

Wpływ sukcesów Adama Małysza na popularność skoków narciarskich

Impact of the success of Adam Małysz to the popularity of ski jumping

Łukasz Rząd, Marek Napierała

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Streszczenie

Głównym celem pracy była próba znalezienia odpowiedzi na pytanie: **jak wpływa osoba sportowego idola i mistrza na popularność uprawianej przez niego dyscypliny sportu?**

W prowadzonym procesie badawczym zapytano o opinię internautów dotyczącą problematyki oddziaływania mistrza na rozwój dyscypliny sportu. Wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego w postaci ankiety i wywiadu. Wywiady przeprowadzono z samym Adamem Małyszem oraz Piotrem Szarzem – prezesem i założycielem pierwszego w Polsce i na świecie fanklubu polskiego skoczka *Bocian*. Dodatkowo oparto się o analizę dokumentów, głównie o raporty z badań nad popularnością poszczególnych dyscyplin sportu i samych sportowców.

Główne badanie ankietowe odbyło się pomiędzy 10 a 24 kwietnia 2013 roku. Ankietowanym środowiskiem była społeczność zrzeszona na portalu społecznościowym *Facebook*, użytkownicy internetowego forum znajdującego się pod adresem: <http://www.forumowisko.pl/>, odbiorcy elektronicznej skrzynki pocztowej autora niniejszego opracowania oraz osoby korzystające z internetowego systemu badań ankietowych *eBadania.pl*. System ten umożliwił również skonstruowanie i przeprowadzenie badania ankietowego.

W opisanym badaniu ankietowym wzięło udział 141 respondentów.

Spośród ankietowanych wyróżniono 82 kobiety i 59 mężczyzn, co daje odpowiednio 58,2% oraz 41,8% spośród wszystkich badanych. Zdecydowaną większość respondentów stanowią osoby młode (do 25 roku życia) – ponad 70% wszystkich badanych. Pod względem wykształcenia przeważa wykształcenie wyższe (niepełna 50%) oraz średnie (niepełna 40%). Niepełna 55% respondentów mieszka w mieście, a dla nieco ponad 45% badanych miejscem zamieszkania jest wieś. Wśród ankietowanych osób występują: nauczyciele, ekonomiści, pedagodzy, prawnicy, bibliotekarze, dziennikarze, urzędnicy samorządowi, filozof, mechanik samochodowy, aktor, prawnik, księgowa, lekarz, tokarz i wiele innych.

W wyniku przeprowadzonych badań założone hipotezy w większości potwierdziły się. Najważniejsze konkluzje i stanowiska wynikające z procesu badawczego zawierają się w poniższych wnioskach:

- Sukcesy mistrza wpływają głównie na wzrost popularności uprawianej przez niego dyscypliny sportowej.
- Najwyższa popularność skoków narciarskich występowała w okresie największych sukcesów Adama Małysza.
- Sukcesy Adama Małysza najbardziej wpłynęły na wzrost zainteresowania i popularności skoków narciarskich.
- Wśród mężczyzn biernym zainteresowaniem sportem wiąże się z czynnym wykorzystywaniem czasu wolnego.

Słowa kluczowe: Małysz, popularność skoków narciarskich, sukces a popularność dyscypliny

Abstract

The main objective of this study was to answer the question: how does it affect a person sporting idol and master the popularity of cultivated his sport?

The conducted research process asked for an opinion on the issue of the impact of Internet users master the development of sport. Diagnostic survey method was used in the form of questionnaire and interview. Interviews were conducted with the Adam Małysz and Peter graying - the president and founder of the first in Poland and worldwide fan Polish jumper Stork. In addition, based on the analysis of documents, mainly on reports of research on popular individual sports and the same athletes.

The main survey took place between 10 and 24 April 2013 year. Surveyed community environment was affiliated to the social networking site Facebook, an online forum users located at: <http://www.forumowisko.pl/>, the recipient's electronic mailbox of this study and those that use online system *eBadania.pl* survey. This system also allowed to construct and conduct a survey.

• In the survey described 141 respondents participated.

Among the respondents distinguished 82 women and 59 men, which gives respectively 58.2% and 41.8% of all respondents. The vast majority of respondents are young people (up to 25 years old) - more than 70% of all respondents. In terms of education prevails higher education (less than 50%) and medium (less than 40%). Less than 55% of the respondents live in the city, and for a little over 45% of respondents residing in the village. Among the respondents are teachers, economists, educators, lawyers, librarians, journalists, local government officials, a philosopher, a car mechanic, actor, lawyer, accountant, doctor, turner and many others.

The research hypothesis assumed in most confirmed. The most important conclusions and positions arising from the research process include the following conclusions:

- Successful master mainly influence the rise in popularity of cultivated his sport.

- The highest popularity of ski jumping occurred during the greatest successes of Adam.
- Successful Adam Malysz most influenced the growth of interest and the popularity of ski jumping.
- Among men, passive interest in sports is associated with active use of free time.

Keywords: Malysz, the popularity of ski jumping, the success and popularity of the discipline

Wstęp

Trudno jest nie zauważyć potężnego oddziaływania sportu na otaczający obecny świat. Wydarzenia sportowe, obok zgromadzeń religijnych i imprez rozrywkowych, są najbardziej obleganymi widowiskami na świecie. Jednym z pierwszych marzeń każdego z chłopców jest zostać piłkarzem, jak Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, wcześniej jak Zinedine Zidane, a jeszcze wcześniej jak Diego Maradona czy Kazimierz Deyna. Na orlikach i podwórkach młodzi piłkarze biegają w koszulkach z nazwiskami wymienionych gwiazd piłki nożnej. W okresie mundialu lub „olimpiady”, 80% czasu antenowego publicznej telewizji to wydarzenia sportowe, które przed telewizorami śledzone są przez miliardy widzów. Ludzie spotykają się, aby wspólnie obejrzyć wydarzenie sportowe; co więcej – obstawiają wyniki w zakładach bukmacherskich ryzykując przy tym spore sumy. Portale internetowe huczą od wieści nie tylko z aren sportowych, ale podają informacje na temat życia prywatnego sportowców, począwszy od nowej fryzury gwiazdy po autentyczne życiowe dramaty. Grupy pseudokibiców żyją swoim życiem, odizolowanym od normalnego funkcjonowania. Są gotowi umrzeć za swój ukochany klub i, niejednokrotnie, giną w jakimś zajściu. Kluby sportowe kształcą coraz to młodszych adeptów sztuki piłkarskiej i szukają nowych „narybków”. Uczelnie kształcą nauczycieli wychowania fizycznego, trenerów i instruktorów. Lekarze bez przerwy przypominają o dobroczynnym wpływie ruchu na zdrowie człowieka. Z drugiej strony słyszy się o niszczeniu zdrowia przez niedozwolony doping. Rubryka „sport” w prasie stała się nieodłącznym elementem codziennej informacji. Nie do końca o takim charakterze sportu myślał ojciec nowożytnych igrzysk Pierre de Coubertin, wskrzeszając ruch olimpijski po prawie 1500 latach. Nie da się ukryć, że sport osiągnął głęboko socjologiczny wymiar.

Niewątpliwie motorem napędowym społecznej strony sportu są sportowcy. Kochani i nienawidzeni. Oklaskiwani i wygwizdywani. Herosi współczesnego świata. W Polsce wielu sportowców wywarło wielki wpływ na społeczeństwo. Warto tu wspomnieć chociażby słynny „gest Kozakiewicza”, który na stałe wpisał się w polską rzeczywistość. Nie można zapomnieć w tym miejscu o osobie Adama Małysza. Żaden inny sportowiec nie wzbudził w sercach polskich kibiców tak ogromnej ilości wzruszeń i radości. Za żadnym innym polskim atletą nie podążyły tak liczne tłumy sympatyków i pasjonatów, pokonując przy tym tysiące kilometrów. Nikt inny nie gromadził przed telewizyjnymi odbiornikami tylu widzów. Wreszcie, żaden inny sportowiec nie wywarł tak ogromnego wpływu na kulturę masową. Adam Małysz – „Orzeł z Wisły”, „Dominator”, „Batman”, „King in the air”, „Lotnik”, „Człowiek z księżycą” – przez 10 lat elektryzował kibiców swoimi występami na skoczniach świata. W plebiscycie na „Asa dekady” – najlepszego sportowca rywalizującego w ostatnim dziesięcioleciu – zorganizowanego w 2011 roku przez portal informacyjny Onet.pl, zdecydowanie zostawił w tyle takie sławy polskiego sportu jak mistrzynię olimpijską Justynę Kowalczyk, mistrza świata w jeździe na żużlu Tomasz Golloba czy pierwszego Polaka w wyścigach Formuły 1 – Roberta Kubicę (Mieczyski, <http://www.skijumping.pl/>).

Lista sportowych osiągnięć Adama Małysza, o którym „Kancelarz skoków” – nieżyjący już niemiecki trener Reinhard Hess mówił o nim, że (...) *skacze, jakby przybył nie z innej planety, lecz*

z *innej galaktyki* (Andrzejczak, Wesołowski 2002, s. 13), jest wyjątkowo długa. Multimedalista olimpijski, czterokrotny indywidualny mistrz świata, czterokrotny zdobywca Pucharu Świata – to tylko wierzchołek góry lodowej i przyjdzie jeszcze czas na szczegółowe opisanie jego sukcesów.

W niniejszej pracy zebrane zostały opinie internautów dotyczące ich zainteresowania skokami narciarskimi w świetle sukcesów Adama Małysza oraz wykazano związki popularności tej dyscypliny sportowej na aktywność ruchową badanych. Poddano osądowi hipotezę, że sukcesy mistrza powodują wzrost zainteresowania daną dyscypliną sportową.

Do badań wykorzystano sondaż diagnostyczny i ankietę jako narzędzie badawcze. Dodatkowo zaprezentowano zapisy z dwóch wywiadów przeprowadzonych z Adamem Małyszem oraz Piotrem Szarzecem – założycielem i prezesem fanklubu *Bocian* – pierwszego w Polsce i na świecie fanklubu skoczka z Wisły. Dokonano także opisu wyników badań, a artykuł kończy dyskusja i wnioski.

1. Zjawisko „małyszomanii”

Sukcesy Adama Małysza w Pucharze Świata sezonu 2000/2001 spowodowały wzrost zainteresowania skokami narciarskimi w Polsce, z kolei sam Małysz znalazł się w centrum uwagi mediów i opinii publicznej. Największe apogeum „małyszomanii” przypadło na lata 2001-2003 oraz na rok 2011, gdy skoczek kończył karierę. Oczywiście największe „żniwo” „małyszomanii” zbierane było zimą, kiedy skoczek triumfował na skocznicach. Popularność „Orła z Wisły” była tak ogromna, że imieniem Adama Małysza nazywano dania w restauracjach, artykuły spożywcze w sklepach, wizerunek Małysza był na znaczkach i kartkach pocztowych, na nalepkach, kubkach, koszulkach, a nawet powstały dowcipy nawiązujące do skoczka z Wisły. W 2001 roku członkowie Stowarzyszenia Cukierników stworzyli figurę Adama Małysza z białej czekolady. Posąg do dziś stoi w holu Domu Zdrojowego we Wiśle.



Fot. 1. Adam Małysz z czekolady
(Źródło: <http://www.trivago.pl/>)

53 kilogramy dumy narodowej – głosił jeden z nagłówków z okładki tygodnika *Polityka*, a czytelnicy lokalnego dodatku *Gazety Wyborczej* wnioskowali, by jedna z ulic we Wrocławiu nosiła nazwę *ul. Adama Małysza*. W ciągu tylko jednego sezonu Adam Małysz doczekał się własnych fanklubów na całym świecie: w Polsce, Finlandii, Japonii, Austrii, Niemczech, w USA. Jego oficjalny norweski fanklub miał w statucie obowiązek bywania na każdych zawodach, niezależnie od formy i osiągniętych wyników. W czasie mistrzostw świata w Lahti, wicemarszałek senatu, a dziś

premier rządu – Donald Tusk – zarządził przerwę techniczną w obradach tuż przed głosowaniem nad poprawkami do ustawy budżetowej, by parlamentarzyści mogli obejrzeć transmisję (Andrzejczak, Wesółowski 2002).

Zaskakujące okazały się badania *Demoskopu*, zleczone przez dwóch rosyjskich artystów – Witalija Komara i Aleksandra Melamida. Zapytali oni Polaków o gusta artystyczne, konkretnie zaś o to, kogo lub co powinien przedstawiać obraz, który byłby najbliższy tak zwanemu statystycznemu Polakowi. O ile w innych krajach najczęściej głosów zdobywały pejzaże z ukazanym morzem, lasem, stepem czy zwierzęciem, o tyle w Polsce wśród tych najbardziej uniwersalnych zjawisk znalazł się Adam Małysz w locie (Andrzejczak, Wesółowski 2002).

„Małyszomania” była bardzo uciążliwa dla samego skoczka. Jak sam przyznaje: *Marzę wręcz o tym, żeby móc wyjść z rodziną na spacer albo zwyczajnie iść na obiad do restauracji, tak jak może zrobić to każdy. I nie być zaczepianym, proszonym o autograf, o pozowanie do wspólnego zdjęcia. Chciałbym być tylko dla mojej rodziny* (Małysz i wsp. 2004, s. 107). Jednak popularność przynosiła także korzyści. Małysz zawarł kontrakty reklamowe z takimi markami jak: producent napojów energetyzujących Red Bull, austriacka firma produkująca kotły Loos, producent nart Elan czy Poczta Polska. Małysz wystąpił też w kilku reklamach: telefonów komórkowych sieci Idea, okien Vika, zupek w proszku Winiary, herbaty Teekanne, Totalizatora Sportowego, firmy ubezpieczeniowej Generali i czekolady Goplana. Został też ambasadorem marki samochodów Audi w Polsce.

Adam Małysz otrzymał także wiele wyróżnień. Czterokrotnie zajmował 1. miejsce w Plebiscycie Przeglądu Sportowego na Najlepszego Sportowca Polski w 2001, 2002, 2003 i 2007 roku. Jest laureatem sześciu Wiktorów. Został także odznaczony Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski – 5 kwietnia 2002 roku przez Prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego, Krzyżem Komandorskim Orderu Odrodzenia Polski – 3 maja 2007 roku przez Prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego i Krzyżem Komandorskim z Gwiazdą Orderu Odrodzenia Polski – 27 marca 2010 roku także przez Prezydenta Kaczyńskiego.

2. Adam Małysz w kulturze masowej

Ogromna popularność Adama Małysza miała swój oddźwięk również w kulturze masowej. Postać Adama Małysza była natchnieniem dla reżyserów filmowych. O Polaku powstały filmy dokumentalne takie jak: *Adam Małysz - skok do historii* (2011), *Adam Małysz - niezapomniane skoki* (2011), *Adam Małysz - filozofia sukcesu* (2010), *Potęga skoku* (2002) oraz *Adam jest nasz* (2001). Postać Adama Małysza pojawia się też w repertuarze kabaretów (m.in. Ani Mru Mru) oraz w kilku serialach komediowych, m.in. takich jak: w *Świat wg Kiepskich*, *Miodowe lata* czy *Szpital na perypetiach*. O Małyszu powstały piosenki: Golec Orkiestra – *Zwycięstwo* (2002), Resort K-ce – *Skacz jak Adam Małysz*, Paweł Kukiz i zespół Piersi – *Pieśń o Małyszu, czyli frustracje sprawozdawcy sportowego* (2004), Studio Bomba Crew – *Leć Adaś Leć*, a na pożegnalny benefis *Adam's Bull's Eye* artyści polscy (Patrycja Markowska, Kasia Wilk, Piotr Cugowski i Grzegorz Skawiński) przygotowali utwór *Skaczemy dla Ciebie*. Z benefisem wiązała się także akcja pod nazwą „Cała Polska nosi wąsy”. W dniu pożegnania Małysza ze skokami (26 marca 2011 roku), kibice postanowili zapuścić wąsy, dokleić sztuczne lub dorysować. Wielu skoczków, trenerów i kibiców miało tego dnia, na wzór Małysza, wąsy. Do akcji dołączyły także osoby publiczne niezwiązane

z organizacją benefisu, np. prezenterzy telewizyjni – Maciej Orłoś w *Teleexpressie*, Piotr Kraśko w *Wiadomościach*, czy Hubert Urbański i bracia Golec w programie *Bitwa na glosy*.

Transmisje konkursów Pucharu Świata z udziałem Adama Małysza cieszyły się ogromną popularnością. Rekordowy konkurs z udziałem skoczka podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Salt Lake City przyciągnął aż 14,5 mln Polaków (dokładnie finałowa seria konkursu na dużej skoczni – 13.02.2002 r.). Ponad trzy czwarte Polaków (77 proc.), którzy mieli w tym czasie włączony telewizor, zdecydowało się kibicować Małyszowi. Był to jednocześnie najlepiej oglądany program emitowany przez jedną stację od początku prowadzenia pomiaru telemetrycznego przez

TNS OBOP (Barwaśny, <http://calapolskakibicuje.pl/>). Skoki podczas konkursów w Zakopanem w dniach 17-18 stycznia 2004 roku oglądało 11 milionów widzów.

3. Próba wyjaśnienia fenomenu socjologicznego Adama Małysza

Wielu naukowców badających społeczeństwo próbowało wyjaśnić zjawisko „małyszomanii” i ogromny wpływ Małysza na społeczność i kulturę masową. Wszyscy są zgodni, że na fenomen społeczny „Orla z Wisły” złożyło się wiele składowych. Psycholog społeczny, Zbigniew Nęcki, zwraca uwagę przede wszystkim na spektakularne triumfy Małysza: *Rozmiary zwycięstw Małysza graniczą z cudem. Wyskoczył nimi ponad wszystkie nasze nieszczęścia – zgryzoty przegrywających piłkarzy, brak spektakularnych sukcesów na olimpiadzie... Sen o Janku Muzykancie realizuje się w Adamie, skromnym chłopcu z Wisły. (...) Ludzie nie tylko grzeją się ciepłem cudzych sukcesów, ale w ogóle mają potrzebę posiadania bohatera, kogoś, kto będzie autorytetem, kogo będą podziwiali* (Ryn, 2001, s. 33-34). Rzeczywiście, w polskiej rzeczywistości, nierzadko szarej, monotonnej, Adam Małysz stał się kimś, kto dawał ludziom radość, pozwalał czuć się dumnym z polskości. Bo w końcu to Polak „ustawiał rywali w szeregu”. Jego zwycięstwa nałożyły się z trudnym etapem w historii naszego kraju. W czasach, gdy Małysz odnosił swoje największe sukcesy (2001-2004) bezrobocie wzrosło z ponad 15% do ponad 20% osiągając w ten sposób jeden z najwyższych poziomów (<http://www.money.pl>). Ludzie szukali różnych rozwiązań, nierzadko mijających się z uczciwością. A Adam Małysz wygrywał bez układów, dając przykład na czyste i rzetelne życie. Wówczas w państwie ważyły się także zdania co do członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Ludzie żyli z obawami i pytaniami „jak to dalej będzie”. Małysz wtedy niejako był ambasadorem Polski w Europie.

Ważny jest tu także charakter skoków narciarskich jako dyscypliny sportowej postrzegany z perspektywy widowiskowości. Skoki bardzo dobrze się ogląda, zwłaszcza w telewizji. Kibic – podczas trwania skoków – ma czas na zrobienie sobie posiłku czy napoju, bo w dyscyplinie tej najlepsi skoczkowie skaczą na końcu stawki. Krótka nieobecność widza przy odbiorniku nie wpływa na atrakcyjność widowiska. Fakt, że najlepsi skoczkowie skaczą na końcu powoduje gradacje emocji. Doznania w miarę trwania konkursu narastają i kumulują się w końcowej fazie zawodów. Potęguje je obecność sportowych idoli, np. polskich skoczków. Skoki wyraźnie się różnią od innych dyscyplin sportowych np. od piłki nożnej, gdzie bramka może paść w każdym momencie meczu, a widowisko nie rzadko jest nużące i brak w nim napięcia. Z kolei w dyscyplinach sportowych, które charakteryzują się długim czasem trwania, np. maraton lub kolarstwo szosowe, emocje występują praktycznie na finiszu.

Ważną rolę w wyjaśnieniu fenomenu popularności skoczka spełnia także cykliczność konkursów Pucharu Świata, które, w okresie zimowym, odbywają się co tydzień. Sukces Małysza nie był sukcesem jednorazowym, jak w przypadku mundialu czy innych imprez trwających co najwyżej kilka tygodni. Puchar Świata trwa na ogół około 4 miesięcy. Po zwycięstwie Polaka na skoczni, często bezapelacyjnej deklasacji, przeciętny kibic żyjący w codziennej monotonii przez kilka dni raczył się sukcesem Małysza jednocześnie czekając na kolejny konkurs Pucharu Świata. A Małysz? Znowu wygrywał i na nowo rozpalał serca polskich kibiców.

Innym powodem przychylności Polaków dla sukcesów Małysza jest fakt, że skoczek rywalizował z zawodnikami z Niemiec, do których Polacy mają pewien kompleks niższości – w nawiązaniu do sportu, ale nie tylko, np. gospodarki czy historii. I zazwyczaj Małysz wychodził z tej rywalizacji korzystnie. Profesor Andrzej Rychard, socjolog z Polskiej Akademii Nauk, tak komentował zwycięstwa Polaka w konfrontacji najpierw z Martinem Schmittem, a później ze Svenem Hannawaldem: *Niemiec chce pobić Polaka, ale my się nie damy! Przegrywamy w piłkę, to przynajmniej tutaj wygramy!* (Andrzejczak, Wesołowski 2002, s. 21).



Fot. 2. Adam Małysz w swoim ostatnim występie w Pucharze Świata
(Źródło: <http://www.interia.pl/>)

Sympatia wobec Adama Małysza ma także swoje źródło w osobowości samego skoczka. Adam Małysz nigdy nie był celebrytą, nie był zamieszany w skandale, afery, oszustwa. Pomimo sukcesów, wspaniałej kariery i niewątpliwie pieniędzy, Polak zawsze „był sobą”, a brak skandali z jego udziałem paradoksalnie podwyższał jego pozycję w mediach. Małysz zawsze był skromny, taktowny, życzliwy. Poświęcał wiele uwagi swoim kibicom i podkreślał ich rolę: *To dzięki kibicom czerpię motywację do dalszych treningów. Zawsze mnie wspierają i wiem, że mogę na nich liczyć w każdej sytuacji, nawet jak nie wypadam najlepiej* (Matyja, 2011, s. 93). W 2011 roku zdał maturę, którą w przeszłości odsunął na bok na rzecz skoków narciarskich. Tak o najwybitniejszym skoczku narciarskim znad Wisły wypowiada się były żużlowy mistrz świata, Tomasz Gollob: *Jest, nie tylko z powodu nieprzeciętnych osiągnięć, ale także dzięki ujmującemu sposobowi bycia, wzorem dla wszystkich, którzy zaczynają przygodę ze sportem. Sukcesy nie przewracają mu w głowie, jest tak samo skromny jak w czasach, gdy nie wiodło mu się na skoczniach. Za to właśnie go cenię* (Andrzejczak, Wesołowski, 2002, s. 172).

4. Cele i hipotezy badawcze

Celem badań było znalezienie odpowiedzi na następujące pytania:

- Jak wpływają sukcesy mistrza na uprawianą przez niego dyscyplinę sportową?
W pracy podjęto się próby znalezienia odpowiedzi na poniższe pytania, które stanowią cele szczegółowe:
- Co jest przyczyną wysokiej popularności skoków?
- Jak prezentowała się popularność skoków narciarskich w okresie przed startami Adama Małysza, w trakcie i po zakończeniu jego narciarskiej kariery?
- Na co najbardziej wpłynęły sukcesy skoczka?
- Jak wyglądają zależności u respondentów między biernym zainteresowaniem sportem a czynnym wykorzystywaniem czasu wolnego?

W niniejszej pracy, idąc za definicją Mieczysława Łobockiego, że (...) *hipotezy robocze są oczekiwanymi przez badacza wynikami planowanych badań* (Łobocki 1978, s. 74), postawiono następujące hipotezy badawcze:

- Sukcesy mistrza powodują wzrost popularności dyscypliny sportowej.
- Przyczyną wysokiej popularności skoków narciarskich w Polsce są sukcesy Adama Małysza.
- Zainteresowanie skokami narciarskimi w Polsce przed owocną karierą Adama Małysza było znacznie niższe niż w okresie jego sukcesów i po zakończeniu przez niego kariery.
- Najbardziej widoczną konsekwencją sukcesów Adama Małysza jest wzrost zainteresowania skokami narciarskimi.

- Bierne zainteresowanie sportem idzie w parze z czynnym sposobem spędzania czasu wolnego.

5. Charakterystyka ankietowanego środowiska i materiał badań

Badanie prowadzono wśród internautów. Elektroniczny przekaz zapewnia osiągnięcie wystarczającej próby badanych oraz minimalizuje ilość ewentualnych błędów i niedopatrzeń mogących wydarzyć się podczas tradycyjnego badania (sondażu diagnostycznego) z użyciem kartki papieru. Ta forma przekazu zapewniała również dotarcie do jak najbardziej uniwersalizowanej grupy odbiorców, co przekładało się na standaryzację wyników badań. Przekaz trafiał zarówno do osób zamożnych, jak i nieco uboższych, wykształconych w mniejszym lub większym zakresie, mieszkających w mieście i na wsi. Jedynym warunkiem, jaki musiał spełniać potencjalny respondent, to dostęp do komputera z Internetem.

Ankieta stworzona przy użyciu serwisu <http://www.eBadania.pl/>, umożliwiającego kompleksowe przygotowanie i przeprowadzenie ankiety online (<http://www.ebadania.pl>). Techniczne kwestie dotyczące konstruowania elektronicznego kwestionariusza ankiety zostaną opisane w następnym podrozdziale.

Podstawowym narzędziem wykorzystanym do rozdysponowywania ankiety był portal społecznościowy *Facebook*. Serwis ten jest największym takiego typu portalem w historii. Umożliwia on kontakt ze znajomymi, jak i osobami, z którymi prowadzimy inne relacje np. zawodowe, hobbystyczne. Obecnie jednak najczęściej służy jako narzędzie do dzielenia się wśród znajomych nowinkami znalezionymi na stronach www, ciekawymi informacjami, zdjęciami itp. Umożliwia także prezentację własnej osoby, informowanie o swoich osiągnięciach, pasjach itp. *Facebook* jest wykorzystywany komercyjnie do promowania firm lub konkretnych produktów. Ponadto, zarejestrowani użytkownicy mogą tworzyć sieci i grupy, korzystać z aplikacji, będących własnością *Facebook, Inc.* z siedzibą w Menlo Park (miasto w hrabstwie San Mateo w stanie Kalifornia w USA). W październiku 2012 liczba użytkowników na całym świecie wynosiła ponad 1 miliard, a co miesiąc wgrywany jest ponad 1 miliard zdjęć oraz 10 milionów filmów, których obecnie jest 265 miliardów. Średni wiek użytkownika serwisu to 22 lata.

Ankieta została rozprzestrzeniona w serwisie *Facebook* poprzez zamieszczenie postu z linkiem do badania i prośbą o wypełnienie kwestionariusza. Inni użytkownicy udostępniali tę wiadomość i tak badanie trafiało do coraz to większej liczby odbiorców.

Innym miejscem rozdysponowania ankiety było zamieszczenie jej na jednym z forów internetowych: <http://www.forumowisko.pl/>. Jest to serwis zawierający różnorodne tematy do dyskusji: zdrowie i medycyna, gospodarka, biznes, praca, prawo, styl życia, religia, subkultura, filozofia, subkultura, hobby, muzyka, podróże i wiele innych. Dziennie forum odwiedza kilka tysięcy osób. Prośba o wypełnienie ankiety została wygenerowana w dziale *Nauka i edukacja*.

Trzecią formą udostępniania ankiety było umieszczenie jej jako badania publicznego we wspomnianym serwisie *eBadania.pl* w zakładce *Aktualne badania*. Każdy z internautów mógł wypełnić zamieszczoną ankietę.

Ostatnią formą przekazu badania było wysyłanie wiadomości e-mail przez autora niniejszej pracy do adresatów znajdujących się na bogatej liście odbiorców elektronicznej skrzynki pocztowej.

W prowadzonych badaniach kładziono nacisk na możliwie jak najbardziej wypośrodkowaną grupę odbiorców. Starano się nie kierować badań do osób ukierunkowanych na wyróżniający czynnik poza aktywnością elektroniczną. Podobnie dokładano starań, aby zbierane dane ankietów były ujednolicone i nie wskazywały na wyszczególnienie któregoś z czynników przodującego.

W związku z powyższym sporządzono następujące zagadnienia, wybrane jako materiał do badań:

- Płeć
- Wykształcenie: podstawowe, zawodowe, średnie lub wyższe

- Wiek
- Miejsce zamieszkania: miasto lub wieś
- Zawód

W prowadzonych badaniach zebrano łącznie 141 wypełnionych ankiet. Zebrany materiał badań zaprezentowano w poniższych tabelach:

Tab. 1. Płeć respondentów

Lp.	Płeć	Liczebność	Skład procentowy
1.	Kobieta	82	58,2
2.	Mężczyzna	59	41,8

(Źródło: opracowanie własne)

W badaniach wzięło udział 141 osób, w tym 82 kobiety i 59 mężczyzn. Kobiety stanowią większość badanych – niespełna 60% przy nieco ponad 40% liczebności mężczyzn (tab. 1).

Tab. 2. Wiek badanych

Lp.	Przedział wiekowy	Liczebność	Skład procentowy
1.	15-25	101	71,6
2.	26-35	21	14,9
3.	36-45	10	7,1
4.	Powyżej 45	9	6,4

(Źródło: opracowanie własne)

Zdecydowaną większość respondentów stanowią osoby młode (do 25 roku życia) – ponad 70% wszystkich badanych. Prawie 15% ankietowanych stanowią osoby w wieku od 26 do 35 lat, 7% to badanych jest w wieku od 36 do 45 lat, a nieco ponad 6% jest w wieku powyżej 45 roku życia. Najmłodszy ankietar ma 15 lat, a najstarszy 61 (tab. 2).

Tab. 3. Wykształcenie respondentów

Lp.	Wykształcenie	Liczebność			Skład procentowy		
		Kobiety	Mężczyźni	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni	Ogółem
1.	Podstawowe	6	5	11	4,2	3,5	7,8
2.	Zawodowe	1	4	5	0,7	2,8	3,5
3.	Średnie	32	25	57	22,7	17,7	40,4
4.	Wyższe	43	25	68	30,5	17,7	48,2

(Źródło: opracowanie własne)

Pod względem wykształcenia największą grupę – niespełna 50% – stanowią osoby z wyższym wykształceniem. Nieco ponad 40% respondentów posiada wykształcenie średnie, a blisko 8% podstawowe. Najmniej ankietowanych legitymuje się wykształceniem zawodowym – 3,5% (tab. 3).

Tab. 4. Miejsce zamieszkania ankietowanych

Lp.	Miejsce zamieszkania	Liczebność	Skład procentowy
1.	Miasto	77	54,6
2.	Wieś	64	45,4

(Źródło: opracowanie własne)

Niespełna 55% respondentów mieszka w mieście, a dla nieco ponad 45% badanych miejscem zamieszkania jest wieś (tab. 4).

Respondenci posiadają różnorakie zawody. Wśród wskazanych występują m.in.: nauczyciele, ekonomiści, pedagodzy, prawnicy, bibliotekarze, dziennikarze, urzędnicy

samorządowi, filozof, mechanik samochodowy, aktor, prawnik, księgowa, lekarz, tokarz i wiele innych.

6. Metody badawcze

Na potrzeby niniejszej rozprawy posłużono się metodą sondażu diagnostycznego. Sondaż jest to inaczej (...) *badanie opinii publicznej, np. za pomocą rozsyłanej ankiety* (Węglińska 1997, s. 31). Terminowi *sondaż* można nadać synonim *diagnoza społeczna – określenie cech współcześnie zachodzących zjawisk społecznych na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych i ich analizy; stanowi m.in. materiał dla prognoz społecznych* (Węglińska 1997, s. 31).

Metoda sondażu diagnostycznego wykorzystywana jest zwykle w badaniach społecznych zjawisk masowych. Nie da się ukryć, że sport, zwłaszcza ten profesjonalny i widowiskowy, stał się zjawiskiem bardzo popularnym, a jego odbiór społeczny ma cechy masowości. „Małyszomania” i ogromna popularność skoków narciarskich w Polsce będące zagadnieniem i częścią głównej hipotezy również stwarzają możliwość zaliczenia ich do zjawisk o charakterze masowym. Adam Małysz od lat jest w centrum uwagi massmediów, a skoki narciarskie na stałe zostały włączone do programu emisji telewizji publicznej i komercyjnych. W związku z tym zdecydowano się przeprowadzać badania taką a nie inną metodą badawczą.

W niniejszej pracy posłużono się głównie techniką badawczą w postaci **ankiety komputerowej**. Ankieta jest to *zbieranie informacji na określony temat za pomocą pytań skierowanych (ustnie, pisemnie lub za pośrednictwem radia, telewizji) do pewnej grupy osób* (Węglińska 1997, s. 34).

Serwis ten jest bardzo bogaty i łatwy w obsłudze. Jego zaletą jest szeroki wachlarz dostępnych możliwych czynności. Badacz ma możliwość ustalenia rodzaju pytania i określenia zakresu odpowiedzi (liczby minimalnej i maksymalnej dopuszczalnych odpowiedzi), może wzbogacić je o instrukcję, określić zakres możliwych odpowiedzi, czy też wprowadzić reguły przejścia, które umożliwiają „przefiltrowanie” respondentów, którzy nie powinni odpowiadać na dane pytanie lub np. zadeklarowali brak wiedzy w danym temacie itp.

Badacz ma możliwość opcji publikacji badania. Określa czas emisji ewentualnego badania pilotażowego i głównego oraz tworzy opis zaproszenia do ankiety. System generuje link do strony z ankietą, który można wklejać na innych stronach WWW promujących badanie lub załączać do maili zachęcając potencjalnych respondentów do wypełnienia ankiety.

Dużą zaletą serwisu *eBadania.pl* jest szeroki wachlarz możliwości eksportu wyników do programów służących do statystycznej analizy danych (*SPSS, Statistica*) oraz do popularnego programu *MS Excel*. Pozwala to eliminować żmudny proces wprowadzania danych, a co się z tym wiąże, częstych na tym etapie błędów, związanych z czynnikiem ludzkim (Węglińska 1997, s. 34).

Ankietowanie poprzez serwis *eBadania.pl* przeprowadzono na próbie reprezentatywnej wśród osób w wieku powyżej 15 roku życia. Ograniczenie to zostało zastosowane, ponieważ istnieje duże prawdopodobieństwo, że osoby młodsze nie są w pełni świadome sukcesów Adama Małysza i ich wiek nie pozwala na bezpośrednie doświadczenie zjawiska „małyszomanii”. Emisja ankiety trwała od 10 do 24 kwietnia 2013 roku w opisanych poprzednim podrozdziale formach.

Kwestionariusz ankiety użyty w niniejszej pracy składał się z 21 pytań zamkniętych z kafeterią zarówno zamkniętą, półotwartą jak i koniunktywną i dysjunktywną. Zapytano w nim o skłonności do aktywności fizycznej (spędzanie czasu wolnego, preferowane formy aktywności fizycznej i powody jej podejmowania) i zamiłowanie do kibicowania (ulubione dyscypliny sportowe).

Do prowadzonych badań przeprowadzono dwa wywiady. Pierwszy – z Adamem Małyszem – odbył się 20 kwietnia 2013 roku podczas *Orlen Warsaw Marathon* w Warszawie, w którym to były skoczek brał udział jako zaproszony VIP. Dzięki temu autor

niniejszej pracy miał możliwość spotkania się z najlepszym polskim skoczkiem narciarskim. Adam Małysz odpowiadał na pytania otwarte m.in. z zakresu odbioru przez niego popularności obecnie i w czasach największej „małyszomanii”, wpływie zainteresowania jego osobą na motywację i osiągnięcia. Odpowiedział na pytanie o najlepszego skoczka w historii, faworyta najbliższych igrzysk olimpijskich, swój największy sukces, a także o wykorzystanie przez niego czasu wolnego.



Fot. 3. Autor niniejszej pracy w wywiadzie z Adamem Małyszem
(Źródło: <http://www.biegambolubie.com.pl>)

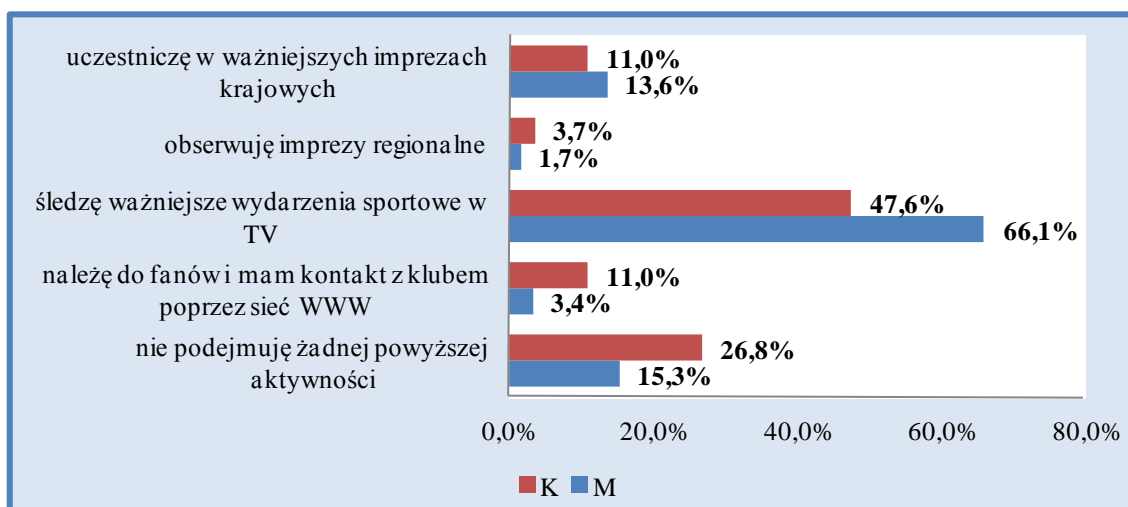
Drugi wywiad przeprowadzono 14 maja 2013 roku z Piotrem Szarzecem – założycielem fanklubu *Bocian*, mającego swą siedzibę w pubie *U Bociana* we Wiśle. *Bocian* to pierwszy powstały fanklub Adama Małysza w Polsce i na świecie. Wywiad przeprowadzono w sposób telefoniczny. Szarzec odpowiadał na pytania dotyczące działania fanklubu m.in. historii jego powstania i funkcjonowania, osiąganego frekwencji w pubie podczas konkursów skoków z udziałem Małysza, najbardziej zapamiętane chwile związane z pasją kibicowania. Wyraził także swoją własną opinię na temat sukcesów Adama Małysza i owoców „małyszomanii”, najlepszych skoczków w historii, faworyta najbliższej „olimpiady”, największego sukcesu Małysza itp.

Obie rozmowy były przykładami wywiadów skategoryzowanych i jawnych. Podobnie jak w przypadku ankiety, do badania wykorzystano odpowiednie kwestionariusze. Zapisy z obu powyższych wywiadów przedstawione zostały w dyskusji i wnioskach.



Fot. 4. Autor z najlepszym polskim skoczkiem podczas *Orlen Warsaw Marathon*
(Źródło: archiwum własne)

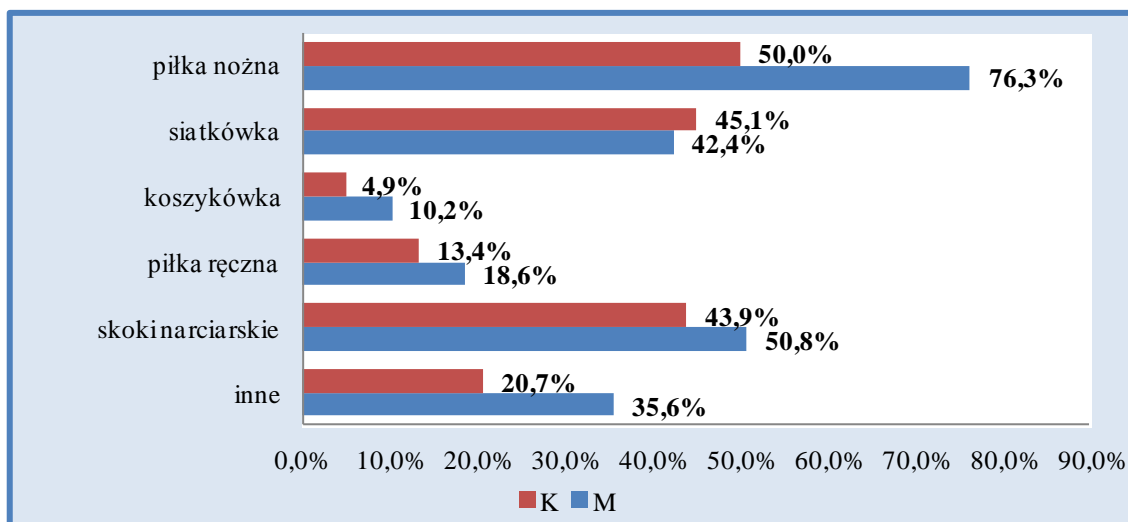
7. Analiza wyników badań



Ryc. 1. Czy uważasz się za kibica sportowego?
(Źródło: opracowanie własne)

Najbardziej popularną formą kibicowania wśród ankietowanych kobiet jest śledzenie wydarzeń sportowych w TV (blisko 48%). Prawie 27% kobiet w ogóle nie podejmuje żadnej aktywności związanej z kibicowaniem. 11% spośród pań uczestniczy w ważniejszych imprezach krajowych i utrzymuje kontakt z klubami poprzez sieć WWW. Najrzadziej kobiety obserwują imprezy regionalne (prawie 4%).

Ankietowani mężczyźni, podobnie jak kobiety najczęściej oglądają sport w TV (ponad 66%). Żadnej formy kibicowania nie podejmuje się ponad 15% mężczyzn, a blisko 14% bierze udział w imprezach krajowych. Najrzadziej mężczyźni kibicują poprzez sieć WWW (ponad 3%) i obserwują imprezy regionalne (niecałe 2%) (ryc. 1).

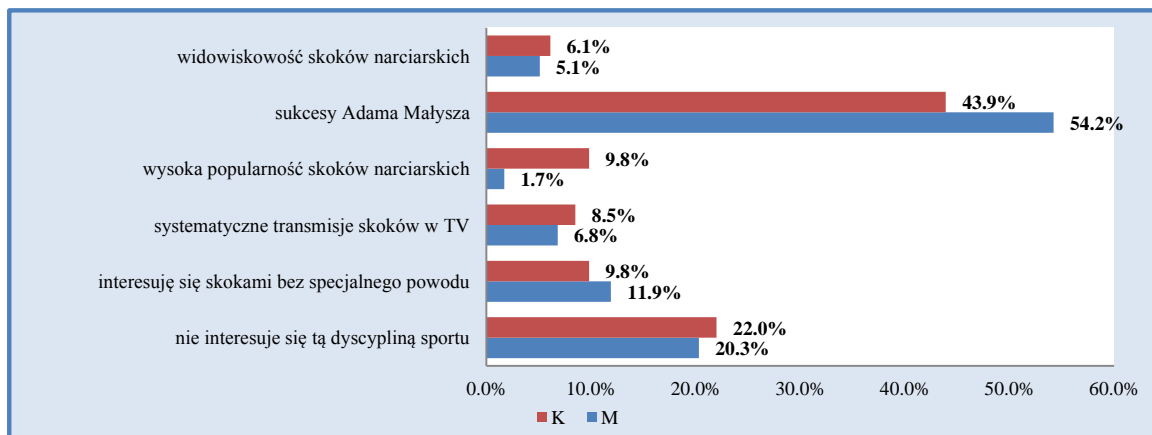


Ryc. 2. Które wydarzenia sportowe są przez Ciebie najczęściej oglądane w TV?
(Źródło: opracowanie własne)

Ankietowane kobiety najchętniej oglądają w TV piłkę nożną (50%), siatkówkę (nieco ponad 45%) i skoki narciarskie (prawie 44%). W następnej kolejności kobiety wybierają inne dyscypliny

(ponad 20%) i piłkę ręczną (ponad 13%). Najbardziej śledzoną dyscypliną sportu przez panie jest koszykówka (blisko 5%).

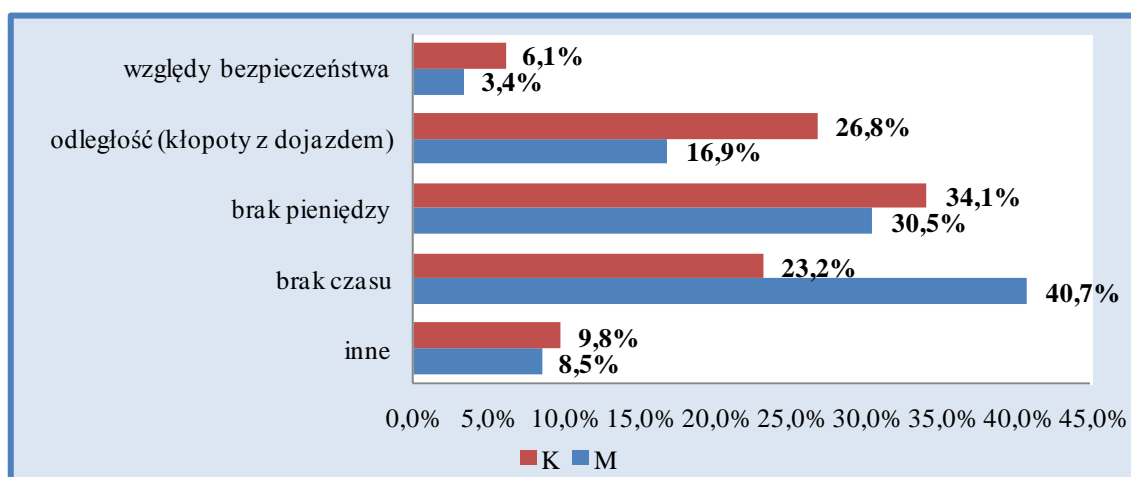
Mężczyźni najczęściej również wybierają piłkę nożną (ponad 76%), skoki narciarskie (prawie 51%) i siatkówkę (ponad 42%). Często oglądają też inne dyscypliny – głównie sporty walki (blisko 36%). Najbardziej panowie śledzą zawody piłki ręcznej (blisko 19%) i koszykówki (ponad 10%) (ryc. 2).



Ryc. 3. Co jest największą barierą w bezpośrednim oglądaniu spektakli sportowych?
(Źródło: opracowanie własne)

Najpoważniejszą barierą w bezpośrednim oglądaniu spektakli sportowych dla kobiet jest brak pieniędzy (ponad 34%). Sporą przeszkodą jest również odległość (blisko 27%), i brak czasu (ponad 23%). Inne powody – głównie brak zainteresowania sportem (prawie 10%). Najbardziej podawaną barierą w bezpośrednim oglądaniu wydarzeń sportowych są względy bezpieczeństwa (ponad 6%).

Mężczyźni ocenili, że największą przeszkodą jest brak czasu (prawie 41%) i brak pieniędzy (ponad 30%). Za kłopotami z dojazdem opowiedziało się blisko 17%. Inne powody (ponad 8%). Względę bezpieczeństwa są największą trudnością dla ponad 3% ankietowanych mężczyzn (ryc. 3).

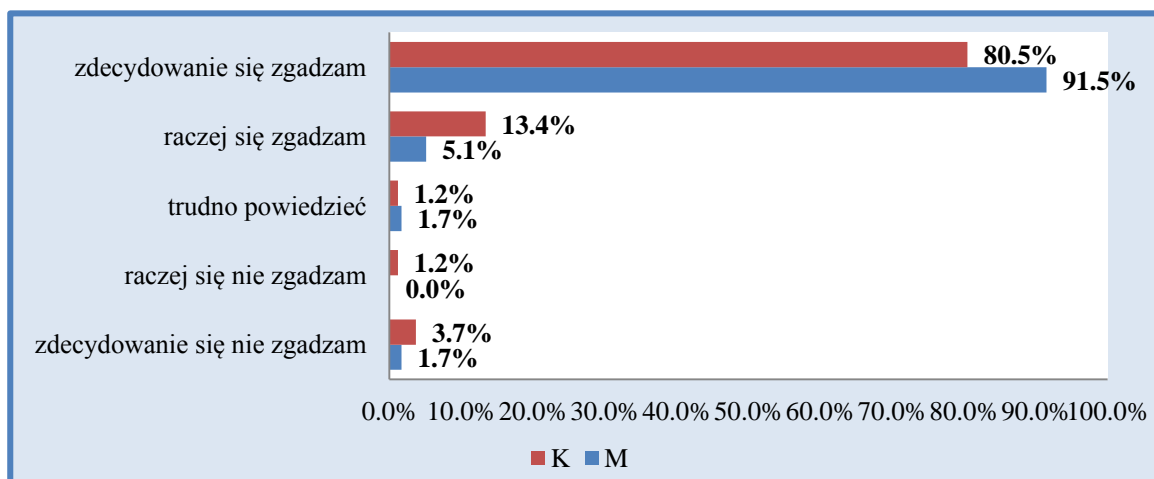


Ryc. 4. Co spowodowało, że interesujesz się skokami narciarskimi?
(Źródło: opracowanie własne)

Na pytanie o powody zainteresowania skokami narciarskimi ankietowane kobiety wskazały sukcesy Adama Małysza (prawie 44%). Brak zainteresowania skokami wyraziło 22% kobiet. Blisko 10% kobiet interesuje się skokami z powodu wysokiej popularności tej dyscypliny, ponad 8% za

powód podaje systematyczne transmisje skoków w TV, ponad 6% ogląda skoki z powodu widowiskowości konkursów, a 10% kobiet interesuje się skokami bez specjalnego powodu.

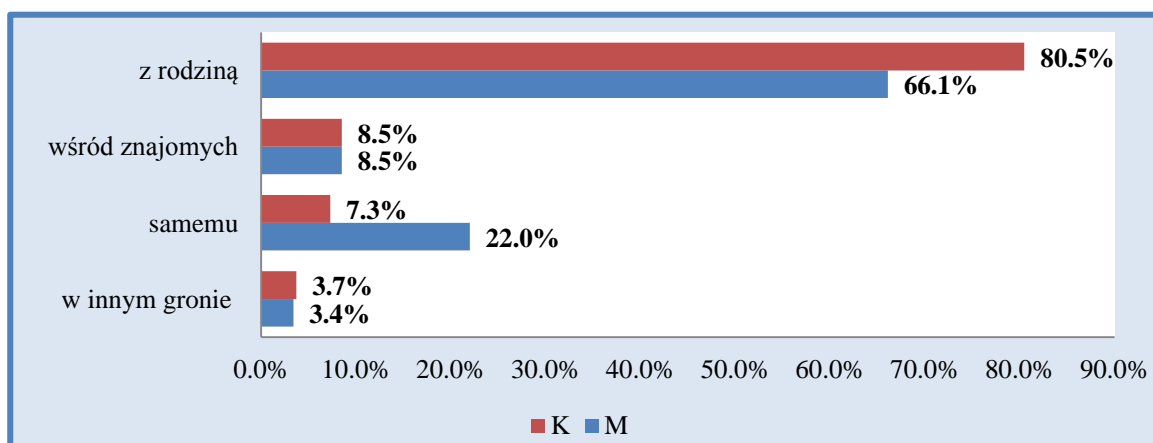
Mężczyźni, jako główny powód zainteresowania skokami również podają sukcesy Adama Małysza (ponad 54%). Ponad 20% ankieterowanych mężczyzn nie interesuje się skokami. W dalszej kolejności mężczyźni podawali: brak specjalnego powodu (prawie 12%), systematyczne transmisje skoków w TV (blisko 7%), widowiskowość dyscypliny sportu (ponad 5%) i wysoka popularność skoków (prawie 2%) (ryc. 4).



Ryc. 5. W jakim gronie najczęściej oglądasz skoki narciarskie?
(Źródło: opracowanie własne)

Ankieterowane panie najczęściej oglądają skoki narciarskie z rodziną (ponad 80%). Rzadziej kobiety śledzą konkursy skoków wśród znajomych (ponad 8%) i samemu (ponad 7%). W innym gronie skoki ogląda blisko 4% pań.

Panowie również śledzą transmisje skoków z rodziną (ponad 66%). 22% mężczyzn ogląda skoki samemu, ponad 8% wśród znajomych, a ponad 3% w innym gronie (ryc. 5).

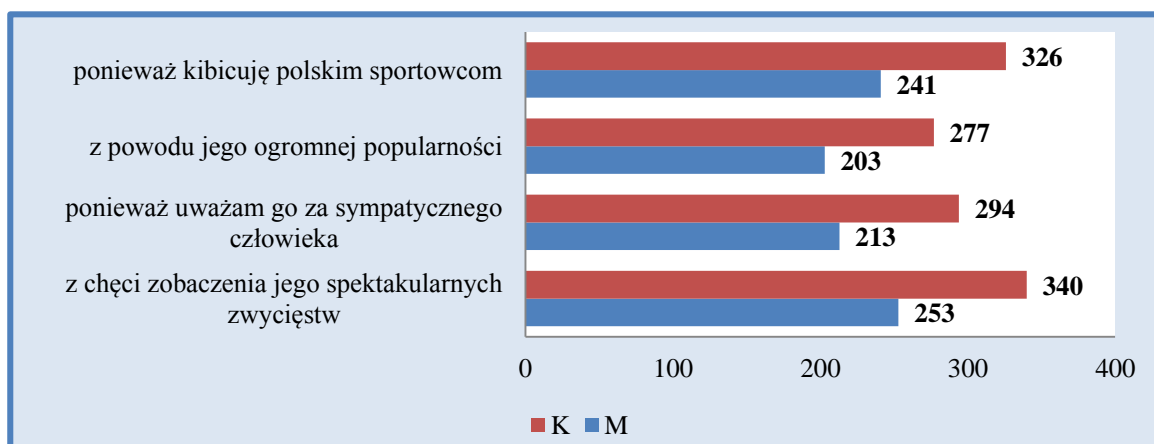


Ryc. 6. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że sukcesy i popularność Adama Małysza wpłynęły na zainteresowanie skokami narciarskimi w Polsce?
(Źródło: opracowanie własne)

Ze stwierdzeniem, że sukcesy i popularność Adama Małysza wpłynęły na zainteresowanie skokami narciarskimi w Polsce zdecydowanie zgodziło się ponad 80% kobiet. Ponad 13% odpowiedziało *raczej się zgadzam*, niespełna 4% kobiet zdecydowanie nie zgadza się z tym

stwierdzeniem, nieco ponad 1% opowiedziało się za opcjami: *trudno powiedzieć* i *raczej się nie zgadzam* (ryc. 6).

Z powyższym stwierdzeniem zdecydowanie zgadza się ponad 91% mężczyzn. Ponad 5% raczej się zgadza, blisko 2% zdecydowanie się nie zgadza, tyle samo nie ma zdania.

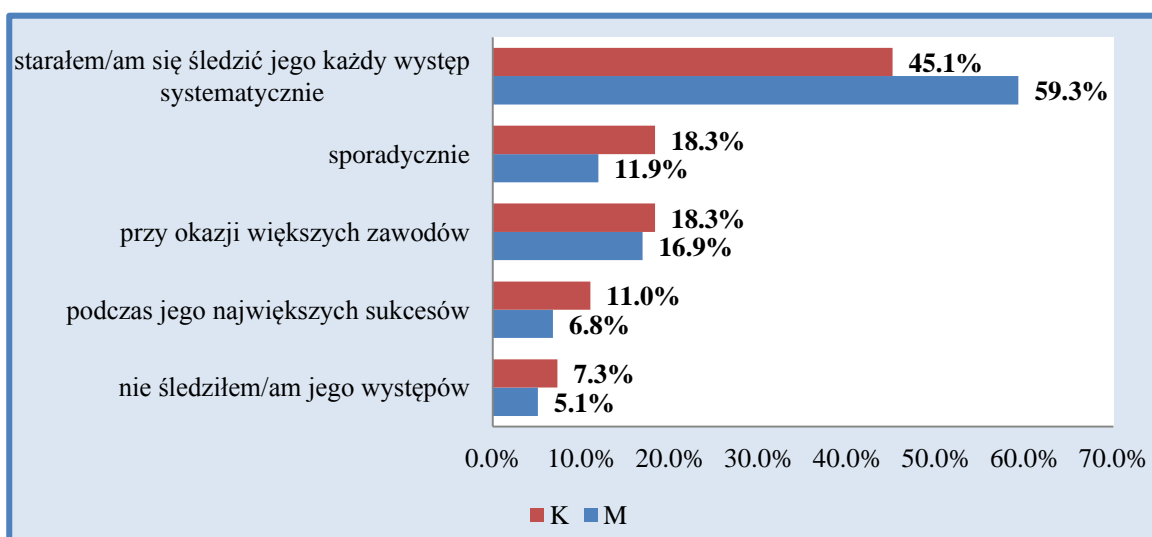


Ryc. 7. Jak często śledziłeś/aś występy Adama Małysza, kiedy osiągał sukcesy na narciarskich skoczniach?

(Źródło: opracowanie własne)

Na pytanie o częstotliwość śledzenia występów Adama Małysza, kiedy skoczek odnosił największe sukcesy, ponad 45% kobiet odpowiedziało, że śledziło każde zawody systematycznie. Ponad 18% kobiet oglądało występy skoczka sporadycznie oraz przy okazji większych zawodów. 11% pań śledziło największe sukcesy Małysza, a ponad 7% nie śledziło jego kariery.

Występy Małysza systematycznie oglądało ponad 59% mężczyzn, przy okazji większych zawodów niespełna 17%, a sporadycznie blisko 12%. Najrzadziej mężczyźni oglądali występy Małysza przy okazji jego największych sukcesów (prawie 7%), a brak zainteresowania jego występami zadeklarowało ponad 5% ankietowanych mężczyzn (ryc. 7).



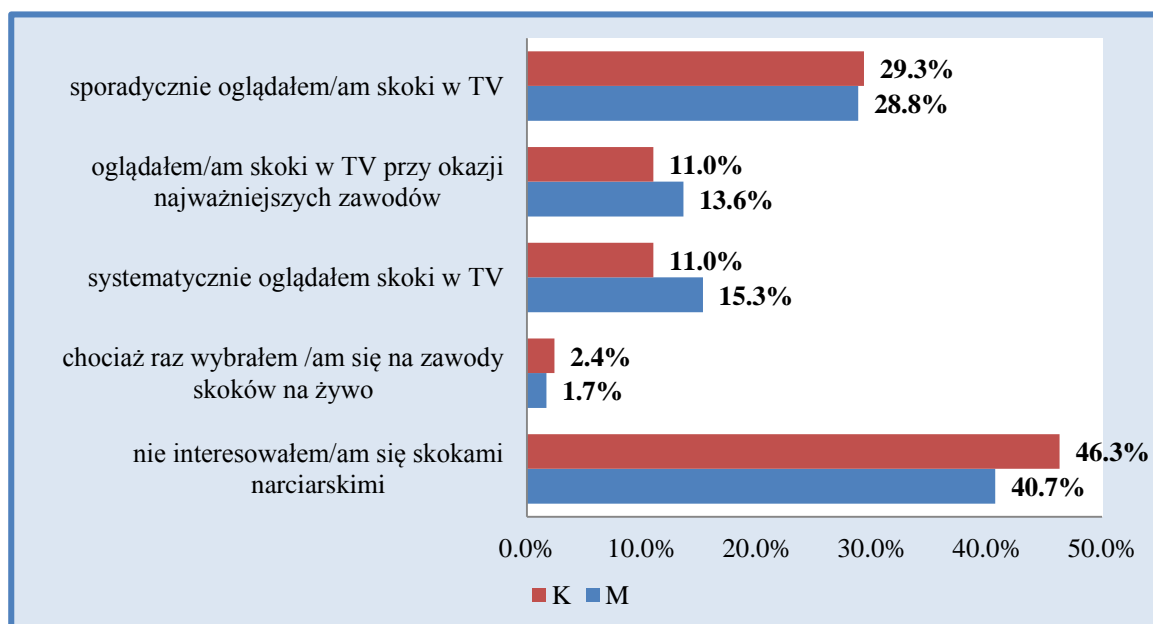
Ryc. 8. Wskaż powody, dla których śledziłeś/aś występy Adama Małysza podczas konkursów skoków narciarskich.

(Źródło: opracowanie własne)

Pytanie o powody śledzenia występów Adama Małysza jest przykładem pytania z rangą, gdzie do odpowiedzi należało przydzielić odpowiednią ilość punktów: 1 – najmniejsza wartość, 5 – największa wartość.

Kobiety przyznały największą ilość odpowiedzi: *z chęci zobaczenia jego spektakularnych zwycięstw* (suma punktów 340), drugim w kolejności powodem podanym przez kobiety okazało się kibicowanie polskim sportowcom (326). W dalszej kolejności kobiety kibicują Małyszowi ze względu na jego osobowość (294). Najmniejszą wartość kobiety przyznały odpowiedzi: *z powodu jego ogromnej popularności* (277).

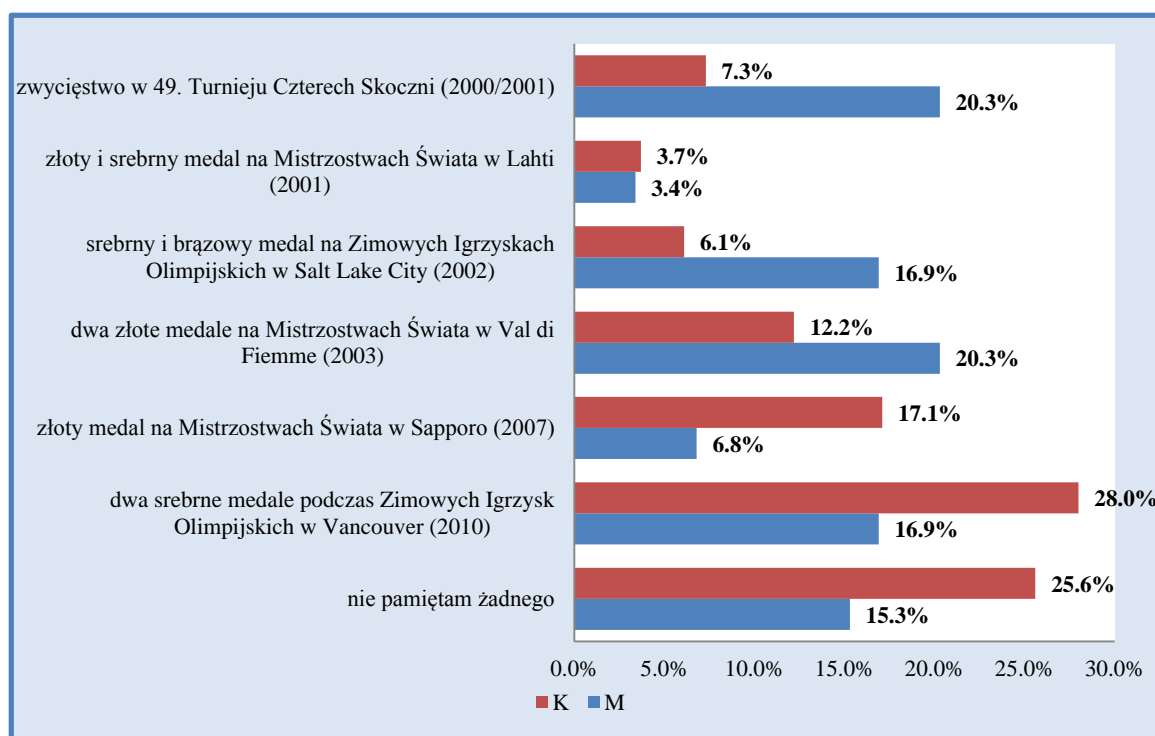
Mężczyźni również za najważniejszy powód wybrali chęć zobaczenia spektakularnych zwycięstw Małysza (253). W dalszej kolejności mężczyźni typowali: kibicowanie polskim sportowcom (241), sympatyczna osobowość skoczka (213) i popularność Małysza (203) (ryc. 8).



Ryc. 9. W jaki sposób interesowałeś/aś się skokami narciarskimi przed sukcesami Adama Małysza?
(Źródło: opracowanie własne)

Ponad 46% kobiet nie interesowało się skokami narciarskimi przed sukcesami Adama Małysza i „małyszomanią”. Ponad 29% kobiet oglądało skoki sporadycznie, 11% systematycznie i przy okazji najważniejszych zawodów. Nieco ponad 2% uczestniczyło w konkursie skoków narciarskich na żywo.

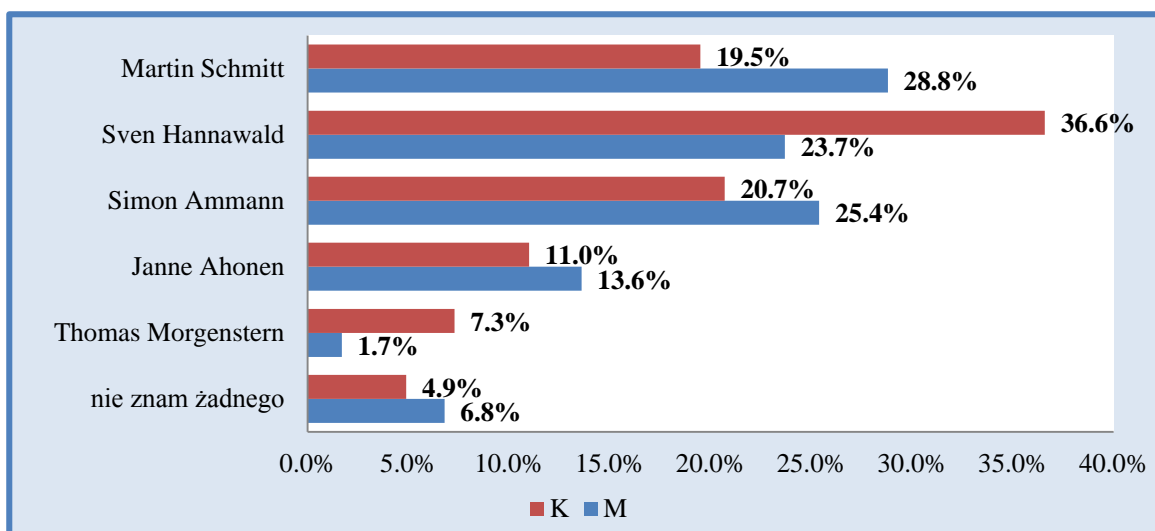
Ponad 40% mężczyzn nie interesowało się skokami przed sukcesami Małysza, blisko 29% oglądało skoki sporadycznie, ponad 15% systematycznie śledziło skoki, blisko 14% oglądało tylko najważniejsze zawody. Blisko 2% mężczyzn chociaż raz oglądało konkurs skoków narciarskich na żywo (ryc. 9).



Ryc. 10. Który z sukcesów Adama Małysza najbardziej zapadł Ci w pamięć?
(Źródło: opracowanie własne)

Na pytanie o najbardziej zapamiętany sukces Adama Małysza kobiety najczęściej wskazywały występ skoczka na ostatnich Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Vancouver (dwa srebrne medale) (28%). Blisko 26% kobiet nie zapamiętało żadnego sukcesu skoczka, ponad 17% kobiet wybrało złoty medal podczas Mistrzostw Świata w Sapporo, ponad 12% zapamiętało występ Małysza na Mistrzostwach Świata w Val di Fiemme (dwa złote medale). Ponad 7% kobiet zapamiętało najbardziej pierwszy sukces skoczka – zwycięstwo w 49. Turnieju Czterech Skoczni. Ponad 6% kobiet wskazało występ Małysza na Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Salt Lake City. Ankietowane kobiety w najmniejszym stopniu zapamiętały występ Małysza na Mistrzostwach Świata w Lahti (złoty i srebrny medal) (ponad 3%).

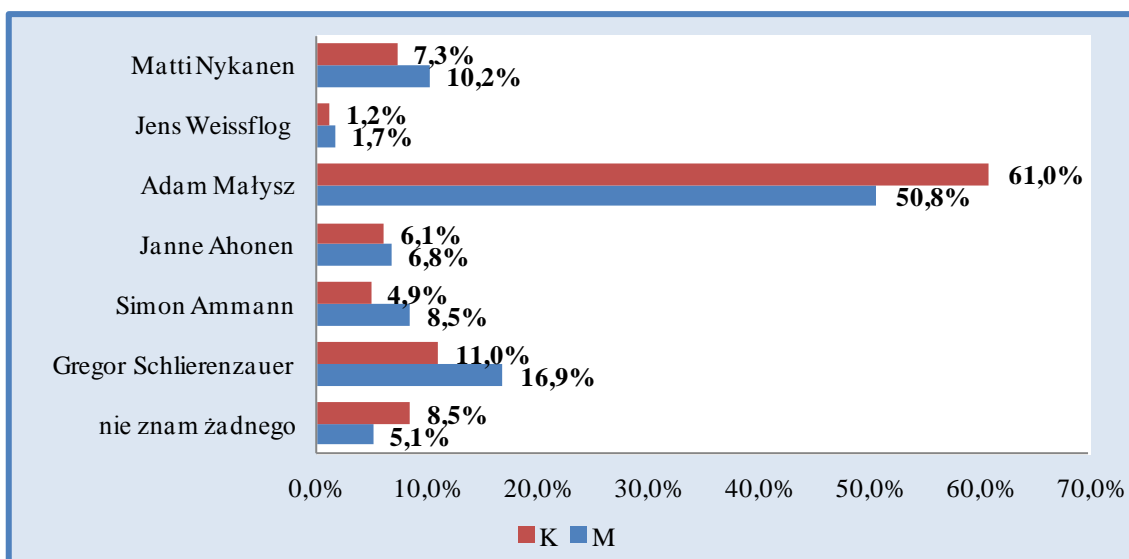
Zdaniem ankietowanych mężczyzn najbardziej zapamiętamy występ Małysza to start na Mistrzostwach Świata w Val di Fiemme i zwycięstwo w 49. Turnieju Czterech Skoczni (po ponad 20%). Blisko 17% mężczyzn wskazało na występy Małysza na igrzyskach olimpijskich w Salt Lake City i Vancouver. Ponad 15% mężczyzn nie zapamiętało żadnego sukcesu, blisko 7% wskazało występ Małysza w Sapporo. Mistrzostwa Świata w Lahti były zapamiętane w najmniejszym stopniu (ponad 3%) (ryc. 10).



Ryc. 11. Kto, według Ciebie, był największym rywalem Adama Małysza podczas jego narciarskiej kariery?
(Źródło: opracowanie własne)

Zdaniem ankietowanych kobiet największym rywalem Adama Małysza był Sven Hannawald (niespełna 37%). Kolejno kobiety typowały: Simona Ammanna (blisko 21%), Martina Schmitta (prawie 20%), Janne Ahonena (11%), i Thomasa Morgensterna (ponad 7%). Prawie 5% kobiet nie zna żadnego z rywali Małysza.

Mężczyźni największym rywalem Małysza orzekli Martina Schmitta (prawie 29%). Simon Ammann uzyskał ponad 25% głosów mężczyzn, a Sven Hannawald prawie 24%. Ponad 13% ankietowanych mężczyzn opowiedziało się za Janne Ahonenem, a blisko 7% nie pamięta żadnego rywala Małysza. Blisko 2% mężczyzn za największego rywala polskiego skoczka typuje Morgensterna (ryc. 11).

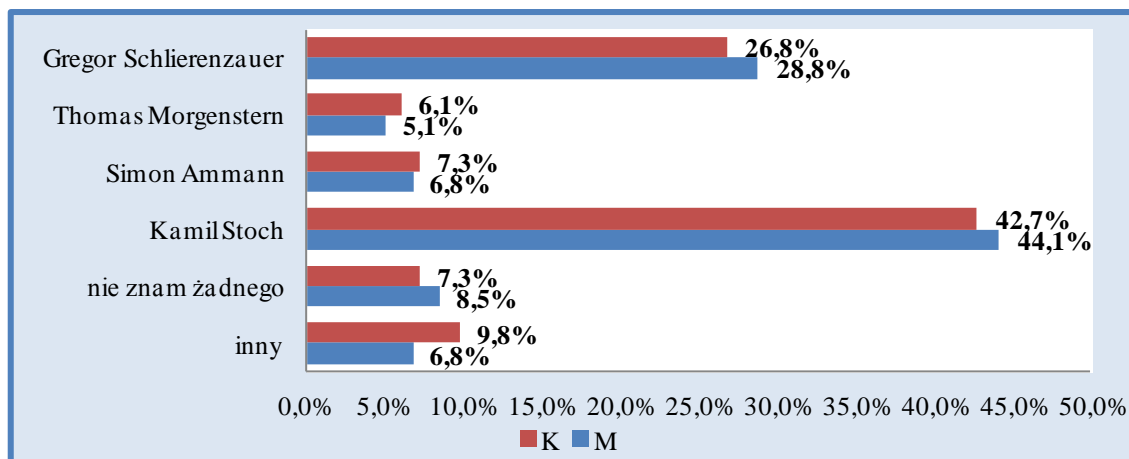


Ryc. 12. Kogo uważasz za najlepszego skoczka w historii skoków narciarskich?
(Źródło: opracowanie własne)

Najlepszym skoczkiem w historii skoków narciarskich kobiety orzekły Adama Małysza (61%). W dalszej kolejności kobiety typowały: Gregora Schlierenzauera (11%), ponad 8% nie

wytypowało żadnego skoczka, ponad 7% orzekło Mattiego Nykaenena, ponad 6% Janne Ahonena, niespełna 5% Simona Ammanna. Najmniej kobiet typuje Jensa Weissfloga (nieco ponad 1%) (ryc. 12).

Mężczyźni również wybrali najlepszym skoczkiem w historii Adama Małysza (blisko 51%), spore uznanie uzyskał też Gregor Schlierenzauer (prawie 17%). Ponad 10% mężczyzn wytypowało Mattiego Nykaenena, ponad 8% Simona Ammanna. Blisko 7% ankietowanych mężczyzn wybrało najlepszym skoczkiem Janne Ahonena. Nieco ponad 5% nie wybrało żadnego ze skoczków, a najmniejszym poparciem cieszy się Jens Weissflog (prawie 2%).

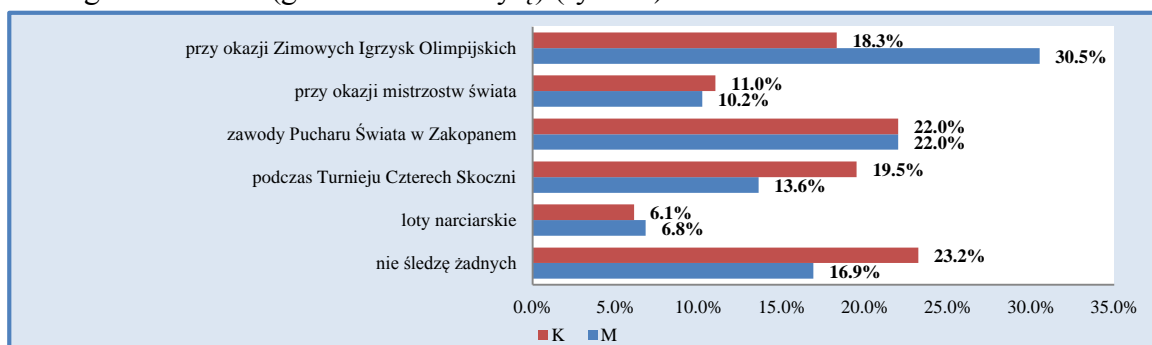


Ryc. 13. Kto, według Ciebie, będzie faworytem podczas najbliższych Igrzysk Olimpijskich w Soczi (2014)?

(Źródło: opracowanie własne)

Na pytanie o faworyta najbliższych igrzysk olimpijskich kobiety najczęściej typowały Kamila Stocha (prawie 43%) i Gregora Schlierenzauera (blisko 27%). Niespełna 10% kobiet typuje innego zawodnika (głównie Piotra Żyłę). Ponad 7% kobiet stawia na Simona Ammanna, tyle samo kobiet nie zna żadnego z podanych skoczków. Najmniej kobiet stawia na Thomasa Morgensterna (nieco ponad 6%).

Ankietowani mężczyźni również stawiają na Kamila Stocha (ponad 44%) i Schlierenzauera (blisko 29%). Ponad 8% nie zna żadnego z podanych skoczków. Mniejszym poparciem ankietowanych mężczyzn cieszy się Simon Ammann (prawie 7%). Tyle samo mężczyzn stawia na innego zawodnika (głównie Piotra Żyłę) (ryc. 13).

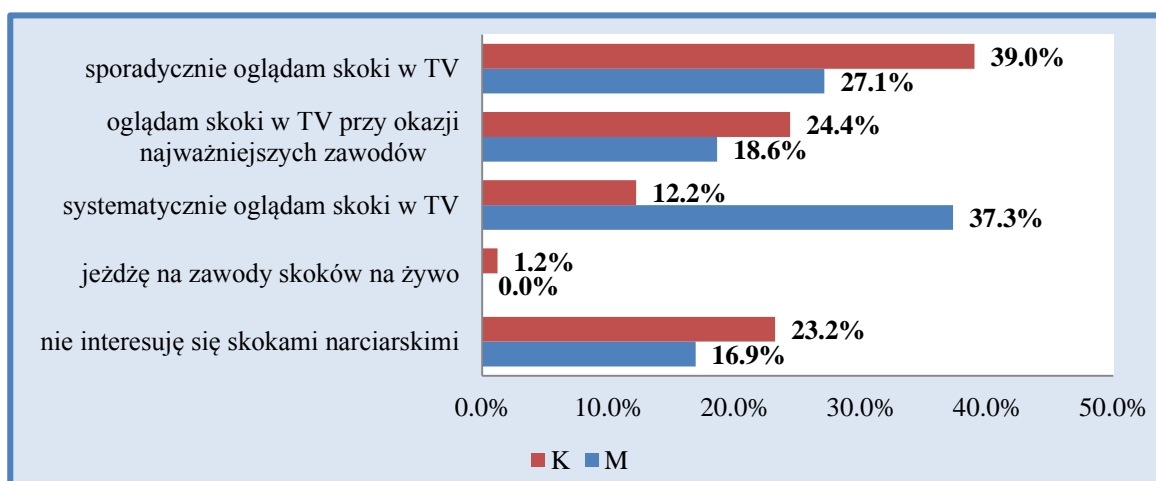


Ryc. 14. Jakie konkursy skoków narciarskich śledzisz z największą uwagą?

(Źródło: opracowanie własne)

Na pytanie: *jakie konkursy skoków narciarskich śledzisz z największą uwagą?* ponad 23% kobiet odpowiedziało, że nie śledzą żadnych z podanych zawodów. 22% kobiet śledzi zawody Pucharu Świata rozgrywane w Zakopanem, blisko 20% kobiet wybiera Turniej Czterech Skoczni, ponad 18% zimowe igrzyska olimpijskie, a 11% ogląda skoki przy okazji mistrzostwa świata. Najmniej ankietowanych kobiet (6%) preferuje loty narciarskie.

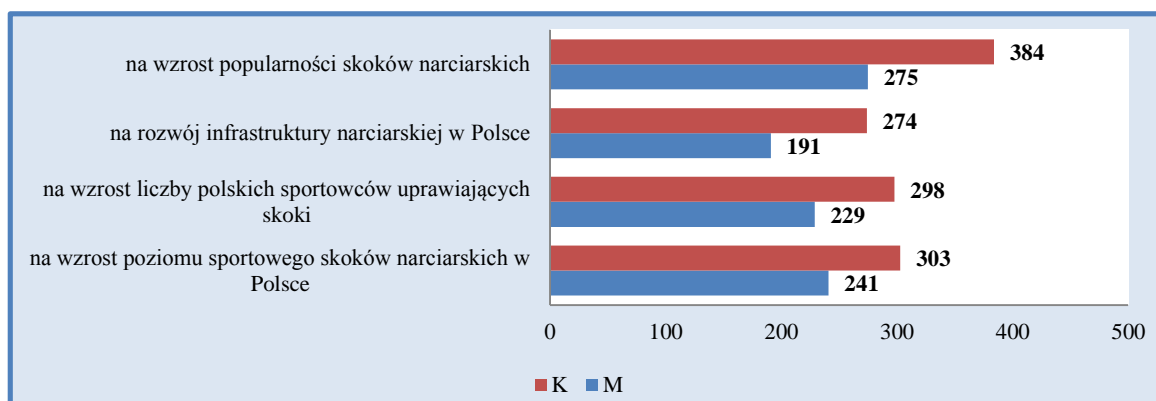
Mężczyźni najchętniej śledzą skoki podczas igrzysk olimpijskich (ponad 30%) i Puchar Świata w Zakopanem (22%). Prawie 17% mężczyzn nie śledzi żadnych z podanych zawodów, blisko 14% wybiera Turniej Czterech Skoczni, ponad 10% mistrzostwa świata. Najmniejszym poparciem wśród mężczyzn cieszą się loty (niespełna 7%) (ryc. 14).



Ryc. 15. Obecnie, kiedy Adam Małysz zakończył narciarską karierę, w jaki sposób interesujesz się skokami narciarskimi?
(Źródło: opracowanie własne)

Kolejne pytanie dotyczyło częstotliwości zainteresowania skokami po zakończeniu kariery przez Adama Małysza. 39% kobiet orzekło, że sporadycznie ogląda skoki w TV. Ponad 24% kobiet ogląda skoki przy okazji najważniejszych zawodów, ponad 23% nie interesuje się skokami. Systematyczne oglądanie skoków deklaruje ponad 12% ankietowanych kobiet. Ponad 1% kobiet jeździ na konkursy skoków narciarskich.

Ankietowani mężczyźni zdecydowanie systematycznie oglądają skoki w TV (ponad 37%), ponad 27% ogląda konkursy sporadycznie, blisko 19% śledzi najważniejsze zawody, a niespełna 17% nie interesuje się skokami narciarskimi (ryc. 15).

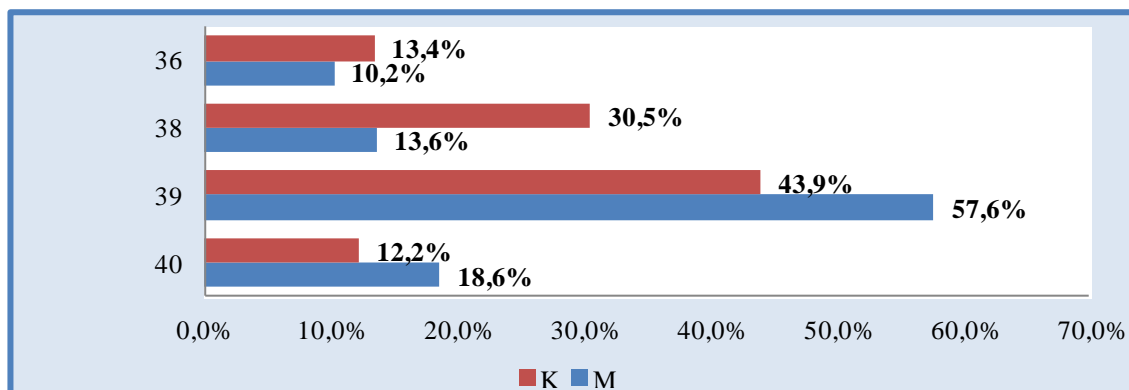


Ryc. 16. Na co, Twoim zdaniem, najbardziej wpłynęły sukcesy Adama Małysza?

(Źródło: opracowanie własne)

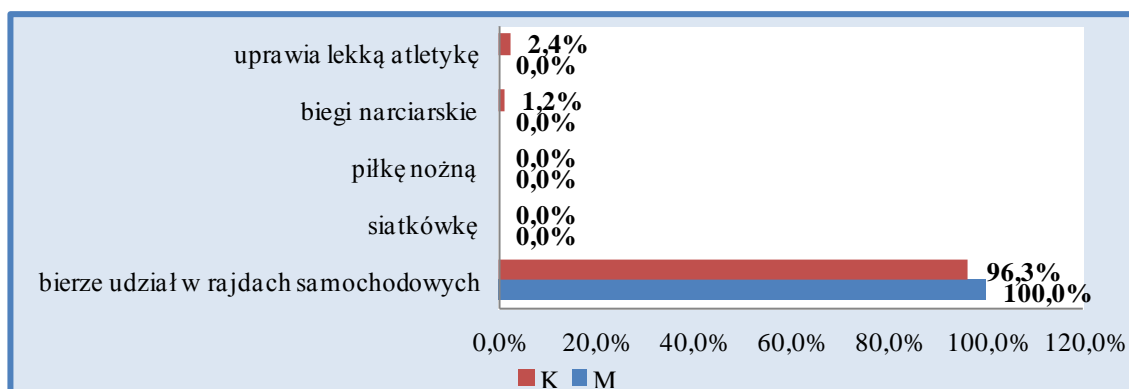
Pytanie, którego wyniki przedstawia rycina 15, jest pytaniem z rangą. Zdaniem kobiet sukcesy Adama Małysza najbardziej wpłynęły na wzrost popularności skoków narciarskich (suma punktów 384). Kolejnym owocem „małyszomanii”, zdaniem ankietowanych kobiet jest wzrost poziomu sportowego polskich skoków narciarskich (303), wzrost liczby polskich skoczków (298). Kobiety orzekły, że sukcesy Małysza najmniej wpłynęły na rozwój infrastruktury narciarskiej w Polsce (274).

Ankietowani mężczyźni również opowiedzieli, że największym owocem sukcesów Adama Małysza jest wzrost popularności skoków narciarskich (275). Jako drugą wartość wskazali wzrost poziomu sportowego skoków narciarskich w Polsce (241). Mniej punktów otrzymały odpowiedzi: wzrost liczby polskich skoczków narciarskich (229) i rozwój infrastruktury narciarskiej w Polsce (191) (ryc. 16).



Ryc. 17. Ile zwycięstw w konkursach Pucharu Świata ma na swoim koncie Adam Małysz?
(Źródło: opracowanie własne)

Kolejne pytanie jest pytaniem o fakty, tzn. o ilość zwycięstw Adama Małysza w konkursach Pucharu Świata. Poprawną odpowiedź – 39 zwycięstw – podało prawie 44% kobiet. 39 zwycięstw wskazało niespełna 57% ankietowanych mężczyzn (ryc. 17).



Ryc. 18. Czym aktualnie zajmuje się Adam Małysz?
(Źródło: opracowanie własne)

Ostatnie pytanie również jest pytaniem o fakty – aktualne zajęcie Adama Małysza. Poprawną odpowiedź (rajdy samochodowe) wskazało ponad 96% kobiet.

Ankietowani mężczyźni byli bezbłędni. Wszyscy zgodnie potrafili udzielić właściwą odpowiedź, że bierze udział w rajdach samochodowych (ryc. 18).

8. Podsumowanie i wnioski

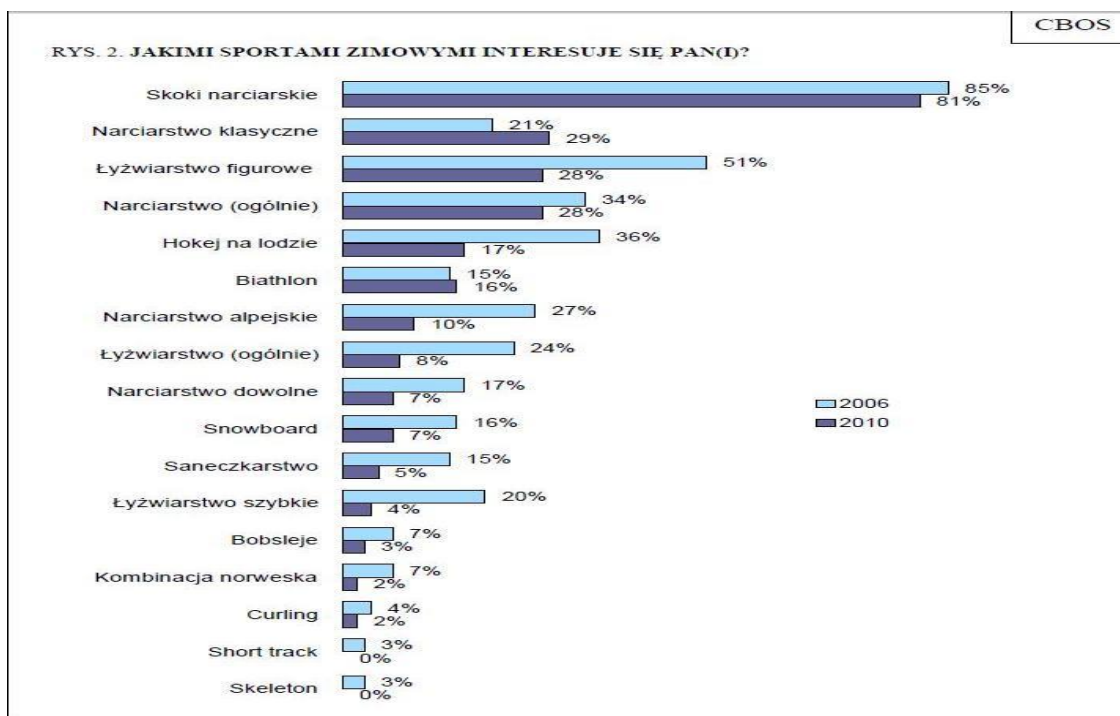
Dyskusja w procesie badawczym jest swego rodzaju konwersacją nad omawianą tematyką i przytaczaniem wniosków innych badaczy. Pogląd na popularność skoków narciarskich i osoby Adama Małysza dają liczne sondaże badające opinię publiczną. Poniżej zaprezentowano najważniejsze wyniki badań z krótkimi komentarzami.



Odpowiedzi udzielały osoby zainteresowane sportem w dużym lub bardzo dużym stopniu, N=651

Ryc. 19. Popularność zimowych dyscyplin olimpijskich w Polsce, sondaż CBOS
(Źródło: <http://www.cbos.pl>)

W sondażu przeprowadzonym przez CBOS, zarówno w 2006 jak i 2010 roku, najbardziej popularnym zimowym sportem były skoki. Potwierdza to tezę, że skoki narciarskie od lat są w czołówce najbardziej popularnych dyscyplin sportowych w Polsce, a wśród zimowych są zdecydowanym liderem (ryc. 19).



Ryc. 20. Popularność dyscyplin sportowych w Polsce, sondaż TNS OBOP
(Źródło: <http://www.obop.com.pl/>)

Sondaż TNS OBOP, przeprowadzony od marca do listopada 2011 roku, badał popularność wszystkich dyscyplin sportowych w Polsce. W tym zestawieniu na pytanie „jakimi sportami się interesujesz?” za skokami narciarskimi opowiedziało się 21% ankietowanych. Lepszy wynik zanotowała tylko piłka nożna (34%) i siatkówka (30%) (ryc. 20).



Ryc. 21. Popularność dyscyplin sportowych w Polsce w 2012 roku, sondaż ARC Rynek i Opinia
(Źródło: <http://www.arc.com.pl/>)

W szeroko prowadzonym sondażu ARC Rynek i Opinia badano m.in. popularność dyscyplin sportowych i polskich sportowców w roku 2012. Tu wyniki są podobne: skoki narciarskie zajmują 3 lokatę za piłkę nożną i siatkówką. W 2011 skoki wyprzedzały piłkę siatkową i były drugą – po futbolu – najbardziej popularną dyscypliną sportową. Warto wspomnieć, że piłka nożna, bez względu na wyniki polskiej reprezentacji, od lat nie schodzi z pierwszego miejsca pod względem popularności sportów w Polsce. Wyjątkiem były lata wybuchu „małyszomanii”, kiedy skoki wyprzedzały w tym zestawieniu piłkę nożną (ryc. 21).



Ryc. 22. Popularność polskich sportowców w roku 2012, sondaż ARC Rynek i Opinia
(Źródło: <http://www.arc.com.pl/>)

Sondaż ARC Rynek i Opinia przeprowadził także badanie popularności polskich sportowców. Od lat najbardziej popularnym sportowcem w Polsce – pomimo zakończenia kariery skoczek – jest Adam Małysz. „Orzeł z Wisły”, co prawda stracił na popularności w porównaniu z rokiem 2011, ale nadal lideruje w zestawieniu przed Robertem Lewandowskim, Robertem Kubicą, Tomaszem Adamkiem i Justyną Kowalczyk.

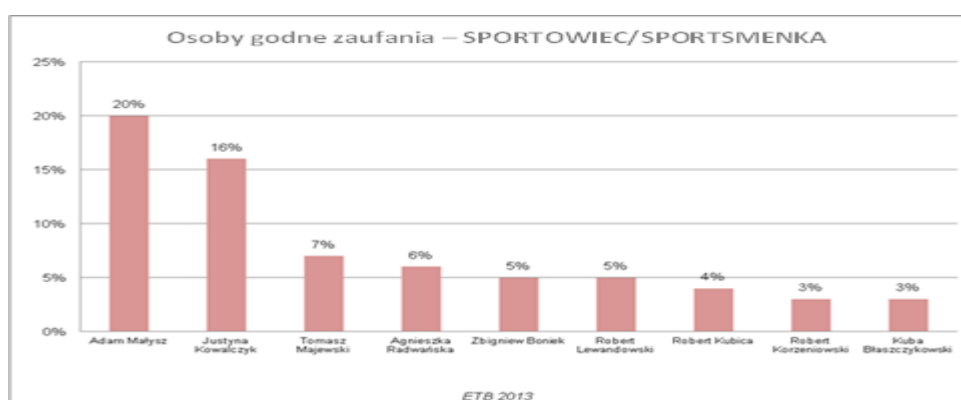
Aleksandra Brzozowska z ARC Rynek i Opinia tak komentuje wyniki sondażu: *Na pierwszym miejscu znajomości w dalszym ciągu króluje Adam Małysz. Mniej osób wymieniło tego sportowca, natomiast cały czas jest on liderem naszego zestawienia – rankingu najpopularniejszych sportowców. Mimo że wycofał się z kariery sportowej skoczka narciarskiego, to cały czas jest aktywny jako sportowiec, cały czas słyszymy o jego planach zrealizowanych, bądź mających się w przyszłości zrealizować, dotyczących udziału w rajdzie Dakar, sportach rajdowych, więc postać ta przewija się przez media* (<http://www.arc.com.pl/>).

Tab. 5. Transmisje cieszące się największą oglądalnością w historii polskiej telewizji

Lp.	Stacja	Program		Data	AMR	SHR %	RCH
1	TVP1	ZIMOWE IGRZYSKA OLIMPIJSKIE W SALT LAKE CITY 2002	TRANSMISJA	10-02-2002	11166474	64,757	20640388
2	TVP1	ZIMOWE IGRZYSKA OLIMPIJSKIE W SALT LAKE CITY 2002	TRANSMISJA	13-02-2002	13259612	75,146	20455135
3	TVP1	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM	VAL DI FIEMME	28-02-2003	11460787	66,366	19478572
4	TVP1	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH	ZAKOPANE	18-01-2003	12197144	71,046	19299869
5	TVP1	MISTRZOSTWA EUROPY W PILCE NOZNEJ - EURO 2012 /TRANSMISJA/	POLSKA - ROSJA	12-06-2012	13574354	75,356	18828889
6	TVP1	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM	VAL DI FIEMME	23-02-2003	10158697	59,024	18780373
7	TVP1	TRANSMISJA UROCZYSTOSCI POGRZEBOWYCH JANA PAWLA II		08-04-2005	12052583	50,587	18553584
8	TVP1	MISTRZOSTWA ŚWIATA W NARCIARSTWIE KLASYCZNYM	VAL DI FIEMME	22-02-2003	10661695	62,968	18406978
9	TVP1	PUCHAR ŚWIATA W SKOKACH NARCIARSKICH	ZAKOPANE	18-01-2004	10394474	60,851	18204390
10	TVP1	MISTRZOSTWA EUROPY W PILCE NOZNEJ - EURO 2012 /TRANSMISJA/	POLSKA - GRECJA	08-06-2012	12769152	79,172	17990858

(Źródło: <http://www.skijumping.pl/>)

Od czasów „małyszomanii”, transmisje skoków narciarskich należały do wydarzeń, które w polskiej telewizji śledzi miliony widzów. Biorąc pod uwagę średnią oglądalność transmisji, od początku wprowadzenia pomiarów telemetrycznych największym wynikiem może poszczycić się konkurs rozgrywany podczas Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Salt Lake City. Konkurs na dużej skoczni przyciągnął wówczas 13,8 mln Polaków (dokładnie finałowa seria konkursu – 13.02.2002 r.). Jest to – według różnych źródeł – drugi bądź trzeci wynik pośród wszystkich emitowanych do tej pory programów w historii. Większą widownię posiadały jedynie transmisje meczów Polaków: z Grecją i Rosją na EURO 2012. Biorąc jednak pod uwagę nie średnią liczbę widzów, lecz tych, którzy oglądali dany program przez przynajmniej minutę, konkursy z Adamem Małyszem nie mają sobie równych i zajmują pierwsze cztery miejsca w zestawieniu. Kolejno dwa konkursy indywidualne z Salt Lake City (10 i 13 lutego 2002 r.), konkurs na normalnej skoczni na mistrzostwach świata w Val di Fiemme (28.02.2003 r.) i zawody w Zakopanem (18.01.2003 r.). Najlepszy wynik to ponad 20,64 mln widzów. Dopiero piąty w rankingu jest wynik meczu Polska – Rosja 18,83 mln. Badanie przeprowadziła firma *AtMedia* na podstawie badań *Nielsen Audience Measurement* (grupa powyżej 4 roku życia) (*Baranowska*, <http://www.rp.pl/>).



Ryc. 23. Polscy sportowcy darzeni największym zaufaniem
(Źródło: <http://informacje.havaspr.pl>)

Według badania *European Trusted Brands* przeprowadzonego przez *Reader's Digest* w 2013 roku Adam Małysz jest sportowcem, który zasługuje na największe zaufanie Polaków. Opowiedziało się za tym 20% badanych. Małysz za plecami zostawił mistrzów olimpijskich: Justynę Kowalczyk (16%) i Tomasza Majewskiego (7%). Potwierdza to tezę, że na popularność „Orla z Wisły” wpłynęło także jego usposobienie i autentyczność, dzięki którym znajduje zaufanie wśród Polaków.

Zostały również przeprowadzone wywiady z Adamem Małyszem oraz Piotrem Szarzecem – założycielem i prezesem fanklubu Adam Małysza *Bocian*. Oto ich przebieg:

Wywiad z Adamem Małyszem

Lukasz Rząd: Witam Panie Adamie. Wywiad przeprowadzany jest w celu badań do pracy magisterskiej badającej wpływ Pana sukcesów na skoki narciarskie.

Adam Małysz: Bardzo mi miło.

L. Rz.: Na początek proszę powiedzieć jaką formę aktywności preferuje Pan w czasie wolnym? Oczywiście oprócz rajdów samochodowych.

A. M.: Jest wiele tej aktywności. Najchętniej gram w siatkówkę, piłkę nożną i jazdę na rowerze.

L. Rz.: Który z Pana sukcesów jest dla Pana najważniejszy, taki, który Pan najbardziej zapamiętał?

A. M.: Staram się nigdy tego nie dzielić, ponieważ dla mnie zawsze najważniejsza była całość, ogół kariery. Oprócz tego ważny jest czas utrzymywania dobrej dyspozycji, okres trwania sukcesu, bo można nagle wybuchnąć z formą, a za chwilę może być już gorzej.

L. Rz.: Czy sądzi Pan, że Pana sukces wpłynął znacząco na młodych zawodników?

A. M.: Mam taką nadzieję. Myślę, że sporo młodych zawodników zaczęło swoją przygodę ze skokami właśnie po moich sukcesach. Grupa skoczków, która obecnie występuje w reprezentacji, na pewno do niej się zalicza. Bardzo się cieszę, że tak się stało.

L. Rz.: Kogo uważa Pan za najlepszego skoczka w historii?

A. M.: W tym momencie na pewno Gregor Schlierenzauer.

L. Rz.: A w ogóle?

A. M.: Też uważam, że Gregor. Do niedawna najlepszy był Matti Nykaenen, ale sądzę, że teraz Austriak jest lepszy.

L. Rz.: Kogo Pan uważa za największego faworyta najbliższych Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Soczi?

A. M.: Oj, nie da się tego tak łatwo określić. W ostatnim czasie dużo w skokach się zmieniło. Przede wszystkim przepisy. Efektem tego jest znacznie większa losowość w wynikach konkursów, loteria. Czasami jest tak, że jeden skoczek jest „w gazie”, a z kolei w następnym konkursie rozgrywanym w innych warunkach, przy odmiennych podliczeniach za wiatr i generalnie przy różnicowanej punktacji sędziowskiej wygrywa ktoś inny. Ale na pewno „nasi” będą faworytami patrząc na ich osiągnięcia z tego roku.

L. Rz.: Jak przeżywał Pan popularność w czasie największych sukcesów, a jak teraz? Jaka jest różnica w zjawisku popularności?

A. M.: Różnica jest spora. Jednak cieszę się, że zostałem w sporcie, bo nadal żyję „duchem sportu”. Obecnie popularność troszkę się uspokoiła, mam więcej spokoju i czasu na to, aby skoncentrować się i trenować w się rajdach samochodowych.

L. Rz.: Czy popularność pomogła Panu w osiągnięciu sukcesów? Była motywacją czy raczej przeszkadzała?

A. M.: Bardzo różnie to wyglądało. Raz pomogła, raz przeszkadzała. Były momenty, kiedy człowiek chciał odpocząć, a po prostu nie było na to czasu. Nie zawsze popularność idzie w parze z odpowiednią możliwością przygotowywania się do startów. Z drugiej strony zyskuje na tym dyscyplina sportu, bo staje się bardziej znana, ludzie się zaczynają ją interesować i – niewątpliwie – jest atrakcyjniejsza.

L. Rz.: I ostatnie pytanie: jak można jeszcze bardziej spopularyzować skoki narciarskie?

A. M.: Myślę, że nie trzeba ich już bardziej popularyzować. Są wystarczająco popularne.

L. Rz.: Dziękuję pięknie za rozmowę.

A. M.: Również dziękuję.

Wywiad z Piotrem Szarzecem – założycielem i prezesem fanklubu Adam Małysza *Bocian* mieszczącego się w pubie *U Bociana* we

Wiśle

Lukasz Rząd: Witam Panie Piotrze. Wywiad przeprowadzany jest w celu badań do mojej pracy magisterskiej badającej wpływ sukcesów Adama Małysza na skoki narciarskie. Dziękuję Panu za poświęcony mi czas. Z pewnością Pana wypowiedzi podniosą wartość mojej pracy i pomogą w opisanii odpowiednich wniosków. Proszę powiedzieć nieco o historii powstania pierwszego na świecie fanklubu najlepszego polskiego skoczka narciarskiego.

Piotr Szarzec: To dość długa historia... Zaczęń od tego, że środowisko związane z fanklubem jest blisko spokrewnione z Adamem, z rodziną Małyszów i Szurców. Są to jego krewni, sąsiedzi, znajomi. Moja żona jest pierwszą kuzynką Jasia Szurca (Jerzy Szurc – wujek i pierwszy trener Małysza, przyp. autora). Już kiedy Adam był małym brzdącem, to organizowaliśmy u jego rodziców na działce „turniej czterech skoczni”. Wtedy w Adamie dostrzegaliśmy wielki talent. Następnie obserwowaliśmy karierę Małysza. I kiedy Adam zaczął odnosić pierwsze sukcesy, jeszcze nie te największe, ale pierwsze mistrzostwa Polski, dobre występy w Thunder Bay, zaczęliśmy wierzyć, że coś z tego będzie. Wtedy zaczęliśmy jeździć za Adamem na mistrzostwa Polski do Zakopanego i w inne miejsca. Pamiętam, że zrobiliśmy napis na prześcieradle „Adam królem jest i basta”. Apoloniusz Tajner, kiedy się spotykaliśmy, mówił, że na treningach jest niesamowity i tuż tuż może eksplodować. No i – tak jak pamiętamy – eksplodował na Turnieju Czterech Skoczni (początek 2001 roku, przyp. autora). Wówczas w pobliskim pubie *U Bociana*, postanowiliśmy oficjalnie założyć fanklub *Bocian*. I tak się złożyło, że mój ojciec zaproponował moją osobę na prezesa fanklubu, a ja powiedziałem „to ty musisz być prezesem honorowym”.

L. Rz.: Niesamowita historia. Ta pasja kibicowania Adamowi towarzyszyła wam praktycznie przez całą jego karierę. Proszę powiedzieć, jak funkcjonował fanklub podczas kariery Małysza?

P. Sz.: No, potem zaczęły dziać się przedziwne rzeczy. Często odwiedzała nas telewizja, nie tylko polska, ale i z innych krajów. Ludzie byli ciekawi miasta, z którego pochodzi Adam i chcieli poznać naszego *Bociana*. Wtedy myśleliśmy o szerszej działalności. Zawiązaliśmy współpracę z pewną firmą z Poznania, która produkowała dla nas gadżety – czapeczki, koszulki, kurtki, itp.

L. Rz.: Ilu członków liczy fanklub?

P. Sz.: To dość skomplikowana sprawa, bo wraz z sukcesami Adama, coraz więcej osób chciało dołączyć do *Bociana*. Przyznam szczerze, że nie byliśmy zbyt chętni, aby obcy dołączali w nasze szeregi. Co prawda nie prowadziliśmy żadnej oficjalnej ewidencji, ale każdy kto przyjeżdżał do Wisły, chciał się do nas przyłączyć. Wiadomo, że wiązało się to z kosztami i nie było nas stać na taką otwartość. W szczytowym momencie fanklub liczył około 60-70 członków.

L. Rz.: A proszę zdradzić jak była frekwencja w pubie podczas konkursów z udziałem Adama Małysza.

P. Sz.: *Wie pan, w pubie jest miejsc około 30 miejsc siedzących. Kiedy odbywał się konkurs skoków w randze Pucharu Świata, widzów było około 60. W czasie największych imprez typu igrzyska olimpijskie lub mistrzostwa świata, to kibiców było 3 razy tyle. Pub pękał w szwach! Właściciele w takich momentach zmuszeni byli zamykać lokal, bo ścisk był niesamowity. Ludzi oglądali konkurs nawet przez okna.*

Ł. Rz.: *Fascynująca historia. Panie Piotrze, proszę teraz powiedzieć, jak wygląda teraz funkcjonowanie fanklubu?*

P. Sz.: *Wie pan, już podczas kariery Adama spotykaliśmy się na wspólnym oglądaniu innych wydarzeń sportowych. Skoki to sport zimowy, a w innych okresach oglądaliśmy występy Polaków w piłce nożnej, piłce ręcznej, z zwłaszcza siatkówce. Do dziś ten zwyczaj zachowujemy. Wiadomo, że wraz z osłabieniem „małyszomanii” frekwencja w pubie spadła, ale nadal jesteśmy aktywni.*

Ł. Rz.: *Wspomniał pan, że jeździliście za Adamem na konkursy do Zakopanego. A czy członkowie fanklubu jeździli za Małyszem do innych krajów?*

P. Sz.: *Była wśród nas grupa, która jeździła zagranicę, głównie do Niemiec: Hinterzarten, Willingen, Neustadt, Oberstdorf. Oprócz tego jeździliśmy do Czech i Austrii. Pojedynczy członkowie jeździli czasem na konkursy do Finlandii czy Norwegii, głównie dzięki wsparciu sponsorów. No i jeździliśmy obowiązkowo do Planicy. Nawet teraz, kiedy Adam już nie skacze, to staramy się tam wybierać, bo atmosfera tam panująca podczas skoków jest niepowtarzalna.*

Ł. Rz.: *Panie Piotrze, proszę teraz powiedzieć, który z sukcesów Adama Małysza zapadł panu najbardziej w pamięć.*

P. Sz.: *To trudne pytanie, bo tych sukcesów było mnóstwo. Najbardziej mnie wzruszył jego pierwszy złoty medal na mistrzostwach świata w Lahti. Plakałem wtedy jak bóbr. Dobrze też zapamiętałem jeden konkurs w Willingen. Związana jest z tym komiczna sytuacja, bo konkurs śledziło z nami kilku sceptyków. Jak pamiętamy, pierwszy skok Adamowi nie wyszedł. I wtedy nasi towarzysze pytają się „i co teraz?”. A my pół żartem, pół serio mówimy: „no jak? Teraz walnie 150 metrów!”. A Adam skoczył 151 i pół metra... Sceptycy po tym skoku wyszli bez słowa pożegnania. Nawet piwa nie dopili.*

Ł. Rz.: *Naprawdę komiczna sytuacja. Ale to potwierdza klasę Adama. Panie Piotrze, na co, pana zdaniem, najbardziej wpłynęły sukcesy Małysza?*

P. Sz.: *No, najbardziej chyba zyskała popularność tego sportu i wiedza o skokach. Ludzie zaczęli poznawać skoki i się nimi interesować. Poza tym Adam zyskał też spore zaufanie w społeczeństwie. Nigdy nie stał się celebrytą, zawsze był sobą. Często ludzie pytają się nas: „jaki jest Adam naprawdę?”. A Adam jest taki sam przed kamerami i taki sam na co dzień. Często Małysz gra z nami w siatkówkę w sali we Wiśle. A ludzie stoją w oknach, jak jakaś widownia i oglądają Adama jak gra. Zdarza się, że wchodzi do sali i prosi o zdjęcie, pstrykają kilka fotek, mówią „do widzenia” i wychodzą.*

Ł. Rz.: *To także fenomen osobowości Adama. A kogo uważa pan za najlepszego skoczka narciarskiego w historii?*

P. Sz.: *Wie Pan, teraz Gregor bije rekordy w ilości wygranych konkursów, ale kiedyś odbywało się znacznie mniej konkursów. Ale moim zdaniem było dwóch zawodników, których warto tutaj wymienić: Matti Nykaenen i Jens Weissflog. Rzecz jasna nie należy zapominać o „Orle z Wisły”.*

Ł. Rz.: *A kto, pana zdaniem, jest głównym faworytem do zwycięstwa w przyszłorocznych Igrzyskach Olimpijskich w Soczi?*

P. Sz.: *Myszę, że Słowacy mają bardzo silną ekipę. Austriacy troszeczkę się „wystrzelali”. No i oczywiście nasi – Piotrek Żyła, który też jest naszym krajanem i sąsiadem i Kamil Stoch.*

Ł. Rz.: *Rozumiem. Panie Piotrze, badam też zależność między aktywnością fizyczną bierną i czynną. Jak wygląda aktywność fizyczna członków fanklubu?*

P. Sz.: *Praktycznie od zawsze byliśmy aktywni sportowo. Jeszcze jakiś czas temu przed pubem było boisko. I często spotykaliśmy się w barze, piliśmy piwo albo kilka tyków i szliśmy grać w piłkę. Następnie wracaliśmy i dopijaliśmy piwo albo, kto młodszy, oranżadę. Często też grywaliśmy w tenisa stołowego. A razem z ojcem Adama i jego wujkami graliśmy w klubie sportowym: w A-klasie i B-klasie. A jeśli chodzi o dyscypliny zimowe, to uprawiamy na porządku dziennym. Niemal każdy z nas skakał i jeździł na nartach. Obecnie często gramy w siatkówkę, piłkę nożną, jeździmy na rowerze. Mało kto z fanklubu nie ma nic wspólnego ze sportem i rekreacją.*

Ł. Rz.: *Rozumiem. I już ostatnie pytanie. Czy można jeszcze jakoś spopularyzować skoki narciarskie?*

P. Sz.: *W niewielkim stopniu można jeszcze bardziej je spopularyzować. Telewizja może pokazywać np. zawody młodszych zawodników. Można by się pokusić też o programy poglądowe, np. treningi skoczków. Bo nie każdy wie, że skoki to nie tylko wybicie się z progu, lot i lądowanie. To bardzo zróżnicowane zajęcia.*

Ł. Rz.: *Bardzo dziękuję za rozmowę. Na pewno pomoże mi w przygotowaniu wniosków pracy. I bardzo serdecznie gratuluję inicjatywy!*

P. Sz.: *Ja również dziękuję.*

Wnioski

W prowadzonym procesie badawczym wzięto pod osąd hipotezy badawcze. Hipotezy: sukcesy mistrza powodują wzrost popularności dyscypliny sportowej oraz przyczyną wysokiej popularności skoków narciarskich w Polsce są sukcesy Adama Małysza potwierdziły się. Ze stwierdzeniem, że sukcesy i popularność Adama Małysza wpłynęły na zainteresowanie skokami narciarskimi w Polsce zgodziło się niemalże 97% ankietowanych mężczyzn i prawie 94% kobiet. Dla ponad 54% ankietowanych mężczyzn i niemal 44% ankietowanych kobiet powodem zainteresowania skokami narciarskimi są właśnie sukcesy Polaka. Przy wyłączeniu z tej grupy osób, które nie interesują się skokami, liczba ta wzrasta kolejno do ponad 68% w przypadku mężczyzn i ponad 56% w przypadku kobiet (por. ryc. 18). Potwierdzają to pytania o opinie lub fakty dotyczące skoków lub samej osoby Adama Małysza. Znakomita większość ankietowanych odpowiedziała poprawnie na pytania o ilość zwycięstw skoczka w konkursach Pucharu Świata czy o jego aktualnie zajęcie.

Prezentowane wcześniej sondaże również potwierdzają powyższą hipotezę. Od czasów „małyszomanii” skoki narciarskie są zdecydowanie najpopularniejszym sportem zimowym oraz jednym z najbardziej popularnych dyscyplin w ogóle. Konkursy z najważniejszych zawodów w skokach były rekordy oglądalności, a osoba Adama Małysza przewodzi pod względem popularności wśród polskich sportowców.

Powyższą hipotezę potwierdza także prezes fanklubu *Bocian*, Piotr Szarzec, który stwierdził, że sukcesy Małysza spowodowały przed wszystkim wzrost popularności skoków narciarskich oraz pogłębiły wiedzę na temat sportu w społeczeństwie.

Hipoteza: *zainteresowanie skokami narciarskimi w Polsce przed owocną karierą Adama Małysza było znacznie niższe niż w okresie jego sukcesów i po zakończeniu przez niego kariery* także znalazła potwierdzenie w wynikach badań. W czasie „małyszomanii”, występy polskiego skoczka w większym lub mniejszym stopniu oglądało prawie 95% ankietowanych mężczyzn i blisko 93% kobiet. Systematyczne śledzenie konkursów zadeklarowało blisko 60% mężczyzn i ponad 45% kobiet. Z kolei przed wybuchem „małyszomanii” do zamiłowania do skoków przyznało się prawie 60% mężczyzn i blisko 54% kobiet, a systematycznie oglądało je tylko nieco ponad 15% panów i 11% pań (por. ryc. 23). Natomiast po zakończeniu kariery przez Małysza, skokami interesuje się około 83% mężczyzn i prawie 77% kobiet, a systematycznie śledzi je nieco ponad 37% mężczyzn i około 12% kobiet.

Powyższą hipotezę potwierdził w wywiadzie Adam Małysz, który przyznał, że zainteresowanie jego osobą zmniejszyło się od czasów największych sukcesów. Konkursy skoków – choć nadal są ważnym punktem w programie kibica – nie cieszą się już taką oglądalnością, jak w czasach „małyszomanii”. Prezes *Bociana* w swojej wypowiedzi również wspominał, że aktywność i frekwencja członków w fanklubie była najwyższa w najlepszym okresie kariery Małysza.

Kolejna hipoteza: najbardziej widoczną konsekwencją sukcesów Adama Małysza jest wzrost zainteresowania skokami narciarskimi również znalazła potwierdzenie. Na pytanie: na co, Twoim zdaniem, najbardziej wpłynęły sukcesy Adama Małysza? najwięcej pozytywnych wskazań uzyskała odpowiedź: na popularność skoków narciarskich. W skali punktowej od 1 do 5 (gdzie 1 oznaczało wartość najmniej ważną, a 5 najważniejszą) powyższej odpowiedzi 4 lub 5 punktów przyznało ponad 88% mężczyzn i blisko 94% kobiet.

Ostatnia z hipotez: *biernie zainteresowanie sportem idzie w parze z czynnym sposobem spędzania czasu wolnego* połowicznie została potwierdzona. Aż 84% mężczyzn, którzy zadeklarowali bycie kibicem sportowym, przyznaje się też do uczestniczenia w różnych formach aktywności fizycznej (sport, rekreacja, turystyka). Natomiast u kobiet hipoteza ta nie sprawdziła się, bowiem biernie zainteresowanie sportem pokryło się z czynnym spędzaniem czasu wolnego w około 28%.

Szeroką aktywnością fizyczną członków swojego fanklubu przedstawił Piotr Szarzec, który potwierdził tym samym hipotezę, że kibicowanie wiąże się z aktywnym spędzaniem czasu wolnego. Wśród preferowanych form aktywności członków *Bociana* można wyróżnić przede wszystkim dyscypliny zimowe (skoki, biegi), piłkę nożną, tenis stołowy, siatkówkę czy jazdę na rowerze.

W wyniku przeprowadzonych badań wyciągnięto następujące wnioski:

- Sukcesy mistrza wpływają głównie na wzrost popularności uprawianej przez niego dyscypliny sportowej. Rozpatrywany przykład Adama Małysza potwierdził, że zainteresowanie skokami w Polsce spowodowane było przede wszystkim sukcesami skoczka.
- Najwyższa popularność skoków narciarskich występowała w okresie największych sukcesów Adama Małysza. Zainteresowanie skokami w czasach „małyszomanii” było znacznie wyższe niż przed owocną karierą Polaka, jak i po jej zakończeniu.
- Sukcesy Adama Małysza najbardziej wpłynęły na wzrost zainteresowania i popularności skoków narciarskich. Dzięki bogatej karierze „Orla z Wisły”, wiedza na temat skoków w społeczeństwie znacznie się zwiększyła. Dzięki temu skoki narciarskie są jednym z najchętniej oglądanych dyscyplin sportowych w Polsce.
- Biernie zainteresowaniem sportem wiąże się z czynnym wykorzystywaniem czasu wolnego. Powyższe stwierdzenie sprawdza się głównie w przypadku mężczyzn, rzadziej wśród kobiet.

Literatura

1. Andrzejczak J., Wesołowski M. (2002). Adam Małysz Batman z Wisły, ISKRY, Warszawa.
2. Łobocki M. (1978). Metody badań pedagogicznych, PWN, Warszawa
3. Małysz A., Kurzajewski M., Szczęsny S. (2004). Moje życie, Wydawnictwo M, Kraków.
4. Matyja D. (2011). Encyklopedia gwiazd polskiego sportu, Wydawnictwo Imbir, Warszawa.
5. Ryn Z. (2001). Małyszomania, [w:] Sporty zimowe u progu XXI wieku oraz tradycje i perspektywy Zakopanego. Zeszyty Naukowe nr 84, [red.] S. Krasicki, K. Chojnacki, AWF, Kraków
6. Rząd Ł. (2013). Wpływ sukcesów mistrza na dyscyplinę sportową. Adam Małysz w oczach internautów. Praca magisterska, UKW, Bydgoszcz.
7. Węglińska M. (1997). Jak pisać pracę magisterską. Poradnik dla studentów, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.

Internet

1. Baranowska K., Futbol nie wygrał z Małyszem, <http://www.rp.pl/artykul/55361,893826-Futbol-nie-wygral-z-Malyszem.html?p=2> (dostęp 25.03.2013 r.).
2. Barwaśny P., 15,5 miliona widzów TVP obejrzało mecz Polska – Grecja!, http://calapolskakibicuje.pl/15-5-miliona-widzow-tvp-obejrzało-mecz-polska-grecja,artykul.html?material_id=4fd35ad0b09eac911b000000 (dostęp 06.04.2013 r.).
3. <http://informacje.havaspr.pl/pr/239944/polacy-najbardziej-ufaja-malyszowi> (dostęp 08.05.2013 r.).
4. http://internet.wydanie.eu/facebook_2a (dostęp 16.04.2013 r.).
5. http://obop-arch.tnsglobal.pl/uploads/6945/TNS_OBOP_Marka_w_dobrej_kondycji.doc (dostęp 08.05.2013 r.).
6. <http://sport.interia.pl/news/malysz-trzystumetrowe-loty-kwestia-czasu,1612595> (dostęp 06.04.2013 r.).
7. http://www.arc.com.pl/image/www/2012_02_02_Oblicza_polskiego_sportu_Sponsoring_Monitor_2012_2013.pdf (dostęp 08.05.2013 r.).
8. http://www.arc.com.pl/image/www/2013_02_18_Sponsoring_Monitor_2012_2013_komentarze.pdf (dostęp 08.05.2013 r.).
9. http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_013_10.PDF (dostęp 08.05.2013 r.).
10. <http://www.ebadania.pl/index.php> (dostęp 16.04.2013 r.).
11. <http://www.money.pl/gospodarka/inflacjabezrobocie/archiwum/bezrobocie/>
12. http://www.skijumping.pl/pokaz.php?show=pokaz_artykul&id=153#gora (dostęp 20.03.2013 r.).
13. <http://www.skijumping.pl/wiadomosci/10511/Przewodnik-po-polskich-skoczniach-2009/> (dostęp 21.03.2013 r.).
14. <http://www.skijumping.pl/wiadomosci/14987/Pilkarze-nie-pobili-rekordu-Malysza/> (dostęp 08.05.2013 r.).
15. <http://www.trivago.pl/wisla-114131/osrodek-sportowy-stadion/skocznia-narciarska-im-adama-malysza-w-wisle-malince-969351/foto-i6037490> (dostęp 06.04.2013 r.).
16. Mieczysław T., Adam Małysz sportowcem dekady, <http://www.skijumping.pl/wiadomosci/13047/Adam-Malysz-sportowcem-Dekady/> (dostęp 13.02.2013 r.).