

TOMASZ SAHAJ

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

## **EURO 2012 W KONTEKŚCIE WSPÓŁCZESNYCH ZJAWISK SPOŁECZNYCH W POLSCE I NA UKRAINIE**

U zarania kultury fizycznej i filozoficznej zarazem, w antycznej Grecji, Pitagoras użył metafory życia badawczego i naukowego powiązanego z widowiskiem sportowym. Według tego starożytnego mędrca, jedni biorą udział w zawodach sportowych, by zwyciężyć (sława), drudzy pragną na nich zarobić (zysk), inni – najszlachetniejsi, poszukiwacze mądrości, prowadząc „obserwację uczestniczącą” bezinteresownie dociekają istoty rzeczy (Diogenes Laertios 1988, s. 474–475). Dziś rzeklibyśmy, że ci ostatni z wymienionych to filozofowie kultury fizycznej, filozofowie sportu. W zenicie popularności antyczne greckie igrzyska potrafiły przyciągnąć na stadiony nawet 40-tysięczną widownię (Mechikoff, Estes 1993, s. 30). Współczesne imprezy sportowe o charakterze masowym, by nie powiedzieć globalnym, takie jak euro, mundial czy igrzyska olimpijskie, zapełniają nawet dwukrotnie większe obiekty sportowe, przed ekranami gromadząc większość ludzi z całego świata. Socjolog Piotr Rymarczyk informuje: „Transmisje z Igrzysk Olimpijskich w Pekinie w 2008 r. oglądało łącznie 4,7 mld widzów, a więc ok. 70% ludzkości” (Rymarczyk 2011, s. 87–88). Z wielkim rozmachem przygotowane i przeprowadzone Igrzyska Olimpijskie w Londynie w 2012 r. obejrzało już ponad 5 mld kibiców. Wpływ na te statystyki miał nie tylko wzrost zainteresowania, ale i dostępność transmisji, oferowanych zarówno przez tradycyjne media, jak i nowoczesne „media intymne”: iPady, iPfony, smartfony, tablety itp.

Tak wielkie imprezy sportowe są papierkiem lakmusowym i – przynajmniej do pewnego stopnia – probierzem nastrojów społecznych. Amerykański filozof Robert R. Smith, autor książek *Podróże z Platonem* (Smith 2012a) i *Śniadanie z Sokratesem* (Smith 2012b), twierdzi z przekonaniem, że nie ma niczego bardziej filozoficznego niż kibicowanie! Tożsamość zbudowana na więzi z drużyną sportową, silna identyfikacja fanów z klubem to swoiste fenomeny społeczne. Mecz piłkarski to prawdziwy festiwal filozoficzności<sup>1</sup>. Rozwijając to oryginalne podejście, można by powiedzieć, że kibicowanie zawodnikowi, drużynie, klubowi, czy wreszcie reprezentacji jakiegoś kraju (szczególnie w sytuacji, gdy własna reprezentacja odpadła z turnieju, jak miało to miejsce z gospodarzami Euro 2012 – Polską i Ukrainą), jest pewnego rodzaju autokreacją w „teatrze życia codziennego” (Goffman 2008), z bogatym repertuarem i licznymi środkami ekspresji. Gra samą w sobie, a jednocześnie próbą odpowiedzi na filozoficzne pytanie: „kim jestem?”. Kim jestem, skoro kibicuję Warcie, a nie Lechowi Poznań (Wiśle,

---

<sup>1</sup> Filozof ten przedstawił swoje poglądy jako gość Programu 3 Polskiego Radia, 29 V 2012.

a nie Cracovii, Polonii, a nie Legii itd.)? Za kogo chcę być uważany (jeśli zależy mi na opinii innych, na recepcji społecznej) i za kogo sam siebie uznaję? Dlaczego wybrałem niszowy bilard, bowling, curling, a nie znacznie popularniejsze i bardziej rozpoznawalne dyscypliny, np. piłkę nożną, koszykówkę, żużel? Na jakiej podstawie opiera się mój wybór? Czy dzięki temu czuję się i utwierdzam tym wyborem w przekonaniu, że jestem Wielkopolaninem, Kaszubem, Ślązakiem lub Polakiem, Baskiem, Katalończykiem, Anglikiem, Szkotem?

Pytania tego typu regularnie stawia sobie i na dodatek znajduje na nie odpowiedzi większość ludzi zamieszkujących wszystkie kontynenty. Imprezy takie, jak mistrzostwa świata, mistrzostwa Europy lub igrzyska olimpijskie zmuszają wręcz do zadawania sobie takich pytań, bo przecież uczestnik widowiska zwykle komuś kibicuje i z kimś się identyfikuje. Rzadko bywa neutralny lub obojętny, skoro już znalazł się na stadionie bądź przed telewizorem. Amerykański socjolog Robert D. Putnam zauważa: „O ile *uprawianie* sportu zajmuje Amerykanom coraz mniej czasu, o tyle jego *oglądanie* zjada więcej ich czasu i pieniędzy, niż kilkadziesiąt lat temu. Liczba widzów zwiększyła się bardzo gwałtownie [...]. Częściowo wzrost oglądalności imprez sportowych odzwierciedla zmianę naszych nawyków związanych z oglądaniem telewizji, jednak znajduje on również swój wyraz we wzroście liczby osób oglądających wydarzenia na żywo. [...] uczestnictwo w *ważniejszych imprezach sportowych uległo od lat 60. [XX wieku – dop. T.S.] niemal podwojeniu*” (Putnam 2008, s. 193).

Wyborem o proveniencji filozoficzno-społecznej jest również decyzja o *nie-oglądaniu* imprezy sportowej – co uzasadniane jest wieloma różnymi sposobami, a argumentacje są najprzeróżniejsze. Przed Euro 2012 wiele osób nieinteresujących się sportem, niedarzących piłki nożnej sympatią lub pragnących przeżywać widowisko „po swojemu”, tak planowało swój czas, by w jak najmniejszym stopniu odczuwać dolegliwości związane z organizacją i przebiegiem imprezy. Nie było to łatwe zadanie ze względu na wrastanie stref kibica w tkanekę miejską; zwykle w centra miast. W Poznaniu, w którym odbyły się trzy mecze w ramach Euro 2012, społeczności lokalne uczyły się działania zasad demokracji w praktyce. Mieszkańcy ścisłego centrum za kilka tygodni zaanektowania ich przestrzeni życiowej „wynegocjowali” inwestycje miejskie rzędu 6 mln zł. Wspólnoty lokalne i rady osiedli znajdujących się w pobliżu modernizowanego miejskiego stadionu, do którego prowadziły remontowane drogi dojazdowe i komunikacja zastępcza, były ciałem doradczym, wskazującym na optymalną lokalizację przystanków tymczasowych lub zmiany tras autobusów na korzystniejsze dla mieszkańców okolicznych osiedli. Na tzw. budżet obywatelski Urząd Miasta Poznania przeznaczył 10 mln zł. Poznaniacy zgłosili 300 projektów inwestycji, najlepsze z nich (również wybrane przez mieszkańców) zostaną zrealizowane. Wśród zgłoszeń było wiele propozycji miejsc do aktywnej rekreacji i rodzinnego uprawiania sportu. Rację ma filozof sportu Józef Lipiec, pisząc: „Istnieje zatem olbrzymia szansa na sprowokowanie dalszych osiągnięć poprzez sprostanie sukcesom kilku mądrze i sprawnie zorganizowanych zawodów typu Euro 2012, dla Polski stanowiących nowe i nadzwyczajne wyzwanie [...]. Zryw może być impulsem

na długie lata normalności na wyższym poziomie [...]. Wiele, a może wszystko zależy zatem od zdolności państwa i społeczności lokalnych” (Lipiec 2012, s. 372).

Co ciekawe, wiele miast i regionów reklamowało się jako „strefy wolne od Euro”, zachęcając do spędzania w nich czasu wolnego, odpoczynku i rekreacji. Bez natrętnej oferty okołofutbolowej, poniekąd zmuszającej do partycypacji w tej imprezie kibicowsko-sportowej. Ze względu na specyficzne usytuowanie *fan-zone* wiele obiektów kulturowych – takich, jak np. biblioteki, muzea i teatry – zostało na wiele tygodni całkowicie odciętych od swych tradycyjnych użytkowników. Tak było choćby w Poznaniu, ale przecież nie tylko. Robert Gliński, dyrektor warszawskiego Teatru Powszechnego, zabierając głos w debacie publicznej na temat Euro, stwierdził na antenie radia TOK FM: „Czuję się trochę, jakbym był w Korei Północnej. Wszyscy muszą zbiorowo iść i się cieszyć. A przecież każdy ma własny świat i własne sprawy. Niektórzy chcą iść do teatru, a nie mogą. Muszą uczestniczyć w zbiorowej euforii Euro. W czasie Euro będę płakał” (Gliński, <http://kultura.gazeta.pl/kultura>). Piłkarskie mistrzostwa nazwał „przekleństwem dla kultury”. Jako remedium na narzuconą definicję przestrzeni miejskiej i korzystając z tego, że jego Teatr Powszechny znajduje się naprzeciwko Stadionu Narodowego, Gliński próbował stworzyć „strefy kultury” – jako kontradycję licznych „stref kibica”. W „strefach” według pomysłu Glińskiego odbywać się miały na wielu scenach różnorodne spektakle. Przedsięwzięcie to jednak nie zostało zrealizowane z powodu nikłego nim zainteresowania stołecznych władz oraz braku finansowego wsparcia. Ostatecznie sztuka specjalnie wyreżyserowana na tę okazję, a dotycząca kiboli futbolowych – „Faza delta” – trafiła do Internetu w ramach projektu pt. „Powszechny Teatr Internetowy”, a nieco później na deski teatrów.

Miasta i państwa goszczące Euro u siebie stały się – w pewnym sensie – zakładnikami tej gigantycznej inwestycji, której wstrzymać już przecież nie było można. Euro stało się pożywką dla mnogich protestów różnych grup społecznych, pragnących niejako „przy okazji” zwrócić uwagę na swoje żywotne problemy i osiągnąć obietnicę ich rozwiązania. Protestowały takie grupy zawodowe, jak np. taksówkarze, chcący podwyżek cen ustawowych za swoje usługi, oraz robotnicy, którym właściciele bankrutujących firm budowlanych miesiącami nie wypłacali pensji za wykonaną pracę. Ze względu na skalę zjawiska interweniować musiał rząd, biorąc na siebie część finansowych zobowiązań. Pod Sejm RP i inne ważne obiekty użyteczności publicznej peregrynowali rodzice niepełnosprawnych dzieci, żądając przeznaczenia większej puli pieniędzy na ich rehabilitację. Wielu przeciwników Euro, sympatyzując i solidaryzując się z akcją „Chleba zamiast igrzysk”, przeliczało w głośnej debacie społecznej, ile przedszkoli można byłoby otworzyć z pieniędzy przeznaczonych na stadiony (tylko piłkarski Stadion Narodowy w Warszawie pochłonął 2 mld zł).

Najdobitniej, aczkolwiek mało dyplomatycznie, włączyli się do tej narracji społecznej kibice klubowi (różni od fanów reprezentacji), zwani „kibolami” (i sami siebie też tak określający), niezadowoleni z tego, że na czas Euro „ich” stadiony zostały zaanektowane przez Unię Europejskich Związków Piłkarskich (Union of European Football Associations – UEFA). Nosili koszulki z napisem „Fuck Euro”,

sprayem malowali to hasło na murach i ścianach domów. Stylizowali się na „żołnierzy wyklętych” Polski Walczącej – walczącej w słusznej, lecz przegranej sprawie. W Krakowie na stadionie Wisły podczas treningu reprezentacji Holandii (entuzjastycznie i żywiłowo dopingowanej przez zdecydowaną większość z około 25 tysięcy pozytywnie nastawionych widzów), kibole Wisły skandowali to hasło, które mieli na koszulkach, a przy okazji kierowali obraźliwe słowa przeciwko wrogim zwolennikom Cracovii. „Odgłosy dżungli” – jak obrazowo określiła zachowanie krakowskich kiboli prasa zagraniczna – sprowokowały holenderskich szkoleniowców do przesunięcia treningu w część stadionu oddaloną od „wyjątych dzikusów”, a kapitana zespołu Marca van Bommela do deklaracji, że jeśli takie zachowania pojawiać się będą podczas oficjalnego meczu, to w ramach protestu zejdzie z boiska. Piłkarze holenderscy byli tego dnia z wizytą w Muzeum Auschwitz-Birkenau, a chuligańskie zachowania zostały odczytane przez nich jako rasistowskie i szowinistyczne. W ramach nawiązywania przyjaznych stosunków piłkarze – mile zdziwieni ciepłym przyjęciem w Polsce – wykazywali przyjazne gesty. Angielscy zawodnicy rozpostarli na stadionie Hutnika Kraków transparent z napisem: „Dziękujemy Wam za gorące powitanie w Krakowie”. Podobnie postąpili Portugalczycy stacjonujący w wielkopolskiej Opalenicy.

Na szczególną uwagę zasługuje aktywność społeczna młodych kobiet, kontestujących ukraińskich studentek skupionych w grupie o nazwie „Femen” (<http://www.femen.org>). Grupa znana jest z odważnych „zakłóceń porządku publicznego”, realizowanych w obronie szczytnych idei i słusznych celów. Aktywistki występują mocno roznegliżowane, półnagie, często topless. Na Ukrainie protestowały przeciwko Euro 2012. Podczas ceremonii prezentacji na jednym ze stadionów próbowały przechwycić pilnie strzeżony oficjalny Puchar Euro. Był to protest symboliczny – podobnie jak próba zdobycia znicza i zgaszenia ognia olimpijskiego przed Igrzyskami w Pekinie w trakcie jego przemieszczania się przez Europę w 2008 r. Podczas Igrzysk w Londynie Ukrainki kontestowały decyzję dopuszczającą do zawodów sportowców z totalitarnych reżymów islamskich, które próbowały dyktować swoje zasady Międzynarodowemu Komitetowi Olimpijskiemu (MKOl), „negocjując” warunki udziału w zawodach reprezentantek w chustach (przykład Arabii Saudyjskiej).

„Femen”-ki zwracały uwagę na to, że Euro 2012 jest pretekstem do zwiększonego pijaństwa mężczyzn i wzmożonej prostytucji kobiet. Swą akcją uliczną wspierały kampanią wizerunkową w mediach. Na kolorowych zdjęciach na bieżąco umieszczanych w Internecie oficjalna piłka Euro – Tanga 2012 – gościła między ich nogami. Joanna Bator – polska pisarka, feministka i kibicka zarazem – tak uchwyciła istotę problemu: „Bronią kobiet z Femenu są ich obnażone piersi i podobnie jak kibice też wypisały na swoich ciałach hasła. Ciało jest polityczne i może być nośnikiem rewolucyjnych znaczeń, ale protest Femenu trafił jedynie do tych, którzy i tak rozumieją problem. Dla innych protestujące Ukrainki były tylko ‘nieszanującymi się’ kobietami, wariatkami, które publicznie pokazują biust, bo ‘porządne’ i normalne kobiety tego nie robią. Normalne kibicują swoim mężczyznom [...]. Futbol jest męską sferą, którą można zmienić tylko od środka” (Bator 2012, s. 25).

Trudno nie zgodzić się – przynajmniej do pewnego stopnia – z zarzutami odważnie stawianymi przez te kobiety. Obok asfaltowo-betonowych afiliacji Euro, dyskurs medialny koncentrował się na zyskach ze sprzedaży jedzenia i picia. UEFA przyczyniła się do tego konsumpcyjnego podejścia, powodując, że lekkie piwo – wbrew prawu dotyczącemu imprez masowych, zwyczajom i oczekiwaniom kibiców klubowych w Polsce – można było konsumować na obiektach przejętych przez UEFA miesiąc przed Euro. Oczywiście tylko i wyłącznie piwo sponsora turnieju – firmy Carlsberg. Tacy reklamodawcy, jak Coca-Cola i McDonalds (jedni z najstarszych sponsorów największych imprez sportowych światowego formatu), zdominowali antenę telewizyjną uporczywie reklamując się przed, w trakcie trwania i po oficjalnych meczach. Polskie browary alarmowały, że mimo poczynionych zapasów, nie nadążają za konsumpcją ich produktów. Powierzchny ogląd przeciętnego kibica (polskiego lub zagranicznego) wskazywał na różne stopnie jego rozbawienia i upojenia – jakby to był kilkutygodniowy karnawał. Pod tym względem Euro przypominało antyczne Dionizja, w czasie których również przebierano się odświętnie, śpiewano i tańczono (oraz pito wino). W Poznaniu w krótkim czasie pojawiło się kilka klubów go-go i to na reprezentacyjnym Starym Rynku lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie – w samym centrum turystycznym miasta-gospodarza Euro. Zwerbowane do pracy dziewczęta i kobiety, dyskretnie, choć bez krępacji, oferowały atrakcje klubowe i siebie, krążąc za dnia wśród tłumów zgromadzonych kibiców i turystów zagranicznych. Ich dysponenci wyszli z założenia, że policja będzie bardziej zainteresowana zagrożeniami bezpieczeństwa publicznego niż moralności; tym swoistym bioterroryzmem etycznym i społecznym.

Przed Euro 2012 przetoczyło się przez Azję (Egipt, Syria), Europę i Stany Zjednoczone („Acta”, „Oburzeni”, rozruchy w Londynie) wiele niepokojów społecznych. W Polsce obchody Święta Niepodległości 11 XI 2011 r. zmieniły się w gwałtowne starcia uliczne z udziałem pseudokibiców. Telewizja BBC w specjalnie przygotowanym programie straszyla chętnych na wizytę w Polsce powrotem do domu w trumnie. Okazji do zamieszek było aż nadto, a wielu pretekstów dostarczyli politycy, apelując na przykład, by kibice zza wschodniej granicy nie epatowali charakterystycznymi emblematami sierpa i młota. Amerykański socjolog Steinley D. Eitzen celnie zauważa: „Sport jest odbiciem społeczeństwa. Cierpi na takie same dolegliwości, jakie trawia społeczeństwo, w ramach którego funkcjonuje” (Eitzen 1981, s. 412). Wielu europejskich dyplomatów wysokiego szczebla oficjalnie deklarowało, że nie przyjedzie na imprezy poprzedzające otwarcie Euro, jeśli z aresztu nie zostanie wypuszczona miesiącami więziona Julia Tymoszenko. Amerykański socjolog Daniel Bell stwierdził: „[...] rządy są za małe, by radzić sobie z wielkimi problemami, a za duże, by zająć się małymi” (Bell, za: Giddens 2004, s. 453).

Przynajmniej dwie ważne dla Polaków i Rosjan rocznice niefortunnie wypadają w nieodległych od siebie terminach: rocznica katastrofy pod Smoleńskiem, w której śmierć poniósł polski establishment polityczny (z prezydentem Rzeczypospolitej Polskiej na czele) oraz święto Niepodległości Rosji, w czasie którego (12 VI 2012 r.) akurat wypadł mecz Polska–Rosja na Stadionie Narodowym w Warszawie (mającym nosić imię filozofa Ryszarda Siwca, który dokonał aktu samospalenia na stadionie X-lecia w proteście przeciwko inwazji Rosjan na Czechy

w 1968 r.). Był to dzień, w którym dochodziło do najliczniejszych burd o charakterze chuliżańskim. Kibole polscy i rosyjscy bili się przed meczem, w drodze na stadion i po zremisowanym spotkaniu. Polscy pseudokibice polowali na rosyjskich tak, jakby prowadzili wojnę podjazdową: wyłapując i bijąc maruderów, odbierając im flagi i szaliki. Od czasu do czasu atakowali frontalnie. Policja złapała kilkudziesięciu z nich, sądzono ich w trybie przyspieszonym, wydając wyroki od miesiąca do trzech miesięcy bezwzględного więzienia. Strona rosyjska oficjalnie wystąpiła o wydanie swoich skazanych obywateli i zgodę na odsiadanie wyroku w Rosji. Prezydent Rosji Władimir Putin zadzwonił do premiera Donalda Tuska ze słowami zaniepokojenia i przypomnieniem, że na organizatorze tej rangi imprezy, jaką jest Euro 2012, ciąży obowiązek zapewnienia bezpieczeństwa wszystkim uczestnikom (w tym przypadku obywatelom Federacji Rosyjskiej).

Nie udało się całkowicie uniknąć aktów terroryzmu: niedługo przed rozpoczęciem Euro eksplodowały na Ukrainie ładunki wybuchowe. Parę tygodni później w pobliskiej Bułgarii wysadził się w powietrze terrorysta-zamachowiec, bezgranicznie trwożąc Brytyjczyków, organizatorów XXX Letnich Igrzysk Olimpijskich, którym nie udało się zgromadzić dostatecznej liczby funkcjonariuszy mających chronić imprezę (niezbędne było min. 10 tys.). Do Londynu kontyngentu wojskowego musiała dostarczyć armia, ściągając żołnierzy z misji wojskowych (na koszt niewydolnego operatora). Bezpieczeństwo jest ważną kartą przetargową i od czasu Igrzysk Olimpijskich w Monachium w 1972 r., nieustannie jest podważane, stając się sprawdzianem mocy i sprawności organizatorów najwyższej rangi zawodów sportowych: w Brazylii, Indiach, Pakistanie, w krajach skandynawskich...

Pomimo obaw i niepewności oraz szybkiego odpadnięcia – w różnym stylu – gospodarzy Euro 2012, imprezę tę na poziomie społecznym można uznać za szczególnie udaną ze względu na specyficzny kapitał ludzki i społeczny, jaki stanowili i stanowią kibice. To oni – obok piłkarzy – byli prawdziwymi bohaterami i, w pewnym sensie, zwycięzcami tego turnieju. Zdaniem socjologa Zbigniewa Drozdowskiego, najwięcej zyskaliśmy na spontanicznej i żywiołowej aktywności setek tysięcy tzw. pikników, tj. kibiców szukających w widowiskach sportowych przede wszystkim rozrywki i zabawy. Potrafili oni dobrze bawić się nawet wtedy, gdy ich zespoły odpadły już z Euro. Aktywowali się wówczas jako sympatycy reprezentacji kraju, którego mieszkańców akurat (po)lubili. W Poznaniu furorę robili np. Irlandczycy. Co ciekawe, „piknicy” (nazywani też „Januszami”) są pogardzaną kategorią widzów w kibicowaniu klubowym. Ich przesadnych karnawałowych zachowań i karykaturalnych rekwizytów nie tolerują zwłaszcza „prawdziwi kibice” (kibole, a w innej nomenklaturze „kibice industrialni”<sup>2</sup>) i ultrasi, w miarę możliwości eliminując te zachowania ze stadionów lub ograniczając je do minimum.

Tymczasem podczas kilku tygodni trwania Euro 2012 to właśnie ci „zabawowicze” byli najaktywniejszymi i najwidoczniejszymi „aktorami społecznymi”, spychając „monochromatycznych” klubowych kibiców w cień. Przy czym słowo

<sup>2</sup> Kibice industrialni (dawnego typu) vs. „kibice konsumenci” („Janusze”) – typologia w ramach koncepcji supermarketyzacji widowisk sportowych – propagowana przez socjologów: Dominika Antonowicza, Radosława Kossakowskiego i Tomasza Szlendaka.

„aktor” jest chyba najwłaściwszym określeniem w omawianym kontekście. Podczas Euro można było bowiem zobaczyć – na stadionach, ulicach miast i w strefach kibica – nieprzebraną liczbę kreacji. Stanowiło to popkulturowy koktajl złożony ze zmiksowanych symboli, sensów, treści i znaczeń zaczerpniętych z legend, mitów i podań z całego świata. Nie tylko ekspozycja barw narodowych, ale deklamacja kultur, melanż ikon i klisz rodem z Azji, Afryki, Europy i Stanów Zjednoczonych. Trawestując koncepcję „aleatoryczności widowiska sportowego” filozofa sportu Jerzego Kosiewicza, można podkreślić aspekt nieprzewidywalności, koincydencji i permutacji rytuałów, symboli i znaków prezentowanych przez kibiców podczas Euro. Pod stadionami możliwe było spotkanie z ludźmi przebranymi za niemal wszystko: arlekiną, błazna, kosmitę, pazia, króla, batmana, spidermana, supermana itd., itp. Gdyby u bukmacherów wprowadzić zakłady oparte na (nie)prawdopodobieństwie pojawienia się jakiegoś kostiumu, to niejedyn gracz stałby się szczęśliwym wygranym. Był to bowiem prawdziwy „bal przebierańców”.

Szkocki socjolog sportu Richard Giulianotti podczas wystąpienia pt. „Football and Globalization: Political-Economic and Socio-Cultural Issues”<sup>3</sup> wyraził przekonanie, że tego typu aktywność, regularnie występująca właśnie podczas dużych imprez sportowych, jest przejawem glokalizacji, kiedy w tygłu globalnej imprezy gotuje się strawa złożona z lokalnych komponentów. Zjawisko to uznał za konstytutywne w szczególności dla międzynarodowych eventów związanych z rozgrywkami piłki nożnej, zwłaszcza euro i mundiali. To głębokie i wielowarstwowe ponowoczesne zjawisko, w którym przebieranie się w kostiumy jest tylko zewnętrznym przejawem, Giulianotti nazywał też hybrydyzacją, kreolizacją lub „trzecią drogą” (*inter play*) i stawiał w opozycji do ujednocniającej i uniformizującej amerykanizacji i westernizacji. Sprzyja to – przy okazji imprez sportowych – powstawaniu nowych jakości kulturowo-społecznych.

Socjolog Zbigniew Drozdowski przypomina o „hipotezie kontaktów”, za sprawą Gordona Allporta funkcjonującej na gruncie nauk społecznych. „Mówi ona, że najłatwiej rozbija się stereotypy poprzez kontakty, wspólne doświadczenie. [...] Euro było jedną wielką weryfikacją tej hipotezy. [...] ta hipoteza mówi też, że gdy ktoś wyjeżdża, po jakimś czasie wraca do pierwotnych stereotypów. Impuls, wrażenie kraju, po jakimś czasie cofa się. [...] W ślad za kibicami [...] powinien pójść jakiś kolejny komunikat. Jakaś nowa oferta. W przeciwnym wypadku oni wrócą do swoich pierwotnych, być może niezbyt korzystnych, przekonań o Polsce” (Drozdowski 2012, s. 11). „Hipoteza kontaktów” dotyczy asocjacji grup podobnych co do wielkości i pozycji społecznej jej członków, w warunkach swobodnej kooperacji, wynikającej z definicji sytuacji – jak pod-

<sup>3</sup> Wystąpienie 15 III 2012 r. na nowo wybudowanym stadionie PGE Arena w Gdańsku, w ramach interdyscyplinarnej konferencji naukowej pt. „Wspólnotowe doświadczenie? Rozrywka dla mas? Globalny biznes? Socjologiczne eksploracje po przestrzeniach współczesnego sportu”. Organizatorami byli: Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego, Urząd Miasta Gdańska, Fundacja Ośrodek Badań i Analiz Społecznych oraz Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku.

czas kibicowania na Euro, kiedy dziesiątki tysięcy ludzi o różnej proweniencji społecznej koegzystowało ze sobą w przyjaznej atmosferze.

Koegzystencję tę wspomagała UEFA, w ramach kampanii społecznej „Respect”, z założenia będącej przejawem odpowiedzialności społecznej, wykraczającej poza sport, ale w powiązaniu z nim, jako bardzo ważnym medium (<http://pl.uefa.com/uefa/socialresponsibility/respect/index.html>; <http://www.euro2012respectinclusion.com>). Cztery główne filary tej kampanii to: 1) uszanuj różnorodność (Respect Diversity), 2) uszanuj kulturę kibiców (Respect Fan Culture), 3) uszanuj niepełnosprawność (Respect Inclusion), 4) uszanuj swoje zdrowie (Respect Your Health). Przy realizacji punktu pierwszego UEFA współpracuje z międzynarodowym stowarzyszeniem Futbol Przeciwko Rasizmowi w Europie (Football Against Racism in Europe – FARE; <http://www.farenet.org>), zwalczającym rasizm i szowinizm na stadionach oraz polską organizacją Nigdy Więcej; (<http://www.nigdywiecej.org>), przeciwstawiającą się nacjonalizmowi. Punkt drugi wspomagało Stowarzyszenie Europejskich Kibiców Piłki Nożnej (Football Supporters Europe – FSE; <http://www.fanseurope.org>), tworząc ambasady kibicowskie w ośmiu miastach-gospodarzach Euro 2012. Realizację punktu trzeciego, dotyczącego niepełnosprawnych sportowców, wspierało Centrum Dostępu do Piłki Nożnej w Europie (Centre for Access to Football in Europe – CAFE; <http://www.cafefootball.eu>). Dzięki niemu, m.in., stadiony na Euro 2012 były dostosowane do ich możliwości i potrzeb. Emblemat „Respekt” widniał na koszulkach sportowców, sędziów (w tym słynnego Pierluigiego Colliny) i wolontariuszy. W reklamach telewizyjnych pokazywano charakterystyczną wymianę koszulek dokonywaną przez ludzi o różnych kolorach skóry, płci, wieku i odgrywanych rolach społecznych. Sport ma być globalną, ponadnarodową i ponadpaństwową platformą porozumienia międzyludzkiego, czytelnym, uniwersalnym językiem komunikacji mieszkańców „globalnej wioski” (Marshall McLuhan).

Kibice piłkarscy okazali się niekoronowanymi zwycięzcami Euro 2012. W „działaniach komunikacyjnych” (Jürgen Habermas) prowadzili dialog i dyskurs społeczny. Stanowili neoplemiona, kierujące się swoiście pojętą epikurejską dyrektywą *carpe diem*, skoncentrowane na przeżywaniu „intensywności chwili”, „przyjemności bycia razem” (Maffesoli 2008, s. 6), korzystania z oferty świata takim, jakim on akurat jest. Dzięki kibicom okazało się, że polskie „Święto Flagi” może być radosną uroczystością, nierezwowaną tylko na święta państwowe (zwłaszcza żałobne), a sama flaga narodowa stała się źródłem manifestacyjnie okazywanej dumy. Pretekstów do tego (nie)banalnego patriotyzmu, jak go określa brytyjski psycholog społeczny Michael Billig (Billig 2008), przejawiającego się przez ustawiczne „łopotanie flagą narodową”, było aż nadto. W czasach „ontologicznej niepewności” (Anthony Giddens), „ruchomych piasków ponowoczesności” (Zygmunt Bauman), „nowej nieprzejrzystości” (Jürgen Habermas) „społeczeństwa ryzyka” (Ulrich Beck) czy bardziej kasandrycznego „końca człowieka” i „końca historii” (Francis Fukuyama), do głosu dochodził karmiony relacjami sportowymi „człowiek bez właściwości” (Robert Musil). „Człowiek masowy” José Ortegi y Gasset, żyjący bez konkretnego celu – bezwładnie dryfujący – niczego nietworzący, a jedynie konsumujący, którego możliwości i władza są jednak nieograniczone.



zione. Nie funkcjonuje on w aksjologicznej próżni „poza dobrem i złem” (Fryderyk Nietzsche); jest „czystą możliwością największego dobra, jak i największego zła” (Ortega y Gasset 2002, s. 52).

Cytowany już wcześniej Robert D. Putnam jest autorem interesującej konstatacji: „Spajający kapitał społeczny tworzy pewnego rodzaju socjologiczny superklej, natomiast łączący kapitał społeczny zawiera socjologiczne smarowidło” (Putnam 2008, s. 41). Socjolog Anna Giza-Poleszczuk wraz z zespołem przygotowała i przeprowadziła unikatowy na gruncie polskim „Projekt Społeczny 2012” (<http://www.ps2012.pl>). W odróżnieniu od osób i instytucji, które skupiły uwagę na potencjalnych zyskach ekonomicznych z inwestycji budowlanych związanych z Euro 2012, moderatorka projektu skoncentrowała się na tym, co zyskają gospodarze Euro dzięki organizacji piłkarskich mistrzostw. Jakie będą z niej krótko- i długoterminowe społeczne „zyski”? Czy nowe znajomości zawarte w trakcie turnieju zaowocują powstaniem trwałych ogniw w sieci społecznej? Co zyskają Polacy i Ukraińcy jako indywidualni ludzie i narody, co zyska Polska i Ukraina? Na odpowiedzi na te pytania należy jeszcze nieco poczekać.

#### BIBLIOGRAFIA

- Bator J. (2012) Ganbare, dziewczyny. *Gazeta Wyborcza – Magazyn*, 7–8 VII 2012, 25.
- Billig M. (2008) Banalny nacjonalizm. Przeł. M. Sekerdej. Znak, Kraków.
- Diogenes Laertios (1988) Żywoty i poglądy słynnych filozofów. Przekład zbiorowy. PWN, Warszawa.
- Drozdowski R. (2012) Nie wstydź się, że jesteś piknikiem, rozmawiał Piotr Bojarski. *Gazeta Wyborcza – Poznań*, 22 VI 2012, 11.
- Eitzen S.D. (1981) Sport and Deviance. [W:] G.R.F. Lüschen, G.H. Sage (red.), *Handbook of Social Science of Sport*. Stipes Publishing, Illinois, 412.
- Giddens A. (2004) Socjologia. Przeł. A. Szulżyńska. PWN, Warszawa.
- Goffman E. (2008) Człowiek w teatrze życia codziennego. Przeł. H. Danter-Śpiewak, P. Śpiewak. Aletheia, Warszawa.
- Lipiec J. (2012) Sport i rekreacja w Polsce (prognoza na lata 2020–2030). [W:] K. Frysztacki, P. Sztompka (red.), *Polska na początku XXI wieku: przemiany kulturowe i cywilizacyjne*. PAN Warszawska Drukarnia Naukowa, Warszawa, 367–382.
- Maffesoli M. (2008) Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych. Przeł. M. Bucholc. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Mechikoff R., Estes S. (1993) *A History and Philosophy of Sport and Physical Education. From the Ancient Greeks to the Present*. W.C. Brown & Benchmark Publishers, Madison.
- Ortega y Gasset J. (2002) Bunt mas. Przeł. P. Niklewicz. Muza, Warszawa.
- Putnam R.D. (2008) Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych. Przeł. P. Sadura, S. Szymański. WAIp, Warszawa.
- Rymarczyk P. (2011) Kultura masowa i kultura fizyczna. [W:] Z. Dziubiński, Z. Krawczyk (red.), *Socjologia kultury fizycznej*. Wydawnictwa Dydaktyczne AWF, Warszawa, 84–95.
- Smith R.R. (2012a) Podróż z Platonem: filozofia na walizkach. Przeł. K. Michałowicz. Carta Blanca, Warszawa.
- Smith R.R. (2012b) Śniadanie z Sokratesem: filozofia na talerzu. Przeł. M. Miłkowski. Carta Blanca, Warszawa.

## Źródła internetowe

[http://kultura.gazeta.pl/kultura/1,114628,11915264,Robert\\_Glinski\\_\\_\\_W\\_czasie\\_Euro\\_chce\\_mi\\_sie\\_plakac\\_\\_\\_.html](http://kultura.gazeta.pl/kultura/1,114628,11915264,Robert_Glinski___W_czasie_Euro_chce_mi_sie_plakac___.html) [15 VIII 2012].

<http://pl.uefa.com/uefa/socialresponsibility/respect/index.html> [15 VIII 2012].

<http://www.cafefootball.eu> [15 VIII 2012].

<http://www.euro2012respectinclusion.com> [15 VIII 2012].

<http://www.fanseurope.org> [15 VIII 2012].

<http://www.farenet.org> [15 VIII 2012].

<http://www.femen.org> [15 VIII 2012].

<http://www.nigdywiecej.org> [15 VIII 2012].

<http://www.ps2012.pl> [15 VIII 2012].

Adres do korespondencji

sahaj@awf.poznan.pl