

# Świat sportu w prasie codziennej na podstawie wyników „The International Sports Press Survey”

**Honorata Jakubowska**

W 2011 r. przeprowadzono drugą edycję „The International Sports Press Survey” – badania analizującego miejsce i sposób przedstawiania sportu w prasie codziennej. W pierwszym badaniu, realizowanym w 2005 r. przez duński think tank The House of Monday Morning oraz międzynarodową organizację Play the Game zarządzaną przez the Danish Institute for Sports Studies (Idan), wzięło udział 10 państw z 3 kontynentów, a analizie poddano strony sportowe 37 tytułów<sup>1</sup>. Badanie z 2011 r., koordynowane przez Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) w Hamburgu, Deutsche Sporthochschule w Kolonii (DSHS) oraz Play the Game, było zdecydowanie większym przedsięwzięciem. Wzięli w nim udział naukowcy z 22 krajów ze wszystkich kontynentów, a analizie poddano ponad 18 000 artykułów (w tym 815 polskich) z 80 różnych gazet<sup>2</sup>. Metodologia badań została w całości opracowana przez głównych koordynatorów.

W badaniu z 2011 r., w przeciwieństwie do tego z 2005 r., analizowano wszystkie artykuły odnoszące się do sportu, a nie tylko te ze stron sportowych. Jednostką analizy był pojedynczy artykuł. Próba obejmowała drukowane wydania trzech tytułów prasowych z każdego kraju, których numery ukazały się w wyznaczonych przez koordynatorów badania 14 dniach między kwietniem a lipcem 2011 r. Zgodnie z wytycznymi, należało wybrać największy dziennik ogólnokrajowy, największy tabloid oraz największy dziennik lokalny. W przypadku polskiej części badań były to odpowiednio: „Gazeta Wyborcza”, „Fakt” oraz „Polska. Głos Wielkopolski”. Zgodnie z metodologią badań w próbie nie przewidziano gazet o charakterze „czysto” sportowym, intencją badaczy było bowiem poddanie analizie obrazu sportu, który trafia do każdego czytelnika, niekoniecznie tego, który jest zagorzałym kibicem sportowym. Jednym z celów badania było także uzyskanie

<sup>1</sup> Warto także wspomnieć, że w 2002 r. zrealizowano badanie dotyczące prasy skandynawskiej – „Scandinavian Press Survey”, w którym zanalizowano ponad 3000 artykułów z dziewięciu gazet. Na temat badania z 2005 r. zob. np. S.S. Jørgensen, *The World's Best Advertising Agency: The Sports Press*, „Mandag Morgen” 2005, nr 37, [http://playthegame.org/upload//Sport\\_Press\\_Survey\\_English.pdf](http://playthegame.org/upload//Sport_Press_Survey_English.pdf) [dostęp: 18.10.2012]. Wyniki badania są dostępne na stronie: [www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html](http://www.playthegame.org/theme-pages/the-international-sports-press-survey-2005.html) [dostęp: 18.10.2012].

<sup>2</sup> Do badania można się było zgłaszać w odpowiedzi na ogłoszenie zamieszczone na stronie Play the Game. Dane pochodzą z następujących krajów: Australia, Brazylia, Kanada, Dania, Anglia, Niemcy, Indie, Malezja, Nepal, Nowa Zelandia, Polska, Portugalia, Rumunia, Szkocja, Słowacja, RPA, Szwajcaria, Stany Zjednoczone, Singapur, Słowenia, Grecja, Francja. Analizie poddano 18 339 artykułów z gazet ukazujących się w tych krajach.

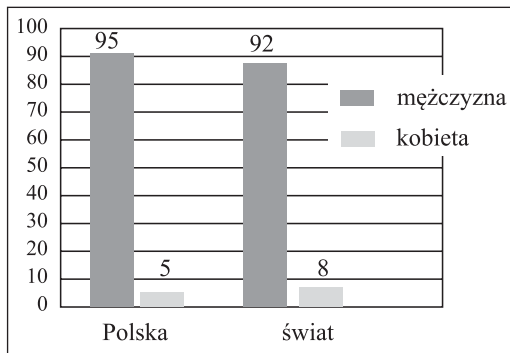
odpowiedzi na pytanie, ile i jakie miejsce zajmuje sport w prasie w stosunku do innych obszarów życia społecznego, takich jak polityka, gospodarka czy kultura, co nie byłoby możliwe w przypadku analizy jedynie gazet sportowych.

Koordinatorką polskiej części badań była autorka artykułu reprezentująca Instytut Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, natomiast koordynatorami całości projektu badawczego – prof. Thomas Horkey (MHMK) oraz dr Jörg-Uwe Nieland (DSHS). Kodowania gazet dokonali studenci II roku socjologii I stopnia w ramach ćwiczeń terenowych (lipiec 2011 r., UAM), a zweryfikowała autorka artykułu oraz dwoje doktorantów – Anna Datko i Łukasz Skoczylas. Analiza wszystkich danych została opracowana przez autorkę. Prezentowany artykuł przedstawia najważniejsze wyniki z polskiego badania na tle wyników światowych, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki zróżnicowania płciowego, wynikającej z zainteresowań naukowych autorki<sup>3</sup>.

### Męskie środowisko dziennikarstwa sportowego

Świat dziennikarstwa sportowego, jak i sport przedstawiany w prasie, jest silnie zmaskulinizowany. Aż 92 proc. artykułów zostało napisanych przez mężczyzn, a tylko 8 proc. przez kobiety. W Polsce proporcje te wyglądają jeszcze mniej korzystanie dla kobiet, które są autorkami jedynie 5 proc. artykułów (wykres 1).

Należy pamiętać, że dane te dotyczą jedynie artykułów podpisanych imieniem i nazwiskiem, a można przypuszczać, że uwzględnienie także tych podpisanych inicjałami w jeszcze większym stopniu pokazałoby dominację mężczyzny<sup>4</sup>.



Wykres 1. Płeć autorów artykułów (w proc.)

Źródło: Wszystkie wykresy i tabele w opracowaniu własnym na podstawie uzyskanych wyników badań.

W prasie światowej prawie 2/3 artykułów podpisanych jest imieniem i nazwiskiem autora, natomiast niecałe 10 proc. – inicjałami. W polskiej ich autorzy zdecydowanie częściej podpisują się jedynie inicjałami. Większa także – w porównaniu z wynikami całej próby – jest liczba artykułów bez wskazanego autora (tabela 1).

Tabela 1. Autor artykułu (w proc.)

	Polska	Świat
Autor podpisany nazwiskiem	35,2	62,1
Autor podpisany inicjałami	35,5	8,5
Agencja informacyjna	2,3	15,8
Brak wskazania autora	27	13,7

Dysproporcje między wynikami polskimi a światowymi można wytłumaczyć poprzez odwołanie się do rodzaju zamieszczanych wiadomości. W polskiej prasie więcej jest krótszych artykułów, a także kilkuzdaniowych notek (rubryki typu *Sport w skrócie*), mniej natomiast jest reportaży czy wywiadów. W przypadku krótkich informacji, o sprawozdawczym

<sup>3</sup> Ze wstępnymi wynikami badań można zapoznać się na stronie organizacji Play the Game – [www.playthegame.org/fileadmin/image/PTG2011/Presentation/PTG\\_Nieland-Horkey\\_ISPS\\_2011\\_3.10.2011\\_final.pdf](http://www.playthegame.org/fileadmin/image/PTG2011/Presentation/PTG_Nieland-Horkey_ISPS_2011_3.10.2011_final.pdf) [dostęp: 28.01.2013]. Prezentowane w artykule wyniki powstały na podstawie końcowej bazy danych stworzonej w czerwcu 2012 r.

<sup>4</sup> Z reguły badacze wiedzieli, kto kryje się za podanymi inicjałami, jednak – zgodnie z instrukcją kodową – płeć autora artykułu należało określić tylko wtedy, gdy autorzy byli podpisani nazwiskiem.

charakterze, nazwisko autora było często pomijane lub zapisywane jedynie inicjałami. Można jednak przypuszczać, że zostały one napisane przede wszystkim przez mężczyzn, oni to głównie bowiem relacjonują bieżące i najważniejsze z wydarzeń sportowych.

Najwięcej kobiet autorek artykułów dotyczących problematyki sportowej odnotowano w Brazylii (około 25 proc.), a następnie w Sin-

W przypadku polskich artykułów napisanych przez kobiety właściwie wszystkie, z jednym wyjątkiem, nie dotyczyły bezpośrednio zawodów (rozgrywek) sportowych, ale innych tematów związanych ze sportem<sup>5</sup>.

Ciekawie prezentują się wyniki ogólnosiwiatowe, jeśli zestawimy opisywaną dyscyplinę sportu z płcią dziennikarza – autora artykułu (tabela 2).

Tabela 2. Opisywana dyscyplina a płeć autora artykułu (w proc.)

Mężczyźni pisali najczęściej o:		Kobiety pisały najczęściej o:	
piłce nożnej	40	piłce nożnej	25
rugby	8	tenisie	15
tenisie	6	sportach nie wymienionych w kluczu kategoryzacyjnym	13
hokeju	5	lekkiej atletyce	6
krykiecie	5	kolarstwie	2

gapurze i Rumunii (po niecałe 20 proc.). Na drugim krańcu tego kontinuum znajdują się Nepal i Indie, gdzie wszystkie artykuły zostały napisane przez mężczyzn, a także Anglia, gdzie kobiety były autorkami jedynie 3 proc. artykułów w analizowanym okresie. Tylko te trzy kraje osiągnęły wynik gorszy – z punktu widzenia równości płci – od Polski. Proporcje płci podobne jak w Polsce były również w Portugalii i niemieckojęzycznej części Szwajcarii. Trudno znaleźć wspólny klucz wyjaśniający te dysproporcje, jednak planowana na rok 2013 anglojęzyczna publikacja powinna wskazać czynniki kształtujące w poszczególnych krajach środowisko dziennikarstwa sportowego.

Wśród dziennikarzy sportowych kobiet jest nie tylko zdecydowanie mniej niż mężczyzn, ale często są im powierzane tematy niezwiązane bezpośrednio z wydarzeniami sportowymi.

W zaprezentowanych danych warto zwrócić uwagę przede wszystkim na dwie kwestie. Po pierwsze, poza dominującą piłką nożną, dziennikarki najczęściej piszą na temat tenisa. Jest to najbardziej „kobieca” dyscyplina, zarówno od strony uczestników/uczestniczek sportowej rywalizacji, jak i dziennikarzy/dziennikarek. Także w innych mediach, czego najlepszym przykładem jest telewizyjny kanał Eurosport, kobiety komentują zawody tenisowe, a także występują w roli ekspertek, co – w transmisjach sportowych – zdarza się niezwykle rzadko. W przypadku niektórych dyscyplin, jak na przykład piłki nożnej, trudno sobie nawet, ze względu na postrzeganie tej dyscypliny, taką sytuację wyobrazić, choć w innych, także określanych jako „męskie” dyscyplinach, na przykład w boksie, gościem programów w Polsce jest była zawodowa pięściarka –

<sup>5</sup> Praktyka ta znajduje najczęściej potwierdzenie także w innych mediach. Na przykład w zespole redaktorów sportowych *Wiadomości* TVP jest tylko jedna kobieta – Justyna Szubert-Kotomska, która właściwie nie zajmuje się relacjami sportowymi, a jeśli tak, to dotyczą one sportów niszowych, paraolimpiady bądź olimpiad specjalnych. Większość dziennikarek w serwisach sportowych pełni rolę prezenterek, choć można wskazać na pewne wyjątki. Na przykład w poznańskich mediach są trzy kobiety dziennikarki: Beata Oryl-Stroińska (TVP Poznań), Zuzanna Weiss-Bartkowiak (dziennikarka telewizji WTK) oraz Hanna Urbaniak (Radio Merkur), które zajmują się wszystkimi dyscyplinami sportu, w tym – ciągle postrzeganą jako bastion męskości – piłką nożną.

Agnieszka Rylik. To, co jest jednak do pomyslenia w przypadku innych „męskich” sportów, wydaje się nie do przyjęcia w piłce nożnej.

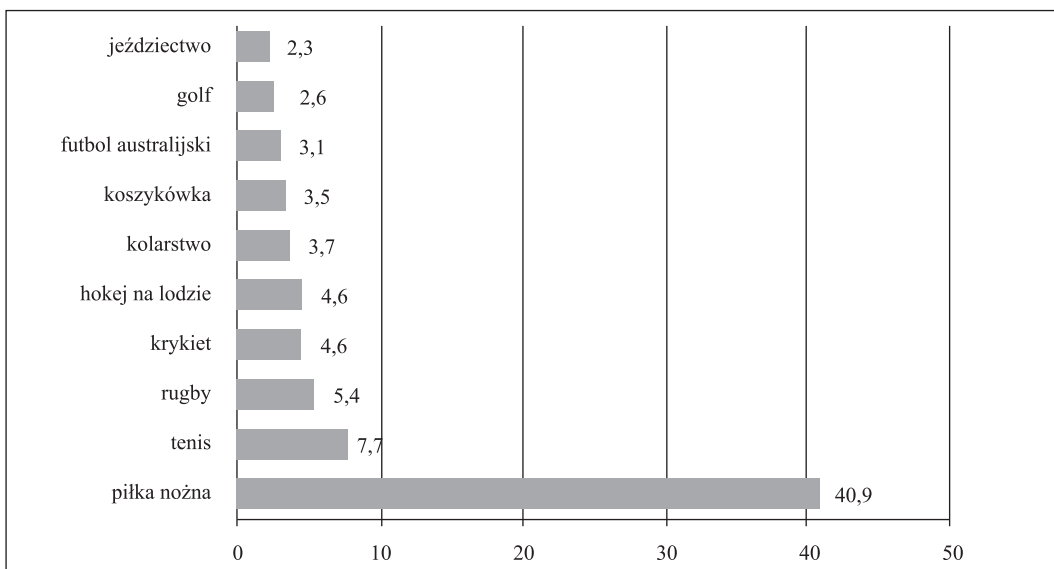
Drugim wynikiem, który zwraca uwagę, jest 13 proc. artykułów napisanych przez kobiety, poświęconych „innym”, czyli niewyróżnionym przez autorów klucza kategoryzacyjnego, sportom. W kluczu wskazano aż 31 sportów, zatem uznać można, że te, które zostały zaklasyfikowane jako „inne”, mają zdecydowanie niszowy charakter. Potwierdza to przekonanie, że kobiety w świecie sportowego dziennikarstwa są marginalizowane, nie tylko w wymiarze ilościowym, ale również jakościowym, odnoszącym się w tym przypadku do znaczenia poszczególnych dyscyplin.

Dominacja mężczyzn wśród dziennikarzy sportowych może wynikać, po pierwsze, z ciągle stereotypowego postrzegania sportu jako sfery męskiej, w którą mężczyźni nie tylko chcą się angażować, ale uprawniają ich do tego posiadane (w domyśle – w przeciwieństwie do kobiet) odpowiednie kompetencje i wiedza. Można również przypuszczać, że mężczyźni faktycznie

częściej niż kobiety chcą zostać dziennikarzami sportowymi, co przekłada się na ich większą liczbę w tym środowisku. Konsekwencją tego jest jednak – jak wynika z przeprowadzonych przez autorkę na potrzeby rozprawy habilitacyjnej wywiadów z dziennikarkami – ich, przynajmniej początkowe, lekceważenie i swego rodzaju testowanie posiadanej przez nie wiedzy. Mówiąc inaczej – w przypadku mężczyzn zakłada się, że mają oni wiedzę na temat sportu, natomiast kobiety muszą się tą wiedzą wykazać, nawet wówczas, gdy zawodowo zajmują się tą dziedziną życia społecznego<sup>6</sup>.

### Cała Europa ogląda piłkę nożną

Prasa zdecydowanie najwięcej miejsca poświęca piłce nożnej. Pomimo tego, że badanie przeprowadzono w 2011 r., w którym nie odbywał się żaden duży męski turniej piłkarski, dyscypliny tej dotyczyło aż 41 proc. wszystkich artykułów. W pewnym, choć niewielkim stopniu, co zostanie wskazane później, na wynik ten mogły wpłynąć rozgrywane się latem 2011 r. w Niemczech Mistrzostwa Świata Kobiet w Piłce Nożnej.

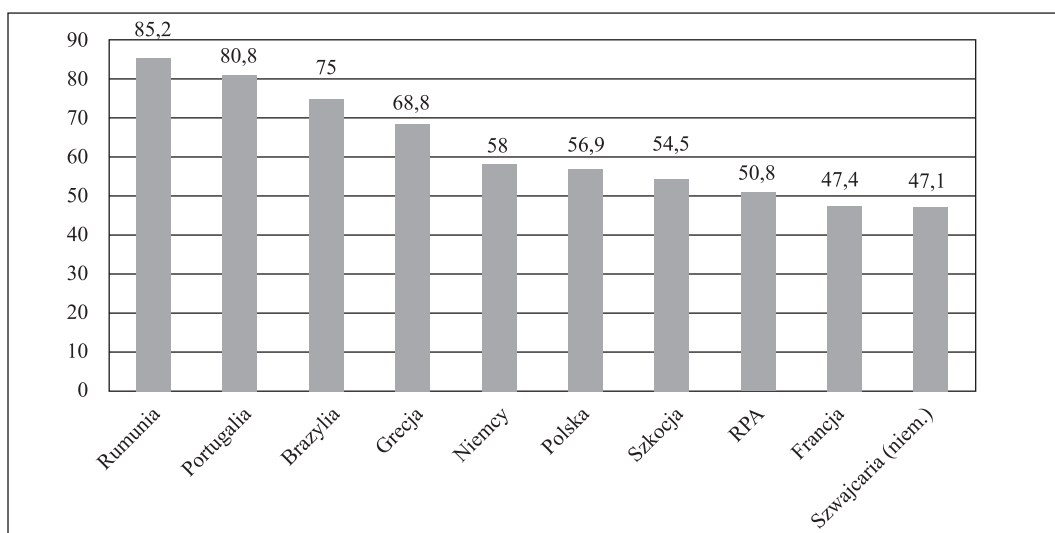


Wykres 2. Dziesięć najczęściej opisywanych w prasie dyscyplin sportu (w proc.)

<sup>6</sup> Na temat postrzegania świata sportu jako „bastionu męskości” zob. np. M. Messner, *Taking the field*, Minneapolis 2002; D. Nylund, *Beer, Babes and Balls: Masculinity and Sports Talk Radio*, New York 2007.

Dominacja piłki nożnej w mediach staje się jeszcze bardziej widoczna, gdy zobaczymy, że kolejnej dyscyplinie – tenisowi – w prasie światowej poświęcono jedynie niecałe 8 proc. artykułów (wykres 2).

W Europie najpopularniejszym sportem jest piłka nożna. Na dziesięć krajów, w których opublikowano najwięcej artykułów na temat tej dyscypliny, osiem to kraje europejskie. W Rumunii aż 85 proc. artykułów dotyczyło tego sportu, w Portugalii 80 proc., a w Grecji prawie 70 proc. (wykres 3).



Wykres 3. Kraje, w których najwięcej artykułów poświęconych było piłce nożnej (w proc.)

W Polsce aż 57 proc. (a w „Fakcie” – 70 proc.) artykułów dotyczyło piłki nożnej, jednak daleko nam do takich krajów, jak Rumunia czy Portugalia. Drugim najczęściej opisywanym w polskiej prasie sportem był żużel, który w ramach badania został ujęty w szerszą kategorię sportów motorowych. Kolejne dane przedstawia wykres 4.

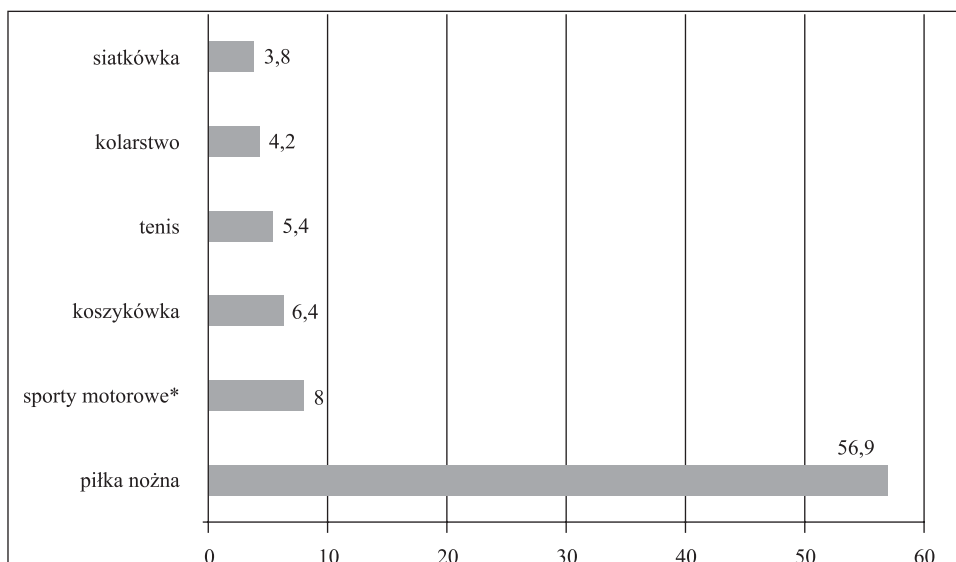
Pozostałym, niewymienionym na wykresie dyscyplinom, poświęcono w polskiej prasie po mniej niż 2 proc. artykułów. Wpływ na wyniki

miała bez wątpienia pora roku, w której były przeprowadzane badania. Gdyby było ono realizowane zimą, jednym z najczęściej opisywanych sportów byłoby z pewnością narciarstwo klasyczne – zarówno biegi (dzięki sukcesom Justyny Kowalczyk), jak i skoki narciarskie.

Warto też spojrzeć na ten problem od drugiej strony i zobaczyć, jakie sporty są (prawie) nieobecne w polskiej prasie. Oprócz tych dyscyplin, których nieobecność wynika z pory roku, czego przykładem jest właśnie narciarstwo, w analizowanym okresie nie odnotowano żad-

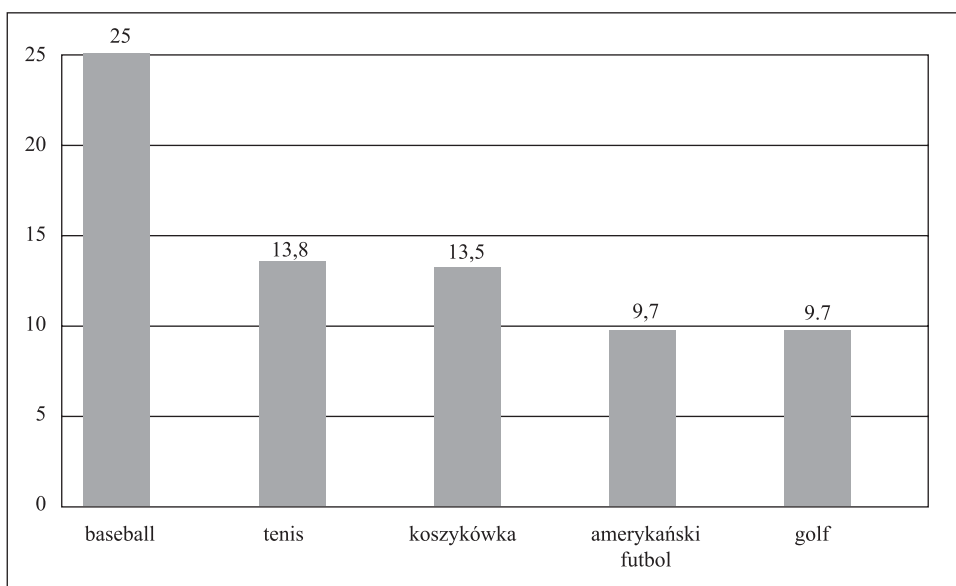
nego artykułu poświęconego na przykład gimnastyce czy badmintonowi, jak i amerykańskim i australijskim sportom drużynowym. Zaskakuje znikoma liczba artykułów poświęconych na przykład karate czy pływaniu, choć dyscypliny te cieszą się, jak wynika z cyklicznych analiz GUS-u<sup>7</sup>, dość dużą – choć nieporównywalnie mniejszą w stosunku do piłki nożnej – popularnością. Uzasadnienia dla tej marginalizacji można szukać w powielaniu przez prasę sportową telewizyjnego przekazu dotyczącego

<sup>7</sup> Zob. np. *Kultura fizyczna w Polsce w latach 2008–2010*, Warszawa–Rzeszów 2011.



Wykres 4. Sześć najczęściej opisywanych w polskiej prasie dyscyplin sportu (w proc.)

\* Do sportów motorowych zaliczono wszystkie wyścigi samochodowe i motocyklowe, w tym żużel, z wyłączeniem – osobno kodowanej – Formuły 1.



Wykres 5. Pięć najczęściej opisywanych dyscyplin sportowych w prasie w Ameryce Północnej (w proc.)

sportu. Jak się wydaje, dziennikarze prasowi częściej komentują wydarzenia jako widzowie telewizyjni, niż bezpośrednio obserwując prze-

bieg sportowej rywalizacji. Nie tylko daje to możliwość obserwowania większej liczby szczegółów, jak i powtórzeń najważniejszych

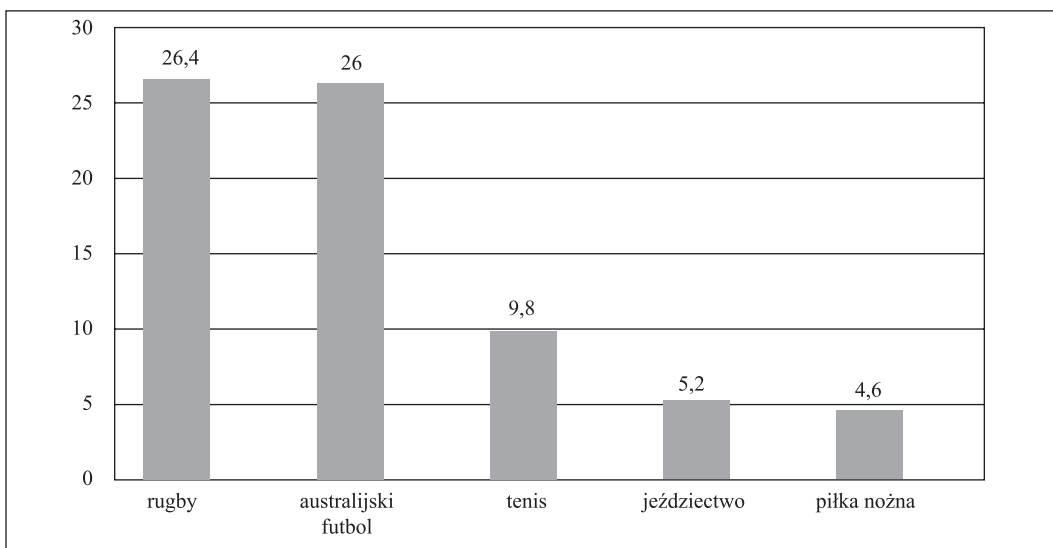
momentów rozgrywek, ale także jest łatwiejsze i tańsze dla wydawcy<sup>8</sup>. Dlatego prasa w dużym stopniu upodabnia się do telewizji i nie opisuje tego, czego telewizja nie pokazuje. A telewizja koncentruje się na tych dyscyplinach, które cieszą się największym zainteresowaniem i mogą przynieść jej największe korzyści finansowe.

Piłka nożna, choć jest sportem globalnym, to w niektórych miejscach na świecie ma zdecydowanie mniejsze znaczenie, czego widz doświadczający sportu jedynie poprzez przekaz medialny może nie być świadomy. Przykładem jest Ameryka Północna, gdzie najczęściej pisze się na temat baseballa, tenisa i koszykówki (wykres 5), czy Australia, gdzie najczęściej uważa się poświęca się rugby i australijskiemu futbolowi (wykres 6).

„męski” sport<sup>9</sup>. Zatem, można powiedzieć, że po pierwsze, najwięcej miejsca poświęca się w prasie (mediach) sportowi będącemu „basionem” męskości (w Ameryce – sportami takimi są baseball i futbol amerykański) i co z tym związane, piłka nożna jest mniej popularna w tym miejscach, gdzie istnieje inny dominujący „męski” sport.

### Globalizacja sportu

W analizowanej prasie niemal równe były proporcje między wydarzeniami międzynarodowymi a wydarzeniami o zasięgu krajowym (po około 45 proc.), pozostałe 10 proc. informacji dotyczyło sportowych wydarzeń o zasięgu regionalnym/lokalnym. W przypadku polskich gazet nieco mniej było informacji o zawodach



Wykres 6. Pięć najczęściej opisywanych dyscyplin sportowych w prasie w Australii i Nowej Zelandii (w proc.)

W kontekście przedstawianych wyników warto zwrócić uwagę na to, że piłka nożna nie jest w Ameryce Północnej postrzegana jako

międzynarodowych (40 proc.), a nieco więcej (15 proc.) o zawodach o zasięgu regionalnym. W analizowanych gazetach informowano,

<sup>8</sup> Na marginesie warto dodać, że sprawozdawcy sportowi obecni na stadionie również często komentują mecz nie poprzez śledzenie tego, co dzieje się na boisku, lecz oglądając przekaz telewizyjny.

<sup>9</sup> *Dlaczego Amerykanie nie szaleją na punkcie piłki nożnej?*, [www.polska-usa.pl/opinie/dlaczego-amerykanie-nie-szaleja-na-punkcie-pilki-noznej](http://www.polska-usa.pl/opinie/dlaczego-amerykanie-nie-szaleja-na-punkcie-pilki-noznej) [dostęp: 28.01.2013].

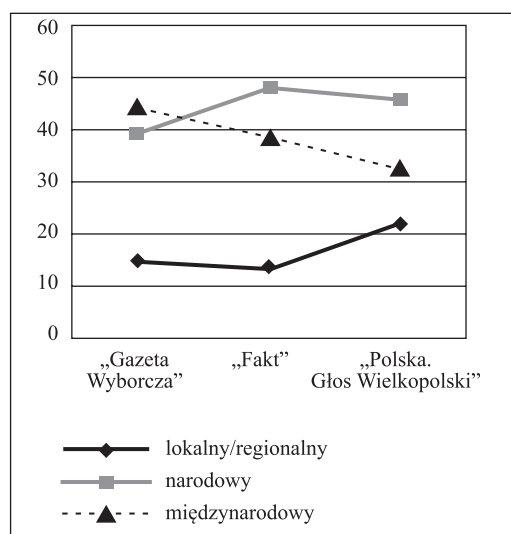
w przypadku wydarzeń międzynarodowych, przede wszystkim o tych rozgrywanych w Europie (70 proc. artykułów, a w przypadku polskiej prasy – aż 86 proc.). W drugiej kolejności informacje dotyczyły wydarzeń rozgrywanych w Ameryce Północnej, przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych (15 proc., w polskiej prasie – 7 proc.). Dominacja informacji dotyczących wydarzeń europejskich może wynikać z nadreprezentatywności krajów europejskich w badaniu, które stanowiły 55 proc. wszystkich krajów, w których przeprowadzono analizy. Jak pokazały wcześniejsze wykresy, popularność poszczególnych dyscyplin w różnych częściach świata jest różna, choć dominujący sposób ich pokazywania w polskich czy szerzej – europejskich mediach ignoruje w dużej mierze tę różnorodność. Sporty nieeuropejskie są marginalizowane, a zjawisko to dotyczy w jeszcze większym stopniu – jeśli uwzględni się również media amerykańskie i australijskie – sportów niezachodnich.

Poświęcenie około 40–45 proc. artykułów wydarzeniom międzynarodowym nie może zaskakiwać ze względu na globalny charakter dzisiejszego sportu<sup>10</sup>. Nie tylko najważniejsze wydarzenia, takie jak Igrzyska Olimpijskie czy Mistrzostwa Świata są transmitowane i oglądane na całym świecie, ale także rozgrywki piłkarskie, jak Liga Mistrzów oraz najlepsze ligi europejskie – angielska czy hiszpańska. Globalizacja sportu możliwa przede wszystkim dzięki mediom, wynika również z rosnącego znaczenia bogatszych krajów azjatyckich, takich jak Dubaj czy Katar, gdzie coraz częściej rozgrywane są znaczące zawody rangi międzynarodowej, np. wyścigi F1 czy turnieje tenisowe.

Z zebranych danych wynika, że tenis na wszystkich kontynentach znalazł się wśród pięciu najczęściej opisywanych dyscyplin, zazwyczaj – z wyjątkiem Ameryki Południowej (a właściwie Brazylii, bo tylko ten kraj repre-

zentował kontynent) – na drugim lub trzecim miejscu. Z punktu widzenia sportu kobiet, ta medialna obecność tenisa jest ważna, gdyż tenis jest dyscypliną najczęściej pokazywaną spośród wszystkich rozgrywanych przez kobiety. Z drugiej jednak strony, można odnieść wrażenie, że poświęcenie uwagi głównie tenisowi niejako zwalnia media z konieczności pokazywania innych dyscyplin w wydaniu kobiecym.

W przypadku polskich gazet, zgodnie z przewidywaniami, najwięcej uwagi wydarzeniom o skali ogólnosiwiatowej poświęciła „Gazeta Wyborcza” (prawie 45 proc.), a najmniej „Polska. Głos Wielkopolski” (33 proc.). Natomiast ostatni dziennik, o charakterze lokalnym, najczęściej, co zrozumiale, pisał o zawodach sportowych rozgrywanych w Wielkopolsce (22 proc.) – wykres 7.



Wykres 7. Zasięg geograficzny opisywanych wydarzeń sportowych (w proc.)

## Prasa w roli sportowego sprawozdawcy

Zarówno w Polsce, jak i w wymiarze światowym ponad trzy czwarte analizowanych arty-

<sup>10</sup> Na temat globalizacji sportu zob. np. *Globalization and sport*, ed. by R. Giulianotti, R. Robertson, Hoboken 2007; R. Giulianotti, R. Robertson, *Globalization and Football*, Thousand Oaks, CA 2009.



kułów dotyczyło problematyki bezpośrednio związanej z rywalizacją w profesjonalnym sporcie. Miały one charakter relacji, sprawozdań z rozegranych zawodów, były ich zapowiedzią lub dotyczyły innych spraw związanych ze sportowcami i klubami sportowymi, takich jak kontuzje, transfery zawodników czy zmiany trenerów. Prasa drukowana, która w przeciwieństwie do innych mediów nie ma możliwości bezpośredniego transmitowania wydarzeń sportowych, w znacznej mierze, co już zostało wcześniej wspomniane, powieliła przekaz pozostałych mediów. Oprócz zapośredniczonego poprzez telewizję śledzenia sportowych wydarzeń, może to wynikać również z tego, że tytuły prasowe istnieją także w wersji internetowej i część z nich (w przypadku analizowanych dzienników – „Gazeta Wyborcza”) na swoich stronach internetowych „na żywo” komentuje wydarzenia sportowe. To, co ukazuje się w prasie następnego dnia, w dużej mierze opiera się na tych relacjach. Wydaje się jednak, że prasa w niewielkim stopniu wykorzystuje swój potencjał, przewagę, którą ma nad innymi mediami, dającą możliwość pogłębionej analizy sportowej rywalizacji czy podejmowania problemów związanych ze sportem, ale nieodnoszących się bezpośrednio do zawodów sportowych.

Znikoma liczba artykułów (ok. 1 proc.) poruszała problematykę sportu amatorskiego oraz sportu dzieci i młodzieży. Oznacza to, że sport w mediach istnieje przede wszystkim jako sport profesjonalny, choć i w tym kontekście warto zwrócić uwagę na pozytywne wyjątki, takie jak akcja „Gazety Wyborczej” *Polska biega* czy Programu 3 Polskiego Radia *Biegam, bo lubię*.

Konsekwencją koncentrowania uwagi przede wszystkim na bieżących wydarzeniach profesjonalnego sportu jest sytuowanie w centrum wiadomości, jako jej głównego bohatera,

sportowca czy sportowców. To im poświęcona była nieco ponad połowa artykułów (52 proc.). Na drugim miejscu, ale już tylko w 10 proc. (15 proc. w Polsce), byli trenerzy, menedżerowie czy inne osoby związane z osiągnięciami sportowymi. Warto zwrócić uwagę, że w przeciwieństwie do wyników światowych, w Polsce trzecią grupą najczęściej opisywaną, choć tylko w niecałych 3 proc. artykułów, byli politycy i przedstawiciele rządowych instytucji (w prasie światowej – na 5. miejscu). Temat ten wymagałaby dalszych analiz, można jednak przypuszczać, że polscy politycy (zbyt?) często angażują się w świat sportu, nawet w tych obszarach, na które nie mają formalnego wpływu. Może to jednak wynikać również ze współorganizowania przez Polskę Euro 2012. Choć badanie było realizowane rok na przed turniejem, to wydarzenie to stało się narzędziem gry politycznej, zarówno ze strony rządzących, jak i opozycji.

Kwestiom dotyczącym problematyki (równości) płci poświęcone były jedynie 43 artykuły. Najwięcej w Kanadzie (9 artykułów) i Niemczech (8 artykułów). W pierwszym przypadku można to tłumaczyć m.in. toczącą się w 2010 r. dyskusją dotyczącą niemożności startu kobiet w skokach narciarskich podczas rozgrywanych w Vancouver igrzysk olimpijskich, w drugim natomiast – odbywającymi się w 2011 r. w Niemczech Mistrzostwami Świata Kobiet w Piłce Nożnej<sup>11</sup>. Następne pod względem częstotliwości ukazywania się artykułów o tematyce gender były niemieckojęzyczna część Szwajcarii (5 artykułów) i Dania (4 artykuły). W Polsce w badanym okresie nie ukazał się ani jeden artykuł poświęcony problematyce (równości) płci w sporcie. W połączeniu z niewielką liczbą dziennikarek sportowych, jak i artykułów poświęconych sportowi kobiet, pokazuje to, że albo nie ma świadomości istniejących

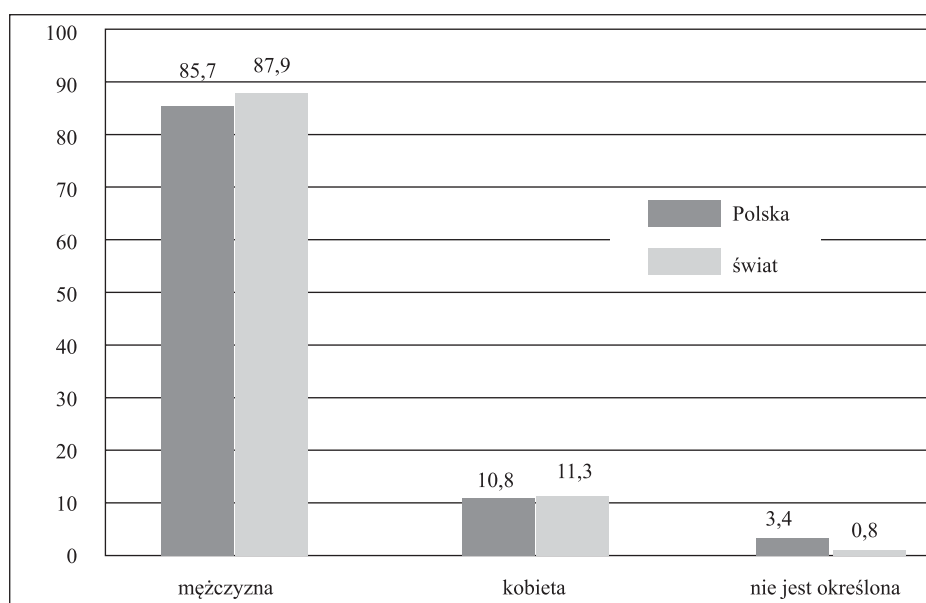
<sup>11</sup> Piłka nożna kobiet w Niemczech, choć zdecydowanie mniej popularna niż piłka nożna mężczyzn, to w porównaniu na przykład z Polską cieszy się o wiele większym zainteresowaniem, o czym świadczy zarówno liczba zawodniczek, jak i duża liczba kibiców obecnych na stadionach, widzów śledzących transmisje telewizyjne czy internautów komentujących mistrzostwa w internecie.

nierówności (dotyczących kwestii finansowych, zarządzania sportem, stereotypowego postrzegania kobiet w „męskich” sportach), albo jest to kolejny z przejawów marginalizacji sportu kobiet i jego usytuowania w męskocentrycznym świecie sportu.

Podobnie, jak dziennikarzami sportowymi, także bohaterami sportowych wiadomości są najczęściej mężczyźni (wykres 8).

nych, czy to codziennych informacji, czy przekazu z igrzysk olimpijskich, pokazuje, że zdecydowana większość informacji dotyczy sportu mężczyzn<sup>13</sup>.

W opisywanym badaniu prasy krajami, w których pojawiło się relatywnie najwięcej artykułów dotyczących sportu kobiet (18–19 proc.), były Niemcy i Dania, co przynajmniej w przypadku Niemiec można łączyć ze wspomnianymi



Wykres 8. Płeć przedstawianego w prasie sportowca (w proc.)

Dane dotyczące proporcji sportu kobiet i sportu mężczyzn znajdują również potwierdzenie w przypadku innych mediów. Dla przykładu, w badaniach Urszuli Kluczyńskiej, gdzie przedmiotem analizy były wiadomości telewizyjne, około 90 proc. zarówno informacji, jak i czasu antenowego dotyczyło sportu mężczyzn<sup>12</sup>. Także analiza mediów zagranicz-

mi już wcześniej mistrzostwami piłkarskimi. Ten przykład pokazuje, że zorganizowanie dużej imprezy dla kobiet może być okazją do rozpropagowania sportu kobiet także wtedy, gdy uprawiają one tzw. męskie sporty. Na przeciwnym biegunie znajdują się Grecja i Portugalia, gdzie opublikowano jedynie odpowiednio 4 i 2 proc. artykułów dotyczących sportu ko-

<sup>12</sup> U. Kluczyńska, *Konstruowanie relacji między rodzajami w sporcie. Analiza telewizyjnych wiadomości sportowych*, [w:] *Kalejdoskop genderowy. W drodze do poznania płci społeczno-kulturowej w Polsce*, pod red. K. Slany, B. Kowalskiej, M. Ślusarczyk, Kraków 2010, s. 383–400.

<sup>13</sup> Zob. np. *Gender in televised sports. News and highlights shows, 1989–2009*, Center for Feminist Research, University of Southern California, <http://dornsife.usc.edu/cfr/gender-in-televised-sports/> [dostęp: 18.10.2012]; *Women in the 2000, 2004 and 2008 Olympic and Paralympic Games. An Analysis of Participation, Leadership and Media Opportunities*, A Women's Sports Foundation Research Report, [www.womenssportsfoundation.org/en/home/research/articles-and-reports/athletes/2000-2004-and-2008-olympic-report](http://www.womenssportsfoundation.org/en/home/research/articles-and-reports/athletes/2000-2004-and-2008-olympic-report) [dostęp: 18.10.2012].

biet. Warto przypomnieć, co może być wyjaśnieniem tej liczby, że w obu krajach zdecydowana większość artykułów dotyczyła piłki nożnej, a dyscyplina ta jest jedną z najbardziej zmaskulinizowanych. W polskiej prasie nie pojawił się w analizowanym okresie żaden artykuł dotyczący piłki nożnej kobiet, choć – co trzeba zauważyć – rok później, w kontekście Euro 2012, pojawiło się przynajmniej kilka artykułów na temat piłki nożnej w kobiecym wydaniu. Co jednak ciekawe, w analizie danych światowych piłka nożna była drugą dyscypliną, której poświęcono uwagę w przypadku sportu kobiet. Ponownie przypuszczać można, że było to związane z piłkarskimi mistrzostwami oraz udziałem w nich krajów uczestniczących w badaniu<sup>14</sup>.

W polskich gazetach jedyną dyscypliną indywidualną, w której więcej uwagi poświęcono rozgrywkom kobiet niż mężczyzn, był tenis<sup>15</sup>. W prasie światowej, jak i w innych mediach, również tenis był najbardziej „kobiecą” dyscypliną sportu. W analizowanych dziennikach aż 45 proc. artykułów dotyczących sportu kobiet poświęcono tenisistkom. Można powiedzieć, że gdyby media nie skupiały uwagi na tenisie, sport kobiet byłby w zdecydowanie większym stopniu zmarginalizowany. Inną dyscypliną, w której kobiety zaistniały w polskiej prasie, było kolarstwo – jego zawodniczkom poświęcono około 1/3, i tak relatywnie niewielkiej, liczby 27 artykułów.

Niezwykle istotne jest podkreślenie, że w mediach z reguły pojawiają się tylko te zawodniczki, które osiągają znaczące sukcesy. Tak więc artykuły o tenisie kobiet są artykułami o sukcesach Agnieszki Radwańskiej, o kolarstwie – o dobrych występach Mai Włoszczowskiej, a w sezonie zimowym – jedną z głównych bohaterek mediów jest Ju-

styna Kowalczyk. Kobieta, żeby zaistnieć w mediach, musi zatem osiągnąć znaczący sukces sportowy, być w światowej czołówce, natomiast sportowcy mężczyźni stają się bohaterami medialnymi niezależnie od swoich sukcesów, czego najlepszym chyba przykładem jest reprezentacja mężczyzn w piłce nożnej. Często, jak w przypadku Mai Włoszczowskiej, uroda zawodniczki pomaga jej w medialnej obecności. Włoszczowska bez wątpienia osiągnęła duże sukcesy sportowe, jednak dyscyplina, którą uprawia – kolarstwo górskie – jest bardzo niszowa. Można wskazać zawodniczki o porównywalnych sukcesach, z innych dyscyplin, którym nie udało się w podobnym stopniu przyciągnąć uwagi mediów.

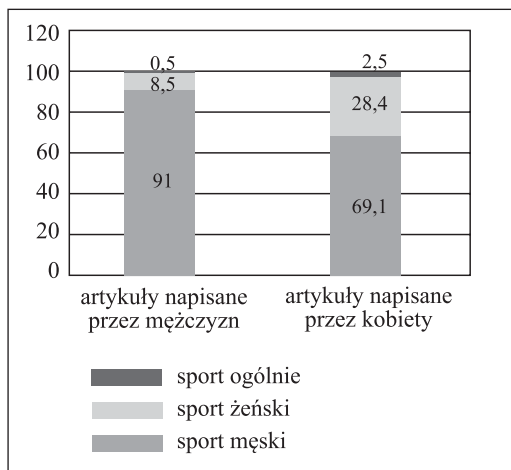
Ciekawy jest jeszcze jeden wynik odnoszący się do wszystkich mediów – w przypadku artykułów, których główną bohaterką była kobieta, 8 proc. z nich dotyczyło „innych”, niewymienionych w kluczu kategoryzacyjnym sportów, w przypadku mężczyzn było to tylko 3 proc. Można zatem powiedzieć, że kobiety są jakby podwójnie marginalizowane – po pierwsze jako kobiety, po drugie – jako zawodniczki uprawiające „niszowe”, z punktu widzenia męskocentrycznego świata sportu, dyscypliny.

Marginalizacja sportu kobiet może mieć jednak również swoje źródło w marginalizacji dziennikarek. Wykres 9 pokazuje, jaki odsetek artykułów napisanych przez mężczyzn, a jaki przez kobiety dotyczy sportowców określonej płci. To kobiety częściej piszą o sporcie kobiet (poświęciły mu 28 proc. napisanych przez siebie artykułów), podczas gdy mężczyźni tylko 8 proc. (wykres 9).

W świetle przedstawionych wyników można zatem przypuszczać, że zwiększenie liczby

<sup>14</sup> Piłka nożna kobiet ma różnicowany status i popularność w różnych krajach Europy i na innych kontynentach. Na ten temat zob. J. Williams, *A Beautiful Game. International perspectives on women's football*, Oxford 2007; *Sport and Women. Social issues in international perspective*, ed. by I. Hartmann-Tews, G. Pfister, London 2003.

<sup>15</sup> Na 43 artykuły, 21 dotyczyło kobiet, 19 mężczyzn, a 3 obu płci.

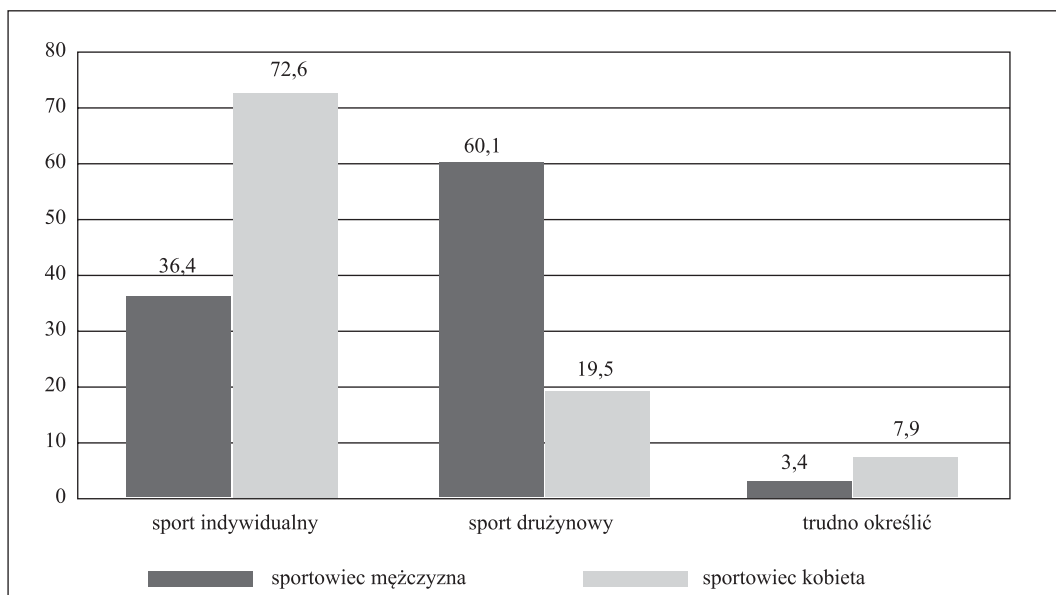


Wykres 9. Płeć dziennikarza a płeć sportowca (w proc.)

dziennikarek sportowych mogłoby się przełożyć na większą obecność sportu kobiet w prasie czy szerzej – w mediach. Choć nie musi tak koniecznie być, bo przynajmniej część z nich, podobnie jak spora część kobiet kibicek, może być w większym stopniu zainteresowana sportem mężczyzn, postrzeganym często jako ważniejszy i atrakcyjniejszy.

Zdecydowanie więcej uwagi wszystkie, w tym także polskie, media poświęcają sportom drużynowym, których dotyczyło ponad 2/3 artykułów (wykres 10). Może to wpływać na proporcje między obecnością zawodników i zawodniczek w mediach. Sporty drużynowe są bowiem postrzegane głównie jako sporty „męskie”. Dotyczy to zarówno piłki nożnej, futbolu amerykańskiego czy australijskiego, rugby czy baseballa, w mniejszym stopniu – siatkówki czy koszykówki, rzadziej obecnych w mediach. W analizowanym okresie koszykówka była jedynym sportem drużynowym, w którym więcej napisano o kobietach niż mężczyznach, co mogło mieć związek z rozgrywanymi w Polsce Mistrzostwami Europy kobiet. Sporty drużynowe cieszą się większym zainteresowaniem wśród widzów, więcej osób interesuje się piłką nożną czy ręczną, siatkówką niż biegami czy pływaniem. Stąd niezwykle ważne – z punktu widzenia kobiet – wydaje się promowanie w mediach dyscyplin drużynowych w kobiecym wydaniu.

Wykres 10 pokazuje, że w przypadku kobiet zdecydowanie częściej pisze się o ich



Wykres 10. Liczba artykułów poświęconych sportom drużynowym i indywidualnym (w proc.)

udziale w konkurencjach indywidualnych niż drużynowych (73 do 20 proc.), natomiast w przypadku mężczyzn 60 proc. artykułów dotyczy rywalizacji drużynowej.

Dominacja męskiego sportu i męskich sportów drużynowych może wynikać z tego, że czytelnikami dzienników są częściej mężczyźni niż kobiety, a te dysproporcje płci, jak można przypuszczać na podstawie czytelnictwa prasy *stricte* sportowej, są jeszcze większe w przypadku stron sportowych prasy codziennej. Mężczyźni, co pokazały m.in. badania własne autorki, w większym stopniu interesują się sportem mężczyzn, więc to jemu poświęca się przede wszystkim uwagę. Zwłaszcza, że prasa – w przeciwieństwie do telewizji – nie jest w stanie zwiększyć zainteresowania sportem kobiet poprzez koncentrowanie się na atrakcyjności, urodzie zawodniczek. Internetowe portale poszczególnych gazet czynią to natomiast bardzo często.

### **Finanse w sporcie, kibice i dziennikarskie źródła informacji**

Pomimo tego, że w dzisiejszym sporcie pieniądze odgrywają kluczową rolę, a sam sport jest jednym z największych światowych biznesów, jedynie 3 proc. wszystkich artykułów w analizowanej prasie światowej odnosiło się do kwestii związanych z finansowymi aspektami sportu. Niezwykle rzadko mówi się zatem o „codziennym” funkcjonowaniu sportu w wymiarze finansowym, a wyjątkiem od tej reguły są koszty związane z organizacją dużych imprez sportowych, czego przykładem jest debata tocząca się w polskich mediach przed Euro 2012<sup>16</sup>.

Negatywnym aspektem sportu, z których część ma wymiar finansowy, poświęca się bardzo mało miejsca w prasie. W analizowanym okresie na przykład tylko 1 proc. artykułów dotyczył dopingu, a jeszcze mniej – problemu korupcji. Rolę strażników „czystych” reguł w sporcie biorą więc na siebie organizacje pozarządowe, takie jak Play the Game, Football against Racism in Europe (FARE) czy Sport et Citoyenneté. W przypadku polskiej prasy, warto wskazać na rolę „Gazety Wyborczej” w ujawnieniu i „monitorowaniu” afery korupcyjnej w polskiej piłce czy też zwalczaniu stadionowego chuligaństwa.

Ta z reguły mało krytyczna postawa dziennikarzy wobec sportu może wynikać z relacji dziennikarzy ze sportowcami i klubami sportowymi. Kluby, szczególnie te piłkarskie, dzielą często dziennikarzy na tych, którzy są im życzliwi i tych krytycznych. Ci pierwsi nie mają problemu z dostępem do informacji, ci drudzy są od nich odcięci. Cykl artykułów poznańskiego wydania „Gazety” opisujący w negatywny sposób środowisko kibiców reprezentowane przez „Wiarę Lecha”<sup>17</sup>, doprowadził do zerwania ze strony KKS Lech Poznań umowy patronackiej z Agorą SA. Natomiast kibice drużyny rozpoczęli bojkot „Gazety Wyborczej”, a także wnieśli sprawę przeciwko gazecie do sądu<sup>18</sup>.

W porównaniu z wynikami ogólnosiwiatowymi w polskiej prasie nieco częściej pisano na temat kibiców (odpowiednio: 1,8 i około 4 proc. artykułów). Są to jednak głównie kibice piłkarzy, a właściwie tzw. kibole, co pokazał przywołany przykład. I choć zwrócenie uwagi na chuliganów, z których część określa siebie „prawdziwymi” kibicami, jest bez wątpienia ważne, to

<sup>16</sup> Coraz częściej organizacji dużych wydarzeń sportowych, takich jak mistrzostwa piłkarskie czy igrzyska olimpijskie, towarzyszy dyskusja na temat kosztów budowy i utrzymania obiektów sportowych na nie budowanych. Zob. np. raport *World Stadium Index* przygotowany przez organizację Play the Game i dostępny na jej stronie internetowej ([www.playthegame.org](http://www.playthegame.org)).

<sup>17</sup> Zob. np. *Kibice Lecha namawiają do bojkotu „Gazety Wyborczej”*, [www.mmpoznan.pl/316484/2010/3/30/kibice-lecha-namawiaja-do-bojkotu-gazety-wyborczej?category=news](http://www.mmpoznan.pl/316484/2010/3/30/kibice-lecha-namawiaja-do-bojkotu-gazety-wyborczej?category=news) [dostęp: 9.07.2012].

<sup>18</sup> Zob. np. *„Wiara Lecha” przegrała w sądzie z „Gazetą Wyborczą”*, [http://poznan.gazeta.pl/poznan/1,36037,11796108,\\_Wiara\\_Lecha\\_\\_przegrala\\_w\\_sadzie\\_z\\_\\_Gazeta\\_Wyborcza\\_.html](http://poznan.gazeta.pl/poznan/1,36037,11796108,_Wiara_Lecha__przegrala_w_sadzie_z__Gazeta_Wyborcza_.html) [dostęp: 9.07.2012].

równocześnie jest to niezwykle upraszczające i jednostronne postrzeganie środowiska kibiców. Niemal zupełnie nie poświęca się w prasie codziennej uwagi kibicom piłkarskiej reprezentacji narodowej, a także kibicom innych dyscyplin, na przykład siatkówki czy skoków narciarskich, czyli tym widzom, dla których udział w sportowym wydarzeniu jest rodzajem zabawy, której towarzyszy pozytywny i radosny doping. Jedną z konsekwencji tego jednostronnego i negatywnego przedstawiania kibiców były liczne obawy związane z przyjazdem dużej liczby kibiców na Euro 2012, które jedynie w niewielkim stopniu miały swoje uzasadnienie. Postrzeganie kibiców sportowych przede wszystkim poprzez grupy chuliganów prowadzi do kojarzenia kibicowania jedynie z mężczyznami i wykluczenia jako kibiców kobiet, które stanowią coraz licznější grupę wśród sportowych fanów<sup>19</sup>.

Jak wcześniej zauważono, liczba krytycznych artykułów w prasie jest znikoma, co być może można tłumaczyć zależnością dziennikarzy od sportowców, ich trenerów i klubów sportowych. To przypuszczenie umacniają dane dotyczące rodzaju cytowanych w artykułach źródeł.

Jednym z badanych aspektów pracy dziennikarzy był zakres i rodzaj źródeł przez nich wykorzystywanych. Polscy dziennikarze jedynie w co drugim artykule powołują się na jakiegokolwiek źródło swoich informacji. W przypadku dziennikarzy zagranicznych źródła występowały w 3/4 przeanalizowanych artykułów (tabela 3).

Tabela 3. Liczba źródeł cytowanych w artykule (w proc.)

Liczba źródeł	Świat	Polska
0	26,5	53,4
1	40,6	25,3
2	19,1	12,6
3 lub więcej	12,1	8,7
Trudno określić	1,7	–

Różnicę tę można wyjaśnić dominującym typem informacji i ich długością (znacząca liczba krótkich artykułów podpisanych jedynie inicjałami lub bez podpisu, patrz tabela 1), ale może ona również wynikać ze specyfiki polskiego dziennikarstwa sportowego. Ta kwestia wykracza jednak poza ramy analizy treści i wymagałaby poznania, za pomocą innych metod badawczych, tej grupy.

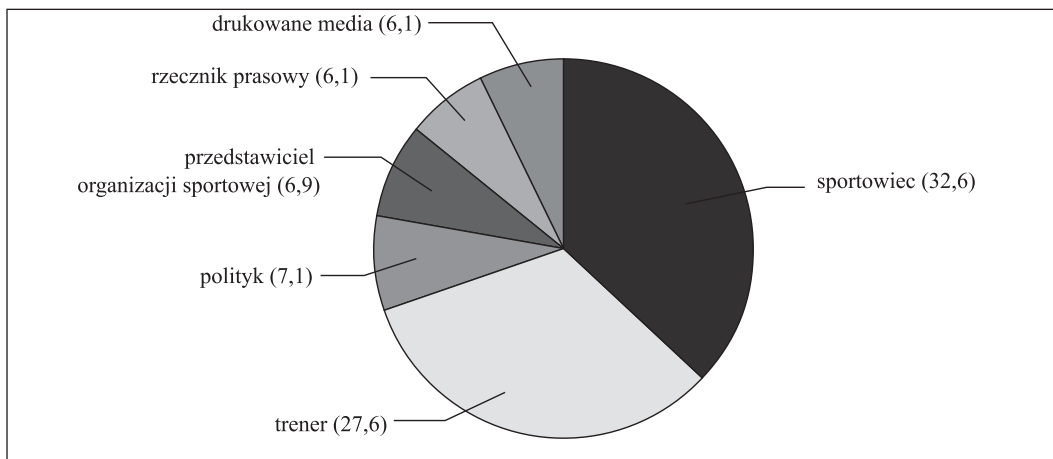
Ważniejsze jednak, w kontekście omawianego tematu, jest to, że dziennikarze w swoich artykułach cytują przede wszystkim sportowców i trenerów (wykres 11). Również na te dwa rodzaje źródeł powołują się najczęściej zagraniczni dziennikarze: w 46 proc. przypadków źródłem byli sportowcy, a w 23 proc. trenerzy lub menedżerowie.

Krytyczne ocenianie występów sportowych, choć jest prawem dziennikarza, często rodzi bojkot zawodników czy trenerów w stosunku niektórych mediów czy dziennikarzy i skutkuje wspomnianym wcześniej utrudnieniem dostępu do informacji. Wzajemne powiązanie mediów i sportu, a równocześnie konkurencja między mediami może decydować o małym stopniu koncentrowania się prasy na negatywnych aspektach sportowej rywalizacji. Jednak, jak już wcześniej wspomniano, problem ten wymagałby dalszych analiz.

## Zakończenie

Na podstawie uzyskanych danych można wyciągnąć kilka najważniejszych wniosków. Po pierwsze, świat sportu, przedstawiany w prasie codziennej czy szerzej – w mediach, jest bardzo silnie zmaskulinizowany. Ponad 85 proc. publikowanych informacji dotyczy sportu mężczyzn, a największą popularnością cieszy się piłka nożna bądź – w przypadku niektórych kontynentów – inne sporty drużynowe, uznawane za „bastiony” męskości. Sport kobiet istnieje w mediach głównie dzięki tenisowi,

<sup>19</sup> Szerzej na ten temat zob. H. Jakubowska, *Kobiety i „kobiecość” w dyskursie o Euro 2012*, „Czas Kultury” 2012, nr 1, s. 34–47.



Wykres 11. Rodzaj źródeł cytowanych w polskiej prasie (w proc.)

któremu poświęca się ponad 40 proc. wszystkich artykułów dotyczących kobiet.

Kobiety marginalizowane są nie tylko jako zawodniczki, ale także w środowisku dziennikarzy sportowych. Jedynie 8 proc. (w Polsce – 5 proc.) artykułów jest ich autorstwa. Mniejszą liczbę kobiet można by wytłumaczyć tym, że są one mniej chętne do pracy w tym zawodzie, a ich artykuły często odnoszą się do problemów niezwiązanych bezpośrednio z najważniejszymi wydarzeniami sportowymi.

Media poświęcają uwagę przede wszystkim największym wydarzeniom międzynarodowym, w tym głównie europejskim, oraz rozgrywkom krajowym w najbardziej popularnych dyscyplinach. Jak wynika z otrzymanych danych, w przeciwieństwie do wszechobecnego profesjonalnego sportu, niemal nieobecny jest w prasie sport amatorski czy sport dzieci i młodzieży. Media nie analizują również prawie w ogóle społecznych i kulturowych wymiarów sportu.

Dziennikarze bardzo rzadko opisują nieprawidłowości związane ze sportem i rywalizacją sportową, takie jak kwestia korupcji czy dopingu, rzadko także krytycznie oceniają samo funkcjonowanie klubów czy działania zawodników i trenerów. Brak krytyki należy wiązać

przede wszystkim z zależnością dziennikarzy od informacji dostarczanych im bezpośrednio przez sportowców, trenerów czy rzeczników klubowych, a także z finansowymi zależnościami między sportem a mediami.

Polska prasa codzienna, podobnie jak prasa zagraniczna, marginalizuje kobiety zarówno w roli zawodniczek, jak i dziennikarek. Najczęściej opisywaną w niej dyscypliną była piłka nożna, a na drugim miejscu – żużel, choć poświęcono mu znacznie mniejszą liczbę artykułów. W porównaniu z innymi krajami, częściej bohaterami artykułów byli kibice, głównie tzw. kibole, oraz ludzie władzy. Obecność drugiego typu bohaterów można wyjaśnić – co wymagałoby sprawdzenia w kolejnym badaniu – organizacją Euro 2012 bądź większym zaangażowaniem się polityków w sport.

Jak wspomniano na wstępie, badanie z roku 2011 było drugą edycją badania prasy. Smutną, z punktu widzenia równości płci, konstatacją jest to, że niewiele się od tego czasu zmieniło. W 2005 r. jeden na dwadzieścia artykułów został napisany przez kobietę, 86 proc. wszystkich artykułów dotyczyło sportu mężczyzn, a tylko 6 proc. sportu kobiet. Obie edycje badań pokazały, że kobiety dziennikarki częściej niż mężczyźni przedstawiają na łamach prasy sport kobiet.

Zwiększenie liczby dziennikarek wydaje się być jednym z najlepszych sposobów na wzrost liczby artykułów poświęconych zawodniczkom i ich rozgrywkom. Tej liczebnej zmianie musiałaby jednak towarzyszyć zmiana jakościowa, polegająca na dopuszczeniu kobiet do relacjonowania najważniejszych i największych (w domyśle – męskich) wydarzeń sportowych.

Świat sportu prezentowany w mediach dyskryminuje kobiety, choć nie są one jedyną wy-

kluczaną grupą. O potrzebie zmiany tej sytuacji świadczy istnienie takich unijnych programów, jak MARS, czyli *Media Against Racism in Sport*, którego celem jest promowanie kulturowej i społecznej różnorodności (nie tylko rasowej) w medialnych reprezentacjach sportu. Sport nie jest bowiem tylko rywalizacją między zawodnikami, jego społeczne znaczenie sprawia, że może on zarówno umacniać, jak i znosić istniejące podziały.