


Adam Omorczyk 

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie



SPORT ZAPOŚREDNICZONY. KONSUMPCJA KULTURY FIZYCZNEJ W POLSKICH DOMACH

Recenzja książki: **Michał Lenartowicz. 2023. *Sport nasz powszedni. Praktyki konsumpcji sportowej Polaków***. Wydawnictwo Naukowe Scholar, 240 s.

Kultura fizyczna staje się coraz intensywniej eksplorowanym obszarem w naukach społecznych, co potwierdza tylko, że jest ona istotną i nieodzowną częścią życia człowieka. Prężnie rozwijająca się subdyscyplina socjologii traktująca o sporcie, zwłaszcza na polskim gruncie, potrzebuje jednak kolejnych badań i publikacji, wypełniających białe plamy społecznych rozważań na temat udziału społeczeństwa w szeroko pojętej kulturze fizycznej. Jedną z nich zdaje się być publikacja Michała Lenartowicza pt.: *Sport nasz powszedni. Praktyki konsumpcji sportowej Polaków*.

Książka podzielona została na siedem rozdziałów, z których pierwszych pięć ma charakter teoretycznych rozważań nad podjętym tematem, po których następuje część metodologiczna, a następnie empiryczna. Całość poprzedzona jest obszernym wstępem i zwieńczona stosunkowo zwięzłym zakończeniem. Uzupełnieniem są zamieszczone na końcu bibliografia oraz spisy rycin, tabel i wykresów, a także załączniki w postaci ankiety autorskiej i uzupełniających tabel wynikowych. Indeks nazwisk jest ostatnim elementem książki, ale niezwykle przydatnym w przypadku jej papierowej wersji.

Autor rozpoczyna swoją książkę od wstępu, w którym wyjaśnia motywy podjęcia problematyki praktyk konsumpcji sportowej Polaków. Już w pierwszym zdaniu pojawia się nazwisko francuskiego socjologa Pierre'a Bourdieu, którego teoria klasowa będzie jednym z głównych wątków teoretycznych książki. Lenartowicz wspomina, iż zajmuje się tematyką klasowych uwarunkowań w kulturze fizycznej już od trzydziestu lat, co pozwala wierzyć, że jest on w tej kwestii doświadczonym badaczem. Przez te trzy dekady polskie społeczeństwo

AWF, adam.omorczyk@awf.edu.pl, ORCID 0000-0001-8886-0483.

Tekst opublikowany na warunkach licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska (CC BY-NC-ND 3.0 PL).

doświadczyło głębokich przeobrażeń naznaczonych kamieniami milowymi, począwszy od przemian ustrojowych w 1989 roku, poprzez wejście Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku, czy organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku. Te przełomowe momenty, jak wskazuje Lenartowicz, pozwalają na dokonanie analiz porównawczych stanu społeczeństwa przed i po wybranym wydarzeniu. Mowa tu jednak o sytuacjach, kiedy badacz zna termin wystąpienia pewnego faktu. Może on wtedy zaprojektować dwukrotny pomiar i uzyskać informacje na temat wpływu konkretnego bodźca na wybraną grupę (Sułek, 1979, s. 108–112). Pandemia koronawirusa była jednak nie tylko nieprzewidziana, ale także nie sposób było ocenić na początku, jak długo będzie trwała. Takie zdarzenia stają się dla badacza zarówno wyzwaniem, jak i szansą na podjęcie nowego problemu. Gdy autor przeprowadzał pierwsze badania (rok 2017), nie mógł przypuszczać, że trzy lata później ludzkość znajdzie się w sytuacji kolejnego przełomu, który tak istotnie wpłynie na wszelkie przejawy działalności człowieka, włączając w to kulturę fizyczną. Mimo wszystko to właśnie dzięki takim przełomom można dokonać ciekawego porównania sytuacji i wyciągnąć cenne wnioski ze zmian, jakie nastąpiły w społeczeństwie w tak krótkim, acz intensywnym czasie.

W rozdziale pierwszym autor, dzięki swej niewątpliwej erudycji, przeprowadza czytelnika przez przegląd dotychczasowych badań dotyczących zarówno kibiców, jak i całościowej konsumpcji sportowej. W zwięzły sposób wyłuskuje najcenniejsze z punktu widzenia jego badań treści prowadząc jednocześnie do konstatacji, że powziętą przez niego tematyką zajmuje się niewielu naukowców. Lenartowicz, co prawda, wymienia badaczy zajmujących się kibicami i sportową konsumpcją (zob. Antonowicz i Wrześniński [2009] oraz Garry Crawford [2004]), ale uwypukla tym samym problem niewielkiego zainteresowania naukowego „zwykłymi konsumentami sportu” (s. 19). Bogaty przegląd dotychczasowej literatury o kibicowaniu i konsumpcji sportowej jest nie tylko solidną bazą wyjściową dla recenzowanej książki, ale uwidocznia jednocześnie to, na co najczęściej zwracają uwagę naukowcy. Okazuje się bowiem, że – szczególnie na polskim gruncie – dominują badania związane ze środowiskiem piłkarskim, zwłaszcza męskim. Mimo iż pojawiających się publikacji dotyczących między innymi uczestnictwa kobiet w sporcie, czy też takich, w których autorzy analizują zachowania kibicowskie w innych dyscyplinach sportowych przybywa, to jednak na polskim gruncie przoduje nadal tematyka piłkarska. Szeroki przegląd literatury staje się zatem uzasadnieniem powzięcia przez autora tematyki badań, ale także – co warto zaznaczyć – uwypukla istotność eksploracji zjawisk powolnych, mało spektakularnych, a mimo to mających dostrzegalny wpływ na populację. Niezwykle cennymi okazały się również badania wybitnych polskich socjologów, zarówno Henryka Domańskiego z 2015 roku, jak i Mariana Golki z 2007 roku, które zainspirowały autora do skonstruowania odpowiednich

„kryteriów i schematów analizy konsumpcji sportowej Polaków” (s. 32), wykorzystanych w jego badaniach z 2021 roku.

Kolejna część książki traktuje o teorii klasowej Pierre’a Bourdieu. Jest to więc niezwykle istotny rozdział, dzięki któremu możliwe jest zrozumienie teoretycznych podstaw tej pracy. Czytelnikowi przybliżone zostają koncepcje *habitusu*, *kapitału społecznego* oraz *pola*, które, jak podsumowuje je Patricia Thomson (2014, s. 79), „oferują epistemologiczne i metodologiczne podejście do uhistorycznionego i partykularnego rozumienia życia społecznego”. W rozważaniach nad dorobkiem pochodzącego z południowo-wschodniej Francji socjologa autor stara się jednocześnie przybliżyć nam te fragmenty, które dotyczą sportu i jego społecznej roli. Jak się okazuje, Bourdieu wielokrotnie odnosił się w swych pracach do kultury fizycznej, która interesowała go przede wszystkim w odniesieniu do jej społecznych benefitów. Sport nie jest statycznym tworem, ale podlega nieustannym zmianom tak samo, jak kontekst społeczny w ramach którego funkcjonuje. Gry ludowe stają się elitarnymi (np. rugby), a te niegdyś przeznaczone dla arystokracji, ewoluują w uciechę dla mas (np. tenis). Działania i wybory człowieka, również w obszarze kultury fizycznej, są powiązane z jego pozycją społeczną. Charakteryzująca ludzi o niższym statusie wizja sportu i praktyk stosowanych w jego ramach będzie odmienna od tej, w jaką wyposażeni będą ci, którzy należą do klas wyższych.

W kolejnym rozdziale autor płynnie przechodzi do klasowego zróżnicowania sportowych praktyk i konsumpcji. Dzięki wnikliwej analizie czytelnikowi zaczyna klarować się obraz społeczeństwa, w którym – upraszczając – bogaci grają w golfa, a biedni kopią w piłkę. Ten skrót myślowy odzwierciedla jednak zasadnicze różnice i powstające podziały w ramach społeczeństwa na gruncie udziału w szeroko pojętej kulturze fizycznej. Ekonomiczna przewaga klas wyższych umożliwiającą zakup odpowiedniego sprzętu, sieć kontaktów i przynależność do elitarnych klubów symbolizują prestiż pożądaný i naśladowany przez ludzi znajdujących się na niższych szczeblach społecznej drabiny. Autor, powołując się na badania Ingara Mehusa (2005), wskazuje ponadto, że w pośrednim uczestnictwie w kulturze fizycznej (np. dzięki telewizji) istotną rolę odgrywa także poziom kapitału kulturowego (w tym edukacji). Ciekawym wątkiem podjętym przez Lenartowicza pod koniec rozdziału trzeciego jest ten dotyczący obiektów sportowych coraz częściej stających się przestrzeniami dla wybranych. Na stadionach oferowane są specjalne, ekskluzywne i wydzielone strefy dla najbogatszych, a cenami biletów można regulować profil potencjalnego kibica. Architektura staje się narzędziem do utrwalania barier i tworzenia nowych, eliminując z przestrzeni infrastruktury sportowej ludzi niepożądanych.

W czwartym rozdziale recenzowanej książki zostają zdefiniowane i solidnie opisane pojęcia konsumpcji sportowej oraz socjalizacji konsumentów sportu. Te dwa pojęcia są ze sobą naturalnie powiązane, a konsumpcja sportowa zależna

jest od procesów socjalizacyjnych. Odwołując się do rozmaitych prac naukowych, zarówno polskich jak i zagranicznych, a także do swoich własnych badań, autor uzmysławia czytelnikowi, jak przynależność dziecka do którejś z klas może determinować wybory dorosłego konsumenta sportu. Wpływ rodziny na wczesne kontakty potomstwa z kulturą fizyczną daje podstawy do podążania przez nie ścieżką aktywności sportowej. Ta z kolei w dorosłym życiu przynosi konkretne korzyści, zarówno w estetyce ciała, jak i jego zdrowiu. Konsumpcja sportowa nie ogranicza się jednak wyłącznie do czynnego uczestnictwa w indywidualnych treningach czy grach zespołowych. Przejawiać może się również w kibicowaniu, zarówno bezpośrednio na trybunach, jak i pośrednio przed ekranem telewizora, telefonu czy komputera. Dotykając tego zagadnienia autor stwierdza nawet, iż „te dwie grupy kibiców są potrzebne sobie nawzajem” (s. 65). I choć często nie zdajemy sobie z tego sprawy, oglądając mecz w domowym zaciszu, wypełniamy go gwarem stadionowej widowni. Jakże odmienne odczucia towarzyszyły nam w trakcie pandemii, kiedy to trybuny pozostawały puste. Autor pokazuje jednocześnie, że to dzięki rosnącej w zawrotnym tempie liczbie kibiców przed telewizorami świat sportu zaczął się intensywnie zmieniać. Sponsorzy i prawa do transmisji stały się kluczowymi elementami finansowania takich organizacji jak MKOl czy FIFA. Na polskim gruncie istotne zmiany w kibicowskiej kulturze nastąpiły z kolei dzięki Euro 2012. Profil bywalca stadionowego ewoluował, a na mecze przychodzić zaczęły rodziny z dziećmi i kobiety. W ostatnich akapitach czwartego rozdziału autor próbuje skonfrontować ze sobą zarówno plusy, jak i minusy bezpośredniej i pośredniej konsumpcji sportowej. Robi to jednak z wyczuciem, nie negując jednych zachowań i nie trywializując drugich. Przedstawione zagadnienia podane są czytelnikowi jako pole do dalszych interpretacji, snutych w namyśle nad tym, jakie miejsce my sami pełniemy w tej konsumpcyjnej przestrzeni.

Problem uzależnienia świata sportu od mediów, a także wpływ pandemii Covid-19 na widowiskowy sport, są tematami kolejnego rozdziału. Autor przygląda się w nim rosnącej i intensyfikującej się mediatyzacji sportu, jaka miała miejsce zwłaszcza przed pandemią. Okazuje się, że relacje występujące pomiędzy sportem a kulturą konsumpcyjną doczekały się osobnej periodyzacji w świecie nauki. Przytaczani przez Lenartowicza na 85 stronie Richard Giulianotti i Dino Numerato (2018) zaproponowali podział tych wzajemnych powiązań na trzy fazy. Pierwsza rozpoczęła się jeszcze pod koniec XIX wieku, kolejna zastąpiła ją w latach czterdziestych ubiegłego stulecia, a w trzecią świat sportu wszedł cztery dekady później. Podział ten pokazuje, jak intensywne procesy towarzyszyły przejawom kultury fizycznej od końca XIX wieku po teraźniejszość. Żyjąc w trzeciej fazie jesteśmy świadkami komodyfikacji (utowarowienia) sportu (Lenartowicz, 2019, s. 333) i uprzedmiotowienia, czy wręcz dehumanizacji sportowca (Dziubiński, 2019, s. 88). Sport staje się produktem, który według

twardych zasad rynku musi zostać sprzedany z zyskiem. Autor po raz kolejny udowadnia, powołując się na konkretne badania, że w obecnej sytuacji znacznie cenniejszym dla lig, klubów czy organizacji sportowych jest kibic oglądający mecz za pośrednictwem środków masowego przekazu, a więc będący „medialnym konsumentem sportu” (s. 90), co przekłada się bezpośrednio na zyski stacji telewizyjnych. Te z kolei, uzyskując prawa do transmisji wydarzeń sportowych, stają się istotnym, a w niektórych przypadkach większościowym źródłem finansowania organizacji sportowych. Stające wobec sytuacji pandemicznej media były zdezorientowane w pierwszych tygodniach *lockdownu*. Najbardziej spektakularne decyzje zostały podjęte przez MKOl w sprawie letnich igrzysk (po raz pierwszy w historii przełożone zostały na następny rok) oraz przez UEFA wobec Euro 2020. Jednak, jak podkreśla Lenartowicz, odwoływanie cyklicznych wydarzeń sportowych o mniejszej skali równie dotkliwie wpłynęło na medialny świat, wypełniony do tej pory licznymi sportowymi transmisjami. W obliczu zdarzeń, których nie można było przewidzieć, poszkodowani zostali nie tylko sportowcy, kibice czy media, ale także właściciele obiektów sportowych czy całe miasta przygotowane do przeprowadzenia większego wydarzenia. W przypadku igrzysk olimpijskich w Tokio pandemia odbiła się szerokim echem zarówno na polityce całego państwa (Rozmiarek, 2021), jego ekonomii (Jastrząbek, 2021), jak i społeczeństwie, w tym zwłaszcza na tokijczykach (Omorczyk, 2021). Wśród sportowych eventów autor wymienia wspomniane wcześniej igrzyska i Euro, jak również zawody tenisowe czy koszykarskie. Pozostaje zatem lekki niedosyt co do rozgrywek w innych dyscyplinach sportowych. Polscy przedsiębiorcy, do których należą bez wątpienia właściciele fitness klubów, podejmowali się wielu środków zaradczych mających na celu przynajmniej złagodzenie dotkliwych obostrzeń i gwałtownego spadku czy wręcz braku przychodów. Działania te opierały się nierzadko na sprytnym obejściu zakazów w taki sposób, by usługi mogły być nadal świadczone. Autor uważa ponadto, że pandemia „spowodowała czasowe wyhamowanie pozytywnej tendencji wzrostu poziomu uczestnictwa Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej” (s. 105) i można chyba założyć, że w wielu innych państwach zaszły podobne zjawiska, a Polska nie była tutaj wyjątkiem. Według danych GUS, na które powołuje się autor, nasze społeczeństwo w 2020 roku cofnęło się w czasie o sześć lat, jeśli chodzi zarówno o liczbę klubów, jak i ćwiczących w nich osób. Ilustruje to zamieszczony na 112 stronie wykres, w którym warto zauważyć, że pierwsze trzy badania były przeprowadzane co cztery, a następne już co dwa lata.

Metodologiczny rozdział szósty to zwięzły i syntetyczny opis zastosowanych w badaniach własnych metod i narzędzi badawczych. Wyjaśnia on przy tym dobór metody CATI podając jej mocne, jak i słabe strony. Ta informacja może zainteresować szczególnie początkujących naukowców chcących skorzystać z metody indywidualnego wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo.

Zarówno w przeprowadzonych w 2017 roku badaniach sondażowych, jak i tych z 2021 roku posłużono się autorskim kwestionariuszem, przy czym w drugim przypadku wykorzystano 17 z 20 pytań w części zasadniczej, a także wszystkie metryczkowe. Dzieląc respondentów wedle klas Lenartowicz użył zaproponowanego przez wielokrotnie wspomnianego Bourdieu podziału, opierającego się na posiadanym przez ludzi kapitale ekonomicznym i kulturowym. Pojawiają się zatem w wynikach klasy: wyższa (najmniej liczna), średnia (dzielona dodatkowo na frakcję wyższą i niższą) oraz najliczniej reprezentowana klasa niższa.

Czytelnik wyposażony w wiedzę teoretyczną stanowiącą podstawę do podjęcia badań, a także dowiedziawszy się o zastosowanej metodologii, która określiła ich ramy oraz proces przeprowadzenia, może w końcu przejść do rozdziału siódmego. Autor poprzednimi sześcioma częściami książki gruntownie przygotował odbiorcę na przyswojenie ostatecznych wyników swojej pracy. Początkowo, w myśl zasady „od ogółu do szczegółu” Lenartowicz pokazuje problem czasu wolnego Polaków i dokonywanych w jego ramach wyborów. Tu nie mogło być zaskoczenia, niezależnie od tego, do jakich badań sięgniemy. Polacy – zwłaszcza starsi – najchętniej wypełniają swoje wolne chwile oglądaniem telewizji. Autor zwraca jednak uwagę na zależności między przynależnością klasową a czasem spędzonym przed telewizorem. W ramach takiej konsumpcji czasu wolnego pojawia się w końcu całe spektrum treści, które przyciągają konkretne liczby widzów. Dzięki przeprowadzonym dwóm badaniom, które dzielił czteroletni okres, można porównać dane i zauważyć tendencje, jakie zachodzą w polskim społeczeństwie w przypadku konsumpcji sportowej. Polacy chętnie oglądają sport w telewizji, niemniej jak się okazuje, czynność ta jest różnicowana ze względu na płeć widza. To właśnie mężczyźni częściej zasiadają przed telewizorami, by kibicować popieranej drużynie, kobiety z kolei robią to rzadziej. Pojawiające się w tekście dane dotyczące najchętniej oglądanych dyscyplin sportowych doskonale obrazują problem przeprowadzania badań w różnych okresach roku. W przypadku pierwszych, jak wskazuje autor, zimowa pora¹ podnosi skoki narciarskie do rangi najchętniej oglądanych, przeprowadzone w maju drugie badania plasują tę dyscyplinę sportu na trzecim miejscu, za piłką nożną i siatkówką. Lekkoatletyka z kolei oglądana jest nieco ponadtrzykrotnie chętniej w przypadku badań z 2021 roku, niż w tych z 2017 roku. Można jedynie zastanawiać się, czy wpłynęła na to rozwijająca się wiosna, czy zbliżające się, przesunięte o rok Igrzyska Olimpijskie w Tokio. Ciekawym dopełnieniem tych danych byłaby próba porównania najchętniej oglądanych dyscyplin sportowych z ilością czasu antenowego poświęcanego im w telewizji, choć to już temat na odrębne badania. Prócz problemu konsumpcji

¹ Autor nie wskazuje co prawda zimy, natomiast pisze o czasie w roku, w którym przeprowadzane i transmitowane są skoki narciarskie.

sportu za pośrednictwem telewizora, autor przygląda się jej także w odniesieniu do prasy, radia, internetu i zakładów bukmacherskich. Widać wyraźnie, jak niewielkim dziś zainteresowaniem cieszy się prasa sportowa i radio. Rośnie za to poszukiwanie informacji sportowych w internecie, co popularne jest zwłaszcza wśród osób z wyższym wykształceniem. Interesującą informacją okazuje się przynależność klasowa w stosunku do tzw. bukmacherki, gdzie to jednostki z klas wyższych i średnich częściej obstawiały mecze niż osoby z klasy niższej. Przechodząc do problemu uczestnictwa w wydarzeniach sportowych bezpośrednio na arenach, wyniki badań autora z 2021 roku jednoznacznie pokazują wzrost zainteresowania kibicowaniem stadionowym w stosunku do tych z 2017 roku. Mimo tej zwykłej tendencji (spowodowanej być może głodem zawodów po okresie pandemii) nadal niemal połowa pytanym wskazywała, że wcale nie chodzi na zawody sportowe. Przeprowadzone badania uwzględniały także poczucie bycia kibicem przez Polaków oraz ich przywiązanie do klubów sportowych. Następnie autor przyjrzał się korelacjom między konsumpcją sportu (zarówno bezpośrednią, jak i pośrednią), a uprawianiem sportu i rekreacji, których to w swych badaniach nie stwierdził. Istotny fragment ostatniego rozdziału jest poświęcony znaczeniu pandemii dla konsumpcji sportowej. Co oczywiste, w czasie tzw. *lockdownu* Polacy częściej oglądali sport w telewizji niż wcześniej. Warto też wspomnieć, że w jego początkowych fazach stacje telewizyjne pozbawiane były możliwości transmitowania nowych wydarzeń sportowych. W porównaniu z 2017 rokiem, badania przeprowadzone w 2021 roku, a zatem bezpośrednio po roku najwyższej intensywności wirusa i wprowadzania najbardziej dotkliwych społecznie ograniczeń, Polacy chętniej zaczęli uprawiać sport i rekreację ruchową, jednak o wiele rzadziej wybierali formy zorganizowanych zajęć.

Wyniki badań zawarte w tabelach i wykresach przynoszą obraz stereotypowego konsumenta sportu w Polsce. Byłby to zatem dorosły mężczyzna samotnie oglądający sport w telewizji z przekąskami i napojami w rękę. Oczywiście jest to niezwykle uproszczony schemat, banalizujący niuanse, jakie wynikają z problemu sportowej konsumpcji Polaków. Te detale odkrywa dzięki swym badaniom Lenartowicz, który nie ograniczył się do badania problemów związanych ze sportem wyłącznie do świata kultury fizycznej. Przeprowadzone na ogólnopolskiej próbie wywiady dają zatem obraz zmian i tendencji w ramach całego społeczeństwa. Mimo iż autor poświęca wiele stron na klasowe podziały i zależności, w analizie pojawiają się także takie zmienne jak płeć, wiek czy miejsce zamieszkania. Recenzowana pozycja z pewnością przybliżyła nam problem, nad którym większość czytelników nigdy się nie zastanawiała i, być może, nawet nie jest go świadoma. Status społeczny ma, jak się okazuje, istotne znaczenie dla udziału w konsumpcji sportowej, choć zdecydowanie łatwiej jest zauważyć takie korelacje w sztuce, architekturze czy literaturze.

Autor recenzowanej publikacji zdecydowanie najwięcej uwagi poświęca w niej piłce nożnej, która nieustannie pozostaje obfitym źródłem sportowych emocji Polaków. Mimo iż pojawiają się także informacje o siatkówce, koszykówce czy żużlu to, razem z pozostałymi dyscyplinami, stanowią raczej tło dla świata piłkarskiego. Czytelnik – zwłaszcza niebędący kibicem piłki nożnej – mógłby oczekiwać poświęcenia nieco większej uwagi innym sportom, jednak musi on pamiętać, że badania dobitnie pokazują to, co cieszy się zainteresowaniem społeczeństwa polskiego w największym stopniu. W tym przypadku każdy tekst traktujący o mniej popularnych dyscyplinach i ich społecznym kontekście jest i będzie na wagę złota. Mimo iż we wstępie wskazywane są projekty, w ramach których realizowano poszczególne badania, zdecydowanie mniej miejsca poświęca autor na przybliżenie tych pierwszych. Brakuje zatem informacji, czy wyniki badań z 2017 roku miały zostać opublikowane, a jeśli nie, to jaki był tego powód. Niektóre z występujących w badaniach problemów warto byłyby także nieco szerszego omówienia czy analizy, jak choćby enigmatyczność wysokiego stopnia odmowy odpowiedzi na pytanie o dochód gospodarstwa domowego w 2017 roku (gdzie w badaniach z 2021 roku jest on niewielki). Korzystanie z zamieszczonych w tekście tabel i wykresów (zwłaszcza w przypadku wyników które można porównać) bywa czasami utrudnione poprzez między innymi zastosowanie innej kolejności w legendach w stosunku do kolejności słupków wykresu.

Pandemia Covid-19 była momentem we współczesnej historii, który miał niebagatelny wpływ na wszystkie dziedziny życia i każdy zakątek globu. Świat kultury fizycznej również nie został ocalony przed nagłymi zmianami, próbami odnalezienia się w nowej sytuacji i działaniami adaptacyjnymi. Szczególnie mocno odczuły to media, stające w obliczu braku wydarzeń, które mogłyby transmitować, jak i sportowcy, wracający na puste stadiony. Jak pokazuje autor recenzowanej publikacji, zmiany nie ominęły także pośrednich uczestników kultury fizycznej. Oglądanie zawodów sportowych przy pustych trybunach miało zupełnie inny, nieporównywalny z niczym wcześniej, wymiar. Prócz ukazania zmian, jakie zaszły w praktykach konsumpcji sportowej Polaków na przestrzeni czterech lat, zainteresowani tematem czytelnicy odnajdą w tekście nierzadko gorzką prawdę o przyzwyczajeniach i wyborach dokonywanych w czasie wolnym przez przeciętnego mieszkańca kraju nad Wisłą. Autor, dzięki swym badaniom, zwraca uwagę czytelnika na subtelne, ledwie zauważalne procesy, będące jednocześnie częścią długofalowych i dogłębnych przemian w ramach całego współczesnego społeczeństwa polskiego.

Bibliografia

- Antonowicz, D., Wrzesiński, Ł. (2009). Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii. *Studia Socjologiczne*, 1(192), 115–149.
- Crawford, G. (2004). *Consuming Sport. Fans, Sport and Culture*. Routledge.
- Dziubiński, Z. (2019). Olimpizm a nowoczesność. W: Z. Dziubiński, Z. Krawczyk i M. Lenartowicz (red.), *Socjologia kultury fizycznej* (s. 83–96). Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.
- Giulianotti, R., Numerato, D. (2018). Global sport and consumer culture: An introduction. *Journal of Consumer Culture*, 18(2), 229–240.
- Jastrząbek, J. (2021). The economic impact of postponing the Olympic Games. W: A. Banio (red.), *Summer Olympic Games Tokyo 2020 Facing the Coronavirus COVID-19 Pandemic* (s. 45–68). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Lenartowicz, M. (2019). Kariera sportowa i jej społeczne uwarunkowania. W: Z. Dziubiński, Z. Krawczyk i M. Lenartowicz (red.), *Socjologia kultury fizycznej* (s. 327–341). Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie.
- Mehus, I. (2005). Distinction through sport consumption: Spectators of soccer, basketball, and ski-jumping. *International Review for the Sociology of Sport*, 40(3), 321–333.
- Omorczyk, A. (2021). Opportunities, threats, and possible implications for the city, its spaces, and its inhabitants as a result of the change of date of the Olympic Games. In: A. Banio (red.), *Summer Olympic Games Tokyo 2020 Facing the Coronavirus COVID-19 Pandemic* (s. 69–86). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Rozmiarek, M. (2021). In pursuit of Shinzō Abe's Olympic dream? Olympics in Japan's 2020 politics. In: A. Banio (red.), *Summer Olympic Games Tokyo 2020 Facing the Coronavirus COVID-19 Pandemic* (s. 23–44). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Sułek, A. (1979). *Eksperyment w badaniach społecznych*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Thomson, P. (2014). Field. In: M. Grenfell (red.), *Pierre Bourdieu: Key Concepts* (s. 65–82). Routledge.

