

Dominik Antonowicz  
Łukasz Wrzeński  
Uniwersytet Mikołaja Kopernika

## KIBICE JAKO WSPÓLNOTA NIEWIDZIALNEJ RELIGII

*Przedmiotem rozważań jest społeczny fenomen kibicowania. Tekst podejmuje jego analizę przy użyciu paradygmatu pozainstytucjonalnej czy też niewidzialnej religii Thomasa Luckmanna. Autorzy odnajdują w idei klubu sportowego, jego barwach, godle oraz tradycji ponowoczesną formę świętości, wokół której gromadzą się liczni wyznawcy – kibice. Celem artykułu jest (a) przedstawienie kibiców jako grupy niewidzialnej religii, która jednocześnie dowodzi przemianom w formach religijności i realokacji sacrum poza tradycyjne struktury kościelne oraz (b) dokonanie typologii kibiców na podstawie stopnia i formy ich zaangażowania we wspólnotę niewidzialnej religii. Przyjęcie perspektywy religijnej pomaga w zrozumieniu społecznego zjawiska kibicowania, a także analizie kierunku zmian, jakim ulega w wyniku postępującej komercjalizacji sportu.*

*Główne pojęcia: kibice, niewidzialna religia, sport, ponowoczesność, Luckmann.*

Spoleczne zjawisko kibicowania (ang. *fandom*) jest integralną częścią sportu do tego stopnia, że w zasadzie trudno współcześnie wyobrazić sobie sportową rywalizację bez oglądających ją kibiców. Fizyczna rywalizacja istniała od czasów starożytnych, jednakże aż do XIX wieku miała głównie charakter indywidualny. Od zapaśników w starożytnej Grecji, poprzez rzymskich gladiatorów czy średniowiecznych rycerzy rywalizacja definiowana była jako walka dwojga ludzi (mężczyzn) o zwycięstwo. Przyjmowała ona formułę jarmarcznej rozrywki, gromadząc lokalną publiczność, spragnionych sensacji

gapiów, którzy z ciekawości, aczkolwiek bez znaczącego identyfikowania się z uczestnikami, obserwowali sportową rywalizację. Było to swego rodzaju objazdowe przedstawienie i nie ma dowodów, żeby publiczność w jakiś szczególny sposób utożsamiała się z bohaterami fizycznych zmagania, czy wykazywała zainteresowanie ich losami poza areną występów. Były to raczej odświętne wydarzenia o charakterze odpustowych jarmarków, których głównym zadaniem było zapewnienie taniej rozrywki licznie zgromadzonej publiczności. W tym aspekcie przełomowym okazało się powstanie gier zespołowych (początkowo opartych na drużynach uniwersyteckich), organizacja regularnych rozgrywek, a przede wszystkim rozwój piłki nożnej. W wymiarze instytucjonalnym towarzyszyły temu narodziny klubów sportowych, lokalnych stowarzyszeń, które nadały sportowej rywalizacji zupełnie nowy, transcendentny wymiar. O ile w dobie przedklubowej zjawisko kibicowania było mocno spersonifikowane, oparte na okazjonalnym kulcie herosów, a przede wszystkim ograniczone w czasie, o tyle pojawienie się klubów sportowych nadało kibicowaniu abstrakcyjny i ponadczasowy wymiar. Sport jest jednak fenomenem ery nowożytnej, podobnie jak towarzyszące mu zjawisko kibicowania, które znacząco wykracza poza zwykłe zainteresowanie widzów sportową rywalizacją, tworząc emocjonalną więź wokół abstrakcyjnej i transcendentnej idei klubu sportowego. Dopingując jednego zawodnika, można było zachwycać się jego siłą, sprawnością czy szybkością, ale ramy czasowe tego były jednak ograniczone do czasu trwania zawodniczej kariery. Nawet jeśli wybitna jednostka zdołała skupić wokół siebie grupę oddanej publiczności, dezintegrowała się ona wraz z końcem kariery bohatera. Tymczasem powstanie klubów sportowych zasadniczo odmieniło charakter zjawiska kibicowania, gdyż klub z natury jest instytucją długo trwającą, jeśli nie bytem ponadczasowym. Mimo nieustającej rotacji zawodników, trenerów i działaczy tworzy się pewna metafizyczna przestrzeń, wokół której skupiają się kibice.

Historia badań społeczności kibiców i społecznego zjawiska kibicowania sięga połowy lat sześćdziesiątych ubiegłego stulecia, gdy chuligańskie wybryki na angielskich stadionach stały się zjawiskiem na tyle powszechnym i poważnym, że zaczęły zagrażać bezpieczeństwu publicznemu. Ich fenomen wzbudzał zainteresowanie badawcze głównie ze względu na agresywne formy zachowania, stąd większość dotychczasowego dorobku naukowego poświęconca została analizie zjawiska stadionowego chuligaństwa (np. Harrington 1968; Taylor 1971; Giulianottiego 1993, 1995; Dunning, Murphy, Williams 1986, 1989; King 1999). Dotychczasowy stan badań jest wprawdzie bogaty i ma charakter interdyscyplinarny, ale podejmowane próby conceptualizacji społecznego zjawiska kibicowania przebiegały wedle pewnych schematów. Po pierwsze (1), bardzo dużo uwagi poświęcono zjawisku stadionowego chuligaństwa, które choć spektakularne, znajduje się na jego marginesie. Po dru-

gie (2), w większości badań skupiono się na opisie i systematyzacji społecznego świata kibiców, nie podejmując próby zrozumienia tego fenomenu. Po trzecie (3) wreszcie, badania nad kibicami zostały zdominowane przez analizy zachowań brytyjskich kibiców piłki nożnej, którzy nie są przecież reprezentatywną grupą dla całej zbiorowości.

W polskiej literaturze przedmiotu również można zaobserwować dominację nurtu badań nad zachowaniami chuligańskimi, ale na tle badań brytyjskich, niemieckich, holenderskich czy włoskich dorobek polskiej nauki jest w tym zakresie skromny. Warto w tym kontekście przywołać pionierskie prace Radosława Kowalskiego *Potomkowie Hooligana – Szalikowcy: społeczno-kulturowe źródła agresji widowisk sportowych* (2002) oraz Przemysława Piotrowskiego *Szalikowcy: o zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych* (2000) czy artykuły Stanisława Wanata (1993), Tomasza Sahaja (np. 2001, 2003). Pewien przełom w studiach nad kibicami nastąpił dopiero wraz z publikacją książek Jerzego Dudały *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach* (2004), a przede wszystkim pracy Tomasza Sahaja *Fani futbolowi. Historyczno-społeczne studium zjawiska* (2007). Tymczasem kibicowanie stanowi zbyt poważny fenomen, aby socjologia mogła zadowalać się jedynie fragmentarycznymi wyjaśnieniami ubocznych jego efektów (stadionowego chuligaństwa, fenomenu popularności Adama Małysza czy Roberta Kubicy), albo – co gorsza – mogła pozostawać wobec niego całkowicie obojętną, traktując go trochę po macoszemu. Jest ono nie tylko istotne w wymiarze społecznym, ale również fascynujące w sensie badawczym. Otoczone murem niezrozumienia tworzy trudnodostępną enklawę magicznego świata, której nie sposób ująć w dominujący schemat kategorii poznawczych, a co czyni z niego jeden z bastionów nieracjonalności, broniących się przed globalnymi trendami modernizacyjnymi. Większość dotychczasowych analiz zjawiska kibicowania skupiała się na jego zewnętrznym opisie oraz próbach systematyzacji zachowań kibiców. Niniejsze studium<sup>1</sup> podejmuje próbę zrozumienia społecznego świata kibiców korzystając z metafory religijnej, wychodzącej poza klasyczne schematy rozważań nad zjawiskiem kibicowania za pomocą współczynnika humanistycznego, czyli takiej właściwości badanego zjawiska, dzięki której „przedmioty teoretycznej refleksji są [...] już przedmiotami komuś danymi w doświadczeniu, lub czyimiś świadomymi czynnościami” (Znaniński 1988: 25). Wszystko to po to, aby wykroczyć poza utarte schematy analizy „z zewnątrz” i zaproponować użycie paradygmatu socjologii humanistycznej. Staje ona w opozycji do pozytywistycznej perspektywy, która nie dość, że słycała zjawisko

---

<sup>1</sup> Badania nad kibicami holenderskimi były możliwe dzięki programowi stypendialnemu Fundacji na rzecz Nauki Polskiej „Kolumb”.

kibicowania do aspektów zewnętrznych (obserwowalnych z oddali), to jeszcze ograniczała zbiorowość kibiców wyłącznie do osób demonstrujących swoją „kibicowatość”, pomijając tych, których zaangażowanie, choć nie mniejsze, jest sprawą wewnętrzną, a niekiedy wręcz intymną.

W tekście następuje odwołanie do metafory religii, która w polskim kontekście wywołuje jednoznaczne skojarzenia z liturgią i religijnością w Kościele rzymskokatolickim. Nie jest to zabieg przypadkowy, gdyż metafory służą do porządkowania świata oraz – poprzez odwołania do wspólnej wiedzy – umożliwiają również lepsze poznanie jego złożoności. Naszym przewodnikiem w socjologicznej podróży po świecie kibiców będzie koncepcja *niewidzialnej religii* Thomasa Luckmanna (1996), sformułowana w przełomowej dla badań nad religią książce *The Invisible Religion*. Nawiązując do wcześniejszych prac takich klasyków jak Emile Durkheim czy Max Weber, Luckmann zaproponował bardzo szeroką definicję pojęcia *religia*, usiłując zawrzeć w niej możliwie „najszersze spektrum treści wierzeń i społecznych form, które wypełniają funkcje »religijne«” (Luckmann 1996: 13) i odchodząc tym samym od jej wąskiego, instytucjonalnego, niekiedy nawet kościelnego rozumienia. W „neoklasycznej” koncepcji religii jest również miejsce dla kibiców jako grupy niewidzialnej religii, zjednoczonej kultem czystej, pięknej, nieskazitelnej, a przede wszystkim świętej idei klubu. Ta ostatnia – nawiązując do frazeologii Luckmanna – staje się transcendentnym wyrazem świętego kosmosu, tworzącym „społecznie zobiektywizowane systemy znaczeniowe, które odnoszą się z jednej strony do świata życia codziennego, a z drugiej do świata, który jest doświadczany jako transcendentujący życie codzienne” (Luckmann 1996: 77). Doskonałą ilustracją tego sakralnego wymiaru klubu jest Frantisek Fikes – bohater filmu Jana Hřebejka „Na złamanie karku”<sup>2</sup> – zagorzały kibic Sparty Praga. Jego oddanie jest tak wielkie, że w mieszkaniu stworzył swoisty ołtarzyk (dosłownie i w przenośni) ku czci swojego klubu i przed każdym meczem klękał przed nim, aby wznosić modły o wygraną dla swojego klubu. Luckmann formułował własne koncepcje w opozycji do dominującego do połowy lat siedemdziesiątych poglądu o rosnącej sekularyzacji społeczeństw przemysłowych oraz zaniku zjawiska *sacrum* jako efektu procesów modernizacyjnych. Według niego okres sekularyzacji był przeszłością, a w jego miejsce nastąpiła epoka „ponownego zaczarowywania” czy „religii postmodernistycznej”, w której *sacrum* nie tyle znika, ile przemierza się w społecznej rzeczywistości, wykraczając poza sferę zdominowaną przez wielkie zinstytucjona-

---

<sup>2</sup> „Na złamanie karku” czeski film w reżyserii Jana Hřebejka, rok produkcji 2004, premiera w Polsce – 2007.

zowane religie, czy mówiąc szerzej wymyka się spoza panowania organizacji religijnych. Władysław Piwowarski (1996: 175) określa ten trend społeczny mianem „przejścia od obiektywnego do subiektywnego światopoglądu, od wierności do niewierności wobec instytucji religijnych, od wierzeń do wiary, a ostatecznie przejście do prywatnej religijności rozmaicie rozumianej przez socjologów, np. jako »religijność pozainstytucjonalna«, »religijność niewidzialna«, »religijność anonimowa«”. Według Luckmanna (1996: 9–10) święty kosmos ulega społecznej obiektywizacji w procesie uzewewnętrzniania subiektywnych doświadczeń, których internalizacja stanowi istotny element socjalizacji do religijnej wspólnoty. Dla niego człowiek transcenduje swoją biologiczną naturę i w ten sposób dopiero staje się człowiekiem, a religia jest niczym więcej niż tylko kompleksem wyobrażeń zaświatów, aktualizowanym w procesie uspołecznienia, w obiektywizacji subiektywnych doświadczeń. Proces ten ma jednak charakter indywidualny i subiektywny, a jego uwieńczeniem jest (często nie w pełni uświadomione) poczucie przynależności do społeczności kibicowskiej skupionej wokół świętych barw, tradycji i klubowego godła. To one stają się materialnym surogatem transcendentnej mocy klubu, a jednocześnie jego symboliczną obecnością w życiu codziennym. Wyrazem ich sakralności jest kibicowski stosunek do flag, szalików, czapek, koszulek w barwach klubowych, ale również treści transparentów wywieszane przez kibiców w formie swoistego *credo*: „*Bóg, Honor, Apator*”, „*Dla was to tylko kolory, a dla nas to całe życie*”, „*Wiara, która przetrwała – Zagłębie*”, „*Raków – The Religion*”, „*Przenajświętszy Falubaz*”. Analogicznie do instytucjonalnych religii, określanych również mianem kościelnych, zbiorowość wierzących jest liczna, a więc i wewnętrznie zróżnicowana, a łączy ją wiara w symboliczną wartość substancji materialnych (szalik klubowy, flaga, koszulka itd.), niematerialnych (hymn, tradycja, legendy klubowe, wspólna historia) oraz uczestnictwo w kulturze normatywnej – przestrzeganie świętych norm obowiązujących w religijnej grupie kibiców. Wartość symboliczna liturgicznych narzędzi jest dla kibiców ogromna i niekiedy przekracza wartość ludzkiego życia, czego najlepszym dowodem są udokumentowane przypadki osób, które straciły życie bądź zdrowie w obronie „barw klubowych”. W społecznym świecie kibiców zostają wyniesieni do roli męczenników, a złożona przez nich ofiara daje im nieśmiertelność według zasady *ten żyje, kto trwa w pamięci żywych*. Przykładem kibiców-męczenników jest 96 sympatyków Liverpool, którzy zginęli na Hillsborough Stadium w Sheffield w 1989 roku, podczas półfinałowego meczu w Pucharze Anglii. Tablica z nazwiskami ofiar została wmurowana przy głównym wejściu na Anfield Road, a klub i kibice w sposób szczególny wspominają ich każdego roku w rocznicę tragedii (15 kwietnia). Na polskich stadionach również celebrowane są kibiców-

-męczenników, demonstrując ich podobizny, pseudonimy na wielkich płótnach, oddając im cześć oraz publicznie gloryfikując ich bohaterską postawę.

Namacalna obecność świętego kosmosu w życiu codziennym jest widoczna również w symbolicznej wojnie, toczonej między kibicami konkurencyjnych klubów, czyli grup religijnych. Jest to przede wszystkim konfrontacja symboliczna, gdzie ostentacyjnie dokonuje się profanacji obcych świętości – to znaczy palenia, deptania szalików, barw czy koszulek, plucia na nie, a także wywieszenia zdobytych flag do góry nogami. To celowe działania zmierzające do profanacji świętych elementów innych grup religijnych, służące demonstrowaniu wyższości i ziemskiej dominacji „naszego” świętego kosmosu. Nie miałyby one sensu, gdyby nie wiara w symboliczną moc barw klubowych czy herbu. Akt publicznej profanacji symbolizuje pogardę dla tego, co inni uważają za święte, to wyraz największej z możliwych form upokorzenia konkurencyjnej grupy religijnej. Przemoc symboliczna jest częstym zjawiskiem na stadionach, a jej skrajnym przejawem jest dokonywanie rytualnego niszczenia obcych „świętości” w obecności członków innej grupy religijnej. Ich bierność i niemoc ma dodatkowo wzmacniać siłę upokorzenia. Wojny między kibicami mają miejsce bowiem głównie w sferze symboli, a fizyczna przemoc pojawia się rzadko, jedynie w sytuacjach skrajnych i zachodzi między grupami, które często wykorzystują religijną nadbudowę do realizacji własnych celów, niekiedy nawet przestępczych. Dotyczy to zarówno propagowania ideologii politycznych, jak również wspierania inicjatyw bardziej partykularnych, często o charakterze kryminalnym. Potwierdza to stały element stadionowych pejzaży w postaci transparentów o treści „pозdrowienia do więzienia”, które mają symbolizować solidarność z kibicami przebywającymi w zakładach odosobnienia. W sferze stadionowej ideologii to wyraz empatii z tymi, którzy łamiąc prawo bronili świętości, ale w sferze realnej „kibicowska nadbudowa” stanowi jedynie fasadę działań o zupełnie innym charakterze. Przykładów takich praktyk jest wiele, co potwierdza choćby historia Marka B. ps. „Bizon”, sympatyka Motoru Lublin, który w czerwcu 2006 roku uczestniczył w bójce pod dyskoteką, w wyniku której zmarł 20-letni student. Po tych wydarzeniach „Bizon” ukrywał się, otrzymał jednak mentalne wsparcie od kibiców Motoru, którzy wywiesili gigantycznych rozmiarów transparent „Bizon, jesteśmy z tobą”. Społeczność kibiców nie jest jednak wyjątkiem, bowiem wiele nowych ruchów religijnych stało się przykrywkami do prowadzenia działalności o charakterze politycznym, biznesowym czy przestępczym. Nawet obecnie, w ramach tak zwanego kościoła instytucjonalnego, działa mnóstwo organizacji (Stella Maris, Lux Veritatis), które wykorzystują wiarę dla załatwienia „ziemskich” przedsięwzięć .

## Świętość czasu i miejsca

Obecność świętego kosmosu w życiu codziennym nie jest związana wyłącznie z kultem przedmiotów sakralnych. Religijny charakter kibicowania wyraża się niemal w każdym aspekcie tego społecznego fenomenu, obecność logiki świętego kosmosu w życiu codziennym nie ogranicza się bynajmniej do meczu i nie zamyka terytorialnie w świątynnym obszarze stadionu. Transcendentny świat kibiców wytycza linię demarkacyjną między *sacrum* i *profanum*, wyznacza również swoisty porządek czasu na wzór liturgicznego kalendarza. Pojęcie *sacrum* i *profanum* wprowadził do dyskursu naukowego Emile Durkheim, definiując wszystko co święte, w opozycji do wszystkiego co świeckie (Durkheim 1990: 32). Co niezwykle istotne, ową świętość i świeckość musimy rozpatrywać zawsze we wzajemnej relacji, a zakres świętości „jest nieskończenie zmienny, zależny od religii”. Innymi słowy, *sacrum* bądź *profanum* nie przynależą do rzeczy *per se*, ale są zawsze społecznie definiowalne. Rozróżnienie tych dwóch sfer jest zasadniczo ostre, nie sposób być jednocześnie elementem obu tych światów, ale podział ten osadzony jest w subiektywnym postrzeganiu rzeczywistości. Sfera *sacrum* jest, ujmując rzecz hierarchicznie (tamże, s. 32–33), porządkiem ważniejszym niż *profanum*, czyli uosobienie życia codziennego, ziemskiego, niedoskonałego. Zatem rzeczy święte to wszystko to, co społecznie traktowane jest jako element porządku ponadczłowieczego.

Czas odmierzany przez kibiców odbiega od kalendarza administracyjnego, a tworzy go cykl prowadzenia sportowych rozgrywek, określane mianem sezonów. W wielu dyscyplinach sportowych sezon rozpoczyna się późnym latem, bądź wczesną jesienią (sierpień–październik), a kończy się późną wiosną (maj–czerwiec), czyli trwa zupełnie niezależnie od roku kalendarzowego. Rozpoczęcie i zakończenie sezonu świętuje się w sposób szczególny, bowiem dla zbiorowości kibiców (także zawodników, działaczy itd.) jest to rodzaj święta rozpoczynającego liturgiczny rok. Nie tylko zresztą kwestie czasu regulowane są przez święty kosmos, wyznacza on również porządek przestrzenny. Centralnym punktem uspołecznionej religii jest stadion (hala, lodowisko) – obdarzone przez grupę religijną szczególnym kultem miejsce spotkań kibiców i rytualnego odprawiania wspólnych obrzędów ku czci świętej idei klubu. Niektóre z tych świętych miejsc, w których duch transcendencji miesza się z codziennością, tak jak Anfield – stadion FC Liverpool, Stamford Bridge zespołu Chelsea czy też Nou Camp w Barcelonie, stały się swoistymi sanktuariami – miejscami owianymi legendą, budzącymi strach u występujących sportowców oraz ekscytację wśród kibiców; miejscami, do których pielgrzymują nie tylko gorliwi wyznawcy danego klubu, ale również rzesze członków innych niewidzialnych wspólnot religijnych kibiców. Podobnie jak świątynie,

których architektura sprzyja ekspresji, uzewnętrznianiu indywidualnych doznań, przeżyć, tak stadiony, hale, lodowiska wypełnione ludźmi sprawiają wrażenie przytłaczających obiektów, z których wylania się niesamowita potęga tłumu. Sprzyja to indywidualnej internalizacji świętego kosmosu, obiektywizacji subiektywnych doznań religijnych, prowadząc do wytworzenia się atmosfery religijnej ekstazy, która – mówiąc językiem Le Bona – zaraża tłum (Le Bon 2004). Jednak zgromadzeni na stadionie kibice nie są tłumem w rozumieniu Le Bona, w pewnych sytuacjach mogą najwyżej tłum tworzyć. Co do zasady jednak, nie są bezwiedną, bezkształtną masą, którą każdy może pokierować w dowolnym kierunku. Zgromadzeni na stadionie kibice to wspólnota religijna, połączona kultem świętej idei klubu, mająca swoich religijnych przewodników, czekająca na ich sygnał, podążająca za ich głosem. Tłum kibiców nie jest ślepy i mimo towarzyszących mu skrajnych emocji nie da się ponieść każdemu, a nagromadzona siła emocji jest wyraźnie ukierunkowana na gloryfikację świętego kosmosu. Sportowa publiczność – mimo licznych podobieństw do tłumu – różni się tym, że doskonale rozpoznaje hierarchię i na pewno nie da się poprowadzić każdemu, kto zechce nią pokierować. Wśród kibiców bowiem istnieją jednostki czy nawet całe grupy powszechnie rozpoznawalne i cieszące się nadzwyczajnym szacunkiem. Pełnią rolę swoistych kapłanów, o czym świadczy przykład kibiców jednego z argentyńskich klubów i opis zachowania pozostałych kibiców, w sytuacji gdy grupa najzagorzalszych kibiców wchodzi na stadion: „Sektor był już gotowy na przyjęcie hinchadas, czyli najgorętszych fanatyków! Weszli na stadion zwartą grupą, z wielką pompą, wraz z rytmem bębnów i innych instrumentów. [...] Cały młyn rozstępuje się wówczas na boki, robiąc im przejście” („To My Kibice Plus” 2008: 7).

Zbiorowość kibiców bardziej przypomina pełne ekstazy zgromadzenie wiernych podczas religijnych uroczystości, bo wspólnota religijna kibiców skupiona na stadionie to osoby szukające sposobności uzewnętrznienia uczuć religijnych, współtworzenia zobiektywizowanych form religijności, doświadczenia zobiektywizowanych, namacalnych więzi wspólnotowych, które uzewnętrzniają się głównie podczas rytualnych obrzędów. Przestrzenne skupienie stwarza poczucie niewiarygodnej, często wręcz magicznej siły, która sprawia, że uczucie wspólnotowości góruje nad ludzkim indywidualum, a to co łączy kibiców we wspólnotę, dominuje nad tym, co różni zbiorowość.

### **Mecz jako obrzęd liturgiczny**

Sportowe wydarzenie jest dla kibiców formą obrzędu liturgicznego, podczas którego mają oni możliwość społecznej obiektywizacji świętego kosmosu.



Miejsce kibicowskich obrzędów wymaga szczególnego miejsca – sanktuarium. Wprawdzie dotychczasowa literatura wiele miejsca poświęca analogiom sportowych wydarzeń do spektakli teatralnych, nawiązując zarówno do sportowej rywalizacji w okresie starożytnym, jak i do współczesnego ujęcia sportu jako zjawiska zmierzającego w kierunku popkultury, stawiającego coraz większy nacisk na formę przekazu, rozrywkę, medialność (Morse 2003). Tak zwany *modern sport* organizowany jest na potrzeby widzów, zwłaszcza telewizyjnych, tak aby podnieść jego rynkową atrakcyjność (por. Gwóźdź red. 2003). Medialność – mierzona w euro lub dolarach – stała się celem samym w sobie, wymuszając niekiedy zmianę reguł sportowej rywalizacji w niektórych dyscyplinach (tenisie stołowym, siatkówce, koszykówce). Metafora widowiska sportowego jako teatru ma jednak istotne ograniczenia. Sprowadza ona udział publiczności w widowisku sportowym do ważnej (teatr w zasadzie nie istnieje bez publiczności), ale wyłącznie biernej roli. Tymczasem rozbudowany społecznie świat kibiców pokazuje, że sprowadzenie kibiców sportowych do roli teatralnej publiczności nie pozwala zrozumieć osobliwości oraz irracjonalności ich zachowania. Co najwyżej spektaklem można nazwać mecze reprezentacji narodowych, konkurs skoków narciarskich, wyścigi Formuły 1, a przede wszystkim igrzyska olimpijskie, gdzie sportowa rywalizacja nie posiada wymiaru klubowego. Tam natomiast, gdzie pojawia się idea klubu i symbolizujące ją barwy – symbole, tam teatralna inscenizacja zmienia się w liturgiczne obrzędy, a teatralni widzowie w religijną grupę. Spektakl sportowy posiada wiele istotnych cech widowiska teatralnego, jednak gdy analizie podda się kibiców – integralny element sportowego widowiska, wówczas stosowanie tej metafory okaże się nietrafne. Publiczność teatralna to w gruncie rzeczy bezimienna, bezkształtna i w dużej mierze przypadkowa zbiorowość połączona pragnieniem obcowania ze sztuką, która jednak nie jest w stanie wytworzyć żadnych emocjonalnych więzi. W tym sensie różni się od kibiców, których na stadion przyprowadziła nie tyle miłość do sportu jako takiego, ile przede wszystkim miłość do własnego klubu, głębokie poczucie identyfikacji. Nawet najzagorzalszy sympatyk sztuki teatralnej po kilku kiepsko zagranych spektaklach w swoim ulubionym teatrze najprawdopodobniej zrezygnuje z pójścia na następny. Uzna to najpewniej za stratę czasu, gdyż jest miłośnikiem dobrego warsztatu aktorskiego, kunsztu reżysera i ciekawych scenariuszy. Kibice – szczególnie najwierniejsi – postępują całkowicie odmiennie. Obecni są ciałem i duchem bez względu na poziom widowiska, bez względu na poziom sportowej rywalizacji, nieważne jest dla nich, czy klub gra w I czy w IV lidze, bowiem wierność i lojalność to jedne z największych wartości kibiców. Emocjonalne uczestnictwo w sportowych wydarzeniach nie musi zresztą oznaczać konieczności fizycznej obecności, bowiem niepowtarzalny rodzaj empatii jednoczy ludzi i buduje magiczne poczucie wspólnoty

również w sensie wirtualnym. Na dowód tego wystarczy przypomnieć rozsianych po wszystkich kontynentach kibiców polskich klubów, którzy niezależnie od pory dnia/nocy śledzą wyniki swoich drużyn, głęboko przeżywają ich wzloty oraz upadki. Dlatego wydarzenia sportowe – głównie te o charakterze klubowym – bardziej przypominają publiczną, zbiorową formą kultu religijnego, odbywającą się wedle określonych zasad, aniżeli udział w spektaklu teatralnym.

Sam mecz jest wydarzeniem niecodziennym, podczas którego zanika konwencjonalne poczucie miejsca i czasu. Sportowe zawody wprowadzają nową, unikalną czasoprzestrzenną logikę. Podczas trwania meczu konwencjonalny czas staje w miejscu, a wszyscy uczestnicy spektaklu adaptują się do czasu meczowego. Stadiony, hale czy lodowiska przeistaczają się w miejsca, gdzie odmierzenie czasu jest bardzo ważne, ale zyskuje specyficzny rytm – czas dzieli się na sety, kwarty, tercje czy nawet biegi, następuje zjawisko dylatacji czasu. W koszykówce czy w hokeju na lodzie występuje nawet fenomenalne zjawisko zatrzymywania czasu, które w świecie rzeczywistym w ogóle nie istnieje (por. Heinemann 1989). Wszystko to sprzyja kształtowaniu się nowego (choć krótkotrwałego) magicznego porządku, którego głównym wymiarem jest zacieranie tradycyjnych ról społeczno-zawodowych. Można powiedzieć, że w pewnym sensie relacje i zależności świata zewnętrznego ulegają czasowemu zawieszeniu, zanika tradycyjny hierarchiczny porządek, a w jego miejsce tworzy się egalitarna wspólnota. Możliwość przeżywania emocji w tym samym miejscu i czasie powoduje, że z obcej i dalece anonimowej zbiorowości kibice stają się duchową jednością, symbolicznie podtrzymywaną poprzez jednakowy ubiór, wspólny śpiew itd. Podczas meczu kibice tworzą mityczną (krótkotrwałą) jedność. Stadion – obok świątyń – staje się wyjątkowym miejscem, gdzie ujawnia się niekwestionowany prymat kolektywu nad jednostką, które wiąże się z magicznym poczuciem wspólnoty, unikatowym w zatomizowanym, zmateriałizowanym i skrajnie indywidualistycznym świecie. Kibice często podejmują przy tym działania związane z obroną świątych miejsc, takich jak stadion.

### **Widzialna magia niewidzialnej religii**

Niewidzialna religia posiada nadprzyrodzoną moc nadawania sensu ziemskiemu życiu, a uczestnictwo we wspólnocie kibiców doskonale służy jako forma społecznej inkluzji. Wiara w klub, podobnie jak w wiara w siłę transcendentną, może mieć ogromną moc oddziaływania, może – w sensie metaforycznym – działać cuda. Fenomen kibicowania najdokładniej oddaje dopiero analiza studium przypadku osób, dla których stało się ono treścią życia,

nadało mu całkowicie nowy sens. Tylko wiara w transcendentną siłę może pokonać cierpienie związane z kalectwem, a udział w praktykach religijnych stwarza możliwość doznań natury ekstatycznej i (przynajmniej temporalnie) wyjścia poza zamknięty świat ludzkich ograniczeń. Kibicowanie jest w dużej mierze zjawiskiem natury psychologicznej, prywatną religią, której społeczna moc jest jednak porównywalna do wierzeń w tradycyjnym tego słowa znaczeniu. Marcin Kaczorowski, niewidomy kibic łódzkiego Widzewa – który przez lata (mimo niepełnosprawności) dojeżdżał na mecze swojej drużyny aż z Suwałk – w ten oto sposób opisuje własne przeżycie związane z kibicowaniem: *czuję się Widzewiakiem. Uwielbiam śpiew kibiców. Cudowna jest atmosfera na widzewskim stadionie [...]. Fenomen zjawiska kibicowania jest niewytłumaczalny w kategoriach racjonalnych, co udowadnia przykład wspomnianego powyżej Marcina, który o źródłach swego kibicowaniu mówi w sposób bardzo bezpośredni [...] bo kocham Widzew [...].* Znamienne i mistyczne są jednak jego inne słowa, odnoszące się do niewidzialnej wiary Marcina jako osoby niewidomej. *Tak naprawdę to ja widzę, widzę więcej niżby komukolwiek mogło się wydawać. Widzę sercem i w snach. Nie ma nocy, żeby coś mi się nie przysniło. Wtedy widzę Widzew.* Można je uznać jako odważną, a jednocześnie niezwykle wymowną deklarację wiary (Jóźwiak 2001; Derdzikowski i Wiewiórski 2008).

Na przykładzie kibiców zmagających się z fizyczną niepełnosprawnością, mających często trudności z normalnym funkcjonowaniem w społeczeństwie, widać jak bardzo ważną rolę odgrywa uczestnictwo we wspólnocie kibiców. Rola tej wspólnoty bardzo przypomina wspólnotę religijną. Dla wspólnoty – zjednoczonej kultem drużyny – niepełnosprawność nie jest przeszkodą, przeciwnie, oparta na silnych więziach zbiorowość nie tylko akceptuje, ale również wspiera swoich członków. Dotyczy to przede wszystkim pomocy w uczestnictwie w praktykach religijnych – wyjazdach na mecze, spotkaniach kibiców, ale często przenosi się też na inne obszary. Zakorzeniona we wspólnocie uczuć i wartości zbiorowość kibiców sprzyja powstawaniu silnych emocjonalnych więzi, a tym samym ułatwia osobom społecznie, ekonomicznie czy fizycznie niepełnosprawnym pełne uczestnictwo w życiu społecznym. Dla wielu ludzi społecznie, ekonomicznie czy fizycznie upośledzonych wspólnota o charakterze religijnym jest miejscem, gdzie mogą nawiązać trwałe więzi społeczne, zostać dostrzeżonym i zaakceptowanym takimi, jakimi są, a przede wszystkim mogą poczuć się pełnoprawnymi członkami wspólnoty. Aktywność we wspólnocie kibiców staje się dla nich nie tylko okazją zbliżenia do *sacrum*, ale również formą osobistego spełnienia. „Adam [Kujawa], mimo że zmagając się z ciężką chorobą, znalazł w sobie dość siły by rozkręcić gliwicki fanklub Ruchu [Chorzów] [...] Nie mamy tam łatwego życia, bo przecież wiadomo, że Gliwice to nie jest niebieskie miasto. Z jednej strony kibic Piasta [Gliwi-

ce], z drugiej Górnika [Zabrze], ale jakoś dajemy radę. Stara gwardia się trzyma. Ci ludzie jeżdżą na Ruch od kilkunastu lat. Mamy własne szale, właśnie przygotowujemy się do produkcji koszulek” (Todur 2008).

W życiu każdego członka wspólnoty istotny jest moment pierwszego doznania *sacrum*. Różne są jego formy. Lektura kibicowskich pamiętników wskazuje na szczególny charakter pierwszego meczu na stadionie, czasami pierwszego meczu wyjazdowego, gdy odczuwa się magiczną siłę wspólnoty. Oto jak jeden z kibiców opisuje swój pierwszy mecz: „Pamiętam swoją pierwszą wyprawę na mecz, chociaż było to tak dawno, że mam wrażenie, jakby to były całe wieki. Ale takich rzeczy się nie zapomina. Pamiętam kasę, obskurną i tandetną. Pamiętam, że bilet kosztował na tamte czasy śmieszne pieniądze, zwłaszcza, że korzystałem z dobrodziejstwa ulgi. Pamiętam bilet, świstek papieru jakości niewiele lepszej od papieru toaletowego, z obowiązkową pieczętą z ceną i przeciwnikiem. Mam go do dziś i traktuję z szacunkiem należnym relikwii” („To my kibice” nr 11 (74) listopad 2007, s. 54). Bardzo często jest tak, że na pierwszy mecz zabieranym jest się przez kogoś z rodziny: ojca, dziadka, wuja bądź najbliższych kolegów. Socjalizacja religijna następuje w ramach grup pierwotnych, to one w swoisty sposób przekazują podstawy doktryny. Tak relacjonuje to czterdziestoosmioletni kibic angielskiego zespołu Milwall, z którym rozmawiał Danny Dyer<sup>3</sup>: *Na pierwszy mecz zabrał mnie ojciec. Potem kibicowałem klubowi – to była religia – i wciąż jest.* („Wojny na stadionach – odcinek Anglia”). Może to jednak być także spotkanie człowieka głęboko wierzącego, a w zasadzie jego osobiste świadectwo wiary. Adam Kujawa „[...] gdy miał 13 lat, trafił do ośrodka rehabilitacyjnego w Mikołowie, gdzie skierowano go, aby nauczył się żyć w świecie pełnym barier, a zakochał się w Ruchu. Właśnie tam poznał „Zabę”, starego kibica niebieskich – bez ręki, z potrząskanym kręgosłupem, ale niebieskim sercem” (Todur 2008: 7). Taka radykalna przemiana duchowa wiążąca się z doświadczeniem *sacrum* na trwale odciska piętno na biografii każdego kibica. To wewnętrzna rewolucja empirycznej i psychologicznej osobowości człowieka (rozumu, woli, uczuciowości, a nawet podświadomości) wokół duchowego centrum, to wydarzenie metafizyczne, ale również antropologiczne, które obejmuje całego człowieka, gdyż w procesie nawrócenia staje się on kimś innym. Dla wielu są to wręcz „nowe narodziny”, których konsekwencją jest poczucie empatii i przynależności do wielkiej wspólnoty religijnej.

---

<sup>3</sup> *Wojny na stadionach (The Real Football Factories International)* to cykl dokumentalnych filmów, wyprodukowanych przez Discovery Channel).

## Kibice reprezentacji

Osobnym aspektem kibicowania są spotkania reprezentacji narodowej. W środowisku fanów reprezentacja narodowa pełni bardzo ważną rolę, ale nie jest przedmiotem kultu takim jak klub. Kibicowanie reprezentacji wynika z poczucia przynależności do wspólnoty narodowej i przez to odwołuje się do zupełnie innej sfery, do sfery uczuć patriotycznych. W tym sensie świętość barw, poczucie wspólnoty wynika z kulturowego dziedzictwa, wspólnej historii oraz tradycji. Sport stwarza jedynie sposobność do symbolicznego wyrażania dumy narodowej, jest przy tym jedną z wielu takich sposobności. Podczas meczów międzypaństwowych pojawia się symbolika narodowa w postaci hymnu, flagi i godła. Rozgrywki sportowe stały się w okresie powojennym płaszczyzną rywalizacji między państwami, a sukcesy na arenie sportowej stały się częścią polityki globalnej. Punktem kulminacyjnym są wielkie imprezy międzynarodowe, jak mistrzostwa Europy, świata oraz igrzyska olimpijskie, które pod względem rozgłosu są globalnymi spektaklami medialnymi. Stają się centrum zainteresowania niemal wszystkich, zwłaszcza gdy reprezentacja narodowa odnosi w nich sukcesy. To potrzeba sukcesu, nie zaś sportowa rywalizacja gromadzi miliony ludzi przed telewizorami. Świadczy o tym popularność i oglądalność meczów reprezentacji piłki ręcznej podczas Mistrzostw Świata w Chorwacji w 2009 roku, która początkowo wynosiła kilkaset tysięcy, by na koniec turnieju osiągnąć ponad pięć milionów. Kibicowanie w trakcie wielkich imprez sportowych, których popularność to wypadkowa szans na sukces, patriotyzmu, mody i efekt działania „przemysłu” marketingowego, a wypisywanie na flagach narodowych nazw firm i produktów, łączenie patriotyzmu z piciem określonej marki piwa stanowi najlepszy obraz tego rodzaju przedsięwzięć. Wprowadzając koncepcję kibiców jako wspólnoty religijnej odnosimy się do grupy ludzi, których łączy poczucie wspólnoty oraz wiara w jej sakralny wymiar. Przynależność do klubowej grupy religijnej niewiele ma wspólnego z kibicowaniem reprezentacji, bowiem kibice reprezentacji nie tworzą żadnej nowej wspólnoty, przeciwnie, odzwierciedlają przynależność do wspólnoty politycznej (niezależnie od zainteresowania sportem), a wydarzenia sportowe pozwalają im to jedynie zmanifestować. Kibicowanie klubowi nie stoi w sprzeczności ze wspieraniem reprezentacji, ale – jak już wcześniej zaznaczyliśmy – odwołuje się do zupełnie odmiennych uczuć i wspólnoty politycznej. Trudno jest definiować kibiców reprezentacji mianem wspólnoty religijnej, skoro mecze narodowej reprezentacji angażują emocjonalnie nie tylko kibiców sportowych, ale również miliony ludzi, których sport w zasadzie nie interesuje. Nie zmienia to faktu, że kibice reprezentacji często są członkami klubowych wspólnot o charakterze religijnym, tylko na czas meczów reprezentacji ich religijna przynależność jest „zawie-

szana” i skromniej eksponowana. W praktyce oznacza to wywieszanie na meczach międzypaństwowych flag narodowych z nadrukami nazw klubów. Kibicowanie reprezentacji można zatem traktować jako pochodną przynależności do wspólnoty narodowej, nie zaś jej fundament, jak to się dzieje w przypadku przynależności do klubowej wspólnoty kibiców<sup>4</sup>.

Relacje pomiędzy wspieraniem reprezentacji i kibicowaniem klubowi nie mają jednak charakteru wyłącznie akademickiej debaty i tylko pozornie przynależność do obu grup wydaje się bezkolizyjna. Przeciwnie, coraz częstszym zjawiskiem we współczesnym sporcie jest konflikt wewnętrzny pomiędzy poczuciem przynależności do wspólnoty klubowej a członkostwem we wspólnocie politycznej. Naród tworzy bardziej trwałą wspólnotę polityczną aniżeli wspólnota klubowych kibiców. Socjalizacja polityczna jest silniejsza, wieloaspektowa, a uczucia patriotyczne buduje się od dzieciństwa nie tylko w środowisku domowym, ale również poprzez instytucjonalnie rozbudowany system edukacyjno-wychowawczy. Prymat tożsamości narodowej nad przynależnością do wspólnoty kibiców zdaje się być oczywistym i widoczny jest w sportach zespołowych, gdy kibicowanie ma wymiar dość abstrakcyjny, tak jak abstrakcyjna wydaje się kategoria narodu. Prymat wspólnoty politycznej nad niewidzialną religią klubową traci moc, gdy poza rywalizacją drużynową (klubową) odbywa się również indywidualna, tak jak na przykład w zawodach żużlowych. O ile w przypadku drużynowych mistrzostw świata poczucie solidarności narodowej jest bardzo silne, Polacy kibicują Polakom, Anglicy Anglikom itd., o tyle w przypadku rywalizacji indywidualnej – w której zawodnicy reprezentują przede wszystkim siebie, a potem dopiero kraj – poczucie identyfikacji wspólnoty z zawodnikami klubowymi bywa niekiedy silniejsze, aniżeli poczucie identyfikacji z rodakami. Przykładów tego typu postaw można przytaczać wiele, np. kibice Unii Leszno w sposób szczególnie wspierają, również w konfrontacji z polskimi żużlowcami, Australijczyka Leigha Adamsa, ikonę leszczyńskiego klubu, lokalnego bohatera i symbol wierności klubowym barwom. Kibice z Bydgoszczy z kolei darzą ogromną sympatią Andreeasa Jonssona – szwedzkiego żużlowca, który zawsze demonstruje silnie więzy z Bydgoszczą (gdzie zresztą mieszka) i wielokrotnie dają

---

<sup>4</sup> Z drugiej strony – gdyby wziąć przykład ostatnich mistrzostw Europy w piłce nożnej – to duże grono osób zasiadających na trybunach była przypadkowe, bowiem (choćby w przypadku meczów reprezentacji Polski) większość biletów dystrybuowana była w sposób zakulisowy (poprzez terenowe struktury PZPN) albo trafiła do związkowych, reprezentacyjnych czy ligowych sponsorów. Udział w meczach piłkarskiej reprezentacji stał się nobliwym przywilejem dla najbogatszych lub tych z dobrymi koneksjami. Polska jest skrajnym przykładem niejasnych reguł w dystrybucji biletów, ale podobne mechanizmy funkcjonują również w innych krajach.

temu wyraz, kibicując mu w rozgrywkach Speedway Grand Prix. Podobnie jest również z kibicowaniem młodemu Rosjaninowi Emilowi Sajfutdinowowi, który od początku swojej żuźlowej kariery związany jest z Polonią Bydgoszcz i przez wielu kibiców traktowany jako „swój chłopak”. Nic więc dziwnego, że w mistrzostwach świata juniorów na żuźlu to właśnie jemu – a nie rywalizującym z nim Polakom – najbardziej kibicowali. W tych przypadkach bardzo wyraźnie uzewnętrzniła się ogromna siła klubowej wspólnoty religijnej, która w pewnych sytuacjach może dominować nad poczuciem solidarności narodowej, zwłaszcza że ta ostatnia nabiera coraz bardziej umownego charakteru (jednym z polskich żuźlowców jeżdżących w cyklu Speedway Grand Prix jest Norweg z polskim paszportem Rune Holta). Można jednak przyjąć, że rosnąca umowność „narodowości” członków reprezentacji (Emanuel Ollasadebe, Roger Guereiro, Joseph McNaull) może powodować pewien dysonans i kwestia jednoczesnego przynależenia do wspólnoty politycznej i wspólnoty niewidzialnej religii będzie nosiła ze sobą istotne problemy tożsamościowe, których nie da się rozwiązać w prosty sposób (por. King 2000).

### **Święty kościół grzesznych ludzi**

W dużych wspólnotach religijnych gromadzących dziesiątki tysięcy kibiców, naturalnie wykształca się grupa przywódców kibicowskich, pełniących funkcję duchownych, tłumaczących logikę świętego kosmosu na prosty język zwykłych ludzi. To oni stoją, a w zasadzie stawiają siebie w roli strażników zinstytucjonalizowanego „oficjalnego” modelu religii, który „zawiera przedstawienie świętego kosmosu i definicje procedur zajmowania się nim, ale również interpretacje roli Kościoła (i ekspertów religijnych) w relacjach pomiędzy jednostką a kosmosem i innymi instytucjami społecznymi” (Luckmann 1996: 110). Dla kibiców zawodnicy, trenerzy są jedynie temporalnym, z natury swej przemijającym, niedoskonałym oraz grzesznym urzeczywistnieniem świętej, nieskazitelnej i nieśmiertelnej idei klubu. Jak zauważył Luckmann (1996: 135) w pewnym sensie Kościół jest mniej lub bardziej „doskonałą” historyczną artykulacją świętego kosmosu, reprezentującego hierarchię znaczeń w światopoglądzie. Ich obecność jest niezbędna do odprawiania rytualnych obrzędów, bowiem to oni dostąpili zaszczytu dźwignia świętego ognia, co nie uwalnia ich spod silnej kontroli ludu bożego, którego przedstawiciele dbają o wierność doktrynie. Problem określenia tego, co jest zgodne z oficjalnym modelem religii, bywa często kwestią sporów w obrębie grup religijnych, w której nierzadko padają oskarżenia o „zdradę”, „nieprawomyślność” czy wręcz „herezję”. W przypadku grup kibiców oficjalna doktryna nie jest nigdzie spisywana, a o zgodności z nią decydują często osoby obdarzone naj-

większym zaufaniem, które można określić mędrkami. Wspólnota kibiców często nie posiada formalnej hierarchii albo hierarchia ta jest podważana przez innych jej członków, którzy samozwańczo ogłaszają się strażnikami wiary. Zdarzają się sytuacje, gdy grupa religijna uzna, że jakieś działania są sprzeczne z doktryną, prowadzi to wówczas do silnego oporu, a nawet bojkotu występów drużyny. Przykładem to potwierdzającym jest konflikt pomiędzy dużą częścią kibiców warszawskiej Legii a jej właścicielem (firmą ITI), który doprowadził do bojkotu przez znaczną grupę kibiców spotkań rozgrywanych na stadionie przy ul. Łazienkowskiej. Inny przypadek dotyczy kibiców klubu Zawisza Bydgoszcz, który w sezonie 2005/2006 występował w IV lidze. W tym samym czasie do Bydgoszczy przeniesiono niespodziewanie drugoligową drużynę piłkarską „Kujawiak” z niedalekiego Włocławka, która w firmie „Hydrobudowa” miała solidne podstawy finansowe oraz organizacyjne, a tym samym realne sportowe perspektywy, aby walczyć o awans do najwyższej klasy rozgrywkowej. Właściciel „Kujawiaka” postanowił po prostu przenieść swój klub do Bydgoszczy; powołał sportową spółkę akcyjną Zawisza Bydgoszcz S.A. i liczył na to, że w większym mieście łatwiej mu będzie stworzyć piłkarską potęgę, aniżeli w znacznie mniejszym i uboższym Włocławku. Najwierniejsi kibice Zawiszy stanowczo jednak się temu sprzeciwili, zaczęli prowadzić otwartą walkę z władzami miasta, sympatykami sportu zwanymi w dalszej części tekstu „kibicami ateistami” oraz właścicielem, który pohańbił świętą dla nich nazwę ich klubu, czyniąc zeń przedmiot umowy handlowej. Nie było dla nich ważne, że mogliby chodzić na mecze w wyższej klasie rozgrywkowej, oglądać widowiska bardziej interesujące ze sportowego punktu widzenia. Ci najzagorzalsi nadal chodzili na mecze prowadzone przez Stowarzyszenie Piłkarskie Zawisza, które kontynuowało piłkarskie zmagania w IV lidze! Wówczas to bardzo popularne w Bydgoszczy stało się hasło: *Zawisza jest jeden – IV-ligowy, nie dla złodziei z Hydrobudowy!* Hasło to zresztą pojawiło się na większości polskich stadionów piłkarskich, bowiem kibice innych drużyn wywieszali je na znak solidarności z kibicami walczącymi o zaprzestanie profanacji klubowej świętości. Przykładów społecznych konfliktów wywołanych zderzeniem wartości religijnego świata kibiców z silnie racjonalnym i sekularyzowanym otoczeniem społecznym można wskazać znacznie więcej. Są one szczególnie widoczne w kontekście nasilających się zjawisk modernizacyjnych w sporcie, gdy tradycyjne formy kibicowania zostają wypierane przez konsumenckie oblicze sportowego sympatyka, a kibicowanie (podobnie jak inne religie) zmienia się pod wpływem urynkwienia sportu, gdzie klienci wybierają tylko to, co im wygodne, odrzucając to, co wymaga od nich poświęcenia. Konflikty kibiców z zarządem klubu są w świecie sportu codziennością, bowiem klub stanowi uosobienie świętego kościoła grzesznych ludzi. W historii sportu było zresztą wiele sytu-



acji, w których to kibice odmawiali zawodnikom prawa do noszenia godła klubu, oskarżając ich o bezczeszczenie poprzez brak należytego zaangażowania w sportową rywalizację. Na tym tle dochodziło nawet do aktów przemocy symbolicznej, np. kiedy to kibice chorwackiego klubu – Dinama Zagrzeb – wtargnęli na trening i zdjęli z piłkarzy swojego klubu koszulki i spodenki twierdząc, że są niegodni ich nosić.

Skrajnym przykładem świętokradztwa jest opuszczenie klubu i przeniesienie do największego wroga, dołączenie do grona kapłanów innej grupy religijnej. Jest to rodzaj zdrady połączony z symbolicznym aktem ekskomuniki; zawodnik, który porzucił zaszczyt bycia częścią klubu, okazuje pogardę nie tylko zgromadzeniu wiernych, ale przede wszystkim świętej tradycji. We współczesnym sporcie zdominowanym przez pieniądze i pełnym pogardy dla tradycji również takie zdarzenia mają miejsce. Najbardziej kontrowersyjne dotyczą transferów piłkarskich i – zwłaszcza w grupach religijnych o dużym oddziaływaniu świętego kosmosu na życie świeckie – są traktowane jako haniebne i niewybaczalne. W magicznym świecie kibiców to wierność i lojalność są przykładem bohaterstwa, a przejście do lokalnego rywala czy opuszczenie klubu w potrzebie dla rozwoju indywidualnej kariery (w obu przypadkach istotne są okoliczności transferu) traktowane jest jako przejaw pogardy dla wartości, które w magicznym świecie kibiców uznawane są za najważniejsze. Postawa kibiców w stosunku do transferów bardziej widoczna jest w tworzeniu mitologii wokół postaci uznanych za godne klubowej świętości, które w ciągu całej kariery wykazywały się lojalnością i przywiązaniem do klubu. To one otaczane są szczególnym rodzajem czci, a kult ten można porównać jedynie do kultu świętych w Kościele rzymskokatolickim. Dotyczy to nie tylko sportowców, ale odnosi się do szerokiego grona osób związanych z klubem, które swoje życie poświęciły dla niego, pośmiertnie albo jeszcze za życia stając się jego symbolami. Przykładów takich legendarnych postaci, które zyskały status świętych, jest wiele. Dla przykładu kibice Legii Warszawa czczą Kazimierza Deynę, kibice toruńskiego Apatora gloryfikują postać szwedzkiego żużlowca Pera Jonssona, sympatycy wrocławskiej drużyny koszykarskiej nadzwyczajnym szacunkiem darzą Igora Griszczuka, a fani łódzkiego Widzewa zamierzają w sposób szczególnie upamiętnić postać legendarnego działacza Ludwika Sobolewskiego.

### **Typologia kibiców jako członków grupy religijnej**

Zbiorowość kibiców jest liczna i wewnętrznie zróżnicowana, ale przyjęcie perspektywy religijnej pozwala oderwać się od utartych schematów klasyfikacji dzielenia sportowej widowni na: (a) kibiców i pseudokibiców czy też (b)

ultrasów, chuliganów i pikników. Wcześniejsze ustalenia uprawniają nas do tego, aby spojrzeć na kibiców z perspektywy religijnej, a zaproponowana przez nas typologia pozwoli lepiej zrozumieć zjawisko kibicowania, wykraczając poza utarte klasyfikacje, które po pierwsze mają publicystyczny charakter, a po drugie odwołują się wyłącznie do oceny zewnętrznych przejawów zachowań. Proponujemy więc kontynuować metaforyczne ujęcie kibiców jako członków grupy religijnej i wprowadzić typologię kibiców opartą na dwóch kryteriach: poziomie zaangażowania i formie kultu. Prezentowana poniżej typologia jest wynikiem badań (obserwacji uczestniczącej oraz wywiadów swobodnych) prowadzonych od 2001 roku wśród kibiców w Polsce, Anglii oraz Holandii. Ponadto oparta została na analizie treści publikowanych i niepublikowanych pamiętników kibicowskich oraz internetowych forów. W wyniku analizy zgromadzonego materiału udało się wyodrębnić sześć zasadniczych typów idealnych kibiców: (1) fundamentaliści, (2) ortodoksi, (3) małej wiary, (4) wierzący niepraktykujący, (5) dewoci oraz (6) ateści.

Pierwszą wyodrębnioną kategorią są kibice fundamentaliści – grupa kibiców całkowicie, bezwarunkowo i fanatycznie oddana swojemu klubowi. Zewnętrzne formy fundamentalizmu kibicowskiego są różne w zależności od kraju i klubu. Fanatyzm kibiców wydaje się większy i bardziej spektakularny w kulturach południowych (Ameryka Południowa oraz kraje południowej Europy), choć kibiców fundamentalistów nie brakuje również w Skandynawii. Zewnętrzną formą identyfikacji kibiców fanatyków był przez wiele lat tatuaż, tradycyjny symbol wierności klubowi, który od lat sześćdziesiątych XX wieku uchodził za symbol przynależności do elitarniej grupy najbardziej fanatycznych wyznawców. Tradycja tatuażu dotyczyła zwłaszcza klubów z Wysp Brytyjskich, gdzie narodziło się nowożytne zjawisko kibicowania. Z czasem dostępność tatuaży wzrosła, a ich wykonywaniem zaczęli zajmować się profesjonalści, którzy w dwie godziny mogą na ciele wytatuować herb dowolnego klubu sportowego, jeśli tylko posiadają odpowiedni wzór. We współczesnym środowisku kibiców tatuaże są bardziej istotne, gdy symbolizują małe, prowincjonalne kluby, niebędące częścią kultury masowej, ani też markami produktów telewizyjnych.

Wyróżnikiem kibiców fanatyków jest sposób zaangażowania w życie klubu. Nie pozostają oni bowiem jedynie biernymi obserwatorami sportowych zmagani, ale stają się ich częścią. W czasie meczów, które mają charakter liturgii, pełnią rolę liturgicznej służby ołtarza. Dotyczy to zwłaszcza kibiców zrzeszonych w grupach kierujących dopingiem, tworzących oprawę dźwiękową oraz choreograficzną, a także ochraniających flagi oraz inne święte insygnia. Zorganizowany doping, efektowna choreografia, transparenty, chóralne śpiewy powodują, że pozornie zwykłe wydarzenie – rywalizacja sportowa – nabiera istic mistycznego charakteru. Poza zaangażowaniem w liturgiczną służbę

ołtarza fundamentalistów wyróżnia (przede wszystkim) radykalizm poglądów zachowań oraz postaw. Fundamentalisci nie muszą być osobami głęboko wierzącymi, często się zdarza, że gdy przestają intensywnie angażować się w sprawy klubowe, to zupełnie odchodzą ze wspólnoty religijnej. Wydaje się, że bardziej, niż wiara w klub, do wspólnoty religijnej przyciąga ich zaangażowanie, aktywność, możliwość działania, wreszcie wyjątkowe poczucie wspólnoty.

Fundamentalistom towarzyszy głębokie przekonanie o własnej wyjątkowości, misji oraz wierność ortodoksji. Kibiców o skłonnościach fundamentalnych charakteryzuje głębokie poczucie bycia „prawdziwymi” wyznawcami i nierzadko oskarżają, a nawet odmawiają innym – mniej zaangażowanym grupom – określenia siebie mianem kibiców. Ich mentalność i sposób myślenia zawarta jest w apokaliptycznych słowach św. Jana *Znam twoje czyny, że ani zimny, ani gorący nie jesteś. Obyś był zimny albo gorący! A tak, skoro jesteś letni i ani gorący ani zimny, chcę Cię wyrzucić z moich ust.* (Ap. 3, 15–16). Prostą konsekwencją tego jest jawny brak akceptacji, a wręcz wrogość wobec wszelkiej inności, to jest przede wszystkim wobec kibiców innych drużyn, czyli członków innej grupy religijnej, wyznającej inne bóstwo, ale również mniej zaangażowanych członków własnej grupy religijnej, którzy często oskarżani są o niewystarczającą gorliwość w oddawaniu czci bóstwu. W kibicowskim żargonie tacy kibice określani są (nieco pogardliwie) mianem *pikników*, gdyż w spektaklu sportowym nie odgrywają żadnej szczególnej roli, a uczestnictwo w meczu traktują jako formę rozrywki.

Codzienne życie kibiców fundamentalistów całkowicie podporządkowane jest aktywności kibicowskiej, a różni się od życia pozostałych kibiców tym, czym według Maksa Webera (por. 1994: 100–104) różniła się wiara protestantów od katolików – ci pierwsi mieli myśleć o Bogu nieustannie, a drudzy wyłącznie odświętnie. Dla fanatyków uczestnictwo w meczach, przygotowanie do tych spektakli, jest istotnym elementem budującym tożsamość. Ich społeczne środowisko, krąg najbliższych znajomych oraz przyjaciół tworzą osoby, które są członkami tej samej grupy religijnej, kibicują temu samemu klubowi, często są to współtowarzysze, również fanatycy (por. Mathias 1991). Wspólnotowe więzi tworzone w ramach grupy religijnej kibiców są często jedynymi tak silnymi więzami, jakie udaje im się zawiązać, a grupa kibiców to jedyna wspólnota, której czują się członkami. Szczególnie istotne jest tutaj również subiektywne poczucie roli, jaką klub odgrywa w ich życiu. Kibic brazylijskiego klubu Gremio Porto Alegre zapytany o to, jak ważny jest dla niego klub, odpowiada: *Gremio to moja religia, moje życie, bez niego jestem nikim* („Wojny na stadionach. Brazylia”).

Fundamentalni kibice potrafią się wzajemnie nienawidzić, ale równolegle łączy ich walka z religijną obojętnością, a przede wszystkim z sekularyzowa-

nym światem zewnętrznym. Fanatycy często sceptycznie i bez szacunku odnoszą się do mniej zaangażowanych wyznawców własnej religii. Fundamentalistów łączy empatyczna więź i wzajemnie umacniane poczucie kibicowskiej awangardy. Świadczą o tym liczne przykłady solidarności pomiędzy fundamentalistami różnych grup religijnych, zarówno ultrasowych (wstrzymywanie dopingu na znak protestu przeciwko niewpuszczaniu kibiców gości na trybuny albo rekwirowaniu im materiałów pirotechnicznych), a przede wszystkim chuligańskich (wzajemna pomoc przy wymykaniu się policyjnym eskortom).

Drugim typem idealnym kibiców są ortodoksi. Są to kibice „głęboko wierzący”, silnie zaangażowani emocjonalnie w życie wspólnoty religijnej, uznający klub, jego herb oraz barwy za świętość, a stadion za pewnego rodzaju sanktuarium. Ich wiara jest silna, ale oni sami nie muszą być częścią liturgicznej służby. Natomiast gorliwość sytuuje ich w kręgu najbardziej gorliwych wyznawców, stwarzając subiektywne poczucie roli strażników świętego ognia. W przeciwieństwie do fundamentalistów nie cechuje ich tak daleki radykalizm postaw, nie przypisują sobie również mocy wykluczania ze wspólnoty religijnej innych kibiców. Zabierają głos jedynie w najważniejszych dla klubu kwestiach, zwykle pozostając w cieniu, ale gdy ortodoksja jest zagrożona, wówczas (często wspólnie z fundamentalistami) podejmują działania w celu ochrony tego co święte. Nie zmienia to faktu, że przez fundamentalistów (zwłaszcza chuliganów i ultrasów) są traktowani jako *pikniki*, co odnosi się do ich zewnętrznej religijności, ale emocjonalne zaangażowanie, poczucie przynależności stawia ich w gronie najbardziej gorliwych wyznawców. Mniejszy radykalizm sprawia, że skłonni są akceptować jako współwyznawców również mniej zaangażowanych kibiców jako członków tej samej grupy religii. Nie ma więc tutaj charakterystycznego dla fundamentalistów wykluczania niezaangażowanych kibiców ze społeczności kibicowskiej, ale próba wciągnięcia jak największej liczby osób w celu wspólnego uczestnictwa w obrzędach. W tym sensie ortodoksi są znacznie bardziej otwarci na ludzi niż fundamentaliści, których poczucie awangardowości prowadzi do swoistego autoizolacjonizmu.

Ortodoksi nie przypisują sobie prawa do bycia jedynymi prawdziwymi wyznawcami i spadkobiercami świętej tradycji. Używając języka socjologii religii można powiedzieć, że kibice głęboko wierzący traktują członkostwo w religijnej wspólnotie kibiców jako element sfery prywatnej. Oznacza to, że w znacznie mniejszym stopniu uzewnętrzniają oni swoją wiarę oraz mniej ostentacyjnie manifestują publicznie swoją przynależność do wspólnoty religijnej, co jednak nie znaczy, że muszą być kibicami słabszej wiary. Dla kibiców ortodoksów przynależność do religijnej grupy kibiców jest ogromnie istotnym, ale nie najważniejszym elementem w życiu, dla nich istnieje życie poza wspólnotą kibiców. *Wielu z nas ma rodziny, dzieci. Kilka osób wyjechało*

*na studia, część na Wyspy. Doszło do sytuacji, że oprawę szykowały 2–3 osoby* („To My Kibice” nr 3 (78) 2008, s. 30). Uczestniczą oni w rytualnych spotkaniach i nabożeństwach, ale kibicowanie nie stanowi treści ich życia, nie jest także główną charakterystyką konstytuującą ich osobowościową tożsamość. W praktyce ich zaangażowanie przejawia się w uczestnictwie w rytualnych nabożeństwach, towarzyszeniu zespołowi zarówno podczas spotkań na własnym stadionie, jak również podczas meczów wyjazdowych. Właśnie owo podróżowanie za drużyną, obecność wszędzie tam, gdzie jest reprezentująca go drużyna, jest swoistym kibicowskim wyznaniem wiary. Taka aktywność wymaga odwagi i poświęcenia, będąc formą podróżowania i głoszenia dobrej nowiny wśród wrogo nastawionych innowierców. Stąd u kibiców ortodoksów bierze się prometeizm, poczucie bycia strażnikiem ortodoksji.

Kibiców ortodoksów charakteryzuje niski poziom tolerancji dla kibiców innych drużyn. Akceptują fakt ich istnienia, ale uznają ich bóstwa za gorsze, mniej święte. Bierze się on głównie z doświadczenia w pielgrzymowaniu za własną drużyną i konfrontacji z agresją (zarówno symboliczną, jak fizyczną) ze strony kibiców miejscowych drużyn. W świecie kibicowskim, kibice gości traktowani są jako konkurencyjna (często również wroga) grupa religijna, fizycznie zasiadają w odseparowanym miejscu, oddzielonym od kibiców miejscowych płotem, siatką, a często nawet dodatkowym sektorem buforowym. Organizatorzy widowisk sportowych czynią wszystko, aby nie dochodziło do fizycznego kontaktu między kibicami rywalizujących ze sobą drużyn. Przyjmuje się, że są to dwie grupy religijne, które oddają kult konkurencyjnym bóstwom. Trzeba jednak zaznaczyć, że mimo niskiej tolerancji kibiców wobec wyznawców klubowych bóstw kibice ortodoksi rzadko posuwają się do przemocy fizycznej, ewentualną agresję wyrażają głównie symbolicznie.

Trzecią kategorią członków grupy religijnej kibiców są kibice małej wiary. Cechą ich wyróżniającą jest mniejsza gorliwość, duża tolerancja dla innowierców i biblijna „letniość”. Dla kibiców małej wiary sakralność idei klubu nie jest już tak oczywista, a prymat własnego klubu nad innymi nie jest wcale absolutny. Czują się oni wprawdzie członkami wspólnoty religijnej, ale ich stosunek do świętej tradycji klubu jest obojętny, przez co w mniejszym stopniu identyfikują się z klubowymi barwami i tradycją, a bardziej ukierunkowani są na terażniejszość. Kibice małej wiary szybko akceptują nową (sponsorską) nazwę klubu, nie przywiązują szczególnej wagi do tradycji, a obiektem ich kultu są zwykle aktualnie występujący zawodnicy. Dzieje się tak, bo w kibicowaniu nie dostrzegają głębszej idei, a w swoim kibicowskim zachowaniu są dość pragmatyczni – gdy drużyna sromotnie przegrywa albo mecz jest transmitowany w telewizji, pozostają w domu. Jednak ich ekumenizm wyraża się przede wszystkim w stosunku do kibiców innych drużyn, niezależnie od tego komu kibicują. Prezentują oni niespotykane u innych kategorii kibiców zrozumienie

dla innowierców i szacunek dla ich odmienności, w tym sensie można ich również nazwać ekumenicznymi. Gdyby ich klub nie istniał albo, gdyby występował w innej dyscyplinie, wówczas z pewnością kibicowaliby innemu.

Nie jest to regułą, ale często dystans kibiców małej wiary bierze się z tego, że są oni przede wszystkim sympatykami danej dyscypliny sportu, a w drugiej kolejności sympatykami własnego klubu. Przynależność do grupy religijnej jest jednak raczej wynikiem (rodzinnych, dzielnicowych) tradycji czy też wpływu grupy koleżeńskiej aniżeli wiary w nieprzemijającą świętość idei klubu. Można ich przyrównać do osób stojących w przedsionku kościoła, które zawsze obecne na niedzielnej mszy, rzadko kiedy jednak przekraczają próg kościelnej kruchty. Ujmując rzecz zwięźle – nie angażują się zbytnio emocjonalnie. W ich przypadku regularne uczęszczanie na niedzielne nabożeństwa bierze się z bezrefleksyjnej rutyny, presji otoczenia czy względów towarzyskich, co nie zmienia faktu, że z czasem buduje pewne poczucie więzi ze wspólnotą wierzącą. Kibice małej wiary aktywnie uczestniczą w rytualnych obrządkach meczowych zarówno u siebie, jak i (rzadziej) na wyjeździe, jednak nigdy nie zasiadają w sektorze dla kibiców przyjezdnych, gdzie obecność wymaga zaangażowania.

Czwartą kategorią kibiców są kibice wierzący, ale niepraktykujący. Podobnie jak ortodoksi oni również czują się częścią klubu, bardzo silnie się z nim identyfikują, ale nie uczestniczą bezpośrednio w sportowych zawodach z dwóch powodów: z wyboru albo z konieczności. Poziom wtajemniczenia wierzących, niepraktykujących może być różny. Generalnie jednak są to kibice emocjonalnie zaangażowani, nie różniący się znacząco od głęboko wierzących pod względem emocjonalnego zaangażowania. Utożsamiają się oni z klubem, czują się częścią religijnej grupy kibiców. To, co ich wyróżnia, to brak uczestnictwa w sportowych rytuałach. Część kibiców nie znosi nadmiernej obrzędowości, stadionowej atmosfery igrzysk, festynu, wspólnych śpiewów, meksykańskiej fali, układanej z kartonów bogatej choreografii czy zapachu świec dymnych. Ludyczność sportu, rozdmuchana ceremonia ich odstrasza, zwłaszcza, że dla nich uczestnictwo w religijnych obrzędach ma charakter indywidualnego kontaktu z *sacrum* bez obecności wspólnoty. Jest to swego rodzaju przejaw procesów indywidualizujących religię. Kibice tacy, choć silnie zaangażowani duchowo, to fizycznie nieobecni w obrzędach stają się ucieleśnieniem hasła *Wiara tak! Kościół nie!* Dla nich kibicowanie, szczególnie w trakcie meczu, jest swego rodzaju intymnym spotkaniem z *sacrum*, a to niezwykle osobiste spotkanie nosi znamiona niemalże mistyczne, więc możliwe do zaistnienia poza formalnymi strukturami organizacji religijnej.

Nieobecność w rytualnych nabożeństwach może być efektem zwykłej fizycznej niemożliwości uczestnictwa w widowisku sportowym ze względu na odległe miejsce pracy, zamieszkania czy kalectwo. Kibicowanie na odległość

nie jest zjawiskiem ani nowym ani rzadkim, ale dzięki współczesnym zdobyczom techniki obecnie dużo powszechniejszym. Przypomina to trochę słuchanie nabożeństwa przez radio albo oglądanie go w telewizji. Przeprowadzono wiele badań na temat kibicowania „na odległość” i dzięki temu istnieje bogata literatura na ten temat (Nash 2000). W dobie globalizacji znacznie łatwiej jednoczyć się z ukochaną drużyną, nawet będąc w odległości kilku tysięcy kilometrów. Natomiast uczestnictwo w sportowych zawodach przyjmuje wówczas charakter pielgrzymki do Mekki, odbywanej sporadycznie, ale z należytą nobliwością.

Piątą kategorią są kibice dewoci, a ich wiara przejawia się w ostentacyjnym demonstrowaniu przynależności do wspólnoty religijnej. Trzeba przy tym pamiętać, że doświadczenie religijne można rozpatrywać w dwóch wymiarach: wewnętrznym – głębszym oraz zewnętrznym – społecznie i kulturowo uwarunkowanym. O ile jednak wiara religijna dąży do ujawnienia się na zewnątrz i w zasadzie trudno jest mówić o wierze bez religijności, o tyle znane są zjawiska religijności nieoparte na wierze. To rozróżnienie jest szczególnie ważne przy rozważaniach nad kategorią kibiców-dewotów. W zasadzie ich religijna aktywność ogranicza się do sfery zewnętrznej, bowiem w przeciwieństwie do kibiców wierzących, ale niepraktykujących, dewoci stanowią grupę praktykującą, ale nie (do końca) wierzącą. W religijnej wspólnotie kibiców wyróżniają się bogactwem wszelkiego rodzaju gadżetów, sezonowym uczestnictwem w zawodach sportowych. Dla dewotów uczestnictwo we wspólnotie religijnej ogranicza się do niedzielnego, często nieregularnego uczestnictwa w meczu i służy raczej pokazaniu się.

Dewoci nie dość, że swoją gorliwość ograniczają do nieregularnych wypraw na stadion, to członkami wspólnoty religijnej są bardziej zewnętrznie niż wewnętrznie. Nie są związani emocjonalnie z klubem, z jego nazwą i tradycją, ale jeśli zdecydują się wybrać na mecz swojej (najczęściej lokalnej) drużyny, to brak wiary starają się odkupić w sferze zewnętrznej poprzez demonstracje dewocjonalistów – koszulek, czapeczek, znaczków itd. Można skonstatować, że tylko w sferze symbolicznej stają się na chwilę członkami wspólnoty religijnej, zwłaszcza wtedy, gdy ta świętuje okres największych tryumfów. Faktycznie, ich uczestnictwo w grupie religijnej jest w gruncie rzeczy powierzchowne i sprowadza się do zewnętrznych form wyrażania kultu religijnego pozbawionego większej refleksji. Widoczne to jest szczególnie przy zmianie nazwy, znaku czy barw klubu (z tradycyjnych na sponsorskie); kibicom dewotom nie robi to zresztą szczególnie wielkiej różnicy, bowiem nie przywiązują się do „detali”.

W świecie religijnym kibiców dewocjonalia pełnią bardzo istotną funkcję, a sprzedaż prawdziwych (magicznych) dewocjonalistów zajmują się specjalne instytucje – oficjalne sklepy klubowe. Analogicznie do świata religijnego,

poza „oficjalnym obiegiem dewocjonaliów”, którym przypisuje się moc niemal sakralną, istnieje cały szereg „nieoficjalnych” dewocjonaliów, czyli zwykłych podróbek. Magiczna wartość dewocjonaliów wykorzystywana jest bezwzględnie przez ich producentów oraz sprzedawców w celach komercyjnych. Ceny oficjalnych pamiątek klubowych są bardzo wysokie i niewspółmiernie wysokie do ich materialnej wartości. Cena klubowej koszulki może wynosić 40 euro, choć jej materialny odpowiednik – markowa koszulka tej samej renomowanej firmy, jednak bez znaku klubowego, kosztuje nawet dziesięć razy mniej.

Kibiców dewotów nie można mylić z kibicami małej wiary. Choć na pierwszy rzut oka grupy te wydają się podobne, to jednak różnica między nimi jest dość znaczna. Kryterium zasadza się na stopniu postrzegania klubu jako *sacrum*. Jak już zaznaczono, kibiców małej wiary można porównać do osób, które stoją z tyłu Kościoła. Nie angażują się specjalnie w wyznawanie wiary, jednak stosunkowo systematycznie uczestniczą w obrzędach. Gdzieś podskórnie wierzą być może, że jest tam ukryty element świętości, z natury sceptyczni, stają jednak na uboczu, ażeby w razie pomyłki nie narazić się na zbyt duże rozgoryczenie. Trzymając się tej analogii, kibiców dewotów można porównać do tych, którzy w czasie liturgii chcą być postrzegani jako osoby gorliwe, siedzą możliwe najbliżej ołtarza, a po nabożeństwie pośpiesznie przepychają się pomiędzy starszkami, żeby jak najszybciej znaleźć się w domu na obiedzie. Kieruje nimi w takim kultywowaniu wiary nie przemożne przekonanie o sakralności klubu, ale pewien rodzaj mody. Gadżety mają tu służyć kreowaniu własnej tożsamości poprzez najbardziej widoczne – wizualne – elementy kultu. Jednakże po meczu szalik ląduje w koszu z brudną bielizną albo w szafce na buty. Spektakl bowiem się zakończył, a życie toczy się nadal.

Ostatnią wyodrębnioną kategorią kibiców są ateści. Nie są oni członkami wspólnoty religijnej kibiców, ale są ważnym punktem odniesienia w analizach społecznego fenomenu kibicowania. Bez nich zrozumienie fenomenu religijnej grupy kibiców wydaje się trudne, a nawet niemożliwe. Najprościej rzecz ujmując są to kibice sportu, którzy nie identyfikują się z żadnym klubem, nie czują się absolutnie częścią jakiegokolwiek wspólnoty, ale uważają siebie za znawców kibiców i sportu. W zasadzie wszelkie poczucie wspólnotowości jest im obce, bowiem ona ich ogranicza, zakotwicza w kolektywie, zabiera wolność. Ateści to indywidualiści, którzy nie lubią się z niczym i z nikim wiązać, są typowymi konsumentami sportu, cenią komfort, a własne zaangażowanie ograniczają do jednorazowego aktu konsumpcji określonej dawki rozrywki (za którą płacą). Patrzą oni na klubowe zaangażowanie z dystansem i parafrazując słowa niemieckiego filozofa widzą w nim swego rodzaju *opium dla ludu*. Dla sportowych ateistów identyfikacja z jakimś klubem (często lokalnym), wierność barwom klubowym, kultywowanie tradycji, budowanie



więzi w ramach wspólnoty kibiców jest zaprzeczeniem ponowoczesnej ideologii konsumenckiego niezaangażowania (Bauman 2007). Nie są to jednak klasyczni sportowi laicy, którzy ze sportem i kibicowaniem nie mają nic wspólnego, żyjąc niejako obok tego zjawiska. Ateiści znają się na sporcie, potrafią docenić piękno i jego nieprzewidywalność, ale nie są w stanie (nie chcą) wykształcić więzi emocjonalnych z żadnym (zwłaszcza lokalnym) klubem. Uważają się za koneserów sportu, fascynują się rozgrywkami ligi mistrzów, siatkarską ligą światową, mistrzostwami świata w piłce ręcznej, skokami Adama Małysza oraz jazdą Roberta Kubicy. Na mecze lokalnej drużyny uczęszczają sporadycznie i przyjmują postawę zdystansowaną, czasami nawet prześmiewczą, przy okazji narzekając na słaby poziom spotkania, kiepską widoczność i brak możliwości obejrzenia powtórek. Ateiści wyrażają fundamentalne niezrozumienie dla ekscytacji kibiców oraz lokalnych dziennikarzy dokonaniem zespołu, którego sporadycznych zwycięstw nikt nigdy w telewizji nie zobaczy, bo albo występuje on w niższej lidze albo uprawia dyscyplinę niszową. Afirmacja maksymy *niech wygra lepszy* wskazuje na rozrywkowo-estetyczne przesłanki obecności na meczach. Z tego powodu są oni orędownikami komercjalizacji sportu, przyznawania „dzikich kart” gwarantujących uczestnictwo najbogatszym w profesjonalnych ligach oraz przenoszenia klubów z małych do większych miast, gdzie istnieje większy potencjał rozwojowy. Przywiązanie do barw klubowych, poszanowanie tradycji i lojalność są im obce, są przejawem nieracjonalności i zaściankowego oporu wobec trendów nowoczesności. Kibice ateiści patrzą na wspólnotę religijną kibiców klubowych jak na opętanych członków sekty, pozbawionych integralnych przymiotów nowoczesności: racjonalności czy elastyczności. Natomiast ateiści jawią się członkom religijnej grupy kibiców jako klasyczny przejaw zsekularyzowanego sportu, pozbawionego wartości (innych niż komercyjne) i sprostowanego do czystej postaci biznesu. Punkt widzenia ateistów oddaje Piotr Kowalczyk (2007), który w artykule o wiele mówiącym tytule *Igrzyska błaznów* na łamach dziennika „Rzeczpospolita” tak oto podsumował zaangażowanie kibiców, których w naszej typologii zdefiniowaliśmy jako fundamentalistów: „Ideologia czy raczej religia ultrasa jest stosunkowo prosta i przypomina sposób myślenia agresywnej sekty. Wydaje im się, że są solą futbolu i depozytariuszami futbolowych wartości. Podczas meczu swemu bóstwu – drużynie i jej piłkarzom – ultrasi oddają cześć hymnami, portretami, transparentami i nierzadko przepiękną scenografią. Są ze swoją drużyną na meczach wyjazdowych i treningach. Ale gdy ich drużyna walczy na boisku z rywalami, oni prowadzą z równym zacięciem swoją wojnę”.

### Modern sport, czyli proces sekularyzacji niewidzialnej religii kibiców

Analogicznie jak w przypadku tradycyjnych religii, również w niewidzialnej religii kibiców widoczne są procesy sekularyzacyjne określane mianem *modern sport*, polegające na racjonalizacji widowisk sportowych i uczynieniu z religijnej mitologii dochodowego przedsięwzięcia. Służy temu modernizacja stadionów na wzór hal kinowych multipleksów (patrz: King 1998a). Ich celem jest uczynienie z nich komercyjnego spektaklu na wzór (w zależności od dyscypliny sportowej) plebejskiego teatru, rewii czy wręcz cyrku, w którym publiczność ma pełnić rolę konsumentów, płacących za możliwość oglądania, a w zasadzie konsumowania sztuki. Jak pisze Carlton Brick (2007: 162) „stadionowa atmosfera podlega odgórnjej organizacji, natomiast istotny element sportowego widowiska – spontaniczność – jest ograniczony, a nawet zostaje zagubiony”.

Procesy modernizacyjne są w sporcie bardzo silne. Jednym z wielu ich przejawów jest widoczna sekularyzacja (wręcz profanacja) sportowych sanktuariów, polegająca na użytkowaniu stadionów – czyli obiektów o charakterze religijnym – przez dwa lub więcej klubów sportowe. Biorąc pod uwagę fakt, że religijne społeczności dwóch klubów z jednego miasta rzadko żyją w symbiozie, to pomysł rozgrywania meczu na wspólnym stadionie można przyrównać do propozycji, aby irlandzcy katolicy i protestanci korzystali z jednej świątyni w samym centrum Belfastu. Przykładów takich współużytkowanych stadionów jest wiele, choćby Allianz Arena w Monachium czy Stadion Olimpijski w Rzymie, gdzie ze względów komercyjnych dwie od wieków żyjące w stanie wojny grupy religijne dzielą wspólne sanktuarium. Jednocześnie można wskazać wiele przykładów, gdzie mimo silnej presji ekonomicznej, dwa kluby grają niejako obok siebie, tak jak to dzieje się w Liverpoolu, gdzie stadiony dwóch wielkich klubów, FC Liverpool i Evertonu, a jednocześnie sanktuaria dla dziesiątek, jeżeli nie setek tysięcy kibiców wyznawców obu religii znajdują się dosłownie w odległości 300 metrów od siebie. Mimo geograficznej bliskości nie dopuszcza się nawet możliwości rozgrywania spotkań na wspólnym stadionie ze względu na sakralny charakter obiektów. Natomiast dwa rywalizujące kluby z Mediolanu: Inter i AC Milan rozgrywają swoje mecze na jednym obiekcie<sup>5</sup>, który jednak przez obie grupy religijne nazywany jest zupełnie odmiennie – dla kibiców Interu jest to Stadio Giuseppe Meazza, natomiast dla sympatyków Milanu to Stadio San Siro. Można powiedzieć, że mimo fizycznej wspólnoty – w sferze kultury symbolicznej – ten sam stadion stał się elementem dwóch odrębnych świętych kosmosów, w których jest

---

<sup>5</sup> Powodem takiego stanu rzeczy był ogromna bieda na przełomie XIX i XX wieku we Włoszech, która nie pozwalała na wybudowanie dwóch odrębnych obiektów sportowych.

on dla członków obu religijnych wspólnot zupełnie czymś innym, odmiennym sanktuarium. Niedostrzegalność sakralności obiektów sportowych powoduje, że od czasu do czasu również w Polsce pojawiają się pomysły, aby kluby z jednego miasta (w ramach oszczędności) rozgrywały mecze na wspólnym stadionie, na przykład w Łodzi (Widzew oraz ŁKS) czy Warszawie (Polonia oraz Legia), budzą one jednak wśród kibiców kontestacje, a nawet wywołują objawy agresji. Podsumowując kwestię świętych miejsc trzeba podkreślić, że legendarne stadiony wielkich klubów piłkarskich stają się powoli swego rodzaju parkami rozrywki na wzór Disneylandu, gdzie niemal wszystko podporządkowane jest wygodzie turystów, a sanktuarium przeistacza się w jeden wielki kompleks pamiątkarsko-usługowy. Pozostaje tylko pamiętać, że wykorzystanie miejsc kultu religijnego do celów komercyjnych jest zjawiskiem dość powszechnym, a przykład Lichenia dowodzi, że obecnym również w Polsce.

Transfery zawodników i trenerów są najbardziej wyrazistym aspektem komercjalizacji sportu. Zawodnicy przychodzą i odchodzą, bo – poza nielicznymi wyjątkami – kluby stały się dla nich wyłącznie miejscem pracy. Bohaterowie stadionów nie znają ich historii, nie szanują tradycji, czasami nawet dobrze nie wiedzą, do jakiego klubu zostali sprzedani, tak jak zawodnik FC Liverpoolu Javier Mascherano, który na inauguracyjnej konferencji prasowej opowiadał, jaki jest dumny z bycia „czerwonym diablem”, choć to określenie rywala Liverpoolu – Manchesteru United. Ten przejaw ignorancji i dyletanctwa symbolizuje stosunek wielu zawodowych sportowców do klubów, barw, historii i tradycji. Dla większości kibiców wierzących głęboko w sens wspólnoty niewidzialnej religii zawodnicy to tylko „kopacze”, „grajki” (piłkarze) czy „kolarze” (o żużlowcach), małe tryby w wielkiej maszynie, które dzisiaj są, a jutro zostaną sprzedani do innego klubu. Ich los w gruncie rzeczy pozostaje kibicom obojętny, choć bez wątplenia publiczność sportowa posiada swoich ulubieńców, których odejście wywołuje szczególne emocje.

Co do zasady, transfery nie są przez kibiców negocjowane, raczej przyjmowane jako zło konieczne. Są zawodnicy (Jerzy Dudek), którzy mimo odejścia ze swoich klubów (Feyenoord Rotterdam, Liverpool FC) cieszą się ogromnym szacunkiem kibiców, ale równocześnie są zawodnicy tacy jak Dennis Law (przeszedł z Manchester United do Manchester City), Luis Figo (przeszedł z Barcelony do Realu Madryt), Roberto Baggio (transfer z Fiorentiny do Juventusu), powszechnie uznawani są za zdrajców i świętokradców. Dla religijnej wspólnoty kibiców najważniejszy jest klub i wyraźnie oddzielają jego sakralność od z natury ułomnych, grzesznych i niedoskonałych zawodników, ale dla nowoczesnych konsumentów usług rozrywkowych kwestia transferów jest w zasadzie drugorzędna. Trzeba jednak pamiętać, że sekularyzacja sportu powoduje, iż sportowi konsumenci często przychodzą na mecze bez poczu-

cia oraz szacunku dla świętości klubu i z lubością oklaskują kolejnych „złotych cielców” – bohaterów sportowej popkultury.

Na koniec trzeba wspomnieć, że w środowisku najbardziej radykalnych kibiców, ostrej krytyce poddawane są wielkie sportowe imprezy, które stają się powoli ucieleśnieniem nowoczesnego, skomercjalizowanego sportu. Komercjalizacja tych przedsięwzięć niszczy szlachetną ideę czystej rywalizacji. Na pierwszy plan wysuwają się pieniądze, w trakcie mistrzostw Europy czy świata coraz częściej mówi się o tym, ile można na organizacji turnieju zarobić, jakie inwestycje należy wykonać i mierzy się finansowe korzyści. Pojawiają się pomysły, aby mecze ligi angielskiej rozgrywać w Chinach czy Japonii, po to by zwiększyć liczbę sprzedawanych gadżetów. Dla członków wspólnoty niewidzialnej religii, klubowych kibiców oznacza to daleko posuniętą profanację, dlatego część z nich protestuje przeciwko takim praktykom. Ich działanie, choć szlachetne, przegrywa w starciu z turbokapitalizmem (por. Luttwak 2000). Współczesny sport staje się produktem kultury masowej, względnie taną i lekką telewizyjną rozrywką dla wszystkich, to doskonały interes, na którym można zarabiać miliony. Wielkie imprezy sportowe zaczynają przypominać spektakularne gale, rauty z czerwonymi dywanami, gdzie sportowa rywalizacja staje się tłem dla towarzysko-biznesowych spotkań. Zjawisko określane mianem *modern sport* zmierza do sekularyzacji sportu i pozbawienia go magicznego czy religijnego charakteru.

### Podsumowanie

Społeczne zjawisko kibicowania wpisuje się w konteksty religii pozainstytucjonalnej czy też religii niewidzialnej, stając się jednak – przez swoje pograniczne usytuowanie – obszarem trudno dostępnym badawczo zarówno dla socjologii sportu, jak i socjologii religii. Ujęcie fenomenu kibicowania w kategoriach religijnych przeczy twierdzeniom, jakoby społeczeństwa przemysłowe stawały się coraz mniej religijne, a ich członkowie wiedli życie, w którym coraz mniej jest prawdziwego, autentycznego znaczenia. Analiza zjawiska kibicowania pokazuje, że zmianie ulegają jedynie formy religijności i realokacja *sacrum* poza tradycyjne struktury kościelne. Jednocześnie przyjęcie perspektywy religijnej w badaniach nad społecznym światem kibiców nie tylko zdaje się potwierdzać ustalenia Luckmanna o istnieniu nowych, niewidzialnych form religii, ale – co dla prowadzonej analizy jest znacznie bardziej istotne – pozwala uchwycić „humanistyczne” aspekty fenomenowi kibicowania, które dotychczas pozostając gdzieś na jego obrzeżach wymykały się procesowi poznania naukowego.

## Literatura

- Allan, Jay. 1989. *Blood and Casuals: Diary of a Football Hooligan*. Glasgow: Famedram.
- Allison, Maria. 1979. *The Game: A Participant Observation Study*. „Journal of Sport Behaviour” 2(2): 93–102.
- Andrews, David i George Ritzer. 2007. *The Global in the Sporting Glocal. Global Networks*. „A Journal of Transnational Affairs” 7(2): 135–153.
- Armstrong, Gary. 1998. *Football Hooligans: Knowing the Score*. Oxford: Berg.
- Armstrong, Gary i Rosemary Harris. 1991. *Football Hooligans: Theory and Evidence*. „Sociological Review” 39(3): 427–458.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Szanse etyki w zglobalizowanym świecie*. Kraków: Znak.
- Boire, Judy. 1980. *Collective Behavior in Sport*. „Review of Sport and Leisure” 5(1): 2–45.
- Brick, Carlton. 2007. *Taking the Offence, Modern Moralities and the Perception of the Football Fans*. W: Jon Garland, Dominic Macolm i Mike Rowe. *The Future of Football. Challenges of the Twenty-first Century*. London: Routledge, s. 162–177.
- Brown, Adam (red.). 1998. *Fantics! Identity and Fandom in Football*. London: Routledge.
- Budd, Adrian. 2001. *Capitalism and Sport*. „Culture, Sport and Society” 4(1): 1–18.
- Canter, David, Miriam Comber i David Uzzell. 1989. *Football in its Place: An Environmental Psychology of Football Grounds*. London: Routledge.
- Carrol, R. 1980. *Football Hooliganism in England*. „International Review of Sports Sociology” 15(2): 77–92.
- Chmielewski, Marek (red.). 2002. *Leksykon duchowości katolickiej*. Lublin–Kraków: Wydawnictwo „M”.
- Crawford, Garry. 2004. *Consuming Sport. Fans. Sport. Culture*. London: Routledge.
- Derdzikowski, Bartłomiej i Jakub Wiewiórski. 2008. *Jak rozkochał i porzucił niewidomego kibica*. „Gazeta Wyborcza” 14 sierpnia 2008.
- Dudała, Jerzy. 2004. *Fani – chuligani. Rzecz o polskich kibolach*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Zak”.
- Dufour, Xavier Leon. 1985. *Słownik teologii biblijnej*. Poznań–Warszawa: Wydawnictwo Pallotinum.
- Duke, Vic i Liz Crolley. 1996. *Football Spectator Behaviour in Argentina: A case of separate evolution*. „Sociological Review” 44: 272–293.
- Duncan, Margaret Carlisle. 1983. *The Symbolic Dimension of Spectator Sport*. „Quest” 35(1): 29–36.

- Dunning, Eric, Patrick Murphy i John Williams. 1986. *Spectator Violence at Football Matches: Towards a Sociological Explanation*. „The British Journal of Sociology” 37(2): 221–244.
- Dunning, Eric, Patrick Murphy i John Williams. 1989. *The Roots of Football Hooliganism*. London: Routledge.
- Dunning, Eric, Patric Murphy, Ivan Waddington. 1991. *Anthropological versus Sociological Approaches to the Study of Soccer Hooliganism: some critical notes*. „Sociological Review” 39(33): 459–478.
- Durkheim, Emile. 1990. *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*. Warszawa: PWN.
- Farred, Grant. 2002. *Long Distance Love*. „Journal of Sport & Social Issues” 26(1): 6–24.
- Foer, Franklin. 2006. *Jak futbol wyjaśnia świat czyli nieprawdopodobna teoria globalizacji*. Lublin: Red Horse.
- Foldesi, Györgyi. 1996. *Social and Demographic Characteristics of Hungarian Football Fans and their Motivations for Attending Matches*. „International Review for the Sociology of Sport” 31(4): 407–428.
- Galernicki, Jan. 2006. *Nasza historia staje się legendą*. Łódź: Wydawnictwo „Giskard”.
- Gaunt, Ruth, Denis Sindic i Jacques-Philippe Leyens. 2005. *Intergroup Relations in Soccer Finals: People’s Forecasts of the Duration of Emotional Reactions of In-Group and Out-Group Soccer Fans*. „The Journal of Social Psychology” 145(2): 117–126.
- Glencross, Dennis. 1978. *Spectators and Sport*. „Sport Coach” 2(2): 27–29.
- Greener, Donald. 1983. *Spectator Booring and the Home Advantage: A Study of Social Influence in the Basketball Arena*. „Social Psychology Quarterly” 46(3): 252–261.
- Grueau, Richard. 1999. *Class, Sport and Social Development*. Champaign: Human Kinetics Press.
- Grys, Iwona. 1998. *Muzyka i sport*. Warszawa: Muzeum Sportu i Turystyki.
- Gulianotti, Richard. 1993. *Soccer Casuals as Cultural Intermediaries: the politics of Scottish style*. W: Steve Redhead. *The Passion and the Fashion*. Aldershot: Avebury.
- Gulianotti, Richard. 1995. *Football and the Politics of Carnival: an ethnographic study of Scottish football fans in Sweden*. „International Review for the Sociology of Sport” 30(2): 191–223.
- Guttmann, Allen. 1981. *Sports Spectators from Antiquity to the Renaissance*. „Journal of Sport History” 8: 5–27.
- Gwóźdź, Andrzej (red.). 2003. *Media – eros – przemoc*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Hallesby, Ole. 1980. *Moja droga do wiary*. Warszawa: Wydawnictwo Zwiastun.

- Harrington, John. 1968. *Soccer Hooliganism*. Bristol: John Wright.
- Harrison, Paul. 1974. *Soccer's Tribal Wars*. „New Society” 29: 604.
- Heinemann, Klaus. 1989. *Wprowadzenie do socjologii sportu*. Warszawa: COM SNP.
- Hobbs, Dick i David Robins. 1991. *The Boy Done Good: football violence, changes and continuities*. „Sociological Review” 39(3): 551–579.
- Hocking, Jon. 1982. *Sport and Spectators: Intra-audience Effects*. „Journal of Communication” 32(1): 100–108.
- Horak, Roman. 1991. *Things Change: trends in Austrian football hooliganism from 1977–1990*. „Sociological Review” 39(3): 531–548.
- Igbinovia, Patric Edobor. 1985. *Soccer Hooliganism in Back Africa*. „International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology” 29(2): 135–146.
- Ingham, Roger. 1978. *Football Hooliganism: The Wider Context*. London: Inter-Action Imprint.
- Inglis, Simon. 1987. *The Football Grounds of Great Britain*. London: Willow.
- Inglis, Simon. 1988. *League Football and the Men who made it: official centenary history of the Football League, 1888–1988*. London: Willow. Management Research Centre.
- Jary, David John Horne i Tom Bucke. 1991. *Football 'Fanzines' and Football Culture: a case of successful 'cultural contestation'*. „Sociological Review” (39) 3: 581–597.
- Jay, Allan. 1989. *Bloody Casuals. Diary of a Football Hooligan Scotland*. Glasgow: Famedram.
- Johansson, Martin. 1987. *Soccer Hooliganism – Some Theoretical Views*. „Scandinavian Journal of Sport Sciences” 9(3): 97–104.
- Jones, Norman. 1986. *Hooligans: the Forgotten Side*. „New Society” 77: 16–18.
- Jóźwiak, Michał. 2001. *Wtedy widzę Widzew*. „Gazeta Łódzka” 127 (3299).
- Katz, Donald. 1994. *Just Do It: The Nike Spirit in the Corporate World*. Holbrook MA: Adams Publishing.
- King, Anthony. 1997. *New Directions, Customers and Fans: transformation of English Football in 1990s*. „Sociology of Sport Journal” 14: 224–240.
- King, Anthony. 1997a. *The Postmodernity of Football Hooliganism*. „The British Journal of Sociology” 48(4): 576–593.
- King, Anthony. 1998. *Thatcherism and the Emergence of Sky Television*. „Media, Culture and Society” 20(2): 277–293.
- King, Anthony. 1998a. *The End of the Terraces: the transformation of English Football in the 1990s*. Leicester: University Press.
- King, Anthony. 1999. *Football Hooliganism and the Practical Paradigm*. „Sociology of Sport Journal” 16(3): 269–273.

- King, Anthony. 2000. *Football Fandom and Post-National Identity in the New Europe*. „British Journal of Sociology” 51(3): 419–442.
- King Anthony. 2001. *Violent Pasts: collective memory and football hooliganism*. „Sociological Review” 49(3): 568–585.
- King, Anthony. 2003. *The European Ritual: football and the New Europe*. London: Ashgate.
- King, Anthony 2004. *The New Symbols of European Football*. „International Review of the Sociology of Sport” 39(3): 323–336.
- Kowalczyk, Piotr. 2007. *Liga błaznów*. „Rzeczpospolita” 17.11.2007, dostępny: <http://www.rp.pl/arttykul/69898.html> (14.11.2008).
- Kowalski, Radosław. 2002. *Potomkowie Hooligana – Szalikowcy: społeczno-kulturowe źródła agresji widowisk sportowych*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Le Bon, Gustaw. 1994. *Psychologia tłumu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lee, Martyn. 1993. *Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption*. London: Routledge.
- Leifer, Eric. 1995. *Making the Majors. The Transformation of Team Sports in America*. Harvard: University Press.
- Luckmann, Thomas. 1996. *Niewidzialna religia. Problem religii we współczesnym społeczeństwie*. Kraków: Zakład Wydawniczy „NOMOS”.
- Luttwak, Edward. 2000. *Turbokapitalizm*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
- Marsh, Peter, Elizabeth Rosser i Rom Harre. 1978. *The Rules of Disorder*. London: Routledge.
- Mason, Tony. 2002. *Pasja milionów. Piłka nożna w Ameryce Południowej*. Gdańsk: Marabut.
- Mathias, Paul. 1991. *Football Fans: Fanatics or Friends?* „Journal of Community & Applied Social Psychology” vol. 1: 29–32.
- McMenemy, David i Alan Poulter,. 2005. *An identity of two halves? Glasgow Celtic supporters, identity, and Scottish society*. „Irish Studies” 13(2): 139–150.
- Melnick, Merrill. 1986. *The Mythology of Football Hooliganism: a closer look at the British experience*. „International Review for the Sociology of Sport” 21(1): 1–21.
- Miller, Steven. 1952. *The Participant Observer and ‘Over Rapport’*. „American Sociological Review” 17(2): 97–99.
- Moorhouse, Herbert. 1991. *Football Hooligans: old bottle, new whines?* „Sociological Review” 39(3): 489–502.
- Morris, Desmond. 1981. *The Soccer Tribe*. London: Cape.
- Morse, Margaret. 2003. *Sport w telewizji: powtórka i przedstawienie na ekranie*.



- nie (przeł. A. Piskorz). W: Andrzej Gwóźdź, *Media – eros – przemoc*. Kraków: Universitas.
- Murphy, Patrick, John Williams i Eric Dunning. 1990. *Football on trial. Spectator violence and development in the football world*. London.
- Murray, Christopher. 1997. *Attitude Blue: Crowd Psychology at Manchester City FC*. Manchester: Campus Print Ltd.
- Murray, Christopher. 1998. *Manchester United: The Field of Dreams from a Research Perspective*. Manchester: Campus Print Ltd.
- Nash, Rex. 2000. *Globalised Football Fandom: Scandinavian Liverpool FC Supporters*. „Football Studies” 2 (22): 5–23.
- Nauright, John i Phillips Murray. 1997 *A fair go for the fans?: Super leagues, sports, ownership and fans in Australia*. „Social Alternatives” 15(4): 43–45.
- Oppenhuisen, Joke i Liesbet van Zoonen. 2006. *Supporters or customers. Fandom marketing and political economy of Dutch football*. „Soccer and Society” 7(1): 62–75.
- Penant, Cass. 2003. *Congratulations: You Have Just Met the I.C.F.* Forlag: Blake Publishing.
- Piltz, Gunter. 1996. *Social Factors Influencing Sport and Violence: on the "problem" of football hooliganism in Germany*. „International Review for the Sociology of Sport” 31(1): 49–68.
- Piotrowski, Przemysław. 2000. *Szalikowcy. O zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu – Biblia Tysiąclecia*. 2000. Wydanie Piąte. Poznań: Wydawnictwo Pallottinum.
- Piwowski, Władysław. 1996. *Socjologia religii*. Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL.
- Pratt, John i Mick Salter. 1984. *A Fresh Look at Football Hooliganism*. „Leisure Studies” 3(2): 201–230.
- Redhead, Steve. 1993. *Disappearing youth? A Review Essay on Youth Culture*. „Theory, Culture and Society” 10(3): 191–200.
- Redhead, Steve (red.). 1993. *The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe*. Avebury: Aldershot, UK.
- Redhead, Steve i Eugene McLaughlin. 1985. „Soccer's style wars”. „New Society” 73: 225–228.
- Robson, Garry. 2000. *No One Likes Us, We Don't Care', The Myth and Reality of Millwall Fandom*. Oxford: Berg.
- Russel, Gordon i Jeffrey Goldstein. 1995. *Personality Differences Between Dutch Football Fans And Nonfans*. „Social Behavior and Personality” 23(2): 199–204.
- Sahaj, Tomasz. 2001. *Problem kibiców i pseudokibiców we współczesnym sporcie*. „Roczniki Naukowe AWF”, nr 49.

- Sahaj, Tomasz. 2003. *Pozaracjonalne oddziaływanie w sporcie. Analiza wybranych zjawisk*. „Sport Wyczynowy” nr 1–2.
- Sahaj, Tomasz. 2007. *Fani futbolowi. Historyczno-społeczne zjawisko kibicowania*. Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu.
- SIRC. 1996. *Football Violence in Europe. Report to the Amsterdam Group*. Oxford.
- Smart, Barry. 2007. *Not Playing Around: global capitalism, modern sport and consumer culture*. „Global Networks: A Journal of Transnational Affairs” 7(2): 113–134.
- Smit, Barry. 2006. *Pitch Invasion: Adidas and the making of modern sport*. London: Allen Lane.
- Smith, Tom. 2000. *Bataille’s Boys’: Postmodernity, Fascists and football fans*. „British Journal of Sociology” 51(3): 443–460.
- Spaaij Ramon. 2005. *The Prevention of Football Hooliganism: a transnational perspective*. W: Jose Aquesolo (red.). *Actas del X Congreso Internacional de Historia del Deporte*. Sevilla: CESH: 1–10.
- Stokvis, Ruud. 1991. *Football Hooliganism in the Netherlands*. „Amsterdams Sociologisch Tijdschrift” 18(3): 165–188.
- Stott, Clifford i Stephen Reicher. 1998. *How Conflict Escalates: the intergroup dynamics of collective football crowd violence*. „Sociology” 32(2): 353–357.
- Sudgen, John i Alan Tomilson. 2000. *Football, Ressentiment and Resistance in the Break-up of the Soviet Union*. „Culture, Sport, Society” 3(2): 89–108.
- Sullivan, Anthony. 2008. *The Football Thung who Did not Give a Fuck*. London: Empire Publishers.
- Taylor, Ian. 1971. *Soccer Consciousness and Soccer Hooliganism*. W: Stanley Cohen (red.). *Images of Deviance*. Penguin: Roborough.
- Taylor, Rogan. 1992. *Football and Its Fans: supporters and their relations with the game 1885–1985*. Leicester: University Press.
- Todur, Wojciech. 2008. *Niebieskie serce Adama Kujawy*. „Gazeta Wyborcza” [2008.09.29].
- Yallop, David. 1999. *How They Stole the Game*. London: Poetic Publishing.
- Wanat, Stanisław. 1993. *Socjologia zachowań chuligańskich w sporcie*. „Sport Wyczynowy” nr 1–2.
- Weber, Max. 1994. *Etyka protestancka i duch kapitalizmu*. Lublin: Wydawnictwo Test.
- Williams, John. 2006. *Protect me from what I want. Football Fandom, Celebrity Cultures and New Football in England*. „Soccer and Society” 7(1): 96–114.
- Williams, John (red.). 1984. *Hooligans Abroad*. London: Routledge.

- Willis, Paul. 1978. *Profane Culture*. London: Routledge.
- Zieliński, Roman. 1993. *Pamiętnik kibica. Ludzie z piętnem Heysel*. Wrocław: Wrocławska Drukarnia Naukowa.
- Zieliński, Roman. 1997. *Liga chuliganów*. Wrocław: Croma.
- Znaniński, Florian. 1988. *Wstęp do socjologii*. Warszawa: PWN.

## **Sport Fans as a Community of the Invisible religion**

### Summary

The article explores the social phenomenon of sport fandom. Contrary to traditional approaches it offers a different perspective of analysis. It applies Thomas Luckmann's concept of invisible religion in order to provide better insight into the community of fans of sport clubs. The authors identify the idea of a sport club, its crest, unique colors and tradition as a form of postmodern sacrum. In our times this untraditional form of sacrum gathers new type of believers – fans of sport clubs. The goal of the paper is (a) to present fans as communities of the invisible religion that would provide evidence on the relocation of sacrum outside traditional structure of institutional religion; and (b) to make a typology of fans based on degree of their "faith" and a form of participation in the community of invisible religion. Completing both tasks would help understand the social phenomenon of sport fandom and its undergoing transformation under the pressure of commercialized sport.

Key words: fans, spectators, invisible religion, postmodernity, Luckmann.

