

Panfil Ryszard. Paradygmat identyfikowania makro zdarzeń sportowych – analiza krytyczna = A paradigm for identifying macro-events in sports - a critical analysis. Journal of Education, Health and Sport. 2016;6(9): 78-90. eISSN 2391-8306. DOI <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.51079>
<http://ojs.ukw.edu.pl/index.php/johs/article/view/3819>
<https://pbn.nauka.gov.pl/sedno-webapp/works/725599>

The journal has had 7 points in Ministry of Science and Higher Education parametric evaluation. Part B item 755 (23.12.2015).
755 Journal of Education, Health and Sport eISSN 2391-8306 7

© The Author (s) 2016;

This article is published with open access at Licensee Open Journal Systems of Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz, Poland

Open Access. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Noncommercial License which permits any noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author(s) and source are credited. This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

The authors declare that there is no conflict of interests regarding the publication of this paper.

Received: 02.09.2016. Revised 02.09.2016. Accepted: 06.09.2016.

Ryszard Panfil¹

Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu

Paradygmat identyfikowania makro zdarzeń sportowych – analiza krytyczna

A paradigm for identifying macro-events in sports - a critical analysis

Streszczenie

Sformułowany przed transformacją ustrojową w Polsce paradygmat sportu postrzeganego jako zunifikowany i sformalizowany system jest nieadekwatny do aktualnych realiów różnicujących się jakościowo makro zdarzeń sportowych. Celem publikacji stało się więc:

- przedstawienie krytycznej oceny nieadekwatności do obecnych realiów paradygmatu organizacji sportu jako zunifikowanego i sformalizowanego systemu,
- zdefiniowanie pragmatycznego paradygmatu sportu pozwalającego na identyfikację zróżnicowanych jakościowo makr zdarzeń sportowych, w tym: **wyczynu sportowego i fitness sportowego jako zdarzeń innowacyjnych i sportów klasyfikowanych i biznesowych jako zdarzeń klasycznych.**

Uwzględnianie aksjologicznej odrębności makro zdarzeń sportowych identyfikowanych w przestrzeni społecznej pozwoli na racjonalne ewaluowanie, z wykorzystaniem adekwatnych kryteriów, jakości działań podejmowanych w odrębnych rodzajach aktywności sportowej człowieka.

Słowa kluczowe: paradygmat, makro zdarzenia sportowe, zróżnicowanie jakościowe

Abstract

In the times before the democratic transition, the dominant paradigm describing Polish sport as a unified, formalised system. It seems, however, that such a vision is entirely inadequate for explaining present realities, whereby sport comprises various qualitatively diverse macro-scale events. The purpose of this publication is to:

- present a critical appraisal of the paradigm of sport as a unified system and explain its inadequacy in the face of current realities
- propose a pragmatic paradigm of sport that would provide for the possibility of distinguishing between various qualitatively diverse macro-events,

¹ prof. dr hab. Ryszard Panfil, e-mail panfil@op.pl

including **athletic challenges and competitive fitness as innovative events, as well as competitive sport and commercial sport as traditional events.**

Accounting for axiological differences between various macro-events identified in the social context makes it possible to rationally evaluate the qualities in different types of sport activity by employing relevant criteria.

Keywords: paradigm, macro-events in sports, differences in qualities

1. Wstęp

Współczesny sport w coraz szerszym wymiarze staje się egalitarną przestrzenią społeczną, w której każdy zainteresowany uczestnictwem w nim może znaleźć ścieżkę samorealizacji, uprawiając sport lub aktywnie wspierając jego rozwój. Ten nowy wymiar sportu, poszerzający jego społeczną użyteczność, wymaga sformułowania paradygmatu, który umożliwi postrzeganie go jako egalitarnej i elastycznej organizacji wypełnionej dynamiczną siecią wpływów i reakcji zachodzących pomiędzy uczestnikami życia sportowego, pełniącymi w nim różne role.

Racjonalne identyfikowanie makro zdarzeń sportowych wymaga więc sformułowania pragmatycznego semantycznie i rzeczowo paradygmatu, do którego odnoszone będą identyfikowane zdarzenia. Wydaje się, że „odziedziczony” sprzed transformacji ustrojowej w Polsce paradygmat sportu postrzeganego jako zunifikowany i sformalizowany system jest nieadekwatny do aktualnych realiów różnicującej się w sporcie sieci procesów i emergentno-atroficznych interakcji. Tak więc wyjaśnianie zmian zachodzących we współczesnym sporcie, w którym osoby aktywne motorycznie mogą realizować coraz bardziej zróżnicowane potrzeby i zainteresowania wymaga postrzegania różnych rodzajów aktywności motorycznej ludzi jako elastycznej przestrzeni społecznej, w której zachodzą zróżnicowane jakościowo procesy. Biorąc powyższe pod uwagę, sformulowano cele publikacji, które objęły w kolejności:

- dokonanie krytycznej oceny paradygmatu organizacji sportu jako zunifikowanej przestrzeni społecznej i uzasadnienie jego nieadekwatności do współczesnych realiów sportu w Polsce,
- biorąc pod uwagę odrębności rodzajów aktywności sportowej człowieka i cykliczność życia zdarzeń społecznych, w tym sportowych, przedstawiono pragmatyczny paradygmat tych zdarzeń

Publikacja ma wymiar koncepcyjno-pragmatyczny. Paradygmatem identyfikowania sportu jako sieciowo-procesowego zjawiska społecznego stała się pragmatyczna socjologia organizacji sportu oraz refleksja teoretyczna i praktyczna Autora, jako trenera i menedżera.

2. Krytyczna ocena paradygmatów organizacji sportu

Panfil (1989, 1991) zauważył, że w podlegającej transformacji przestrzeni społecznej sportu nasila się dywersyfikacja celów realizowanych w tej przestrzeni, a to powinno stanowić kryterium różnicowania koncepcji zarządzania instytucjami sportowymi. Transformacja ustroju społecznej przestrzeni sportu zachodzi jednak zbyt wolno i jest ciągle próbą reformowania paradygmatu „odziedziczonego” z przeszłości. Model postrzegania sportu w Polsce nadal wynika z silnie utrwalonego w świadomości interesariuszy wizerunku organizacji sportu jako sformalizowanego systemu, który wymaga centralnego administrowania (wcześniej przez Instytucje Państwowe teraz przez Związki Sportowe). Paradygmat identyfikowania przestrzeni społecznej sportu nadal w istotny sposób wyznacza **zunifikowana aksjologia**, w tym szczególnie założenie, że istotą sportu jest sformalizowana klasyfikacja wyników uzyskiwanych w rywalizacji sportowej a koncepcje systemowe stanowią podstawę hierarchicznego organizowania sformalizowanych struktur (patrz konstrukcja Ustawy o Sporcie z 2010 roku). Krytyczna ocena koncepcji rozwoju makro zdarzeń sportowych może być prowadzona w kontekście podejścia do organizacji tych zdarzeń oraz w ujęciu personalnym w odniesieniu do aktywności uczestników makro zdarzeń sportowych.

2.1. Koncepcje rozwoju makro zdarzeń sportowych - ujęcie organizacyjne

Cykl życia jest jednym z najczęściej stosowanych koncepcji identyfikowania zdarzeń społecznych. Cykl życia zdarzeń społecznych w tym sportowych oznacza następstwo kolejnych jego form rozwojowych, wykazujących określone różnice, tak pod względem ilościowym, jak i jakościowym. Są one stymulowane przez różnego rodzaju siły wewnętrzne i zewnętrzne. Ich poznanie ma istotne znaczenie z punktu widzenia dynamiki rozwoju zdarzeń sportowych. Każde zdarzenie społeczne ma własną krzywą, która odzwierciedla długość poszczególnych faz jego życia oraz intensywność i wymiar rozwoju w każdej z tych faz. Mimo różnic w przebiegu krzywej życia poszczególnych makro zdarzeń sportowych zasadniczo można wyróżnić cztery podstawowe fazy ich życia:

- Faza 1 – identyfikacja zdarzenia społecznego (sportowego) w przestrzeni społecznej,
- Faza 2 – wzrost zainteresowania i tożsamości zdarzenia w przestrzeni społecznej,
- Faza 3 - dojrzałość i nasycenie zdarzeniem sportowym przestrzeni społecznej,
- Faza 4 – „starzenie” się zdarzenia i spadek społecznego zainteresowania nim.

Dostępne w publikacjach koncepcje wyznaczające paradygmat identyfikowania sportu jako makro zdarzenia społecznego dotyczą jedynie sportu klasyfikowanego i częściowo biznesu sportowego (Krawczyk 1983, Otman 2001, Chadwick za Sznajder 2008, Żyśko 2008, Ustawa o sporcie z 2010 roku, Panfil 2012, Strategia rozwoju sportu w Polsce 2015). Przejawia się to w opisywaniu procesów zachodzą-

cych w sporcie w ujęciu systemowym i instytucjonalizowanym, odnosząc procesy głównie do sportów klasyfikowanych. W publikacjach uwzględnia się także procesy zróżnicowanej komercjalizacji poszczególnych sportów np. dominującej w przypadku piłki nożnej czy kolarstwa i niewielkiej jak w przypadku wioślarstwa.

Krawczyk (1983) wyróżnia cztery modele współczesnego sportu klasyfikowanego, różnicując je w zależności od znaczenia czynnika ekonomicznego w aktywności sportowej.

Model sportu w pełni amatorskiego polega na tym, że zawodnicy uprawiają sport w sposób całkowicie bezinteresowny i nie otrzymują za to bezpośrednio lub pośrednio żadnego wynagrodzenia. Do tego modelu można zaliczyć niższe poziomy sportu klasyfikowanego, np. lokalne rozgrywki sportowe i sport szkolny.

Model sportu nie w pełni amatorskiego polega na tym, że zawodnicy, dążąc do uzyskania najlepszych wyników, podejmują systematyczne treningi i poddają się dyscyplinie szkolenia sportowego. Sport wypełnia im znaczną część czasu wolnego po pracy zawodowej lub zajęciach na uczelni. Z taką działalnością wiąże się otrzymywanie wsparcia finansowego: stypendiów, nagród pieniężnych za zwycięstwa lub zwrot kosztów podróży na miejsce meczów. Podstawowym celem jest współzawodnictwo sportowe i osiąganie najlepszych wyników, a nie powiększanie swych zasobów finansowych.

W modelu sportu nie w pełni zawodowego jego uczestnicy angażują się silniej w daną dyscyplinę sportu. Sportowcy nie zawierają z klubem żadnej umowy, lub jest to umowa honorowa. Jednak w miarę uzyskiwania coraz lepszych wyników zwiększa się kwota wsparcia finansowego otrzymywanego od klubu. Gdy zawodnik odgrywa coraz większą rolę na rynku sportowym i następuje jego transfer do lepszego klubu, wtedy otrzymuje część sumy transferowej.

Model sportu w pełni zawodowego dotyczy sportowców osiągających wyniki na najwyższym poziomie, uczestniczących w widowiskach sportowych. Zawierają oni kontrakty z klubami na warunkach wynegocjowanych przez partnerów umowy.

Chadwick (za Sznajder 2008) wyróżnia etapy rozwoju sportu klasyfikowanego, wskazując na etapy ewolucyjne i rewolucyjne:

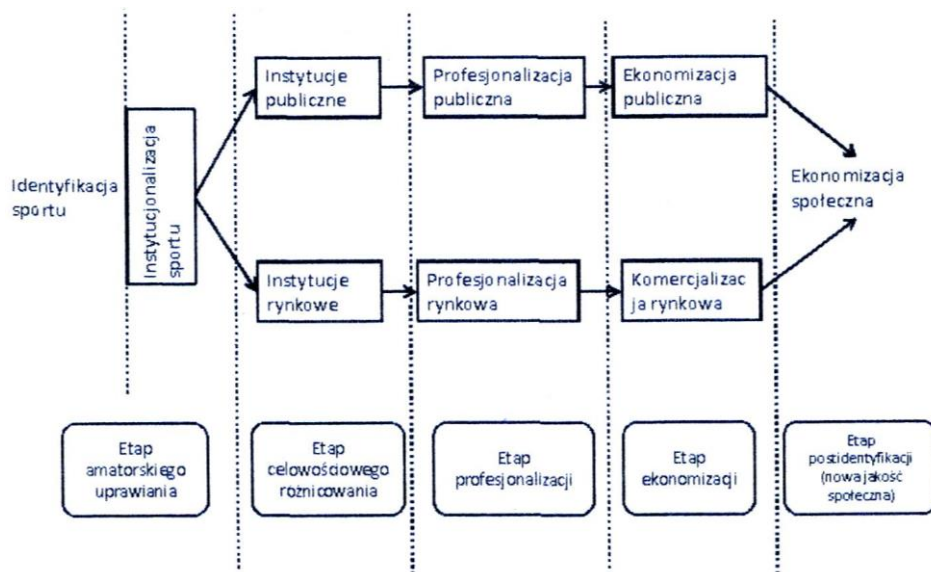
- etap 1 – **etap początkowy**, który przebiega ewolucyjnie; jest to etap powstawania sportu, który wyłania się z dawnych tradycji ludowych;
- etap 2 – **kodyfikacja sportu**, która polega na ustalaniu i precyzowaniu przepisów w danej dyscyplinie sportu; są też tworzone ramy organizacyjne sportu, np. organizowanie ligi rozgrywek;
- etap 3 – **stratyfikacja sportu** przebiega ewolucyjnie; podmioty odpowiedzialne za kierowanie daną dyscypliną sportu wprowadzają zmiany w przepisach i jej organizacji; prowadzi się promocję dyscypliny sportowej, ale rozwój sportu ciągle ma cechy sportu amatorskiego;
- etap 4 – **profesjonalizacja sportu** następuje wówczas, gdy sport staje się coraz popularniejszy i wzrasta zainteresowanie widzów, którzy są skłonni płacić za oglądanie widowisk sportowych; pojawiają się także inwestorzy, chcący finansować kluby w celach komercyjnych. Dzięki temu sportowcy mogą uzyskiwać honoraria za swoje występy na arenach sportowych, początkowo są to tzw. koszty utraconych możliwości. Na tym etapie dosyć trudno okre-

ślić granicę między sportem amatorskim a sportem zawodowym jednak czołowi sportowcy zaczynają traktować uprawianie sportu jako zajęcie podstawowe;

- etap 5 – **postprofesjonalizacja** to kontynuacja etapu poprzedniego. Na tym etapie sport seniorów jest już w pełni zawodowy, a sport młodzieżowy ma charakter amatorski;

- etap 6 – **komercjalizacja sportu** to efekt jego rozwoju i wzrostu popularności, co powoduje, że rozmaite organizacje i firmy dostrzegają jego znaczenie biznesowe i okazję do wykorzystania w celach komercyjnych. Następuje rozwój marketingu sportu, także w coraz większym stopniu stosuje się sponsoring, nasila się konkurencja między klubami, które działając w warunkach rynkowych, mogą osiągnąć sukces komercyjny, ale też narażają się na ryzyko niepowodzenia i bankructwa;

- etap 7 – **postkomercjalizacja** to najwyższy etap rozwoju sportu i w niewielu przypadkach można powiedzieć, że został on osiągnięty. Dosyć powszechnie uważa się, że ten etap rozwoju osiągnęła tzw. Wielka Czwórka amerykańskich lig, czyli NHL (ang. National Hockey League), NBA (ang. National Basketball Association), NFL (ang. National Football League), i MLB (ang. Major League Baseball); w Europie do tego etapu zbliża się piłka nożna, a wyścigi Formuły 1 osiągnęły go już przynajmniej kilka lat temu.



Ryc. 1. Etapy rozwoju sportu w Europie
Źródło: za Panfil 2012

Analizując proces rozwoju sportu klasyfikowanego w Europie Panfil (2012) wyróżnił charakterystyczne etapy, realizowanego w różnym tempie, równoległego rozwoju zarówno sportu publicznego jak i rynkowego (ryc. 1). Etap amatorskiego

uprawiania sportu to okres XIX i początek XX wieku. Etap ten składa się z dwóch przenikających się podetapów w tym identyfikowania sportu obejmującego wyznaczanie społecznych reguł i warunków wyodrębniających sport w rzeczywistości społecznej oraz podetap formalizacji sportu w trakcie, którego powstały struktury organizacyjne (kluby i związki sportowe), ustalono formalne reguły uprawiania poszczególnych dyscyplin i utworzono hierarchiczne systemy rozgrywek (współzawodnictwa).

Etap celowościowego różnicowania to okres wyodrębniania się ze sportu amatorskiego sportu publicznego stanowiącego dominującą część sportu jako zjawiska społecznego i sportu rynkowego uprawianego w celach zarobkowych. Ze względu na powszechność zainteresowania i realizowane cele stawiana przed instytucjami samorządowymi i państwowymi, sport publiczny wspierany jest przez instytucje publiczne, samorządowe w przypadku klubów sportowych działających, jako stowarzyszenia lub państwowe w przypadku reprezentacji narodowych prowadzonych przez związki sportowe. Natomiast rozwój sportu rynkowego opiera się na mechanizmach rynkowych, wyznaczone pogłębiająca się komercjalizacją sportu klasyfikowanego.

Etap celowościowego różnicowania sportu uzasadnia identyfikację kolejnego etapu tj. profesjonalizacji sportu, zarówno publicznego, jak i rynkowego. Angażowania coraz większych środków publicznych w rozwój sportu publicznego wymaga, profesjonalnego zarządzania nimi przez osoby o odpowiednich kompetencjach. Kompetencje tzw. działaczy społecznych, uzyskiwane w praktyce metodą „prób i błędów” stają się już niewystarczające. Natomiast ciągły wzrost zainteresowania sportem ze strony: widzów, mediów i sponsorów powoduje, że także sport rynkowy dynamicznie się rozwija i przekształca się w produkt sportowy. Sportowcy mogą, więc traktować uprawianie sportu, jako podstawową działalność zawodową, także osoby tworzące warunki do zawodowego uprawiania sportu, czyli trenerzy i menedżerowie mogą zawodowo wykonywać swoje zadania. Ze względu na ryzyko wiążące się z rynkowym wymiarem sportu, zadania te także muszą być wykonywane racjonalnie, ekonomicznie i odpowiedzialnie.

Kolejny etap rozwoju sportu to etap ekonomizacji. W przypadku sportu publicznego ekonomizacja wiąże się z efektywnym osiąganiem celów społecznych z uwzględnieniem społecznej wydajności podejmowanych przedsięwzięć i oszczędności w dysponowaniu zasobami publicznymi (infrastrukturą i finansami). Natomiast proces komercjalizacji sportu rynkowego wyznaczany jest wynikami analizy ekonomicznej uwzględniającej wartość rynkową produktu sportowego wyrażoną aktualnym i przewidywanym zainteresowaniem klientów indywidualnych (sympatyków i kibiców) oraz korporacyjnych (mediów, sponsorów, udziałowców) produktem, w stosunku do ponoszonych i przewidywanych kosztów. Sukces tego etapu rozwoju sportu uzależniony jest od trafnej oceny pojemności rynku i antycypowaniu ryzyka.

Wydaje się, że w przyszłości szansą rozwoju sportu będą przedsięwzięcia publiczno-rynkowe, podlegające jednocześnie weryfikacji społecznej jak i rynkowej. Na tym etapie sport będzie podlegał postidentyfikacji jako nowa jakość. Ekonomizacja społeczna działalności sportowej może umożliwiać dalszy rozwój sportu postrzeganego jako działanie komercyjne uwzględniające potrzeby społeczne (społeczna odpowiedzialność sportu jako biznesu)

2.2. Koncepcje uprawiania sportu – ujęcie personalne

Jeden z najbardziej popularnych modeli elitarnego uprawiania sportu w przestrzeni społecznej tzw. LTAD został stworzony przez Balyia i Hamiltona (1995). Model LTAD nakreśla idealną ścieżkę, dwufazowego rozwoju sportowego w społecznej przestrzeni sportu tj. od chwili, gdy dzieci rozpoczynają przygodę ze sportem do momentu realizowania kariery sportowej.

Model LTAD pozwala wprawdzie na wyznaczenie kryteriów różnicujących fazy uprawiania sportu, jednak jest on wysoce selektywny, gdyż dotyczy jedynie wybranego wymiaru uprawiania sportu tj. ścieżki prowadzącej do uzyskania wysokiego poziomu sportowego. Nie uwzględnia innych ważnych społecznie ścieżek identyfikowanych w społecznej przestrzeni sportu egalitaryzujących uczestniczenie w sporcie bez konieczności przejawiania uzdolnień psychofizycznych. W oparciu o badania i dane terenowe Lyle (2002) opisując model uprawiania sportu, obok selekcyjnego jego wymiaru, zasygnalizował już potrzebę tworzenia warunków do jego uprawiania przez osoby nie posiadające wybitnych uzdolnień sportowych.

Przyjęte przez Lyle kryteria pozwoliły na uporządkowanie wymiarów uprawiania sportu w przestrzeni społecznej i odniesienie ścieżek i faz do społecznych i personalnych realiów. Inspirujące jest niewątpliwie fazowe ujęcie wymiarów uprawiania sportu i ukazanie ich wzajemnego przenikania się. Słabszą stroną tego modelu jest fakt, że granice pomiędzy przyjętymi przez Autora wymiarami uprawiania sportu, zarówno w odniesieniu do wieku uprawiających sport jak i stopnia zaawansowania sportowego, są nieostre. Fakt ten ogranicza wartość praktyczną modelu.

Kolejne podejście, to ewolucyjny model uprawiania sportu (DMSP) opisany przez Côté i Gilbert (2009), który identyfikuje w przestrzeni zdarzeń sportowych ścieżki rekreacyjną i sportową. Model ten uwzględnia fazy uprawiania sportu przez dzieci i młodzież a marginesowo traktuje fazę opisującą uprawianie sportu przez dorosłych. W modelu nie uwzględniono natomiast ścieżki występującej pomiędzy ścieżką klasyfikowanego uprawiania sportu for profit, a ścieżką rekreacyjną tj. ścieżką klasyfikowanego uprawiania sportu for prestiż.

Wydaje się, że najbardziej egalitarny, w wymiarze społecznym, model uprawiania sportu, przedstawiono w opracowaniu Kanadyjskiego Centrum Sportu (2010). W tym modelu aktywność fizyczna ludzi przedstawiana jest w dwóch przenikających się obszarach tj. aktywności sportowej i rekreacyjnej.

Koncepcja kanadyjska najpełniej oddaje różnorodność społecznych funkcji sportu, gdyż obok opisanych wcześniej funkcji wyczynowej i rekreacyjnej, uwzględnia dodatkowo sport dla wszystkich, jako jeden z wymiarów, przy czym nie jest to odrębna ścieżka lecz jedynie faza pośrednia uczestnictwa w sporcie. Na uwagę zasługuje także fakt ukazania w tym modelu rekreacji w szerszym wymiarze, jako istotnego społecznie obszaru aktywności sportowej ludzi w różnym wieku, szczególnie dorosłym. Autorzy tego modelu jednak nie zróżnicowali wewnętrznie rekreacyjnego wymiaru prezentując go jako jednolitą przestrzeń społeczną, nie uwzględnili także wolontariatu jako dynamicznie rozwijającej się ścieżki uczestniczenia w sporcie.

Podsumowując, należy zauważyć, że w analizowanych publikacjach ścieżki i fazy rozwoju sportowego identyfikowane w społecznej przestrzeni sportu przed-

stawiane są w różny sposób na podstawie zróżnicowanych kryteriów, przy czym ich wartość pragmatyczna jest ograniczona. Analizowane modele są niewątpliwie inspirowane, lecz nie pozwalają na egalitarne identyfikowanie jakościowo odrębnych przejawów aktywności sportowej ludzi w różne makro zdarzenia sportowe w przestrzeni społecznej.

3. Dywersyfikacja makro zdarzeń sportowych w społecznej przestrzeni sportowej

Na podstawie obserwacji zróżnicowanych rodzajów aktywności motorycznej ludzi kojarzonej ze sportem i krytycznej oceny jednowymiarowego postrzegania sportu jako systemu sformalizowanej rywalizacji dokonano identyfikacji wyznaczników makro zdarzeń sportowych. Wśród kryteriów podziału aktywności ruchowej (motorycznej) ludzi na różnorodne rodzaje aktywności sportowej wyróżniono:

- umiejscowienie celów aktywności ruchowej (heteroteliczne, autoteliczne),
- sposób formułowania celów aktywności ruchowej (jakościowe, ilościowe),
- znaczenie klasyfikacji wyników aktywności ruchowej (formalna, nieformalna),
- dostępność aktywności ruchowej (elitarna, egalitarna),
- interakcje pomiędzy osobami aktywnymi ruchowo (wspólnota, zrzeszenie),
- rodzaj organizacji aktywności ruchowej (projektowa, sieciowa, systemowa, procesowa).

Opisane kryteria pokazują, że poszczególne rodzaje aktywności sportowej ludzi identyfikowane w różnych makro zdarzeniach sportowych mają wymiar dychotomiczny, w wielu zakresach są odrębne i nie są ze sobą kompatybilne. Dlatego racjonalne identyfikowanie rodzajów sportowej aktywności człowieka wymaga uwzględnienia tych zróżnicowanych kryteriów. Biorąc pod uwagę odrębności i podobieństwa wyznaczników oraz cykliczność życia zdarzeń społecznych, w tym sportowych przedstawiono paradygmat makro zdarzeń sportowych identyfikowanych w przestrzeni społecznej a obejmujących **wyczyn sportowy, fitness sportowy, sporty klasyfikowane i sporty biznesowe**.

Innowacyjne makro zdarzenia sportowe dynamicznie rozwijające się w sportowej przestrzeni społecznej obejmują **wyczyn sportowy i fitness sportowy**.

Wyczyn sportowy znajduje się w fazie wzrastającego zainteresowania społecznego i budowania własnej tożsamości. **Wyczyn sportowy** to elitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu) realizowana w warunkach trudnej, często ryzykownej wyprawy lub aktywności ekstremalnej, w której udział jest celem samym w sobie (dominuje wymiar autoteliczny) a wynikiem jest wyczyn, czyli osiągnięcie uznawane bezwzględnie za wybitne. Wyczyn sportowy ma wymiar wspólnotowy i jest projektowo organizowany. Przykłady to zdobywanie „ośmiotysięcznika”, zdobywanie biegunów ziemi, pokonywanie siłą mięśni dużych akwenów wodnych, schodzenie w głąb wody lub do jaskini a także zjazd na nartach w ekstremalnie trudnych warunkach. Główne wyznaczniki odrębności wyczynu sportowego jako makro zdarzenia społecznego to:

- elitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu),
- realizowana w warunkach trudnych, często ryzykownych,
- dominują cele autoteliczne,
- wymiar wspólnotowy, projektowo-organizowany.

Fitness sportowy znajduje się w fazie intensywnie wzrastającego zainteresowania społecznego i ciągłego budowania tożsamości. **Fitness sportowy** to egalitarna aktywność ruchowa człowieka (grupy) realizowana w formie zajęć rekreacyjnych, w których udział jest celem samym w sobie (dominacja wymiaru autotelicznego) a wynikiem jest uzyskanie stanu samozadowolenia (fit). Fitness sportowy ma wymiar wspólnotowy i jest sieciowo organizowany. Przykłady to udział w zajęciach outdoor, survival, fitness, sportach dla wszystkich. Główne wyznaczniki odrębności fitnessu sportowego jako makro zdarzenia społecznego to:

- egalitarna aktywność ruchowa człowieka (grupy),
- realizowana w formie zajęć rekreacyjnych,
- dominują cele autoteliczne,
- wymiar wspólnotowy, sieciowo organizowany.

Klasyczne makro zdarzenia sportowe stabilizujące swoją pozycję w sportowej przestrzeni społecznej obejmują **sporty klasyfikowane i sporty biznesowe**.

Sporty klasyfikowane znajdują się w fazie dojrzałej tożsamości i nasycenia nimi w przestrzeni społecznej. **Sporty klasyfikowane** to egalitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu), realizowana w formie udziału w rozgrywkach klasyfikowanych, której celem jest skuteczność w tych rozgrywkach (dominuje wymiar heteroteliczny) a wynikiem jest prestiż środowiskowy. Sporty klasyfikowane mają wymiar zrzeszeniowy i są organizowane jako pozorne systemy, zbyt sformalizowane i hierarchizowane co prowadzi do ich biurokratyzowania. Przykłady to rywalizacja klasyfikowana przez regionalne związki sportowe (II ligi i niżej w grach sportowych w Polsce) i polskie związki sportowe (rywalizacja w sportach indywidualnych). *(Wśród sportów klasyfikowanych możemy wyróżnić kilka odrębnych aksjologicznie, kulturowo, organizacyjnie i personalnie grup sportów, w tym: gry sportowe np. gra w koszykówkę, sporty walki np. zapasy, wyścigi sportowe np. kolarstwo, la, wioślarstwo, pokazy sportowe np. jazda figurowa na lodzie, gimnastyka. Niestety w Polsce sporty klasyfikowane, na wszystkich poziomach rywalizacji przekształcają się w sporty polityczne).* Podstawowe wyznaczniki odrębności sportów klasyfikowanych jako makro zdarzenia społecznego to:

- egalitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu),
- realizowane w formie rozgrywek klasyfikowanych,
- dominują cele heteroteliczne,
- wymiar zrzeszeniowy, system formalnie organizowane.

Sporty biznesowe znajdują się w fazie dojrzałości i nasycenia nimi w sportowej przestrzeni społecznej. **Sporty biznesowe** to elitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu), realizowana w formie dystrybucji widowiska sportowego jako produktu (dominuje wymiar heteroteliczny), a wynikiem są profity. Sporty biznesowe mają wymiar zrzeszeniowy i są procesowo organizowane. Przykłady to zarządzane przez firmy (spółki handlowe) marki np. „UEFA Champions League” – piłka nożna, „LA Samsung Diamentowa Liga” – lekkoatletyka, „WTA Tour” i „ATP Tour” w tenisie ziemnym, „Tour de France” czy „Tour de Pologne” w kolarstwie

szosowym. Podstawowe wyznaczniki odrębności sportów biznesowych jako makro zdarzenia społecznego to:

- elitarna aktywność ruchowa człowieka (zespołu),
- realizowane w formie dystrybucji widowiska sportowego jako produktu,
- dominują cele heteroteliczne,
- wymiar zrzeszeniowy, procesowo organizowane.

Podejmowane są także próby łączenia różnych rodzajów aktywności motorycznej w hybrydy sportowe występujące na pograniczu różnych makro zdarzeń sportowych i tak:

- egzemplifikacją łączenia **wyczynu z biznesem sportowym** są wyścigi sportowe w ekstremalnie trudnych warunkach np. rajdy samochodowe i motorowe, oryginalne pokazy sportowe np. jazda figurowa na lodzie;
- egzemplifikacją łączenia **wyczynu i fitnessu sportowego** jest crossfit;
- egzemplifikacją łączenia **sportu klasyfikowanego i biznesowego** jest rywalizacja quasi profesjonalna (I ligi i wyżej w grach sportowych w Polsce);
- egzemplifikacją łączenia **fitness sportowego i sportu klasyfikowanego** są turnieje z udziałem amatorów (osoby nie zarejestrowane w związkach sportowych).

4. Prognoza

Przestrzeń sportową możemy postrzegać jako sieciową organizację opartą na wiedzy (Mikula B. 2006, Staszewska J. 2009), o elastycznej, procesowej strukturze (Trocki M., Gregorczyk S. 2006, Perechuda K. 2007, Panfil R. 2012. 2015 a), w której interesariusze sportu, w tym osoby aktywne motorycznie i osoby wspierające tę aktywność, tworzą podlegające dywersyfikacji ścieżek i faz rozwoju sportu wyznaczane dynamiką potrzeb i możliwości uprawiających. Czynniki personalne różnicujące wymiar uczestnictwa w sporcie wynikają z dynamiki potrzeb i dyspozycji do sportu, które zmieniają się wraz z wiekiem i dojrzałością społeczno-motoryczną uczestników. Czynniki społecznymi, różnicującymi pełnione w nim role są natomiast, wynikające z kultury wspólnotowej lub organizacyjnej sportu, przyjęte pragmatyczne formy komunikowania się i zachowań rytualnych. Innym czynnikiem różnicowania ścieżek i faz uprawiania sportu są także, reguły organizacyjne jego uprawiania wyznaczane przez krajowe jak i międzynarodowe związki i wspólnoty sportowe. Ważnym wyznacznikiem dywersyfikacji sportu są także odrębne, niekompatybilne a często sprzeczne cele różnych rodzajów aktywności sportowej ludzi (Panfil R. 2012, 2015).

Racjonalne identyfikowanie zdarzeń społecznych w przestrzeni sportowej wymaga sformułowania pragmatycznego semantycznie i rzeczowo paradygmatu, adekwatnego do jakościowego różnicowania się ścieżek i faz uprawiania sportu, w szczególności zaś:

- odejście od postrzegania sportu jako zunifikowanej, konkurencyjnej aktywności motorycznej ludzi, utożsamianej ze sportem klasyfikowanym, oraz

- przekształcenie systemowego postrzegania organizacji sportowych w dostrzeganie w organizacji sportu sieci interesariuszy działających w elastycznej przestrzeni społecznej.

Z powyższego wynika, że efektywne ewaluowanie jakości w sporcie wymaga różnicowania kryteriów wynikających z aksjologicznej odrębności i podobieństw makro zdarzeń sportowych identyfikowanych w przestrzeni społecznej.

Literatura

1. Balyi, I., Hamilton, A. (1995), The concept of long term athlete development. *Strength and Conditioning Coach*, 3(2), 5-6.
2. Canadian Sport for Life (2010), Resource paper published by Canadian Sport Centres,
3. Côté, J., Gilbert, W. (2009), Scalająca definicja skuteczności i profesjonalizmu trenowania. *International Journal of Sports Science and Coaching*, 4 (3) 307-323.
4. Lyle, J. (2002), *Sport coaching concepts: A framework for coaches' behaviour*. London: Routledge.
5. Krawczyk Z. (1983), Społeczno-kulturowe wartości sportu w świetle badań empirycznych, „Wychowanie Fizyczne i Sport”, nr 3, s. 46.
6. Mikuła B. (2006), *Organizacje oparte na wiedzy*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków s. 75.
7. Otman W.(2001), „Trends and Problems of Sport Today and Tomorrow”. ENGSO-Forum.
8. Panfil R. (1989), *Dynamika organizacji sportowych na poziomie zespołu i jednostki (w:) Nowy model zarządzania i organizacji kultury fizycznej w Polsce PTNKF* , Warszawa.
9. Panfil R. (1991), *Realizowane cele jako kryterium różnicowania stylów zarządzania klubem sportowym (w:) Klub sportowy w systemie organizacji kultury fizycznej*, PTNKF, Warszawa.
10. Panfil R. (2012), *Produkty sportowe – identyfikowanie, rozwój, dystrybucja*. Wyższa Szkoła Zarządzania i Coachingu.
11. Panfil R. i inni (2015), *Coaching and Coach Education in Poland*, *International Sport Coaching Journal*, Human Kinetics, Inc 2, 50-63.
12. Panfil R. (2015a), *Benchmarking strategicznych wymiarów zarządzania firmami sportowymi w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem sektora gier zespołowych (w:) Kuźbik P., Moterski F. (red.) Zarządzanie w sporcie. Organizacje – ludzie – marketing*, Uniwersytet Łódzki.
13. Perechuda K. (2007), *Dyфуzja wiedzy w przedsiębiorstwie sieciowym. Wizualizacja i kompozycja*, wydanie 2 rozszerzone, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
14. Staszewska J.(2009), *Klaster perspektywą dla przedsiębiorców na polskim rynku turystycznym*, Difin, Warszawa s.22.
15. Sznajder A. (2008), *Marketing sportu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

16. Trocki M., Gregorczyk S. (red.), (2006) Nowoczesne zarządzanie. Koncepcje i instrumenty, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, s.190.
17. Strategia rozwoju sportu do 2015 roku (2015), Dokument Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa.
18. Ustawa z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie Dz. U. 2010 nr 127 poz. 857.
19. Żyśko J. (2008), Zmiany we współczesnych systemach zarządzania sportem wyczynowym w wybranych krajach europejskich, Wydawnictwo AWF Warszawa.