



Mirosław Tokarz

doktorant, Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy
im. Jana Długosza w Częstochowie
ORCID: 0000-0001-7808-4206

Socjologia sportu, red. Honorata Jakubowska, Przemysław Nosal

[WN PWN, Warszawa 2017, 291 ss.]

Sport jest przedmiotem badań naukowych w zakresie nauk medycznych, ekonomicznych, historii, psychologii, a nawet fizyki i nauk inżynierskich, jednak tylko na gruncie socjologii udziela się odpowiedzi na pytanie, dlaczego ludzie uprawiają sport i skąd bierze się fenomen popularności niektórych dyscyplin. W socjologii sportu bada się nie tylko formy spędzania czasu wolnego, ale także przyczyny rozwoju dyscyplin w różnych okresach oraz w różnych warstwach społecznych. Analiza społecznego i humanistycznego wymiaru sportu ma w nauce polskiej bogatą tradycję, wystarczy wskazać dzieła Wojciech Lipońskiego oraz Andrzeja Ziemińskiego¹. Pierwszy opisuje sport w perspektywie historycznej, socjologicznej i kulturoznawczej, drugi natomiast podejmuje refleksję socjologiczną nad fenomenem sportu. „Socjologia sportu jest jedną z tych subdyscyplin socjologicznych, które – stwierdza Arkadiusz Kołodziej – mogą poszczycić się pewną tradycją badawczą – mają nadal spory potencjał

¹ Zob. W. Lipoński, *Historia sportu*, WN PWN, Warszawa 2012; *idem*, *Humanistyczna encyklopedia sportu*, Sport i Turystyka, Warszawa 1987 oraz A. Ziemiński, *Wokół sportu*, Oficyna Literatów, Warszawa 2002; *idem*, *Ludzie boiska, ludzie estrad. Szkic do portretu socjologicznego*, Iskry, Warszawa 1981.

rozwojowy”². Na marginesie warto przypomnieć, że pionierska *Socjologia sportu* (*Sociologie des Sports*) autorstwa Heinza Risse ukazała się w Niemczech w 1921 r.

Recenzowana monografia to wielowymiarowa analiza socjologiczna, będąca dziełem grupy badaczy skupionych wokół dwójki poznańskich socjologów. Teksty trzynastu autorów składają się na książkę pod redakcją Honoraty Jakubowskiej, badającej sport m.in. w perspektywie *gender studiem*, oraz Przemysława Nosala, reprezentującego nurt humanistyki nieantropocentrycznej w badaniu powiązań sportu z technologią, ekonomią i polityką³. Kolejne rozdziały poświęcone są nader zróżnicowanym aspektom sportu, m.in. problematyce dopingiu, sportowych emocji, globalizacji sportu i masmediom, zachowaniom kibiców, związkom sportu z rasą, klasą społeczną i religią oraz technologiom i stosunkom wizualnym.

Książkę otwiera rozdział autorstwa Aleksandry Leszczyńskiej, poświęcony problemowi dopingiu we współczesnym sporcie wyczynowym. Autorka podejmuje refleksję nad społecznym kontekstem zjawiska, traktując je jako patologię społeczną, a więc naruszanie norm etycznych i prawnych, którym podlegają sportowcy. W rozdziale opisano przykłady dopingiu w kolarstwie i lekkoatletyce w krajach, w których stosowano go na wielką skalę (NRD, Rosja). Autorka nie podjęła wszakże próby wyjaśnienia głębszego podłoża patologicznych zjawisk, jakim jest nacisk reklamodawców i stacji telewizyjnych na długość transmisji telewizyjne z wyścigów kolarskich, co wpływa na wytyczanie długich tras z utrudnieniami w Tour de France, Giro de Italia czy Vuelta Espania. Autorka pominęła też kwestię bardzo częstego dopingiu w podnoszeniu ciężarów.

W rozdziale poświęconym emocjom w sporcie Honorata Jakubowska rozważa emocje sportowe – radość, przyjemność, złość, agresję, rozczarowanie, aczkolwiek w psychologii szereg pojęć definiowanych jest odmiennie niż czyni to socjolożka. Dla sportowca zbiorowe emocje są swoistą nagrodą za trudy treningu, z kolei dla widzów areny sportowe są miejscem uzewnętrzniania zarówno pozytywnych, jak i negatywnych emocji. Szereg zachowań kibiców nie mógłby być obecny w innych obszarach życia społecznego. Nieodłącznym problemem jest agresja, sport jest przecież uważany za alternatywę dla wojny, co uwidacznia się w języku sportowym poprzez metafory odnoszące się do walki. Autorka nie wyjaśnia, skąd biorą się różnice w zachowaniach kibiców np. piłki nożnej, nacechowane agresją słowną, a siatkówki, w której tego rodzaju zachowania nie występują.

Rozdział *Globalizacja* Jacka Burskiego dotyczy zmian, jakie zachodzą w sporcie jako elemencie kultury masowej. Eksploracja relacji między sportem a globalizacją pozwala głębiej zastanowić się nad kondycją współczesnych społeczeństw. W potocznym rozumieniu globalizacja może oznaczać, że to, co globalne, dominuje nad tym, co lokalne, i ostatecznie zmienia je na podobieństwo narzuconego odgórnie wzorca. Zainteresowanie opinii publicznej przekłada się na przychody z reklam i rosnącą pozycję na rynku zawodnika, klubu, ligi czy całej dyscypliny. Migracje w globalnej wiosce sportu możemy potraktować jako kulturową formę odpowiedzi na procesy globalizacyjne. Poważną konsekwencją globalizacji, o której autor nie wspomina,

² Zob. A. Kołodziej, *O potencjale i kierunkach rozwoju socjologii sportu*, „Opuscula Sociologica” 2015, nr 2, s. 5–18.

³ H. Jakubowska, *Gra ciałem, praktyki i dyskursy różnicowania płci w sporcie*, WN PWN, Warszawa 2014 oraz P. Nosal, *Technologia i sport*, WN Katedra, Gdańsk 2014.

jest sposób promocji największych klubów piłkarskich, takich jak np. Real Madryt. W celach marketingowych rozgrywane są mecze z drugorzędnymi zespołami krajów Azji czy Ameryki Południowej, którym towarzyszy sprzedaż gadżetów reklamowych. Mecze stają tylko tłem dla kampanii marketingowej.

Katarzyna Kopecka-Piech podjęła analizę przekazów medialnych dotyczących widowisk sportowych, rozpatrując media w trzech wymiarach. Po pierwsze, medium to narzędzie posiadające możliwości symboliczne, a więc narzędzie przekazu wiadomości niosących treści kulturowe, co wpływa na kreowanie rytuałów społecznych. Po drugie, media oznaczają technologie komunikacyjne, tzn. sposoby komunikacji warunkowane infrastrukturalnie i technicznie. Po trzecie, medium oznacza też instytucję społeczno-historyczną, a więc zespół osób, które realizują określone cele społeczne, dostarczając informacji i rozrywki. Można wyróżnić kilka rodzajów form przekazu: transmisje (bezpośrednie relacje z wydarzeń), newsy – wiadomości sportowe, publicystyka (komentarze, analizy) oraz rozrywka (programy z udziałem gwiazd sportu). Atrakcyjność sportowego widowiska polega na nieprzewidywalności jego przebiegu i rezultatu. Dotychczasowe badania nad mediatyzacją sportu koncentrowały się na telewizji, bowiem mediatyzacji poddawane są spektakularne imprezy sportowe o światowym zasięgu, co wiąże się z dochodami właścicieli stacji, organizatorów oraz sponsorów. Wraz z rozwojem Internetu i mediów społecznościowych, dochodzi do zmian, w tym zmian w zachowaniach samych sportowców, którzy bezustannie posługują się smartfonami wykorzystywanymi jako urządzenie analityczne, coachingowe i promocyjne.

Honorata Jakubowska analizuje sport również jako źródło przyjemności, nie tylko łączącej się z jego oglądaniem, lecz wynikającej także z jego uprawiania. Posługuje się kategorią przepływu (*flow*) jako stanu wynikającego z całkowitego oddania się jakiejś czynności związanej z osiągnięciem równowagi między ciałem a umysłem i bliskiego satysfakcji lub euforii.

Socjologia sportu ukazuje sport jako ściśle powiązany z elementami obowiązującego ładu społecznego i kulturowego, czyli konwencjonalnością, wymogiem stosowania się do reguł czy określaniem ram normatywnych. Ukazuje społecznie cenione wartości: współpraca i uczciwa rywalizacja, dążenie do osiągnięcia coraz lepszych wyników i przekraczanie własnych ograniczeń. Napisana w sposób zrozumiały i przystępny, co pozwala polecić książkę każdemu, kogo sport choć w niewielkim interesuje. Niewykluczone, że po jej lekturze czytelnik dostrzeże w telewizyjnej transmisji nieco więcej, niż ukazuje ekran, będzie miał bowiem wgląd także w zakulisowe tło sportowego widowiska.

