

Polscy kibice

Opracowała
Barbara Badora

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

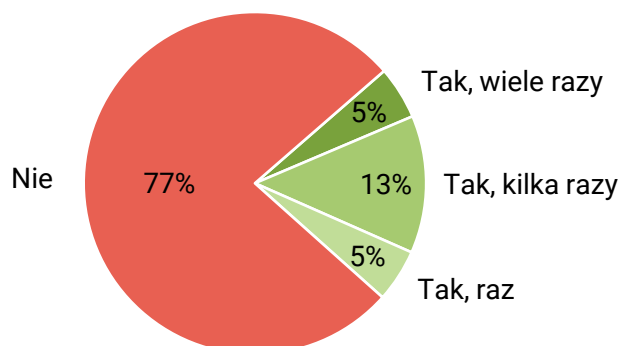
Respondentów panelu internetowego CBOS¹ zapytaliśmy o to, czy w tym roku zdarzyło im się być na jakimś meczu lub innych zawodach sportowych, czy uważają się za kibiców sportowych, a zadeklarowanych kibiców piłki nożnej o ich zaangażowanie w kibicowanie tej dyscyplinie.

WIDOWNIA NA ARENACH SPORTOWYCH

Wszystkich badanych zapytaliśmy, czy byli w tym roku na meczu lub innych zawodach sportowych. Takie doświadczenia ma blisko jedna czwarta (23%) pytaných, przy czym większość z nich (18% ogółu) była w tym roku na jakimś wydarzeniu sportowym więcej niż raz.

CBOS

RYS. 1. Czy w tym roku był(a) Pan(i) na meczu lub innych zawodach sportowych?



Pośród zmiennych demograficznych obecność na meczu lub zawodach sportowych przede wszystkim różnicuje płeć badanych – deklaruje ją niemal co trzeci mężczyzna (32%) i 14% kobiet.

TABELA 1

Czy w tym roku był(a) Pan(i) na meczu lub innych zawodach sportowych?	Płeć	
	Mężczyźni	Kobiety
	procentowanie w kolumnach	
Tak, wiele razy	7	3
Tak, kilka razy	19	7
Tylko raz	6	4
Nie	68	86

Biorąc pod uwagę wiek badanych, możemy zauważyć, iż najczęściej uczestnikami wydarzeń sportowych były osoby w wieku 35–44 lata – 37% z nich deklaruje, że w tym roku co najmniej raz było na meczu lub zawodach sportowych. Najmniej uczestników takich wydarzeń jest natomiast w grupie wiekowej 65+ (12%).

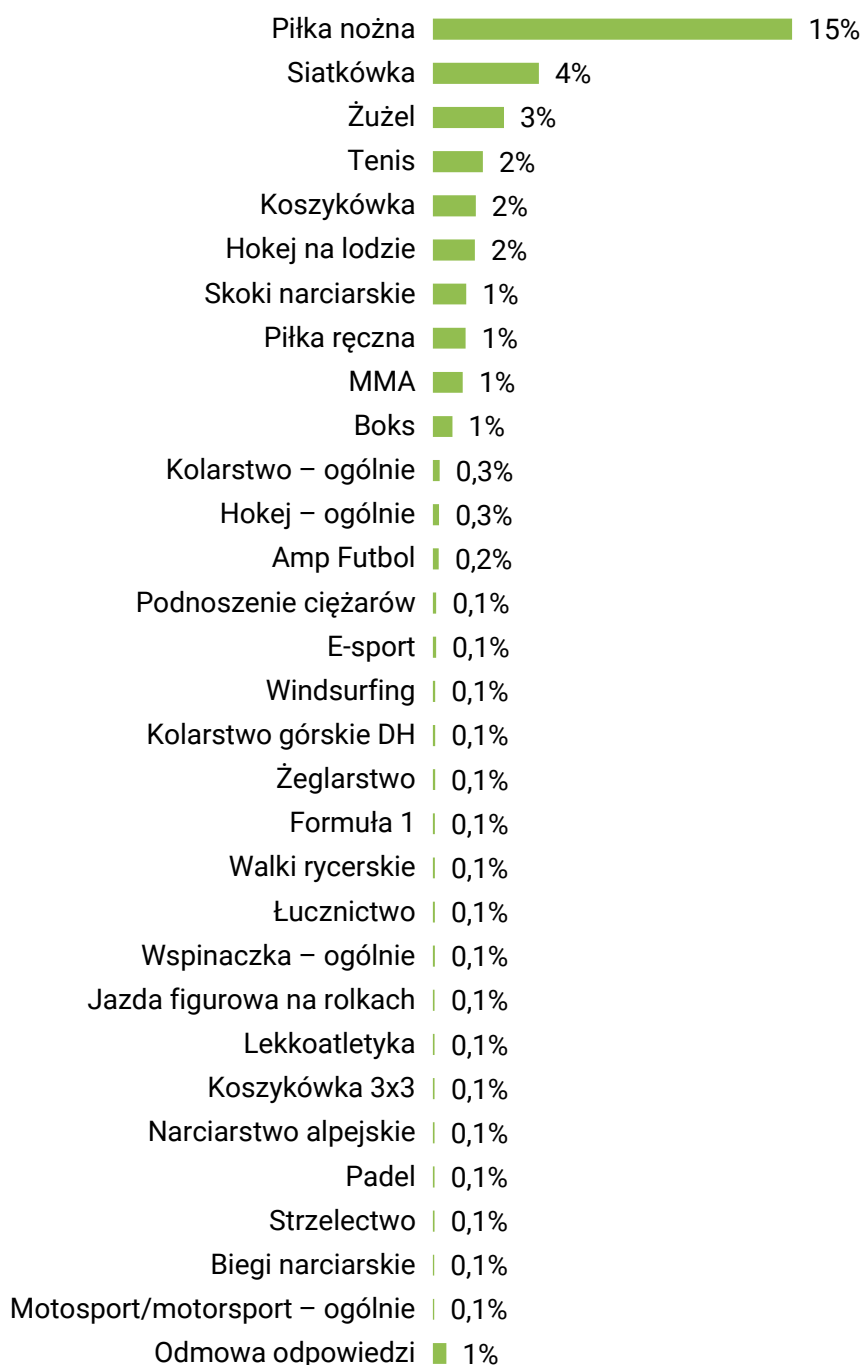
¹ Badanie „Co o tym myślisz?” zostało zrealizowane metodą wywiadów internetowych (CAWI) w okresie 7–9 lipca 2026 roku na próbie reprezentatywnej dla dorosłych mieszkańców Polski (N=800).

Najwięcej Polaków było w tym roku na meczu piłki nożnej (15%). Znacznie mniej widzów miały kolejne pod względem częstości wskazań dyscypliny sportu, czyli siatkówka (4%), żużel (3%), tenis (2%), koszykówka (2%), hokej na lodzie (2%), skoki narciarskie (1%), piłka ręczna (1%), MMA (1%) i boks (1%). Każdą z pozostałych dyscyplin wymienił mniej niż 1% badanych.

Wszystkie dyscypliny z wyjątkiem tenisa były częściej oglądane na żywo przez mężczyzn niż kobiety. W szczególności dotyczy to meczów piłki nożnej, w których udział brało 21% mężczyzn i 9% kobiet.

CBOS

RYS. 2. Jaką dyscyplinę sportu oglądał(a) Pan(i) na żywo w tym roku?

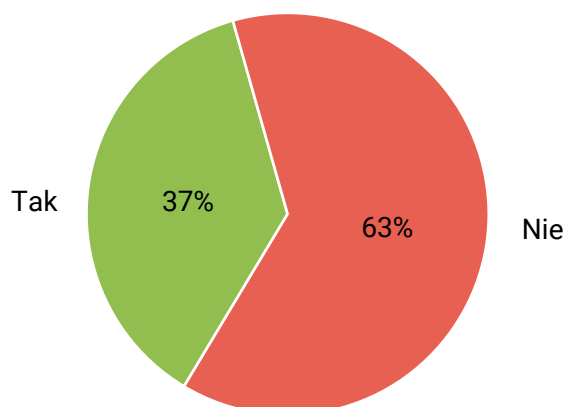


KIBICE SPORTOWI

Wszystkich badanych zapytaliśmy też, czy uważają się za kibiców sportowych. Twierdzącej odpowiedzi udzieliło 37%. Warto dodać, iż identyczny wynik uzyskaliśmy w badaniu zrealizowanym w czerwcu 2016 roku².

CBOS

RYS. 3. Czy uważa się Pan(i) za kibica sportowego?



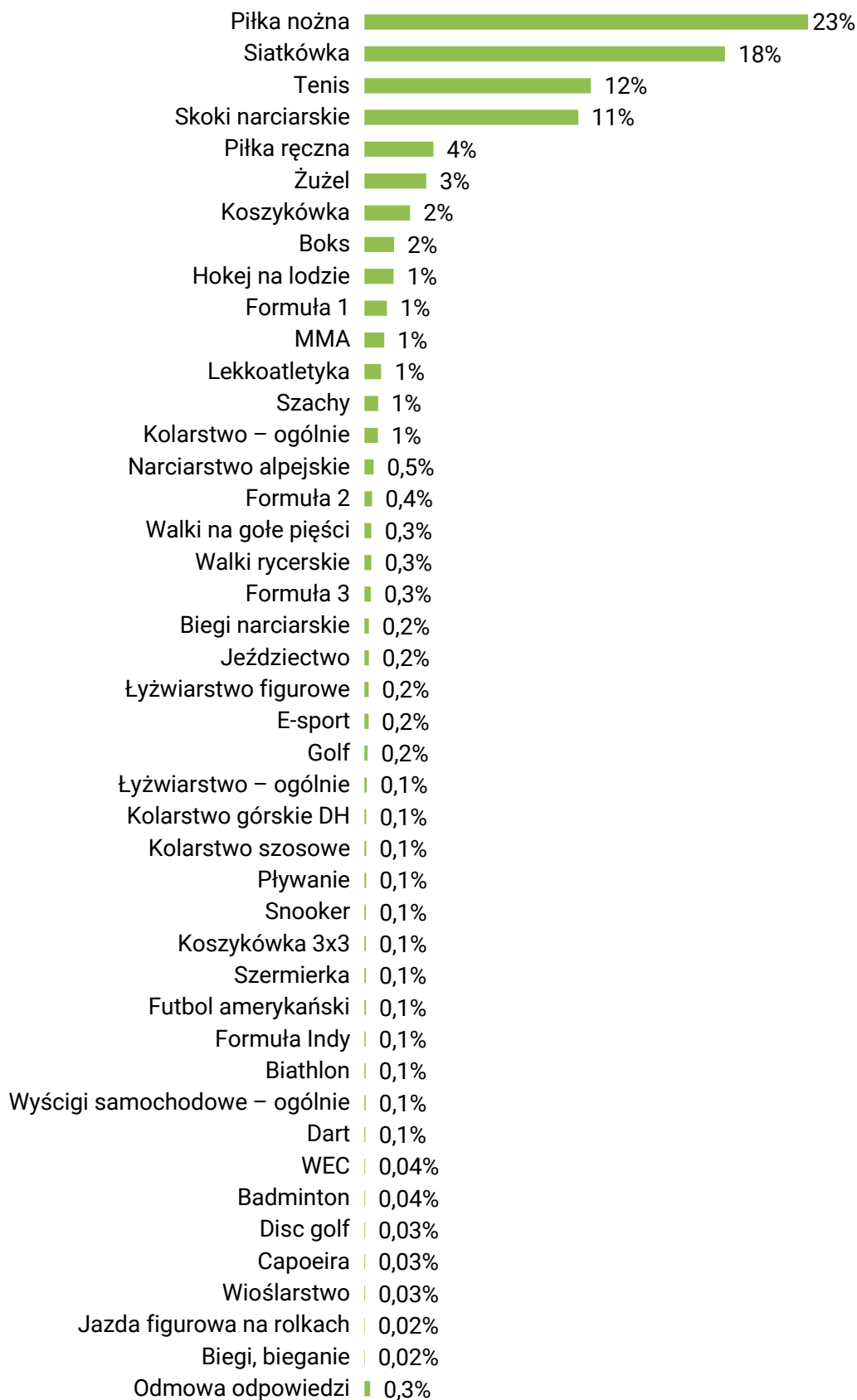
Za kibiców sportowych uważa się obecnie 43% mężczyzn i 31% kobiet. Co ciekawe, w porównaniu z rokiem 2016 zwiększył się udział kibiców wśród kobiet (wzrost o 10 punktów procentowych), a zmniejszył wśród mężczyzn (spadek o 11 punktów).

Kibicom sportowym zadaliśmy pytanie o to, jakie dyscypliny śledzą regularnie. Tak jak w roku 2016 najbardziej popularne w Polsce dyscypliny sportu to piłka nożna, za kibica której uważa się prawie co czwarty dorosły Polak (23%), oraz siatkówka, której kibicuje blisko co piąty (18%). Liczne grupy kibiców mają ponadto tenis (12%) i skoki narciarskie (11%). Warto też dodać, iż w porównaniu z rokiem 2016 zauważalnie przybyło w Polsce kibiców tenisa, a ubyło fanów piłki ręcznej.

Co interesujące, piłka nożna jest obecnie najpopularniejszą dyscypliną wśród badanych w wieku 18–64 lata, natomiast kibice w wieku 65+ swoim wsparciem bardziej równomiernie obdzielają różne sporty. Wyniki sondażu potwierdzają jednak, że futbol jest sportem egalitarnym, pozostaje on bowiem najpopularniejszą dyscypliną niezależnie od poziomu wykształcenia respondentów. Ponadto kibice piłkarscy stanowią obecnie najliczniejsze grupy zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet, a także we wszystkich grupach wyróżnionych ze względu na wielkość miejscowości, w której mieszkają badani.

² Zob. komunikat CBOS „Piłka nożna i jej kibice”, lipiec 2016 (oprac. M. Grodecki).

RYS. 4. Jakie dyscypliny sportu śledzi Pan(i) regularnie?



KIBICOWANIE PIŁKARSKIE W POLSCE

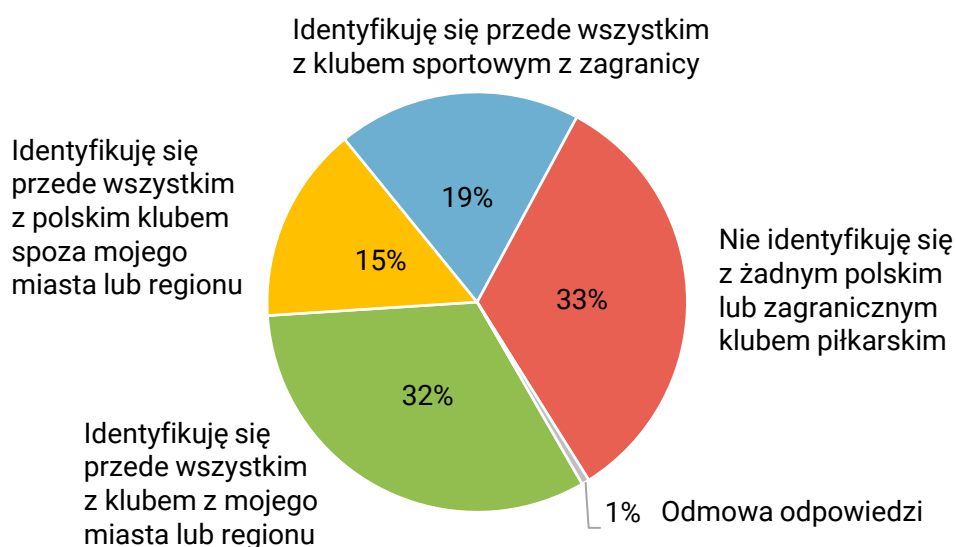
Tak jak w 2016 roku³ 32% kibiców futbolu w Polsce identyfikuje się z lokalnym klubem, mającym siedzibę we własnym mieście lub regionie, co stanowi 7% dorosłych Polaków. Generalnie jednak identyfikacja z rodzimymi klubami nieco się zmniejszyła, gdyż mniej kibiców niż poprzednio deklaruje, że identyfikuje się z polskimi klubami spoza regionu zamieszkania (spadek z 27% do 15% kibiców piłkarskich). Obecnie łącznie 11% dorosłych Polaków utożsamia się z rodzimymi klubami piłkarskimi (od roku 2016 spadek o 4 punkty procentowe).

W porównaniu z rokiem 2016 podwoiła się grupa kibiców najmocniej przywiązanych do klubów zagranicznych – obecnie z klubem zagranicznym identyfikuje się niemal co piąty (19%, wzrost o 10 punktów) fan futbolu w Polsce, co stanowi 4% ogółu badanych (wzrost o 2 punkty procentowe).

CBOS

RYS. 5. Proszę wskazać zdanie, które najlepiej opisuje Pana(-ią) jako kibica piłkarskiego.

DEKLARACJE KIBICÓW PIŁKARSKICH (N=180)



Jedną z głównych charakterystyk kibiców, poza utożsamianiem się ze swoim klubem, jest emocjonalny stosunek do jego losów. Fanów futbolu identyfikujących się z klubami lokalnymi, polskimi lub zagranicznymi zapytaliśmy o ich osobisty stosunek do tych instytucji. Wyniki wskazują, że największy odsetek tych kibiców stanowią obecnie osoby, które można utożsamiać z najbardziej zagorzałymi fanami, czyli emocjonalnie związane z klubem, będącym dla nich ważną częścią życia prywatnego (35%), ale niewiele mniejszą grupę stanowią ci, którzy nie są emocjonalnie związani z klubem, ale interesują się jego wynikami sportowymi (31%). Trzecią kategorię stanowią natomiast

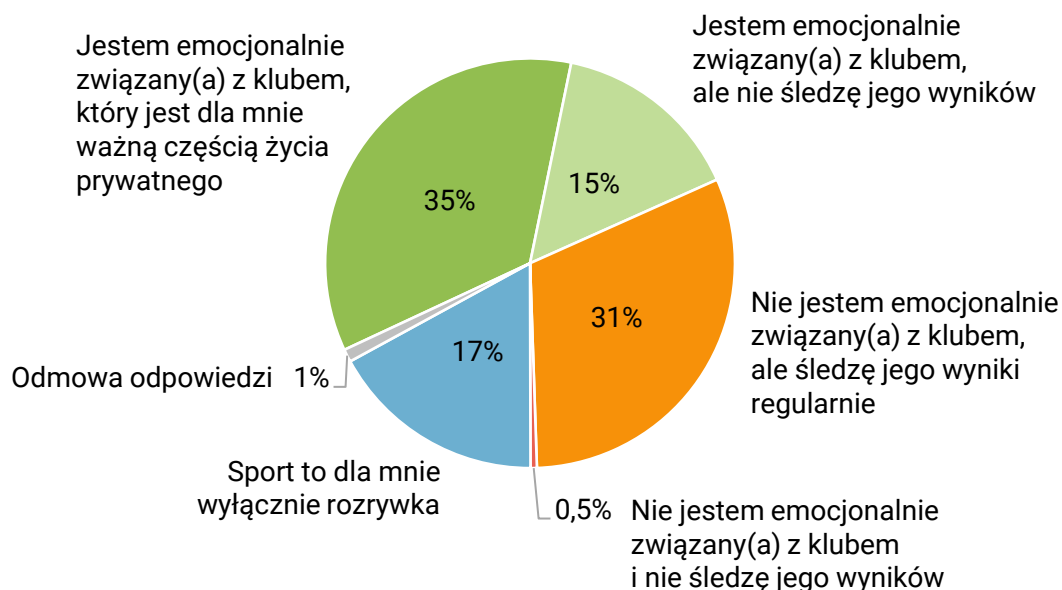
³ Zob. przypis 2.

kibice, którzy deklarują emocjonalny związek z klubem, jednak nie śledzą oni regularnie jego poczynąń (15%). Są to prawdopodobnie fani, dla których klub i jego symbolika stały się synonimem wspólnoty⁴. Co ciekawe, obecnie jest ich niemal tyle samo co w roku 2016.

CBOS

RYS. 6. Proszę wskazać zdanie, które najlepiej opisuje Pana(-ią) jako kibica piłkarskiego.

DEKLARACJE KIBICÓW PIŁKARSKICH IDENTYFIKUJĄCYCH SIĘ Z KLUBAMI LOKALNYMI, POLSKIMI LUB ZAGRANICZNYMI (N=119)



Tak jak w roku 2016 największy odsetek zagorzałych kibiców, czyli osób, które są związane emocjonalnie ze swoim klubem i regularnie śledzą jego wyniki, odnotowaliśmy wśród kibiców lokalnych klubów (44%), natomiast wśród fanów zespołów zagranicznych przeważają kibice sportu, czyli osoby, które nie są przywiązane emocjonalnie do klubu, za to żywo interesują się jego wynikami sportowymi (46%). Wśród fanów identyfikujących się głównie z polskimi klubami spoza regionu zamieszkania odnotowaliśmy obecnie natomiast najwięcej kibiców, którzy deklarują emocjonalny związek z klubem, jednak nie śledzą regularnie jego poczynąń (42%).

⁴ Zob. przypis 2.

TABELA 2

Jak określił(a)by Pan(i) stopień swojego zaangażowania w klub?	Proszę wskazać zdanie, które najlepiej opisuje Pana(ią) jako kibica piłkarskiego.		
	Identyfikuję się przede wszystkim z klubem z mojego miasta lub regionu	Identyfikuję się przede wszystkim z polskim klubem spoza mojego miasta lub regionu	Identyfikuję się przede wszystkim z klubem sportowym z zagranicy
	procentowanie w kolumnach		
Jestem emocjonalnie związany(a) z klubem, który jest dla mnie ważną częścią życia prywatnego	44	20	32
Jestem emocjonalnie związany(a) z klubem, ale nie śledzę jego wyników	9	42	5
Nie jestem emocjonalnie związany(a) z klubem, ale śledzę jego wyniki regularnie	26	25	46
Nie jestem emocjonalnie związany(a) z klubem i nie śledzę jego wyników	0	1	0
Sport to dla mnie wyłącznie rozrywka	19	11	17
Odmowa odpowiedzi	2	0	0

Kibiców, którzy zadeklarowali emocjonalny związek z klubem piłkarskim, będącym dla nich ważną częścią życia prywatnego, zapytaliśmy, w jaki sposób wyraża się ich zaangażowanie w klub. Na ogół jest to oglądanie transmisji z meczów indywidualne lub w towarzystwie osób współzamieszkujących. Zdecydowana większość tych kibiców chodzi ponadto na mecze na własnym stadionie. W meczach wyjazdowych swojego klubu bierze natomiast udział niemal co piąty najbardziej zagorzały fan futbolu.

CBOS

RYS. 7. W jaki sposób wyraża się Pana(i) zaangażowanie w klub?

ODPOWIEDZI KIBICÓW, KTÓRZY ZADEKLAROWALI EMOCJONALNY ZWIĄZEK Z KLUBEM PIŁKARSKIM, BĘDĄCYM DLA NICH WAŻNĄ CZĘŚCIĄ ŻYCIA PRYWATNEGO (N=42)

