjęty schemat doboru tej próby. Opis ten nie zawiera jednak takich podstawowych informacji, jak: wielkość zbiorowości generalnej, przyjęty błąd oszacowania oraz zakładany poziom ufności. Czytelnik nie wie zatem, z jakim zaufaniem/ostrożnością powinien traktować prezentowane wyniki. Z drugiej strony sam fakt wykorzystania w badaniach próby losowej (przy dodatkowo trudnym schemacie losowania) zasługuje na wyróżnienie. W socjologii coraz częściej są bowiem spotykane – prostsze w realizacji, lecz mniej wiarygodne – próby nieprobabilistyczne.

Rozdział trzeci i czwarty (ostatni) stanowią prezentację uzyskanych wyników (z – co może zaskakiwać – dominacją wyników badań jakościowych). Wykonane badanie dotyczyło motywacji i przesłanek do trenowania sportów przez dzieci, socjalizacji do sportu, oczekiwań rodziców związanych ze sportem, zaangażowania rodziców w zajęcia sportowe ich dzieci, konsumpcji sportowej w rodzinach (kibicowanie) oraz postrzeganej elitarności poszczególnych dyscyplin. Do najważniejszych i najciekawszych ustaleń badawczych prezentowanych w *Klasowych uwarunkowaniach...* – pochodzących z badania jakościowego – zaliczyć należy chyba stwierdzenie ukrywania/maskowania przez rodziców elitarystycznych motywacji dla wyboru sportów uprawia-

nych przez ich dzieci. Motywacje takie – towarzyszące na przykład treningowi jeździeckiemu lub tenisowemu – mogą być „zasłaniane” przez podkreślanie szlachetności, „kulturalności” oraz walorów estetycznych wspomnianych dyscyplin sportowych. Żachnięcie się jednego z respondentów, iż o atrakcyjności tenisa nie rozstrzyga to, że jest on modny, lecz to, iż jest interesujący wydaje się charakterystyczne i znaczące. Uprawianie tenisa może być zatem prestiżowe, ale sama elitarystyczna przesłanka dla tej aktywności zapewne prestiżowa już nie jest. Lektura podrozdziałów dotyczących motywacji wyboru sportu dla dzieci oraz postrzeganej elitarności sportów jest więc szczególnie zajmująca. Lenartowicz analizuje powyższe kwestie z niezbędną socjologiczną wyobraźnią i intuicją. Podobną wrażliwość i kompetencję manifestuje autor, ostrożnie traktując deklaracje respondentów dotyczące samodzielności dziecka w wyborze uprawianej dyscypliny sportowej, upatrując w nich raczej fasad odpowiadających obyczajowo-towarzyskiej poprawności niż adekwatnego obrazu rzeczywistości.

Z ilościowego segmentu projektu badawczego do najistotniejszych ustaleń zaliczyć można informację o braku klasowych różnic w postrzeganych korzyściach wynikających z treningu sportowego. Ważne jest także stwierdzenie występowania takich różnic w odniesieniu do wspólnego sportowego spędzania czasu w rodzinie (jest ono częstsze w przypadku reprezentantów klasy średniej i – zwłaszcza – wyższej). Lenartowicz odnotowuje również, że konsumpcja sportowa (kibicowanie) jest domeną przedstawicieli klasy niższej (ludowej). Kluczowe jest jednak to, że klasowe podziały w niewielkim stopniu określają zainteresowanie różnymi dyscyplinami.

Tylko niektóre sporty (bieganie, jazda na rowerze, sporty walki i piłka nożna), „wymykające” się zresztą podziałowi na to, co elitarne i pospolite, cieszyły się różną popularnością wśród przedstawicieli poszczególnych klas³. Podkreślić przy tym trzeba, że dyscypliny „typowo” elitarne (tenis, jeździectwo, narciarstwo) były uprawiane przez dzieci przedstawicieli wszystkich klas.

Niestety pewną słabością prezentowanej monografii – wynikającą chyba z organizacji procesu badawczego – jest to, że dwa pomiary, realizowane za pomocą dwóch różnych technik badawczych, przyniosły odmienne odpowiedzi na pytania problemowe. Lenartowicz czuje się wręcz w obowiązku rozpocząć podsumowanie swojej książki od przyznania, że „różne podejścia metodologiczne zastosowane w dwóch częściach badań empirycznych przyniosły w dużej mierze odmienne [...] obrazy klasowych uwarunkowań postaw polskich rodziców wobec sportu i rekreacji ruchowej” (2012: 151).

Monografię kończy bogaty wykaz wykorzystanej literatury (w znacznym stopniu obcojęzycznej), a także aneks przedstawiający opracowane narzędzia badawcze. Ułatwia to lekturę i pozwala czytelnikowi na dokładne rozpoznanie zakresu oraz sposobu pozyskiwania poszczególnych danych empirycznych. W tym miejscu należy też podkreślić staranność, z jaką napisana została prezentowana książka. Autor posługuje się eleganckim

³ Uzyskane przez Lenartowicza wyniki dotyczące biegania, wedle których miałyby to być sport popularny zwłaszcza wśród przedstawicieli klasy niższej (ludowej), wydają się wątpliwe. Wiele wskazuje bowiem na to, że bieganie – będące w naszym kraju przedmiotem szybko wzrastającego zainteresowania – pozostaje domeną osób dobrze wykształconych i dobrze sytuowanych (Dzięgiel 2014: 144; Stempień 2014; 2015).

i komunikatywnym językiem – bez niepotrzebnych, lecz coraz częściej w humanistyce spotykanych zawilosci – dzięki czemu lektura *Klasowych uwarunkowań...* jest nie tylko łatwa, lecz także zwyczajnie przyjemna.

Pomimo powyższych – w większości pozytywnych – stwierdzeń książka Lenartowicza skłania także do pewnych polemik i pytań. Przede wszystkim wątpliwość budzi bezkrytyczne zastosowanie koncepcji Bourdieu do współczesnego społeczeństwa polskiego. Czy na pewno struktura naszego społeczeństwa może być sensownie opisywana przy wykorzystaniu trzech kategorii klasowych (klasa wyższa, średnia i niższa – ludowa)? Czy wyróżnione i wykorzystywane przez Bourdieu kilkadziesiąt lat temu kategorie zawodowe oraz ich hierarchiczne uporządkowanie są dziś w pełni adekwatne wobec polskiego społeczeństwa? Lenartowicz w zasadzie pomija ten problem i ogranicza się do bardzo zdawkowego przywołania obserwacji Kazimierza Słomczyńskiego i Krystyny Janickiej, a także Henryka Domańskiego na temat utrzymywania się klasowego charakteru naszego społeczeństwa i klasowo określonych różnic stylu życia (Lenartowicz 2012: 54–55, 66–67). Niemniej tradycje polskiej inteligencji (Szczepański 1973: 58–175), które chyba wciąż pozostają jednak żywe, a także młodość polskiej klasy średniej nakazywałyby większy krytycyzm w aplikowaniu propozycji Bourdieu do naszego społeczeństwa. W książce wyraźnie brakuje osobnego fragmentu poświęconego strukturze polskiego społeczeństwa i klasowo determinowanych odmienności w zakresie realizowanego stylu życia.

Poza tym Lenartowicz – za przykładem Bourdieu – ignoruje kwestię społecznego funkcjonowania stereotypów dyscyplin sportowych. Dla części ludzi definiowanie pewnych sportów i rozrywek (tenis, brydż, jachting, narciarstwo itd.) jako prestiżowych, innych zaś jako pospolitych czy „ludowych” (np. zapasy, piłka nożna) może być jedynie mniej lub bardziej zabawną kliszą. Taki nieskomplikowany „obrazek” i proste etykietowanie poszczególnych dyscyplin przywodzącyby na myśl najmniej złożone stereotypy narodowe czy płciowe, na które pewni ludzie reagują wzruszeniem ramion, a inni jedynie konstruuja wokół nich dowcipy. Dla socjologa interesująca mogłaby być kwestia zidentyfikowania kategorii społecznych prezentujących nakreśloną tu postawę kontestacyjną.

Na koniec pewne wątpliwości może budzić organizacja procesu badawczego. Poprzedzenie badań ilościowych pomiarem jakościowym jest typowe dla przedsięwzięć eksploracyjnych. Badania realizowane z pomocą wywiadów swobodnych nieustrukturyzowanych mogą służyć właściwemu przygotowaniu badacza (poprzez dostarczenie odpowiednich wiadomości i wglądu w życie badanej zbiorowości) do procesu konstrukcji poprawnego narzędzia badawczego dla badań kwantytatywnych⁴. Takie oczekiwania deklaruje Lenartowicz (2012: 73). Opisywane tu rozwiązanie jest niewątpliwie użyteczne w sytuacji zainteresowania socjologa zagadnieniami rozpoznany dotychczas bar-

⁴ Allen H. Burton i Paul F. Lazarsfeld wskazują, że badania jakościowe częstokroć mogą pozwalać socjologowi na formułowanie problemów badawczych i stawianie hipotez na potrzeby badań ilościowych. Z drugiej strony autorzy ci podkreślają, że badania jakościowe mogą również służyć do weryfikacji teorii socjologicznych (Burton, Lazarsfeld 1986: 313–346).

dzo słabo lub wcale. Wydaje się jednak, że – dzięki rozwojowi socjologii – takich społecznych zagadnień jest obecnie niewiele i nie zalicza się do nich ani obszar stylu życia, ani sfera sportu czasu wolnego (i rekreacji ruchowej w ogóle). Wskazują na to liczne badania i lektury, spośród których część Lenartowicz przecież przywołuje i wykorzystuje. Mimo przyjętej organizacji procesu badawczego, autor *Klasowych uwarunkowań...* słusznie traktuje dane pozyskane w (przygotowawczym) etapie badania jakościowego jako merytorycznie i analitycznie użyteczne. W sumie materiał ten wydaje się nawet ciekawszy niż dane pochodzące z badania ilościowego. Niemniej można przyjąć, że poznawczo bardziej owocnym rozwiązaniem byłoby rozpoczęcie realizacji projektu badawczego od badań ilościowych (do ich przygotowania wystarczyłaby wiedza pochodząca z licznych dotychczasowych badań), a następnie wykonanie badań jakościowych w celu uzyskania odpowiednich pogłębionych komentarzy i wyjaśnień. Na etapie przygotowania samej książki pozwoliłoby to na jednoczesną analizę danych uzyskanych w obu pomiarach (uporządkowaną według kolejnych problemów badawczych). Byłoby to chyba rozwiązanie bardziej inspirujące i ciekawsze dla czytelnika od – zastosowanego w prezentowanej książce – osobnego opisu najpierw wyników pomiaru pierwszego (rozdział trzeci), a potem drugiego (rozdział czwarty).

Reasumując, prezentowana tu książka jest niewątpliwie pozycją interesującą, zasługującą na uwagę. Podjęty został ważny problem sportowego spędzania czasu wolnego. Jest to tym istotniejsze, że ideologia *healthismu* i swoistego kulturowego przymusu dbałości o zdrowie i ciało rozpowszechnia się

także w Polsce (Borowiec, Lignowska 2012). Wykorzystano klasyczną teorię Bourdieu i przypomniano tym samym te jej wątki, które są często pomijane. Z pewnością autora należy zachęcić do realizacji dalszych badań. Niepełną i nieostateczną jest bowiem odpowiedź Lenartowicza na pytanie, czy reprezentanci różnych klas społecznych poświę-

cają czas wolny na kultywowanie różnych dyscyplin i czy sport ma charakter dystynktywny. Bez wątplenia można jednak przyjąć, że w Polsce samo uprawianie sportów w czasie wolnym ma charakter wyróżniający i pozostaje domeną (podobnie jak hołdowanie wspomnianemu *healthismowi*) tworzącej się klasy średniej (Cybulska 2003; Łysoń 2013).

Bibliografia

Babbie Earl (2004) *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Borowiec Agnieszka, Lignowska Izabella (2012) *Czy ideologia healthismu jest cechą dystynktywną klasy średniej w Polsce?* „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3, s. 95–111.

Burton Allen H., Lazarsfeld Paul F. (1986) *Niektóre funkcje analizy jakościowej w badaniach społecznych* [w:] Antoni Sułek, oprac., *Metody analizy socjologicznej. Wybór tekstów*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, s. 313–347.

Cybulska Agnieszka (2003) *O aktywności fizycznej Polaków*. Komunikat CBOS nr 2868.

Konecki Krzysztof (2000) *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Dzięgiel Angelika (2014) *Profile uczestników imprezy biegowej* [w:] Zygmunt Waśkowski, red., *Marketing imprez biegowych*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, s. 141–156.

Lenartowicz Michał (2012) *Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu*. War-

szawa: Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego.

Łysoń Piotr (2013) *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2012 roku*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.

Siciński Andrzej (1989) *O pojęciu stylu życia* [w:] Wiesława Pielańska, red., *Style życia i uczestnictwo w kulturze*, tom 1. Warszawa: Instytut Kultury, s. 13–28.

Stempień Jakub Ryszard (2014) *Płeć maratonu – sport czasu wolnego w doświadczeniu kobiet*. „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1, s. 169–186.

Stempień Jakub Ryszard (2015) *Egalitaryzm sportu amatorskiego? Przykład reprezentacji kategorii społecznych w polskim ruchu biegowym* [w:] Jolanta Grotowska-Leder, Ewa Rokicka (red.), *Przemiany społeczne we współczesnej Polsce i ich konsekwencje. Perspektywa socjologiczna*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 183–200.

Szczepański Jan (1973) *Odmiany czasu teraźniejszego*. Warszawa: Książka i Wiedza.

Cytowanie

Stempień Jakub Ryszard (2015) *Recenzja książki: Michał Lenartowicz (2012) „Klasowe uwarunkowania sportu i rekreacji ruchowej z perspektywy teorii Pierre'a Bourdieu”*. Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 11, nr 2, s. 218–225 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <www.przegladsocjologiijakosciowej.org>.

PSJ

Dostępny online
www.przegladsocjologiijakosciowej.org

„PSJ” stworzyliśmy, aby umożliwić swobodny przepływ informacji w społecznym świecie socjologii jakościowej. Adresujemy go do wszystkich socjologów, dla których paradygmat interpretacyjny i badania jakościowe stanowią podstawową perspektywę studiowania rzeczywistości społecznej.

Sport w dyskursie – dyskurs sportu

Tom XI ~ Numer 2

31 maja 2015

REDAKTOR NUMERU TEMATYCZNEGO: Wojciech Woźniak

REDAKTOR NACZELNY: Krzysztof T. Konecki

REDAKCJA: Waldemar Dymarczyk, Marek Gorzko

Anna Kacperczyk, Sławomir Magala

Łukasz T. Marciniak, Jakub Niedbalski

Izabela Ślęzak-Niedbalska

KOREKTA I EDYCJA: Magdalena Chudzik-Duczmańska,

Magdalena Wojciechowska

PROJEKT OKŁADKI: Anna Kacperczyk

ISSN: 1733-8069