

WIDOWISKO SPORTOWE JAKO ELEMENT KULTURY MASOWEJ

Współczesne społeczeństwa będące rezultatem przemian postindustrialnych w otaczającym świecie, postrzegane są zarazem jako efekt wkroczenia cywilizacji ludzkiej w nowy etap historyczny. Wiodącą rolą informatyzacji, mediów, usług, giełdy, itp. spowodowała wyłonienie nowej klasy średniej osiągającej dość znaczne dochody z racji wykonywania specjalistycznych zawodów. Grupa ta jest nastawiona przede wszystkim na konsumpcję, dającą nie tylko źródło przyjemności, poczucie spełnienia i sukcesu życiowego, ale równoważącą zarazem konieczność podporządkowania dość surowej (asceetycznej) etyce pracy.

Konsumpcja często znacznie wykracza poza zaspokojenie podstawowych potrzeb, jest przejawem aspiracji do lansowanego stylu życia czy obowiązującej mody. Media, które kiedyś miały na celu przede wszystkim dostarczanie informacji i rozrywki, coraz więcej miejsca poświęcają kreowaniu wzorów charakterystycznych dla kultury masowej. Jednym z ważniejszych przejawów tych przemian jest znaczący wzrost kulturowej roli ciała ludzkiego. Jak podkreśla Bauman, ciało nie jest już, jak uprzednio, postrzegane jako narzędzie pracy i walki (ciało robotniczo-żołnierskie), a przyzwolenie na dążenie do zaspokajania przyjemności cielesnych i doświadczania wrażeń podsuwanych przez konsumpcyjną kulturę powoduje wzrost troski o ciało przybierającej często wymiar zindywidualizowany. Zadbane, zdrowe ciało stanowi warunek doznawania przyjemności, a wszelkie zabiegi podejmowane w tym kierunku przez jednostkę stają się przejawem uwewnętrznionego nakazu społecznego¹

Pierwiastek hedonistyczny odnosi się też do dbałości o estetykę ciała. Konkurentem naturalnych środków oferowanych przez kulturę fizyczną są współczesne technologie medyczne, pozwalające na dość radykalną ingerencję, dającą szansę na zbliżenie do obowiązujących kanonów piękna. Urodę ciała ludzkiego daje się już „poprawiać”, a kultura masowa często epatuje odbiorcą ciałem roznegliżowanym, wykolczykowanym czy wytatuowanym.

¹ Z. Bauman (1995) *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń, UMK.

W dążeniu do osiągnięcia przyjemności nabiera też znaczenia aktywność fizyczna w ramach tzw. sportu dla wszystkich (rekreacja ruchowa), nastawiona przede wszystkim na niwelowanie negatywnych skutków cywilizacji, a szczególnie „ustatecznienia”, czyli braku ruchu. Cechą społeczności postindustrialnych jest stosunkowo niewielka liczba zawodów wymagających pracy fizycznej. Przeważają zajęcia, w których dominuje praca umysłowa, co powoduje, że jednostka zużywa zaledwie 3% swojego potencjału ruchowego. Mimo mechanizmów adaptacyjnych umożliwiających przystosowanie organizmu ludzkiego do zmieniających się warunków życia, ten ogromny deficyt ruchu wymaga uzupełnienia. W przeciwnym bowiem razie (jeśli połączyć to z często występującym stresem, niewłaściwym sposobem odżywiania) może stanowić przyczynę wielu chorób cywilizacyjnych. Antidotum stanowią ćwiczenia fizyczne o umiarkowanej intensywności, w przyjemnej atmosferze, podejmowane przez jednostkę w czasie wolnym. Wpływają one też pozytywnie na psychikę, gdyż endorfiny (nazywane też „hormonami szczęścia”, powstające w trakcie zadowolenia z wysiłku) działają antydepresyjnie. Nie ulega wątpliwości, że rola tych zabiegów o sprawność i zdrowie jest nieoceniona, biorąc pod uwagę zarówno względy jednostki (aktywny wypoczynek sprzyja realizacji wielu potrzeb nie związanych z wysiłkiem fizycznym) jak i względy społeczne (sprawny, zdrowy, zadowolony człowiek lepiej pracuje i wymaga mniejszych nakładów na ochronę zdrowia wydatkowanych przez państwo). Sytuuje to rekreację, jako jeden z ważniejszych elementów kultury fizycznej (jeśli nie najważniejszy).

Rozpatrując jednak związki kultury fizycznej z kulturą masową, nietrudno zauważyć niepodważalną hegemonię sportu – sportu widowiskowego, mistrzowskiego, nastawionego na osiągnięcie jak najlepszych wyników. Tylko ta sfera kultury fizycznej jest w stanie przyciągnąć do siebie ogromne rzesze ludzi, którzy uczestniczą w niej w sposób czynny lub bierny, w skali nieporównywalnej do jakiegokolwiek innej dziedziny kultury.

Struktury organizacyjne i zaplecze teoretyczne nowożytnego sportu (Coubertinowska koncepcja olimpizmu) rodziły się równolegle z przemianami industrialnymi, dzięki którym wytworzyła się pewna luka kulturowa, w którą znakomicie wpisywały się wartości przez niego niesione (przede wszystkim wartości rywalizacyjne, zdrowotne, sprawnościowe), stosunkowo szybko internalizowane przez ówczesne społeczeństwa. Dynamiczny rozwój sportu stymulowany przez rozwój igrzysk olimpijskich spowodował, iż stał się on fenomenem kulturowym, a wiek XX określany jest jako wiek wynalazków, wojen i sportu. Kwestionowanie jego roli m.in. przez niektórych amerykańskich krytyków kultury masowej należy już do przeszłości (np. E. Schils traktował sportowców jak zabawiaczy najniższego autoramentu, wątpliwych

twórców najniższych gatunków kultury, tzw. *brutal culture*, będącej wrogiem człowieka)².

Wiele lat temu Rafał Malczewski nazwał sport służą wielu panów. Dzisiaj – jak zauważa A. Ziemilski – „Sport jest panem wielu sług. Ten największy spektakl świata bezceremonialnie zajął miejsce, jakie wielcy dziewiętnastowieczni rezerwowali dla sztuki”³.

Fenomen widowiska sportowego

Potwierdzeniem roli sportu w życiu postindustrialnych społeczności jest kulturowe znaczenie widowiska sportowego. Okazuje się, że sport, choć ciągle zdeterminowany treściami rywalizacyjnymi, stanowi również rodzaj fenomenu paraartystycznego. Wartości cenione przez współczesnego człowieka, takie jak: sprawne, perfekcyjne działanie, pomysłowość, osobista atrakcyjność, przekraczanie barier ludzkiej fizyczności, umiejętność osiągnięcia sukcesu – zostają przedstawione w postaci łatwych w percepcji, atrakcyjnych obrazów.

Zdarzenia wykreowane w niszy stadionu, a służące zwykle zaspokojeniu potrzeb pozastadionowych, posiadają dramaturgię, pozwalającą aktywnie uczestniczyć w widowisku bez specjalnego przygotowania (w odróżnieniu np. od teatru, gdzie zmiana biegu wydarzeń poprzedzona jest dialogami, budowaniem nastroju – przygotowującymi widza do tego, co stanie się za chwilę).

W widowiskach najwyższej rangi (igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata, mistrzostwa Europy) główne role należą do elity zawodniczej. Na sportową tandetę nie ma tutaj miejsca, a kariery wielu wybitnych zawodników są przykładem mechanizmu awansu społecznego. Wielcy piłkarze Ameryki Południowej rodzili się do niedawna w *favelas*, czyli w slumsach. Plebejskie dzieci mające utrudniony dostęp do wykształcenia, a o ogólnej kulturze nie wspominając, znajdują zastępczy sposób na awans społeczny. Procesy te są wzmacniane m.in. przez upowszechnienie mitu Pelego (pucybut zostaje królem), rozbudzając wyobraźnię wielu tysięcy chłopców kopiących piłkę. Rezerwuarem wielu sportowych talentów jest też Afryka (*casus* biegaczy etiopskich), czy kraje bałkańskie⁴.

Przednaukowa refleksja podsuwa rozumienie widowiska jako wydarzenia rozgrywanego się na oczach innych ludzi, najczęściej związanego ze sztuką. Zwykle jest to jakiś rodzaj przedstawienia scenicznego (cyrk, kabaret, koncert, spektakl teatralny, pantomima) z udziałem artystów, których dokonania obserwowane są przez publiczność. Publiczność stanowi typ zbiorowości

2 Z. Krawczyk (1983) *O kulturze fizycznej. Studia i szkice*, Warszawa.

3 A. Ziemilski (2002) *Wokół sportu*, Warszawa, s. 162.

4 Ibidem.

zgrupowanej w danym miejscu w celu obejrzenia danego widowiska lub też – typ zbiorowości charakteryzujący się przestrzennym rozproszeniem oraz uczestnictwem w odbiorze tych samych treści kulturowych dzięki środkom masowego przekazu.

Ze względu na możliwość powtórzenia identycznego przekazu w massmediach, członkowie publiczności nie muszą (choć mogą) uczestniczyć w tym samym czasie w ich percepcji. Osoby wchodzące w skład publiczności nie muszą znać się wzajemnie, ale mogą mieć poczucie przynależności do tej samej rozproszonej zbiorowości i identyfikować się z nią.

Podobnie jak w sztuce (muzyka, opera, balet, teatr) – widowisko sportowe posiada pewne cechy wspólne dla wszystkich, jak też cechy odrębne, wynikające ze specyfiki stadionu sportowego. Stadion piłkarski może stanowić scenę, na której odbywa się sportowy spektakl, posiadający pewną dramaturgię (choć scenariusz jest otwarty – nigdy nie wiadomo, jak zakończy się mecz, wiadomo tylko, że ktoś wygra, przegra lub zremisuje). Dla obserwatora z kręgu antropologii kultury, zdarzenie to przybiera postać aktu swoistego, niepowtarzalnego i tworzący autonomiczne wartości. „Film powiela z góry przygotowaną i utrwaloną sekwencję scen – pisze Ziemiński – teatr i balet powtarzają sekwencje ograniczone tekstem, partyturą i zapisem reżyserskim. Tymczasem najmarniejszy mecz na prowincjonalnym boisku jest premierą. Ta jego niepowtarzalność zbliża wydarzenie sportowe do procesu historycznego w trakcie żywiołowego dziania się. Oto mała historia, stająca się na małych oczach, nie wyobcowana z ludzkich wymiarów. Powielenie, choćby najbardziej kunsztowne i wyrafinowane w formie, musi zabić jej autentyczny smak, zapach i emocje”⁵.

Zdarzenie sportowe obserwowane jest przez widzów – publiczność stadionową, którą raczej trudno uwieść „udawaniem gry”. Jeśli zawodnik strzela bramkę, to musi to zrobić naprawdę. Jest wprawdzie aktorem na sportowej scenie, ale nie posiada środków wyrazu podobnych do tych, którymi dysponuje aktor na deskach teatru. Inaczej reaguje też publiczność (bardziej żywiołowo, spontanicznie), niż w przypadku teatru czy filharmonii.

Widowisko sportowe posiada też specyficzną obyczajowość, która kształtowała się dwutorowo.

Z jednej strony formowały ją reguły i regulaminy konkretnych dyscyplin sportowych (określające kształt fizyczny miejsc dla kibiców, usytuowanie widzów w stosunku do zawodników), a z drugiej – lokalne zwyczaje i obyczaje prezentowane przez trzon widowni sportowej. Następstwem rozpowszechnienia sportu w skali światowej (m.in. dzięki mediom) jest synkretyzm obyczajowy (czyli mechaniczne połączenie ze sobą obyczajów wywodzących się z odmiennych kultur). Zwyczaje fiesty sportowej charakterystyczne dla Ameryki

5 A. Ziemiński (2002) *Wokół sportu*, op. cit., s. 161-162.

Południowej (np. rzucanie wstążek papieru, czy tzw. meksykańska fala) stały się powszechne w Europie.

Wspomniany synkretyzm ułatwia i sprzyja porozumieniu różnych nacji, grup kulturowych, dzięki czemu spektakle sportowe wzbogacone zostały o nowe treści wspólne, będące też stymulatorem określonych przeżyć emocjonalnych. Porozumieniu międzykulturowemu sprzyja również przyjęty ceremoniał sportowy, stanowiący kod komunikacji ponad barierami językowymi. Najbardziej znaną jego konkretyzacją jest ceremoniał olimpijski, określający precyzyjnie kolejność poszczególnych etapów (otwarcie, zakończenie, sposób ogłaszania i honorowania zwycięzców).

Za najistotniejszą funkcję ceremoniału należy uznać wysycenie widowiska treściami kulturowymi, wzbogacenia widowiska sportowego o elementy znacznie wykraczające poza proste zmagania sportowych herosów. Nadaje sportowi odpowiednią rangę w życiu społecznym, gdyż w odbiorze większości społeczeństw, ważne jest to, co posiada odpowiednią oprawę. Umożliwia to przenikanie do sportu treści pozasportowych (estetycznych, patriotycznych, komercyjnych, a czasem i politycznych).

Na czym polega specyfika widowiska sportowego? Matuszewicz definiuje widowisko sportowe jako „zdarzenie społeczne dostępne percepcji wzrokowej o charakterze rozrywkowo-rekreacyjnym, zaistniałe z racji zorganizowanej rywalizacji sportowej zawodników, przebiegające zgodnie z uznanymi regułami (przepisami), w którym uczestniczą jako strony interakcji zawodnicy, sędziowie, organizatorzy oraz widzowie tworzący widownię. W tym kontekście widowisko nie sprowadza się wyłącznie do obserwacji czynności technicznych zawodników, ale stanowi z jednej strony spłot reguł gry, więzi społecznych między zawodnikami, trenerami, sędziami, widzami, motywacjami uczestnictwa, a z drugiej – oczekiwań wzajemnych uczestników widowiska, przebiegu czynności sportowych i ich recepcji, kultury uczestników widowiska, czyli „stadion sportowy w stanie aktywności jego użytkowników, czyli zdarzenie sportowe o charakterze rozrywkowym”⁶.

Tradycja języka potocznego (w tym również język komentatorów i dziennikarzy) dowodzi jednoznacznie, że istnieje konieczność rozróżnienia terminów spektakl, widowisko, show, którym zwykle towarzyszy przymiotnikowa konkretyzacja „sportowy”. Wskazówką semantyczną dotyczącą interpretacji terminu „spektakl sportowy” może być stwierdzenie Dolobela, iż zawody sportowe nie mogą mieć statusu prawdziwego spektaklu, a określanie mianem spektaklu widowiska sportowego nie miałoby głębszego uzasadnienia⁷. Pogląd ten wydaje się jednak nie do końca uzasadniony, je-

6 Cz. Matuszewicz (1990) *Widowisko sportowe*, Warszawa, AWF, s.16.

7 J. L. Dolobel (1927) *Les spectacles publics et le druit municipal*, Paris.

śli przyjąć, że spektakl to manifestacja świata zmysłowego, budząca raczej wzniosłe uczucia i koncentrująca na sobie uwagę widza.

Zdarzenie sportowe ma swoją estetykę (stroje zawodników, oprawa meczu: muzyka, światła), ale stanowi przede wszystkim ekspresję walorów cielesności ludzkiej. Równocześnie jednak walory te stanowią środek w budowaniu całej sfery emocjonalno-uczuciowej towarzyszącej sportowi, co pozwala go traktować w kategoriach widowiska parateatralnego. Nie ma wątpliwości natomiast, że przyciąga uwagę widza, a w pewnych sytuacjach budzi wzniosłe uczucia (np. wzmacniając patriotyzm). Wymienione warunki spełniają mecze, w których jest wysoka stawka (a w grę dodatkowo wchodzi wartości wyższe, np. mecze międzypaństwowe), lub też takie, w których cel sportowy służy realizacji jakiejś idei, stanowiąc zarazem wyraźne odniesienie do sfery uczuciowej widzów i jego uczestników (np. pożegnalny mecz piłkarza kończącego wieloletnią karierę).

Z kolei *show* sportowy stanowi taki rodzaj widowiska, w którym dominuje pokaz zręczności graniczącej z popisami cyrkowymi, czasem również igranie z niebezpieczeństwem, epatowanie widza bogactwem fizycznych możliwości (np. mecze koszykarzy Harlem Globetrotters, pokazy w sportach ekstremalnych, pokazy mistrzów w łyżwiarstwie figurowym). O ile spektakl stanowi wytwór kultury europejskiej (szczególnie francuskiej), to *show* stanowi klasyczny przykład produktu amerykańskiej kultury masowej. Dokonane różniczenia pozwalają rozumieć istotę tego zdarzenia społecznego, choć warto zaznaczyć, że w publicystyce sportowej mówi się o widowisku sportowym rozumianym znacznie szerzej, jako wydarzeniu sportowym w postaci meczu, zawodów, mityngu itp.

Obecność widzów jest warunkiem koniecznym. Czy jednak każdy widz jest kibicem? Neutralny obserwator meczu dwóch drużyn piłkarskich (widz) bez specjalnego zaangażowania emocjonalnego oklaskuje ciekawe zagrania jednych i drugich. Z kolei kibic jest zaangażowany emocjonalnie zdecydowanie po jednej ze stron walczących.

Widownia sportowa

Interesujące wydaje się więc ustalenie, co przyciąga widzów na stadion piłkarski (poza motywami sportowymi)? Pośrednio jest to też pytanie o potrzeby, które zaspokajane są przez udział w widowisku sportowym. Poza interpretacjami odwołującymi się do koncepcji zagospodarowania czasu wolnego, jedną z przyczyn jest nie do końca wyjaśnione przez socjologów zjawisko, polegające na chęci przebywania w kręgu osób nadzwyczajnych, gwiazd sportu, bohaterów stadionu. Uosabiają oni ponadprzeciętną sprawność, zręczność, są symbolem siły, wytrwałości, szlachetności charakteru itp. Stanowią często niedościgniony wzór dla konkretnych ludzi.

Gra generuje różne zachowania widowni (szczególnie werbalne), co szczególnie daje się zauważyć, kiedy sytuacje na boisku są niezgodne z oczekiwaniami publiczności. Zawodnicy są świadomi tych reakcji, dlatego mobilizują się bardziej niż gdyby grali w odosobnieniu. Tutaj ich zagrania oceniane są natychmiast okrzykiem zachwytu, lub jękiem zawodu. Obecność widowni aktywizuje graczy, szczególnie w przypadku gry na własnym terenie, kiedy reakcje widowni są zdecydowanie bardziej życzliwe i przyjazne.

W trakcie widowiska sportowego dochodzi do znacznego pobudzenia emocjonalnego widowni, co powoduje zaskakująco zgodne reakcje setek tysięcy ludzi zgromadzonych na stadionie. Odbywa się ponad barierami wynikającymi z wieku, płci, kultury. Psychologia społeczna określa to jako zjawisko afiliacji, występujące wtedy, kiedy ludzie pod wpływem silnych emocji lub strachu, głodu, lgną do innych ludzi. Silne emocje mogą mieć też zabarwienie pozytywne (zadowolenie, radość, uniesienie)⁸.

Zjawisko afiliacji wiąże się z teorią porównań społecznych opracowaną przez Festingera. Silne pozytywne emocje wywołują chęć przyłączenia się do grupy, porównania własnych przeżyć z przeżyciami innych. Człowiek wtedy staje się bardziej otwarty w wyrażaniu emocji i uczuć, pragnie je przeżywać wspólnie z grupą⁹. Najważniejszym efektem tego procesu jest konsolidacja widowni, udzielająca się graczom na boisku, a nawet sędziom. Ogarnięci jedną, wspólną ideą, funkcjonują w *quasi*-rzeczywistości stadionu, wyłączając ich z rzeczywistości świata realnego. Powoduje to u zawodników maksymalną mobilizację psychiczną, przekonanie o zwiększonych możliwościach wykonawczych, poczucie zwiększonej odporności na zmęczenie. Grają jak w transie, a kibice i zawodnicy tworzą jedną wspólnotę. Efekt konsolidacji może być tworzony przez następujące czynniki:

- sympatia lub antypatia do zawodnika lub drużyny, nieprzestrzeganie reguł sportowej gry (silnie mobilizuje widzów przeciwko naruszającym reguły),
pojawienie się na boisku ulubieńców publiczności,
dramaturgia widowiska (np. częste zmiany sytuacji, kiedy zespół silniejszy teoretycznie nie jest w stanie pokonać słabszego, a nawet dochodzi do odwrócenia ról),
wysoki poziom sportowy widowiska,
- zacięta, ale wyrównana walka dwóch równorzędnych zespołów¹⁰.

Wszystkie wymienione czynniki wpływają na jakość widowiska sportowego. Czasem jednak może pojawić się negatywny efekt konsolidacji. Wtedy

8 J. L. Friedman, J. M. Carlsmith, O. O. Sears (1970) *Social psychology*, New Jersey, Prentice-Hall.

9 L. Festinger L. (1954) Theory of social comparison processes, *Human Relations*, nr 7.

10 Cz. Matuszewicz (1990) *Widowisko sportowe*, op. cit.

widzowie zjednoczeni w negatywnym nastawieniu do sędziów, zawodnika lub zespołu stanowią niebezpieczną siłą destrukcyjną.

Czy jednak można mówić o destruktywnych cechach widowiska? Generalnie rzeczywistość stadionu nie wyzwala negatywnych emocji. Bywa jednak i tak, że atmosfera radosnej fiesty może przekształcić się w demonstrację zawziętości, siły, a nawet agresji. Przyczyną takiej zmiany może być poczucie niesprawiedliwości, niezadowolenia, żądza natychmiastowego wymierzenia indywidualnie pojmowanej sprawiedliwości. Zimbardo wskazuje szereg czynników aktualizujących złe emocje. Zalicza do nich:

- anonimowość działających osób (oraz sytuacje sprzyjające anonimowości),
rozproszenie odpowiedzialności (maleje wraz ze wzrostem liczby obserwatorów wydarzeń) – uczestnictwo w grupie dające poczucie trudności ustalenia sprawstwa,
zmiana perspektywy przyszłościowej na terażniejszą (nie ważne jest, co będzie, liczy się to co teraz),
nadmierne pobudzenie emocjonalne utrudniające samokontrolę, przeciążenie sensoryczne (zmęczenie psychiczne wywołane hałasem, emocjami powodujące drażliwość i skłonność do destrukcji),
błędy organizacyjne (niezorganizowane poruszanie się między sektorami, miejscami siedzącymi),
pojawienie się demagogicznych informacji, opinii, plotek,
wytworzenie niejasnych sytuacji (z punktu widzenia następstw na przyszłość),
- zaburzenia świadomości wywołane alkoholem lub używkami¹¹.

Zasady funkcjonowania grupy kibiców mogą być wyjaśniane między innymi przez poznanie reguł obowiązujących w zachowaniach zbiorowości ludzkich, omawianych w pracy Le Bona¹².

Opisywana przez niego „zaraźliwość uczuć” przejawia się również w zachowaniach zbiorowości ludzkich na stadionie. Dotyczy to zarówno reakcji emocjonalnych na bieg wydarzeń (np. głośne dopingowanie zainicjowane przez grupę najaktywniejszych kibiców udziela się pozostałym), jak też zachowań kształtujących pewną modę stadionową (np. zapalenie gazety przez jednego z kibiców powoduje pojawienie się po chwili kolejnych płonących „pochodni”, to samo dotyczy rzucania zwitków papieru).

Do istotniejszych czynników generowanych przez rzeczywistość stadionu jest sprzyjanie identyfikacjom, które mogą przybierać różne postaci. Najczęściej spotykaną w sporcie jest identyfikacja „z kimś”, czyli utożsamia-

11 P. Zimbardo (1969) A human choice: individualism reason and order versus deindividuation, impulse and chaos. W: W. J. Arnold, E. Levine [red.] *Nebraska symposium of motivation*, Lincoln.

12 G. Le Bon (1994) *Psychologia tłumu*, Warszawa, PWN.

nie, przejawiające się pragnieniem posiadania takich samych cech jak obiekt identyfikacji, przeżywania razem z nim sukcesów i porażek, radości i smutku. Obiektem stanowiącym przedmiot identyfikacji może być konkretny zawodnik (np. Messi, Beckham, Kubica, Małysz itd.). Utożsamianie się z nim pozwala zaspokoić potrzebę znaczenia, wartości. Wyzwała poczucie, że jest się kimś ważnym.

Widowisko sportowe kreuje też bohaterów, stanowiących magnes przyciągający na stadiony tysiące kibiców¹³. Między widownią a gwiazdami stadionowych zmagani wytwarza się pewna sieć niepowtarzalnych interakcji. O poziomie sympatii do zawodnika decydują przede wszystkim jego kompetencje sportowe i cechy osobowe. Korzystna ocena tych elementów powoduje, że stosunek kibiców do zawodnika może przybrać wymiar uwielbienia. Zwykle dotyczy to gwiazd stadionu¹⁴. Aby zostać gwiazdorem, trzeba się czymś wyróżnić, zostać indywidualnością dostrzeżoną. Gwiazdor musi występować na pewnym tle, musi wyróżniać się pewną odrębnością. Musi też umieć nawiązywać kontakt z publicznością, zachowując się uwodzicielsko i dziękczynnie. Każdy przejaw jego aktywności wywołuje entuzjazm na widowni. Naturalne zachowanie nie wystarczy, trzeba umieć podjąć pewną grę, zagrać rolę gwiazdora. Dramatyzować zdarzenia dotyczące osoby i czynności, pobudzać ciekawość wydarzeniami za kulisami sceny sportowej¹⁵.

Obiektem tak pojętej identyfikacji może być też zespół klubowy, czy drużyna narodowa. Kibice podkreślają przynależność do określonej grupy fanów przez swój strój (np. koszulki w barwach narodowych) i wszelkiego rodzaju gadzety (czapeczki, opaski, flagi, transparenty zawierające symbolikę klubową). Czasem wystarczy spojrzeć na widownię stadionu piłkarskiego, by dowiedzieć się, jakie zespoły rozgrywają mecz.

W skrajnych przypadkach kibice traktują przeciwnika jak wroga, a bezgraniczne uwielbienie dla własnej drużyny utrudnia obiektywną ocenę zdarzeń na boisku. Emocje kibica nie zawsze są uzasadnione racjonalnie. Często zawodnicy stanowiący przedmiot admiracji graniczącej z uwielbieniem postrzegani są bezkrytycznie, nie mają żadnych wad, ale wyłącznie zalety. Wysoką samoocenę najbardziej zaangażowanych kibiców podnosi poczucie wierności drużynie. Czasem więź jednocząca grupę kibiców tej samej drużyny trwa wiele lat, bywa, że i do końca życia. Jest tak silna, że przypomina więzi mafijne.

13 Wśród psychologów i socjologów nie ma zgodności, co do roli pełnionej przez wybitnych sportowców – reprezentantów, co przejawia się w stosowanej terminologii służącej określeniu ich statusu społecznego (m.in. gwiazdor, bohater, idol). Zob. szerzej H. Zdebska (1996) *Bohater sportowy*, Kraków, Wydawnictwo Naukowe – Fall.

14 Zanim gwiazdorstwo pojawiło się w sporcie, zrodziło się w XIX w. środowisku teatralnym, a później przejęte zostało przez kino.

15 E. Goffman (1981) *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa, PIW.

Bardzo często właśnie potrzeba identyfikacji wzbudza chęć uczestnictwa w widowisku sportowym. Utożsamiając się z zespołem sportowym, podobnie jak z rodziną, osobnik taki wszystkie jej klęski i sukcesy przeżywa jako własne. Nadmierna identyfikacja może powodować sytuacje, że kibic staje się bezkrytyczny w obronie przed niepowodzeniami i porażkami, przejawiając przy tym zachowania nieaprobowane społecznie (agresja).

Podsumowanie

Jeśli przyjąć, że każde zjawisko społeczne naznaczone jest pewnymi znamionami czasu, w którym się odbywa, to bez wątplenia sport pozbawiony warstwy widowiskowej, znacznie straciłby na swoim znaczeniu.

Współczesny sport, to przede wszystkim dobre (ciekawe) widowisko, a dokonania herosów stadionowych oceniane są właśnie w kontekście ich przydatności dla tworzenia sportowego spektaklu.

W relacjach z jego przebiegu wykracza się już poza opis ilościowy zdarzenia (np. liczby strzelonych bramek, skuteczności poszczególnych zawodników, liczby żółtych kartek, składów zespołów grających). Istnieje bowiem poza warstwą ilościową również warstwa jakościowa dotycząca: klimatu walki sportowej, przeżyć widzowi, dramaturgii zmagania zawodników itp.

Czynnikami sprzyjającymi kreowaniu dobrego widowiska są przede wszystkim: wysoki poziom sportowy, popularność dyscypliny oraz specyfika walki sportowej, w której częste zmiany tempa akcji, zaskakujące zwroty sytuacji na boisku, nieprzewidywalny efekt rywalizacji, przyciągają uwagę i wyzwalają emocje spajające widzów w jedną, organiczną całość. Jak żadne inne widowisko w kulturze – jest w stanie zgromadzić wielomilionową widownię (np. ceremonia otwarcia igrzysk olimpijskich). Generuje też nieporównywalne emocje u zawodników i widzów, niespotykane w innych, pozasportowych sferach życia, a często wykraczające poza tabu kulturowe. Radość ze strzelonej bramki czy zdobycia medalu jest tak wielka, że kilkunastu herosów przytula się i obcałowuje, a krzyk wielotysięcznej widowni nie pozostawia złudzeń, że właśnie padła bramka. Zdarzają się też emocje negatywne, dramaty, wywołujące autentyczną rozpacz (nie strzelenie karnego decydującego o wygranej, porażka w ważnym meczu decydującym o awansie do ważnej imprezy). Nikt nie ma pretensji wtedy do stadionowych herosów o łzy (mimo, że przyzwolenie na płacz i histeryczne reakcje daje się zwykle kobietom – bo „chłopaki nie płaczą...”).

Widowisko sportowe, jako ważny element kultury masowej, w swoich funkcjach znacznie wykracza poza sferę sportu, pełniąc również funkcję zabawową, katharsis (rozładowanie emocji negatywnych), propagandową, ekonomiczną, estetyczną, rekreacyjną (forma konsumpcji).

Od początku jednak dają się zauważyć jego związki z religią, polityką, strukturą społeczną i sztuką. Często widowisko sportowe wykorzystywane było do innych, pozasportowych celów (wykorzystywali je m.in. działacze społeczni – z reguły pozytywnie oraz politycy – w celach propagandowych – m.in. igrzyska olimpijskie w Berlinie w 1936 r.). Ten swoisty bagaż historyczny sprawia, iż dzisiaj trudno mówić o jednej funkcji widowiska sportowego, choć treści sportowe ciągle w nim dominują.