

A c t a
Universitatis
Lodziensis

FOLIA SOCIOLOGICA

84
2023



WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

A c t a Universitatis Lodziensis

FOLIA SOCIOLOGICA

84
2023

Sport w dobie kryzysu i modernizacji

pod redakcją

Jakuba Ryszarda Stempnia

 **WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO**
ŁÓDŹ 2023

 **Member since 2019**
JM14479

REDAKCJA NAUKOWO-DYDAKTYCZNA „FOLIA SOCIOLOGICA”
Ewa Malinowska (redaktor naczelna), *Bogusław Sulkowski* (redaktor językowy)
Piotr Szukalski (redaktor statystyczny), *Marcin Kotras* (redaktor prowadzący)
Emilia Garncarek (redaktor prowadząca), *Jakub Ryszard Stępień* (redaktor prowadzący)

RADA NAUKOWA
Zbigniew Bokszański, Dieter Eisel, Martina Endepohls-Ulpe, Christine Fontanini
Jolanta Grotowska-Leder, Irena Machaj, Fiona McQueen, Krzysztof Nawratek
Claudia Quaiser-Pohl, Wojciech Świątkiewicz, Danuta Walczak-Duraj
Katarzyna Wojnicka

REDAKTOR INICJUJĄCY
Sylvia Mosińska

OPRACOWANIE REDAKCYJNE
Aleksandra Kielczykowska

SKŁAD I ŁAMANIE
AGENT PR

PROJEKT OKŁADKI
Agencja Komunikacji Marketingowej efectoro.pl

Publikacja recenzowana. Lista recenzentów znajduje się na stronie:
https://czasopisma.uni.lodz.pl/sociologica/_recenzenci_

Czasopismo afiliowane przy Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego



© Copyright by Authors, Lodz 2023
© Copyright for this edition by University of Lodz, Lodz 2023


ISSN 0208-600X
e-ISSN 2353-4850

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.11017.23.0.Z

Ark. wyd. 7,3; ark. druk. 7,0

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-237 Łódź, ul. Jana Matejki 34A
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 635 55 77

Michał Lenartowicz*

 <https://orcid.org/0000-0002-6237-6287>

THE PANDEMIC CRISIS AND ITS IMPACT ON SPORT

Abstract. The article describes the changes in the functioning of media-dependent professional and competitive sport caused by the COVID-19 pandemic. It addresses the strong dependence of sport on electronic media; the consequences of a break in the production of sports broadcasts for the media, sports organisations and athletes; and pandemic remedial strategies. A discussion of the role of sport in contemporary consumer culture and its importance in the development and reduction of the impact of the pandemic is also presented.

Keywords: sport, media, COVID-19, consumption, sports fans.

KRYZYS PANDEMICZNY I JEGO WPŁYW NA SPORT

Abstrakt. W artykule dokonano opisu wywołanych pandemią COVID-19 zmian w funkcjonowaniu sportu wyczynowego i profesjonalnego prezentowanego w mediach. Wskazane zostało silne uzależnienie sportu od mediów elektronicznych, jego skutki w sytuacji przerwy w produkcji sportowych widowisk dla samych mediów, organizacji sportowych i sportowców oraz pandemiczne strategie zaradcze. Przedstawiona została także dyskusja nad rolą sportu we współczesnej kulturze konsumpcyjnej i jego znaczenie dla rozwoju i ograniczania skutków pandemii.

Słowa kluczowe: sport, media, COVID-19, konsumpcja, kibice.

* PhD hab., Katedra Nauk Humanistycznych i Społecznych Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa 45, e-mail: michal.lenartowicz@awf.edu.pl. This scientific research was supported by the Polish Ministry of Science and Higher Education within Social and Humanistic Research School of Physical Culture (Research School no. 2) of the Józef Piłsudski University of Physical Education in Warsaw, Poland.

The COVID-19 pandemic revealed the scale of the decades-long progressive dependence of sport, in its professional and media versions, on mass media. The establishment, in the early 1990s, of a collaboration between the English men's football Premier League, with Rupert Murdoch's BSkyB television corporation and the transformation of the European Cup into the Champions League was a very important stage in the medialisation of sport in Europe. It helped to accelerate the creation of the sports-media industry as we know it today (Borges 2019: 276) and its development into the hyper-commodified version of the relationship between global sport and consumer culture indicated by Giulianotti and Numerato (2018). According to King (2002: 109–112), the integration of sport into the logic of the free market in this way had, in addition to its economic effects, also a great symbolic significance and accelerated the development of a new culture of football consumption. As manifestations of the medialisation of sport, Mosz (2011: 166) considered

the widespread presence of sports content in the mass media, the influence of the media on the structure and course of sporting events, the dependence of sports funding on its media appeal, the celebrity status given to idols of contemporary sport, the use of sports symbolism for non-sports marketing purposes, and the formation of a media audience for sporting events.

The rising number of televised broadcasts of sports competitions, the increasing number of broadcast hours, and the numerous rebroadcasts and representations of competitions, have enlarged the size of the sports audience. In terms of territorial coverage and audience numbers, this was particularly true for mega sporting events such as the Olympic Games or the World Cup. With each successive Olympic Games (comparing successive summer and winter games separately), the number of viewers of the final Olympic competition managed by the IOC has risen, and in the last decade or so there has been an additional increase in the diversity of viewing methods, communication channels and types of device. The Beijing Games in 2008 were already watched on television and the Internet. The London Games (2012) saw the widespread use of small mobile devices such as smartphones and tablets. By the time of the 2016 Olympic Games in Rio de Janeiro, attention was already being drawn to the increased consumption of Olympic sporting competitions via social media (IOC 2016). Thus, according to the IOC, the 2016 Games were the most watched (the most consumed) Games in the history of these competitions, taking into account both television consumption (more than 113,000 hours of TV coverage on 584 TV channels) and registered use of online platforms and social media. According to data presented by the IOC, broadcasts of the Rio de Janeiro Games were watched by half of the world's population, and online viewing of Olympic competitions doubled that of the 2012 London Games (over 243,000 hours of online broadcasts and a 198.6% increase in this value compared to the London Games; IOC 2016: 4). For the 2018 Winter Olympics in Pyeongchang, the corresponding increase in the number of hours of

coverage of Olympic competitions compared to the 2014 Sochi Games, for TV and Internet coverage combined, was 38% (IOC 2018).¹

Despite the examples identified above of the increasing scale of sports consumption via the Internet and social media, for this cultural field, it is still television that is the main source of sports content and largely the monopoly medium for the direct audiovisual transmission of sporting competition. Goldman and Hedlund (2020: 373) note that sport represents one of the last 'bastions' of satellite television, which continues to dominate the live broadcast of sporting events (live broadcast with new content), even if the same content is streamed simultaneously or presented with a delay also on the Internet and social media. The increase in the importance of social media and the number of viewers of sporting events who use these platforms, as can be seen, for example, in the case of viewing reports for the Olympic Games, is a permanent phenomenon, but has not yet resulted in the marginalisation of television and televised sports broadcasting.

With the high degree of mediatisation of sport and its great presence in consumer culture, the global pandemic situation caused huge problems for broadcasters of sports competitions and, in a domino effect, for all organisationally and economically related actors. This was particularly true for the specialised sports TV channels, whose broadcasting schedules were largely filled with live broadcasts of sporting competitions involving multiple sports played in various locations around the world, and who had to cope with the period of roughly six months (March to August) of 2020 when the majority of sporting events were cancelled (Two Circles 2020). These cancelled sporting events were not seen by tens or hundreds of millions of viewers worldwide, and several million in Poland itself.

The pause in the possibility of hosting sports competitions brought a sharp halt to the business machine of producing and selling sports products. This resulted in a temporary freeze in the operations of a global sports industry valued at more than US\$500 billion in 2019 (BRC 2019) and forced many sports institutions and sports-related companies to change their existing ways of operating and even – more from the perspective of fans and social scientists of sport – to raise ontological questions about the meaning of contemporary professional sport. With the temporary loss of the ability to produce and sell a media sports product (Hull, Romney 2020) and the generation of revenue by sports cartels (going back to the notion used by Jankowski et al. 1997: 129), it became apparent that contemporary professional sport in media sports is a spectacle on display. This is pointed out, among others, by Sowa and Wolański (2017) in their – at least intended – unmasking book on the 'real' commercial essence of contemporary professional and competitive sport, which uses the myth of amateur and Olympic sport from the early period of the

¹ <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/winter-olympics-ratings-smallest-ever-1235097103/> (accessed: 31.03.2022), see also: <https://www.reuters.com/lifestyle/sports/why-tv-audiences-are-tuning-out-tokyo-olympic-games-2021-07-30/> (accessed: 31.03.2022).

development of the modern Olympic Games only pragmatically. As the authors note, “the way it is organised and functions is not at all defined by the logic of sporting competition. It is actually determined by the principles of capitalist accumulation, led by two key elements for the owners of capital: investment and return, i.e. profit” (Sowa, Wolański 2017: 9).

The persuasive messages of advertising accompany spectacles (viewed in both electronic and live media) and all other sports content (journalism, information, popularisation, etc.), and this is justified on the grounds that it is very difficult to find a more effective medium for reaching large audiences than sport. Examples of very effective exploitation of the advertising potential of sporting events (e.g. the American finals of the professional American football league NFL Super Bowl and other major sporting events) are cited by Sahaj (2018), and others, who also point to less successful attempts to introduce themes of social responsibility or the promotion of physical activity and healthy lifestyles in advertisements accompanying broadcasts of sporting competitions.

Giulianotti and Numerato (2018: 231–232), analysing the interaction between consumer culture and sport, concluded that global sport is currently in the third phase of its relationship with consumer culture. The first phase of this relation is, according to the cited authors, who use fashionable naming formulas, launch phase 1.0, which manifested itself from the late 19th century to the 1940s. Phase 2.0 (1940s to 1980s) was the expansion of consumer culture worldwide and the penetration of sport into popular and mass culture, accelerated by the development of mass media. During this period, the very concept of sport also began to be extended to active lifestyles (e.g. with the emergence of the fitness industry, alternative sports), and through the growth of global companies such as Adidas, Reebok and Nike (Giulianotti, Numerato 2018: 231) the world of sport was commercialised and commodified. All this laid the foundations for the relationship between global sport and consumer culture in the hyper-commodified version 3.0, which experienced strong turbulence as a result of the global COVID-19 pandemic. It is worth noting that the indicated second phase of the relationship of global sport and consumer culture largely bypassed the socialist states of the time, where, despite the appearance of some self-governing sports organisations, sport was subject to full legal and financial state control. The third version (phase) of the relationship between global sport and consumer culture is characterised, according to Giulianotti and Numerato (2018), by the greater intensification of the processes already taking place and the greater complexity of the sports market. This stage saw the establishment of global sports production chains with suppliers, intermediaries and consumers of sports products and services; the creation of clubs, leagues, federations as business brands; and the strengthening of transnational sports corporations. According to the cited authors, these phenomena particularly affect countries in the global North, but are also penetrating Asia, Latin and South America and Africa. The latter phenomenon may be related to the adoption of the sporting free-market formula

as a mode of operation, but also to the ‘softpower’ attractiveness of sport for new states seeking recognition and prestige (Lenartowicz 2018).

The temporary loss of the ability to cooperate with electronic media and of the access to audience-consumers in the early days of the COVID-19 pandemic undermined the overall sense of existence of professional sport in its current form. It also prompted ontological questions about the meaning of contemporary professional sport. Questions that, in the normal, very rapid course of sporting events, almost no one asks – apart from humanists studying this cultural phenomenon. The hypothetical situation of a prolonged lack of opportunities to organise professional sports competitions and the associated lack of income from media broadcasts could have resulted in the rapid decommercialisation of sport and its reduction from the level of a very lucrative economic and professional activity to that of an amateur or semi-amateur pastime of enthusiasts. This could have meant a return to the convention of sport for athletes rather than sport for spectators and a version of the relationship between global sport and consumer culture in the format described by Giulianotti and Numerato (2018) most resembling 2.0, if not 1.1.

Referring to Goffman’s (1981) theatrical metaphor of social life, it can be noted that the effects of the pandemic in the case of sport concerned both the sphere of the backstage (processes invisible to most media audiences of sport) and the very organisation of the stage and the spectacular content presented on it, as well as the relationship between performers and spectators. In the case of professional and competitive sport, we can analyse the effects of the pandemic in several dimensions. Probably among the most relevant are the effects of the pandemic inside sport (planning and implementation of the training process and sport competitions) and the effects on the social and economic environment of sport (including, inter alia, the sports media broadcasting sport competitions and spectators of sport competitions).

In a system of such strong contemporary linkages between sport and consumer culture, as Giulianotti and Numerato (2018) point out, the lack of opportunities for the sale and presentation of sports products during the pandemic period had the greatest impact on major commercial players dependent on a broad stream of media revenues and profits from the sale of branded sports products. This applies to sports such as football in Europe, or American football, baseball, ice hockey and basketball in North America. Horky (2020: 203) highlighted the fact that in the German ‘sports monoculture’ of football, this problem affected the sport and its two top leagues to the greatest extent. From the data discussed by Horky (2020), it appears that in the two top German men’s football leagues, media revenue accounted for more than 60% of the league’s total revenue. This shows the scale of the dependence of these leagues on the media, without which they could not function in their current form. It also illustrates the importance of the media consumers of sport, which is generally greater (at least in the financial dimension under discussion) than the fans of those directly attending matches in football auditoriums. Matchday revenue was just under 13% of total league revenue for the Bundesliga and 17% for Bundesliga 2. Add to

this the fact that Germany's top football league, the DFL, averaged 42,000 spectators per match, the second highest figure in the world after the North American NHL (67,000 spectators) and the English Premier League (38,000 spectators). Despite these fan numbers – impressive from a Polish perspective at least – the higher the level of the league games, the less significant was the income from tickets purchased by spectators attending the stadiums (Horky 2020: 2–3). In the case of the other top German sports leagues discussed by Horky (2020), the share of revenue collected from the media was much lower, reaching a maximum of 14.4% in ice hockey. By contrast, in handball, which is quite popular in Germany, it reached only 3%. In the case of the leagues in question, the share of income from ticket sales was higher than in the case of both football leagues, but the main source of income was from sponsors linked to the media and their social impact. The share of income from sponsors reached as high as 78% in the volleyball league.

Many sports organisations had to cancel their regular sports events from March 2020 onwards (the WHO announced the coronavirus pandemic on March 11th), at the same time this deprived the media of sports spectacle products and forced the entire sports community to change their plans (changes 'within' sport). The sports marketing agency Two Circles (2020) estimated on the basis of the calendar of major sports events worldwide (with an expected direct audience of no less than 5,000 people) that around 53% of the sports events of this type scheduled for 2020 were not organised. In absolute numbers, this means that nearly 26,500 events were not organised on schedule. Particularly unfavourable for sports event organisers, the media and fans worldwide was the period of several months between March and August 2020. After this, some of the postponed sports events were organised under the new pandemic regime. This resulted, for instance, in the number of major sporting events organised in September exceeding the number of such events originally planned for that period.

An interesting, yet obvious, consequence of the cancellation of sporting events was the decrease in the number of medals won annually by athletes in 2020 compared to previous years. In the case of Polish athletes and events of the European and World Championships rank (in Olympic and Paralympic disciplines):

at the international competitions for people with disabilities held in 2020, the number of medals won by Poles was also significantly lower than in previous years. The representatives boasted 20 world championship medals and three European championship medals. This was 80.2% and 95.2% less than in 2019, respectively. The average number of medals won between 2015 and 2019 at the world championships for people with disabilities was 96, while at the European championships it was 102 (GUS 2021: 71).

On a global scale, the impact of the pandemic on professional and competitive sport also revealed the scale of the precarisation of the sports workforce, as highlighted by Evans and co-authors (2020), among others. Athletes who did not compete and win medals lost the formal basis for maintaining or gaining

scholarship support, which for most of them (especially in less commercialised and media-oriented disciplines) is the de facto basic salary. In Poland, but probably also elsewhere, this could apply to governmental, union and club scholarships, but also, for example, to universities. In their scholarship regulations the latter did not take into account reasons beyond the athletes' control for not achieving high sporting results and, for example, did not extend scholarships based on confirmed results from years prior to the pandemic. This problem, of course, also affected the performance bonuses of athletes and coaches, but also the salaries of numerous organisers of sports competitions. After a period of relaxed restrictions on sports spectators, many countries reintroduced spectator constraints in sports stadiums in December 2021 (Euronews 2022). In Germany, a total ban on spectators at major sporting events (mainly football matches) was introduced from 28 December 2021. The same ban was introduced in the Netherlands. In Portugal, Sweden, Italy and the UK, only vaccinated persons (with certificates) could attend sporting events during this period. The specific arrangements varied from country to country, but they always restricted the normal functioning of professional sport and the sports and recreational activities of citizens.

The list of cancelled, temporarily suspended or rescheduled events is extensive, but the most spectacular was the cancellation of the 2020 Tokyo Summer Olympic and Paralympic Games and their unprecedented postponement to 2021. This was a severe setback both for the organisers of this mega sporting event in Japan themselves and for the International Olympic Committee. This organisation, after adopting a more commercialised direction in the 1980s, had, and nowadays has, even more difficulty finding organisers for the increasingly elaborate and expensive Olympic Games. A case in point is the 1984 Summer Olympics, for which Los Angeles was the only candidate, and which received very significant concessions from the IOC. In spite of the strong commercialisation of these Games, which were described with the pejorative term 'Hamburger Games' for this reason (Toohey, Veal 2007: 279), they were probably the only modern Olympic Games that made a profit for the organiser. Due to less interest in hosting the Olympic Games among the democratic states which have traditionally organised such events up to now (generally, states from the global North; Giulianiotti, Numerato 2018: 232), which openly debated the actual costs and legacy of such sports events, the IOC became more willing to choose offers from states with less active and open societies, which seek international recognition and prestige. The combination of sport with political and economic activity as part of a soft power strategy (Grix, Lee 2013) resulted, among other things, in the hosting of the Summer and Winter Olympic Games being awarded to Russia (2014), China (2008, 2022), and Brazil (2016). In line with this rationale, many other major sporting events were also awarded to countries with no significant tradition in the area, with a history of human rights violation (like Qatar and the United Arab Emirates), but eager to provide sport federations with organisational and financial support in order to gain global

recognition. This was also related to the expansion since the late 1990s of consumer culture and the attractiveness of the sports market in these countries, which was manifested in the growth of strong national sports leagues, the recruitment of sports stars, and the development of infrastructure for sports-associated consumption (Brannagan, Giulianotti 2015).

Japan, which hosted the 1964 Olympic Games – a milestone in many aspects, such as the fact it was globally televised – provides a good example for the IOC of a country that, despite many reservations, was ready to host an event of this scale again. Preuss (2006: 2) points out that this type of solution may reduce the risk of losses (re-use of previously renovated infrastructure), but other authors (Schardt 2006), indicate that this is not necessarily true when a significant amount of time has passed since the previously held Games. The organisation of the next similar sporting event may, in such a case, involve the demolition of venues that do not meet modern sporting and safety standards, and thus entail the reconstruction or the construction of completely different infrastructure. In addition to Tokyo, however, London (1908, 1948 and 2012) and Paris (1900, 1924, 2024), Los Angeles (1932, 1984 and 2028) and Beijing (2008, 2022), which had already been granted the Games in the 1920s, have also agreed to host them again. However, the situation of the COVID-19 pandemic has shown that, in addition to the problems previously encountered by the organisers of the Games during and (perhaps especially) after their organisation, new global phenomena have emerged that make hosting these events an even higher-risk endeavour and may result in a further exodus of those willing to organise them, or accelerate a general change in their formula, including a trend towards the decentralisation of mega-sporting events.² There are already tried and tested practices in this area, e.g. in football and the final tournaments of the European and world championships (e.g. the Belgian-Dutch Euro 2000 and the Polish-Ukrainian Euro 2012 organised by UEFA, and the 2002 World Cup in Japan and South Korea by FIFA). Perhaps the most spectacular example, in recent years, of this decentralisation of the sporting spectacle and reduction of organisational risk is the UEFA Euro 2020 tournament, in which the tournament's final matches were originally scheduled to take place in Amsterdam, Baku, Bucharest, Budapest, Copenhagen, Glasgow, London and Saint Petersburg, as well as Bilbao, Dublin, Munich and Rome (12 cities in 11 countries³). After the event was postponed, due to the COVID-19 pandemic, to 2021, the tournament was limited to 11 host cities in 10 countries in April 2021 (Dublin was withdrawn from hosting the tournament and two cities hosting matches were located in the UK). This action was also intended to increase interest in the event across Europe, and to increase its consumption potential while empowering local communities. By dispersing the direct spectators of football matches between 12 cities (while limiting their numbers in the stadiums)

² More information: Lenartowicz, Mosz (2018: 271–274).

³ <https://www.uefa.com/uefaeuro-2020/event-guide/> (accessed: 13.04.2022).

and not creating large concentrations of people in fewer locations, UEFA, without probably expecting it at the planning stage of the event, also reduced the pandemic risks to some extent.

However, while sports events organised regularly every year or every few years could be cancelled and postponed, a bigger problem concerned ‘serial’ – that is, almost non-stop – broadcast sports leagues at local, national or international levels. Professional clubs, federations and media were faced with the problem of periodically stopping their main activities altogether or quickly looking for alternatives to keep the system of producing and selling sports shows running. The complex decision-making processes concerning the postponement of tennis tournaments due to the pandemic are recounted chronologically by, among others, King (2020). In the case of this highly commercialised, media-driven and global sport, the number of parties involved and business stakeholders is so large that every single decision regarding key events had many expected and unexpected effects and – especially in the spring of 2020, during the initial period of the pandemic – generated more dissatisfaction than expressions of support and acceptance. According to King (2020: 346–347), much negativity was caused by the French Tennis Federation’s postponement of the French Open on 17 March 2020 from the originally planned date of 24.05–7.06.2020 to 10.09.–4.10.2020. This concerned both the decision, which was too quick and radical according to some, and the avalanche of other changes caused by it. Large tournaments attracting the best players to a particular area of the world are accompanied by smaller tournaments benefiting from the concentration of attention and the numerous presence of good players in a particular location (Europe, the United States, Australia, etc.). For them (in the case of the French Open 2020, such a sizable accompanying tournament was the WTA Strasbourg 2020), this also meant having to postpone dates, renegotiate contracts, etc., or trying to organise the tournament on the original date at the risk of star absences and less media interest. The decisions of the major organisers thus toppled the first domino, triggering further changes, both in tennis and probably in many other sports. Over time, as the severity of the impact of the pandemic made sports organisations realise the need to change and scale back their activities, there were fewer negative assessments and emotions. For example, they were not made or expressed with regard to the next Grand Slam tournament on the courts of Wimbledon. In this case, the Lawn Tennis Association decided to cancel all major tennis tournaments on grass in the UK (King 2020: 347). The need to manage a sports organisation efficiently in a pandemic crisis, to develop different action plans depending on the current pandemic situation and national regulations, as well as the decisions of international sports organisations, became part of the daily management in all sports associations.

The National Basketball Association (NBA), the major US men’s basketball league, also introduced unusual solutions for unusual pandemic times. In order to sustain the production of basketball sporting spectacles when there were constraints

on training opportunities, the organisation of games with spectators and transport restrictions (mainly by air), the league authorities decided to subordinate themselves even further to the requirements of television broadcasts and indirect consumers of the sport. It was decided to create a kind of film studio, placing participating teams (limited to 16 teams) and playing all matches in one place, isolated from the outside world. This was intended to prevent the spread of the coronavirus among players, coaches and support staff. One team could delegate up to 37 staff (players, coaches and other personnel) and the total number of basketball players in the 'NBA bubble' was around 350 (Vaudreuil et al. 2021: 2). Such artificial conditions and a kind of physical and social protective 'bubble' were created at the Disney theme park in Orlando, Florida (Walt Disney World Resort and ESPN Wide World of Sports Complex sports facilities). The safety rules in this NBA bubble were described in a 100-page document that was given to the players.⁴ Due to the isolation of players and support teams, teams were also advised to use mental health professionals at all times. NBA teams arrived at the ESPN Sports Centre on 7 July and league play resumed from 30 July 2020.⁵ In many other sports, competition resumed during 2020 using prepared health safety protocols and allowing a limited number of spectators at sport venues.⁶

For sports organisations involved in mass media sports, for whom a very high proportion of revenue is derived from media cooperation, the main and largely effective fallback solution for times of pandemic restrictions on standard sporting activity was to re-establish competition even without spectators at sports venues. This meant, of course, financial losses (no profits from ticket sales and fan consumption at the sports venue), but these were relatively small compared to the losses that would be incurred, for example, by the – difficult to imagine in a pandemic, of course – situation of organising competitions with full audiences but without the possibility of media coverage. For entities in less popular sports and at lower levels of sports competition, the loss of income from spectators watching the competition at sports venues was a much bigger problem. In Poland, however, sports clubs usually also have sponsorship support and often receive public funding from local government units. This is, of course, dependent on the legal form of the club, the level of sporting competition, the sporting discipline, and other variables. The situation in Poland is also related to the fact that the vast majority of sports

⁴ https://www.espn.com/nba/story/_/id/29321006/in-documents-nba-details-coronavirus-testing-process-orlando-campus-life (accessed: 10.05.2022).

⁵ It is worth noting here the different functioning of the top professional sports leagues in the USA, where, in contrast to the European tradition, the club composition of the leagues does not change as a result of the results obtained by the teams and is not open to the entry of, for example, less wealthy clubs from the lower leagues that have gained access to the higher leagues through their good playing performance or the drop out of teams with the worst sporting results. The set of teams in the NBA, for example, is fixed every season.

⁶ For more information: Pedersen et al. 2021.

facilities (“especially large facilities such as stadiums, sports halls, swimming pools, ski jumps, cycling tracks, etc.”) are owned by local government (Pawlak, Smoleń 2015: 162), and “the vast majority of professional sports clubs do not own sports facilities” (Pawlak, Smoleń 2015: 163). Besides, as Kuźbik (2011: 225–226) notes, in the case of Polish sports clubs, income from sports activities accounts for about 30% of the budget. The rest comes from other economic activities of the clubs (e.g. advertising, transport, hotel services).

The pandemic situation was commented on continuously in the electronic media and press also in the context of sport, and has been analysed by sports researchers, including sociologists, with obvious delays. Giulianotti and Collison (2020) conducted a content analysis of articles published during the first period of the pandemic (early 2020) in the most popular press titles and electronic media in the UK, selected by type (electronic versions of magazines and their websites and the BBC news portal were analysed), in terms of assessing journalists’ perceptions of sport, athletes, sports clubs and organisations, and amateur sport and physical recreation. This interesting article highlights both the descriptive and normative nature of publications on sport. Describing the situation, as in other countries, the media reported on the effects the pandemic was having on the course of sports competitions; its extraordinary impact on sport and the restrictions on sports competition as a result of decisions made by state authorities or sports federations. The evaluative nature of some publications seems to be of greater interest, since they identified sports spectatorship as the source of pandemic problems and a manifestation of the greed and lack of solidarity on the part of league and club competition authorities, due to their reluctance to cancel lucrative sporting events and their pressure to resume sports competitions quickly in order to limit financial losses. This included the different treatment of sanitary recommendations up to March 2020 by various organisers of sporting events in the UK, including the hosting of the clubs’ Champions League football match between FC Liverpool and Atletico Madrid in England (attended by 52,000 fans, including 3,000 Spanish fans) and the hosting of the Cheltenham four-day horse race on 10–13.03.2020 with around 150,000 fans. Although this is not mentioned in the article, outside the UK this may also concern the organisation, also widely reported in Poland, of football matches between Spanish and Italian club teams in the Champions League (clubs Atalanta and Valencia) in February 2020 just before the SARS-CoV-2 virus surged in Italy in early 2020.⁷ On the other hand, the material analysed by Giulianotti and Collison (2020) also pointed to the opposite phenomena of sports organisations’ sense of responsibility for their employees (players, training staff, support teams, etc.) who are deprived of earning opportunities, e.g. through the organisation of psychological support (the case of The Women’s Netball Players’ Association) and, for example, gestures of solidarity by athletes working voluntarily in hospitals.

⁷ Vide: Bengel 2020.

Examples of such attitudes and behaviour of organisations and athletes in the pandemic were also given by King (2020: 348), among others, who addressed the behaviour of tennis stars during this period, including, Novak Djokovic's presentation of unusual theories regarding the possibility of combating coronavirus through meditative methods and questioning the need for vaccination. As he is an internationally famous sport star, the theses put forward by Djokovic met with significant response from the public. Another tennis player Roger Federer, who understood the pandemic atmosphere more, reinforced his positive media image with a donation of over 1 million US dollars to fight coronavirus in his native Switzerland (King 2020: 348). Such actions were also taken by other athletes aware of their privileged financial position and social responsibility, including the Polish footballer Jakub Błaszczykowski (who donated PLN 400,000 to the Human Gesture Foundation to fight the coronavirus) and Robert Lewandowski (a donation of one million Euros, surpassing Roger Federer's financial gesture) and Arkadiusz Milik, whose restaurant in his hometown of Katowice prepared meals for hospitals (Mazurkiewicz 2021: 199). Similar activities were also undertaken by some fan organisations (especially those focused on football) abroad and in Poland, to the best of their ability (Mazurkiewicz 2021).

In this article, I have referred to professional and competitive sport and the relationship of sport and the mass media during the COVID-19 pandemic. Although the memory of the pandemic restrictions is fading with the passage of time, it may still be worthwhile to return in sociological research to this unique and interesting period in the development of modern sport. If we take a wider view of sport in our reflections – including all its amateur manifestations and recreational physical activity, the social inequalities and unequal treatment of athletes, sports disciplines or forms of physical recreation, and their participants – the period of the pandemic can be subjected to additional analysis. It is pointed out, for example, that emerging demands, particularly in the UK, for players to agree to salary reductions and expectations of transferring reduced resources to public health care, applied only to football players (Evans et al. 2020) who were famous for earning obscenely high salaries (although not differentiated by league level). In the United States and Canada, there were claims that state or federal restrictions related to sport and physical recreation were conditioned not only by the actual pandemic threat, but also by the socio-economic status of the participants, resulting in less restrictions on upper-class sporting practices (tennis, golf, fitness club activities, spas and wellness). Interesting areas of analysis may also include the psychological, health and social effects of interruptions on athletes' training and competition appearances, the impact of the pandemic on relationships between athletes and between players and coaching staff, as well as on the processes of preparing and implementing training plans. This may be of particular interest in the analysis of professional athletes working in foreign clubs and in sport migration studies. In the case of amateur sport, physical recreation and physical education, it may also be useful


to analyse the persistence of the increased awareness, during the pandemic, of the importance and need for physical movement for the proper functioning of humans in modern technical civilisation, and to investigate the long-term effects of the pandemic on health and fitness.

Bibliography

- Bengel C. (2020), *Coronavirus: How a Champions League match contributed to Italy's COVID-19 outbreak*, <https://www.cbssports.com/soccer/news/coronavirus-how-a-champions-league-match-contributed-to-italys-covid-19-outbreak/> (accessed: 3.11.2022).
- Borges F. (2019), *Soccer clubs as media organizations: A case study of Benfica TV and PSG TV*, "International Journal of Sport Communication", vol. 12(2), pp. 275–294.
- Brannagan P.M., Giulianotti R. (2015), *Soft power and soft disempowerment: Qatar, global sport and football's 2022 world cup finals*, "Leisure Studies", vol. 34(6), pp. 703–719.
- BRC (2019), *Sports Global Market Opportunities and Strategies to 2022*, Business Research Company, Dublin.
- Euronews (2022), *COVID in Europe: Netherlands to reopen shops, gyms, and hairdressers*, <https://www.euronews.com/2021/12/23/covid-19-spike-felt-across-europe-as-vaccination-remains-stagnant> (accessed: 22.03.2022).
- Evans A.B., Blackwell J., Dolan P., Fahlén J., Hoekman R., Lenné V., McNarry G., Smith M., Wilcock L. (2020), *Sport in the face of the COVID-19 pandemic: towards an agenda for research in the sociology of sport*, "European Journal for Sport and Society", vol. 17(2), pp. 85–95, <https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1765100>
- Giulianotti R., Collison H. (2020), *Sport and the Covid-19 Pandemic: A Structuralist Analysis of Key Themes in the UK Mass Media*, "Frontiers in Sports and Active Living", vol. 2, <https://doi.org/10.3389/fspor.2020.578472>
- Giulianotti R., Numerato D. (2018), *Global sport and consumer culture: An introduction*, "Journal of Consumer Culture", vol. 18(2), pp. 229–240.
- Goffman E. (1981), *Człowiek w teatrze życia codziennego*, transl. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Goldman M.M., Hedlund D.P. (2020), *Rebooting Content: Broadcasting Sport and Esports to Homes During COVID-19*, "International Journal of Sport Communication", vol. 13(3), pp. 370–380.
- Grix J., Lee D. (2013), *Soft power, sports mega-events and emerging states: The lure of the politics of attraction*, "Global Society", vol. 27(4), pp. 521–536, <https://doi.org/10.1080/13600826.2013.827632>
- GUS (2021), *Kultura fizyczna w latach 2019 i 2020*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa–Rzeszów.
- Horky T. (2020), *No sports, no spectators – no media, no money? The importance of spectators and broadcasting for professional sports during COVID-19*, "Soccer & Society", vol. 22, <https://doi.org/10.1080/14660970.2020.1790358>
- Hull K., Romney M. (2020), *"It Has Changed Completely": How Local Sports Broadcasters Adapted to No Sports*, "International Journal of Sport Communication", vol. 13(3), pp. 494–504, <http://journals.humankinetics.com/view/journals/ijsc/13/3/article-p494.xml> (accessed: 14.04.2021).
- IOC (2016), *Global Broadcast And Audience Report – Olympic Games Rio 2016*, International Olympic Committee, <https://library.olympics.com/> (accessed: 6.05.2021).
- IOC (2018), *Global Broadcast And Audience Report – Olympic Winter Games PyeongChang 2018*, International Olympic Committee, <https://stillmed.olympic.org/> (accessed: 6.05.2021).

- Jankowski K.W., Kosiewicz J., Wanat S., Żyśko J. (1997), *Przeobrażenia systemowo-strukturalne kultury fizycznej*, [in:] K.W. Jankowski, Z. Krawczyk (eds.), *Przeobrażenia kultury fizycznej w krajach Europy Środkowej i Wschodniej*, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa, pp. 123–132.
- King A. (2002), *The End of the Terraces. The Transformation of English Football in the 1990*, Leicester University Press, London–New York.
- King K.R. (2020), *Professional Tennis's Constellational Response to COVID-19*, "International Journal of Sport Communication", vol. 13(3), pp. 344–351.
- Kuźbik P. (2011), *Strategia społecznej odpowiedzialności szansą rozwoju klubów piłkarskich w Polsce*, "Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu", vol. 156, pp. 221–230.
- Lenartowicz M. (2018), *Organizacja wielkich imprez sportowych jako element strategii soft power*, [in:] Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (eds.), *Kultura fizyczna a prestiż społeczny*, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa, pp. 36–43.
- Lenartowicz M., Mosz J. (2018), *Stadiony i widowiska. Społeczne przestrzenie sportu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Mazurkiewicz M. (2021), *The mass mobilization of Polish football fans in the face of Covid-19: Duties of the heart*, [in:] P.M. Pedersen, B.J. Ruihley, B. Li (eds.), *Sport and the Pandemic: Perspectives on Covid-19's Impact on the Sport Industry*, Routledge, London–New York, https://www.researchgate.net/publication/344644234_Sport_and_the_Pandemic_Perspectives_on_Covid-19%27s_Impact_on_the_Sport_Industry (accessed: 14.05.2022).
- Mosz J. (2011), *"Medializacja" współczesnego sportu*, [in:] Z. Dziubiński, M. Lenartowicz (eds.), *Kultura fizyczna a kultura masowa*, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa, pp. 165–174.
- Pawlak Z., Smoleń A. (2015), *Strategie zawodowych klubów sportowych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa.
- Pedersen P.M., Ruihley B.J., Li B. (2021) (eds.), *Sport and the Pandemic: Perspectives on Covid-19's Impact on the Sport Industry*, Routledge, London–New York.
- Preuss H. (2006), *Lasting effects of mega sport events*, <http://www.idrottsforum.org>
- Toohey K., Veal A.J. (2007), *The Olympic Games: Social Science Perspective*, CABI, Wallingford.
- Two Circles (2020), *Covid-19 set to halve 2020 sports calendar – new analysis*, <https://twocircles.com/gb-en/articles/covid-to-halve-2020-sports-calendar/> (accessed: 26.04.2021).
- Sahaj T. (2018), *Physical Activity, Disability and Health in Advertising Campaigns Associated with Major Sporting Events in the World*, "Przegląd Socjologii Jakościowej", vol. 14(3), pp. 72–91, <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.14.3.05>
- Schardt B. (2006), *Die Entwicklung des Öffentlichen Interesses und des Kommerz bei den Olympischen Winterspiele 1964 und 1976 in Innsbruck*, [in:] N. Müller, M. Messing, H. Preuss (eds.), *From Chamonix to Turin. The Winter Games in the Scope of Olympic Research*, "Olympische Studien", vol. 8, Agon, Kassel, pp. 213–225.
- Sowa J., Wolański K. (2017), *Sport nie istnieje. Igrzyska w społeczeństwie spektaklu*, Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa.
- Vaudreuil N.J., Kennedy A.J., Lombardo S.J., Kharrazi F.D. (2021), *Impact of COVID-19 on Recovered Athletes Returning to Competitive Play in the NBA "Bubble"*, "The Orthopaedic Journal of Sports Medicine", vol. 9(3): 232596712110045, <https://doi.org/10.1177/23259671211004531>

Piotr Chmielewski*

 <https://orcid.org/0000-0002-6051-9977>

EKONOMICZNE, SPOŁECZNE I POLITYCZNE ASPEKTY KRYZYSU PANDEMICZNEGO W POLSKIM FUTBOLU. ANALIZA SOCJOLOGICZNA¹

Abstrakt. Celem artykułu jest zaprezentowanie najważniejszych wniosków z kryzysu w polskiej piłce nożnej wywołanego przez pandemię COVID-19. W badaniu dokonano jakościowej analizy treści materiałów prasowych opisujących doniesienia dotyczące futbolu oraz przeprowadzono wywiady pogłębione w wariacie eksperckim z osobami pełniącymi ważne funkcje w środowisku zawodowej piłki nożnej. Wyniki analizy pokazują niespotykaną od dekad skalę negatywnych konsekwencji dla całego ekosystemu piłkarskiego. Najważniejsze z nich obejmowały kwestie: bezpośredniego zagrożenia zdrowia, ekonomii (widmo krachu na rynku piłkarskim), trudności organizacyjno-formalnych oraz wątpliwości wobec politycznego zaangażowania w proces przywrócenia futbolu. Szybkie i zakończone sukcesem wdrożenie planu odmrażania polskiej piłki nożnej ostatecznie uchroniło najważniejszych interesariuszy przed urzeczywistnieniem się najbardziej pesymistycznych scenariuszy (np. niewydolności finansowej i bankructw).

Słowa kluczowe: piłka nożna, COVID-19, polityka, kryzys, ekonomia.

* Mgr, Instytut Socjologii, Uniwersytet Łódzki, ul. Rewolucji 1905 r. 41/43, 90-214 Łódź, e-mail: piotr.chmielewski@edu.uni.lodz.pl

¹ Artykuł wykorzystuje dane zdobyte podczas realizacji pracy magisterskiej napisanej pod kierunkiem naukowym dr. hab. Wojciecha Woźniaka pt. *Mecz z niewidzialnym przeciwnikiem – analiza kryzysu pandemicznego w polskim futbolu* (2021). Praca została obroniona na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego 21 czerwca 2021 r. i nagrodzona w ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę licencjacką i magisterską z obszaru socjologii sportu w 2021 r. (Sekcja Socjologii Sportu Polskiego Towarzystwa Socjologicznego). Artykuł zawiera fragmenty wspomnianej pracy magisterskiej.

ECONOMIC, SOCIAL, AND POLITICAL ASPECTS OF THE PANDEMIC CRISIS IN THE POLISH FOOTBALL A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Abstract. The paper aims to present the key conclusions from the crisis in Polish football caused by the COVID-19 pandemic. The study is based on desk research and secondary data analysis: content analysis in media (press article's comparative analysis) and semi-structured interviews (conducted with experts with representatives of Polish football community). The results show an unprecedented scale of negative consequences for the entire football ecosystem. Those included health threat, economic problems, organizational difficulties, and ambiguous political involvement in the process of restoring football. The quick restart of the Polish football protected the most important stakeholders from the worst-case scenarios (e.g., bankruptcies) coming true.

Keywords: COVID-19, crisis, economy, football, politics.

1. Wprowadzenie

Koniec 2019 r. to czas, gdy Chiny – a za nimi cały świat – stanęły naprzeciw globalnego zagrożenia w postaci wirusa SARS-CoV-2. Restrykcje wprowadzane przez państwowe rządy ograniczyły skalę publicznych zgromadzeń, a działalność większości sektorów gospodarki została zawieszona. Sport był jednym z sektorów, który na kilka miesięcy został całkowicie zamrożony przez epidemię. Jego znaczenie w obliczu ogólnościatowego zagrożenia zmniejszyło się, a wyniki zawodów sportowych – przynajmniej na kilka kolejnych tygodni – stały się sprawą drugorzędną.

Żółty znak ostrzegawczy z hasłem „Futbol w czasach zarazy” ilustrował okładkę tygodnika „Piłka Nożna” z 10 marca 2020 r. Parafraza tytułu popularnej powieści Gabriela Garcíi Márqueza *Miłość w czasach zarazy* stała się jednym z najpopularniejszych cytatów przywoływanych przez media sportowe w Polsce. Refleksje dotyczące odwoływanych meczów, pustych stadionów czy kwarantanny sportowców szybko stały się naczelnymi tematami w sportowych mediach.

Z uwagi na istotne znaczenie społeczne oraz ekonomiczne współczesnego futbolu zasadne wydawało się przeanalizowanie kluczowych aspektów i obszarów, na które wpłynął kryzys wynikający z pandemii. Artykuł zawiera analizę najważniejszych wydarzeń, zjawisk i procesów, które miały miejsce w trakcie trwania pandemii, począwszy od momentu całkowitego wstrzymania aż po ponowny start rozgrywek piłkarskich w Polsce. Celem pracy jest zaakcentowanie neuralgicznych problemów polskiego środowiska piłkarskiego, ukazanie reakcji piłkarskich podmiotów oraz wskazanie konsekwencji kryzysu z perspektywy kluczowych interesariuszy.

2. Materiał i metody

Socjologia sportu odnosi się do wielu tematów dotyczących piłki nożnej, a przypadek kryzysu pandemicznego to okazja do wyznaczenia nowych obszarów oraz problemów funkcjonowania współczesnego sportu (komercjalizacji, upolitycznienia, społecznego znaczenia piłki nożnej). Wybór tematu i podejścia inspirowany był pracami dotyczącymi relacji instytucjonalnych w polu sportu (Włoch 2017; Lenartowicz, Jankowski 2020), upolitycznienia sportu (Power i in. 2020; Drozda i in. 2020; Woźniak 2015; Włoch 2016) oraz procesów komercjalizacji sportu (Smart 2007; Kennedy, Kennedy 2012; Tomlinson 2005). Z uwagi na wyjątkowość i wieloaspektowość pandemicznego kryzysu zdecydowano o nieograniczaniu się do jednego analitycznego podejścia. Procedury zbierania danych miały charakter eksploracyjny.

Przedmiotem artykułu jest wpływ pandemii COVID-19 na polską piłkę nożną, a także sposób przedstawienia najważniejszych wydarzeń tego okresu przez wybrane środki masowego przekazu. W tym celu zdecydowano o wykorzystaniu metody socjologicznej analizy treści oraz przeprowadzeniu pogłębionych wywiadów jakościowych.

Analiza treści należy do klasycznego repertuaru badań socjologicznych i umożliwia dążenie do obiektywizacji, systematyczny i ilościowy opis oraz analizę jawnej treści komunikatów (Lisowska-Magdziarz 2004: 13). Analizie poddano 189 artykułów prasowych z okresu od 25 lutego do 25 czerwca 2020 r., opublikowanych przez dwa ogólnopolskie tytuły: tygodnik „Piłka Nożna” oraz dziennik „Gazeta Wyborcza”. W tym czasie wyłoniło się wiele kwestii dotyczących problematyki badań (większość z nich została do zakończenia tego okresu rozwiązana). Na koniec czerwca 2020 r. kryzys pandemiczny w futbolu został w znacznym stopniu opanowany, a medialne publikacje związane z pandemią traciły na znaczeniu wobec publikacji koncentrujących się na tematach ściśle sportowych. Zaletą obu czasopism była możliwość odnotowania różnic pomiędzy charakterystyką artykułów w gazecie branżowej oraz ogólnopolskim dzienniku, dla którego wątki sportowe stanowią niewielki procent publikacji. Do badania włączono teksty ze strony internetowej gazety (<http://www.wyborcza.pl/sport>). Według danych uzyskanych od wydawcy internetowe wydanie „Wyborczej” stanowi najbardziej kompleksowe źródło informacji, łącząc zaktualizowane artykuły wersji papierowej oraz publikacje dostępne wyłącznie online². Artykuły z „Piłki Nożnej” pochodzą z tradycyjnego (papierowego) wydania gazety.

Socjologiczne wywiady jakościowe o charakterystyce wywiadów eksperckich (Stempień, Rostocki 2013) stanowiły drugą z metod badawczych. Szczególne znaczenie, poza gromadzeniem ważnych dla badań danych oraz pogłębianiem posiadanej wiedzy (Bogner i in. 2009: 46), zyskuje dodatkowy kontekst

² Informacja przekazana przez pracownika biura „Gazety Wyborczej”.

instytucjonalno-organizacyjny, w którym osadzona jest pozycja respondenta-eksperta. Przeprowadzono osiem wywiadów eksperckich z kluczowymi interesariuszami polskiego futbolu na poziomie centralnym (m.in. przedstawicielami Polskiego Związku Piłki Nożnej (PZPN) oraz Ekstraklasy S.A.)³. Dyspozycje do wywiadów obejmowały zagadnienia wyłonione na podstawie wcześniejszej analizy treści. Zaletą narzędzia było wniesienie specjalistycznej wiedzy branżowej oraz możliwość dopytania respondentów o tematy pomijane w publicznej debacie. Z powodu restrykcji epidemicznych w okresie realizacji badania rozmowy odbyły się w formie zdalnej za pośrednictwem komunikatora internetowego Skype (audio i wideo), a w dwóch przypadkach telefonicznie.

Artykuł ma charakter problemowy i nie rości sobie ambicji do refleksji teoretycznej. W tekście omówiono najważniejsze wyniki badań przeprowadzonych przy użyciu socjologicznych technik i narzędzi badań eksploracyjnych. Zaproponowano ich interpretacje i przykłady potencjalnych konsekwencji w średniej oraz długiej perspektywie.

3. Reakcja na zagrożenie

Zagrożenie COVID-19 stanowiło dla światowego futbolu nieznane dotąd wyzwanie. Przygotowanie się na okoliczność nowej epidemii było utrudnione. Jak określił to przedstawiciel PZPN, w przeciwieństwie do rozpoznanych wcześniej niebezpieczeństw, w tym przypadku „przeciwnik [wirus] był niewidoczny”. Większość europejskich federacji piłkarskich błyskawicznie ogłosiła tymczasowe zawieszenie rozgrywek. PZPN wstrzymywał się z komunikatami. Spotęgowało to dezorientację klubów, niektóre z nich opóźniały wyjazdy na mecze, oczekując zmiany stanowiska organizatora rozgrywek (Gol24 2020). Rekomendacje FIFA i UEFA nie były jednoznaczne, wobec czego odpowiedzialność spadała na federacje krajowe. Groźba zastosowania sankcji skutecznie odwróciła większość z nich od przedwczesnego zakończenia sezonu. W Polsce zasady rozstrzygnięć w przypadku nieukończonego sezonu uregulowano dopiero podczas posiedzenia zarządu PZPN z 12 marca 2020 r. Obowiązujące wcześniej przepisy nie były dostosowane do warunków pandemii.

Pomimo głosów o obawach i niepewności związanej z niebezpieczeństwem intrygujący był proces osvajania się środowiska piłkarskiego z zagrożeniem. Strach stosunkowo szybko stawał się coraz mniej istotnym czynnikiem, co tłumaczył jeden z piłkarzy:

³ Rozmówcami byli: przedstawiciel PZPN, przedstawiciel Ekstraklasy S.A., prezes zarządu klubu PKO BP Ekstraklasy, dwóch piłkarzy reprezentujących kluby PKO BP Ekstraklasy, prezes stowarzyszenia kibiców klubu PKO BP Ekstraklasy, dziennikarz prywatnej telewizji sportowej oraz prezes jednego z wojewódzkich ZPN.

Coraz więcej było głosów ludzi, którzy przeszli wirusa, kilka dni może być ciężiej, później już jest okej. Myślę, że po miesiącu, po jakimś tam czasie, większość piłkarzy nie bała się o swoje zdrowie.

Obawy przerodziły się w sceptycyzm, a wreszcie w chęć jak najszybszego powrotu na boiska (PiekarSKI 2020). Przedstawiciel PZPN ocenił, że z prawnego punktu widzenia zagrożenie COVID-19 nie różni się od innych nieszczęśliwych zdarzeń czy kontuzji, jakie mogą zaistnieć podczas meczu. Na ten temat jasne stanowisko zajęli również eksperci na łamach prasy piłkarskiej. Według „Piłki Nożnej” niezwłocznie po wstrzymaniu rozgrywek niezbędne było ekspresowe planowanie powrotu do gry, a grupa zawodowych piłkarzy określona została jako „stosunkowo bezpieczna i chroniona” (MUCHA 2020).

Brak jakichkolwiek decyzji PZPN uruchomił lawinę krytyki. Stanowisko Jakuba Błaszczykowskiego było punktem zwrotnym w debacie na temat bezpieczeństwa uczestników meczów. Był kapitan drużyny narodowej, powołując się na głos całego środowiska piłkarskiego, zaapelował o wstrzymanie gier. Apel spotkał się głównie z wyrazami poparcia, ale w niektórych przypadkach z niezrozumieniem (gdy nie było to korzystne dla danego interesariusza). Dla większości rozmówców internetowy wpis Błaszczykowskiego miał kluczowe znaczenie w wytworzeniu presji na piłkarskich władzach. To piłkarze (szczególnie w początkowej fazie epidemii) byli grupą najmocniej obawiającą się zagrożenia, a pod przewodnictwem Błaszczykowskiego stali się jedną z najsilniejszych grup nacisku.

Niektóre z klubów same zdecydowały o rezygnacji z rozgrywania najbliższego meczu. Decyzja drugoligowej Legionovii Legionowo o nierozegraniu meczu skłoniła władarzy wszystkich klubów II ligi do wspólnych konsultacji na temat zagrożenia. Ruch zespołu z Legionowa spotkał się również z krytyką, argumentowano, że jest to działanie na własną korzyść – klub miał jedynie trzypunktową przewagę nad zajmującą ostatnie miejsce w tabeli Stałą Stalowa Wola. Jeden z prezesów ekstraklasowego klubu decyzję za bądź przeciw kontynuowaniu rozgrywek uzależniał od jasno sformułowanych warunków:

Jednym celem było zapewnienie bezpieczeństwa, nawet jeśli ograniczonego, to jednak na jakimś akceptowalnym poziomie. A drugim gwarancja finansowa, że w przypadku wznowienia osiągniemy założone przychody. [...] Nie chcieliśmy wznawiać rozgrywek bez gwarancji, bo uważaliśmy, że wtedy uruchomi się lawina kosztów. [...] Z drugiej strony, nie chcieliśmy wznawiać rozgrywek w sytuacji, w której ktokolwiek będzie mógł nam na jakimkolwiek etapie zarzucić narażenie życia lub zdrowia osób trzecich.

Chaos komunikacyjny i brak decyzji PZPN przerodził się w grę interesów. Postanowienia zarządu PZPN o ewentualnym utrzymaniu obowiązujących wyników tabel (w przypadku niedokończenia sezonu) uruchomiły nowe motywacje klubów do kontynuowania bądź przerwania sezonu. Chęci gry nie przejawiały kluby zajmujące satysfakcjonujące lokaty, co podkreślała większość rozmówców biorących udział w badaniu:

No jestem przekonany, że część piłkarzy obawiała się o zdrowie, no a inni o zdrowie obawiali się mniej, a właśnie kombinowali w ten sposób (piłkarz I).

Dużo było takich wzmianek właśnie o tym. Te kluby, co były bezpieczne, to im jakoś się nie spieszyło, żeby grać (piłkarz II).

Zdaniem respondenta – prezesa klubu PKO BP Ekstraklasy – szczególnie istotny w kontekście motywacji oraz podejmowanych rozstrzygnięć był aspekt ekonomiczny: „Ale przeważył biznes, żebyśmy się nie oszukiwali. Kwestie biznesowe, na każdym szczeblu”. Ostateczne rozstrzygnięcia to w przypadku polskiego futbolu czasowe wstrzymanie rozgrywek na szczeblu profesjonalnym oraz całkowite zakończenie gier w rozgrywkach amatorskich, kobiet i młodzieży. Decyzję o zakończeniu rozgrywek w niższych ligach ułatwiał brak presji finansowej i zobowiązań wobec partnerów biznesowych. Losy niższych lig (poniżej trzeciego poziomu rozgrywkowego) PZPN powierzył prezesom kierującym wojewódzkimi związkami piłki nożnej. Choć istniała możliwość podjęcia autonomicznych decyzji przez każdy ze związków wojewódzkich, jeden z prezesów będący respondentem w badaniu podkreślił argument solidarności i obiektywnego (w skali kraju) rozstrzygnięcia we wszystkich okręgach. Zwrócił również uwagę, że w przypadku futbolu amatorskiego wszelkie decyzje odbierano z wyjątkowym spokojem i zrozumieniem. Kolejny z argumentów to – większa niż na szczeblu profesjonalnym – trudność egzekwowania obostrzeń minimalizujących ryzyko zakażenia.

Dla profesjonalnych piłkarzy życie w izolacji okazało się problematyczne. Głównym utrudnieniem było utrzymanie sportowej formy bez zorganizowanych treningów. Zawodnicy wskazywali jednocześnie na problemy w sferze kondycyjnej oraz mentalnej:

Po tym miesiącu, na swoim przykładzie i też z tego, co z chłopakami rozmawialiśmy, to czuliśmy się fatalnie pod względem fizycznym i mentalnym. To odbija się na formie diametralnie, [...] naprawdę trzeba paru tygodni, aby każdy wrócił po takiej przerwie do swojej optymalnej formy.

W jednym z nielicznych artykułów podnoszących temat kobiecego futbolu piłkarka Sevilli F.C Emilia Zdunek opowiadała o ograniczeniach treningowych w warunkach domowych. Zasygnalizowała też różnice pomiędzy możliwościami zawodowców w zależności od płci. Zawodnik męskiej sekcji w klubie Zdunek – Nemanja Gudelj – na wieść o konieczności spędzenia następnych tygodni w domu mógł pozwolić sobie na zakup profesjonalnego sprzętu treningowego, co było poza zasięgiem zawodniczek (Gołaszewski 2020).

Polskę należy zakwalifikować do krajów, które konsekwentnie dążyły do wznowienia rozgrywek przerwanych przez pandemię. Zdecydowały o tym zarówno czynniki zewnętrzne (presja międzynarodowych organizacji piłkarskich i obawy przed możliwymi sankcjami) (Nawrot 2020a), jak i wewnętrzne (troska o własny interes, minimalizowanie strat finansowych).

4. Problemy organizacyjne

Pandemia COVID-19 była drugim (po inwazji Niemiec na Polskę w 1939 r.) przypadkiem, gdy konieczne było przerwanie piłkarskich rozgrywek ligowych z przyczyn pozasportowych. Na początku marca 2020 r. pojawiły się pierwsze przesłanki podające w wątpliwość możliwość bezpiecznej organizacji imprez sportowych. Wojewodowie zarekomendowali odwołanie zawodów halowych, a Główny Inspektorat Sanitarny przekazał własne zalecenia Prezesowi Rady Ministrów. Rząd początkowo nie podejmował stanowczych kroków, zarekomendował jedynie odwołanie wszystkich sportowych imprez masowych (Nawrot, Osowski 2020).

13 marca 2020 r. pierwsze decyzje podjęła UEFA – zdecydowano o przełożeniu najbliższej kolejki meczów europejskich pucharów. W ciągu kilku następnego godzin PZPN i Ekstraklasa S.A. ogłosiły wstrzymanie trzech najwyższych poziomów rozgrywkowych. Ten dzień przyniósł również kluczową decyzję administracyjną – rozporządzeniem Ministra Zdrowia ogłoszono na terenie kraju stan zagrożenia epidemicznego, w związku z czym całkowicie zakazano prowadzenia wszelkiej działalności sportowej.

Moment wprowadzenia rozporządzenia całkowicie paraliżującego polski sport był początkiem dążenia PZPN do reinauguracji rozgrywek piłkarskich. Nadzieje pokładano w stworzeniu dokumentu – zasad określających procedury bezpiecznej organizacji zawodów w warunkach pandemii. Takowy powstał z inicjatywy polskiej federacji we współpracy z krajowymi i międzynarodowymi instytucjami oraz m.in. niemiecką i hiszpańską federacją piłkarską (projekt bez problemu zdobył akceptację na szczeblu rządowym). Protokół bezpieczeństwa zakładał wzmoczoną kontrolę medyczną oraz przekonywał do proaktywnej postawy wobec zagrożenia. Dokument szczegółowo określał zasady organizacji meczów z uwzględnieniem obostrzeń pandemicznych: reguł przemieszczania się osób na stadionie, procedur bezpieczeństwa w czasie gry oraz wielu aktywności wykraczających poza treningi i dzień meczowy.

Czynnikiem warunkującym restart był czas i wypełniony do granic terminarz rozgrywek. FIFA zezwoliła krajowym federacjom na wyjątkowe wydłużenie sezonu do 31 lipca 2020 r. Za sprawą nacisków UEFA do 28 czerwca 2020 r. należało dokonać rozstrzygnięć w polskiej ekstraklasie oraz najwyższych klasach rozgrywkowych lig europejskich. W wygospodarowaniu dodatkowych terminów gier pomogła decyzja UEFA o przełożeniu na kolejny rok zaplanowanych na czerwiec 2020 r. mistrzostw Europy.

Pierwsze sygnały o szansach na stopniowy powrót sportu pojawiły się na początku kwietnia. Ewentualne decyzje uwarunkowane były sytuacją epidemiczną w kraju oraz wymiarem restrykcji. 25 kwietnia 2020 r. „zielone światło” dał premier Mateusz Morawiecki wraz z ministrem sportu Danutą Dmowską-Andrzejuk. Ogłoszono plan odmrażania sportu. Jego pierwszym etapem było poddanie się dwutygodniowej kwarantannie przez wszystkich sportowców. Pozwolono na organizowanie

treningów w kilkusobowych grupach (ostatecznie całym zespołem) oraz nakazano dwukrotne przetestowanie zawodników na obecność koronawirusa. Etapy planu odmrażania sportu przebiegały bez zakłóceń. Projekt miało zwieńczyć wznowienie profesjonalnych rozgrywek (początkowo wyłącznie piłkarskiej i żużlowej ekstraklasy). Do futbolu na szczeblu zawodowym wrócono po niespełna trzech miesiącach od zawieszenia. Restartu rozgrywek nie zakłócił fakt, że pandemia w momencie reinauguracji ligi stanowiła większe zagrożenie, niż gdy przerywano zawody⁴.

Media wielokrotnie donosiły o przypadkach łamania protokołu sanitarnego (Guder 2020; BBC 2020), a ze środowiska piłkarskiego dochodziły głosy o wybiórczym traktowaniu zasad. Piłkarze określali niektóre z nich jako bezsensowne (testowanie na obecność koronawirusa tuż po końcowym gwizdku oraz noszenie masek przez osoby na ławkach rezerwowych). Dużym echem odbiły się słowa piłkarza Wisły Płock, Damiana Zbozienia, zapytanego o faktyczne przestrzeganie przepisów sanitarnych (Weszło 2020):

Dla mnie fikcja. Pokazówka. Nie jesteśmy w stanie tak idealnie o to zadbać. Dla mnie sytuacja z Błaszczykowskim była absurdalna – robi sobie zdjęcie z kibicem i nie może wracać z drużyną. A przecież w tygodniu spotyka się albo samemu, albo poprzez rodzinę, setki ludzi, w kolejkach czy gdziekolwiek. Nie jesteśmy w stanie wyizolować wszystkich.

Piłkarze będący respondentami w badaniu wielokrotnie podkreślali brak zrozumienia niektórych zaleceń ze względu na specyfikę ich dyscypliny:

Na treningach staliśmy od siebie jakieś 2–3 metry i graliśmy do siebie jakieś pasówki i strzały, i praktycznie zero gier, bo nie mogliśmy być w kontakcie. Jak gość biegnie z piłką, to ja mam dwa metry obok niego biec... (piłkarz I).

To jest dla mnie niezrozumiałe, bo siedzimy obok siebie... siedzi 10 czy 12 osób ze sztabu i zawodników, którzy w szatni i tak nie siedzą w maseczkach, ale w tych maseczkach muszą siedzieć na ławce rezerwowych (piłkarz II).

Zawodnicy podkreślali wysoki stopień ochrony swojego zdrowia. Jako zaletę własnego położenia wskazywali np. możliwość korzystania z profesjonalnej opieki medycznej oraz wygodniejszej i szybszej procedury testowania, z czego, szczególnie w początkowej fazie pandemii (nieodpłatnie i bez kolejki), nie zawsze mógł skorzystać szeregowy obywatel.

PKO BP Ekstraklasa powróciła po 81 dniach przerwy. Restart rozpatrywany był przez respondentów w kategoriach sukcesu organizacyjnego. Na uwagę zasługuje choćby fakt, że polska ekstraklasa wznowiła rozgrywki zaledwie tydzień później niż – startująca jako pierwsza – niemiecka Bundesliga, uznawana przez ekspertów za wzorową pod kątem rozwiązań logistyczno-organizacyjnych.

⁴ <https://koronawirusunas.pl> (dostęp: 17.01.2022).

5. Ekonomia

Pandemia COVID-19 podkreśliła niestabilność finansowych podstaw światowej piłki nożnej. Profesjonalny futbol stał się lukratywnym biznesem, a kluby piłkarskie przywykły do podejmowania coraz bardziej ryzykownych strategii rozwoju. Głównym zadaniem futbolowych zwierzchników było uratowanie klubów przed zapaścią ekonomiczną. Aby tak się stało, kluczowe było utrzymanie dotychczasowych przychodów z praw telewizyjnych (największa część budżetów klubowych) oraz wypracowanie porozumienia z piłkarzami i renegocjacje ich kontraktów. Pensje piłkarzy stanowią z kolei największy udział w wydatkach klubów (Deloitte 2022). Pandemia uniemożliwiła kontynuowanie gier i dostarczanie treści, za które płaci telewizja, natomiast piłkarze inkasujący wysokie wynagrodzenia pozbawieni byli możliwości świadczenia swoich usług na dotychczasowych warunkach.

Od pierwszych dni zawieszenia problemem było utrudnienie realizowania przez piłkarskie podmioty wielomilionowych kontraktów, co skutkowało ich rozwiązaniem:

Co najmniej jednego z moich sponsorów bardzo mocno dotknęło to blokowanie świata i blokowanie rynków – którego finalnie też straciłem (prezes klubu).

Profesjonalne kluby poszukiwały cięć, a pierwszymi ofiarami kryzysu stawali się, jak w przypadku Legii Warszawa, najsłabiej wynagradzani – ok. 40-osobowa grupa pracowników biurowych zatrudnionych w niepełnym wymiarze etatu (Cichy 2020).

Lockdown postawił pod znakiem zapytania zrealizowanie ostatniej transzy z tytułu praw telewizyjnych. Tylko w PKO BP Ekstraklasie potencjalna strata klubów oscylowałaby w granicach 80–85 mln zł. Canal+ oraz Telewizja Polska nie zamierzały przenieść ostatniej transzy kontraktu, argumentując to brakiem meczów (Pawlak 2020). Szef sportu TVP Marek Szkolnikowski oświadczył, że zapłacenie całości kwoty – w przypadku niedokończenia rozgrywek – mogłoby zostać uznane za czyn o charakterze niegospodarności, za który grozi odpowiedzialność karna (Nawrot 2020b).

Prośby o pomoc płynęły od największych i jednocześnie najbogatszych prywatnych klubów, m.in. Legii Warszawa i Cracovii. Ich właściciele sygnalizowali potrzebę wsparcia finansowego od federacji. Podkreślali, że kryzys najmocniej uderzy w podmioty najbogatsze (PZPN 2020; Liczę 2020). Z drugiej strony, przedstawiali oni własne spółki jako ogniwa najsłabsze i wyzyskiwane przez wielkie organizacje. Największą ekspozycję medialną miały postaci wpływowo, powszechnie znane i możliwe, związane przede wszystkim z najwyższym szczeblem polskich rozgrywek.

PZPN, w odróżnieniu od większości światowych federacji, wprowadził plan pomocy finansowej. Przy tej okazji prezes Zbigniew Boniek podkreślał fatalny stan zarządzania klubów, które znalazły się w kryzysie. Federacja ogłosiła pakiet pomocowy w wysokości 116 mln zł. Pieniądze miały na celu zapewnienie integralności i ciągłości rozgrywek na wszystkich szczeblach oraz adaptację do

pandemicznych warunków. Decyzja o pomocy federacji była oczekiwana przez środowisko piłkarskie i spotkała się z pozytywnym odbiorem. Kluby korzystały również z publicznych programów wsparcia dla przedsiębiorstw. Z informacji uzyskanej od przedstawiciela spółki Ekstraklasa S.A. wynika, że kluby chętnie korzystały z wszelkich form wsparcia rządowego, a wnioskowanie o pomoc było obligatoryjne, gdyż bierność w tym obszarze mogła zostać potraktowana jako działanie na szkodę spółki.

Wypłacanie stosunkowo wysokich pensji dla zawodników, przy znaczącym ograniczeniu przychodów, realnie zagroziło utrzymaniu przez kluby płynności finansowej. Połączone wspólnym interesem kluby PKO BP Ekstraklasy przyjęły w gronie akcjonariuszy uchwałę nadającą im uprawnienie do czasowego obniżenia wynagrodzenia piłkarzy (Iwański 2020). Regulacje pozwalały obniżyć wynagrodzenia nawet o 50%. Wątpliwego (z punktu widzenia prawa) dokumentu nie aprobował PZPN. Federacja nie miała jednak innego rozwiązania – zachęcano jedynie kluby oraz samych piłkarzy do wzajemnego porozumienia.

Polski Związek Piłkarzy przeprowadził wśród graczy ankietę, pytając o wymiar obniżek, na jakie są w stanie przystać. Zasygnalizowano również chęć wzięcia udziału w mediacjach i grupach roboczych. PZP stanowczo sprzeciwiał się planom ogólnie narzuconych obniżek, które miały zostać wprowadzone w życie bez konsultacji. Mimo kontrowersji wobec uchwały przyjętej przez ekstraklasowe kluby pojawiały się pierwsze porozumienia o zamrażaniu wynagrodzeń. Osiągnano je w efekcie mediacji zarządu z piłkarzami. W porozumienie z piłkarzami Śląska Wrocław zaangażował się prezydent Wrocławia – Jacek Sutryk. W mediach konsensus oceniono w kategoriach „świątecznego pomysłu pijarowsko-promocyjnego” (Brzozowski 2020). W warunkach kryzysu decyzja o porozumieniu była nieuchronna, a szybkie jej potwierdzenie miało wpłynąć na pozytywne nastroje społeczne.

Warunki obniżek lub zamrożenia pensji różniły się w zależności od klubu. Śląsk Wrocław zakomunikował o zamrożeniu od 70 do 85% pensji. Dla wielu zespołów temat był trudny i dotyczące go dyskusje ciągnęły się tygodniami. W niektórych przypadkach trudności wynikały z zaległości płacowych sprzed pandemii (przypadek Lechii Gdańsk). Na półmetku okresu zawieszenia rozgrywek porozumienie w sprawie pensji ogłoszono jedynie w sześciu klubach PKO BP Ekstraklasy. Negocjacje prowadzone były zazwyczaj w obecności prezesa oraz najbardziej doświadczonych piłkarzy z rady drużyny. Ta, zazwyczaj 4–5-osobowa, grupa pośredniczyła między zespołem, sztabem szkoleniowym i zarządem klubu. Piłkarze sugerowali, że prowadzenie indywidualnych negocjacji było uważane za podejrzane i takie przypadki wpływały negatywnie na nastroje w szatni.

Przekazano nam wszystkie informacje albo wszystkie, jakie mogły być przekazane. Mielśmy spotkanie jako rada drużyny. I prezes wyjaśnił nam wszystko na tyle, na ile mógł w tamtym momencie. Powiedział nam, ile traci z dnia meczowego, ile od sponsorów... I jakby starał się nam to wyjaśnić jak najbardziej przejrzyście, jak mógł (piłkarz II).

W realiach polskiego futbolu nie udało się wypracować pełnego porozumienia w obu newralgicznych do utrzymania płynności finansowej obszarach. W wielu klubach bezowocne negocjacje toczyły się aż do momentu reinauguracji sezonu. Koncerny telewizyjne nie zamierzały pójść na kompromis. Niewypłacenie ostatniej raty z praw telewizyjnych mogło – w przypadku niedokończenia sezonu – całkowicie zrujnować budżety klubów. Kluczem do rozwiązania obu problemów i uniknięcia potężnej zapaści organizacyjnej było doprowadzenie do wznowienia ligi, stąd tak wielka presja towarzysząca klubom – beneficjentom otrzymywanych środków marketingowych.

Z perspektywy rozstrzygnięć mających miejsce w polskim i europejskim futbolu wydaje się, że możliwość wznowienia sezonu 2019/20, która powiodła się w Polsce, uratowała profesjonalne kluby przed poważnymi kłopotami finansowymi. Skutki kryzysu ograniczono dzięki stosunkowo krótkiemu (trzymiesięcznemu) okresowi zawieszenia. W innym przypadku Polska mogłaby podzielić los najwyższej klasy rozgrywkowej we Francji. Tam, w związku z przedwczesnym zakończeniem sezonu, straty liczono w setkach milionów, całkowicie utracono przychody z dnia meczowego oraz odnotowano spadek liczby sponsorów, włącznie z wycofaniem się głównego partnera telewizyjnego grupy Mediapro (Abboud 2020).

6. Polityka

Piłka nożna od dziesiątek lat chętnie wykorzystywana jest do celów politycznych (Woźniak 2017), a przecinanie się aspektów sportu i polityki było dostrzegalne również w okresie pandemii COVID-19. Polityki poszczególnych państw, za sprawą ich wewnętrznych przepisów, jasno wyznaczały granice działalności sportowej. Futbol wykorzystywany był również przez polityków do osiągnięcia swych własnych celów. W Polsce rząd jeszcze przed wybuchem pandemii wspierał podmioty piłkarskie, zwłaszcza profesjonalne. O szczególnym miejscu futbolu w politycznej taktyce świadczy wyjątkowe zaangażowanie państwa w projekt odmrażania tej dyscypliny, co motywowane było specyficznymi zależnościami wizerunkowo-gospodarczymi i powiązaniem interesów przedsiębiorstw piłkarskich (PKO BP Ekstraklasy i jej akcjonariuszy) z finansującymi je podmiotami państwowymi.

Od objęcia urzędu w grudniu 2017 r. premier Mateusz Morawiecki mocno zaangażował się w zawodowy futbol, a dzięki jego politycznemu przyzwoleniu w finansowanie włączyło się wiele spółek Skarbu Państwa, m.in. PKO Bank Polski, będący od sezonu 2019/20 głównym sponsorem tytularnym Ekstraklasy. Inne spółki mocno wspierały bieżące finansowanie ekstraklasowych klubów. Tuż przed pandemią ogłoszono wsparcie z „Programu Certyfikacji Szkółek Piłkarskich”, z dofinansowaniem rzędu 35 mln zł. Już w czasie pandemicznego kryzysu premier poinformował o kolejnych 25 mln zł przekazanych klubom piłkarskim w ramach

pomocy z „Tarczy Antykryzysowej”, zapewniając, że „państwo polskie w tym trudnym czasie nie zostawiło klubów piłkarskich samych” (Wesołek 2020a).

W obliczu wyborów prezydenckich w 2020 r. i kampanii wyborczej, w której czynny udział brał premier, decyzja zezwalająca na częściowy powrót kibiców była uznana przez ekspertów jako próba przypodobania się części elektoratu. Polska jako pierwsza umożliwiła oglądanie meczów piłkarskich z trybun w tak znaczącym wymiarze (25% wypełnienia). O wyjątkowym statusie piłki nożnej świadczy bezpośredni kontakt i współpraca pomiędzy prezesem PZPN oraz premierem kraju. Umożliwiało to natychmiastowe rozpatrywanie wniosków (oraz ich szybką akceptację) przez najwyższych urzędników państwowych, a sam prezes PZPN, w którego towarzystwie chętnie pojawiał się premier, był jedynym w kraju działaczem sportowym mogącym liczyć na dialog i wyjątkową otwartość najwyższej postawionych decydentów.

Polska federacja skorzystała z ekspresowej ścieżki realizacji swoich projektów. Z wypowiedzi osób bezpośrednio zaangażowanych we współpracę na linii rząd – PZPN wynika, że kluczowa była prominentna pozycja związku, pozwalająca na niejako pozaregulaminowe załatwienie spraw. PZPN korzystał z możliwości przekazywania postulatów bezpośrednio do najwyższych państwowych organów oraz polityków. Pominięta została instytucja sejmowej Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Rekreacji, będącej naturalnym pośrednikiem oraz organem rekomendującym rządowi wnioski interesanta, jakim w teorii był PZPN.

Pan prezes i pan premier mają ze sobą bezpośredni kontakt. W sensie takim, że bez żadnych pośredników się komunikują, pan prezes może wyjaśnić nasz punkt widzenia, naszą prośbę bezpośrednio panu premierowi i nie musi to przejść przez jakieś sito urzędników. Ważna jest ta bezpośrednia relacja pomiędzy sternikiem futbolu a sternikiem państwa. To na pewno może bardzo pomóc albo bardzo zaszkodzić. Skoro nam pomogło, to znaczy, że ta relacja była pozytywna (przedstawiciel PZPN).

Dla polityków, którzy jednocześnie coraz mocniej angażują się w sport i pośrednio kierują państwowymi podmiotami, czas pandemii był potencjalnie okazją do wywalczenia bądź umocnienia pozycji w generującym ogromne wpływy biznesie. Negatywnymi skutkami zaangażowania politycznego oraz ogromnej skali finansowania może być postępujące osłabienie autonomii instytucji piłkarskich, których niezależność – wobec publicznego finansowania – stawać się może coraz bardziej fasadowa. Najwięksi beneficjenci finansowej pomocy od państwa (PZPN oraz Ekstraklasa S.A.) nie dostrzegają zagrożeń wynikających z wyraźnej ingerencji podmiotów państwowych. Przedstawiciele obu instytucji przekonują o wyłącznie gospodarczych pobudkach angażowania się spółek państwowych w polski futbol.

Współpraca jest współpracą biznesową. Opiera się na dostarczaniu świadczeń z obu stron. [...] Jesteśmy potrzebni jako Ekstraklasa, jako podmiot sportowy, do realizowania celów tamtych podmiotów gospodarczych. Skoro liga grała, PKO Bank Polski Ekstraklasa również grała i wpływało to na pozytywny wizerunek naszych sponsorów. Nasze umowy i porozumienia

mają charakter ekonomiczny. [...] nasi sponsorzy, czy banki, czy totalizator, czerpią również z tej współpracy olbrzymie korzyści. Współpracę na wszystkich szczeblach i ze wszystkimi sponsorami i partnerami mogą ocenić wyłącznie pozytywnie i wszyscy się sprawdzili. Nikt nikogo nie zostawił. Wszyscy się wspieramy (przedstawiciel Ekstraklasy S.A.).

Również w interesie sponsorów był jak najszybszy powrót rozgrywek, dzięki czemu można było zrealizować zapisy kontraktowe, np. ekspozycji marki w mediach. Na podstawie bilansu finansowego można wnioskować, że zarówno państwu, jak i podległym spółkom zależało na jak najszybszym wznowieniu rozgrywek PKO BP Ekstraklasy. Skali potencjalnych strat dowodzi opublikowany w kwietniu 2021 r. raport firmy *Sponsoring Insight*. Sponsoring rozgrywek Ekstraklasy w roku pandemii (okres od marca 2020 r. do marca 2021 r.) przyniósł sponsorowi tytularnemu ligi ekwiwalent reklamowy rzędu 321 mln zł, co oznacza wzrost o 30% w porównaniu do roku poprzedzającego (Bankomania 2021).

Przedstawiciel PZPN to właśnie presję społeczną wywieraną na rządzie uznaje za przyczynę pozytywnego rozpatrzenia projektów zaproponowanych przez federację (odmrożenie futbolu oraz stadionów). W przeddzień wyborów prezydenckich, starając się usprawiedliwić przeprowadzenie głosowania, rządzący próbowali za wszelką cenę wytłumaczyć społeczeństwu poprawę sytuacji pandemicznej. Poziom frustracji wśród kibiców wzrastał, gdy prezentowano w mediach przebieg wieców wyborczych, na których nagminnie naruszane były obowiązujące zasady bezpieczeństwa.

Trzeba połączyć, co się działo w polityce w Polsce. Mamy wybory, mamy grę, jeśli chodzi o słupki popularności partii. Jeżeli rząd by w pewnym momencie nie pozwolił na ten ruch (otwarcie stadionów), stałaby się taka decyzja mocno niepopularna. Jednak ci kibice stanowią jakiś odsetek elektoratu. To też może być polityka rządu nastawiona na to, żeby te emocje miały jakieś ujęcie, bo te emocje muszą mieć ujęcie. [...] To jest kolejny czynnik, który pewnie argumentuje fakt, że ta piłka i żużel wróciły tak w miarę szybko (przedstawiciel PZPN).

Nadanie priorytetowego statusu rozgrywkom sportowym przyjmowane było z niezrozumieniem bądź krytyką. Dla postronnych nielogiczna była wielka determinacja w odmrażaniu dyscypliny, która od dawna nie przynosi Polsce sukcesów na szczeblu międzynarodowym (Wesołek 2020b). Zdaniem ekspertów udzielających głosu w badaniu to przede wszystkim na rządzie (bardziej niż na podmiotach piłkarskich) ciążyła presja realizacji tego projektu. Prezes jednego z klubów Ekstraklasy zauważał głównie wymiar wizerunkowy i „możliwość odtrąbienia wspólnego sukcesu” federacji i rządu. Znaczenie nadawane ogłaszaniu przez polskich polityków kolejnych etapów odmrażania było wyjątkowe na tle innych rządów krajów europejskich. W warunkach niemieckich to władarze największych klubów byli twarzami powrotu tamtejszego futbolu. Rola kanclerz Angeli Merkel sprowadzała się jedynie do wydania ostatecznego pozwolenia. Podobnie było w Anglii, gdzie premier Boris Johnson wydał zgodę na podstawie ekspertyz doradców medycznych.

Przychyłość administracji państwowej wobec planu odmrażania piłki nożnej oraz powrotu kibiców na stadiony trzeba rozpatrywać w kategorii wykorzystania

futbolu w celach politycznych. O bezprecedensowości działań polskiego rządu świadczy uległość wobec federacji piłkarskiej, zarządzanej przez człowieka o odmiennym światopoglądzie politycznym, który w obliczu bieżących zdarzeń politycznych mógł pozwolić sobie na prowokowanie władzy (Milewski 2020). W przypadku Polski związki sportu i polityki osiągają unikatowy wymiar. W odróżnieniu od niedemokratycznych reżimów, w których władza pozwala sobie na decydowanie o najważniejszych stanowiskach w związkach sportowych, do uzyskiwania kontroli w warunkach polskich wystarczające może okazać się uzależnienie finansowe bądź finansowe motywacje i zależności.

7. Podsumowanie

Pandemię COVID-19 postrzegać należy w kategoriach wielkiego wyzwania postawionego przed całym światem sportu, również piłką nożną. Kryzys wywołał szereg reakcji wśród interesariuszy zaangażowanych w tę dyscyplinę. Przeszłość pokazuje, że tragiczne sytuacje w świecie sportu często mają ogromny wpływ na wprowadzanie pozytywnych zmian. Najczęściej przywoływanym przykładem jest „tragedia na Hillsborough” z 1989 r., po której doszło do wielu reform (w tym przypadku dotyczących kwestii bezpieczeństwa).

Pandemia wpłynęła na organizację rozgrywek oraz przyniosła potrzebę ponownego przemyślenia (a niekiedy utworzenia od podstaw) zasad organizacji oraz rozstrzygnięć zawodów piłkarskich pod kątem przyszłych, nieznanych zagrożeń. Zaobserwować można również wpływ pandemii COVID-19 jako bodźca do wdrażania odważnych zmian, również w kontekście reguł gry. To szczególnie ciekawe z uwagi na konserwatywny charakter futbolu. Zezwolenie na dokonanie pięciu wymian zawodników to jeden z dowodów na odważne ingerencje w znane od dekad przepisy, które – co potwierdziły kolejne miesiące – na stałe weszły w życie.


Wiele kluczowych dla futbolu obszarów (dotyczących m.in. bezpieczeństwa, ekonomii czy też szeregu przypisywanych futbolowi efektów społecznych) wymagało przywrócenia do stanu równowagi. Piłkarski lockdown ujawnił przede wszystkim niestabilność finansowych fundamentów w strukturach piłki nożnej, a sytuacja w warunkach polskich nie różniła się tu od reszty świata. Największym echem odbiły się potencjalne problemy gospodarcze. Pandemia była kolejną okazją dla zaakcentowania nieekonomicznych i ryzykownych decyzji, od lat podejmowanych przez największe piłkarskie podmioty. Komercyjne oblicze całego systemu piłkarskiego raz jeszcze okazało się dominować nad ludzkim oraz sportowym wymiarem gry.

Bibliografia


- Abboud L. (2020), *French football's slow-motion crisis should open door to change*, <https://www.ft.com/content/8bc47209-c8ad-496b-a2a6-5d2813ba3609> (dostęp: 17.01.2022).
- Bankomania (2021), *Ekstraklasa: 321 mln zł w roku pandemii dla PKO Banku Polskiego*, <https://bankomania.pkobp.pl/sport/ekstraklasa/ekstraklasa-321-mln-zl-w-roku-pandemii-dla-pko-banku-polskiego/> (dostęp: 17.01.2022).
- BBC (2020), *England: Phil Foden & Mason Greenwood to leave camp after quarantine breach*, <https://www.bbc.com/sport/football/54059328> (dostęp: 17.01.2022).
- Bogner A., Littig B., Menz W. (red.) (2009), *Interviewing Experts*, Palgrave Macmillan UK, London, <https://doi.org/10.1057/9780230244276>
- Brzozowski A. (2020), *Pilkarze odpowiedzialni za losy swojego klubu. Pijarowski majstersztyk Śląska Wrocław*, https://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,25824060,odpowiedzialni-za-losy-swojego-klubu-pijarowski-majstersztyk.html?_ga=2.164965503.196041764.1609681231-341328223.1605432671 (dostęp: 17.01.2022).
- Chmielewski P. (2021), *Mecz z niewidzialnym przeciwnikiem. Analiza kryzysu pandemicznego w polskim futbolu* (praca magisterska), Uniwersytet Łódzki.
- Cichy A. (2020), *PKO Ekstraklasa. Legia zwalnia pracowników, a porozumienia z piłkarzami wciąż nie ma*, <https://sport.tvp.pl/47395384/koronawirus-w-polsce-legia-zwolnila-juz-blisko-50-pracownikow-wciaz-nie-ma-prozumienia-z-pilkarzami-tvpsportpl> (dostęp: 17.01.2022).
- Deloitte (2022), *Piłkarska liga finansowa – sezon 2021/2022*, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/raport-pilkarska-liga-finansowa-sezon-2021-2022.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Drozda J., Jaskulowski K., Majewski P. (2020), *The politics of sport in Poland after 1945. From socialist mass sports to market-oriented elite sports?*, [w:] E. Rojo-Labaien, Á. Rodríguez Díaz, J. Rookwood (red.), *Sport, Statehood and Transition in Europe. Comparative Perspectives from Post-Soviet and Post-Socialist Societies*, Routledge, Taylor & Francis Group, London–New York.
- Gol24 (2020), *Górnik Zabrze nie pojechał do Łodzi na mecz z ŁKS. Prosi PZPN o „znalezienie bezpiecznego terminu”*, <https://gol24.pl/gornik-zabrze-nie-pojechal-do-lodzi-na-mecz-z-lks-prosi-pzpn-o-znalezienie-bezpiecznego-terminu/ar/c2-14854865> (dostęp: 17.01.2022).
- Gołaszewski P. (2020), *Treningi na dachu*, „Piłka Nożna”, nr 14, s. 46.
- Guder J. (2020), *Pilkarze Śląska zamiast się izolować, poszli na imprezę w nocnym klubie*, <https://gazetawroclawska.pl/pilkarze-slaska-zamiast-sie-izolowac-poszli-na-impreze-w-nocnym-klubie/ar/c2-15122899> (dostęp: 17.01.2022).
- Iwański M. (2020), *Ekstraklasa: prawnicy kwestionują uchwałę o obniżce wynagrodzeń dla piłkarzy*, <https://sport.tvp.pl/47373909/ekstraklasa-obnizka-pensji-i-mniejsze-pieniadze-dla-pilkarzy-prawnicy-maja-watpliwosci> (dostęp: 17.01.2022).
- Kennedy P., Kennedy D. (2012), *Football supporters and the commercialisation of football: comparative responses across Europe*, „Soccer & Society”, nr 13(3), s. 327–340, <https://doi.org/10.1080/14660970.2012.655503>
- Lenartowicz M., Jankowski K. (2020), *Instytucjonalizacja współczesnego sportu: sport jako produkt, różnice interesów i gusta masowej widowni*, [w:] Z. Dziubiński, M. Jasny (red.), *Kultura fizyczna a instytucjonalizacja – praca zbiorowa*, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa.
- Liczę na to, że dokończymy sezon* (2020), „Piłka Nożna”, nr 12, s. 48.
- Lisowska-Magdziarz M. (2004), *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.

- Milewski J. (2020), *Boniek zdziwiony, że prezydenta wybiorą „ludzie ze wsi, emeryci, z podstawowym wykształceniem”*, <https://niezalezna.pl/338188-boniek-zdziwiony-ze-prezydenta-wybiora-ludzie-ze-wsi-emeryci-z-podstawowym-wyksztalceniem> (dostęp: 17.01.2022).
- Mucha Z. (2020), *Nakaz gry w piłkę*, „Piłka Nożna”, nr 17, s. 2.
- Nawrot R. (2020a), *Jeżeli Polska zakończy teraz rozgrywki piłkarskie, sankcje będą bardzo surowe. UEFA grozi*, <https://poznan.wyborcza.pl/poznan/7,3601325843628,uefa-grozi-klubom-jezeli-zakonczy-teraz-rozgrywki-sankcje.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Nawrot R. (2020b), *PZPN i Ekstraklasa SA przygotowały pomoc dla klubów na nowy sezon. Wiele jednak może upaść wcześniej*, <https://wyborcza.pl/7,154903,25825302,pzpn-i-ekstraklasa-sa-przygotowaly-pomoc-dla-klubow-na-nowy.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Nawrot R., Osowski T. (2020), *Koronawirus uderza w polską piłkę. Hity ekstraklasy bez publiczności?*, <https://wyborcza.pl/7,154903,25773534,koronawirus-uderza-w-polska-pilke-hity-ekstraklasy-bez-publicznosci.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Pawlak P. (2020), *Gra na czas*, „Piłka Nożna”, nr 14, s. 16.
- Piekarski T. (2020), *Jagiellonia Białystok. Iwajło Petew: Drużyna będzie gotowa do pierwszego spotkania*, <https://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/7,35239,25927138,jagiellonia-bialystok-iwajlo-petew-druzyna-bedzie-gotowa-do.html> (dostęp: 17.01.2022).
- „Piłka Nożna” (2020), nr 10, s. 1.
- Power M.J., Widdop P., Parnell D., Carr J., Millar S.R. (2020), *Football and politics: the politics of football*, „Managing Sport and Leisure”, t. 25(1–2), s. 1–5, <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1723437>
- PZPN powinien nam pomóc* (2020), „Piłka Nożna”, nr 12, s. 49.
- Smart B. (2007), *Not playing around: global capitalism, modern sport and consumer culture*, „Global Networks”, nr 7(2), s. 113–134.
- Stempień J.R., Rostocki W.A. (2013), *Wywiady eksperckie i wywiady delfickie w socjologii – możliwości i konsekwencje wykorzystania. Przykłady doświadczeń badawczych*, „Przegląd Socjologiczny”, nr 62(1), s. 87–100.
- Tomlinson A. (2005), *The commercialization of the Olympics: Cities, corporations and the Olympic commodity*, [w:] K. Young, K.B. Wamsley (red.), *Global Olympics: historical and sociological studies of the modern games*, „Research in the sociology of sport”, t. 3, Emerald, Bingley.
- Wesołek M. (2020a), *Kibice mogą wrócić na stadiony. Premier Morawiecki: Dostępnych będzie 25 proc. miejsc na trybunach*, <https://wyborcza.pl/7,154903,25985114,kibice-moga-wrocic-na-stadiony-premier-morawiecki-dostepnych.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Wesołek M. (2020b), *W co harata z nami Mateusz Morawiecki*, <https://wyborcza.pl/7,154903,25900897,w-co-harata-z-nami-mateusz-morawiecki.html> (dostęp: 17.01.2022).
- Weszło (2020), *Zbożeni: – Przepisy sanitarne to fikcja i pokazówka*, <https://weszlo.com/2020/09/29/zbozien-przepisy-sanitarne-to-fikcja-i-pokazowka/> (dostęp: 17.01.2022).
- Włoch R. (2016), *Globalne przez narodowe: Euro 2012 w Polsce*, DELab UW, Warszawa.
- Włoch R. (2017), *Organizacje sportowe*, [w:] H. Jakubowska, P. Nosal (red.), *Socjologia sportu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Woźniak W. (2015), *Euro 2012 i Kraków 2022. Polskie elity polityczne wobec wielkich imprez sportowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, nr 11(2), s. 60–83, <https://doi.org/10.18778/1733-8069.11.2.04>
- Woźniak W. (2017), *Polityka wobec sportu. Sport jako element polityki publicznej*, „Problemy Polityki Społecznej”, nr 37, s. 33–52.

Konrad Burdyka*

 <https://orcid.org/0000-0002-5723-2019>

Dobrosław Mańkowski**

 <https://orcid.org/0000-0001-5113-0743>

STRATEGIE PRZETRWANIA KLUBÓW SPORTOWYCH PO 1989 ROKU PROPOZYCJA MODELU ANALITYCZNEGO

Abstrakt. Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie propozycji modelu analitycznego klubów sportowych, którego fundament stanowi opis strategii przezwycięzania problemów i stabilizowania działalności organizacji. Za bazę do rozważań autorzy przyjmują własne przedsięwzięcia badawcze, w czasie których przyglądali się działaniom klubów doświadczających kryzysów o różnorodnej proveniencji w latach 1989–2014. Rozważania nie są ukierunkowane na umiejscowienie ww. podmiotów na skali efektywności i profesjonalizmu, odnoszących się bądź do czysto sportowych, bądź też ekonomicznych efektów ich funkcjonowania, lecz na opisie i roli działań aktorów społecznych w organizacjach sportowych, wyboru strategii lub jej braku. Wskazano również główne problemy, z którymi mierzą się kluby sportowe w kryzysach o różnorodnym charakterze.

Słowa kluczowe: instytucjonalizacja, strategia, klub sportowy, socjologia sportu, model.

STRATEGIES OF SURVIVAL OF SPORTS CLUBS AFTER 1989 ANALYTICAL MODEL PROPOSAL

Abstract. The aim of this article is to present a proposal for an analytical model of sports clubs, the foundation of which is a description of the strategy for overcoming problems and stabilizing the organization's activities. The authors take their own research projects as a basis for consideration, during which they looked at the activities of clubs experiencing crises of various origins in the years 1989–2014. The considerations made are not focused on the location of the above-mentioned entities

* Dr, Zakład Socjologii Wsi, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, ul. Nowy Świat 72, 00-330 Warszawa, e-mail: kburdyka@wp.pl

** Dr, Instytut Socjologii, Uniwersytet Gdański, ul. Bażyńskiego 4, 80-307 Gdańsk, e-mail: dobroslaw.mankowski@ug.edu.pl

on the scale of effectiveness and professionalism, referring either to purely sporting or economic effects of their functioning, but on the description and role of social actors in sports organizations, the choice of strategy or lack of it. The main problems faced by sports clubs in crises of various nature were also indicated.

Keywords: institutionalization, strategy, sport club, sociology of sport, model.

1. Wprowadzenie

Instytucjonalny wymiar sportu w Polsce stanowi nadal znaczącą lukę w badaniach socjologicznych. Organizacje sportowe, które odpowiadają za realizowanie zadań z zakresu kultury fizycznej i sportu, nie są dostatecznie przebadane i przeanalizowane. Dzieje się tak mimo faktu, iż działalność w obszarze sportu i turystyki deklaruje ponad 1/3 wszystkich podmiotów trzeciego sektora w Polsce, a liczba klubów sportowych przekracza 16 tys. (GUS 2021; Charycka i in. 2022). Nieliczne prace dotyczące ich działalności, jak również roli i sposobów funkcjonowania aktorów społecznych w polu sportu wskazują na palącą potrzebę pogłębienia studiów w tym obszarze – systematycznego opisu zachodzących w nim procesów i zjawisk (Mańkowski 2020, 2018a; Burdyka 2019b; Włoch 2017).

Mając na uwadze, że w literaturze przedmiotu niewiele jest analiz i opisów dotyczących działalności organizacji sportowych, autorzy niniejszego tekstu podjęli – realizując niezależne przedsięwzięcia badawcze – wysiłki, aby wiedzę tę wzbogacić. Dostrzegłszy, że wśród nikłej liczby opracowań dominują te obejmujące cały okres Polski Ludowej do współczesności, przyjęto założenie o istnieniu pewnej ścieżki zależności (North 1991), na której widoczne są wszystkie zmiany instytucjonalne zachodzące w systemie sportu w Polsce.

Instytucjonalny wymiar sportu w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej jest dość dobrze opisany (Gutowski 1965; Pasko 2009, 2012; Skalik 2020; Noga 2016). Pozwala to skupić uwagę i wysiłki analityczne na okresie po 1989 r. Z pojedynczych przedsięwzięć badawczych można wysnuć wniosek, że transformacja ustrojowa była okresem anomii i kryzysu (Krawczyk 1992, 1997; Małolepszy 2010; Mańkowski 2020). Sytuacja organizacji sportowych pozostawała wówczas wysoce niepewna i zależna od wielu czynników, które mogły przyczynić się do przetrwania lub prowadzić do upadku organizacji. Równocześnie wraz z końcem transformacji nastąpiła względna stabilizacja, podczas której kluby oraz inne organizacje sportowe mierzyły się (i nadal mierzą) z procesami zmieniającymi ich strukturę, sposoby funkcjonowania czy też rolę osób w nich pracujących i/lub działających społecznie.

Zewnętrzny procesami, które determinowały zmianę w organizacjach sportowych, były komercjalizacja, profesjonalizacja, biurokratyzacja i mediatyzacja (Kikulis i in. 1995; Antonowicz i in. 2015; Mańkowski 2018a). W 2020 r. obszar sportu, podobnie jak inne obszary działalności ludzi (np. kultura, różnego typu

usługi), popadł w kryzys wynikający z zewnętrznego czynnika, jakim była ogólnoswiatowa pandemia wirusa SARS-Cov-2. Również w tym przypadku dostrzegalne jest stosowanie wybranych strategii i sposobów radzenia sobie z sytuacją kryzysową. W polskim przypadku fenomeny te nie są jeszcze przebadane, pojawiają się na ten temat jednak pierwsze opracowania zagraniczne (Pedersen i in. 2022).

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie modelu analitycznego klubów sportowych, którego fundament stanowi opis strategii przewyższania problemów i stabilizowania działalności organizacji. Za bazę do rozważań autorzy przyjmują własne przedsięwzięcia badawcze, w czasie których przyglądali się działaniom klubów doświadczających kryzysów o różnorodnej proveniencji w latach 1989–2014. Trzeba podkreślić, że rozważania tutaj czynione nie są ukierunkowane na umiejscowienie ww. podmiotów na skali efektywności i profesjonalizmu, odnoszących się bądź do czysto sportowych, bądź też ekonomicznych efektów ich funkcjonowania.

Pierwsze z przedsięwzięć badawczych zostało zrealizowane w latach 2012–2014. Badaniami objęto małe amatorskie kluby piłkarskie funkcjonujące w środowiskach wiejskich w centralnej Polsce. W toku eksploracji terenowych poszukiwano m.in. odpowiedzi na pytanie, dzięki czemu możliwe jest efektywne działanie wiejskiej organizacji pozarządowej (o nierolniczej i zasadniczo miejskiej proveniencji) w środowisku o niskich wskaźnikach ekonomicznych, w sytuacji gdy działalność zmusza do ponoszenia nakładów i zarządzania w oparciu o wiedzę. Uwaga badacza w tym aspekcie przedsięwzięcia skupiała się na funkcjonowaniu sieci społecznych, do których przynależą kluby sportowe (centralną kategorią analityczną był kapitał społeczny). Określeniu strategii działania służyć miała przede wszystkim identyfikacja zasobów wykorzystywanych przez kluby piłkarskie do osiągania zakładanych celów organizacyjnych oraz opis i wyjaśnienie sposobu kapitalizacji tychże zasobów.

Drugie z przedsięwzięć było realizowane w latach 2018–2021. Przeprowadzone badanie wypełniało lukę badawczą dotyczącą wielosekcyjnych klubów sportowych w okresie transformacji ustrojowej w Polsce od 1989 do 2004 r. Celem badawczym było poznanie i opisanie losów klubów sportowych w okresie zmiany społecznej i odnalezienie społecznych czynników prowadzących do zmian instytucjonalnych (włączając w to zjawisko upadku organizacji). Szukano również strategii podejmowanych przez zarządzających klubami sportowymi w odpowiedzi na zmieniające się środowisko instytucjonalne. Zidentyfikowano dwa procesy zmiany instytucjonalnej: reinstytucjonalizację oraz deinstytucjonalizację, a także opisano czynniki, które powodowały przetrwanie lub erozję klubów.

2. Proces instytucjonalizacji pola sportu w Polsce

Procesy instytucjonalizacji sportu w Polsce można podzielić na kilka etapów pozostających w ścisłej relacji z sytuacją polityczną polskiego społeczeństwa (por. Krawczyk 2000). W pierwszym z nich instytucjonalizacja postępowała

równoległe do przeobrażeń światowego sportu. Tworzyły się wtedy krajowe federacje, pierwsze organizacje sportowe, ustalano reguły i zasady gry. Działo się to w okresie międzywojnia (Nosal 2014, 2020). Zróżnicowanie poziomu instytucjonalizacji zależało od dyscypliny sportowej, państwa czy regionu. Warto nadmienić, że działalność w domenie kultury fizycznej podejmowały również organizacje o wieloaspektowych profilach działania, w tym zorientowane na kwestie bezpieczeństwa (Małolepszy 2004; Zasada 2008).

Drugi etap instytucjonalizacji przypadł na okres po II wojnie światowej i wiązał się z odbudową ogólnopolskich struktur sportowych (Gutowski 1965; Skalik 2020; Pasko 2012; Kurkowska-Budzan, Stasiak 2016). Instytucjonalizacja sportu podlegała centralnemu sterowaniu przez władze państwowe. System i struktury sportu tworzone były odgórnie, a nie oddolnie (w zasadniczy sposób zdeterminowało to kształt polskiego systemu sportowego w kolejnych dekadach). W Polsce Ludowej cały obszar sportu podlegał więc centralnemu planowaniu i zarządzaniu, co wynikało nie tylko z założeń ideologicznych, ale też z powojennego kryzysu i deficytu zasobów niezbędnych do usportowienia polskiego społeczeństwa (Szubert 2010; Kurkowska-Budzan, Stasiak 2016). Socjalistyczne władze określały wszystkie instytucjonalne ramy organizowania, praktykowania i zarządzania kulturą fizyczną i sportem (Pasko 2012; Gutowski 1965; Skalik 2020). Działania podjęte w tym okresie przyczyniły się do umasowienia kultury fizycznej, szczególnie na terenach wiejskich, które zamieszkiwała większość ludności Polski – wiązać z tym można kwestię powołania i rozwoju zrzeszenia Ludowe Zespoły Sportowe (Kurkowska-Budzan, Stasiak 2016; Drażdżewski 1974; Wohl 1977).

Trzeci etap wiązał się z transformacją ustrojową w Polsce po 1989 r. Systemowe przemiany społeczno-gospodarcze i polityczne odcisnęły się na organizacjach sportowych. Dotychczasowy socjalistyczny system organizacji sportowych uległ rozpadowi. Przyczyniło się do tego odgórne wprowadzenie zasad neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej do pola sportu. Nowe reguły, normy i wartości pozostawiły państwu wąski obszar współpracy z polskimi związkami sportowymi i Polskim Komitetem Olimpijskim. Nadano autonomię wszystkim organizacjom sportowym i scedowano na polskie związki sportowe odpowiedzialność za poszczególne dyscypliny. Państwo nie miało żadnego planu ani strategii dotyczącej sportu. Odcinanie się resortów i przedsiębiorstw od wspierania klubów sportowych wraz z oczekiwaniem, że staną się one samowystarczalne i same pozyskają zasoby materialne do prowadzenia działalności sportowej, spowodowało głęboki kryzys systemu. Przyczyniało się to z jednej strony do upadku klubów sportowych (proces deinstytucjonalizacji), z drugiej – w odpowiedzi na trudności kluby znajdowały strategie, które pozwalały im przetrwać (proces reinstytucjonalizacji). Trzeba wskazać, że w latach 1988–1994 przestało funkcjonować w Polsce ponad 20 tysięcy organizacji sportowych z ponad 34 tysięcy zarejestrowanych i funkcjonujących w 1988 r. (Mańkowski 2020; Burdyka 2019a; Krawczyk 1992, 1997).

Obecnie pole sportu znajduje się na czwartym etapie instytucjonalizacji, którego początek identyfikujemy z momentem akcesji Polski do Unii Europejskiej. Okres ten jest stabilny, jeśli chodzi o reguły funkcjonowania i porządek instytucjonalny w polu sportu. Co więcej, międzynarodowe federacje sportowe silniej oddziałują na rzeczywistość sportową, przyznając Polsce organizację wydarzeń sportowych rangi mistrzowskiej, m.in. takich jak mistrzostwa Europy w koszykówce mężczyzn i kobiet (2009, 2011), w piłce nożnej współorganizowane z Ukrainą (2012), piłce ręcznej (2016); mistrzostwa świata w siatkówce (2014), piłce ręcznej (2023). Ponadto uchwalono ustawę o sporcie, która identyfikuje klub sportowy jako podstawową organizację prowadzącą działalność sportową (ustawa o sporcie, Dz.U. 2010 nr 127 poz. 857). Rozbudowano również publiczny system wsparcia dla organizacji sportowych, czego przykładem mogą być rządowe programy, takie jak Program KLUB (LZS 2022).

Wskazane wyżej elementy przyczyniły się do stabilizacji pola sportu. Co więcej, można zidentyfikować kluczowe procesy, które determinują trwający etap instytucjonalizacji. Są nimi: modernizacja, mediatyzacja, profesjonalizacja, biurokratyzacja i komercjalizacja pola sportu (Mańkowski 2018a; Kikulis i in. 1995; Grabowski 2019; Antonowicz i in. 2015; Kopecka-Piech 2017; Siekiera 2016). W dużej mierze są one współbieżne. Należy zwrócić uwagę, że przyznanie Polsce międzynarodowych imprez nie miałyby miejsca, gdyby nie nastąpiła modernizacja infrastruktury sportowej. Środki finansowe, które odpowiadają za jej rozwój, pochodziły z trzech źródeł: funduszy unijnych, budżetów jednostek samorządów terytorialnych oraz budżetu państwa (Gulak-Lipka 2015; Włoch 2016; Grabowski 2019).

Zaistniałe procesy profesjonalizacji i biurokratyzacji miały wspólne źródła. Przede wszystkim pole sportu coraz bardziej komercjalizowało się, a więc wydarzenie sportowe stawało się pewnego rodzaju produktem, co wymagało profesjonalizacji na dwóch poziomach: organizacyjnym i sportowym. O ile pierwszy poziom wiązał się z zatrudnianiem osób wyspecjalizowanych w marketingu, rachunkowości, prawie czy zarządzaniu, o tyle w przypadku drugiego stawiano na profesjonalny trening, zawodowych trenerów, jak również inne elementy (sprzęt, obiekt, zgrupowania, dieta itp.) związane z przygotowaniem do zawodów sportowych (Kikulis i in. 1995; Grabowski 2019; Mańkowski 2018a; Antonowicz i in. 2015; Parent, Slack 2007).

Jednakże prawne określenie ról, funkcji i sankcji w polu instytucjonalnym sportu w żaden sposób nie niweluje problemów, sytuacji kryzysowych oraz patologii w nim występujących. Należy zwrócić uwagę, że według opinii publicznej, a także w mediach funkcjonuje przeświadczenie, że sport jest niedofinansowany, źle zarządzany, niezbyt profesjonalny czy też że jest opanowany przez patologie, takie jak korupcja czy doping (Stempień 2020).

3. Rama teoretyczna – podstawa modelu

Próba wypracowania modelu analizy strategii działania klubów sportowych opiera się poniekąd na niesłabnącej – w przeświadczeniu autorów – mocy analogii do okresu transformacji ustrojowej 1989 r., po części zaś wynika z powszechnie sygnalizowanego braku odpowiednich zasobów materialnych i ludzkich w polu sportu w Polsce. Proponowany niżej model stanowi połączenie (syntezę) koncepcji teoretycznych związanych z podejmowaniem strategicznych działań w obrębie organizacji sportowych przez ich liderów – aktorów posiadających władzę podejmowania kluczowych decyzji. Autorzy łączą teorię kapitału społecznego, w której akcentuje się znaczenie sieci społecznych (Coleman 1990; Putnam 1995), z propozycją teorii pól (Fligstein, McAdam 2012) oraz znanym z teorii zarządzania podejściem dotyczącym strategii odnoszącej się do posiadanych zasobów i umiejętności (Gorzelany-Dziadkowiec, Smutek 2020; Morgan 2013; Barney 1991).

3.1. Kapitał społeczny

W teorii socjologicznej kapitał społeczny często traktowany jest jako swoisty wytrych pojęciowy – stosowany do opisu i wyjaśniania zróżnicowanych fenomenów życia społecznego. Wynika to zarówno z mnogości podejść definicyjnych stosowanych przez badaczy, jak i z silnego zakorzenienia pojęcia w domenie nie tylko akademickiej socjologii i ekonomii, ale i w publicystyce (szczególnie w odniesieniu do polityki rozwojowej i wyzwań współczesności). W efekcie użycie pojęcia kapitału społecznego wymaga określenia wstępnych założeń i sprawnej operacjonalizacji. W odniesieniu do klubów sportowych wydaje się, że przyjęcie perspektywy „strukturalnej” – podkreślającej funkcje powiązań oraz sieci społecznych, służących przekazywaniu informacji i norm – jest szczególnie użyteczne. Nawiązać trzeba tu do koncepcji Jamesa Colemana (1990), która wyrosła na gruncie teorii racjonalnego działania. Aktor społeczny dąży do maksymalizacji zysków, jednak nie osiąga tego celu samodzielnie, w oderwaniu od innych jednostek, wręcz przeciwnie: uwzględnia w swych decyzjach dające się przewidzieć zachowania innych, czasem rezygnując z egoizmów. Podejście to jest więc mezo-strukturalne, przystające do opisu działalności klubów sportowych, które niejako z definicji stanowią byty ponadjednostkowe i funkcjonują w przestrzeni lokalnej i ponadlokalnej (uczestnicząc w rozgrywkach sportowych). Kapitał społeczny dla Colemana to „zespół zróżnicowanych istotności (*entities*), które posiadają dwa elementy wspólne: są częścią społecznej struktury oraz ułatwiają wspólne działania – zarówno aktorów indywidualnych, jak i zbiorowych – w ramach tej struktury”. Przejawia się on w obowiązkach i oczekiwaniach, kanałach przepływu informacji oraz normach społecznych (Coleman 1988: 95–96).

Za wykorzystaniem kapitału społecznego w analizach klubów sportowych przemawia także fakt, iż pojęcie to wnosi szereg nowych jakości w pole socjologicznych

dociekań. Za Jerzym Bartkowskim (2007: 66–69) warto wymienić zwłaszcza: (1) użyteczność w procesie identyfikacji niewykorzystanych potencjałów społecznych, które można aktywować z korzyścią dla zbiorowości; (2) uwzględnienie roli całości historyczno-kulturowych w rozwoju społeczno-gospodarczym; (3) aspekt pragmatyczny w analizach działań zbiorowych (m.in. poprzez tworzenie narzędzi pomocnych w stymulacji rozwoju – pomnażaniu i wykorzystywaniu zasobów).

Warto w tym miejscu podkreślić, że popularyzacja pojęcia kapitału społecznego i jego ekspansja poza naukami społecznymi (m.in. w kontekście badań nad kryzysem demokracji i obywatelskiego zaangażowania w ostatniej dekadzie XX w.) to w dużej mierze zasługa Roberta Davida Putnama. Kapitał społeczny w myśl Putnamowskiej definicji „odnosi się do takich cech społeczeństwa, jak zaufanie, normy i powiązania, które mogą zwiększyć sprawność społeczeństwa, ułatwiając skoordynowane działania” (Putnam 1995: 258). Co istotne, w swoich sztafardowych pracach zwraca on uwagę na istnienie relacji między światem sportu a kapitałem społecznym. Analizując społeczeństwo włoskie, zauważył, że „dobry rząd” i zadowolenie obywateli występują zwłaszcza w tych regionach kraju, gdzie działa znaczna liczba dobrowolnych stowarzyszeń – opartych na zaufaniu, zaangażowaniu i solidarności członków – przede wszystkim klubów sportowych (Putnam 1995: 140–141, 175). W innej publikacji, podnosząc temat atrofii wspólnot lokalnych w USA, Putnam podkreślał rolę wspólnego spędzania czasu wolnego, w tym grupowej rekreacji (tytułowa „gra w kręgle”), w kontekście podtrzymania więzi społecznych, odnotowując jednocześnie wyraźny spadek poziomu partycypacji Amerykanów w tego typu hobbyistycznych aktywnościach (Putnam 2008).

Wskazane wyżej konotacje zaowocowały w zachodniej socjologii sportu dużą liczbą opracowań, w których kapitał społeczny służył jako centralna kategoria teoretyczna. Przywołać można choćby prace Granta Jarvie (2003) poświęcone roli sportu w rewitalizacji i reintegracji społeczności lokalnych, zwłaszcza negatywnie dotkniętych przemianami gospodarczymi, czy też prace Ørnulfa Seippela (2008) poświęcone położeniu klubów sportowych w społeczeństwie obywatelskim oraz sile ich oddziaływania na inne organizacje pozarządowe. Na polskim gruncie kapitał społeczny pojawił się m.in. w odniesieniu do kategorii kibica sportowego jako naturalnego dysponenta sieci powiązań pozwalających mobilizować zasoby na rzecz klubu, któremu tenże kibic jest bez reszty oddany (Grodecki 2018).

3.2. Teoria pól

W polskim systemie sportu organizacje sportowe w większości funkcjonują w formie stowarzyszenia (GUS 2021). Istnieje pewna liczba organizacji będących spółkami, które zostały powołane przez stowarzyszenia, aby móc uczestniczyć w zawodowych rozgrywkach sportowych np. w Polskiej Lidze Koszykówki czy piłkarskiej Ekstraklasie. Wymagają tego przede wszystkim wewnętrzne przepisy danych rozgrywek, nie zaś ogórne prawodawstwo państwa polskiego.

Forma prawna stowarzyszenia pozwala na analizowanie klubu sportowego jako strategicznego pola działania (dalej SPD). Termin „strategiczne pole działania” odnosi się do opisu organizacji czy instytucji, w ramach których można wyróżnić kilka istotnych elementów. Przede wszystkim tworzący organizację aktorzy społeczni (również zbiorowi) przyjmują pozycje w polu – odpowiednio: rządzących (*incumbents*) oraz dążących do władzy (*challengers*). Rola i pozycja aktorów związana jest ze stosowanymi przez nich strategiami oraz posiadanymi zasobami czy kompetencjami społecznymi (*social skills*). W koncepcji tej niezmiernie istotne jest również środowisko instytucjonalne (otoczenie organizacji). Strategiczne pole działania nie jest samotną wyspą, ale współistnieje z innymi SPD, oddziałując na siebie nawzajem. Co więcej, w polu sportu w Polsce funkcjonuje wyróżniony w teorii pól tzw. *government unit* – instytucja czy agenda państwowa odpowiadająca np. za kontrolę, nadzór i regulację pola. W Polsce za taką instytucję należy uznać ministra odpowiadającego za kulturę fizyczną i sport (ustawa o sporcie, Dz.U. 2010 nr 127 poz. 857), który jest regulatorem pola na co najmniej dwóch poziomach: kontroli formalno-prawnej oraz finansowej (szczególnie w kwestii programów czy dotacji celowych kierowanych do organizacji sportowych). Nie są to jedyni aktorzy pola sportu. Oprócz klubów sportowych, polskich związków sportowych i ministerstwa są nimi chociażby: Polski Komitet Olimpijski, Akademię Wychowania Fizycznego, Instytut Sportu, Centralny Ośrodek Medycyny Sportowej, Centralne Ośrodki Sportu, ośrodki sportu i rekreacji, Międzynarodowe Federacje Sportowe, jednostki samorządu terytorialnego, otoczenie biznesowe czy cały przemysł sportowy związany czy to z produkcją odzieży, czy klubami fitness (Taylor i in. 2008; Mańkowski 2018a). Wymienione organizacje prezentują złożoność systemu sportu z określeniem jego różnych pól, między którymi zachodzą różnego rodzaju relacje (Mańkowski 2018b). Zaproponowana teoria pól pozwala na jaśniejszy opis oraz wyjaśnianie zachowań w obrębie pola sportu, uwzględniając wskazaną złożoność i wielość aktorów społecznych. Określenie organizacji sportowych jako SPD w obrębie środowiska instytucjonalnego, w którym znajdują się inne SPD oraz agenda rządowa, ułatwia ich analizę. Przyczynia się również do opisu działań aktorów społecznych w celu prowadzenia działalności sportowej czy tworzenia polityk i strategii w odniesieniu do kultury fizycznej i sportu. Autorzy niniejszego artykułu zwracają szczególną uwagę na rolę i funkcję strategii w określaniu przyszłości klubu sportowego.

Odnosząc się do teorii pól, należy zauważyć, że strategie warunkują posiadanie władzy w klubie sportowym, zwłaszcza że zarządzający klubami są wybierani na określoną kadencję. Stąd, badając kluby sportowe, powinno się analizować propozycje dotyczące strategii, planów i zadań, które mają realizować założone cele. W teorii pól strategii są kluczowe, ponieważ posiadający władzę lub dążący do niej rywalizują o przywództwo, prezentując swoje strategie dotyczące celów i zadań, które stawiają przed organizacją. Wskazują także, jakie praktyki będą realizowane w działalności klubu. W tej koncepcji walka o władzę opiera się z jednej strony na

działaniach jednostki w obrębie SPD i posiadanych przez nią kompetencji społecznych, z drugiej strony na mobilizacji grupy członków, która decyduje o zmianie (wygrana dążących do władzy) lub utrzymaniu władzy (wygrana posiadających władzę) (Fligstein 2009; Fligstein, McAdam 2012).

3.3. Strategie oparte na zasobach

Jak zauważa Joanna Cewińska (2011: 20): „realizacja strategii ma po prostu prowadzić do zwycięstwa – nie tylko organizacje biznesowe, ale także reprezentujące sektor oświaty, zdrowia czy sportu”. Jedną z koncepcji odnoszącą się do sposobu zarządzania organizacjami jest zarządzanie strategiczne. W naukach o zarządzaniu można wyróżnić kilka szkół z tym związanych (Gorzelany-Dziadkowiec, Smutek 2020; Wawrzyniak 1989; Obłój 2014). W kontekście badania klubów sportowych najodpowiedniejsze jest podejście strategiczne oparte na posiadanych zasobach, które warunkują określenie i realizację strategii organizacji (Gorzelany-Dziadkowiec, Smutek 2020; Barney 1991). Co więcej, jak zauważa Gareth Morgan (2013: 186):

ciągłość istnienia wszelkich organizacji zależy od napływu odpowiedniego strumienia zasobów, takich jak pieniądze, surowce i materiały, technika, pracownicy oraz wsparcie ze strony klientów, dostawców i społeczności w ogóle.

Wszelkie organizacje to też kluby sportowe. Ich zasoby oraz strumień ich otrzymywania przyczyniają się albo inaczej – warunkują funkcjonowanie organizacji w polu sportu. Kluczowe stają się więc sposoby zarządzania oparte na zasobach i wykorzystaniu ich w działalności klubu. Istotny jest również dostęp do zasobów. Aktorzy społeczni posiadający dostęp lub mogący (np. za pomocą posiadanego kapitału społecznego) stworzyć warunki dojścia do zasobów mają uprzywilejowaną pozycję w organizacji. Pozwala to im uzyskać lub utrzymać władzę w klubie sportowym.

Podejście zasobowe w szkołach zarządzania strategicznego upowszechniło się w ostatniej dekadzie XX w. (Gorzelany-Dziadkowiec, Smutek 2020; Barney 1986, 1991). Pozwalało ono dostrzec, że ani sama struktura organizacyjna (system), ani reguły (normy i zasady) czy nawet najnowsza technologia nie przyczynią się do sukcesów organizacji, decydują o tym bowiem z jednej strony umiejętności kierowania, zdolności zespołu, kultura organizacji czy sposoby współpracy, a z drugiej – posiadane zasoby materialne. Znaczenia nabrała konfiguracja zasobów materialnych i niematerialnych jako fundament dla wprowadzanych strategii, a w węższym zakresie – planów dotyczących przyszłości organizacji (Gorzelany-Dziadkowiec, Smutek 2020; Morgan 2013; Barney 1991).

Przenosząc podejście zasobowe na obszar sportu, warto wiedzieć, że organizacje sportowe są obecnie nastawione na osiągnięcie dwojakiego rodzaju sukcesów, mianowicie sportowych zwycięstw i zysków finansowych (Grabowski 2013,

2019). Organizacje sportowe są jak inne organizacje zarządzane ekonomicznie (Staniek 2017; Grabowski 2019). Strategie zarządzających klubem muszą uwzględniać wyżej wskazane cele jego działalności. Dlatego też ważne jest analizowanie nie tylko własnych zasobów, ale także otoczenia organizacji. Środowisko organizacji zawiera w sobie większe lub mniejsze możliwości pozyskiwania zasobów. W przypadku klubu sportowego jest to istotne ze względu na fakt, że funkcjonuje on w pewnym ograniczeniu zasobowym, a podstawowe znaczenie ma dopływ środków finansowych od sponsorów (Morgan 2013; Grabowski 2019; Kończak 2020; Sznajder 2012). Ograniczone zasoby oraz brak gospodarczej produkcji towarów stanowią o specyfice klubów sportowych jako organizacji dążących do osiągnięcia finansowego zysku. Szczególnie widoczne jest to w klubach piłkarskich, a szerzej – w obszarze piłki nożnej (Grabowski 2012, 2019). Dlatego analizy warto prowadzić pod kątem występujących zasobów, możliwości ich pozyskiwania, przyjętych strategii.

4. Model analityczny

4.1. Problemy klubów sportowych – o konieczności diagnozy otoczenia

Pierwszym i podstawowym wyzwaniem w ramach prezentowanego tutaj modelu jest poprawne określenie stanu danego klubu sportowego, tzn. jego diagnoza w perspektywie organizacyjnej. Wyzwanie to sprowadza się nie tylko do rozstrzygnięć metodologicznych (obejmujących m.in. czas i sposób pozyskiwania danych), ale również do określenia pozycji organizacji sportowej w szerszym otoczeniu instytucjonalnym – w kontekście społeczno-kulturowym. Organizacje sportowe nie działają bowiem w społecznej próżni. Przykładowo: w badaniach wiejskich klubów sportowych określeniu strategii działania służyć miała przede wszystkim identyfikacja zasobów wykorzystywanych przez kluby do osiągania zakładanych celów organizacyjnych oraz opis i wyjaśnienie sposobu kapitalizacji tychże zasobów w układach lokalnych o różnej historii i uwarunkowaniach gospodarczych. Założono tym samym, że mechanizmy kapitalizacji pozostają w ścisłym związku z systemem społecznym i rządzącymi nim regułami (por. Giza-Poleszczuk i in. 2000).

Economist Intelligence Unit przeprowadził badania, które wskazały, że według zarządzających sukces organizacji zależy od jej elastyczności (Chojnacka 2021). Oznacza to, że identyfikacja i analiza otoczenia stanowi dla zarządzających klubami postulat nie mniej ważny niż analiza wewnętrznej struktury klubu. W tym kontekście zidentyfikowano problem z umiejętnym zabezpieczaniem „zasobów organizacji w celu wykorzystania szans wynikających ze zmienności otoczenia” (Chojnacka 2021: 31). Takie podejście odnosi się wprost do (nie)wprowadzania strategii opartych na zasobach oraz (nie)rozumienia, czym jest łańcuch dostaw w procesie pozyskiwania zasobów z otoczenia organizacji.

Uwzględnienie kontekstu społeczno-kulturowego wydaje się koniecznością w polskich realiach wobec dalece zróżnicowanego stopnia nasilenia problemów trapiących kluby sportowe (nie można *a priori* uznać, że każda organizacja sportowa styka się z nimi z tą samą częstotliwością i ponosi te same konsekwencje ich ujawnienia) oraz heteronomii organizacji, determinowanej choćby przez specyfikę wiodącej dyscypliny sportu. Niemniej pewne ogólne zjawiska – w świetle zrealizowanych badań – zdają się obecne, a nawet dominujące w długiej perspektywie czasowej. W obu realizowanych przedsięwzięciach badawczych odnotowano występowanie następujących problemów i wyzwań stojących przed klubami:

Trudności finansowe

Za podstawowy problem, z którym borykają się kluby sportowe, uznać można brak wystarczających środków finansowych do prowadzenia działalności i rozwoju klubów (Burdyka 2019b; Mańkowski 2020). Wynika to pośrednio z rosnących oczekiwań i wymogów stawianych klubom, które na każdym szczeblu rozgrywkowym (widać to najpełniej w świecie piłki nożnej) muszą ponosić wydatki na profesjonalną obsługę, udział w rozgrywkach oraz inwestycje materialne. Sytuacja ta pozostaje w polu sportu i klubów sportowych niezmienna już od 1945 r. Biedne i bogate kluby sportowe wyróżniano (co może nieco zaskakiwać) także w okresie socjalizmu. Ich zasoby materialne zależały od przynależności do odpowiedniego resortu, Zjednoczenia itd. Tworzyło to stan swoistej stabilności ze względu na w miarę stałe przychody do klubowej kasy. Istotna różnica, którą warto wskazać w odniesieniu do czasu przed przełomem w 1989 r. i po nim, polega na tym, że zanim rozpoczęto wdrażanie reform polityczno-gospodarczych, kluby sportowe rzadko kończyły swoją działalność z powodów finansowych. Funkcjonowały one bowiem na pozwalającym im przetrwać podstawowym minimum finansowym. Prorynkowa i prokonkurencyjna zmiana w polu sportu, która dokonała się w czasie transformacji ustrojowej, nie uwzględniała w żaden sposób minimalnego finansowania klubów sportowych – źródeł pozyskiwania podstawowych dla ich egzystencji środków. Nierentowne, nieposiadające własnych rezerw finansowych, zadłużone kluby upadały. Statystyki GUS jasno wskazują liczbę organizacji sportowych, które przestały funkcjonować w Polsce po 1989 r. (Krawczyk 1997; GUS 1996).

Opisany wyżej problem dotknął również małe kluby sportowe działające na wsi i otoczone opieką uspołecznionych zakładów obsługi rolnictwa lub też Państwowych Gospodarstw Rolnych. Z dnia na dzień kluby pozbawione zostały wsparcia technicznego (PGR delegował wcześniej pracowników do remontów, przygotowania boisk, zapewnienia transportu) oraz rzeczowego (POM kupował sprzęt, wynagradzał instruktorów). Niejednokrotnie sportowcom odbierano użytkowane wspólnie z zakładami zaplecze socjalne (dotąd korzystali z gospodarczych szatni, natrysków, stołówek). Brak miejsca dla rolnictwa upaństwowionego w zliberalizowanym systemie gospodarczym skutkował więc likwidacją istotnego patrona sportu poza miastem (Jakubczyk, Krawczyk 2000: 94). Tymczasem nowi patroni

jeszcze się nie ujawnili. Sytuacja ta miała miejsce do momentu rozkwitu prywatnych biznesów w małych ośrodkach, które jednak nie zawsze wspierają kluby sportowe finansowo na zasadach transakcyjnych, częściej wsparcie ma postać doraźnych, celowych dotacji lub pomocy w zakupie sprzętu.

Problemy infrastrukturalne

Kolejną przeciwnością w działalności wielu klubów sportowych jest słaba infrastruktura sportowa, pozostająca poza kontrolą organizacji. W okresie transformacji kluby sportowe utraciły obiekty na rzecz gmin bądź też zostały uwłaszczone, a nieruchomości – w krótkim czasie zbyt. Rzadko klub sportowy mógł w pełni wykorzystać zasób materialny w postaci stadionu lub hali sportowej do generowania przychodów, które przeznaczał na swoją działalność (Mańkowski 2020).

Na obszarach wiejskich infrastruktura sportowa niemal bez wyjątku stanowiła własność jednostek samorządu terytorialnego, które nie traktowały inwestycji w nią jako pierwszej potrzeby gminy. Zaniedbane obiekty nie tylko nie pozwalały na progres sportowy, ale również istotnie osłabiały spójność organizacyjną klubu oraz jego zakorzenienie w społeczności lokalnej. Warto podkreślić, że boiska traktowane jako „miejsca trzecie” w wielu przypadkach były jedynym substytutem przestrzeni publicznej wsi. Brak nowoczesnego zaplecza w postaci pełnowymiarowego boiska (nie mówiąc o hali sportowej czy boisku ze sztuczną nawierzchnią) ograniczał przyciąganie uzdolnionej sportowo młodzieży, która wybierała się na „sportową migrację” (o ile było ją na to stać i istniały dogodne połączenia komunikacji publicznej) do lepiej wyposażonych w bazę treningową ośrodków. Problem w kontekście klubów piłkarskich zyskał nowy, pałący wymiar w momencie wprowadzenia przez PZPN coraz bardziej restrykcyjnych wymogów licencyjnych dotyczących infrastruktury. Wiele klubów stanęło przed groźbą zawieszenia działalności lub przeniesienia rywalizacji do innych miejscowości, gdzie obiekt sportowy spełniał wymagania dotyczące np. wymiarów czy liczby miejsc dla publiczności (Burdyka 2012). *De facto* oznaczało to w dłuższej perspektywie kryzys klubowej tożsamości silnie powiązanej z miejscem rozgrywania zawodów.

Problem deficytu kompetencji

Istotnym problemem występującym w całym obszarze sportu jest brak kompetentnych osób, które posiadałyby odpowiednie kwalifikacje do zarządzania organizacjami sportowymi. Obecnie można zaobserwować, że doświadczenie w zarządzaniu klubami sportowymi zdobywa się, pracując w klubie i tam się ucząc. Formalnie zdobyte wykształcenie nie daje z kolei wiedzy praktycznej, niezbędnej do zarządzania dynamicznymi i wieloaspektowymi procesami. W przeciwieństwie do kwalifikowania kadr trenerskich osoby do zarządzania w sporcie kształci się w sposób bardzo słaby (nieujęty w ramy programów kształcenia czy choćby certyfikowanych kursów). Co więcej, w okresie transformacji brakowało ludzi, którzy mogliby zastąpić działaczy nominowanych z rozdania partyjnego,

posiadających przy tym wiedzę, jak w realiach gospodarki kapitalistycznej prowadzić nowoczesną działalność sportową. Działacze, którzy pozostali aktywni w branży sportowej, uczyli się funkcjonować w nowym porządku społeczno-ekonomicznym z dnia na dzień, o czym wspominali sami podczas prowadzonych badań:

Chodziliśmy po omacku, uczyliśmy się wtedy. Myśmy żyli w surrealizmie, jakimś socjalizmie takim, że wszystko mamy, wszystko jest, a tu raptem nastąpiły twarde reguły rynkowe, do których nikt nie był przygotowany (rozmówca_01).

Podstawowa sprawa była taka, że my byliśmy ludźmi niewykształconymi – nikt z nas nie wiedział, co to jest biznes (rozmówca_02).

W obliczu tego problemu należy wskazać, że w kapitalizmie i w profesjonalizującym się obszarze sportu wymagane jest zatrudnianie wykwalifikowanych osób na dane stanowiska, aby móc realizować założone cele (Mańkowski 2018a; Kikulis i in. 1995). W innym przypadku klub sportowy nie ma szans funkcjonować poza obszarem sportu amatorskiego, choć i amatorskie kluby sportowe są przytłoczone ciężarem biurokracji, który istotnie utrudnia działania ich liderom (pracującym jako wolontariusze). Mowa tu choćby o prowadzeniu różnorodnych rozliczeń dotacji i grantów, orientowaniu się w przepisach prawa dotyczących całego trzeciego sektora (np. RODO), znajomości metod cyfrowego zarządzania udziałem w rozgrywkach i rozbudowanych przepisów regulujących rywalizację sportową w różnych kategoriach wiekowych czy też o praktycznych aspektach i umiejętnościach prowadzenia działań promocyjnych w „realu” i „w świecie wirtualnym” (Burdyka 2019b).

Problem wypłukania demograficznego

Należy zwrócić uwagę, że w okresie transformacji ustrojowej dokonał się wielki odpływ ludzi z pola sportu. Dotyczył on nie tylko działaczy sportowych, ale również zawodników i zawodniczek, trenerów i trenerek (Krawczyk 1992, 1997; Mańkowski 2020). Istotny wpływ na taki stan rzeczy mają przemiany cywilizacyjne i kulturowe, które wypchnęły regularne aktywności sportowe poza spektrum zainteresowania/pasji licznych grup społecznych. W efekcie w wielu dyscyplinach sportu powstała luka, którą trudno wypełnić. Nowi adeptci sportu kierują swoje zainteresowanie w stronę bardziej dochodowych profesji lub też w ogóle rezygnują z wysiłków fizycznych na rzecz mniej obciążających rozrywek lub biernej konsumpcji sportu w roli kibica.

Opisany wyżej problem „braku ludzi do gry” współcześnie silnie doskwiera organizacjom sportowym osadzonym na obszarach wiejskich. Regularne uczestnictwo w rozgrywkach np. piłkarskich pociąga za sobą konieczność posiadania stabilnej i relatywnie szerokiej (w praktyce kilkunastoosobowej) kadry zawodników. Tymczasem depopulacja polskiej prowincji, niż demograficzny, migracje, praca poza rodzinną miejscowością, studia w dużym mieście w znaczący sposób ograniczają zasoby ludzkie dostępne organizacjom sportowym. Brak chętnych do partycypacji

w sporcie zmniejsza też stopień spójności klubu i siłę jego więzi z otoczeniem społecznym. Mankament ten – co istotne – zasadniczo nie występował w takiej skali w dobie PRL, kiedy sport dla młodych mieszkańców wsi był w wielu aspektach atrakcyjną formą spędzania czasu wolnego, swoistym powiewem nowoczesności (Burdyka 2019a).

4.2. Elementy strategii przyjmowanych przez kluby

Wprowadzenie neoliberalnych zasad gospodarki kapitalistycznej do pola sportu było sporym wyzwaniem dla działaczy sportowych w okresie transformacji ustrojowej. Wymusiło to niejako obieranie przez organizacje sportowe strategii nastawionych przede wszystkim na przetrwanie trudnego okresu przemian. Strategie przetrwania miały i mają formę splotu działań zaradczych podejmowanych w sposób mocno responsywny na różnych płaszczyznach. Prezentowany model analityczny odnosi się do praktyk najbardziej jaskrawych, odpowiadających na ww. problemy klubów sportowych.

Restrukturyzacja sekcji jako odpowiedź na brak środków finansowych

Na samym początku transformacji działacze sportowi bazowali na znanych im rutynowych praktykach, które jednak przestały przynosić zakładane rezultaty (March, Olsen 2005). Kluby po 1989 r. ciągle powiększały swoje zadłużenie i z czasem stawały się faktycznymi bankrutami. Aby uniknąć tego typu sytuacji, działacze sportowi poszukiwali nowych rozwiązań ekonomicznych. Kluczowe było zidentyfikowanie zasobów posiadanych przez klub sportowy oraz stwierdzenie, czy nie jest on zbyt rozbudowany. Przede wszystkim obrano strategię zaradczą w odniesieniu do własnej struktury organizacyjnej. W Polsce Ludowej kluby sportowe były na ogół wielosekcyjne. Niektóre z nich posiadały powyżej dziesięciu sekcji sportowych. W nowej rzeczywistości społecznej tak duże organizacje nie miały już racji bytu. Generowane koszty związane z ich prowadzeniem oraz utrzymaniem infrastruktury, brak znaczącego dopływu środków finansowych z centrali, zatrudnione szerokie kadry – wszystko to przyczyniało się do podejmowania decyzji o likwidowaniu sekcji lub podziale klubu na jednosekcyjne organizacje. Strategia ta była wręcz wprowadzana w sposób mimetyczny (DiMaggio, Powell 1983; Mańkowski 2020). Wynikała również ze zmiany sposobu podejmowania decyzji. Dotychczas wieloosobowe zarządy musiały decydować z myślą o wielu sekcjach, uwzględniając ich specyfikę i różnorodność. W jednosekcyjnym klubie decyzyjność odnosiła się tylko i wyłącznie do jednej dyscypliny, była usprawniona i nie potrzebowała kolegalnych rozwiązań. Wprowadzone zmiany spowodowały z jednej strony zmniejszenie kosztów w klubach, z drugiej wzrost konkurencji (liczby podmiotów) walczących o środki finansowe z wąskiego obszaru sektora prywatnego. Wzrost liczby podmiotów przyczynił się bezpośrednio do upadku klubów sportowych, które nie mogły znaleźć zasobów do prowadzenia działalności

sportowej. Warto podkreślić, że strategia przechodzenia ze struktury wielosekcyjnej w jednosekcyjną jest widoczna we współczesnym zarządzaniu klubami sportowymi, które w zdecydowanej większości są organizacjami jednosekcyjnymi. Obecnie trudno wskazać kluby wielosekcyjne w polu sportu.

Wejście w relacje biznesowe z podmiotami prywatnymi

Od czasów przemian ustrojowych 1989 r. kluby sportowe są najmniej efektywne w pozyskiwaniu środków finansowych z prywatnego sektora gospodarki. Trudno zarządzającym tworzyć długoterminowe strategie na podstawie relacji ze sponsorami, szczególnie że sam sektor prywatny nie rozpoznaje pola sportu jako obszaru dla działalności marketingowej. Sponsoring sportu zdominowany jest przez jednostki samorządowe oraz spółki skarbu państwa (Kończak 2020). W tym przypadku istotnym czynnikiem warunkującym ich pozyskanie jest kapitał społeczny zarządzających klubem sportowym. Usieciowienie działaczy w lokalnej lub ponadlokalnej polityce, świecie biznesu sprzyja pozyskaniu środków finansowych.

Sfera wsparcia finansowego udzielanego przez podmioty prywatne nie jest łatwa do uchwycenia w przypadku organizacji sportowych działających na szczeblu lokalnym. Pozyskiwanie sponsorów z najbliższej okolicy, choć stanowi powszechną praktykę, nie jest obwarowane w polskich realiach zapisami umów czy formalnych transakcji. Sponsorami małych klubów sportowych stają się lokalni przedsiębiorcy, dotujący je nieraz w sposób symboliczny, w oparciu o nieformalne sieci, obejmujące np. kibiców bądź członków rodzin zawodników. Warto mieć na uwadze niewielką stopę zwrotu „zainwestowanych” w ten sposób zasobów, dlatego też lokalnych biznesmenów trzeba traktować nie jako kalkulujących ekonomicznie sponsorów, a raczej jako udzielających wsparcia donatorów (Burdyka 2019b).

Kwestię dostępu do środków finansowych trzeba rozpatrywać w ścisłej relacji z całym systemem finansowania sportu za pomocą środków publicznych i środków prywatnych. Z jednej strony mamy do czynienia ze źródłem pieniędzy umiejscowionym w jednostkach samorządu terytorialnego czy też organach centralnych administracji, posiadających określone zadania własne z zakresu upowszechniania kultury fizycznej i sportu. Samorządy rozpisują więc corocznie konkursy na ich realizację przez organizacje sportowe o lokalnym zasięgu działania. W ostatnich latach podobnie dzieje się w Ministerstwie Sportu. Pozwala to mniejszym klubom funkcjonować i realizować cele statutowe w zakresie np. podstawowej działalności szkoleniowej. Z drugiej strony – na poziomie regionalnym i ogólnopolskim – aktywne są spółki skarbu państwa dotujące poszczególne kluby sportowe (nieraz w określonych dyscyplinach) na zasadach rynkowych (w oparciu o długoletnie umowy). Fakt dofinansowania środkami publicznymi danego klubu często można identyfikować, po pierwsze, z kapitałem społecznym działaczy sportowych, po drugie – z celami politycznymi rządzących. Takie systemowe wsparcie w żaden sposób nie pomaga jednak ani nie kształtuje pola do opracowywania długoletnich

strategii przez organizacje sportowe nastawione na rozwój. Można zaryzykować stwierdzenie, że wiele z nich popada w rutynę zadowalania się minimalnym, ale stałym wsparciem finansowym i sukcesami grantowymi.

Wykorzystanie infrastruktury jako źródła przychodów

W toku transformacji ustrojowej uwypukliła się rola zasobów materialnych w zarządzaniu klubami sportowymi. Mając na uwadze podejście analityczne zaprezentowane przez Barneya (1991), wskazujące na silne i słabe strony zasobów, należy wskazać, że posiadana przez kluby infrastruktura sportowa z jednej strony była kosztochłonna, z drugiej – dawała szansę na pozyskanie dodatkowych środków finansowych. Przykładem na to były strategie, które zakładały wynajmowanie części powierzchni (np. konkretnych pomieszczeń) hal sportowych innym podmiotom w celu uzyskiwania przychodu. Nieraz wynajmowano cały obiekt np. pod różnego typu targi lub kiermasze (Dziennik Bałtycki 1991). Czasami traktowano zewnętrzną część obiektu sportowego jako powierzchnię reklamową (Mańkowski 2020). W sytuacjach ostatecznych, mając na celu uratowanie klubu przed bankructwem, dokonywano sprzedaży nieruchomości należących do klubu (Dziennik Bałtycki 2003). Niemniej analizując tego typu strategie, należy wskazać, że sprzedaż nieruchomości gruntowych w celu otrzymania środków finansowym w krótkim terminie była błędem. Takie działania co prawda ratowały klub, zamykały jednak drogę rozwoju, np. rozbudowę obiektu sportowego. Co więcej, nie przekładały się na tworzenie sieci powiązań i nie miały nic wspólnego z tworzeniem łańcucha dostaw zasobów np. od sponsorów.

Warto skonstatować, że istniała też ciemna strona strategii opartej na zasobie materialnym w postaci infrastruktury sportowej. Przejawiała się w procesach uwłaszczeniowych, które bezpośrednio prowadziły do likwidacji klubu sportowego oraz jego bazy. Takie działania nie należały do rzadkości, powodując zmniejszenie liczby obiektów sportowych w Polsce (Gulak-Lipka 2015).

Poszukiwanie silnego lidera organizacji

Posiadane przez aktorów społecznych kompetencje społeczne (*social skills*) (Fligstein 2009; Fligstein, McAdam 2012) są jednym z elementów, które należy analizować pod kątem zasobów ludzkich w zarządzaniu klubem sportowym. Osoby posiadające tego rodzaju kompetencje stanowią o sile przywódczej i potrafią mobilizować do działania mniejsze grupy ludzi, delegować pracę oraz tworzyć odpowiednie struktury, które decydują o prężności organizacji. Zasoby ludzkie są istotnym elementem w określaniu i realizowaniu założonych strategii. Zespół ludzi pracujący na rzecz klubu sportowego przyczynia się do wykonywania zadań i osiągnięcia celów. W zarządzaniu zasobami zachowanie i działanie członków organizacji traktuje się jako przewagę konkurencyjną. W teorii pól nacisk kładzie się na jednostki posiadające kompetencje społeczne, mogące mobilizować i przekonywać członków grupy do wprowadzania i realizowania danej strategii.

Kluczowym punktem staje się więc rola osób posiadających takie zdolności wraz z kapitałem społecznym w połączeniu z pozycją zajmowaną w klubie sportowym. Jeśli są to osoby na stanowiskach zarządczych (*incumbents*), można dążyć do stabilizacji działalności organizacji. Ciemną stroną takiego działania może być stagnacja w zarządzaniu i obniżenie konkurencyjności klubu. W przypadku gdy takie osoby są w opozycji (*challengers*), ich działanie może doprowadzić do przejęcia władzy i wprowadzenia ich strategii w zakresie dalszej działalności klubu sportowego.

W przypadku wiejskich klubów sportowych zorientowanych na przetrwanie zaobserwowano cedowanie głównych obowiązków organizacyjnych na jednego lidera. Skutkowało to uproszczeniem procesu decyzyjnego i centralizacją zarządzania, ale skuteczność takiej strategii zależała ściśle od konkretnych atrybutów jednostki: (1) dyspozycyjności; (2) dostępu do sieci społecznych i (3) kompetencji przywódczych. Konsekwencją ześrodkowania władzy jest uzależnienie kondycji klubu sportowego od charyzmy, zapału i kompetencji jednostki, jak również wpisywania się tych działań w swoisty etos działacza.

Ukryta gra o środki publiczne – wzmocnienie relacji z samorządem lokalnym

Podtrzymanie silnego sprzężenia z lokalnym samorządem – głównym donatorem działalności małych klubów sportowych – polega na budowie „prosportowej” koalicji we władzach gminy, przekładającej się na względnie hojne wsparcie środkami publicznymi rozdzielanymi z kasy gminnej. Zaspokojone zostają tym samym najbardziej elementarne potrzeby drużyn rywalizujących w rozgrywkach sportowych. Zważywszy jednak, że pomoc publiczna odbywa się za pośrednictwem biurokratycznych procedur, nieodłącznie wiąże się to z obowiązkiem znajomości przepisów oraz prowadzenia bieżącej dokumentacji (gromadzenie faktur, wypisywanie delegacji itp.). Kluby zabiegają więc o pomoc u pracowników administracji, którzy nieraz stanowią nieformalne zaplecze kadrowe organizacji sportowej.

W świetle zrealizowanych badań za najefektywniejszy sposób wdrożenia opisywanej tu praktyki uznać trzeba uruchomienie osobistych znajomości między członkami klubu a liderami samorządu. Dążenie do sprzężenia z kasą samorządu oraz jednocześnie silne osadzenie klubów w społeczności lokalnej przekładają się na instrumentalne wykorzystanie instytucji sportowych przez lokalne instytucje władzy, najczęściej jako źródła elektoratu lub względnie taniej wizytówki samorządu i jego wójarza.

Warto nadmienić, że wsparcie udzielane przez samorząd, o ile jest regularne i zaspokaja podstawowe potrzeby stowarzyszeń, skutkuje niechęcią do pozyskiwania dodatkowych funduszy. W organizacjach realizujących strategię przetrwania w Polsce widać więc wyraźnie ciągłą obecność postaw klientelistycznych, faktycznie uzależniających od pomocy, typowych dla okresu PRL i wczesnej transformacji.

Inkluzyjna ponadlokalna rekrutacja do stowarzyszenia

Kluby mierzące się z kryzysem członkostwa (szczególnie w małych miejscowościach) zmuszone są ukierunkować swoje działania na ponadlokalną rekrutację do swoich szeregów. Wykorzystują w tym celu wszystkich swych członków

i sympatyków, którzy aktywizując prywatne kanały obiegu informacji (w tym media społecznościowe), zachęcają do gry w klubie. Skuteczność tych kanałów pozyskania zawodników może być – co oczywiste – bardzo różna, a sam kolportaż informacji nie stanowi jeszcze wystarczającej zachęty. Dużo ważniejsza w tym przypadku wydaje się praktyka wysokiej inkluzyjności organizacji – zapisywania do klubu niemalże wszystkich chętnych. Szeroki dostęp do drużyny zawodników posiadających umiejętności dalekie od optymalnych stanowi najskuteczniejszą metodę zapobieżenia deficytom kadrowym w małych społecznościach.

Niemniej inkluzyjny i ponadlokalny nabór do klubu pociągać może również negatywne konsekwencje, przede wszystkim dla spójności struktury organizacji: grozi ujawnieniem konfliktów grupowych, wytworzeniem się wewnątrzklubowych klik powstałych nie na gruncie wspólnoty interesów, wieku czy umiejętności, lecz krystalizujących się na bazie więzi z sąsiedztwem, stopnia pokrewieństwa czy pochodzenia z tej samej miejscowości.

4.3. Działacze jako kluczowy zasób

Na początku lat 90. XX w. warunkiem przetrwania polskich organizacji sportowych, pozbawionych wsparcia ze strony instytucji centralnych, okazała się w praktyce głęboka modyfikacja ich strategii działania. Ciężar przyswojenia nowych kapitalistycznych reguł instytucjonalnych spadł przede wszystkim na działaczy klubowych. Mieli oni stać się głównymi aktorami „gier transformacyjnych”, zdolnymi do działań adaptacyjnych i gromadzenia niezbędnych zasobów. W dyskursie publicznym próbowano więc wymusić na instytucjach sportu zachowania aktywne (rynkowe) oraz kreowanie owej kategorii „działacza-przedsiębiorcy”, skutecznie pozyskującego środki na funkcjonowanie swego klubu (por. Doktor 1990).

Choć w wolnorynkowych realiach dokonywała się swoista selekcja organizacyjna – upadały kluby zorientowane zachowawczo (najsłabsze finansowo i organizacyjnie), a trwały najbardziej zaradne, decydujące się na profesjonalizację swych działań – trudno wskazać, czy i jakie cechy osobowe (poza otwartością na wiedzę) przyczyniały się do sukcesu i przetrwania klubów. Innymi słowy: jaki model idealny działacza zaważył w tamtym okresie na efektywności strategii przetrwania. Warto odnieść się w tym miejscu do dorobku Zbigniewa T. Wierzbickiego, który uznając właściwy dobór liderów za węzłowy problem dla całego procesu aktywizacji i rozwoju społeczności lokalnych (A-RSL), zaproponował zestaw cech dobrego lidera. Powinien on zatem posiadać autorytet osobisty i instytucjonalny, cechować się szerszymi niż przeciętne horyzontami myślenia, wysoką pozycją społeczną (nie powinna ona jednak utrudniać kontaktów z mieszkańcami wsi), bezinteresownością, umiejętnością wykorzystania altruizmu innych dla dobra społeczności, odwagą cywilną w podejmowaniu trudnych zadań i decyzji, mieć doświadczenie, zdolność do samokrytycyzmu i umiejętność zdobywania poparcia (choćby tych osób, które mogą zapewnić dostęp do zasobów) oraz przetrzymywania serii niepowodzeń

(Wierzbicki 1987: 328). Otwarte niech pozostanie pytanie, czy organizacje sportowe sięgające genezę do początków PRL posiadały w swoich szeregach tak uformowane jednostki na czas kryzysu oraz na ile we współczesnych polskich realiach (gdzie zderzamy się z marazmem aktywistów i drenażem z prowincji osób najlepiej wykształconych) rzeczywistość może zbliżyć się do tego ideału.

5. Zakończenie

W odniesieniu do działalności klubu sportowego doby transformacji zrozumienie mechanizmów wprowadzania strategii organizacyjnych wymaga szerszego spojrzenia: nie tylko na sam klub, ale również na jego otoczenie. Opracowanie i wdrażanie strategii przez osoby zarządzające organizacją sportową powinno opierać się więc na takich filarach jak: 1) dostęp do zasobów materialnych i niematerialnych, 2) dywersyfikacja pozyskiwania środków finansowych, 3) identyfikacja i analiza ryzyka, 4) zarządzanie spajającym i pomostowym kapitałem społecznym, 5) rozwój kompetencji społecznych, 6) stabilizacja struktury kadrowej organizacji.

W przeprowadzonych badaniach zauważono, że szczególnie istotną rolę w zarządzaniu i realizowaniu strategii organizacji sportowych odgrywa kapitał społeczny pozostający w dyspozycji działaczy i sportowców. Zarówno w okresie transformacji ustrojowej, jak i w ostatnim etapie instytucjonalizacji pola sportu działalność klubów opierała się na sieciach powiązań i skutecznym czerpaniu z nich korzyści. Klubowe strategie niwelowania opisanych wyżej trudności polegają na racjonalnym wykorzystaniu dostępnych w przestrzeni działania organizacji zasobów społecznych: powiązań między członkami klubu a aktorami ulokowanymi poza jego strukturą, jak również obecności liderów zdolnych do mobilizacji ludzkiej aktywności. Należy podkreślić, iż w przypadku organizacji zagrożonych upadkiem (zwłaszcza małych amatorskich klubów sportowych) pierwszorzędne znaczenie ma spajająca forma kapitału społecznego (*bonding social capital*). Kluby na co dzień wykorzystują bowiem przede wszystkim horyzontalne sieci powiązań obejmujące swoich członków, sympatyków, jak również kontakty z równorzędnymi partnerami w obrębie przestrzeni lokalnej i poza nią.

Zidentyfikowane przez badaczy przypadki upadków klubów sportowych wiązały się z obieraniem niewłaściwych strategii, tzn. brakiem analiz ryzyka, generowaniem nadmiernych kosztów przy niewielkich przychodach, kryzysem kompetencji zarządzających, krótkoterminowością podejmowanych działań mających na celu ratowanie klubu, odpływem zawodników i działaczy, zanikiem więzi społecznych ogniskowanych przez klub. Specyfika organizacji sportowej wymaga tu jednak głębszej analizy prowadzenia działalności, gdyż dotyczy generowania wyników sportowych oraz w niektórych dyscyplinach również zysku finansowego. Sytuacja stanowiąca pokłosie neoliberalnej wizji pola sportu – stawiająca na samowystarczalność klubu sportowego – powoduje, że zarządzający nim muszą traktować klub

jako organizację opartą na zasobach, a przy tym być ich świadomymi dysponentami, potrafiącymi wykorzystywać choćby potencjał sieci społecznych tworzonych bezpośrednio przez członków/działaczy klubu, jak też aktorów obecnych w ich otoczeniu, np. kibiców (por. Grodecki 2018).

Mając powyższe na uwadze, autorzy proponują model analityczny, którego fundament stanowi diagnoza problemów, opis ich przezwyciężania oraz stabilizowania działalności organizacji w perspektywie średnio- i długookresowej. Proponowany model może posłużyć jako narzędzie do identyfikowania czy opisywania działalności klubów sportowych mierzących się z dynamiczną zmianą rzeczywistości społecznej. Traktowany może być więc jako narzędzie potencjalnie wzmacniające odporność (*resilience*) organizacji sportowej na kryzysy poprzez dawanie wiedzy o kierunku pożądanym – nieraz w bardzo krótkim czasie – modyfikacji działań i wdrażanie efektywnych planów odbudowy (por. Wicker i in. 2013). Sytuacja, która zapanowała w Polsce po 2020 r., spowodowana pandemią COVID-19, a następnie wojną w Ukrainie, rodzi przypuszczenie, że tego typu modele analityczne będą zyskiwały na znaczeniu zarówno w oczach osób zarządzających klubami, jak i decydentów zainteresowanych stabilnością systemu sportu.

Bibliografia

- Antonowicz D., Kossakowski R., Szlendak T. (2015), *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa.
- Barney J.B. (1986), *Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?*, „Academy of Management Review”, t. 11, s. 656–665.
- Barney J.B. (1991), *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, „Journal of Management”, t. 17, s. 99–120.
- Bartkowski J. (2007), *Kapitał społeczny i jego oddziaływanie na rozwój w ujęciu socjologicznym*, [w:] M. Herbst (red.), *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 54–97.
- Burdyka K. (2012), *Nie tylko orliki, czyli o piłkarskiej twarzy polskiej wsi*, „Res Publica Nova”, nr 17(207), s. 9–15.
- Burdyka K. (2019a), *Od pastwiska do orlika – proces usportowienia polskiej wsi*, [w:] M. Halamska, M. Stanny, J. Wilkin (red.), *Ciągłość i zmiana. Sto lat rozwoju polskiej wsi*, t. 1, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, s. 455–480.
- Burdyka K. (2019b), *Między zagrodą a boiskiem. Studium aktywności wiejskich klubów sportowych*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa, <https://doi.org/10.5281/zenodo.3520063>
- Cewińska J. (2011), *Wybory strategiczne w organizacjach sportowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu”, nr 171, s. 19–28.
- Charycka B., Gumkowska M., Bednarek J. (2022), *Kondycja organizacji pozarządowych 2021. Raport z badania*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa.
- Chojnacka M. (2021), *Organizacja przyszłości*, Wydawnictwo Naukowe Akademii im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski.

- Coleman J. (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital*, „The American Journal of Sociology”, t. 94, suplement, s. 95–120, <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/c/477/File/Social%20Capital%20in%20the%20Creation%20of%20Human%20Capital.pdf> (dostęp: 29.11.2022).
- Coleman J. (1990), *Foundations of Social Theory*, The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge–London.
- DiMaggio P.J., Powell W.W. (1983), *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*, „American Sociological Review”, t. 48(2), s. 147–160.
- Doktór K. (1990), *Klub sportowy: struktura – funkcje – otoczenie*, „Sport Wyczynowy”, nr 11–12, s. 10–15.
- Drażdźewski S. (1974), *Ludowe Zespoły Sportowe. Powstanie i działalność*, Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza, Warszawa.
- Fligstein N. (2009), *Kompetencje społeczne i teoria pola*, [w:] A. Manterys, J. Mucha (red.), *Nowe perspektywy teorii socjologicznej. Wybór tekstów*, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków.
- Fligstein N., McAdam D. (2012), *Theory of fields*, University Press, Oxford.
- Giza-Poleszczuk A., Marody M., Rychard A. (2000), *Od mikrostrategii do makrosystemu: założenia teoretyczne i problem badawczy*, [w:] A. Giza-Poleszczuk, M. Marody, A. Rychard (red.), *Strategie i system. Polacy w obliczu zmiany społecznej*, Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa, s. 13–43.
- Gorzelany-Dziadkowiec M., Smutek H. (2020), *Zintegrowane zarządzanie we współczesnych organizacjach*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Grabowski A. (2012), *Przedsiębiorstwo sportowe Hamburger SV wobec kryzysu społecznej gospodarki rynkowej w Niemczech*, [w:] K. Piech, K. Wierus (red.), *Ostatni światowy kryzys finansowy. Przyczyny, przebieg, polityka, przedsiębiorstwa*, t. II, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa.
- Grabowski A. (2013), *Przedsiębiorstwa sportowe w gospodarce rynkowej. Na przykładzie FC Bayern Monachium SA*, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa.
- Grabowski A. (2019), *Ekonomia sportu. Zagadnienia metodologiczne i wybrane doświadczenia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Grodecki M. (2018), *Nowi aktywiści. Polski ruch „socios” jako nowa forma relacji kibiców z klubem*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 14, nr 2, s. 30–49.
- Gulak-Lipka P. (2015), *Stan infrastruktury sportowej w Polsce*, [w:] M. Tomanek, S. Raniszewski (red.), *Problemy kultury fizycznej – aspekty ekonomiczne, prawne, pedagogiczne*, Akademia Sportu i Nauki, Ośrodek Rekreacji, Sportu i Edukacji w Poznaniu, Bydgoszcz–Poznań.
- GUS (1996), *Rocznik Statystyczny*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- GUS (2021), *Kultura fizyczna w latach 2019 i 2020*, Główny Urząd Statystyczny, Ośrodek Statystyki Sportu i Rekreacji, Warszawa–Rzeszów, https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5495/1/6/1/kultura_fizyczna_w_latach_2019_i_2020.pdf (dostęp: 10.05.2022).
- Gutowski A. (1965), *Drogi rozwoju kultury fizycznej w Polsce Ludowej w latach 1944–1965*, Sport i Turystyka, Warszawa.
- Jakubczyk Z., Krawczyk A. (2000), *Wpływ przemian własnościowych na finansowanie i aktywność Ludowych Zespołów Sportowych w województwie opolskim w latach 1991–1995*, „Człowiek i Ruch”, t. 2(2), s. 94–98.
- Jarvie G. (2003), *Communitarianism, Sport and Social Capital: ‘Neighbourly Insights into Scottish Sport’*, „International Review for the Sociology of Sport”, t. 38, s. 139–153.
- Kikulis L.M., Slack T., Hinings C.R. (1995), *Sector-Specific Patterns of Organizational Design Change*, „Journal of Management Studies”, t. 32(1), s. 67–100.
- Kończak J. (2020), *Komunikacja sponsoringowa oraz ambush marketing podczas Euro 2016*, „Studia Medioznawcze”, t. 3(66), s. 123–136.
- Kopecka-Piech K. (2017), *Media*, [w:] H. Jakubowska, P. Nosal (red.), *Socjologia sportu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Krawczyk Z. (1992), *Sport in the Era of Structural Changes: the Example of Eastern Europe*, „International Review for Sociology of Sport”, t. 27(1).
- Krawczyk Z. (1997), *Struktura i przeobrażenia organizacji sportowy w Polsce*, „Wychowanie Fizyczne i Sport”, nr 1–2, s. 267–277.
- Krawczyk Z. (2000), *Sport w zmieniającym się społeczeństwie*, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa.
- Kurkowska-Budzan M., Stasiak M. (2016), *Stadion na peryferiach*, Universitas, Kraków.
- LZS (2022), *Wiadomości Sportowe. Wydanie specjalne*, Krajowe Zrzeszenie Ludowe Zespoły Sportowe.
- Małolepszy E. (2004), *Kultura fizyczna w działalności wiejskich organizacji młodzieżowych II Rzeczypospolitej*, Wydawnictwo Akademii im. Jana Długosza, Częstochowa.
- Małolepszy E. (2010), *Sport i turystyka w działalności Zrzeszenia Ludowe Zespoły Sportowe w Polsce w latach 1989–2009*, [w:] R. Muszkieta, W. Żukow, M. Napierała, E. Saks (red.), *Stan i rozwój regionalnego sportu i rekreacji*, Ośrodek Rekreacji, Sportu i Edukacji, Poznań, s. 6–21.
- Mańkowski D. (2018a), *Sport Organizations and Environmental Pressures: An Institutional Analysis*, „Society Register”, t. 2(1).
- Mańkowski D. (2018b), *Polski Związek Sportowy jako organizacja w teorii pól Fligsteina i McAdama*, „Acta Universitatis Lodziensis Folia Sociologica”, t. 65.
- Mańkowski D. (2020), *Sport w transformacji ustrojowej w Polsce. Gdańskie studium przypadku*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica”, t. 75, s. 101–120.
- March J.G., Olsen J.P. (2005), *Instytucje. Organizacyjne podstawy polityki*, przeł. D. Sielski, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Morgan G. (2013), *Obrazy organizacji*, przeł. Z. Wiankowska-Ładyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Noga R. (2016), *Żużel w PRL-u. Sport żużlowy w Polsce w latach 1948–1989*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- North D.C. (1991), *Institutions*, „Journal of Economic Perspectives”, t. 5(1), s. 97–112.
- Nosal P. (2014), *Sport i technologia*, Wydawnictwo Katedra, Gdańsk.
- Nosal P. (2020), *Instytucjonalny wymiar sportu. Konteksty i historyczno-społeczne uwarunkowania*, [w:] Z. Dziubiński, M. Jasny (red.), *Kultura fizyczna a instytucjonalizacja*, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego, Warszawa.
- Obłój K. (2014), *Strategia organizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Parent M., Slack T. (red.) (2007), *International Perspectives on the Management of Sport*, Elsevier Academic Press, London.
- Pasko A. (2009), *Wyścig pokoju w dokumentach władz partyjnych i państwowych 1948–1989*, Avalon, Kraków.
- Pasko A. (2012), *Sport wyczynowy w polityce państwa 1944–1989*, Avalon, Kraków.
- Pedersen P.M., Ruihley B.J., Li B. (red.) (2022), *Sport and the Pandemic: Perspectives on Covid-19's Impact on the Sport Industry*, Routledge, London–New York.
- Putnam R. (1995), *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, przeł. J. Szacki, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Putnam R. (2008), *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, przeł. P. Sadura, S. Szymański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Seippel Ø. (2008), *Sports in Civil Society: Networks, Social Capital and Influence*, „European Sociological Review”, t. 24(1), s. 69–80.
- Siekiera R. (2016), *Początki polskiej publicystyki sportowej w ujęciu genologicznym. „Przegląd Sportowy” w latach 1921–1925*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Skalik M. (2020), *Zespołowe gry sportowe kobiet w latach 1945–1989*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego im. J. Długosza, Częstochowa.

- Staniek Z. (2017), *Ekonomia instytucjonalna. Dlaczego instytucje są ważne*, Difin, Warszawa.
- Stempień J.R. (2020), *Dysfunkcjonalizm metodologiczny – nowa propozycja analityczna w socjologii sportu i jej zastosowanie na przykładzie szachów*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 16, nr 1.
- Sznajder A. (2012), *Marketing sportu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Szubert R. (2010), *Kultura fizyczna w przemianach wsi polskiej w latach 1944–1956*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Warszawa.
- Taylor T., Doherty A., McGraw P. (2008), *Managing People in Sport Organizations. A Strategic Human Resource Management Perspective*, Routledge, Oxon–New York.
- Wawrzyniak B. (1989), *Polityka strategiczna przedsiębiorstwa*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Wicker P., Filo K., Cuskelly G. (2013), *Organizational Resilience of Community Sport Clubs Impacted by Natural Disasters*, „Journal of Sport Management”, t. 27(6), s. 510–525, <https://doi.org/10.1123/jsm.27.6.510>
- Wierzbiński Z.T. (1987), *Aktywizacja i rozwój społeczności lokalnych i środowiskowych*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, R. XLIX, z. 3, s. 313–335.
- Włoch R. (2016), *Globalne przez narodowe. Euro 2012 w Polsce*, DELab UW, Warszawa.
- Włoch R. (2017), *Organizacje*, [w:] H. Jakubowska, P. Nosal (red.), *Socjologia sportu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wohl A. (1977), *Sport wiejski a przeobrażenia wsi polskiej*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Warszawa.
- Zasada J.Z. (2008), *Sportowo-pożarnicza działalność Ochotniczych Straży Pożarnych w latach 1875–2007*, „Zeszyty Historyczne Związku Ochotniczych Straży Pożarnych Rzeczypospolitej Polskiej”, t. VII, s. 121–147.


Artykuły prasowe

- Dziennik Bałtycki (1991), „Kosz w kwiatach” na pomoc koszykówe, 1 sierpnia.
- Dziennik Bałtycki (2003), *Wyspracować dobrą ofertę* (wywiad z M. Formelą), 11 lipca.

Akty prawne

- Ustawa o sporcie, Dz.U. 2010 nr 127 poz. 857

Marta Wieteska*

 <https://orcid.org/0000-0001-9843-7718>

AUTOPREZENTACJA I TABLICA OGŁOSZEŃ ANALIZA TREŚCI OPRAW MECZOWYCH NA PRZYKŁADZIE AKTYWNOŚCI ULTRASÓW LECHA POZNAŃ W LATACH 2017–2021¹

Abstrakt. Stadiony piłkarskie stanowią przestrzeń artykułowania przekazów przez najbardziej zaangażowanych kibiców – ultrasów. Platformą ich komunikatów są przede wszystkim transparenty, banery oraz flagi. Treści tych opraw dotyczą zarówno zagadnień tożsamościowych (klubowych, narodowych, odnoszących się do wspólnych wartości), jak i stanowią komentarz do bieżącej sytuacji społecznej. Celem niniejszego artykułu jest zatem analiza i systematyzacja całokształtu przekazów formułowanych przez ultrasów Lecha Poznań za pomocą analizy treści opraw, uwiecznionych na fotorelacjach ze 177 spotkań meczowych Kolejorza. Tekst skupia się na treściach wszystkich banerów, transparentów, flag oraz sektorówek przedstawianych w „Kotle” (sektorze ultrasów Lecha Poznań) podczas rozgrywek piłkarskiej Ekstraklasy w latach 2017–2021. Materiał badawczy służy do wskazania głównych obszarów tematycznych aktywności komunikacyjnej kibiców oraz kategoryzacji tworzonych przez nich treści. Artykuł wskazuje, iż stadion pełni rolę medium komunikacyjnego oraz miejsca autoprezentacji kibiców, podkreślając wewnętrzną spójność świata najbardziej zagorzałych fanów piłki nożnej.

Słowa kluczowe: kibice, oprawy, ultras, stadion, piłka nożna, Lech Poznań.

* Lic., Wydział Socjologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, ul. Szamarzewskiego 89, 60-568 Poznań, e-mail: marwie32@st.amu.edu.pl

¹ Artykuł wykorzystuje dane uzyskane przy realizacji pracy licencjackiej napisanej pod kierunkiem naukowym dr. Przemysława Nosala pt. *Trybuny jako tablica ogłoszeń. Treść opraw stadionowych na przykładzie „Kotła” Lecha Poznań w latach 2017–2021* (2022). Praca została obroniona na Wydziale Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 8 lipca 2022 r. oraz wyróżniona w ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę dyplomową z obszaru socjologii sportu w 2022 r. (Sekcja Socjologii Sportu Polskiego Towarzystwa Socjologicznego). Artykuł zawiera fragmenty wspomnianej pracy licencjackiej.

SELF-PRESENTATION AND BULLETIN BOARD. CONTENT ANALYSIS OF THE TIFO DISPLAYS ON THE EXAMPLE OF THE LECH POZNAŃ ULTRAS IN 2017–2021

Abstract. Football stadiums are a space for the articulation of messages by the most committed fans – the ultras. The platform for their messages is mainly banners and flags. The content of these tifo displays relates both to issues of identity (club, national, shared values) and comment on the current social situation. The aim of this article is to analyse and systematise the entirety of messages formulated by Lech Poznań ultras by way of an analysis of the content of the banners documented in photographs from 177 matches of Lech Poznań. The text focuses on the content of all the banners, flags and sectorials presented in the “Kocioł” (Lech Poznań’s ultras sector) during Ekstraklasa football matches in 2017–2021. The research material is used to identify the main thematic areas of fans’ communication activity and to categorise the content they create. The article shows that the stadium plays the role of a communication medium and a place of fans’ self-presentation, emphasising the internal coherence of the world of the most passionate football fans.

Keywords: fans, tifo displays, ultras, stadium, football, Lech Poznań.

1. Wstęp

Kibice piłkarscy to zbiorowość biorąca aktywny udział w widowisku sportowym również poprzez różne formy dopingowania swoich drużyn. Działania fanów piłki nożnej na całym świecie mają podobną formę, ale różnią się treścią. Dlatego też przyśpiewki kibicowskie, murale (Bogacka, Siniecka 2017), a przede wszystkim oprawy wizualne na stadionach oraz poza nimi (Kaczmarek 2015) stanowią przestrzeń godną uwagi socjologa.

Najbardziej spektakularną formą aktywności fanów piłki nożnej są oprawy meczowe – to one stanowią główną platformę komunikowania się kibiców ze sobą nawzajem i z otoczeniem (Kossakowski 2021: 14). Oprawy wykorzystywane są do prezentacji zbiorowych wartości oraz komentowania bieżącej sytuacji społecznej. W efekcie pełnią funkcję jednego z głównych narzędzi kształtujących i podtrzymujących tożsamość kibiców (Nosal, Kossakowski 2017).

Chociaż wiedza socjologiczna o środowisku kibicowskim jest systematycznie pogłębiania, to wciąż wiele obszarów aktywności fanów piłki nożnej pozostaje zbadanych tylko powierzchwnie. Dzięki dostępnej literaturze możemy używać różnych taksonomii kibiców (zob. Nosal, Kossakowski 2017) oraz analizować ich działalność w stowarzyszeniach (zob. Chwedoruk 2015; Kossakowski i in. 2020: 128), jednakże nadal niewiele źródeł porusza temat aktywności kibiców w zakresie opraw meczowych – tego, co jest na nich prezentowane i dlaczego.

W niniejszym artykule analizie poddano oprawy stadionowe prezentowane przez najbardziej zagorzałych kibiców (ultrasów) wybranego klubu piłkarskiego (Lecha Poznań) w określonym czasie (2017–2021). Tekst stanowi uzupełnienie stanu wiedzy na temat treści opraw kibicowskich, a tym samym umożliwia ukazanie

rzeczywistej aktywności komunikacyjnej ultrasów – zawartości ich wypowiedzi oraz zastosowanych w nich środków. Realizacja tego celu wydaje się o tyle ważna, że wyprowadzi kibicowskie narracje z pola sądów potocznych, stereotypów oraz mechanizmów związanych z paniką moralną (zob. Woźniak 2013) i ugruntuje je w materiale empirycznym.

2. Kim są ultrasi?

Kategoria „kibice piłkarscy” jest bardzo pojemna i obejmuje kilkanaście typów grup fanów piłki nożnej. Typologie tworzone są na podstawie różnych kryteriów oraz osi podziałów. Najczęściej wykorzystywanym zróżnicowaniem jest podział kibiców na chuliganów, ultrasów oraz pikników, odnoszący się do tożsamości poszczególnych grup kibicowskich (Kossakowski 2021: 194). Wyróżnić można także podział na kibiców „aktywnych” i „biernych”, odwołujący się do stopnia zaangażowania w życie klubu piłkarskiego. Istotną osią pozostaje również dychotomia tożsamości kibiców oparta na (nie)identyfikowaniu się z klubem jako „ja” oraz (nie)odczuwaniu wspólnoty – w zależności od wyborów tożsamościowych kibiców stosowane są w stosunku do nich kategorie kibiców „tradycyjnych” („industrialnych”) i „nowoczesnych” („konsumentów”) (Nosal, Kossakowski 2017: 7).

Przyjętym w niniejszym tekście podziałem jest jednak taksonomia zbudowana na zróżnicowaniu grupy kibicowskiej ze względu na pole zainteresowań w kontekście piłki nożnej, formę zaangażowania w trakcie spotkania meczowego, jak i sam stosunek do drużyny piłkarskiej czy aparycję kibicowską (Soliński 2006; Chwedoruk 2015; Nosal, Kossakowski 2017; Kossakowski 2021). W tym kontekście wyróżnia się trzy główne grupy kibiców: pikników, chuliganów oraz ultrasów.

Piknicy, nazywani również „sezonowcami”, to osoby szukające w meczu widowiska sportowego obfitującego w gole, oprawy meczowe oraz doping (Soliński 2006). Piknicy to najczęściej grupy znajomych albo rodziny z dziećmi, dla których konkretny mecz jest formą miłego spędzania wspólnego czasu. To hiperkonsumenty, którym zależy na konsumpcyjnych aspektach meczów, co przekłada się na relatywnie bierny odbiór widowiska sportowego (zob. Antonowicz i in. 2011; Izzo i in. 2011; Kossakowski i in. 2020: 194).

Chuligani to z kolei grupa, która wywodzi się z zagranicznej subkultury *football hooligans*. Ich cechą charakterystyczną są agresywne zachowania, skłonność do stosowania przemocy, wybryki chuligańskie oraz wywoływanie w społeczeństwie poczucia niebezpieczeństwa (Wrzesień 2013: 187; Brown 2002: 190). Chuliganów można często rozpoznać dzięki ubraniom z logo firm specjalizujących się we wzorach dla osób uprawiających sport, w szczególności sztuki walki – stornią również od barw klubowych (Soliński 2006). W grupy chuliganów zrzeszają się najczęściej młodzi, silni mężczyźni, którzy wyróżniają się umiejętnościami wyniesionymi z bokerskich ringów (Kossakowski 2021: 71).

Z perspektywy niniejszej pracy najważniejsza jest jednak grupa ultrasów. Ultrasi to fani, którym zależy na oprawie dramaturgicznej meczu piłkarskiego (Kossakowski 2021: 163). Cel swój osiągają poprzez zastosowanie zróżnicowanych środków ekspresji: flag, banerów, transparentów, sektorówek (czyli flag wielkości całego sektora na trybunach), a często również pirotechniki (Sahaj 2012). Ważnym uzupełnieniem opraw są także przyśpiewki i skandowane hasła (Kossakowski i in. 2020: 116). Tak przygotowane oprawy meczowe prezentowane są zwykle na konkretnej, wybranej trybunie – w przypadku poznańskiego Lecha jest ona zlokalizowana za jedną z bramek i określana jest mianem Kotła.

Podkreślić należy, iż aktywność ultrasów ma charakter systematyczny – zwykle przygotowują oni oprawę podczas każdego meczu rozgrywanego przez drużynę na własnym stadionie, a najczęściej również wyłączny – jedynie oni mogą tworzyć oprawy. Ultrasów cechuje również zaawansowanie organizacyjne (podział zadań w ramach grupy, zasoby materialne i infrastrukturalne) (zob. Kossakowski 2021: 171) i łączące ich silne więzi oparte na idei współpracy oraz wspólnego tworzenia przedstawienia na trybunach (zob. Kossakowski 2021: 217). Stanowią oni zatem interesującą badawczo zbiorowość – performatywną grupę dostarczającą specyficzny stadionowy spektakl, w którym ważna jest zarówno forma, jak i treść. Z jednej strony ultrasi stosują rzadko spotykane środki wyrazu, które przyciągają uwagę widzów, ale także postronnych obserwatorów (np. użytkowników mediów napotykalających relacje z meczów w śledzonych przekazach) (zob. Woźniak 2013: 261; Kossakowski i in. 2020: 133) i osób badających społeczność kibicowską. Z drugiej jednak strony, w ramach opraw prezentują oni określone treści, których zawartość rzadziej stanowi przedmiot systematycznej analizy. Tymczasem to właśnie treść opraw stanowi komunikat kierowany przez ultrasów do innych kibiców oraz szeroko rozumianego otoczenia społecznego.

3. Metodologia

Głównym celem poniższego artykułu jest analiza treści opraw stadionowych ultrasów. Zwrócenie badawczej uwagi na banery, transparenty, sektorówki czy flagi prezentowane przez fanów piłki nożnej pozwala zarejestrować ich rzeczywistą zawartość oraz dokonać kategoryzacji komunikatów tworzonych przez ultrasów ze względu na poruszane w nich tematy (m.in. nawiązywanie do konkretnych wydarzeń z życia publicznego, wypowiedzi o charakterze światopoglądowym, deklaracje określonych wartości albo podkreślanie poczucia kibicowskiej tożsamości) (por. Gileta-Klępka 2015).

Przedmiotem przeprowadzonego badania są oprawy stadionowe prezentowane w „Kotle” na stadionie Lecha Poznań oraz podczas meczów wyjazdowych. Składały się na nie banery, sektorówki, flagi i transparenty – za ich pośrednictwem kibice komunikują wartości oraz idee. Analizą objęto oprawy meczowe z lat 2017–2021,

uwzględniając wszystkie mecze Lecha Poznań w Ekstraklasie w tym okresie. Przedział czasowy został wybrany ze względu na istotną wówczas dynamikę stadionową. Czas ten obejmuje bowiem mecze przed pandemią COVID-19, okres samej pandemii (brak możliwości uczestnictwa kibiców na stadionie ze względu na limity), a także bojkot „Kotła”² i finalne zwiększenie limitów stadionowych. Wyodrębnione lata są również istotne ze względu na nieodległe ostatnie mistrzostwo Lecha Poznań w Ekstraklasie (2015) oraz niezadowolającą kibiców formę piłkarzy w 2021 r. (Dobrasz 2021).

Do analizy zakwalifikowanych zostało 177 spotkań Lecha Poznań, w tym 57 spotkań bez publiczności – powodem braku kibiców były zakazy stadionowe, bojkot „Kotła” oraz pandemia. Liczba meczów oraz analizowanych spotkań w poszczególnych latach została przedstawiona w Tabeli 1.

Tabela 1. Liczba analizowanych meczów w poszczególnych latach

Rok	Liczba meczów	Liczba analizowanych meczów
2017	38	32
2018	36	30
2019	37	28
2020	31	7
2021	35	12

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy treści (2022).

Spośród 57 spotkań meczowych bez kibiców 40 spotkań datowanych jest na czas pandemii, podczas której mecze rozgrywały się bez publiczności lub z ograniczeniem frekwencji (30 maja 2020 r. – 16 maja 2021 r.). Należy jednak podkreślić, iż z uwagi na ustabilizowaną liczbę zakażeń COVID-19 ultrasi Lecha Poznań częściowo wrócili na stadion 19 lipca, 30 sierpnia i 20 września 2020 r., aby poprowadzić aktywny doping (Kulczyński 2021).

Główne pytanie badawcze brzmiało: jakie treści zawierają oprawy meczowe ultrasów? Aby zniuansować odpowiedź na to pytania, a także usystematyzować refleksję nad oprawami, sformułowano również dwa pomocnicze pytania badawcze odnoszące się do głównych kategorii tematycznych wynikających z prezentowanych banerów, flag, sektorówek czy transparentów: „Jakie wartości są promowane przez kibiców?” oraz „Jakie wartości są kontestowane przez kibiców?”.

² Bojkot trwający od lipca do września 2021 r. wśród kibiców Lecha Poznań spowodowany był m.in. słabymi wynikami drużyny, niezadowolającymi transferami oraz niesprzyjającą rozwojowi postawą dyrektora sportowego klubu – Tomasza Rząsy. Podczas bojkotu ultrasi nie prowadzili dopingu w „Kotle” (stadionowioprawcy.net 2021).

Oprawy stadionowe widoczne w „Kotle” na stadionie Lecha Poznań oraz podczas meczów wyjazdowych klubu w Ekstraklasie przeanalizowano w oparciu o metodę analizy treści. W trakcie badań zebrano wszystkie pojawiające się w wyznaczonym okresie treści, a następnie skategoryzowano je i przeanalizowano. W ramach procesu badawczego przygotowano arkusz kalkulacyjny oparty na stworzonym kluczu kategoryzacyjnym. Narzędzie to zostało wykorzystane do wyodrębnienia wątków tematycznych poruszanych w opracowaniach. Klucz kategoryzacyjny ułatwił grupowanie pojawiających się na trybunie słów, fraz oraz haseł. Baza w arkuszu systematyzuje w wierszach kolejne mecze (z podziałem na przeciwnika, datę spotkania, rok, miejsce meczu i obecność publiczności), w kolumnach zaś konkretne treści zawarte w opracowaniach, z czasem kategoryzowane również w większe grupy wątków tematycznych.

Analizie poddano wszystkie oprawy meczowe ze spotkań Lecha Poznań w określonym czasie (2017–2021), w związku z czym dobór próby miał charakter kompletny i zupełny. Działania ultrasów Kolejorza, jako głównej badanej grupy, charakteryzują się hiperaktywnością i nie można określić ich jako typowych zachowań społeczności kibicowskiej. Najbardziej zagorzali fani poznańskiego Lecha dostarczają wielu przykładów stadionowej aktywności, jednakże nie jest to postawa charakterystyczna dla wszystkich kibiców. Na przykładzie polskich klubów, wzmożoną działalnością ultrasowską – oprócz Lecha Poznań – odznacza się także Legia Warszawa.

Materiał badawczy stanowiły fotorelacje ze spotkań meczowych, umieszczone na czterech stronach internetowych: kkslech.com (serwis kibiców Lecha Poznań działający od 2005 r., publikujący fotorelacje i artykuły), stadionowioprawcy.net (działająca od 2012 r. strona poświęcona fotorelacjom ze spotkań meczowych oraz kibicowskiej otoczce życia codziennego), kibice.net (serwis informacyjny dotyczący piłki nożnej w Polsce) oraz pyrusy.pl (niezależny informator dla kiboli Lecha Poznań, działający do lutego 2019 r.). Uzupełnieniem dla analizy opracowań była przeprowadzona przez autorkę tekstu obserwacja uczestnicząca, która obejmowała znaczną część spotkań meczowych. W efekcie uzyskano, pokategoryzowano i zanalizowano kompletny materiał dotyczący opracowań meczowych oraz prezentowanych w ich ramach treści.

4. Co ultrasi komunikują poprzez swoje oprawy meczowe?

Na podstawie analizy zawartości opracowań meczowych przygotowanych przez ultrasów Lecha Poznań w wybranym okresie można stwierdzić, iż podejmują oni sześć głównych tematów:

- temat patriotyczno-narodowy,
- temat klubowy,
- temat orientacji i tożsamości seksualnej,

- temat mniejszości narodowych,
- temat komunikacji wewnętrznej,
- temat policyjny.

W dalszych częściach tego rozdziału zostaną one szczegółowo opisane oraz poddane analizie. Należy jednak wspomnieć, iż pomimo podejmowania sześciu wątków tematycznych częstota ich prezentowania jest nierównomierna. W latach 2017–2021 ultrasi temat orientacji i tożsamości seksualnej przedstawili na czterech spotkaniach meczowych. Zagadnienie mniejszości narodowych nie pojawiło się w „Kotle”³, w związku z czym temat ten zostanie opisany w podrozdziale dotyczącym treści patriotyczno-narodowych.

W aspekcie niniejszej publikacji istotny jest również wątek pandemii COVID-19. Nie został on uwzględniony w kluczu kategoryzacyjnym z uwagi na brak opraw stadionowych nawiązujących do zakażeń koronawirusem czy szczepień. Prezentowane 19 lipca, 30 sierpnia oraz 20 września 2020 r. banery, flagi i transparenty nawiązywały do tematyki klubowej (np. „Miłość na zawsze, przyjaźń nie na niby, kochamy ten klub, swoich ludzi nie zdradzimy; eLechowa klika” – 19 lipca 2020 r.) oraz komunikacji wewnętrznej (np. „Konrad, Gacior, Przem, Wilder; Trzymajcie się LPU” – 30 sierpnia 2020 r.).

Stadionowe trybuny, jako swoista tablica ogłoszeń tworzona przez kibiców, zostały przeniesione na czas pandemii w wirtualną przestrzeń social mediów. Cyfrowe środki przekazu zyskały wówczas szczególną popularność, na co wskazują Jakub Szczepkowski (2021) oraz Jan Chłapowski i Adam Kantanista (2022). Kibice, podobnie jak kluby piłkarskie, komunikowali się wzajemnie poprzez strony na Facebooku (np. Lech Poznań Ultras, Kibice Lecha Poznań). Oprócz publikowania fotorelacji z rozegranych spotkań meczowych ultrasi Kolejorza udostępniali informacje na temat realizowanych zbiórek dla osób przebywających na kwarantannie, przekazywali niezbędne produkty oraz akcesoria kibicowskie (20 marca 2020 r., 10 kwietnia 2020 r.). Pandemiczna działalność wolontariacka wśród fanów piłki pomagała w podtrzymywaniu więzi, które nie mogły być regularnie umacniane podczas spotkań meczowych (zob. Mazurkiewicz 2021).

4.1. Temat patriotyczno-narodowy

Kibice określani są jako zbiorowy strażnik pamięci danego klubu piłkarskiego (Nosal, Kossakowski 2017: 21). Jednak oprócz zainteresowania historią samego klubu, co zostanie zaprezentowane w kolejnym podrozdziale, kibice przedstawiają na trybunach również wątki patriotyczno-narodowe, które wskazują na przywiązanie do narodowej historii. Przejawiają się one zwykle flagami i banerami z postaciami przypominającymi o ważnych wydarzeniach historycznych (Nosal i in. 2021: 2051).

³ Temat mniejszości narodowych został uwzględniony w poniższym artykule z uwagi na liczne badania dotyczące postaw nacjonalistycznych wśród kibiców oraz baneru z 16 marca 2018 r., dotyczącego indonezyjskich kibiców (zob. weszlo.com 2018).

Wśród treści tworzonych przez ultrasów Lecha Poznań dominują nawiązania do wydarzeń historycznych – np. Powstania Wielkopolskiego („1918 Niezapomniane zwycięstwo 1919” – 23 lutego 2019 r.) czy Święta Niepodległości („Wszyscy na marsz 11.11, Sala Kongresowa 13:15” – 4 listopada 2018 r.). Podtrzymują oni także pamięć o bohaterach narodowych – najczęściej są to żołnierze wyklęci („Wszyscy na marsz wyklętych! Piła 25.02 19:00” – 24 lutego 2017 r.; „V Marsz Wyklętych w Pile, 3 marca wszyscy do Piły – chwała bohaterom!” – 25 lutego 2018 r.) oraz żołnierze walczący podczas wojen i powstań („Wielkopoleanie Powstańcom, 27.12.1918 Wybuchła iskra, by przynieść Zwycięstwo 16.02.1919” – 19 grudnia 2019 r.). Jednocześnie wskazują na figury niebezpieczne dla dobra narodu. Niechęć do „obcych” („Poznaniak nie pozwolił... Niemca trzymał twarz przy glebie” – 23 lutego 2019 r.) oraz życzenie śmierci dla wrogów ojczyzny („Śmierć wrogom ojczyzny” – 28 lutego 2018 r., 11 listopada 2018 r.) wyrażane są za pomocą napisów oraz znaków na banerach. Przykładem patriotyczno-narodowego podziału „my-oni” jest oprawa przy okazji rocznicy Powstania Wielkopolskiego (18 lutego 2018 r.), gdzie pojawił się baner „German Death Camps⁴” (18 lutego 2018 r.) oraz sektorówka o „trzymaniu twarzy Niemca przy ziemi” (23 lutego 2019 r.). Jednocześnie ultrasi często wychwalają własne miasto oraz jego historię – np. oprawą z herbem Lecha połączonym z herbem Poznania stylizowanym na szlachecką tarczę z dopiskiem „Wielopolska Magnateria” (7 kwietnia 2018 r.). Dychotomia „my-oni” występuje dość mocno w treściach ultrasów (por. Moskał 2014: 189; Gileta-Klępka 2015: 150; Kossakowski 2021: 189), potwierdzając zorientowaną narodowo i lokalnie postawę kibiców.

W tym miejscu należy przywołać wątek postaw nacjonalistycznych wśród prawicowych społeczności kibicowskich – to temat, który doczekał się licznych opracowań naukowych (Nosal i in. 2021; Grodecki 2020; Kucia, Wilczyńska 2014). Ze względu na obronę patriotycznych i tradycyjnych wartości oraz posługiwania się dychotomią „my-oni” przez środowisko fanów postrzega się ich często jako przeciwników mniejszości etnicznych, narodowościowych czy rasowych. Mimo to na analizowanych fotorelacjach nie pojawił się żaden baner wskazujący na tak zdefiniowany wątek mniejszościowy. Widoczny był jedynie baner rasistowski, nawiązujący do negatywnego obrazu indonezyjskich kibiców (zob. weszlo.com 2018).

Brak opraw dotyczących mniejszości w latach 2017–2021 może być spowodowany brakiem poczucia subiektywnego „zewnętrznego zagrożenia” przez kibiców (patriotów, nacjonalistów), takiego jak nagły napływ imigrantów czy obecność na poznańskim stadionie fanów zagranicznych drużyn⁵. Stan ten sugeruje, iż kibice potrzebują wydarzenia aktywującego ich zaangażowanie w tematyce mniejszościowej.

⁴ „German Death Camps” było również kampanią wymierzoną przeciwko zachodnim mediom i politykom, którzy używali terminu „polskie obozy śmierci”, mając na myśli obozy koncentracyjne utworzone przez niemieckich nazistów podczas II wojny światowej (Grodecki 2021: 568).

⁵ Ten ostatni wątek nawiązuje do sytuacji z 2013 r., kiedy kibice Lecha Poznań wywiesili transparent „Litewski champie, klękni przed polskim Panem” podczas meczu pucharowego z Žalgirisem Wilno (Żytnicki 2013).

4.2. Temat klubowy

Treść klubową można podzielić na bardziej szczegółowe wątki: fetowanie swojej drużyny, przedstawianie przynależności do grup kibicowskich, przedstawienie miejsca pochodzenia kibiców, prezentowanie kos lub zgód z innymi drużynami oraz wspomnianie o problemach klubowych.

Wątek klubowy to przede wszystkim wychwalanie Lecha oraz podkreślanie miłości do Kolejorza za pomocą banerów. Pojawiają się na nich zarówno nacechowane emocjonalnie słowa („Lech King” – np. 26 lipca 2019 r.; „[...] szlachetna krew [...]” – np. 10 lutego 2017 r.; „Pyrlandia Królestwo Kolejorza” – np. 16 lipca 2017 r.), jak i klubowe barwy (np. 25 października 2019 r.), będące „obiektem świętym” (Antonowicz, Wrzesiński 2009; Collins 2011). Fetowanie ukochanej drużyny w oprawach to legitymizacja kibicowskich wartości oraz przedstawienie hierarchii, w której klub jest na pierwszym miejscu („Miłość na zawsze, przyjaźnie nie na niby, kochamy ten klub, swoich ludzi nie zdradzamy; eLechowa klika” – 25 października 2019 r.).

Przynależność do grup kibicowskich na podstawie prezentowanych opraw możemy skategoryzować na kilku poziomach. Najszerszą grupą są kibice Lecha Poznań, których przynależność przedstawiana jest za pomocą niebiesko-białych barw czy herbu Kolejorza („Jednym herbem zjednoczeni, jednym barwom wciąż oddani, po kres życia zawsze wierni, Kolejorza wierni fani – Lech Poznań Fanatics” – 20 kwietnia 2018 r.). Kolejnym aspektem są grupy ultras. Na przykładzie „Kotła” Lecha Poznań wyróżniamy grupę Ultras Lech’01 („Ultras Lech’01” – np. 9 maja 2018 r.), e-Lech’02 („e-Lech’02, stadionowi bywalcy” – np. 10 marca 2017 r.) oraz Lech Poznań Ultras („LPU” – 19 października 2019 r.). Wśród opraw widoczny jest również udział grup chuligańskich – Young Freaks’98 (“YF’98 – np. 4 listopada 2017 r.) oraz Terrormachine („Terrormachine” – np. 16 grudnia 2018 r.). Zauważalna jest również przynależność do fanklubów (FC), co związane jest przede wszystkim z miejscem pochodzenia kibiców.

Na trybunie dopingującej można zauważyć również banery i nazwy mniejszych miast, dzielnic i lokalnych fanklubów. Są one związane z lokalnym patriotyzmem, jednocześnie wskazując na silne centra kultury kibicowskiej. W poznańskim Kotle możemy wyróżnić banery fanklubów⁶ (np. „FC Wągrowiec” – np. 24 lutego 2017 r.), kibiców z mniejszych miast⁷ (np. Gniezno – 15 kwietnia 2017 r.), jak i dzielnic (np. „FyrteL Północ” – np. 11 marca 2018 r.).

Wśród fanowskiej społeczności możemy powiedzieć o kosach, czyli wrogoci między kibicami niektórych drużyn (Kossakowski 2014: 105), jak i zgodach, układach czy neutralnych relacjach (Kossakowski 2021: 42). Wśród kibiców Kolejorza można wyróżnić trzynaście zwaśnionych klubów oraz cztery zgodowe. Wrogie nastawienie można zauważyć na flagach i banerach takich jak: przekreślone

⁶ Również spoza województwa wielkopolskiego, np. „Nadmorskie FC” (10 marca 2017 r.).

⁷ Również spoza województwa wielkopolskiego, np. „Inowrocław” (8 lutego 2019 r.).

„RTS⁸ (1 października 2017 r.), przekreślona gwiazda oznaczająca „Antywisłę”⁹ (1 października 2017 r.) czy „Lechia tania dziwka” (25 października 2019 r.). Oprawy w nawiązaniu do zgód przejawiają się przede wszystkim wywieszaniem barw i banerów zgodowych klubów, jak np. „Arka Gdynia” (10 lutego 2017 r.), „Jude Gang Cracovia” (15 maja 2019 r.) czy „ŁKS Łódź Polska” (1 października 2017 r.).

Oprawy negatywnie odnoszące się do ukochanej drużyny to wynik niezadowolenia kibiców z funkcjonowania klubu na różnych poziomach. Oprócz otwartej formy protestu, jaką jest bojkot (Silver 2009), kibice wykorzystują banery dla celów komunikacyjnych, w szczególności zwracając się do konkretnej osoby. Wskazują na to transparenty wywieszane po 2015 r.¹⁰, takie jak: „Treneru hocemo zajedno – slawiti titulu!” (12 sierpnia 2017 r.), co oznacza, „Trenerze, chcemy razem świętować tytuł!”, „Mamy kurwa dość!” (20 maja 2018 r.) czy „Kasprzak, w Częstochowie tak szczekałeś, dawno w pizdę nie dostałeś?”¹¹ (7 kwietnia 2019 r.). Oprawy, choć mają negatywny wydźwięk, wskazują, iż dla kibiców ważne jest dobro klubu oraz odpowiednie wyniki ligowe.

4.3. Temat orientacji i tożsamości seksualnej

Pomimo postrzegania kibiców jako osób o poglądach konserwatywnych (zob. Kossakowski 2021: 108), oprawy dotyczące kwestii orientacji i tożsamości seksualnej bardzo rzadko pojawiały się na trybunach. Najsilniej do tego wątku odnosił się baner „Wszyscy do Gniezna, stop homopropagandzie” (6 kwietnia 2019 r.) oraz przekreślone „LGBT” (6 kwietnia 2019 r.). Treści z tego zakresu pojawiały się na trybunie zwykle przy okazji Marszów Równości i dawały wyraz negatywnemu nastawieniu ultrasów do tego wydarzenia („Stadion Lecha i kibole – ostatni bastion wolności w umęczonym lewacką paranoją Poznaniu” – 1 października 2017 r.), a także starały się zachęcać kibiców do udziału w kontrmarszach („Wszyscy do Gniezna stop homopropagandzie” – 6 kwietnia 2019 r.). W tym wątku należy również dodać, iż wśród kibiców Kolejorza kontrowersje budzi postać prezydenta Poznania Jacka Jaśkowiaka. Na trybunach pojawiały się więc banery deklarujące wrogość wobec niego: „Kiedyś byłeś ‘Jacol z Dymbca’ teraz jesteś zwykłym cwelem” (26 listopada 2017 r.) czy „Nienawidzisz wszystkich inaczej myślących i żyjących niż ty! Jacek Jaśkowiak – to ty jesteś faszystą” (10 grudnia 2017 r.). Powodem wrogości do prezydenta jest m.in. jego jawne poparcie dla społeczności LGBTQ+ i udział w Marszu Równości czy zarzucanie kibicom ksenofobii (niezłomni.com 2017).

⁸ Nawiązanie do klubu RTS Widzew Łódź.

⁹ Nawiązanie do klubu Wisła Kraków, którego symbolem jest gwiazda.

¹⁰ Po ostatnim Mistrzostwie w 2015 r.

¹¹ Andrzej Kasprzak jest trenerem przygotowania fizycznego. Baner nawiązuje do kłótni między trenerem a kibicami, spowodowanej słabą jakością przygotowania piłkarzy do gry (weszło.com 2019).

Poza wspomnianymi przypadkami kibice Lecha nie podejmowali już jednak tematów orientacji i tożsamości seksualnej w swoich oprawach, co może oznaczać, iż środowisko LGBTQ+ nie jest odbierane jako „zagrożenie” – przemoc symboliczna wymierzona w tę grupę wyrażana jest wyłącznie poprzez sektorówki z umięśnionymi mężczyznami (np. 7 grudnia 2018 r.), co potwierdza społeczne stereotypy dotyczące męskości. Warto jednak wspomnieć, iż kibice brali czynny udział w kontrmarszach (zob. stadionowioprawcy.net 2019; Winogradzki 2019; biały.stok.wyborcza.pl 2019).

4.4. Temat komunikacji wewnętrznej

Świat kibiców piłkarskich cechują szczególne kodeksy zachowania, specyficzny język oraz przestrzenie komunikacji – fora, portale czy czasopisma (Sahaj 2012). Jednocześnie należy pamiętać, że przede wszystkim sam stadion piłkarski to miejsce, w którym kibice komunikują się z innymi kibicami.

Przykładem komunikacji wewnętrznej kierowanej do innych osób z grup ultras, nieobecnych akurat na stadionie, są banery „Pozdrowienia do więzienia” (skrót: „PDW”) oraz pamięć o zmarłych. Oprawy z określeniem PDW – najczęściej w postaci banerów – pojawiają się podczas większości spotkań meczowych rozgrywanych przez Kolejorza (np. „Kwiat, Grem, Hubert, Kamera, Bolek, Krystek, Gucio PDW” – 1 października 2017 r., „Klima trzymaj się PDW” – 5 sierpnia 2018 r., „PDW Wojtas Jude Gang” – 1 września 2019 r.). Nawiązują one nie tylko do ultrasów Lecha, ale i kibiców drużyn, z którymi ultrasi mają zgodę. To przykład solidarności wewnętrznej kibiców, którzy nie stygmatyzują osób z problemami prawnymi (Chwedoruk 2015) oraz wyznają zasadę zakazu współpracy z policją (Kossakowski 2021: 71).

Komunikacja wewnętrzna na stadionach to także życzenia zdrowia, życzenia urodzinowe oraz „trzymaj się”, kierowane najczęściej do osób z orzeczonym zakazem stadionowym czy przebywających w zakładzie karnym (np. „Tabuś trzymaj się” – 22 kwietnia 2017 r., „Master trzymaj się PDW” – 16 marca 2018 r., „Nowy trzymaj się!” – 6 kwietnia 2019 r.). Śmierć osoby ze środowiska kibicowskiego wiąże się z przedstawianiem poczucia braterstwa za pomocą symbolicznych banerów – „bracia” podkreślają znaczenie zmarłej osoby dla wspólnoty kibicowskiej (zob. Kossakowski 2021: 140), wywieszając banery z podobizną oraz datą urodzenia i zgonu (np. „Grzechu, Umarłych wieczność dotąd trwa, dokąd pamięcią się im płaci 11.02.1980 – 6.09.2016” – 14 września 2019 r., „Damianek na zawsze z nami 1.12.1990 – 26.09.2016” – 31 marca 2017 r.).

Warto również wspomnieć o banerach, które nawołują do uczestnictwa w różnych marszach tematycznych (np. „Wszyscy na marsz Wyklętych!” – 24 lutego 2017 r.), jak i w samych meczach (np. „Wszyscy do Kotła!” – 3 sierpnia 2019 r.) – są to przykłady zarówno komunikacji wewnętrznej, jak i zewnętrznej, starającej się dotrzeć do szerszego grona odbiorców (np. oglądających mecze w telewizji).

4.5. Temat policyjny

W ramach opraw dostrzec można także wrogość wobec służb mundurowych, w szczególności policji. Na trybunach wyrażana ona bywa najczęściej za pomocą skrótu ACAB (ang. *All Cops Are Bastards*) (9 sierpnia 2019 r.), a także emotek buźki z ustami zasuniętymi zamkiem (1 października 2017 r.), wulgarnych przyspiewek (9 maja 2018 r.) czy określania policji „milicją” (17 grudnia 2017 r.). Co ważne, anglojęzyczny skrót ACAB, będący odpowiednikiem ChWDP (skrót od: chuj w dupę Policji), występował również w układzie cyfr 1, 3, 1, 2 – jest to sposób rekodowania treści w celu uniknięcia ewentualnych sankcji uwarunkowanych regulaminami PZPN, UEFA czy FIFA.

Pomimo różnorodności opraw pojawiających się na spotkaniach meczowych w latach 2017–2021 ich zbiorcza analiza pozwala syntetycznie opisać prezentowane na nich poglądy. Cechuje je przede wszystkim konserwatyzm i tradycjonalizm, które jednocześnie sprzeciwiają się elementom – grupom lub wydarzeniom – zaburzającym wizję świata opartego na głoszonych przez nich wartościach. Kibice w ramach swoich światopoglądowych opraw krytycznie odnoszą się więc do społeczności LGBTQ+, mniejszości narodowych i etnicznych, osób o poglądach lewicowych, „obcych” kibiców czy policji. Jednocześnie można zauważyć, iż kibice potrzebują swoistego punktu zapalnego, który uruchamia ich stadionowe deklaracje – najczęściej reagują oni na aktualne wydarzenia ze świata, kraju czy lokalnego obszaru, a rzadziej sami wykazują inicjatywę w tym polu (Kossakowski 2021: 163).

5. Zakończenie

Świat kibiców piłkarskich to złożona zbiorowość komunikująca się ze światem za pośrednictwem opraw. Dzięki zaprezentowanej powyżej analizie tworzonych przez nich banerów, transparentów i sektorówek możliwe jest wskazanie dwóch głównych metanurtów opraw.

W ramach pierwszego z nich kibice dokonują swojej autoprezentacji. Pokazują oni otoczeniu, kim są, zarządzają wrażeniem na swój własny temat. Prezentowane przez nich treści dotyczące tematów patriotyczno-narodowych, klubowych, orientacji i tożsamości seksualnej, mniejszościowych, komunikacyjnych oraz policyjnych publicznie wskazują wartości promowane i kontestowane, tym samym tworząc profil światopoglądowy ultrasów. Oprawy przyczyniają się do wytwarzania tożsamości zbiorowej fanów poprzez podkreślanie ich wewnątrzgrupowych podobieństw i różnic (zob. Nosal, Kossakowski 2017). Różnice te opierają się na podziale „my” versus „oni” (zob. Kossakowski i in. 2020: 159; Kossakowski 2021: 189), co szczególnie widoczne jest w oprawach o tematyce patriotyczno-narodowej. Wyrażanie sprzeciwu wobec lewicowych jednostek, grup czy wydarzeń podkreśla natomiast rangę konserwatywnych poglądów kibiców (Kossakowski 2021: 185).

Co ważne, treści publicznie zakazane lub kontrowersyjne poddawane są swoistemu rekodowaniu, które są w stanie zrozumieć tylko inni kibice, więc w efekcie wzmacniana jest także spójność wewnętrzna ultrasów.

Drugi z nurtów opraw czyni z trybun swoistą „tablicę ogłoszeń”, będącą źródłem aktualnych wiadomości. To medium przekazywania sobie przez kibiców różnorodnych treści zarówno ze świata zewnętrznego (polityka, społeczność lokalna), jak i wewnętrznego (sprawy dotyczące kibiców) (Sahaj 2012: 41). Stadionowa tablica ogłoszeń to zatem miejsce wymiany informacji ważnych dla społeczności fanów (zob. Kossakowski 2021: 177). Dotyczą one zwykle sytuacji z ich najbliższego otoczenia (np. działań władz państwowych lub lokalnych), zbliżających się wydarzeń (np. mecze wyjazdowe, marsze, protesty), podkreślają obowiązujące „zgody” i „kosy”, a także pełnią rolę wehikułu zbiorowej pamięci (np. wspomnianie nieżyjących kibiców) i pozwalają wyrazić solidarność w stosunku do innych członków kibicowskiej społeczności (np. przywoływane „pозdrowienia do więzienia”).

Wspólnie oba te nurty opraw stanowią niezwykle ważne narzędzie integrująco-różnicujące zbiorowości kibiców. Dzięki nim podkreśla się bowiem odrębność i swoistość tej zbiorowości, a zarazem wzmacnia się jej wewnętrzną spójność.

Bibliografia

- Antonowicz D., Kossakowski R., Szlendak T. (2011), *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*, „Studia Socjologiczne”, nr 3(202), s. 113–139.
- Antonowicz D., Wrzesiński Ł. (2009), *Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii*, „Studia Socjologiczne”, nr 1(192), s. 115–150.
- Białystok.wyborcza.pl (2019), *Kibole gratulują sobie po białostockim Marszu Równości i skrzykują się na płocki*, <https://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/7,35241,25016075,kibole-gratuluja-sobie-za-zaklocenie-bialostockiego-marszu-rownosci.html?disableRedirects=true> (dostęp: 2.11.2022).
- Bogacka E., Siniecka A. (2017), *Graffiti jako przejaw aktywności kibiców w przestrzeni miejskiej. Przykład Poznania*, „Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna”, nr 37, s. 77–86.
- Brown A. (2002), *FANATICS! Power, identity and fandom in football*, Routledge, London.
- Chłapowski J., Kantanista A. (2022), *Wpływ kryzysu wywołanego przez COVID-19 na „ekosystem” piłkarski w Europie*, „Studia Periegetica”, nr 1(37), s. 43–62.
- Chwedoruk R. (2015), *Protesty kibiców piłkarskich w Polsce w XXI wieku. Analiza ruchu społecznego*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, nr 11(2), s. 84–114.
- Collins R. (2011), *Łańcuchy rytuałów interakcyjnych*, przeł. K. Suwada, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków.
- Dobrasz D. (2021), *Lech Poznań mentalnie jest na dnie. Maciej Skorża widzi problemy: „To nie mieści mi się w głowie. Nie chce pewnych rzeczy mówić głośno”*, <https://gloswielpolski.pl/lech-poznan-mentalnie-jest-na-dnie-maciej-skorza-widzi-problemy-to-nie-miesci-mi-sie-w-glowie-nie-chce-pewnych-rzeczy-mowic/ar/c2-15591617> (dostęp: 30.10.2022).
- Gileta-Klępka K. (2015), *Boże chroń fanatyków. Wartości deklarowane przez kibiców w oprawach meczowych*, [w:] I. Matusiak-Kempa, A. Naruszkiewicz-Duchlińska (red.), *Idee i wartości w języku i kulturze*, Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn, s. 139–151.

- Grodecki M. (2020), *Contingent nationalism: The genesis of ultras' nationalist discourse*, „International Review for the Sociology of Sport”, nr 56(6), s. 759–778.
- Grodecki M. (2021), *Occasional Nationalists: The National Ideology of Ultras*, „Nationalities Papers”, nr 49(3), s. 562–575.
- Izzo G., Munteanu C., Langford B., Ceobanu C., Dumitru I., Nichifor F. (2011), *Sport fans' motivations. An investigation of Romanian soccer spectators*, „Journal of International Business and Cultural Studies”, nr 1, s. 1–13.
- Kaczmarek M. (2015), *Kibice Lecha Poznań upamiętnili rocznicę Powstania Wielkopolskiego (zdjęcia, film)*, <https://lechpoznan.com/kibice-lecha-poznan-upamiennili-rocznice-powstania-wielkopolskiego/> (dostęp: 30.10.2022).
- Kossakowski R. (2014), *Solidarność mechaniczna zrekapituowana – o przydatności teorii Emila Durkheima w opisie kibiców piłkarskich*, „Studia i Monografie AWF we Wrocławiu”, nr 114, s. 101–114.
- Kossakowski R. (2021), *Hooligans, Ultras, Activists. Polish Football Fandom in Sociological Perspective*, Palgrave Macmillan, Cham.
- Kossakowski R., Nosal P., Woźniak W. (2020), *Politics, Ideology and Football Fandom. The Transformation of Modern Poland*, Routledge, London.
- Kucia M., Wilczyńska B. (2014), *Antysemityzm stadionowy. Analiza i interpretacja zjawiska*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 4, s. 171–200.
- Kulczyński M. (2021), *Rok bez kibiców na trybunach*, <https://www.lechpoznan.pl/aktualnosci,2,rok-bez-kibicow-na-trybunach,37299.html> (dostęp: 7.02.2023).
- Mazurkiewicz M. (2021), *The mass mobilization of Polish football fans in the face of Covid-19*, [w:] P.M. Pedersen, B.J. Ruihley, B. Li (red.), *Sport and the Pandemic. Perspectives on Covid-19's Impact on the Sport Industry*, Routledge, New York.
- Moskal A. (2014), *Piłkarskie plemię Czerwonych Diabłów*, [w:] R. Kossakowski, L. Michałowski (red.), *Sport. Sportowcy. Kibice. Perspektywa socjologiczna*, Wydawnictwo Orbis Exterior, Pszczółki, s. 177–207.
- Niezlomni.com (2017), *Mocne uderzenie kibiców Lecha Poznań w prezydenta miasta. Pokazali, co naprawdę o nim myślą [FOTO]*, <https://niezlomni.com/mocne-uderzenie-kibicow-lecha-poznan-prezydenta-miasta-pokazali-naprawde-o-nim-mysla-foto/> (dostęp: 10.11.2022).
- Nosal P., Kossakowski R. (2017), *Doświadczenie czarnego labędzia, mity logistyczne i okręt Tezeusza. Trzy mechanizmy wytwarzania i wzmacniania zbiorowej tożsamości kibiców*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 61(2), s. 3–28.
- Nosal P., Kossakowski R., Woźniak W. (2021), *Guerrilla patriotism and mnemonic wars: cursed soldiers as role models for football fans in Poland*, „Sport in Society. Cultures, Commerce, Media, Politics”, nr 24(11), s. 2050–2065.
- Sahaj T. (2012), *Aktywność stadionowa kibicowskich grup „ultras” jako przejaw specyficznej komunikacji społecznej*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3, s. 27–49.
- Silver B.J. (2009), *Globalny proletariat. Ruchy pracownicze i globalizacja po 1870*, przeł. M. Staronawski, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, Warszawa.
- Soliński M. (2006), *Piknicy, ultrasi i chuligani – wewnętrzne zróżnicowanie grupy subkulturowej kibiców piłkarskich w Polsce*, „Studia Humanistyczne AGH”, nr 4, s. 89–105.
- Stadionowioprawcy.net (2019), *Ogólnopolski zjazd kibiców w Białymstoku*, <https://stadionowioprawcy.net/news/ogolnopolski-zjazd-kibicow-w-bialymstoku/> (dostęp: 2.11.2022).
- Stadionowioprawcy.net (2021), *Stanowisko kibiców Lecha Poznań*, <https://stadionowioprawcy.net/news/stanowisko-kibicow-lecha-poznan/> (dostęp: 6.02.2023).
- Szczepkowski J. (2021), *Building and maintaining the relationship with football fans during COVID-19*, „Journal of Physical Education and Sport”, nr 21(2), s. 1270–1275.

- Weszlo.com (2018), *Indonezyjscy bojówkarze Lechii oblegają Poznań!*, <https://weszlo.com/2018/03/17/indonezyjscy-bojowkarze-lechii-oblegaja-poznan/> (dostęp: 2.11.2022).
- Weszlo.com (2019), *Festiwal szyderki przy Bułgarskiej*, <https://weszlo.com/2019/04/03/festiwal-szyderki-przy-bulgarskiej/> (dostęp: 10.11.2022).
- Winogradzki K. (2019), *Marsz Równości w Białymstoku. Jest aresztowanie za pobicie 14-latka*, <https://wiadomosci.wp.pl/marsz-rownosci-w-bialymstoku-jest-aresztowanie-za-pobicie-14-latka-6405762933872257a> (dostęp: 2.11.2022).
- Woźniak W. (2013), *O użyteczności koncepcji paniki moralnej jako ramy analitycznej w badaniach przemocy około futbolowej*, [w:] R. Kossakowski, K. Stachura, A. Strzałkowska, M. Żadkowska (red.), *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*, Wydawnictwo Orbis Exterior, Pszczółki, s. 247–267.
- Wrzesień W. (2013), *Krótką historią młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Żytnicki P. (2013), *Jak Wiara Lecha zmalowała „litewskiego chama”*, <https://www.sport.pl/pilka/7,65042,14582665.jak-wiara-lecha-zmalowala-litewskiego-chama.html> (dostęp: 2.11.2022).

Michał Jasny*

PREPARING FOR ESPORTS COMPETITIONS: GAMING COMMUNITIES OF PRACTICE

Abstract. Communities of practice are groups of people united by a passion for something, who deepen their knowledge and experience in their field through ongoing interactions. This article focuses on the importance of institutionalized relationship networks and mutual recognition in preparation for esports competitions. The study represents inductive, qualitative analyses. Individual in-depth interviews were conducted with players ($n = 12$) that have significant achievements in *Magic: The Gathering* (MTG) competitions. In the social world of MTG enthusiasts, numerous groups reflect the functionality of a community of practice. These groups constitute a fundamental aspect of preparation for top-level MTG tournaments. Examples of the functioning of so-called testing groups among MTG enthusiasts allow the formulation of a new analytical category – the gaming community of practice. Contrary to stereotypes, the presented study supports the thesis about the significant role of video games in the formation of social competencies and the creation of specific communities, which is particularly important in the context of the COVID-19 pandemic.

Keywords: esports, *Magic: The Gathering*, communities of practice.

PRZYGOTOWANIE DO WSPÓLZAWODNICTWA W E-SPORCIE: GRUPE WSPÓLNOTY PRAKTYKÓW

Abstrakt. Koncepcja wspólnoty praktyków zakłada, że jest to grupa osób, które łączy zamiłowanie do czegoś i które pogłębiają swoją wiedzę oraz doświadczenie w tym obszarze poprzez bieżące interakcje. Prezentowany artykuł skupia się na znaczeniu zinstytucjonalizowanych sieci relacji i wzajemnego uznania w przygotowaniach do rywalizacji w e-sporcie. Badanie stanowi przykład indukcyjnej jakościowej analizy. W jego ramach przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione z osobami ($n = 12$) mającymi znaczące osiągnięcia we współzawodnictwie w grze *Magic: The Gathering* (MTG). W społecznym świecie miłośników MTG liczne grupy odzwierciedlają funkcjonalność wspólnoty praktyków. Grupy te konstytuują podstawowy aspekt przygotowań do najważniejszych turniejów MTG. Przykłady funkcjonowania tak zwanych grup testingowych wśród

* PhD, Department of Humanities and Social Sciences, University of Physical Education, ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa, e-mail: michal.jasny@awf.edu.pl.

miłośników MTG prowadzą do sformułowania nowej kategorii analitycznej – growych wspólnot praktyków. Wbrew stereotypom, prezentowane badania wspierają tezę o znaczącej roli gier wideo w kształtowaniu kompetencji społecznych i tworzeniu specyficznych wspólnot, co jest szczególnie istotne w kontekście pandemii COVID-19.

Słowa kluczowe: e-sport, *Magic: The Gathering*, wspólnoty praktyków.

1. Introduction

Social reality is based on numerous multidimensional connections linking the most diverse individual and collective actors, forming a kind of mosaic. According to Manuel Castells (2011), the basis of modern society is the functioning of networks understood as direct and indirect relationships linking individuals and groups, including organizations. Studying networks of informal social relations is as important as analyzing their formal dimension.

Castells emphasizes that networks, developing with the support of new technologies (mainly operating on the Internet), are now the most characteristic structure organizing social life. They are characterized by: 1) flexibility, and 2) adaptability. It is these elements that determine their great advantage over traditional forms of organization. In a relatively short period of time, new communication technologies have ceased to be the exclusive domain of wealthy citizens of developed countries (Giddens 2012). In recent years, the COVID-19 pandemic has made this even more evident. During the outbreak of the pandemic, instant messaging, which had been around for quite a long time, was rediscovered. Furthermore, in many cases, electronic sports became a successful “extension” of traditional ones (Westmattelmann et al. 2021; Ke, Wagner 2022).

The primary attributes of the vast majority of modern social networks include: 1) the ephemeral nature of the relationships established; 2) the geographic dispersion of communicators; and 3) the extraordinary speed of information flow (Giddens 2012). New technologies undoubtedly bring new challenges. However, harnessing the potential of the Internet for networking allows social relationships to be established in different, previously unknown ways (Chambers 2006).

2. Esports

One of the most characteristic emanations of technological transgression and blurring of the boundaries between the real and the virtual are video games. Organized competitions involving computers, consoles or mobile games are most often referred to as esports. The prefix “e” comes from the word “electronic” and indicates a connection to an electronically processed image, generated by a computer program on a monitor, television or other multimedia device. “Sport”,

in this case, means playing according to certain rules in order to win or achieve the best possible result (Hindin et al. 2020). The permanent components of the definition of esports are: 1) technological dependence, and 2) competition (Taylor 2016). In recent years, video games, including esports, have been growing in popularity. The rising number of enthusiasts of this type of competition, professional players, the organizations they represent, and the events they participate in, are associated with the relatively rapid development of the new economic sector. Every year esports attract more interest from potential sponsors, as well as from sports organizations and educational institutions, and as a result they are becoming more profitable (Campbell et al. 2021).

The issue of esports is an interdisciplinary field of research. Since the beginning of the 21st century, a growing number of works have appeared showing the complexity of this phenomenon, which escapes the categorizations used in the sociology of sport or sports science (Sahaj 2021; Hallmann, Giel 2018; Stempień 2020; Voisin et al. 2022). The recognition or rejection of competition in video games having the status of sport generally depends on the theoretical perspective adopted and, consequently, the definition of sport and the category of games that is taken into account (Jasny 2021). In the humanistic analytical approach recommended by Przemysław Nosal (2015), defined as structured contextualism, sport is a set of socially constructed practices that fit into a certain universal structure of characteristics. One of them is the fact that sports activity is carried out by people and towards other people.

The multiplayer mode contributes significantly to the attractiveness of a given video game, since this allows competition between individuals or teams. Competition with other players usually follows a struggle with artificial intelligence (AI), which, after a certain time or reaching a sufficiently high level of play, eventually ceases to be attractive because it is too predictable. It is much more satisfying to win against an intelligent, thinking rival than its computer simulation – an AI. This is because human behavior is much harder to predict. The exception to this are role-playing games, which are single-player by design (Jasny 2019).

The desire to spend time with friends, to meet new people and make connections, can be a significant motivation for using video games. In this context, the tradition of gaming among family members is also interesting. Natalia Koperska (2021) compiled a number of studies indicating the important role of video games in shaping social competencies. Game use can increase dopamine levels, which (like serotonin) is commonly referred to as the “happiness hormone”. By compensating for the negative emotions that arise during interactions (felt especially by shy individuals) and consequently improving mood, games not only facilitate networking, but can also have therapeutic potential (Lorenz et al. 2015). Games that contain pro-social elements, including empathy-driven responses in which characters support each other, may foster similar behaviors in players, regardless of their age or cultural belonging (Gentile et al. 2009). In young gamers, however, better well-being

and more frequent pro-social attitudes may depend on the amount of time spent in front of the screen of a multimedia device. A study by Andrew Przybylski (2014) found that playing for more than three hours a day intensifies undesirable effects.

Competition in video games, which is characteristic primarily for young people, can help improve communication and adaptive skills and have a positive impact on resourcefulness (Barr 2017). It can also help develop leadership skills (Hettrick 2012). This has important implications for the functioning of modern education systems. After all, games can be a valuable addition to curricula – helping to develop socially relevant competencies in a way that is attractive to young people, with the use of new technologies (Koperska 2021).

Media sports changed during the COVID-19 pandemic, which had a huge impact on both traditional and electronic sports. Researchers reported the remarkable growth of esports during the pandemic (Kim et al. 2020; López-Cabarcos et al. 2020). Lockdowns made it highly visible. This was a step in gaining widespread public approval not only as a “real” sport, but also as something capable of “compensating” the temporary lack of traditional competitions.

3. Magic: The Gathering

The most recognizable video game categories are: 1) strategy games, including real-time strategy games such as *StarCraft II*, *League of Legends* and *Defense of the Ancients 2*, with the second and third belonging to a popular subgenre known as multiplayer online battle arena; 2) first-person shooter games such as *Counter-Strike: Global Offensive* and the *Call of Duty* series; and 3) sports games such as *FIFA 23* and *Rocket League*. The ways in which each type of game is used can vary significantly (Thiel, John 2018). A separate category is made up of games such as *Hearthstone* and *Magic: The Gathering* (MTG), inspired by card games, which for obvious reasons, in terms of the motor involvement of their users, resemble chess, bridge or checkers.

MTG was published by Wizards of the Coast (WotC) in 1993. Its rules are governed by *Magic: The Gathering Comprehensive Rules* (2022). In addition, *Magic: The Gathering Tournament Rules* (2022) contains the most important information on the organizational aspects of the game. It is worth noting that the product was originally created for traditional card play. Over time, however, the rivalry became more frequent via the Internet. Released in 2002, *Magic the Gathering Online* was WotC’s first step into the world of electronic sports. From the beginning, it was designed to mimic traditional play as closely as possible.

The two basic groups of MTG formats are: 1) Constructed – the player enters the competition with a previously prepared deck of cards; he can use all the officially available cards in the format to build it, with the restriction that he cannot have more than 4 cards with the same name; the deck must contain at least 60 cards

(popular Constructed formats are: Standard, Modern and Legacy); and 2) Limited – a player enters the competition without a previously prepared deck; instead, he receives a limited number of sets of randomly selected cards and builds his deck from them, which must contain at least 40 cards (popular Limited formats are Sealed Deck and Booster Draft).

Fundamental to MTG is the variability of the deck shaping not the game in the strict sense, but its metagame. This term refers not only to the skills associated with playing the game, but also to knowledge of what players can expect during competition, such as deck construction or tactics. This is information from outside the game, in the strict sense, which can nevertheless influence players' decisions made during competition. The metagame evolves with the development of the core game. Regularly released additions to the game, changes made to the game's formats, or bans,¹ are intended to maintain the interest of enthusiasts in this type of competition, the outcome of which thus becomes more unpredictable.

In designing upcoming additions to MTG, it is crucial to make changes to the deck in a way that will not affect the balance between various card categories, marked with five different colors. Each new card is labeled with a symbol to identify the addition it comes from. WotC regularly releases four additions to MTG during the year. This ensures that Limited formats are constantly changing. As mentioned before, this is meant to maintain players' interest. The additions also affect the game in Constructed formats. This is most evident in the Standard format, where the publisher uses rotations. Each year WotC removes older additions from the pool of cards used to build the deck. With the release of each ninth addition, four of the oldest are removed. This keeps the Standard format "fresh". It pushes players to keep designing new decks or to improve previously created decks, and to keep attempting to identify the most effective tactics. During their tournament preparations, players try to maximize their chances for victory by analyzing the current situation within the metagame.

The methods used by players to prepare for MTG tournaments can vary significantly, as there are many factors that shape their attitudes towards this type of training. The time that players can devote to preparation is certainly relevant, as well as whether they apply an intuitive or analytical approach to the information they collect. It is also important whether they work individually or collectively.

4. Communities of practice

Communities of practice are "groups of people who share a concern, a set of problems, or a passion about a topic, and who deepen their knowledge and expertise in this area by interacting on an ongoing basis" (Wenger et al. 2002: 4).

¹ In the subculture of gamers, a ban is defined as a punishment for violating the rules of the game. It means a ban on participation in games involving a temporary or permanent blocking of the account of a given user by the game organizer or publisher.

The constant components of the definition of a community of practice are: 1) domain, 2) community, and 3) practice. Domain refers to the common interest that builds the group's identity. Community includes individuals establishing relationships that foster learning. Practice, on the other hand, enables the formation of a repertoire of shared resources (Bowles, O'Dwyer 2022). Early conceptualizations of this issue indicate the importance of the following components: 1) participation, 2) identity, and 3) practice. Participation is based on past experiences, identity undergoes change, and practice is inherently social (Handley et al. 2007).

A community of practice is usually established by an individual or members of a small group that share a common goal. Some communities can be relatively large, but most researchers identify them as groups of several people (Bowles, O'Dwyer 2022). Developing the relationships that sustain a community can take time (Goodyear, Casey 2015). Gaining trust is crucial in the early stages of development. The viability of a community, on the other hand, depends on the motivation of the individuals that form it (Pemberton et al. 2007). Building lasting communities can be hindered by the time required to establish relationships based on trust (Penney, Kidman 2014). Such groups emerge and develop naturally. They exist, however, as long as their members are willing to learn together to achieve a certain goal (Kerno 2008).

The community of practice concept has been utilized in numerous studies of the social world of sports, although in fact only in terms of supporting the process of coach education (Culver, Trudel 2006; Bertram et al. 2017). Learning from each other is an important component of informal coach education practices (Culver, Trudel 2006), and the community of practice provides an opportunity to support this process (Penney, Kidman 2014). However, while trainers tend to value the things they learn from interactions with other trainers, they may be unwilling to share knowledge with rival trainers (Wright et al. 2007). As a result, it can be difficult to develop and maintain communities comprised of coaches of competing players or teams, as they may be reluctant to reveal their sports strategies (Gilbert et al. 2009). Therefore, organized learning from each other may be more effective when the participating coaches are not competing against each other. This suggests that the potential for collaborative learning is limited by the socio-cultural conditions that exist in a given environment (Phelan, Griffiths 2019).

5. Methods

The players' statements included in the following section of the article are some of the results of the research carried out as part of the project aimed at exploring the approaches adopted by experienced players who compete in MTG, with regard to their tournament preparations. The study represents inductive, qualitative analyses. A purposive sampling was used. Players ($n = 12$) that have significant achievements

in MTG competitions were interviewed. The study included Polish players aged 25–38 years (mean – 28 years), whose training experience in MTG was 7–15 years (mean – 10 years).

Data was collected in the first half of 2020. Semi-structured individual in-depth interviews were conducted via Messenger and Discord. The decision to carry out online, computer-assisted interviews was motivated by: 1) limited opportunities for interaction with interviewees due to the COVID-19 pandemic restrictions; and 2) the relatively large geographical dispersion of the study group, consisting of players living in different regions of the country.

Conventional content analysis (Hsieh, Shannon 2005) was used to examine interviewees' statements. The results of the study were shaped into a thematic structure resulting from a classificatory process of coding and pattern identification. This approach assumes that the coding categories flow out of the analysis, somehow naturally, without being adopted at earlier stages of the research process.

The article focuses on the importance of institutionalized relationship networks and mutual recognition in preparation for MTG competition. At the initial stage of the research, it became clear that the co-creation of a specific community of players is an immanent feature of advanced tournament preparations, since it appeared regularly in the interviewees' statements. It quickly became evident that this is the key element of the thematic structure of the conducted interviews.

6. Results and discussion

The community of practice concept has been used so far in studies on traditional sports. However, there is still a lack of works testing it in the context of unconventional electronic sports. The statements of the interviewed players show that in the social world of MTG enthusiasts one can observe numerous groups reflecting the functionality of the community of practice. These are groups of people who are united by their passion for MTG, and who deepen their knowledge and experience in terms of preparation for competition in this particular game through ongoing interactions.

The article formulates a new analytical category – the gaming community of practice, exemplified by the communities of MTG enthusiasts described by interviewees as testing groups.² These communities have the characteristics that constitute a community of practice: 1) domain – the common interest that builds the group's identity is, in this case, succeeding in MTG competitions; 2) community – individuals establishing relationships that foster knowledge acquisition within the MTG metagame; and 3) practice – development of a repertoire of skills and new or more effective MTG tactics (Bowles, O'Dwyer 2022).

² Among MTG enthusiasts, testing is defined as tactical preparation for the competition.

Referring to the classic concept of a community of practice, its emanations in the community of MTG enthusiasts include all the key components. The criterion for inclusion in a testing group is extensive experience in playing the game. Inclusion in the group is identity-relevant, and the practice is essentially an informal social norm (convention) (Handley et al. 2007).

I rely on the foundations built over the years and the fact that I play online a lot – it is more convenient and enjoyable than on paper. It is also important to share conclusions with other players, whose opinions I respect (Interview 4).

Testing groups, like other communities of practice, are relatively small and usually consist of several individuals that share a common goal (Bowles, O’Dwyer 2022). One of the interviewees listed the following elements of his method of preparation for competitions.

Testing with a test group of 8 to 10 people, meetings for a few hours each, several times a week. Interspersed with playing online. The two methods complement each other (Interview 10).

As mentioned earlier, coaching communities of practice are by far the most frequently described examples of such groups in the sports field. Coaches learn from each other during informal meetings that over time consolidate the community (Culver, Trudel 2006; Penney, Kidman 2014). In competitive playing of video games, however, the role of the coach is not as well distinguished as in traditional sports. Little is known about the expected and actual competencies and qualifications of a person aspiring to this role. The coach’s position is usually filled by an experienced player after the end of his professional career. In the course of the research, interviewees described testing groups as communities composed not of coaches, but of players – active competitors that most frequently participate regularly in various tournaments.

I play online a lot. Then I put my results into a special Excel and we analyze them in our testing group, and talk through what they mean to us (Interview 9).

Competition is a distinctive feature of sports, and consequently members of coaching communities of practice, on the one hand, are interested in acquiring useful information. On the other hand, however, they do not necessarily return the favor, being reluctant to share their own knowledge (Wright et al. 2007). This is naturally due to the concern about revealing confidential data, original training methods or ways of dealing with certain problems on and off the field (Gilbert et al. 2009). The above mentioned mechanism can threaten the very survival of the community. What drives it, however, is the potential increase of group members’ chances for the much-desired success in sport. A similar pattern can be observed in the case of MTG enthusiasts. According to the interviewees, despite the fact that players participate in competitions individually, they nevertheless typically cooperate

with each other in their preparations – acquiring and passing on information within the metagame. Furthermore, during the interviews players emphasized that group testing significantly increases the chances of winning in MTG competitions.

I have always been, and still I am, permanently short on time. I have had to focus on efficiency. Before big tournaments, I organize a hive mind that collects and processes data together (Interview 5).

When weighing up the potential benefits of belonging to a testing group, interviewees justified their membership, for example, by the opportunity to work closely with more talented experienced players (in some cases, called community leaders).

I do not have my own training system. When we test in groups, I simply adapt to those who have one (Interview 8).

The interviews show that MTG formats significantly differentiate preparations for competition, including the legitimacy of creating testing groups. The most recognizable basic formats were listed and briefly characterized in the previous section of the article.

Preparations differ significantly because of the formats. In Modern, there is not much to discover, so you take what works for you and play. In Standard and Limited, if you have people to help you with testing or who have a talent for finding decks, then you can try to break the format³ (Interview 3).

The potential for learning in a community of practice is socially and culturally determined. Each environment has its own special and unique character (Phelan, Griffiths 2019). The presented research results are only a starting point for more nuanced analysis. Other examples of gaming communities of practice would enable a more comprehensive description of the issue. Numerous aspects of the functioning of testing groups require further research exploration. For example, it is not clear who, typically, establishes this type of a group. Is it – as in the case of coaching communities of practice – usually an individual or members of a small group of passionate friends, or previously unknown players brought together by a common goal (Bowles, O’Dwyer 2022). It is also unknown how long it typically takes to develop the relationships that structure a community (Goodyear, Casey 2015) and whether the slow acquisition of trust makes it more difficult to build (Penney, Kidman 2014). This is especially important at the group formation stage (Pemberton et al. 2007). Another interesting point seems to be how gaming communities of practice changed during the COVID-19 pandemic, especially facing lockdowns (Bolisani et al. 2021).

³ Among MTG enthusiasts, breaking the format means finding a tactic that stands out from others by having a significantly higher win ratio. From a statistical perspective, this is a card deck configuration that wins significantly more often than others.

Coaching communities of practice may perform better when their members are not competing directly against each other in any kind of competition (Phelan, Griffiths 2019). The same may be true for gaming communities of practice. The interviews suggest that members of testing groups usually know each other quite well. However, it is unclear whether this is a result of the group's functioning, or whether its members knew each other long before the group was formed, thus making it easier for them to trust one another. It is also questionable to what extent variables such as age or nationality are significant in the context of the formation and functioning of such communities. Given the aforementioned primal desire to increase one's chances of success in the game, it is not known what the structure of motivations determining the survival of a testing group is (Pemberton et al. 2007). It is also unknown what the viability of such groups is, and what determines their disintegration – achievement of the intended goal, or reluctance to continuing practicing together (Kerno 2008).

In summary, the statements of the interviewed players indicate that testing groups are a fundamental aspect of preparation for top-level MTG competitions. It is a popular institutionalized practice adopted in the gaming community, an overarching custom of organizing a kind of regular panel discussion characterized by a fairly free exchange of ideas and sometimes the use of the capabilities of specialized data analysis software. The example of a gaming community of practice reinforces the thesis about the important role of video games in shaping social competencies and building a special kind of community (Koperska 2021). Functioning among MTG enthusiasts and being a member of a testing group can facilitate relationships, contribute to improving communication, adaptive and leadership skills, and positively influence players' resourcefulness (Lorenz et al. 2015; Barr 2017; Hettrick 2012). Due to the still observed: 1) significant impact of the COVID-19 pandemic on social life; 2) manifestations of stereotypical perceptions of video games enthusiasts; as well as 3) the technological mediation that is a constitutive feature of video game competitions (Taylor 2016), gaming communities of practice appear as a non-obvious issue and are therefore even more interesting. Undoubtedly, this phenomenon, now that it has been initially identified, demands further, more extensive examination.

Acknowledgements

The author wishes to express his gratitude to Tomasz “Sodek” Sodomirski for constant support and inspiration.

Research work financed by the Ministry of Education and Science in 2023 as part of the University Research Project “Humanistic and Social Aspects of Physical Culture” implemented at the Józef Piłsudski University of Physical Education in Warsaw.

Bibliography

- Barr M. (2017), *Video games can develop graduate skills in higher education students: A randomised trial*, "Computers and Education", no. 113, pp. 86–97.
- Bertram R., Culver D., Gilbert W. (2017), *A university sport coach community of practice: Using a value creation framework to explore learning and social interactions*, "International Journal of Sports Science & Coaching", vol. 12(3), pp. 287–302.
- Bolisani E., Fedeli M., Bierema L., De Marchi V. (2021), *United we adapt: communities of practice to face the CoronaVirus crisis in higher education*, "Knowledge Management Research & Practice", vol. 19(4), pp. 454–458.
- Bowles R., O'Dwyer A. (2022), *Identifying learning in a coaching community of practice: a collaborative self-study*, "European Journal for Sport and Society", vol. 19(3), pp. 214–231.
- Campbell W., Goss A., Trotter K., Claypool M. (2021), *Sports versus Esports: A Comparison of Industry Size, Viewer Friendliness, and Game Competitiveness*, [in:] D. Yong Jin (ed.), *Global esports: Transformation of Cultural Perceptions of Competitive Gaming*, Bloomsbury, London, pp. 35–59.
- Castells M. (2011), *Spoleczeństwo sieci*, transl. M. Marody et al., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Chambers D. (2006), *New Social Ties. Contemporary Connections in a Fragmented Society*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Culver D., Trudel P. (2006), *Cultivating coaches' communities of practice: developing the potential for learning through interactions*, [in:] R. Jones (ed.), *The sports coach as educator: Re-conceptualising Sports Coaching*, Routledge, London, pp. 97–112.
- Gentile D.A., Anderson C.A., Yukawa S., Ithori N., Saleem M., Ming L.K., Shibuya A., Liao A.K., Khoo A., Bushman B.J., Rowell Huesmann L., Sakamoto A. (2009), *The Effects of Prosocial Video Games on Prosocial Behaviors: International Evidence from Correlational, Longitudinal, and Experimental Studies*, "Personality and Social Psychology Bulletin", vol. 35(6), pp. 752–763.
- Giddens A. (2012), *Socjologia*, transl. O. Siara, A. Szulżycka, P. Tomanek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gilbert W., Gallimore R., Trudel P. (2009), *A learning community approach to coach development in youth sport*, "Journal of Coaching Education", vol. 2(2), pp. 3–23.
- Goodyear V.A., Casey A. (2015), *Innovation with change: developing a community of practice to help teachers move beyond the 'honeymoon' of pedagogical renovation*, "Physical Education and Sport Pedagogy", vol. 20(2), pp. 186–203.
- Hallmann K., Giel T. (2018), *eSports – Competitive sports or recreational activity?*, "Sport Management Review", vol. 21(1), pp. 14–20.
- Handley K., Clark T., Fincham R., Sturdy A. (2007), *Researching situated learning: participation, identity and practices in client-consultant relationships*, "Management Learning", vol. 38(2), pp. 173–191.
- Hettrick J. (2012), *Online Video Games: Leadership Development for the Millennial College Student*, <https://scholarsarchive.jwu.edu/dissertations/AAI3542761/> (accessed: 28.11.2022).
- Hindin J., Hawzen M., Xue H., Pu H., Newman J. (2020), *E-sports*, [in:] J. Nauright, S. Zipp (eds.), *Routledge Handbook of Global Sport*, Routledge, London, pp. 405–415.
- Hsieh H., Shannon S.E. (2005), *Three Approaches to Qualitative Content Analysis*, "Qualitative Health Research", vol. 15(9), pp. 1277–1288.
- Jasny M. (2019), *Sportowy wymiar „maniaczenia” przy komputerze, czyli kształtowanie sprawności fizycznej w ramach treningu w e-sporcie*, [in:] D. Mańkowski, W. Woźniak (red.), *Sport w nowoczesności: konteksty, perspektywy badawcze, narracje*, W Podwórku, Gdańsk, pp. 57–70.

- Jasny M. (2021), *E-sport w ujęciu interakcjonistycznym*, [in:] Z. Dziubiński, Z. Mazur (red.), *Kultura fizyczna w interakcyjnej perspektywie. Praca zbiorowa*, Akademia Wychowania Fizycznego, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa, pp. 167–177.
- Ke X., Wagner C. (2022), *Global pandemic compels sport to move to esports: understanding from brand extension perspective*, “Managing Sport and Leisure”, vol. 27(1–2), pp. 152–157.
- Kerno S.J. (2008), *Limitations of communities of practice: a consideration of unresolved issues and difficulties in the approach*, “Journal of Leadership & Organizational Studies”, vol. 15(1), pp. 69–78.
- Kim Y.H., Nauright J., Suveatwatanakul C. (2020), *The Rise of E-Sports and Potential for Post-COVID Continued Growth*, “Sport in Society”, vol. 23(11), pp. 1861–1871.
- Koperska N. (2021), *Możliwość zastosowania gier komputerowych w treningu mentalnym*, “Rocznik Lubuski”, vol. 47(2), pp. 101–116.
- López-Cabarcos M.Á., Ribeiro-Soriano D., Piñeiro-Chousa J. (2020), *All That Glitters Is Not Gold. The Rise of Gaming in the COVID-19 Pandemic*, “Journal of Innovation & Knowledge”, vol. 5(4), pp. 289–296.
- Lorenz R.C., Gleich T., Gallinat J., Kühn S. (2015), *Video game training and the reward system*, “Frontiers in Human Neuroscience”, vol. 9(40), pp. 1–9.
- Magic: The Gathering Comprehensive Rules* (2022), <https://media.wizards.com/2022/downloads/MagicCompRules%2020220218.pdf> (accessed: 29.11.2022).
- Magic: The Gathering Tournament Rules* (2022), https://media.wpn.wizards.com/attachements/mtg_mtr_2022mar7_en.pdf (accessed: 29.11.2022).
- Nosal P. (2015), *Społeczne ujęcie sportu. (Trudne) definiowanie zjawiska i jego dyskurs*, “Przegląd Socjologii Jakościowej”, vol. 11(2), pp. 17–38.
- Pemberton J., Mavin S., Stalker B. (2007), *Scratching beneath the surface of communities of (mal)practice*, “The Learning Organization”, vol. 14(1), pp. 62–73.
- Penney D., Kidman L. (2014), *Promoting and supporting coaches’ professional learning: Developing a Community of Practice*, “The Journal of Athlete Centred Coaching”, vol. 1(1), pp. 6–31.
- Phelan S., Griffiths M. (2019), *Reconceptualising professional learning through knowing-inpractice: a case study of a coaches high performance centre*, “Sports Coaching Review”, vol. 8(2), pp. 103–123.
- Przybylski A.K. (2014), *Electronic Gaming and Psychosocial Adjustment*, “Pediatrics”, vol. 134(3), pp. 716–722.
- Sahaj T. (2021), *Cyberatletyka, cybersporty, e-sporty, sporty elektroniczne. Kultura fizyczna i sport w “rozszerzonej rzeczywistości”*, [in:] T. Sahaj, *Marginalizowane grupy społeczne w kontekście kultury fizycznej i sportu*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, pp. 20–70.
- Stempień J.R. (2020), *Dysfunkcjonalizm metodologiczny – nowa propozycja analityczna w socjologii sportu i jej zastosowanie na przykładzie szachów*, “Przegląd Socjologii Jakościowej”, vol. 16(1), s. 162–185.
- Taylor N. (2016), *Play to the camera: video ethnography, spectatorship, and e-sports*, “Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies”, vol. 22(2), pp. 115–130.
- Thiel A., John J.M. (2018), *Is eSport a “real” sport? Reflections on the Spread of Virtual Competitions*, “European Journal for Sport and Society”, vol. 15(4), pp. 311–315.
- Voisin N., Besombes N., Laffage-Cosnier S. (2022), *Are Esports Players Inactive? A Systematic Review*, “Physical Culture and Sport. Studies and Research”, vol. 97(1), pp. 32–52.
- Wenger E., McDermott R., Snyder W. (2002), *Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge*, Harvard Business School Press, Boston.
- Westmattelmann D., Grotenhermen J., Sprenger M., Schewe G. (2021), *The show must go on – virtualisation of sport events during the COVID-19 pandemic*, “European Journal of Information Systems”, vol. 30(2), pp. 119–136.
- Wright T., Trudel P., Culver D. (2007), *Learning how to coach: the different learning situations reported by youth ice hockey coaches*, “Physical Education & Sport Pedagogy”, vol. 12(2), pp. 127–144.

Arkadiusz Kołodziej*

 <https://orcid.org/0000-0003-2302-5553>

Agnieszka Kołodziej-Durnas**

 <https://orcid.org/0000-0003-0844-2869>

SPORT SHOOTERS IN POLAND: SOCIAL CAPITAL OF ORGANIZATIONAL ENGAGEMENT VS ACCESS TO GUNS POLICY CONTROVERSIES

Abstract. The article presents sport shooting in Poland against a socio-political background. First, Polish society after the anti-communist breakthrough is diagnosed as a country lacking social capital and social trust in particular. In this context, membership in sport clubs, treated as a form of social involvement, is very desirable, as it expands the network of social cooperation. However, being a sport shooter is also associated with access to weapons, which is always controversial, even if Poland has low rates of access to firearms for citizens. The authors conducted research (CAWI, N = 253) on sport shooters in Poland. The results (opinions of sport shooters) are analyzed in three contexts: possession of a weapon and attitude towards a weapon (motivation to engage in sport shooting), sport shooting clubs (analysis of sport shooting organizations in Poland), and the image of a sport shooter (assessment of sport shooters' image in Polish society). A basic problem that emerges from the empirical analysis is the heterogeneous interpretation of sport shooting by the shooters themselves. Shooting can be seen in terms of sport (an activity aimed at self-improvement and competition) as well as an activity with out-of-sport goals (patriotic, educational, and defensive). Different definitions of joint activity may lead to interpretative (of meaning) tensions and ultimately to conflicts within the examined category of people.

Keywords: sport shooters, access to guns, social capital, sport organizations, organizational engagement, sport for development.

* PhD hab., Instytut Socjologii, Uniwersytet Szczeciński, ul. Krakowska 71–79, 71-017 Szczecin, e-mail: Arkadiusz.Kolodziej@usz.edu.pl

** PhD hab., Instytut Socjologii, Uniwersytet Szczeciński, ul. Krakowska 71–79, 71-017 Szczecin, e-mail: Agnieszka.Kolodziej-Durnas@usz.edu.pl

STRZELCY SPORTOWI W POLSCE: KAPITAŁ SPOŁECZNY ZAANGAŻOWANIA ORGANIZACYJNEGO A KONTROWERSJE ZWIĄZANE Z DOSTĘPEM DO BRONI

Abstrakt. W artykule przedstawiono strzelectwo sportowe w Polsce na tle społeczno-politycznym. Społeczeństwo polskie po przełomie antykomunistycznym diagnozowane jest jako wspólnota, której brakuje kapitału społecznego, a w szczególności zaufania. W tym kontekście przynależność do klubów sportowych, traktowana jako forma zaangażowania społecznego, jest bardzo pożądana, gdyż rozszerza sieć współpracy społecznej. Jednak bycie strzelcem sportowym wiąże się również z dostępem do broni, co zawsze budzi kontrowersje, nawet jeśli w Polsce wskaźniki dostępu obywateli do broni palnej są niskie. Autorzy przeprowadzili badania (CAWI, N = 253) wśród strzelców sportowych w Polsce. Wyniki (opinie strzelców sportowych) analizowane są w trzech kontekstach: posiadania broni i stosunku do broni (motywacja do uprawiania strzelectwa sportowego), klubów strzeleckich (analiza organizacji strzeleckich w Polsce) oraz wizerunku strzelca sportowego (ocena wizerunku strzelców sportowych w społeczeństwie polskim). Podstawowym problemem, który wyłania się z analizy empirycznej, jest niejednorodna interpretacja strzelectwa sportowego przez samych strzelców. Strzelanie może być postrzegane zarówno w kategoriach sportowych (aktywność ukierunkowana na samodoskonalenie i współzawodnictwo), jak i jako aktywność o celach pozasportowych (patriotycznych, wychowawczych, obronnych). Różne definicje wspólnej aktywności mogą prowadzić do napięć interpretacyjnych (znaczeniowych), a ostatecznie do konfliktów w obrębie badanej kategorii osób.

Słowa kluczowe: strzelcy sportowi, dostęp do broni, kapitał społeczny, organizacje sportowe, zaangażowanie organizacyjne, sport dla rozwoju.

1. Introduction

In the scientific and public discourses on the current state of civil society in Poland it is believed that the number of Poles belonging to nongovernmental organizations is insufficient and that the level of local activity is low.¹ Researchers associate this state of affairs with an insufficient level of social trust (Asadullah 2017), which is a capital necessary not only for the creation of broader, i.e., nonfamily, social networks (social bridge networks) (Pratten 2017; Growiec 2009: 56, 64; Hlebec et al. 2010) but also for economic growth (Francois, Zabojsnik 2005; Będzik 2010: 20).² Some authors interpret this deficit, a low level of generalized confidence (Hanamura et al. 2017; Klein, Marx 2018), in terms of Poland's incompatibility with the West (Nowakowski 2008: 216, 217). Other authors combine the low level of social capital with the lack of integration efforts. During the transformation, there was blurring of norms, and this led to a generalized lack of trust (Ziółkowski 2005: 200; Kornai et al. 2004). According

¹ See e.g. <https://www.gazetaprawna.pl/artykuly/1107514.cbos-o-zaangazowaniu-polakow-w-dzialalnosc-spoleczna.html> (article presenting the results of the CBOS survey "Current problems and events") (accessed: 10.03.2020).

² According to GUS data, 39% of Poles trust strangers (data for 2015) (GUS 2015).

to some analysts, the low level of social capital (including trust) does not bode well for Poland's economic development as achieved by Western countries. This conclusion appears, among others, in the cyclical "Social Diagnosis" (Czapiński, Panek 2015: 340; Czapiński 2006). Not everyone, however, agrees with this narrative; they point to an overly "looking at the West" as a form of (inferiority) complex (Giza-Poleszczuk 2018). Western European countries do not have to be a reference point in all aspects of the evaluation of Polish transformation, which in fact was largely an imitative transformation.³ The low level of membership in organizations of people in the post-working age can be explained, for example, by the lack of time due to involvement in family life, which is usually richer than that in the post-protestant countries – especially in the care of grandchildren.

In the context of this discussion, one should note that membership of an organization itself, as a form of social commitment, is an important social resource. It is a space to form so-called weak bonds, which some scholars consider more important for economic development than their strong counterparts (Granovetter 1973). The low membership rate (only 13.4% of Poles had membership in 2015; Czapiński, Panek 2015: 341) raises the importance of participation in sport organizations, which are most popular in Poland, after religious ones. Membership in sport organizations is thus related to the issue of Polish society development.

Considering the number of people practicing in sports clubs in Poland, sport shooting is ranked high at the fifth place among sport disciplines. Football, volleyball, swimming, and karate occupy higher positions than sport shooting in this ranking. A smaller number of people practice, e.g., in clubs related to athletics or basketball (GUS 2019: 240). Sport shooting, however, is not a popular sport in Poland. It does not have huge supporters following the struggles of professional representatives of this discipline. It is not a sport that Polish society live and breathe everyday (like football, ski jumping, or athletics). It should also be remembered that the number of people practicing in clubs is not the same as the number of amateurs practicing a given discipline. Other physical activities such as running or cycling boast a much higher number of amateurs (some of them became recently extremely fashionable – see 'running boom': Stempień et al. 2022). However, they are not usually associated with sports clubs. Shooting is therefore distinguished by the large number of people practicing in clubs, which is largely because of the procedures for maintaining a license for weapons. The fact that many amateurs are associated with sports clubs (regardless of their motives for such membership) emphasizes the social role of this discipline.

In his article David Yamane claims the lack of 'sociology of gun culture' in the United States (2017). He proves that the research on guns are dominated by criminological and epidemiological studies of gun violence. There is also the

³ This issue, at a higher level of generality, was addressed within the framework of criticism of the theory of modernization (Sztompka 2005: 138–139).

sociology of leisure approach present (sport shooting, collecting guns) (Murray et al. 2016). But gun culture 2.0 as Yamane calls it refers to armed self-defence, the culture of armed citizenship. Both recreational and self-defence gun owners are members of vast social world and many networks, organizations and social relations (Yamane 2017: 7).

Although sport shooting has a relatively large number of practitioners in Poland (and it seems its popularity is growing (Zwarycz 2020)), it has been rarely subjected to sociological analysis too. From the “civic” perspective presented above, this activity should be viewed positively as an expression of filling a “sociological vacuum” (cf. Pawlak 2015) and as a hope for building (or an indicator of occurrence) of social capital. On the other hand, however, sport shooting is associated with the issue of access to firearms, and thus indirectly with the relationship between their availability and the number of crimes and suicides committed using them (Wiebe 2003: 771), theft of weapons (access to illegal weapons) (Azrael et al. 2017: 51), improper storage of weapons (Betz et al. 2016: 543), and the problem of implementing adequate legal regulations (Hahn et al. 2005: 40–41). Access to firearms, especially during periods of media coverage of armed crime, raises numerous concerns and controversies. These concerns include the belief that possession of a weapon is always a threat. Hence, it is only a step toward an axiological dispute, i.e., to seek an answer to the question of the legitimacy of restricting (denying) the right to possess a weapon (including for personal defense purposes) on the grounds that it may be (potentially) misused (Cook, Ludwig 1997: 1). This dispute, on a cultural level, is related to the issue of alternative orientations of individuals. The right to own a weapon is compatible with the “Western” individualistic orientation. The alternative orientation toward collectivist values is associated with a tendency to limit and question this right (Celinska 2007: 232–233).

2. Sport shooting in Poland

The ongoing debate, based mainly on the realities of American society (i.e., society with very high rates of access to weapons), only partially matches the realities of sport shooting in Poland (a country with relatively low weapon saturation). Poland belongs to the group of a few countries with the lowest number of weapons per hundred people in Europe (less than 5). Other so poorly armed countries include Romania, the Netherlands, and Lithuania. In France, Germany, or Norway, the ratio is approximately 30 weapons per 100 citizens. In Finland and Switzerland, the rate is even higher, at around 45 weapons per 100 people.⁴ In the

⁴ See data from: <http://www.smallarmssurvey.org/fileadmin/docs/A-Yearbook/2007/en/Small-Arms-Survey-2007-Chapter-02-annexe-4-EN.pdf> (accessed: 15.02.2020).

United States, the number of weapons is close to or exceeds the number of citizens (Karp 2018: 4), which is the subject of deeper analysis that combines such a liberal right to own weapons with other aspects of social life, e.g., the map of pollution and discrimination against certain categories of citizens (cf. sociologist Arlie Russell Hochschild writing about the free arms trade and the right to *stand your ground* in the state of Louisiana as part of a whole series of laws which, in her opinion, favor white men over women and African Americans (2017: 118–120)). It is also important here to know that practicing sport shooting is only one of the many reasons to obtain a gun permit⁵ (see Table 1). Combining sport shooting with the wider problem of citizens' access to weapons is therefore only partially justified here and should be done with due proportions.

Table 1. Number of persons who were issued a weapon license (as on December 31, 2018)

Purpose for which the arms license was issued	Number of persons who were issued an arms license for a given purpose	Number of weapons registered by arms license holders
Hunting	127 768	322 451
Personal protection	36 499	40 641
Sport	30 792	76 761
Collecting	18 064	59 318
Commemorative	1 668	2 444
Training	575	3 418
Historical Reconstructions	64	240
Protection of persons or property	9	10
Other	163	146
Total	215 602	505 429

Source: <http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/bron/bron-pozwolenia/170176,Bron-pozwolenia-2018.html> (accessed: 22.01.2020).

Sport shooting in Poland is organized within the framework of the Polish Sport Shooting Association established in 1933. Provincial unions (16 within the whole country) have associated clubs and their members. For example, in the West Pomeranian Association of Sport Shooting, there are 28 clubs and 1864 sport shooters.⁶ It is estimated that 45 thousand sport shooters are formally associated in the sport shooting clubs all over the country (GUS 2019: 240), of which the number of people actively practicing this sport may amount to 23 thousand. These

⁵ Sport shooters may also carry a weapon, which according to the regulations implies moving with a loaded weapon that they may use only under strict rules (in this case, it is competition and training).

⁶ <https://www.zzss.pl/index.php/sport/kluby-zzss> (accessed: 24.02.2020).

are mainly players of the so-called *common group*. This group comprises amateurs who practice this sport for recreational purpose. They usually have neither aspirations nor skills to enter the national team.

It should be noted that this form of sporting activity has been gaining popularity in recent years. This is evidenced by the fact that the number of gun licenses granted for sport purposes is gradually and clearly growing (cf. Table 2). The analysis of these data should also consider the fact that the number of licenses issued is only a partial indicator of interest in this sport, as some shooters use club weapons or borrow them from friends or family members, while other players use their own weapons. An increase in the number of the shooters themselves (counted in absolute numbers) will therefore each time be greater than the number of licenses issued.

Table 2. Number of gun licenses issued for sporting purposes in 2014–2018

Year of issue of licenses	Number of licenses issued	Increase as compared to the previous year
2014	1488	base
2015	2824	90%
2016	3605	28%
2017	4910	36%
2018	5172	5%

Source: <http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/bron/bron-pozwolenia> (accessed: 15.01.2020).

The proper classification of weapons (types of weapons possessed) is also significant for the proper characterization of Polish sport shooting. Martin J. Dougherty (2015: 7) emphasizes that “sporting weapons” may mean all kinds of weapons that are not designed to fight people and that the category of sport shooting includes target shooting (recreational and sports), hunting, and even pest control. In Poland, however, such a definition would be considered too broad. Sportsmen and hunters are recruited by separate organizations. They are also subject to other procedures concerning the acquisition and maintenance of the right to possess a weapon and to be allowed to shoot. Shooters participating in sports competitions may use weapons that are typically used for sporting purpose and also those weapons used in uniformed services. An important point here is only the conformity of its type that is specified in the competition announcement (e.g., central ignition weapons).

The context of access to weapons (the possibility of possessing weapons) and social reception of weapon possession is not without significance for Polish sport shooters. The article presents three analytically separated aspects of practicing this sport, which have been developed on the basis of results of research conducted

among active sport shooters from the entire country. This analysis is therefore aimed at identifying (reconstructing) the image of sport shooting from its “internal” perspective, i.e., competition. The aim of this article is to answer the following research questions:

1. Unitary aspect: what shooting and access to weapons mean for sport shooters (motives for sports engagement).
2. Organizational aspect: what is the function of sport organizations with their associated shooters in the society.
3. Social aspect: how is shooting perceived in Polish society.

All the aforementioned issues are developed on the basis of the results of empirical research on active sport shooters in Poland.

3. Sample characteristics: description of own research

The present research was conducted from January 16 to May 15, 2019. The research population (the category into which the results of the research can be generalized) were people actively involved in sport shooting in Poland. The research sample included 253 shooters associated with sport shooting clubs throughout the country. The authors of the research made every effort to ensure that information about the research (as well as the possibility of participating in the research) was available throughout Poland. The survey was conducted using the computer-assisted web interviewing (CAWI) technique; the internet addresses for the survey were made available to the members of sport shooting clubs via websites: The West Pomeranian Association of Sport Shooting and some clubs associated with the PSSA, such as <https://strzelec.edu.pl>. A link to the survey page was sent to clubs associated in all other regional sport shooting associations. The research sample included 236 men (93.3% of the respondents) and 17 women (6.7% of the respondents). The sample size was approximately 0.56% of sport shooters from the registered clubs and approximately 1% of active sport shooters from the entire country.

Sample structure: The research sample was dominated by people with higher education (70% of respondents) and in the age categories 41–50 (36% of respondents) and 31–40 (30% of respondents). The majority of the respondents came from medium-sized and larger cities (cities over 50 thousand inhabitants; 54% of respondents), were married (70% of respondents), and had two (35% of respondents) or one (31% of respondents) child. Generalizing these results based on population revealed that a typical active sport shooter in Poland is a well-educated man at the age of 31–50 years, lives in a city with more than 50 thousand inhabitants, is married, and has one or two children.

4. Possession of weapons and attitude toward weapons: results of research

Practicing a given sport does not always have to be part of the basic goal of sports training, which is self-improvement (and subsequently competition) of players. For sport shooting, an important factor of interest in this discipline is the access to firearms itself. This access is possible because of acquiring and maintaining (through active participation in competitions) the status of “sport shooter” (which is confirmed annually by a competitive license issued by PSSA). As shown in Figure 1, sport shooters make relatively “wide” use of these opportunities. Most of them (58% of respondents) have more than four weapons. For 11% of respondents, involvement in the discussed sporting activity does not mean the possession of weapons. This is a specific characteristic of the discussed discipline. Being a sports person translates into the right to purchase items (weapons) that are not available to the vast majority of society. The possibility of possessing a weapon should be considered an important motivator both to associate with organizations (sport shooting clubs) and to actively participate in competitions, which constitute a pass for further possession of a weapon.

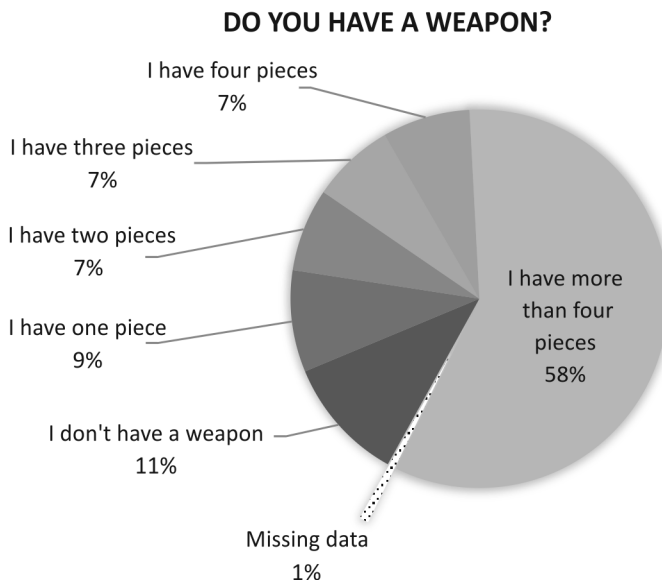


Figure 1. Number of weapons available to sport shooters
Source: own research.

The possibility of possessing a weapon poses a question about its importance and functions that goes beyond the sports competition itself. Two motives in particular are of interest here: the improvement of a perceptible level of safety (possibility

of using weapons for personal defense purposes) and, in a broader social context, the acquisition of greater social prestige because of possessing rare goods (here weapons) (cf. Figure 2).

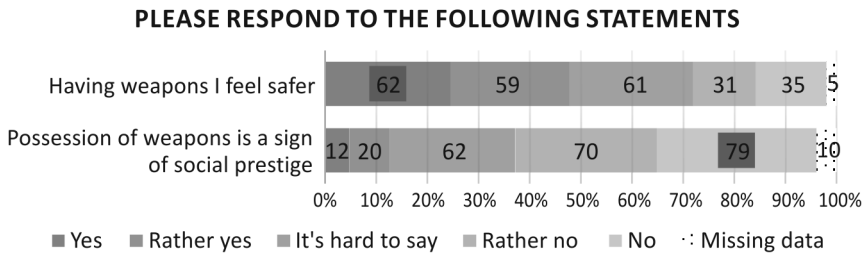


Figure 2. The importance of access to weapons in the opinion of sport shooters
Source: own research.

Almost half of the respondents (48%) agree with the statement that access to firearms increases their safety level. This factor should therefore be considered important in the context of the analysis of motivation to practice sport shooting. Practicing other disciplines such as combat sports also has the indicated potential (building a sense of security) (Lickiewicz 2006: 143). For sport shooting, this feeling is shaped not so much by the skill itself as by the access to means of defense.

The second motive is no longer relevant here. Prestige (besides earnings) is considered to be one of the basic “general awards”. Social prestige is an important resource that positions people in the social hierarchy. However, according to the respondents, a weapon is not a factor that builds the personal prestige of its holder. Only 13% of respondents hold a contrary view. Having a weapon “for show” cannot therefore be treated as an important motive to engage in sport shooting. This can be partly explained by the rules of weapon storage. This is because weapons are usually hidden from the view of others, which reduces their potential to raise the prestige of persons possessing them. The fact that a weapon is associated with danger and crime is also important.

However, according to shooters, it is not reasonable to combine access to weapons with the threat of using them for criminal purposes; this is usually due to a lack of knowledge and negative stereotypes. The vast majority of respondents believe that easier access to weapons would not reflect an increase in the number of crimes (cf. Figure 3). This conviction is consistent with the conviction that access to weapons in Poland (currently very limited) should be easier. The advantage of such changes would be (according to the respondents) an increase in the level of national security. Liberalization of the law related to access to weapons would, in their opinion, contribute not so much to an increase in the threat as to an increase in the level of both national and personal security (in terms of greater sense of security mentioned earlier). Interestingly, the research shows that active participation in the

sport in question does not have to be an “expression of patriotism”. These answers show different ways of defining shooting by the shooters themselves, who may or may not define shooting in terms of sport. The large number of hesitant respondents (65 people chose “hard to say” option) in the scope discussed may be a manifestation of the belief that sport shooting is primarily one of the sport disciplines whose function is to compete and improve, not to spread patriotism. This belief may be based on a clear political polarization of Polish society where its various parts perceive history and “national heroes” in a different way and values the tradition differently. Different definitions of patriotism (related to different political options) could be a source of conflicts in the shooting community. Focusing on purely sporting functions reduces one of the fields of disintegration; organization system reduces the complexity of its environment, which (from the perspective of its integrity) should be seen in functional terms (Luhmann 1970: 115–117).

PLEASE RESPOND TO THE FOLLOWING STATEMENTS

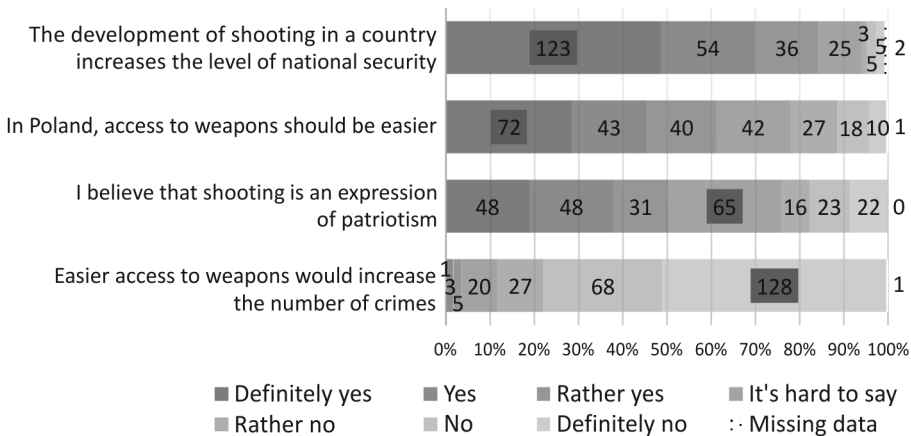


Figure 3. Access to firearms and out-of-sport shooting functions

Source: own research.

Using the above specific questions, we created three indexes indicating the degree of belief that:

- the development of shooting enhances national security (National_Id.),
- access to weapons increases the level of personal security (Personal_Id.),
- access to weapons should be increased (Availability_Id.).

The indices were standardized in the range of 0–6, where 6 indicates the highest degree of acceptance of the above statements.

Below is the correlation matrix (Figure 4), along with a frequency analysis for the indicated indices.

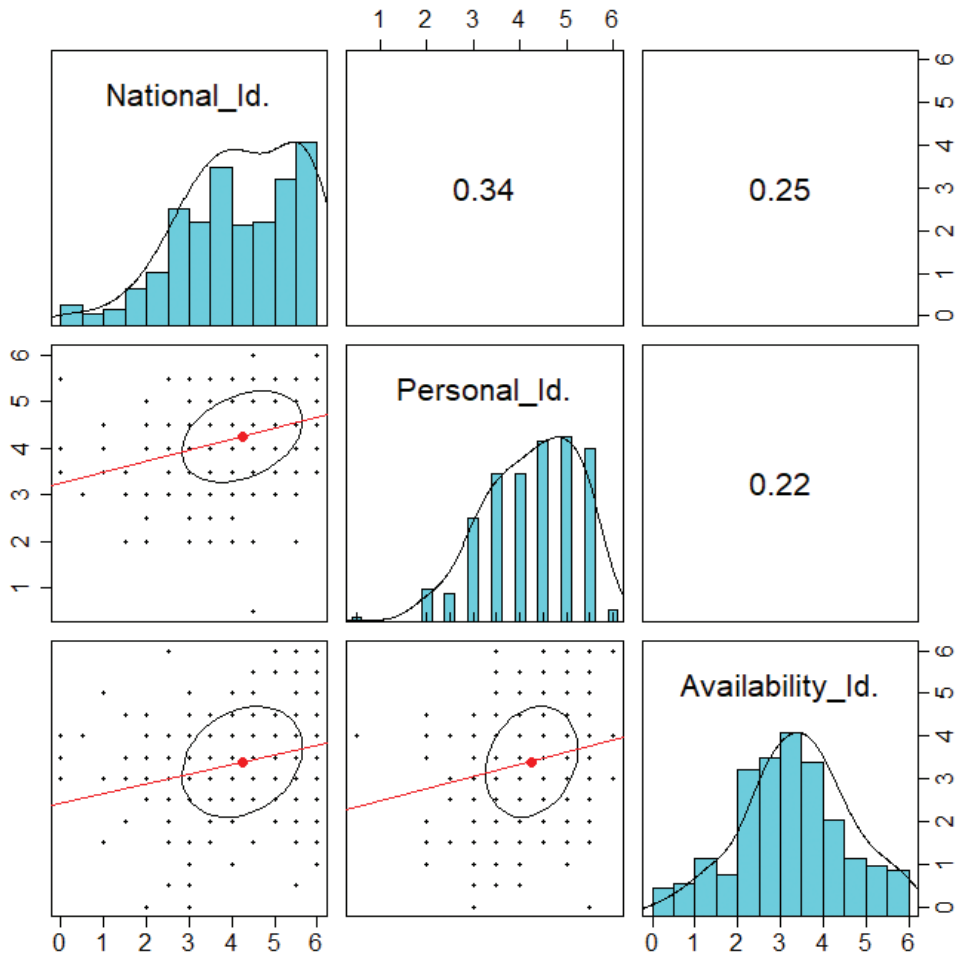


Figure 4. National and personal security vs. availability of firearms – correlation matrix
Source: own research.

According to Figure 4, there are weak positive correlations between the indexes (Pearson r coefficients are given in the graph). It is worth noting the asymmetry of the distributions of the first two indexes (National_Id. and Personal_Id.). This means that the majority of respondents agree with the statement that the development of shooting enhances the level of national security and that owning weapons increases the sense of personal security. The distribution of the index “Availability_Id.” in contrast, is much more symmetrical.

In Figure 5, we show the “Personal_Id.”, that is, the level of belief that access to weapons increases security with age of respondents distribution.

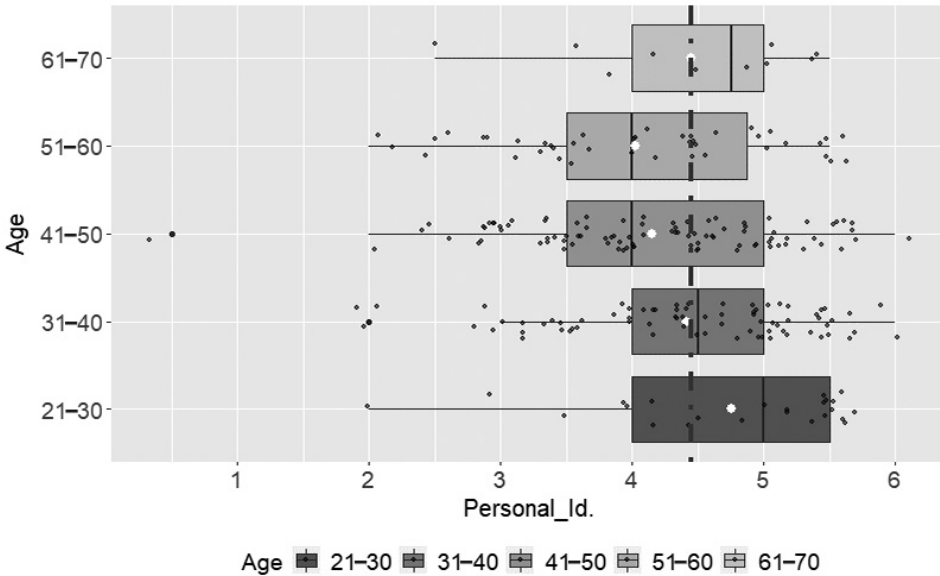


Figure 5. Characteristics of “Personal_Id.” by different age categories*

* White points on the graph indicate the arithmetic mean.

Source: own research.

In Figure 5, the two extreme age categories for this survey (21–30 and 61–70) stand out, whose representatives are more likely to believe that access to guns increases personal safety.

5. Sport shooting clubs: analysis of organization level

Membership of an organization poses a question about the mechanism of recruitment of its participants. For sport shooting as far as spending free time is concerned, the main role is played by the circles of friends. Future members of shooting clubs join them mainly because of the network of their social contacts (mainly due to friends and also due to family or teachers) (cf. Table 3). Intentional activities of the club itself (advertising on the internet or in the press) are less important here. It may be expected that such a (internal) recruitment mechanism (including people whose friends or families are already members of the clubs) will affect the homogeneity (unification) of the shooting community.

Table 3. Sources of knowledge on shooting possibilities*

How did you learn about the possibility of sport shooting?		
Class	Number	Percentage
Friends	157	52
Internet	63	21
Family	28	9
Teacher	16	5
Press	10	3
Other	24	8
No data	5	2
Total	303	100

* More than one source was identified.

Source: own research.

The question on the degree of openness of the shooting clubs (whether they should be open to all willing) clearly differentiates the respondents. A significant proportion of respondents (47%) believe that sport shooting should be reserved for appropriately selected people. In line with previous findings, this position is rather not related to the fear of losing prestige (let us recall that access to weapons is not considered a marker of prestige). The concern about the selection of the right people rather stems from the fear of its misuse: about creating a threat not only to the wider society but also to the shooters themselves (image loss or the risk of an accident at the shooting range). This issue is presented in more detail later in the article.

Sport shooting can perform various functions. Apart from its primary sporting function, this form of activity can also be associated with educational or patriotic activities. According to the respondents, sport shooting clubs should primarily cooperate with schools and other shooting clubs, which emphasizes the educational and sporting character of shooting (cf. Figure 6). Other functions of shooting (patriotic, commercial) are less important in the light of the presented data. It is significant that only one person indicated NGOs (clubs were excluded). The obtained distribution of responses is because of the low rate of Poles belonging to such centers. This phenomenon can be (at least partly) explained by a short history of their activity in post-socialist countries.

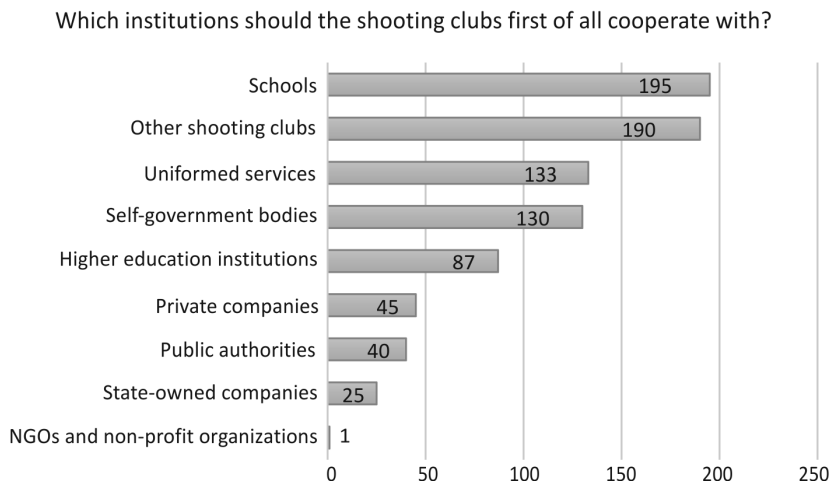


Figure 6. Desired institutional links*

* Multiple answers possible.

Source: own research.

6. The image of a sport shooter: analysis of the social context

The image of a given discipline, and thus of the sportspersons themselves, is determined by several factors. These include the degree of given sport mass range, costs related to its practice, or compliance with the principles of a healthy lifestyle, which are significant in this context. For example, running, one of the most frequent (although associated with membership in sports clubs to a small extent) forms of physical activity of Poles, fits into the model of a healthy lifestyle. This fact creates a positive image of runners in society. However, the mass range of this sport also has its negative (image) consequences. Large-scale mass events (amateur running competitions) lead to a temporary stoppage of traffic, which in turn translates into dissatisfaction of drivers of large cities.

Although sport shooting associates with a relatively large group of people (in sports clubs), the discipline itself is not popular in Polish society. It does not enjoy greater interest of supporters (people who do not practice it). The number of practicing (amateur) people is also not very high as compared to that of other disciplines (mass sports), where a significant number of practicing people do not belong to any club. This partly explains the distribution of answers to the question about the image of a sport shooter. The dominance of the answers that prove a relatively neutral image (68% of responses) coincides with the lack of knowledge on this discipline (lack of interest in this discipline) in the society.

Despite the fact that the image of sport shooting (according to shooters) in Poland today is rather neutral, most of them believe that it is necessary to work on the image of the sport (87%). This image due to several factors (Table 4a, 4b) may

deteriorate in the future. A particularly important point here is the issue of access to firearms and the risks associated with them. Shooters are most concerned about the unjustified (automatic) combination of weapons and threats. Hence, they need to work (mainly education) and defend themselves against any unjustified attacks on the shooting environment. A detailed list of threats identified by the shooters is presented in Tables 4a and 4b.

According to sport shooters, the main factor detrimental to their image in Polish society is the insufficient level of knowledge of the average citizen about this activity. On several occasions, the image of a sport shooter is covered with clichés related to hunters' circles or even with the criminal world. An element common to these circles is the fact of possessing weapons. However, the manner in which a weapon is used and its purpose are completely different in each of these environments.

Moreover, the shooters believe that EU policies are geared toward restricting access to weapons on the pretext of increasing security. They believe that the national police adopts a similar course of action. These actions place weapons owners, including those who have acquired them legally, in a negative light.

According to the respondents, supporters of left-wing, or communist ideology (roots dating back to the time of the People's Republic of Poland) also have a negative impact on the image of the shooters. The henchmen of such "hostile" ideology are mainly journalists who intentionally or due to a lack of their own knowledge misinform public opinion.

Despite noticing many external threats, the shooters are also self-critical, and they also point out "internal" defects – problems of their own social environment. They think that they do not promote themselves enough and to an appreciable extent. They also notice cases of inappropriate behavior with a weapon in their own environment: individual "promotion" (carrying a weapon for show) and insufficient care for safety and level of shooting training.

In addition to the problems highlighted in Tables 4a and 4b, the respondents also indicated the political and historical context unfavorable to their environment. Some respondents suggested that shooting is linked (or is linked by the shooters themselves) with ideas represented by the extreme right-wing, i.e., with patriotism perceived in terms of defense. Others, in turn, reminded that the propaganda still practiced by the communist authorities (historical conditions) was to blame, thereby convincing people that only servants and criminals had weapons. These actions consolidated the conviction that the average Polish citizen "is not mature enough" to possess a weapon.

Table 4a. Factors and conditions detrimental to the image of a sport shooter in Poland

Categories	f _i	Declared problems	Sample statements
Lack of knowledge – stereotypes in society	66	Stereotypes	<ul style="list-style-type: none"> • The opinion that in case of increased number of shooters, Poles will start to shoot each other in a queue for buns; • Fear of weapons. The conviction that Polish citizen is not adult enough to have a gun; • The stereotype that only the army and the police should have weapons; • Fixing stereotypes such as: “Poles are not mature enough to have weapons”.
		Lack of knowledge	<ul style="list-style-type: none"> • Lack of knowledge and education; • Lack of awareness of people that gun is just a tool; • Unconsciousness and ignorance of the weapon, which causes fear of the weapon. Horrifying images like massacres in the US.
Unjustified linking of access to weapons to crime	19	Perception of the weapon itself as a source of danger	<ul style="list-style-type: none"> • Showing that the gun is a problem, not the man who uses it; • The opinion that the weapon is an evil and a tool only for criminals; • Statement that the weapon kills.
		Identifying the owner of the weapon with a criminal offence	<ul style="list-style-type: none"> • Throwing into the “one bag” of law-abiding gun owners and criminals with illegal weapons; • The stereotype that only force formations have weapons. If you are a civilian and you have a gun, you’re probably a criminal.
		Firearms offences and making them news	<ul style="list-style-type: none"> • Armed robbery, which is used as an argument to restrict access to weapons; • Offences committed with firearms.
Hostile ideology – propaganda	11	Left-wing, communist propaganda	<ul style="list-style-type: none"> • Left-wing (sometimes mistakenly called liberal or so-called ‘progressive’) media propaganda trying to combine shooting (and weapons as such) with crime, danger, risk and other phenomena perceived negatively by society; • Propaganda from the People’s Republic of Poland; • Left-wing views on weapons in Poland and the lack of sense, education of society, that weapons are a device, a thing that is as dangerous as a knife or a car in wrong hands.

Source: own research.

Table 4b. Factors and conditions detrimental to the image of a sport shooter in Poland

Categories	f _i	Declared problems	Sample statements
The media and journalists – inappropriate information in the media	59	Deliberate disinformation by journalists	<ul style="list-style-type: none"> • Media battues. The media twisting all weapons-related news; • Misrepresentation in the media; media with manipulated interviews; • Lack of information in the media about the competition and reports from the competition.
		Lack of knowledge among journalists	<ul style="list-style-type: none"> • Ignorance of the issue among media representatives; • Lack of knowledge of the subject among journalists.
		Searching for sensation	<ul style="list-style-type: none"> • Sensation-hungry media; • Sensational information about, e.g. armed crime, especially in the US.
Shooting environment – inappropriate behavior and lack of organization	40	Inappropriate shooting organization	<ul style="list-style-type: none"> • Definite lack of support from the PSSA and the lack of a nationwide organization of arms owners; • Poor PR and low openness of the shooting community to the local “market”; • The exclusivity of some shooting clubs.
		Inappropriate behavior of shooters	<ul style="list-style-type: none"> • The statements of some shooters; • Ostentatiously drifting with a gun. Showing off and hanging out with a gun like jewelry.
		Insufficient training of shooters	<ul style="list-style-type: none"> • Profit-oriented instructors; • Low level of shooter training. Poor training in the scope of safety.
Hunters – the association with hunting or the hunters themselves	30	Confusing sport shooting with hunting	<ul style="list-style-type: none"> • Associations with hunting; • Association with the hunter’s image (in fact, most often an untrue image).
		Hunting as such (hunters)	<ul style="list-style-type: none"> • Drunken hunters. Brutal hunters. Gun accidents in hunting circles; • Hunters, but not the real ones, but drunken pathology.
		The false image of hunting	<ul style="list-style-type: none"> • Hunter’s stereotype. A false image of a hunter-drinker; • Hunters (must change their PR).
Politicians	21	Negative attitude of national and EU politicians	<ul style="list-style-type: none"> • Security policy of the European Union; • Attitude of politicians and legislation towards shooters; • Allergy of authorities to the possession of weapons by citizens.
Police	6	Negative attitude of the police towards wider access to weapons	<ul style="list-style-type: none"> • Attitude of police to weapons; • Unjustified police opinions; • The mentality of politicians and police.

Source: own research.

7. Discussion: social context of shooting organizations

Despite a relatively strict law regulating access to weapons in Poland, social activity aimed at easing the requirements for potential weapon holders and popularizing shooting skills does not take a clear (crystallized) form in Poland. Organizations such as ROMB, Pobudka, or Braterstwo (<https://romb.org.pl/o-nas/>, <https://www.pobudka.org>, <https://braterstwo.eu>, respectively) indicate that liberalization of access to weapons in Poland would increase the security of citizens, stimulate the upbringing of children and young people in the spirit of patriotism, improve knowledge of the history of the country and its weapons, and contribute to the development of a responsible civil society.

However, there seems to be a common perception among the major parties that there is no need to change the existing rules on the possession and use of weapons. Contrary to appearances, even the ruling right-wing PiS party intended to introduce restrictions on, e.g., black powder weapons, which can now be purchased without permission. However, after protests of representatives of interested circles, among others sport shooters (<https://braterstwo.eu/tforum/t/71167/#amv>, accessed: 5.02.2020) – a model protest letter addressed to MPs), who participate in such competitions, the most far-reaching changes were finally withdrawn. Other changes were to include the need to label each part of the weapon. This labeling was missing in particular in replicas of historical weapons held under the so-called arms collection permit. Such weapons may also be used during sports competitions (if such a competition is organized). Concerns about the introduction of a stricter law are manifested in the statements of the respondents themselves, who considered politicians to be an unfavorable factor for the development of sport shooting (cf. Table 4b).

The double morphogenesis of social movements (Sztompka 1987; 2005: 265) assumes two sides of this process. The internal dynamics of social movement includes its creation, mobilization, expansion of structures, and the end of activity. It is difficult to evaluate whether organizations related to the promotion of a positive image of law-abiding citizens having weapons and to the fight against false stereotypes associated with the pursuit of legal possession of weapons form a social movement (in a strictly sociological sense).

The Polish Sport Shooting Association has existed for a relatively long time – since 1933. However, several organizations referring to the possession of weapons in a broader sense, invoking human and civil rights, operate for much shorter periods. It should be remembered that during the period of the People's Republic of Poland, the activity of nongovernmental organizations was significantly limited; they could operate only under strict control of the ruling party. The influence of Polish history on the perception of shooting was also noted by the respondents themselves.

At present, it is difficult to unequivocally identify the factors that initiate the creation of a movement for the right to own weapons (a proper system of structural tensions or a single charismatic leader who would direct the mobilization phase).

Although the number of permits issued for weapons has been growing in recent years, it is also difficult to prove some spectacular expansion of structures. It seems that the ideas represented by organizations related to sport shooting partly overlap with those of some wider community, whose aim is to promote the liberalization of the right to own weapons, or at least not to tighten the criteria for issuing the weapons permits. However, some of the sportsmen participating in the present research link the organizations associated with these efforts with political and not just civic activity. These associations, i.e., combining sport with the issues of history, patriotism, and defense (values inscribed in the organizations' missions related to the promotion of access to weapons), arouse reluctance in some respondents. Presently, there is some confusion related to the different definitions of sport shooting, in terms of its purely sporting and nonsporting interpretation.

It is also ambiguous to analyze the external dynamics of social movements, i.e., how (and whether) a given movement affects society. The movement that popularizes the right to possess weapons has some effects on the political sphere in Poland (here, we should note the pressure that resulted in the removal of the most sensitive provisions in the amendment of the Weapons and Ammunition Act). It also has some impact on the economy (impact on the image of armaments industry plants). However, activities aimed at popularizing sport shooting encounter significant barriers. A good example of this is the Ministry of National Defense project from 2016: "A shooting range in every poviast". This project (assessed from today's perspective) has failed. Enough to say that to date, there is only one such facility created, despite there being 380 poviasts in Poland.⁷

Although organizations that spread access to weapons refer to the idea of social movement on their websites, it is impossible to call them a mature social movement at present. It seems more appropriate to define them as a collective actor of civil society. In the current political situation, this actor is unlikely to have any influence on structural changes. Perhaps, however, these organizations will cause some conscious changes. These efforts have already yielded some success by introducing the subject of access to arms into public discourse, which did not occur during the communist era. However, this "success" will not quickly translate to concrete benefits for the shooting community. The social climate is currently unfavorable to the spread of such ideas and such activities; thus, almost all actors on the political scene are reluctant to take up this subject. Thus, if the "movement" popularizing the right to own weapons somehow influences the political scene in Poland, it will manifest itself mainly in stopping unfavorable changes.

The practice of sport shooting by a common group (amateur sport) may be associated with organizational involvement, community capacity building, and the concept of sport for development (SFD). The social world of shooters includes

⁷ <https://www.gov.pl/web/obrona-narodowa/konkurs-ofert-strzelnica-w-powiecie-2020-nr-32019-wwzs> (accessed: 26.01.2020).

other collective actors and creation of social cooperation networks. For example, the process of establishing a shooting range in Poland involves the management of the club that will be responsible for it; the authority approving the shooting range's regulations; and representatives of organizations that own the ground, e.g., the authorities of the State Forests (if the shooting range is in an open field, i.e., outside the building) or schools or non-governmental organizations. During the ceremonial opening of the shooting range, representatives of the stakeholders are also often present; furthermore, sometimes a priest is also invited, who blesses this place and prays for the safety of the shooters.

In cultures that promote individualism, development is often understood in terms of raising an individual's potential. In a broader sense, however, it may also mean the development of community, community capacity, preventing social exclusion, and building social capital (Jaitman, Scartascini 2017) or even peaceful global coexistence. The framework of such development, i.e., community development, includes providing encouragement to clubs and sport associations to develop SFD programs (Breuer 2014). Shooting clubs in Poland conduct such activities. Some of them organize international competitions (e.g., Grajcar club from Police has organized competitions to which shooters from border German cities were invited many times in the last decade). Many clubs are open to membership for people with disabilities, and some of these organizations are even dedicated to such people. Women and young people under adult supervision are always welcome. During many local competitions, all those people who are willing can participate in individual competitions, including those without a proper shooting license. The activity of these clubs can therefore be associated with the implementation of the postulates of inclusion (social inclusion as opposed to various kinds of exclusion) and diversity management. This is where the social power of sport organizations is manifested, with their activating, inclusive, and bonding potential for local impact. For sport shooting clubs, this potential has its partial origin in the need to have weapons that can be satisfied by belonging to an organization.

In 2001, the United Nations (UN) appointed its first Special Adviser to the Secretary-General on Sport for Development and Peace.⁸ At the same time, Robert Chaskin published an article in which he presented a definition of "community capacity" as the interaction of human capital, organizational resources, and social capital existing within a given community that can be leveraged to solve collective problems to improve or maintain the wellbeing of a given community. This may operate through informal social processes and/or organized effort (Chaskin 2001).⁹ The potential of the community built up by, among other things, sport interactions can improve the health of both individuals and entire communities (Lee, Jung 2018).

⁸ <https://www.giz.de/en/worldwide/42673.html> (accessed: 26.02.2020).

⁹ <https://communitydevelopmenttoolbox.weebly.com/community-capacity-building.html> (accessed: 26.02.2021).

Organizational commitment, which is usually associated with the business world, is crucial here. However, this logic should be extended to include membership in nongovernmental organizations (Malinen, Harju 2016), including sports clubs and other associations.

Bibliography

- Asadullah M.N. (2017), *Who Trusts Others? Community and Individual Determinants of Social Capital in a Low-Income Country*, "Cambridge Journal of Economics", vol. 41(2), pp. 515–544.
- Azrael D., Hepburn L., Hemenway D., Miller M. (2017), *The Stock and Flow of U.S. Firearms: Results from the 2015 National Firearms Survey*, "The Russell Sage Foundation Journal of the Social Sciences", vol. 3, no. 5, pp. 38–57.
- Betz M.E., Azrael D., Barber C., Miller M. (2016), *Public opinion regarding whether speaking with patients about firearms is appropriate: Results of a national survey*, "Annals of Internal Medicine", vol. 165(8), pp. 543–550.
- Będzik B. (2010), *Deficyt kapitału społecznego zwiastunem nadchodzących kłopotów*, "Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia", vol. 9(1), pp. 15–22.
- Breuer C. (2014), *Sport for development – the role of sports clubs*, Conference: The 2nd International Symposium on International Development and Peace through Sport, [in:] Tokyo Volume: National Institute of Fitness and Health & University of Tsukuba (ed.), *The 2nd International Symposium on International Development and Peace through Sport*, National Institute of Fitness and Health, University of Tsukuba, Tokyo, pp. 53–65, <https://doi.org/10.13140/2.1.4524.9607>
- Celinska K. (2007), *Individualism and collectivism in America: The case of gun ownership and attitudes toward gun control*, "Sociological Perspectives", vol. 50(2), pp. 229–247.
- Chaskin R.J. (2001), *Building Community Capacity: A Definitional Framework and Case Studies from a Comprehensive Community Initiative*, "Urban Affairs Review", vol. 36(3), <https://doi.org/10.1177/10780870122184876>
- Cook P.J., Ludwig J. (1997), *Guns in America: National Survey on Private Ownership and Use of Firearms*, US Department of Justice, National Institute of Justice, Government Printing Office, Washington.
- Czapiński J. (2006), *Polska – państwo bez społeczeństwa*, "Nauka", no. 1, 2006, pp. 7–26.
- Czapiński J., Panek T. (eds.) (2015), *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa.
- Dougherty M.J. (2015), *Broń sportowa. Rodzaje uzbrojenia. Techniki użycia*, transl. T. Prochenka, M. Wasilewski, Bellona, Warszawa.
- Francois P., Zabojnik J. (2005), *Trust, Social Capital, and Economic Development*, "Journal of the European Economic Association", vol. 3(1), pp. 51–94.
- Giza-Poleszczuk A. (2018), *Jako socjologowie straciliśmy zdolność prawdziwej analizy (interviewed by Krzysztof Mazur)*, <https://klubjagiellonski.pl/2018/05/20/giza-poleszczuk-jako-socjologowie-stracilismy-zdolnosc-prawdziwej-analizy-rozmowa/>
- Granovetter M. (1973), *The Strength of Weak Ties*, "American Journal of Psychology", vol. 78(6), pp. 1360–1380.
- Growiec K. (2009), *Związek między sieciami społecznymi a zaufaniem społecznym – mechanizm wzajemnego wzmacniania?*, "Psychologia Społeczna", vol. 4, no. 1–2(10), pp. 55–66.
- GUS (2015), *Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r.*, Wydział Analiz Przekrojowych, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia Głównego Urzędu Statystycznego, Ośrodek Statystyki Matematycznej Urzędu Statystycznego, Warszawa–Łódź.

- GUS (2019), *Mały Rocznik Statystyczny Polski*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Hahn R.A., Bilukha O., Crosby A., Fullilove M.T., Liberman A., Moscicki E., Snyder S., Tuma F., Briss P.A. (2005), *Firearms laws and the reduction of violence: A systematic review*, "American Journal of Preventive Medicine", vol. 28, pp. 40–71, <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2004.10.005>
- Hanamura T., Li L.M.W., Chan D. (2017), *The Association Between Generalized Trust and Physical and Psychological Health Across Societies*, "Social Indicators Research: An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement", vol. 134(1), pp. 277–286.
- Hlebec V., Filipovič Hrast M., Kogovšek T. (2010), *Social Networks in Slovenia: Changes during the Transition Period*, "European Societies", vol. 12, no. 5, pp. 697–717.
- Hochschild A.R. (2017), *Obcy we własnym kraju. Gniew i żal amerykańskiej prawicy*, transl. H. Pustuła, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa.
- Jaitman L., Scartascini C. (2017), *Sports for Development*, Inter-American Development Bank, <https://doi.org/10.18235/0000962>
- Karp A. (2018), *Estimating Global Civilian Held Firearms Numbers*, "Small Arms Survey. Briefing Paper", June 2018, <http://www.smallarmssurvey.org/fileadmin/docs/T-Briefing-Papers/SAS-BP-Civilian-Firearms-Numbers.pdf> (accessed: 15.02.2020).
- Klein D., Marx J. (2018), *Generalized Trust in the Mirror. An Agent-Based Model on the Dynamics of Trust*, "Historical Social Research / Historische Sozialforschung", vol. 43, no. 1(163), pp. 234–258.
- Kornai J., Rothstein B., Rose-Ackerman S. (2004), *Creating social trust in post-socialist transition*, Palgrave Macmillan, New York.
- Lee S., Jung M. (2018), *Social Capital, Community Capacity, and Health*, "The Health Care Manager", vol. 37(4), <https://doi.org/10.1097/HCM.0000000000000233>
- Lickiewicz J. (2006), *Osobowość i motywacja osiągnąć osób trenujących sztuki i sporty walki*, "Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio J, Paedagogia–Psychologia", vol. 19, pp. 133–146.
- Luhmann N. (1970), *Soziologische Aufklärung. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme*, Westdeutscher Verlag, Köln–Opladen.
- Malinen S., Harju L. (2016), *Volunteer Engagement: Exploring the Distinction Between Job and Organizational Engagement*, "International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations", vol. 28(1), pp. 1–21.
- Murray D.W., Martin D., O’Neill M., Jason Gouge T. (2016), *Serious leisure: The sport of target shooting and leisure satisfaction*, "Sport in Society", vol. 19(7), pp. 891–905.
- Nowakowski K. (2008), *Wymiary zaufania i problem zaufania negatywnego w Polsce*, "Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny", vol. 70(1), pp. 213–233.
- Pawlak M. (2015), *From Sociological Vacuum to Horror Vacui: How Stefan Nowak’s Thesis Is Used in Analyses of Polish Society*, "Polish Sociological Review", vol. 1(189), pp. 5–27.
- Pratten S. (2017), *Trust and the Social Positioning Process*, "Cambridge Journal of Economics", vol. 41(5), pp. 1419–1436.
- Stempień J.R., Dąbkowska-Dworniak M., Stańczyk M., Tkaczyk M., Przybylski B. (2022), *Particular Dimensions of the Social Impact of Leisure Running: Study of Poland*, "Sustainability", vol. 14(18), 11185, <https://doi.org/10.3390/su141811185>
- Sztompka P. (1987), *Social movements: structures in statu nascendi*, "The Polish Sociological Bulletin", no. 2, pp. 5–26.
- Sztompka P. (2005), *Socjologia zmian społecznych*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Wiebe D.J. (2003), *Homicide and suicide risks associated with firearms in the home: A national case control study*, "Annals of Emergency Medicine", vol. 41(6), pp. 771–782.

- Yamane D. (2017), *The sociology of U.S. gun culture*, "Sociology Compass", vol. 11(7), e12497, <https://doi.org/10.1111/soc4.12497>
- Ziółkowski M. (2005), *Utowarowienie życia społecznego a kapitały społeczne*, [in:] W. Wesołowski, J. Włodarek (eds.), *Kręgi integracji i rodzaje tożsamości. Polska, Europa, świat*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Zwarycz P.A. (2020), *Czy strzelectwo jest sportem? Zarys problematyki strzelectwa sportowego w Polsce jako przedmiotu socjologii sportu*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica”, vol. 75, pp. 33–48, <https://doi.org/10.18778/0208-600X.75.03>

Internet sources

- <http://statystyka.policja.pl/st/wybrane-statystyki/bron/bron-pozwolenia/170176,Bron-pozwolenia-2018.html> (accessed: 22.01.2020).
- <http://www.pzss.org.pl> (accessed: 24.02.2020).
- <http://www.smallarmssurvey.org/fileadmin/docs/A-Yearbook/2007/en/Small-Arms-Survey-2007-Chapter-02-annexe-4-EN.pdf> (accessed: 15.02.2020).
- <https://www.zzss.pl> (accessed: 24.02.2020)
- <https://braterstwo.eu/tforum/t/71167/#amv> (accessed: 5.02.2020).
- <https://communitydevelopmenttoolbox.weebly.com/community-capacity-building.html> (accessed: 22.03.2020).
- <https://romb.org.pl/o-nas/> (accessed: 3.03.2020).
- <https://www.gazetaprawna.pl/artykuly/1107514,cbos-o-zaangazowaniu-polakow-w-dzialalnosc-spoeczna.html> (accessed: 10.03.2020).
- <https://www.giz.de/en/worldwide/42673.html> (accessed: 26.02.2020).
- <https://www.gov.pl/web/obrona-narodowa/konkurs-ofert-strzelnica-w-powiecie-2020-nr-32019-wwzs> (accessed: 26.01.2020).
- <https://www.pobudka.org> (accessed: 3.03.2020).
- .

Statistics were done using: R version 4.2.1 (2022-06-23 ucrt), dplyr (v1.0.10; Wickham H., François R., Henry L., Müller K.), ggplot2 (v3.3.6; Wickham H.), psych (2.2.9; Revelle, W.), Excel Microsoft 365.

SPIS TREŚCI / TABLE OF CONTENTS

Michał Lenartowicz , The pandemic crisis and its impact on sport.....	5
– Kryzys pandemiczny i jego wpływ na sport	
Piotr Chmielewski , Ekonomiczne, społeczne i polityczne aspekty kryzysu pandemicznego w polskim futbolu. Analiza socjologiczna	19
– Economic, social, and political aspects of the pandemic crisis in the Polish football. A sociological analysis	
Konrad Burdyka, Dobrosław Mańkowski , Strategie przetrwania klubów sportowych po 1989 roku. Propozycja modelu analitycznego	35
– Strategies of survival of sports clubs after 1989. Analytical model proposal	
Marta Wieteska , Autoprezentacja i tablica ogłoszeń. Analiza treści opraw meczowych na przykładzie aktywności ultrasów Lecha Poznań w latach 2017–2021	59
– Self-presentation and bulletin board. Content analysis of the tifo displays on the example of the Lech Poznań ultras in 2017–2021	
Michał Jasny , Preparing for esports competitions: gaming communities of practice.....	75
– Przygotowanie do współzawodnictwa w e-sporcie: growe wspólnoty praktyków	
Arkadiusz Kołodziej, Agnieszka Kołodziej-Durnaś , Sport shooters in Poland: social capital of organizational engagement vs access to guns policy controversies.....	87
– Strzelcy sportowi w Polsce: kapitał społeczny zaangażowania organizacyjnego a kontrowersje związane z dostępem do broni	

