

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1	
Konsumenci widowisk sportowych i uzasadnienie potrzeby ich badania	17
ROZDZIAŁ 2	
Poglądy Pierre'a Bourdieu na temat sportu i kultury fizycznej	34
ROZDZIAŁ 3	
Klasowe zróżnicowanie praktyk sportowych i konsumpcji sportowej	47
ROZDZIAŁ 4	
Konsumpcja sportowa i socjalizacja konsumentów sportu	58
ROZDZIAŁ 5	
Medialne uzależnienie sportu i wpływ pandemii COVID-19 na sport widowiskowy i kulturę fizyczną	78
5.1. Skutki pandemii dla organizacji sportowych, mediów i konsumentów sportu	88
5.2. Znaczenie pandemii dla uczestnictwa Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej	105
ROZDZIAŁ 6	
Metodologia badań własnych	114
6.1. Metody i narzędzia badań	114
6.2. Charakterystyka badanych zbiorowości	121
ROZDZIAŁ 7	
Wyniki badań	124
7.1. Oglądanie sportu w telewizji	124
7.2. Pozatelewizyjne formy konsumpcji sportowej – prasa, radio, Internet i zakłady bukmacherskie	142
7.3. Oglądanie zawodów sportowych na arenach sportowych	152
7.4. Zaangażowanie kibicowskie	158

7.5. Aktywność sportowo-rekreacyjna a konsumpcja sportowa	162
7.6. Pandemia COVID-19 i jej znaczenie dla konsumpcji sportowej	170
7.7. Pandemia COVID-19 i jej znaczenie dla uczestnictwa w sporcie i rekreacji ruchowej	177
Zakończenie	181
Bibliografia	195
Spis rycin, tabel i wykresów	215
Załączniki	219
Załącznik I. Ankieta autorska	219
Załącznik II. Uzupełniające tabele wynikowe	229
Indeks nazwisk	234