

nico wyrwanych z kontekstu. Redaktorzy przyjęli bowiem, jak twierdzi we wstępie do tomu Dobrochna Kałwa, że opracowania reprezentują „etapy rozwoju badań humanistycznych z wykorzystaniem kategorii płci” (s. 4), i dlatego podzielili je na dwie części – jedną odnoszącą się do wzorców kobiecości oraz roli kobiety w polskim społeczeństwie, drugą poświęconą poszukiwaniu „metod badania i opisu społecznego i kulturowego porządku płci” (s. 5). Niewątpliwie na zawartość tomu *Historia zwyczajnych kobiet i zwyczajnych mężczyzn. Dzieje społeczne w perspektywie gender* można patrzeć w ten sposób. Powoduje to jednak ukrycie głównego waloru wszystkich tekstów, jakim jest zwrócenie uwagi czytelnika na historyczną zmianę wzorców kulturowych płci.

Książkę pod redakcją Dobrochny Kałwy i Tomasza Pudłockiego należy bowiem jednoznacznie wpisać w kontekst wciąż prowadzonej na polu naukowym dyskusji na temat zmienności płci kulturowej na przestrzeni dziejów oraz zmienności wzajemnych relacji władzy pomiędzy płciami. Poszczególne głosy w tej dyskusji są już od dawna wyraźnie słyszalne – najlepszym przykładem są tu Sandra Lipsitz Bem i jej analiza rozwoju androcentryzmu we współczesnej kulturze, sięgająca czasów starożytnych, czy też Michel Foucault i jego niedokończona, opierająca się bardziej na rolach społecznych niż wzorach kulturowych, refleksja w *Historii seksualności*. Dyskusja ta toczy się jednak bardzo często na poziomie ogólnym – próbuje się śledzić zmiany występujące w bardzo szerokiej perspektywie czasowej. Zaletą tekstów zebranych w omawianym tomie jest właśnie ich wąski zakres tematyczny, skupienie się na wybranym aspekcie danego zjawiska lub też na wybranej osobie. Pozwala to na dokonanie niemal fotograficznej analizy dziejów społecznych w perspektywie płci kulturowej – na uchwycenie pewnych zjawisk w stosunkowo krótkim okresie, ale za to w bardzo konkretnym środowisku i o bardzo wyraźnie sprecyzowanych uwarunkowaniach zewnętrznych, a przy tym niemal każdy rozdział dołączony do recenzowanej publikacji mógłby posłużyć jako przykład w debacie o charakterze bardziej ogólnym. Myślę, że we współczesnych studiach nad płcią kulturową – silnie teoretyzowanych, stosujących często eksperyment myślowy lub zmianę perspektywy jako metody analityczne – krótkie i konkretne opisy przypadków osadzone w empirii (niekoniecznie rozumianej w sposób ilościowy) są szczególnie cenne.

Łukasz Skoczylas

M. Czubaj, J. Drozda, J. Myszkowski, *Postfutbol. Antropologia piłki nożnej*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2012, ss. 288.

Obserwując relacje medialne z wydarzeń sportowych, można odnieść wrażenie, że jedynym sportem, który ludzie chcą uprawiać i oglądać, jest piłka nożna. Choć nie zmieniła się wiele – nadal jest to prosta i czytelna gra, z obowiązującymi od dawna przepisami – to zmieniło się jej postrzeganie. Z rozrywki dla amatorów (archofutbol) przekształciła się w postfutbol – widowisko i zjawisko kulturowe, w którym jak w soczewce ogniskują się dylematy współczesnego świata: globalizacja, trybalizm i nacjona-

lizmy, rasizm, *machismo*, medialna kreacja rzeczywistości, kult ciała i wyglądu, wreszcie konsumpcja (biznes, marketing, wizerunek). Istotą postfutbolu są liczne związki i sprzężenia pomiędzy tymi obszarami.

Ten fenomen starają się objaśnić w książce *Postfutbol. Antropologia piłki nożnej* Mariusz Czubaj, Jacek Drozda i Jakub Myszkowski. W ośmiu rozdziałach autorzy poruszają najważniejsze, ich zdaniem, problemy kulturowe powstające na styku piłki nożnej (mecz, stadion, gracze, kibice) i otoczenia (transmisja, media, reklama, korporacje, przemysł).

W pierwszym rozdziale mamy okazję sięgnąć do początków futbolu, by skonstatować, że kopanie piłki to nie piłka nożna. Autorzy pokazują, że dopiero kodyfikacja reguł gry w piłkę pozwoliła na skanalizowanie agresji społecznej rodzącej się w wyniku industrializacji. Nie dziwi więc, iż piłka nożna powstała w Wielkiej Brytanii, najbardziej wówczas (wiek XIX) rozwiniętym gospodarczo państwie świata, przesiąkniętym ponadto (imperium) duchem *regulations*. Dzięki temu można było powiedzieć, że futbol to gra dżentelmenów (przepisy), w którą grają „chuligani” (rozrywka dla klasy robotniczej). Sport, w którym agresja jest niezbędnym atrybutem, daje możliwość natychmiastowego jej rozładowania (stadion jako arena). Można więc się zastanawiać, dlaczego futbol będący sposobem na rozładowanie agresji tyle jej budzi poza stadionem i na ile jest to wina piłki, a na ile uczestników widowiska – szkoda, że autorzy nie zgłębili tego tematu.

W dalszej części rozdziału opisują mit budowania tożsamości zwycięzców, porównując sytuację „niezwycięzonej” Anglii, która zawsze mając świetną drużynę, „nigdy” (z wyjątkiem MŚ w 1966 roku) nie odnosi sukcesów, ponieważ przeszkadzają jej: pech i okoliczności zewnętrzne, i Polski, gdzie najpierw podbijamy bębenka i pompujemy balon sukcesu (co jest przejawem wiary, a nie analizy), zaś później mówimy o zwycięskich remisach i moralnych zwycięstwach, konkludując: „nic się nie stało” i „bylibyśmy najlepsi, gdyby...”.

Dwa następne rozdziały przedstawiają futbol traktowany jako widowisko i opowieść, a także – siłą rzeczy – jego związki z mediami. Jak mówią autorzy, „świat postfutbolu bez telewizji nie istnieje” (s. 85). Jednakże popularność piłki nożnej jako widowiska powoduje, że to media zapośredniczają ją do przekazywania treści również spoza futbolu, co z kolei stwarza im (głównie telewizji) możliwość prowadzenia narracji i kreowania rzeczywistości. Ponieważ mecz jest widowiskiem, które przyciąga i skupia uwagę, przekaz medialny trwa już nie 90 minut, ale około 3 godziny. Z jednej strony pozwala to na wypełnienie czasu emisji, z drugiej – analizy ekspertów „ustawiają” percepcję kibica/widza. Niestety autorzy pomijają rodzące się w kontekście kreowanej przez media rzeczywistości pytania o twórcę narracji i o to, czy kibic/widz tworzy własny, indywidualny odbiór widowiska, czy też jest on zabarwiony eksperckością?

Telewizja odgrywa w postfutbolu rolę superarbitra (aczkolwiek bez prawa decyzji). Podkreślając ten fakt, autorzy zwracają uwagę na niechęć władz piłkarskich do wykorzystywania jej technicznych możliwości – nagrywania i odtwarzania dowolnego fragmentu gry. Zamiast stosowania, w imię sportu i czystości gry, powtórek, by stworzyć szansę zmiany decyzji, wprowadza się aż pięciu sędziów, którzy w wielu wypadkach nie potrafią zauważyć kluczowych dla meczu sytuacji: spalonego, faulu w polu karnym czy zdobytej prawidłowo bramki. Czyżby niechęć do powtórek podyktowana była innymi niż „czynnik ludzki”, przywiązanie do tradycji lub niekończące się spory wzglę-

dami (na przykład interesami klubów, sponsorów, mniejszą możliwością „ustawienia” meczu)? Niestety w publikacji brak zarówno postawionego w takim kontekście pytania, jak i rozważenia konsekwencji takich działań.

Telewizja, zapośredniczając piłkę nożną, stała się według McLuhanowskiej metafory przekazem, czego konsekwencją jest zmiana narracji. Futbol będący opowieścią o dążeniach, zmaganiach, zwycięstwie i klęsce został mediatyzowany na miarę hollywoodzkiego filmu, koncertu rockowego czy innego *eventu* (s. 99), a przez to odarty z bajkowości. Nie można zgodzić się z twierdzeniem autorów, że „...piłka nożna jest [...] dyscypliną «zimną», wewnętrznie zborną, oszczędną w środki ekspresji i kombinatorykę akcji, skądinąd znakomicie komponującą się z transmisją telewizyjną...” (s. 98). To raczej zimny środek przekazu (według typologii McLuhana), jakim jest telewizja, pozbawił futbol magii wyobrażeń i przemienił herosów w zwykłych ludzi.

Piłka nożna jednoczyła Bettelheimowską cudowność baśni i globalną wioskę McLuhana (w znaczeniu wspólnych opowieści, a nie skracania dystansu). Postfutbol, przez technologie medialne pozwalające publiczności na głęboki (żeby nie powiedzieć wojerstyczny) wgląd w aktorów widowiska i totalność multimedialną sprawiającą, że pojawiają się miliony fanów i „znawców” futbolu, którzy mogą być w kontakcie ze swoimi idolami 24 godziny na dobę, jest tej magii pozbawiony. Zatraca się gdzieś pewnego rodzaju realizm magiczny piłki nożnej, nie ma już żadnej tajemnicy, wszystko jest realistyczne, widoczne i wiadome. Ale postfutbolowi – jak się wydaje – to nie przeszkadza. Można zapytać: skoro futbol ma się tak dobrze, to dlaczego jest z nim tak źle, i jeżeli jest metaforą kultury, co nam to o niej samej mówi? Jakie są kryteria dobra i zła?

Następne pytanie zadawane przez autorów dotyczy wspólnoty klubowej. Tymczasem często członkowie klubu nie tworzą, jak chce Ferdinand Tönnies, wspólnoty (*Gemeinschaft*), tylko zrzeszenie (*Gesellschaft*), dla którego trzeba dopiero wykreować mit i otoczkę (nasz, ale nie do końca). Co zrobić, by z tworzonej niekiedy *ad hoc* (transfery powodujące brak w podstawowej jedenastce piłkarzy pochodzących z kraju, w którym klub działa) zbieraniny powstało „my” – drużyna (pierścienia)? Jak ze zbiorowości (narracje indywidualne) stworzyć wspólnotę z własną wspólną narracją, by zachowując Tönniesowskie kategorie, przemienić *Gesellschaft* w *Gemeinschaft*?

Skoro futbol wyrasta z kultury i jest jedną z form jej emanacji, to zawodników, szczególnie reprezentacji, łączy jeszcze narodowość, język, podwórko, otoczenie kulturowe, w jakim rozgrywają mecze etc., i powinno być łatwo stworzyć drużynę (*Gemeinschaft*). Ale i tutaj ze wspólnotowością nie jest dobrze. Pamiętamy niesnaski w reprezentacji Francji podczas MŚ w RPA (rok 2012) oraz w polskiej drużynie w czasie ME w Polsce i na Ukrainie (rok 2012); pomimo sloganu reklamowego na Euro 2012 „wszyscy jesteśmy jedną drużyną” skierowanego do wszystkich Polaków, paradoksalnie okazało się, że najmniej drużyną była reprezentacja w piłce nożnej.

Kolejne dwa rozdziały dotyczą cielesności kibica i piłkarza powiązanej z seksualnością, płcią, kultem ciała i wizerunkiem. Najciekawsze jest tu ciało kibica rozpatrywane jako ciało kolektywne zajmujące pewną przestrzeń, a także czynniki sprzyjające tej kolektywności. To dające poczucie siły bycie w kolektywie powoduje również niechciane przez niekibiców zachowania. Opisując podział kibiców na pikników, ultrasów i chuliganów, autorzy stwierdzają, iż podział ten jest wadliwy, a nawet nieprawdziwy (na pewno nie dotyczy wszystkich kibiców i nie jest rozłączny), nie tłumaczą jednak, dla-

czego ten podział funkcjonuje i dlaczego właśnie piłka nożna tworzy takie grupy. To, że one przenikają się wzajemnie (na przykład chuligani i ultrasi), jest w gruncie rzeczy mniej istotne od ich destrukcyjnych zachowań.

Ważnym elementem ciała kibica jest nagość, która ma symbolizować, iż nie mamy nic do ukrycia, jesteśmy właśnie tutaj i właśnie teraz, jesteśmy czyści i silni („w nagości siła“?). To okazja do zmanifestowania plemienności, okazania tajemnych znaków przynależności do plemienia – tatuaży, które przywodzą na myśl zgoła inne grupy i rodzą pytanie: czy to bandyterka kibicuje, czy też kibice zajmują się bandyterką.

Jeszcze ważniejszą sprawą poruszaną przez autorów jest przemoc – czynnik bazowy percepcji kibica/widza. Z jednej strony mamy do czynienia ze zjawiskiem osobowym agresji *per se*, którą wśród dyscyplin sportowych najbardziej wyzwała piłka nożna, z drugiej zaś – autorzy, starając się wyjaśnić zjawisko przemocy w futbolu, odwołują się do oczekiwania konfrontacji fizycznej, mediatyzacji, władzy i tłumaczą, że przemoc w piłce jest odpowiedzią na zapotrzebowanie społeczne i rządzą nią mechanizmy patriarchalnego zarządzania agresją (hierarchia) i władzy systemu.

Wydaje się, iż wyjaśnianie zjawiska przemocy w futbolu w kategoriach li tylko systemowych jest niewystarczające. Aczkolwiek automatyczne łączenie przemocy wyłącznie z chuliganami też jest zawężeniem problemu, to jednak synonimiczne skojarzenia: kibol = chuligan, agresja, przemoc, swoisty etos kibolstwa (na przykład regulamin ustawek), plemiennosc – nie pojawiły się znikąd. Każdy sport to rywalizacja, gdzie jakaś doza agresji jest wręcz niezbędna (choćby „sportowa” złość), ale nie każdy jest rozpatrywany w kategoriach przemocy (w ogóle, a nie tylko fizycznej utożsamianej z chuliganem) – dlaczego więc właściwie tylko piłka nożna (mimo że są bardziej brutalne dyscypliny, choćby piłka ręczna, hokej, rugby, futbol amerykański) tworzy takie grupy (kibole, ultrasi, chuligani) i wyzwała taką agresję? Czy nie jest tak, że przemoc stanowi pożywkę dla mediów (Litar, prezes „Wiary Lecha”, opluł kibicę, „zadyma” na stadionie), których obecność jest z kolei pożądana przez kluby, stąd ich współpraca z kibolami (przykładowo, Lech Poznań zamawiał catering w firmie tegoż Litara)? Może rozwiązaniem okazałaby się nie przemiana kibiców, tylko inni kibice (wzrost cen biletów)?

Kolejne pytanie, jakie powstaje w związku z ciałem, to jego utowarowienie – zarówno ciała kibica, jak i piłkarza. Kibic epatuje nagością, ale jednocześnie chce zmanifestować przynależność do barw klubowych – stąd popyt na szaliki, ubiory związane ze sportem w ogóle, a z piłką nożną i klubem w szczególności (przywiązanie do kibicowskiego stylu). To prowadzi do pytania, czy można z kibica zrobić klienta. Traktując futbol jak przedsięwzięcie biznesowe, można na nie odpowiedzieć w ten sposób: „najpierw kibic, później klient – nie stałby się klientem przemysłu futbolowego, gdyby nie był kibicem”. Problemem pozostaje odpowiedź na pytanie, czy kibol jest (pożądanym) klientem.

Osobnym zagadnieniem jest ciało piłkarza, które poprzez profesjonalizację uprawiania sportu staje się nie tylko maszyną do gry, ale również ma być fizycznie doskonałe, co objawia się także w byciu samcem alfa, dla którego przewodnim motywem postępowania jest zdobywanie, nieokazywanie słabości, nieprzywiązywanie wagi do własnej urody, a jednocześnie bycie bardziej atrakcyjnym, przede wszystkim seksualnie, od innych mężczyzn.

Sport jest spektaklem pełnym reklam i transmisji medialnych (telewizyjnych), gdzie obowiązujące motto brzmi „show must go on”, dlatego kładziemy nacisk na piękno ciała, co w połączeniu z coraz większą rolą wizualizacji może prowadzić do przewagi spektaklu nad rywalizacją. Ciało piłkarza uległo przekształceniom, które z jednej strony pozwalają zachować tradycyjną pozycję mężczyzny: zdobywcy, władcy, uwodziciela, a z drugiej dopuszczają zachowania metroseksualne – okazywanie emocji czy dbałość o wygląd. Jednakże według stereotypu w zorganizowanym i pokazywanym męskim sporcie obowiązuje zasada „chłopaki nie płaczą”, zaś prawdziwy sport jest tylko dla prawdziwych mężczyzn. Dlatego zachowania niemieszczące się w kanonie *macho* (na przykład okazywanie uczuć, empatia, współczucie, zainteresowanie ciałem) nie są tolerowane (jako niemęskie odebrano pokazanie w reklamie przez Davida Beckhama ciała jako obiektu estetycznego, a nie narzędzia do odnoszenia sukcesów).

Sport, a szczególnie piłka nożna, odgrywa w życiu mężczyzn znaczącą rolę przede wszystkim jako obszar budowania więzi z innymi mężczyznami, dlatego nie ma w nim miejsca dla kobiet. Postulowana równość szans niewiele zmieniła jeżeli chodzi o genderowy wizerunek kobiety – zarówno kibicki, jak i zawodniczkę – oraz rolę i miejsce kobiet w sporcie. Zatoczyliśmy koło i wróciliśmy do punktu wyjścia – *i d e a l n e g o c i a ł a*. Dominujący styl myślenia o kobietach w piłce nożnej podkreśla ich wizualną atrakcyjność, piękny wygląd, natomiast osiągnięcie sukcesu nie jest wymagane, aczkolwiek mile widziane. Kobiety, wypełniając konwencjonalne role płciowe, powinny pożądać sportowców, postrzeganych przez nie jako piękne i ponętne ciała. Męskie gwiazdy sportu prezentuje się jako zdobywców kobiet, te natomiast jako pełniące standardowe funkcje żon i kochanek, zazwyczaj bardzo atrakcyjnych.

Media zajmujące się sportem pokazują przede wszystkim mężczyzn (90% materiałów) w sposób wyczerpujący i merytoryczny, natomiast kobiety otrzymują komunikat, że ich celem jest dostosowywanie się do obecnie istniejącego wzorca atrakcyjności seksualnej. Stanowi to interesujące odzwierciedlenie pożądaných ról płciowych: kobiety są modelkami i dziewczynami do towarzystwa, ale nie samodzielnyimi zwyciężkami.

W kontekście powyższych rozważań słowa autorów: „Nieprawdziwe byłoby też stwierdzenie, że jakkolwiek forma szykan symbolicznych doznawanych przez kobiety wynika z samej dyscypliny sportu” muszą budzić sprzeciw. Sami autorzy, mimo że w rozdziałach poświęconych ciału poruszają sprawy płci i kulturowej, i biologicznej, zarówno w kontekście kibicowania, jak i uprawiania sportu przez kobiety, to poza stereotyp: kobieta – atrakcyjnie wyglądający dodatek i obiekt seksualnego pożądania nie wychodzą, przyznając, że nie będą szerzej tego tematu omawiać, co paradoksalnie utrwała slogan: „piłka nożna jest dla facetów”.

Kolejnym tematem poruszonym przez autorów jest samo widowisko i jego rozrywkowo-rytualna otoczka, w której swe szczegółowo zaplanowane role odgrywają postfutbolowi aktorzy. Każdy mecz ma swój własny, odrębny przebieg. Jest traktowany jak uroczystość, wydarzenie wyjęte niejako z rzeczywistości, gdzie czas się zatrzymuje, by pozwolić rzeszom fanów, organizatorów, sponsorów na świętowanie (i przy okazji załatwianie interesów oraz nakręcanie maszyny biznesu futbolowego). Magię chwil, do których jednakże trwają nieustanne przygotowania, potęguje heterotopiczność stadionów – obiektów autonomicznych, wielofunkcyjnych, tylko w niewielkim stopniu związanych z realną lokalizacją. Współczesne stadiony, zarządzane *de facto* przez ponadnarodowe

organizacje piłkarskie wymykające się jakimkolwiek organom kontrolnym, to Ritzerowskie świątynie konsumpcji, gdzie każdy aktor zaangażowany w świat futbolu znajdzie miejsce dla siebie (trybuny z meksykańską falą i reżyserowanym dopingiem dla kibiców, ekskluzywne łóżka dla sponsorów i interesariuszy). Konsumowanie to także radość – święto piłkarskie, mecz, ma być apoteozą szczęścia, swoistą utopią, bez problemów i pęknięć, które zakłócałyby celebrację. Dlatego też z widoczną niechęcią wódcy światowej piłki podchodzą do ewidentnie negatywnych zjawisk, takich jak rasizm czy kłopoty zdrowotne piłkarzy. Z tego teatru można jednak zostać wykluczonym, czego przykładem są konflikty na linii piłkarze – fani, skutkujące zorganizowanymi protestami przeciwko występom danego zawodnika w klubie. Czubaj, Drozda i Myszkorowski, odwołując się do liminalności we wspólnotach opisywanej przez Victora Turnera, pokazują sytuacje, w których piłkarzy podlegających (znaczące jest również to, że piłkarz, zwłaszcza na najwyższym poziomie, nie dokonuje przejścia sam, ale jest jego przedmiotem) transferem międzyklubowym traktuje się jak zdrajców albo element niepożądany o niewłaściwym pochodzeniu (przejścia z wrogiego klubu). Z drugiej strony przywiązanie do klubu, będące również wyrazem „performatywności wpisanej w ciało jednostki” (s. 206), może przechodzić także w sferę symboliki tegoż, gdy numer przypisany danemu zawodnikowi, który był znaczącą postacią w historii drużyny, jest dla niego zarezerwowany „na zawsze”.

Piłkarz przypisany do klubu jest również jednym z jego towarów. Kapitał futbolowy – medialnie nagłaśniane przejścia zawodników, trenerów i menadżerów, największe i najsilniejsze kluby jako wizytówki globalnych biznesmanów¹, produkty piłkarskie i kibicowskie wytwarzane przez przemysł klubowy, wreszcie działalność pozastadionowa osób uwikłanych w futbol (beckhamizacja futbolu, kontrakty reklamowe etc.) – to obecnie ogromny, samonapędzający się mechanizm, w którym idea sportu i boiskowej rywalizacji ulega odsunięciu na dalszy plan. Kwestią najbardziej interesującą w kontekście piłkarskiego biznesu są działające na zasadzie korporacji wielkie, historyczne, „galaktyczne” kluby sportowe, które zarówno podtrzymują mit wspólnotowy, prawie że rodzinny i pełen honoru (związany od ponad 24 lat z Manchesterem United menadżer Alex Ferguson, szczytne idee UNICEF-u promowane przez *Barcę*, wciąż „niezwyciężony” mimo ciągłych porażek w najważniejszych rozgrywkach Real), jak i są prężnie działającymi przedsiębiorstwami, gdzie piłkarze to pracownicy, których głównym zadaniem jest zaspokojenie potrzeb i oczekiwań klientów, czyli kibiców (dyscyplina wewnątrzklubowa, niedopuszczalność pewnych, zwłaszcza nacechowanych emocjonalnie zachowań).

W ostatnim rozdziale omówione zostały globalne i lokalne wymiary postfutbolu. Autorzy zwracają uwagę na zwiększający się zasięg oddziaływania przekazów i samej idei tej dyscypliny, wzajemne powiązanie ekonomiczne, moc zarządzania emocjami, które wytwarza piłkarski mikro(makro?)kosmos. Chyba nikt już nie ma wątpliwości, że futbol opanował cały świat, a jedną z podstaw tej ekspansji jest jego doskonale wpasowanie się w wymogi kultury wzrokocentrycznej („nieoglądany nie istnieje” – s. 248). Także sfera finansowa bezsprzecznie dowodzi, że piłka nożna to fenomen globalny.

¹ Co ciekawe, nierzadko tonące w długach i przynoszące raczej straty, mimo olbrzymich nakładów finansowych i obrotów związanych z prowadzeniem biznesu okołopiłkarskiego.

Koszulki, piłki, cały sprzęt sportowy wytwarzany jest w fabrykach globalnych korporacji umiejscowionych najczęściej w krajach tzw. Trzeciego Świata, co sprawia, iż są one wciągane w międzynarodowy biznes piłkarski. Nie są to jednak zasady partnerskiej inkorporacji, ale wynik obniżania kosztów wytwarzania i pracy, co lokuje dostarczycieli dóbr, bez których futbol nie mógłby istnieć, na pozycji całkowicie podległej. Drugą stroną medalu jest globalność futbolu, wyrażająca się w tym, że nie wszystkie mechanizmy globalizacji zafunkcjonują w ten sam sposób w różnych warunkach (piłka nożna ma różne odcienie i wymiary w różnych warunkach kulturowych). Autorzy skupiają się tu także na trybalizmie i plemienności, jakie związane są ze zjawiskami futbolowymi, radykalnych ruchach kibicowskich, politycznym uwikłaniu, kwestiach etnicznych (przykład mniejszości asyryjskiej w Szwecji), aktywizmie sportowym i pozasportowym, jaki rodzi zaangażowanie w futbol. Pytaniem otwartym, choć Czubaj, Drozda i Myszkowski skłaniają się jednak ku odpowiedzi negatywnej, pozostaje to, czy w postfutbolu jest jeszcze miejsce na „czysty sport”, w którym do gry wystarczy tylko kawałek murawy, gdzie „piłka jest okrągła, a bramki są dwie”.

Postfutbol. Antropologia piłki nożnej jest świetnym przykładem wieloaspektowej analizy złożonego zjawiska kulturowego przenikającego wiele sfer życia społeczeństw globalnych. Żywy język (w końcu „piłka w grze”) i mnogość przykładów obrazujących poruszane problemy istniejące w ramach świata futbolu sprawiają, że czytelnik z łatwością podąża za tokiem myślenia autorów. Zakrojona na szeroką skalę opowieść o współczesnej piłce nożnej każe się zastanowić, czy postfutbol nie jest idealnym ucieleśnieniem niemalże wszystkich fenomenów kultury (po)nowoczesności.

Anna Datko

***Kobiety, gender i globalny rozwój*, red. N. Visvanathan, L. Duggan, N. Wieggersma, L. Nisonoff, Polska Akcja Humanitarna, wyd. II, Warszawa 2012, ss. 551.**

Monumentalna objętość, imponująca przekrojowość tematyczna, setki aktualnych danych – to niewątpliwie trzy podstawowe cechy tomu *Kobiety, gender i globalny rozwój*. Ta ponad pięciusetstronicowa publikacja pod redakcją naukowców i ekspertek, twórczyń amerykańskich grup dyskusyjnych „Kobiety a rozwój”, jest już drugim wydaniem, aktualizującym kwestie poruszone po raz pierwszy w roku 1997. Jak same przyznały, książka nie ma stanowić konkurencji dla wielu specjalistycznych opracowań, ale ma być bazą, uświadamiającą studentom i osobom niezajmującym się na co dzień nauką istotność perspektywy *gender* w zakresie analizy rozwoju gospodarczego w ujęciu globalnym.

Na publikację składa się pięć logicznie wydzielonych działów. W pierwszym z nich dokonano wprowadzenia czytelniczek i czytelników w zagadnienie, przez ukazanie historii globalnych działań pomocowych aż do przełomowego momentu powstania feministycznej ekonomii politycznej, która – zacytujmy Marię Riley – „podważa dominujący model neoliberalny podkreślający znaczenie gospodarki rynkowej wraz ze wzro-