

INSTYTUCJONALIZACJA WSPÓŁCZESNEGO SPORTU: SPORT JAKO PRODUKT, RÓŻNICE INTERESÓW I GUSTA MASOWEJ WIDOWNI¹

Współczesny sport z jednej strony nawiązuje do wyidealizowanej przeszłości starożytnej Grecji i ideałów „czystego amatorstwa”, reprezentowanego przez XIX-wieczne kręgi arystokratyczne, z twórcą współczesnego olimpizmu de Coubertinem na czele. Z drugiej, zorganizowany w formie klubowej i federacyjnej, wyrasta z epoki szybkiego rozwoju przemysłowego i ekonomicznego głównych ówczesnych (XIX-wiecznych) państwowych oraz globalnych graczy na arenie polityczno-ekonomicznej, czyli głównie europejskich krajów realizujących swoje (większe lub mniejsze) ambicje mocarstwowe i kolonizatorskie, takich jak m.in. Wielka Brytania, Francja, Holandia czy Niemcy. Sport doskonale wpisuje się w modernizacyjną ideologię postępu i racjonalizacji, a hasła ideologów sportu „wyżej, szybciej, mocniej” pasowały i pasują nadal także do dominującej w świecie wolnorynkowej rywalizacji ekonomicznej. Opisane m.in. przez M. Webera procesy optymalizacji działalności administracji i coraz większej racjonalizacji jej działań (co dotyczyło naturalnie także innych dziedzin życia) znajdowały w sensie organizacyjnym odbicie także w rozwoju sportu. Jego jedynym słusznym postępowym kierunkiem rozwoju była organizacyjna instytucjonalizacja, czyli formalizacja i standaryzacja reguł rywalizacji, formalizowanie niesformalizowanych aktywności sportowo-rekreacyjnych w postaci stowarzyszeń i klubów oraz łączenie mniejszych podmiotów organizacyjnych w kraju i ponad granicami państwowymi (regionalnych lub ogólnoświatowych) w postaci różnorodnych federacji. Ważnym elementem tego procesu była także instytucjonalizacja organizacyjna ruchu olimpijskiego.

¹ Praca naukowa finansowana ze środków MNiSW na naukę w roku 2020 w ramach działalności Szkoły Naukowej AWF Warszawa SN Nr 2 „Społeczno-humanistyczna szkoła badań kultury fizycznej”

Postępująca – zwłaszcza po zakończeniu II wojny światowej – komercjalizacja sportu wyczynowego za sprawą jego mariażu z mediami masowymi nadała procesowi organizacyjnej instytucjonalizacji dodatkowego napędu. Pomimo współistnienia skomercjalizowanego sportu z różnorodnymi kontrkulturowymi formami aktywności sportowo-rekreacyjnych, próby oporu przed rozpędzoną machiną racjonalizacji, organizacyjnej instytucjonalizacji i komercjalizacji (podobne na przykład do ruchów i ideologii slow food rozwijanych w opozycji do zmechanizowanego i mechanizującego ludzkie zachowania fast food²) są w świecie sportu trudne do zrealizowania. Odwołanie się w działaniach do wspomnianej wcześniej sentencji „wyżej, szybciej, mocniej” i wynikających zeń celów wymaga racjonalnego działania w skupieniu na sportowym progresie (czyli postępie), który organizacyjna instytucjonalizacja, wraz z jej finansowymi zasobami, może wydatnie wspierać. W tym sensie jakkolwiek opór i tworzenie alternatywnych sposobów uprawiania sportu wymagałyby redefiniowania celów i wartości aktywności sportowej lub rekreacyjno-sportowej oraz adaptacji i zastosowania jakichś wersji strategii oporu, opisywanych m.in. w ostatnim rozdziale książki G. Ritzera³ na temat makdonaldyzacji, stanowiącej „praktyczny poradnik” radzenia sobie z tym zjawiskiem dla tych, którzy dostrzegają nieracjonalność racjonalności i chcieliby nieco zwolnić na drodze postępu, zwracając równocześnie uwagę na to, aby środki nie zdominowały celów i istoty naszej zawodowej lub prywatnej działalności.

Instytucjonalizacja w kontekście sportu nie wiąże się oczywiście tylko z instytucjonalizacją organizacyjną. Jest to również instytucjonalizacja zachowań. Będzie to m.in. upowszechnianie się rekreacyjnej aktywności fizycznej i sportowej w społeczeństwie polskim, społeczna akceptacja takich zachowań i ich społeczna internalizacja. Instytucjonalizowane są nowe style kibicowania sportowego na nowych obiektach sportowych przystosowanych lepiej dla szerszego grona odbiorców⁴. Instytucjonalizacji podlegają także zasady współpracy instytucji sportowych z biznesem (np. zmiany strategii działania MKOl w tym zakresie od czasu prezydencji J. Samarancha), związane ze sportem zachowania konsumpcyjne (w tym także traktowanie jako oczywistości tego, że sport jest nośnikiem wszelkiego typu reklamowych

Więcej na ten temat m.in. w książce T. Hodgkinsona *Jak być leniwym* (2014).

G. Ritzer (2009), *Magiczny świat konsumpcji*, Warszawa.

⁴ Więcej na ten temat m.in. w pracy: T. Szlendak, D. Antonowicz, R. Kossakowski, M. Sipińska-Małaszyńska (2014), *Stadiony piątej generacji jako „maszyny do życia”*, „Prakseologia”, 155: 229-256 oraz M. Lenartowicz, J. Mosh (2018), *Stadiony i widowiska. Społeczne przestrzenie sportu*, Warszawa: 52-90.

przekazów perswazyjnych dla dowolnych produktów, czy tego, że w przeciwieństwie do wielu innych dziedzin kultury sport jest także wszechobecny w przestrzeni publicznej – na billboardach, plakatach, w środkach komunikacji, w reklamach kinowych, telewizyjnych, internetowych, radiowych, prasowych, w mediach społecznościowych itd.). Nowa „krzeselkowa” kultura kibicowania (która zdeinstytucjonalizowała kulturę kibicowania tarasowego)⁵ na nowych stadionach sportowych – nowych środkach konsumpcji – oraz praktyki operatorów stadionów⁶ doprowadziły także do instytucjonalizacji stadionowej kultury „szybkiego” i niezdrowego jedzenia i towarzyszącej jej kultury jednorazowości. Duże stadiony sportowe, których operatorzy jako biznesowi usługodawcy korzystają z ogólnej pozytywnej aury sportu dla sprzedaży produktu sportowego, stosunkowo rzadko promują własnymi działaniami (nie w sferze deklaratywnej) postawy prozdrowotne np. w zakresie zdrowego odżywiania wśród odwiedzających owe świątynie kultury fizycznej. Z jednej strony mamy na stadionach wyczynowych sportowców z ich najwyższej jakości sprzętem, programami treningu fizycznego i psychologicznego, specjalistycznym wsparciem medycznymi oraz programami żywieniowymi. Z drugiej – pasywnych widzów, do których adresowana jest komercyjna oferta stadionów i hal sportowych, niekoniecznie służąca ich zdrowiu. Często jest ona związana ze sponsorami sportu i oferowanymi przez nich produktami żywnościowymi, słodyczami, fast foodami, słodzonymi napojami gazowanymi, często także z alkoholem czy zakładami sportowymi⁷. Fast food w zdrowszej wersji fit i kultura jednorazowości to zresztą także domena klubów fitness.

Socjologowie sportu zwracają coraz częściej uwagę na to, że wyrastający z logiki modernizacyjnej i paradygmatu ciągłego postępu sport, podobnie jak cała światowa gospodarka, ulega „przegrzaniu” i w dosłownym sensie

⁵ Więcej na temat wymuszonego przepisami upadku kultury kibicowania tarasowego i usadzenia kibiców sportowych: M. Lenartowicz, J. Mosh (2018), dz. cyt.: m.in. 87-89.

⁶ Które w przypadku piłki nożnej można uznać za ważne elementy zjawiska. Numerato określa je jako „modern football”; D. Numerato (2018), *Football Fans, Activism and Social Change*, Londyn.

Analiza możliwości i wspieranie wykorzystania potencjału stadionów sportowych w zakresie poprawy jakości życia i zdrowia społeczności lokalnych, widzów i pracowników tych obiektów było m.in. przesłanką rozwoju projektu badawczego i europejskiej sieci współpracy o nazwie Healthy Stadia Network (więcej na ten temat: W. Drygas i współpracownicy (2013), *Good practices and health policy analysis in Europeansports stadia: results from the 'Healthy Stadia' project*, „Health Promot. Int.”, 28(2): 157-165.

przyczynia się do podgrzewania klimatu⁸. Dotyczy to zarówno sportu profesjonalnego, jak i rekreacji ruchowej, na potrzeby której wytwarzane są nowe potrzeby zakupu usług i towarów, tworzy się ogromny rynek gadżetów dla amatorskich sportowców i rekreantów w klubach fitness, dbających o ładną sylwetkę i redukujących masę ciała. Nadmierną konsumpcję produktów i usług sportowych można poddać takiej samej krytyce jak jakąkolwiek nadmierną konsumpcję i ma ona taki sam nieekologiczny charakter. Świadomość tego problemu w organizacjach sportowych i w programach ich działań jest coraz większa i de facto wynika ona nie z potrzeb samych ich władz, ale z presji prawnej (dotyczącej m.in. dyrektyw i rozporządzeń europejskich w sprawie ochrony środowiska i nowego programu zielonego ładu [tzw. Green Deal] Europy w obecnej kadencji Komisji Europejskiej pod przewodnictwem Ursuli von der Leyen) lub pod wpływem krytyki opinii publicznej, kibiców i uczestników widowisk sportowych. Numerato⁹, który dużo uwagi poświęcił aktywizmowi kibiców (głównie kibiców piłki nożnej) zwraca uwagę, że jest on w dużym stopniu podobny do aktywizmu innych grup nacisku w sprawach ograniczania konsumpcji, planowania przestrzennego, kwestii środowiskowych czy opieki zdrowotnej. Efekty presji prawnej i aktywizmu publicznego widzimy zarówno w działalności MKOl¹⁰, jak i bezpośrednich organizatorów igrzysk olimpijskich takich jak Japonia i Tokio w roku 2020, w którym kwestie ekologiczne i wspólnego działania na rzecz ochrony klimatu ilustruje chociażby (zakończona dużym sukcesem) publiczna zbiórka starych i zużytych urządzeń elektronicznych w celu pozyskania metali szlachetnych do produkcji medali olimpijskich i paraolimpijskich („Tokyo 2020 Medal Project”)¹¹. W tym trwającym dwa lata projekcie zebrano blisko 80 tys. ton urządzeń elektronicznych i pozyskano złoto, srebro i brąz na potrzeby produkcji około 5 tys. medali.

Instytucjonalizacja sportu, tak jak ponowoczesność, nie dotyczy wszystkich regionów świata, krajów i społeczeństw w równym stopniu i w taki sam

⁸ Jest to między innymi wniosek wynikający z wielu wypowiedzi uczestników konferencji European Association for Sociology of Sport poświęconej sportowi i środowisku naturalnemu w norweskim mieście Bo w roku 2019.

⁹ D. Numerato (2018), *Football Fans, Activism and Social Change*, Londyn: 4, 21-26, 58-68.

¹⁰ Vide m.in. opis działań i planów MKOl związanych ze zrównoważonym rozwojem i wykorzystaniem zasobów naturalnych w celu ochrony klimatu, <https://www.olympic.org/sustainability> (7.01.2020).

¹¹ <https://tokyo2020.org/en/games/medals/project/> (7.01.2020); ale także np. wykorzystanie kartonów z recyklingu do budowy łóżek dla zawodników, <https://www.bbc.com/sport/olympics/51045519> (7.01.2020).

sposób. Widać to wyraźnie choćby na przykładzie działalności i osiągnięć kilkudziesięciu krajowych akademii olimpijskich z całego świata, jakie zostały zaprezentowane na spotkaniu Międzynarodowej Akademii Olimpijskiej w maju 2019 roku. Delegaci akademii i narodowych komitetów olimpijskich przedstawiali bardzo różne konwencje działań związanych głównie z edukacją olimpijską: od bardzo zinstytucjonalizowanych programów promocji sportu i wartości olimpijskich m.in. w USA czy Wielkiej Brytanii do bardzo amatorskich – w dużym stopniu spontanicznych i opartych nie tyle na organizacjach, ale na działalności kilku pasjonatów – działaniach festynowych niektórych akademii olimpijskich z państw afrykańskich i arabskich. W tym drugim przypadku jest to związane nie tylko z mniejszymi zwykle środkami finansowym przeznaczonymi na edukację olimpijską, ale także mniejszym stopniem sformalizowania działań zajmujących się tym instytucji i być może ogólnym mniejszym „zracjonalizowaniem” tych społeczeństw.

Interesujące przykłady instytucjonalizacji dyscyplin sportowych odnaleźć można w działalności jednej z największych globalnych organizacji sportowych, jaką jest Międzynarodowy Komitet Olimpijski. Dotyczy to może w sposób szczególny kilku dyscyplin sportu, które po raz pierwszy pojawią się w programie igrzysk olimpijskich w Tokio w roku 2020. Są wśród nich skateboarding, wspinaczka sportowa i akrobacje na rowerach w konkurencji BMX freestyle. Wszystkie te dyscypliny sportu wchodzące do kanonu letnich dyscyplin olimpijskich wyrosły i przez wiele lat były ikonicznymi niemal przykładami zajęć o cechach kontrkulturowych, uprawianych najczęściej przez młodych ludzi w ramach sprzeciwu wobec starszych pokoleń, tradycyjnie akceptowanych form spędzania czasu wolnego i sztywnych tradycyjnych dyscyplin oraz reguł sportowych. Wolność działania, swoboda ubioru, czasu i miejsca (wybieranego często wbrew miejskim zakazom)¹² uprawiania jazdy na deskorolce lub jazdy freestyleowej na małym rowerze BMX, brak zewnętrznego przymusu i atmosfera zabawy, nawet w rywalizacji, były jednymi z najważniejszych cech tych form aktywności, a zapewne także wspinaczki skałkowej. Alternatywny w stosunku do kultury dominującej (przynajmniej tradycyjnej klasy średniej) charakter tych aktywności stanowił ich „mit założycielski” i cechę swoistą. W swoim podręczniku socjologii sportu G. Jarvie rozpoczyna rozdział poświęcony sportom alternatywnym i dyscyplinom „głównego nurtu” od typowo alternatywnej aktywności i dynamicznego

¹² N. Nolan (2003), *The ins and outs of skateboarding and transgression in public space in Newcastle, Australia*, „Australian Geographer”, 34(3); H. Woolley, R. Johns (2001), *Skateboarding: The city as a playground*, „Journal of Urban Design”, 6(2).

zdjęcia deskorolkowca¹³. Z perspektywy wejścia rywalizacji deskorolkowej do programu igrzysk olimpijskich ilustracja ta (przynajmniej częściowo) utraciła swoją aktualność. „Deskorolkowanie” (ang. *skateboarding*), pierwotnie alternatywna i subkulturowa forma aktywności, która wchodzi do kanonu głównonurtowych dyscyplin olimpijskich w roku 2020, nadal będzie miała jednak zapewne formy alternatywne i sportowo-głównonurtowe, które będą funkcjonować równolegle. Pokusa przejścia osób uprawiających deskorolkowanie dla zabawy do strefy klubowego treningu, stypendialnego publicznego finansowania i rywalizacji sportowej będzie zapewne duża i może rodzić napięcia pomiędzy „swobodnymi jeźdźcami” deskorolki i deskorolkowymi sportowcami (być może podobnie jak w przypadku windsurfingu lub szykującego się do debiutu olimpijskiego kitesurfingu). Proces instytucjonalizacji sportowej skateboardingu przebiegał dosyć szybko. International Skateboarding Federation (ISF) założono dopiero w roku 2004, a obecnie ta dyscyplina jest reprezentowana przez uznaną przez MKOl, powstałą w roku 2017 organizację World Skate¹⁴. MKOl ogłosił decyzję o włączeniu skateboardingu (wraz ze wspinaczką skałkową i surfingiem) do programu letnich igrzysk olimpijskich w roku 2020, a cztery lata później dyscypliną olimpijską stanie się breakdance – jeden z głównych elementów kultury hip hopu.

W programie letnich igrzysk olimpijskich znajdzie się – stosując terminologię B. Wheaton i H. Thorpe (2019) – także inny „action sport”, czyli rowerowa konkurencja BMX freeride. Jest to pierwsza olimpijska konkurencja rowerowa, w której o wyniku nie decyduje uzyskany czas, ale wartość techniczna wykonanych trików, ich układ, pomysłowość choreografii ocenianej przez sędziów. Rowery BMX, które na świecie były najbardziej popularne w latach 1980. (m.in. za sprawą ich obecności w filmach takich jak „E.T.” z roku 1982) stają się obecnie ponownie popularne m.in. za sprawą MKOl i wprowadzania nowych konkurencji BMX do programu igrzysk, co zwiększa ogólną rozpoznawalność i oglądalność zawodów BMX. Wywodzące się z USA wyścigi rowerów BMX wprowadzono do igrzysk olimpijskich w roku 2008. W tej konkurencji wyścig kilku zawodników toczy się (krótko i szybko)

¹³ G. Jarvie (2006), *Sport, Culture and Society*, Londyn, New York: 268.

¹⁴ Organizacja ta reprezentuje wiele rolkowych dyscyplin sportu (m.in. [nie ryzykujemy w tym przypadku podawania polskich nazw] omawiany ang. *skateboarding*, ale także *ring hockey*, *inlinehockey*, *inlinespeed skating*, *inlinealpine*, *downhill*, *roller derby*, *rollerfreestyle*, *inlinefreestyle*, *freestylescootering*, *aggressiveinline skating*, *figureroller skating* oraz *artisticroller skating*. World Skate powstała w wyniku połączenia sięgającej pierwszej połowy XX w. organizacji Federation Internationale de Roller Sports oraz International Skateboarding Federation (która nie została uznana przez MKOl jako reprezentacja skateboardingu).

na specjalnie przygotowanym ziemnym lub sztucznym torze przeszkód o długości ok. 400 m. Z kolei w konkurencji BMX freeride rywalizacja odbywa się na specjalnie przygotowanym placu z przeszkodami, podobnymi do zadomowionych już w przestrzeni miejskiej skateparkach. Parki do BMX freestyle składają się z ramp zjazdowych po obu stronach parku i dodatkowych przeszkód, na które zawodnicy mogą wjeżdżać, przeskakiwać je lub stawać na nich. „Action sport”, który również zadebiutuje na igrzyskach w roku 2020 to także wspinaczka sportowa w postaci trójboju wspinaczkowego¹⁵ i surfing. Inne dodane do programu igrzysk w roku 2020 dyscypliny, takie jak karate i softball, wydają się być na tym tle bardzo klasycznymi i tradycyjnymi formami sportowymi.

Można zadać pytanie o przyczyny wprowadzania do programu igrzysk olimpijskich tego typu nowych dyscyplin sportu. Wydaje się, że odpowiedzią są potrzeby samego MKOl, czyli – mówiąc językiem ekonomii – dążenie do utrzymania się na rynku poprzez utrzymanie widowni i zwiększenie oglądalności igrzysk olimpijskich przez młodszych widzów oraz uatrakcyjnienie i dopasowanie olimpijskiego produktu sportowego do gustów odbiorców. MKOl w tym przypadku stosuje tę samą praktykę „upgradowania” (lub „liftingu”) produktów i wprowadzania nowych modeli, co każda inna firma, choćby na rynku nowych telefonów komórkowych. W kontekście zwiększania obecności „sportów akcji” w programie igrzysk olimpijskich, Wheaton i Thorpe¹⁶ zrealizowały międzynarodowe badania dotyczące preferencji w konsumpcji sportu i ulubionych do oglądania dyscyplin sportu (lub parasportów) przez młodych ludzi, które potwierdziły, że zabiegi MKOl powinny doprowadzić do zwiększenia się zainteresowania transmisjami olimpijskimi przez ludzi młodych i bardzo młodych. Instytucjonalizacja „sportów akcji”, częściej określanych jako sporty alternatywne lub wysokiego ryzyka, wynika więc chyba bardziej z zewnętrznego zapotrzebowania niż z wewnętrznej potrzeby samych uczestników i organizatorów zajęć i rywalizacji w tych formach aktywności fizycznej. Potrzeby komercjalizacji i instytucjonalizacji są w tym przypadku sztucznie tworzone poprzez zachęty ze strony poszukujących rzeczy niezwykłych, nietypowych, dziwnych i ryzykownych mediów, firm takich jak np. Red Bull, które ze wspierania takich aktywności uczyniły swój znak rozpoznawczy, ale także tradycyjnych dostawców medialnego produktu

¹⁵ Na trójbój ten składają się: wspinaczka z liną (ang. *lead climbing*), bouldering i wspinanie na czas (ang. *speed climbing*).

¹⁶ B. Wheaton, H. Thorpe (2019), *Action Sport Media Consumption Trends Across Generations: Exploring the Olympic Audience and the Impact of Action Sports Inclusion*, „Communication & Sport”, 7(4): 415-445.

sportowego takich jak MKOl. Warto zauważyć, że np. w środowisku skateboardingu wprowadzenie tej dyscypliny do programu igrzysk było przez wiele osób krytykowane jako zamach na alternatywny charakter tej dyscypliny i drogę ku jej skostnieniu. Wheaton i Thorpe¹⁷ piszą o tysiącach podpisów pod petycją przeciwko wprowadzaniu skateboardingu do programu igrzysk („The Petition, No Skateboarding in the Olympics!”), a część komentatorów twierdziła, że takie działania niszczą specyficzną kulturę skateboardu i spowodują, że będzie to nie tyle skateboard (właściwy), ale sztuczna „gimnastyka na desce z kółkami” (czyli skateboard „fałszywy”). Na aktywnej nadal stronie petycji¹⁸ użytkowniczka Natty C. z Wielkiej Brytanii skwitowała to krótkim twierdzeniem „We are not a sport”, dzieląc jednym cięciem świat skateboardu na swoich i obcych. Podobne dyskusje toczyły się zresztą także w przypadku snowboardu, windsurfingu, BMX i kitesurfingu.

Warto też zwrócić uwagę na jeszcze inny wymiar instytucjonalizacji mającej miejsce poza strukturami ruchu olimpijskiego, której przejawem jest powstawanie wielu „ośrodków decyzyjnych” w obszarze jednej dyscypliny. Doskonałą ilustracją tego rodzaju praktyk może być boks zawodowy. Do powstałych na początku lat 60. ubiegłego wieku federacji WBA (1962) i WBC (1963) w okresie późniejszym dołączyły kolejne – używając języka dziennikarskiego „liczące się” – federacje IBF (1983) i WBO (1988) oraz kilkanaście (sic!) pomniejszych. W rezultacie dziś sytuacja wygląda tak, że każda z organizacji wyłania swojego mistrza świata, a biorąc pod uwagę fakt, że w boksie zawodowym mamy 17 kategorii wagowych lista championów jest naprawdę imponująca. Odwołując się do kategorii popytu i podaży można powiedzieć, że opisana sytuacja jest odpowiedzią na istniejące w tym względzie zapotrzebowanie społeczne, którego wyrazem mogą być liczne gale bokserskie i równie liczne walki o mistrzowski pas. Ale jest też drugi bardziej przyziemny wymiar tego rodzaju praktyk. Jak można przeczytać na jednym z portali internetowych, jedną z przyczyn powstania IBF była przegrana Boba Lee w wyborach na prezydenta innej organizacji bokserskiej (WBA). Wraz z grupą innych niezadowolonych działaczy postanowił on założyć własną federację.

Interesującym wątkiem jest jednak również wywołana coraz bardziej rynkowym podejściem do sportu kwestia rywalizacji różnych organizacji sportowych o dobra w postaci pożądaných przez konsumentów sportu treści medialnych i dyscyplin sportu. Jest to rywalizacja pomiędzy międzynarodowymi i narodowymi federacjami, międzynarodowymi koncernami medialnymi i mediami krajowymi o prawa do sprzedaży sportowego produktu

¹⁷ Tamże: 420.

¹⁸ <https://www.thepetitionsite.com/takeaction/656/763/888/> (6.01.2020).

medialnego, organizacji sportowych i oficjalnych sponsorów oraz szerokiej gamy firm, które (stosując strategię „ambush marketing”) usiłują wykorzystać sport i poszczególne wydarzenia sportowe do promocji swoich produktów i usług¹⁹. Na poziomie organizacji taką rywalizację widać np. pomiędzy potęgami biznesowymi, takimi jak MKOl, NHL i NBA, których interesy nie zawsze są zbieżne. Po okresie niedopuszczania do rywalizacji olimpijskiej profesjonalistów z lig w Ameryce Północnej, na igrzyskach w Nagano w roku 1998 po raz pierwszy mogli pojawić się profesjonalni hokeiści z ligi NHL. Mogło to zwiększyć zarówno światową widownię hokeja na lodzie i rozpoznawalność samej NHL, z której zawodnicy pochodzili, jak i służyć MKOl w zwiększaniu oglądalności tej dyscypliny sportu w ramach programu zimowych igrzysk olimpijskich. Zawodnicy amerykańsko-kanadyjskiej ligi NHL uczestniczyli we wszystkich kolejnych igrzyskach zimowych aż do roku 2018. Nie pojawili się oni na igrzyskach w PyeongChang w związku z brakiem porozumienia pomiędzy władzami NHL i MKOl, dotyczącego uzgodnienia przerwy w rozgrywkach NHL na czas igrzysk oraz finansowych rozliczeń pomiędzy obiema organizacjami. Władze NHL uznały, że na współpracy z MKOl mogą więcej stracić niż zyskać i zawiesiły ową współpracę. Decyzje w sprawie udziału zawodników NHL w igrzyskach w Pekinie w roku 2022 nie zostały jeszcze podjęte.

Jeśli rynkowa logika działalności organizacji sportowych będzie nadal dominować lub pogłębiać się, można zastanawiać się nie czy, ale jak szybko inne atrakcyjne dla widzów formy sportowe lub parasportowe zostaną wprowadzone do kanonu wielodyscyplinarnych igrzysk olimpijskich i kiedy państwowe dofinansowanie będzie dotyczyło nowych związków sportowych szkolących i organizujących rywalizację sportową w e-sportach lub np. bardzo atrakcyjnym medialnie MMA. Swoją drogą, w przypadku MMA w Polsce mamy również wyraźny postęp instytucjonalizacyjny za sprawą powołania we wrześniu 2019 roku Polskiego Związku Mieszanych Sztuk Walk działającego w strukturach Amatorskiej Ligi MMA²⁰. Być może ta forma współczesnego pankrationu, o której pisze się coraz częściej, że w swojej sportowej formie nie jest bardziej niebezpieczna dla zdrowia i życia zawodników niż

¹⁹ Dużo ciekawych informacji na ten temat czytelnik znajdzie w książce M. Piątkowskiej i S. Gocłowskiej *Praktyki ambush marketingu jako wyzwanie dla współczesnych organizatorów i sponsorów wielkich imprez sportowych* (2018).

²⁰ <https://mma.pl/amatorsa-liga-mma-oglasza-zalozenie-polskiego-zwiazku-mieszanych-sztuk-walki/> (10.01.2020); ze względu na datę założenia związek ten nie znalazł się jeszcze w wykazie polskich związków sportowych opublikowanym przez Ministerstwo Sportu 02.08.2019.

klasyczny boks (a można byłoby takie zagrożenia redukować dodatkowymi zabezpieczeniami w przepisach walki), pomimo bardzo dobrej pozycji rynkowej, również mogłaby znaleźć się w programie igrzysk olimpijskich. Podobnie jak w przypadku boks, mielibyśmy wówczas wersję olimpijską i zawodową MMA, tak jak w pewnym sensie mamy do czynienia z olimpijską i zawodową rywalizacją w tenisie, piłce nożnej lub „tradycyjnym” i olimpijskim taekwondo.

Obecność wszelkiego rodzaju instytucji stała się na tyle powszechnym elementem społecznego krajobrazu, że rzadko kiedy uświadamiamy sobie, jak dalece nasze życie uzależnione jest od ich istnienia i sprawnego funkcjonowania. Z tej perspektywy procesy instytucjonalizacji zdają się być nieuniknionymi i koniecznymi. Coraz trudniej przychodzi nam wyobrazić sobie, aby w zglobalizowanym świecie móc realizować jakiegokolwiek idee bez wsparcia instytucji (w myśl zasady: to ludzie realizują określone idee działając w różnego rodzaju instytucjach)²¹. Równocześnie jednak ta „oczywistość” często jest kwestionowana, zwłaszcza przez przedstawicieli młodego pokolenia, czego liczne przykłady znajdujemy także na płaszczyźnie sportowej, a przede wszystkim w jej mniej sformalizowanych formach sportowo-rekreacyjnych i być może raczej mają ci, którzy obok wszechobecnych instytucji dostrzegają coś, co Beck określa mianem „życia własnym życiem”, a czego konsekwencją jest dokonywanie nieskrępowanych wyborów i podejmowanie autonomicznych decyzji²². Wybór między instytucjonalizmem a indywidualizmem – o czym pisał Szacki – może być pojmowany na dwa sposoby. Pierwszy to konflikt poglądów na naturę rzeczywistości społecznej, drugi – wynikający ze stosunku jednostki do zbiorowości – odnosi się do wartości²³.

²¹ K.W. Jankowski (1986), *Publicystyka sportowa w czasopiśmie społeczno-literackich*, Warszawa: 30.

U. Beck (2004), *Spółeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Warszawa.

²³ J. Szacki (2005), *Indywidualizm i kolektywizm*. W: *Encyklopedia socjologii. Suplement*, Warszawa.