

Honorata Jakubowska  
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

## **SOCJOLOGOWIE NA TRYBUNACH, CZYLI O TYM, JAK KOMERCJALIZACJA FUTBOLU ZMIENIŁA STADIONY I ŚWIAT PIŁKARSKICH KIBICÓW**

**Dominik Antonowicz, Radosław Kossakowski, Tomasz Szlendak. *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie.*** Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN 2015, 322 s.

Piłka nożna jest najpopularniejszym sportem, zarówno w Polsce, jak i w Europie, nie dziwi zatem, że stała się ona tematem badań naukowych, w tym socjologicznych. Podobnie stało się z kibicami piłkarskimi, którzy od kilku lat są przedmiotem zainteresowań polskich socjologów, wśród nich autorów omawianej książki – Dominika Antonowicza, Radosława Kossakowskiego i Tomasza Szlendaka (zob. np. Antonowicz i Wrześniński 2009; Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011; Kossakowski 2015). Opublikowanych zostało dotąd również kilka monografii dotyczących kibiców piłkarskich (Kowalski 2002; Dudała 2004; Sahaj 2007), od których jednak, do czego powrócę pod koniec recenzji, omawiana publikacja różni się znacząco.

Książka *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie* wydana przez Wydawnictwo IFiS PAN w 2015 roku, jest podsumowaniem kilkuletnich badań realizowanych w ramach grantu „Kibice industrialni i kibice konsumenci. Od ideologii dla pracujących mas do supermarketyzacji widowisk sportowych” finansowanego ze środków MNiSW. Jest ona, jak zapowiadają autorzy, poświęcona „procesom komercjalizacji i supermarketyzacji futbolu oraz szczególnemu «losowi» jaki przypada w tym procesie «tradycyjnym» kibicom, traktowanym zazwyczaj jako balast albo hamulec «modernizacji» w piłce nożnej” (s. 13).

Autorzy opisują, w jaki sposób zmienia się świat futbolu pod wpływem komercjalizacji, jak zależny staje się od wielkich pieniędzy oraz mediów, ale również, co szczególnie ciekawe i podstawowe dla prowadzonych analiz, jak zmienia się struktura i charakter kibicowania pod wpływem tychże przemian. Ich rozważania opierają się na dychotomii, która przeciwstawia kibiców

industrialnych kibicom skomercjalizowanym. Pierwszy typ kibiców może być, według autorów, określony przez „zestaw praktyk, postaw i poglądów składających się na kibicowską tożsamość” (s. 279). Należą do nich: przekonanie o tym, że klub jest własnością kibiców, potrzeba wspólnotowego i silnego wyrażania emocji, ludyczne formy celebrowania oraz zachowania będące przejawem przekory wobec narzucanych norm. Natomiast „nowi” kibice na piłkarskich stadionach nastawieni są przede wszystkim na konsumowanie sportowego widowiska, są oni raczej konsumentami niż wiernymi fanami klubu piłkarskiego czy częścią wspólnoty kibicowskiej.

Książka składa się z sześciu rozdziałów, poprzedzonych słowem wstępu, wprowadzeniem i notą bibliograficzną, końcowych refleksji „zamiast zakończenia” (s. 277) oraz aneksu metodologicznego. Pierwszy z rozdziałów wprowadza najszerszy kontekst dokonujących się zmian w świecie futbolu wpisujących się w zjawiska supermarketyzacji i konsumpcjonizmu, które sprawiają, że „wszyscy bezpośredni aktorzy piłkarskiego widowiska – kibice, klubowe drużyny i sportowcy – są utowarowieni” (s. 38). Rozdział ten jest ważny, bo zarysowuje tło opisywanych w dalszej części książki konkretnych przykładów komercjalizacji, ale równocześnie zawiera on w dużej części dość oczywiste rozważania wskazujące na to, że piłka nożna staje się zależna od pieniędzy i mediów. Równocześnie rozdział ten można odczytać jako nawiązanie do wcześniejszych prac Tomasza Szlendaka (2004) dotyczących zjawiska supermarketyzacji, choć w zupełnie innym wymiarze.

Istotne jest jednak to, że autorzy nie poprzestają na opisie ogólnych przemian, ale sięgają po koncepcję systemu światowego Immanuela Wallersteina, która staje się podstawą teoretyczną prowadzonych rozważań dotyczących komercjalizacji w sportowym świecie. Piłkarski świat składa się zatem z centrum, który tworzy w klubowej piłce nożnej tzw. Wielka Piątka (Anglia, Niemcy, Francja, Hiszpania i Włochy), półperyferiów oraz peryferiów, do których przynależy polska piłka, a praktyki kolonizacji pół/peryeriów dotyczą zarówno kibiców, jak i piłkarzy. Na marginesie warto zauważyć, że koncepcja ta pojawia się również w publikacjach Dominika Antonowicza dotyczących szkolnictwa wyższego, co pokazuje, że wbrew pozorom, światowy system uniwersytecki i świat piłkarski funkcjonują, przynajmniej częściowo, według podobnych zasad (zob. np. Antonowicz i Jongbloed 2015).

W dalszej części książki autorów interesują przede wszystkim konsekwencje komercjalizacji piłki nożnej dotyczące kibiców. Opisują oni, jak zmienia się struktura stadionowych kibiców i jak ścierają się ze sobą dwa porządki kibicowania, jeden związany z kibicami industrialnymi, których rola jest minimalizowana i drugi wynikający z rynkowych reguł. Jedną z głównych tez jest taka, że „instytucjonalna władza oraz pieniądze zaangażowane w tzw. *modern football* powodują, że mamy do czynienia z końcem (powolnym, acz konsekwentnym wygasaniem) czasów kibiców industrialnych” (s. 71).

Drugi rozdział pozwala bliżej przyjrzeć się kibicom industrialnym oraz, na przykładzie kolebki futbolu – Anglii (której poświęcono w książce bardzo dużo miejsca) i dzięki odwołaniu do koncepcji Norberta Eliasa, zrozumieć zarówno znaczenie określenia „industrialni”, jak i rolę kibicowania dla lokalnych wspólnot. Pojawia się tutaj również, rozwinięty szerzej w trzecim rozdziale, temat modernizacji stadionów i jej wpływu na zmiany struktury widowni piłkarskiej. Autorzy przedstawiają, jak konkretne rozwiązania ekonomiczne, prawne czy architektoniczne stają się narzędziami wykluczania industrialnych kibiców. Poruszona zostaje również kwestia bezpieczeństwa na polskich stadionach i tego, jak kontrolowane są, w coraz większym stopniu, zachowania kibiców. Kwintesencją tego opisu może być z pewnością przywołana przez autorów opinia przedstawiciela spółki EKSTRAKLASA S.A.: „W Polsce łatwiej dziś kupić bilet na samolot niż na zwykły mecz, ponieważ trzeba przyjechać do klubu zamiast zrobić to w domu – identyfikacja wizerunku twarzy nie powinna być niezbędna do zakupu biletu na mecz” (s. 93). Kibice industrialni nie pozostają obojętni wobec dokonujących się zmian, co przejawia w opisanym przez autorów ruchu społecznym *Against Modern Football*. Jako główne obszary konfliktu między nowoczesnym a tradycyjnym światem kibiców wskazują oni: (1) sprzedawanie klubów prywatnym inwestorom, (2) swobodę oglądania meczów w pozycji stojącej, (3) zakaz używania materiałów pirotechnicznych oraz (4) podnoszenie cen biletów.

Rozdział trzeci to kontynuacja rozważań dotyczących modernizacji i budowy nowych stadionów przekształcających się z obiektów „tylko” sportowych (piłkarskich) w multifunkcjonalne „maszyny do życia”, „w których (niemal) wszystkie potrzeby konsumenckie mogą zostać zaspokojone” (s. 119). Samo zagadnienie stadionowej architektury i kolejnych generacji stadionów (Sheard i in. 2005) jest, w mojej opinii, niezwykle ciekawe, gdyż wpisuje się w szersze rozważania o tym, jak przestrzeń i sposób jej urządzenia narzuca określone praktyki, normy (również cielesne), ale i też wyklucza określone zachowania i grupy. W rozdziale tym autorzy odwołują się zarówno do własnych wywiadów zrealizowanych z projektantami stadionów i reprezentantami instytucji zarządzających nimi, jak i dokumentów wyznaczających ramy ich funkcjonowania, takich jak „Green Guide” (*Guide to Safety at Sports Grounds*). Powstawanie nowych stadionów, czwartej i piątej generacji, nie sprawia, że znikają z nich kibice industrialni, lecz następuje dywersyfikacja miejsc i dochodzi do współistnienia na stadionach różnych typów kibiców. Nie są oni jednak równoprawnymi obserwatorami sportowego widowiska, lecz, jak czytamy, stadion jest „miejszem odtwarzania «klasycznych» podziałów społecznych, a nawet kreowania nowych. Tyle że czyni się to w sposób miękki, możliwie niewidoczny, «upluszowiony»” (s. 134). Jednym z ciekawym przejawów tej stadionowej hierarchii zauważonym przez autorów jest to, że „kibice hardkorowi «produkują wrażenia» kibiców

«normalnych», za które ci ostatni gotowi są zapłacić” (s. 130). A zatem tzw. ultrasi i tworzony przez nich doping stają się częścią przedstawienia dla bogatych kibiców zasiadających w odległych od stadionowego „kotła” łóżach VIP-powskich.

Rozdział czwarty zabiera czytelnika w podróż po piłkarskiej Europie, choć należy zauważyć, że w niektórych miejscach zatrzymujemy się na dłużej, podczas gdy inne zostają w ogóle pominięte. Autorzy, co ważne i cenne, dostrzegają i podkreślają (nie tylko zresztą w tym miejscu) różnice między kibicami w różnych krajach, a także wewnątrz nich oraz w postawach kibiców wobec *modern futbol*. Dostrzegają, jak piszą, „lokalny i kulturowy koloryt” (s. 151) i jego rolę, a także znaczenie statusu prawnego i organizacyjnego klubu dla postaw kibiców, które mieszczą się pomiędzy skrajnymi postawami całkowitej aktywności (której przykładem jest stworzenie własnego klubu – FC United of Manchester – przez kibiców z Manchesteru) i pasywności. Za wartościowe uważam również wskazanie na podejmowanie oddolnych działań komercjalizacyjnych przez kibiców, których przykładem jest sprzedaż klubowych gadżetów, jak i podkreślenie tego, że kibice piłkarscy muszą się zmierzyć z dwoma sprzecznymi często pragnieniami, z których jedno opiera się na znaczeniu klubu dla lokalnej tożsamości, a drugie na „pozostaniu w biznesie” (s. 156). Wskazanie na złożoność postaw i krótki z konieczności opis piłkarskiej mapy Europy dostarcza wielu informacji i można przypuszczać, że zachęci osoby zainteresowane środowiskiem kibiców w konkretnym kraju do zdobywania dalszych informacji na ich temat. Nie mogę jednak nie zwrócić uwagi na pominięcie w tej części książki Francji. Uwaga ta nie wynika jedynie z mojej osobistej, nie zaś piłkarskiej, sympatii dla tego kraju, ale z tego, że Francja została wcześniej wskazana jako jeden z krajów tzw. Wielkiej Piątki, a jako jedyna z niej w tej części książki została pominięta. Równocześnie w rozdziale znalazły się informacje o „niemal wszystkich” innych krajach europejskich. Najwyraźniej do Francji, czy to ze względów językowych czy też innych powodów, nie było autorom „po drodze”.

W kolejnym (piątym) rozdziale, autorzy bliżej przyglądają się polskim kibicom znajdującym się na peryferiach światowego systemu. Być może jest to jedna z przyczyn, dla czego polscy kibice zajmują stosunkowo mało czy mniej miejsca w całej książce. Czasami można odnieść wrażenie, że pojawiają się oni niejako „przy okazji” zmian dokonujących się w centrum i, rzadziej, na półperyferiach. W przypadku Polski, jedną z głównych przyczyn dokonujących się zmian, jak zauważają autorzy, było powierzenie Polsce (razem z Ukrainą) organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku. Dzięki Euro2012, wybudowane i zmodernizowane (w przypadku Poznania) stadiony stały się, podobnie jak stadiony w zachodniej Europie, „maszynami do życia”. Równocześnie coraz trudniejsza staje się, jak czytamy w publikacji, sytuacja fanatycznych kibiców, między innymi ze względu na liczne przepisy określające warunki

udziału w piłkarskim widowisku, jak i „skrajne upolitycznienie kwestii kibiców industrialnych” (s. 236) w Polsce. Podobnie jak w innych krajach kibice industrialni nie znikają jednak ze stadionów, lecz obserwować możemy współobecność kibiców nowego i starego typu, a ci drudzy stają się istotną częścią widowiska obserwowanego przez tych pierwszych.

I wreszcie ostatni, szósty, rozdział, przedstawia wyniki badań terenowych zrealizowanych z udziałem kibiców holenderskiego Twente Enschede i polskiej Lechii Gdańsk. Przedstawione narracje kibiców odnoszą się głównie do kwestii klubowych symboli, ich podejścia do komercjalizacji futbolu i nowych sportowych aren. Rozdział ten rozczarowuje, ale jedynie ze względu na swoją objętość, bowiem interesujące jest poznanie opinii kibiców na temat dokonujących się zmian.

Warto również zwrócić uwagę na aneks metodologiczny kończący książkę, a w nim przede wszystkim na opis zastosowanej, jako podstawowej metody badawczej, obserwacji uczestniczącej wraz ze wskazaniem jej zalet, jak i wad. W aneksie wskazane i omówione zostają różne statusy badaczy w realizowanym projekcie, które, jak się wydaje, mogłyby być opisane nazwiskami, bo przyjrzenie się choćby CV naukowym nie pozostawia większych wątpliwości, kto jest kim. Niezależnie od tego, czy różny status badaczy wynikał z rozwiązań praktycznych, czy był od początku celowym zabiegiem metodologicznym, bez wątpienia mamy do czynienia z autorami, którzy potrafią nie tylko tę strategię merytorycznie uzasadnić (podobnie jest w przypadku wyboru klubów piłkarskich w rozdziale szóstym), ale również wskazać ją jako „metodologiczną wartość dodaną” (s. 292) swojego projektu. Polega ona na zaproponowaniu takiego podejścia badawczego, w którym obserwacja przeprowadzana „w pełnym zanurzeniu”, wspierana jest z zewnątrz przez kontrolne „mechanizmy kotwiczne” (tamże), które chronią (a przynajmniej wzmacniają – to już moja uwaga) rzetelność gromadzenia danych i ich interpretacji. Ta strategia badawcza, jak przekonują autorzy, może być przydatna nie tylko w badaniach kibiców.

Książka *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie* jest bez wątpienia bardzo interesująca, dostarcza wielu informacji i dobrze się ją czyta. Jeśli coś utrudnia jej lekturę, to nadmiar, w mojej opinii, cudzysłówów, widoczny już (ale też – szczególnie) we wstępie książki, nie zawsze jasna ich rola, ale też niekonsekwencja ich używania. Publikacja zawiera niezliczone ciekawostki i informacje, które mogą być nowe, nawet dla osób interesujących się piłką, dotyczące Polski i różnych krajów europejskich, których wypisanie przekraczałoby objętość tej recenzji.

Za niezwykle cenne uważam to, że pomimo dominującej w narracji dychotomii pomiędzy kibicami industrialnymi i komercyjnymi autorzy wielokrotnie wskazują na zróżnicowanie świata kibiców, istnienie wielu kibicowskich subświatów. Interesująca jest również jedna z głównych tez książki, mówiąca o tym,

że „futbol jest inkluzywnie ekskluzywny” (s. 207). W efekcie dokonujących się przemian, jak zauważają autorzy, stadion staje się miejscem współlistnienia różnych grup, miejscem wyrażenia odmiennych tożsamości, które jednocześnie są od siebie wyraźnie oddzielone. Nie jest bowiem tak, że kibice industrialni całkowicie zniknęli ze stadionów, lecz obok nich pojawiły się inne typy kibiców, które przebywają w jednym miejscu, ale są od siebie, w sensie dosłownym i symbolicznym, oddzielone.

Należy również wspomnieć o uwagach przedstawionych zamiast zakończenia, bowiem odpowiadają one, jak słusznie zauważają autorzy, na te pytania czy wątpliwości, które pojawiają się w trakcie lektury książki. Na przykład wskazanie na pominiętych w analizach, a obecnych na stadionach, „normalsów”, pokazuje, że przedstawione w książce typy kibiców, choć są z pewnością ciekawsze badawczo, nie mieszczą jednak w sobie całej grupy kibiców, którzy zasiadają gdzieś pomiędzy „kotłem” a łozami VIP.

Druga z uwag, które kończą książkę, dotyczy tego, że nie ma być ona odczytana jako głos w sporze o kibiców w Polsce. Być może chęć uniknięcia takiego wykorzystywania książki, sprawiła, że zabrakło w kilku miejscach doprecyzowania dotyczącego stron tej dyskusji. W publikacji pojawiają się na przykład takie określenia, jak „polski dyskurs publiczny” (s. 59), „mainstreamowa opinia publiczna” (s. 129) czy „część polskiej prasy skierowana dla klasy średniej” (s. 140), w przypadku których nie wiadomo, o jakim dyskursie konkretnie mowa, kto i w czym imieniu się wypowiada, choć przynajmniej w ostatnim przypadku można się tego oczywiście domyślić. Równocześnie autorzy zapewniają, że nie reprezentują postawy „wartościującej nostalgii” (s. 277) wobec starego typu kibicowania. Muszę przyznać, że w trakcie lektury książki odniosłam przynajmniej kilka razy wrażenie, że jednak jej autorzy nieco tęsknią za dawnymi stadionami i dominacji na ich kibiców industrialnych. I końcowe refleksje nie do końca przekonały mnie, że tak nie jest. Natomiast nie uważam tego za wadę książki, lecz raczej za punkt wyjścia do dyskusji nie tylko o przemianach na piłkarskich stadionach, ale również o tym, jak zastosowana metodologia pozwala zaprezentować różne punkty widzenia i pozostać neutralnym wobec dokonujących się przemian. Być może, gdyby głos został w większym stopniu oddany kibicom, jak jest to w ostatnim rozdziale, czytelnik i czytelniczka mieliby większą pewność, że jest to punkt widzenia kibiców, nie zaś autorów.

Moje największe wątpliwości budzi jednak nazywanie kibiców aborygenami. O ile w książce znajdują się bardzo trafne metafory, jak te porównujące logikę funkcjonowania klubów sportowych do logiki transportu publicznego (s. 24) czy działania banków (s. 37), o tyle tytułowa metafora aborygena jest, w mojej opinii, nie tyle nietrafiona, ile nie powinna zostać użyta. Choć użycie tej metafory jest wyjaśnione w kilku miejscach (s. 113, 149, 220, 279) w sposób, nazwijmy to, poprawny politycznie, to we wstępie czytamy, że są to kibice

„ulokowani na peryferiach, których na siłę trzeba «cywilizować»; «dzicy» [podkreślenie moje] niechący i niepotrafiący się dostosować do reguł nowoczesności” (s. 16), a w innym miejscu, że są oni «niepełnosprawnymi» [podkreślenie moje] konsumentami” (s. 94). Oczywiście używanie cudzysłowu zmienia kontekst wypowiedzi, niemniej jednak posłużenie się nazwą konkretnej grupy etnicznej w kontekście opisu piłkarskiego świata, przesyconego dyskryminacyjnymi zachowaniami, jest w mojej opinii, niedobrym pomysłem. Dlatego też w recenzji określenie się to nie pojawia, lecz mowa jest jedynie o kibicach industrialnych. I chyba też tak mogłoby być w książce, biorąc na przykład pod uwagę tytuł grantu stanowiącego podstawę książki.

Gdy mowa o dyskryminacji w sporcie, a zwłaszcza w piłce nożnej, warto wspomnieć, przynajmniej krótko, o kobietach na stadionie. Omawiana książka jest kolejną na polskim rynku, napisaną przez mężczyzn opisujących męski świat kibiców, a tym samym wzmacnia ona męską dominację w tym obszarze. Choć autorzy zauważają zwiększanie się liczby kobiet na stadionach, będące jednym z elementów komercjalizacji stadionów, to równocześnie są one nieobecne wśród opisywanych przez nich kibiców industrialnych. Ta nieobecność, jak można przypuszczać, wynika przynajmniej częściowo z tego, że, jak pokazują przywołane w przypisie cytaty (s. 155) są one, delikatnie mówiąc, niemiłe widziane w tym męskim środowisku. Z drugiej jednak strony trzeba zauważyć, że coraz więcej kobiet pojawia się na stadionach, i to nie tylko w eleganckich garsonkach na łóżach VIP, o których piszą autorzy, ale także wśród „normal-sów”, jak i grupy fanatyków. I te płciowe przemiany struktury stadionowej są też bez wątpienia ciekawym i nieodkrytym jeszcze w Polsce obszarem badań.

Omawiana książka z pewnością zainteresuje osoby zajmujące się naukowo sportem, w tym piłką nożną. Jak zaznaczyłam we wstępie, różni się ona od opublikowanych już książek o kibicach. Jako główne różnice wskazałabym przede wszystkim: (1) odwołanie do szerszego kontekstu społeczno-kulturowego czy osadzenie rozważań w szerszym kontekście procesów supermarketyzacji kultury, (2) rozbudowaną metodologię (pozostałe książki mają charakter wyłącznie opisowy bądź bazują na mniejszych badaniach) oraz (3) znacząco większe korzystanie z dorobku zagranicznych autorów/autorek.

Myślę, że właśnie dzięki wpisaniu zmian na piłkarskich stadionach w szerszy kontekst komercjalizacji (supermarketyzacji), a także poprzez odwołania do klasycznych koncepcji Wallersteina czy Eliasa oraz wcześniejszy dorobek naukowy autorów, grono odbiorców książki będzie znaczenie szersze niż grono socjologów sportu. Nie jest to bowiem książka „tylko” o kibicach. Mam również nadzieję, że nie jest to ostatnia „sportowa” publikacja autorów, którzy będą pochłonięci innymi problemami badawczymi, będą jednak od czasu do czasu powracać na sportowe areny.

## Literatura

- Antonowicz, Dominik i Ben Jongbloed. 2015. *Jaki ustrój uniwersytetu? Reforma Szkolnictwa Wyższego w Holandii, Portugalii i Austrii: wnioski dla Polski*. Raport w ramach programu EY Sprawne Państwo. Wersja elektroniczna: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Raport\\_EY\\_Reforma\\_szkolnictwa\\_wyzszego/\\$FILE/Raport\\_SP\\_Jaki\\_ustroj\\_uniwersytetu\\_PL.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Raport_EY_Reforma_szkolnictwa_wyzszego/$FILE/Raport_SP_Jaki_ustroj_uniwersytetu_PL.pdf) [dostęp: 04.01.2016].
- Antonowicz, Dominik i Łukasz Wrzesiński. 2009. *Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii*. „Studia Socjologiczne” 1: 115–149.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2011. *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne” 3: 113–139.
- Dudała, Jerzy. 2004. *Fani-chuligani: rzecz o polskich kibolach: studium socjologiczne*. Warszawa: Żak.
- Kossakowski, Radosław. 2015. *Chuligaństwo czy figuracja w procesie cywilizowania? Recepcja szkoły Leicester a świat polskich kibiców piłkarskich*. „Kultura i Społeczeństwo” 1: 159–180.
- Kowalski, Radosław. 2002. *Potomkowie Hooligana – Szalikowcy: społeczno-kulturowe źródła agresji widowni sportowych*. Toruń: Wydaw. Adam Marszałek.
- Sahaj, Tomasz. 2007. *Fani futbolowi. Historyczno-społeczne studium zjawiska kibicowania*. Poznań: Wydawnictwo AWF.
- Sheard, Rod, Robert Powell, Peter Cook i Patrick Bingham-Hall. 2005. *The Stadium: Architecture for New Global Culture*. Singapore: Periplus.
- Szlendak, Tomasz. 2004. *Supermarketyzacja. Religia i obyczaje seksualne młodzieży w kulturze onsumpcyjnej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.