

TREŚCI SPOŁECZNE „OPRAW” MECZÓW PIŁKARSKICH¹

Piłka nożna pełni w świecie kultury masowej rolę ikony współczesnego sportu². Daleka od tradycji sportu antycznego, wyrastająca z koncepcji widowiska publicznego, którego przedmiotem uczyniono rywalizację zespołów, jaka rozwinęła się w przestrzeni społecznej starożytnego Rzymu, stała się wyrazistym elementem kultury masowej. Nadała wyrazistości pozycji kibica sportowego, czyniąc go czytelnym elementem struktury sportowego zdarzenia.

Wiele wydarzeń komentowanych przez sportowe media dotyczy zachowań kibiców. Świadczy to o widocznej zmianie postaw kibiców, którzy z biernych obserwatorów zmieniają się w czynnych współtwórców sportowego zdarzenia. Ich zachowania można by umieścić pomiędzy ocenami pozytywnymi a negatywnymi. Począwszy od rozpowszechnionego sądu o znaczeniu dopingu własnych kibiców (własne boisko) dla wyniku rozgrywanego pojedynku po zagrożenie dla drużyny i klubu, jakie przynoszą stadionowe zachowania kibiców-chuliganów, w postaci bójek, rozruchów czy zabójstw³. Ta zmiana statusu wydaje się wynikać z dostrzeżenia nowych możliwości jakie wnosi do obszaru społecznych zachowań medialne usytuowanie świata sportu. Nie dotyczy to jedynie postaci kibiców, bo jest to obszar wyraziście eksplorowany w zakresie stymulowania społecznych zachowań i reakcji poprzez świat polityki i biznesu. Kibice stają się tu jedynie kolejnym podmiotem wykorzystującym sportowe zdarzenie dla „nadania swoistego komunikatu” We współczesnej rzeczywistości sport staje się przestrzenią komunikacji i jest wykorzystywany jako „scena”, na której planują swoje występy nowe kategorie podmiotów. Ta teatralna analogia sięga do podejmowanych już w obszarze filozofii sportu badań nad związkami sportu ze światem teatru⁴. Klasyczną formę komunikatu (słowa, symbole, znaki) przybierają podczas sportowego zdarzenia postaci oficjalnej reklamy umieszczanej w otoczeniu dziejących się sportowych zdarzeń oraz „oprawy” meczów tworzone przez kibiców ultras.

¹ Tekst powstał w ramach badań statutowych Ds. – 94, finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

² Prawdziwość tego sądu można obronić odnosząc go do kulturowej przestrzeni Europy. Różnice kontynentalne są tu znaczące, mimo różnego rodzaju „mód” i naśladownictw.

³ Z. Dziubiński [red.] (2007), *Sport a agresja*, Warszawa, AWF/SALOS RP.

⁴ J. Kosiewicz (2004), *Filozoficzne aspekty kultury fizycznej i sportu*, Warszawa, AWF.

Obok owych form klasycznych można by wskazać również różnego rodzaju komunikaty przekazywane poprzez gesty, ruchy i mimikę ciała, symbole i kolory w wykonaniu zawodników, trenerów, kibiców, wydobywane głównie poprzez media w czasie zbliżeń podczas transmisji zawodów. Możliwości komunikowania różnorodnych treści poprzez sportowe zdarzenie jest zdecydowanie więcej, te wspomniane wyżej wydają się najbardziej wyraziste.

Przedmiotem analizy będą treści opraw tworzonych przez grupy kibiców ultras⁵. „Oprawy” są jedną z ciekawszych postaci komunikatu jaki pojawia się w obszarze świata sportu o złożonej strukturze treści. Dotyczą środowiska kibiców i do niego są adresowane. Zróżnicowanie modelu kibica sportowego jest szczególnie widoczne w świecie piłki nożnej. W języku badań naukowych i analizach prasowych dostrzega się parę możliwych jego upostaciowań⁶. Najprostszym jest dychotomia aksjologiczna o binarnym charakterze: dobry i zły. Nakładana jest na nią klasyfikacja: kibic i pseudo kibic. Postać kibica można dalej zróżnicować poprzez odniesienie do formy uczestnictwa w sportowym zdarzeniu, wskazując dwie jego możliwości: uczestnictwo bezpośrednie i pośrednie, mające swoje analogie w pojęciu czynnego i biernego uczestnictwa. Ta postać uczestnictwa nie jest jednak zapośredniczona w warstwie aksjologicznej, odnosi się raczej do jej obiektywizacji. Zatem również do modelu pseudo kibica. Różnicowanie modelu kibica sportowego wymaga sformułowania wyrazistych zmiennych. Wyraziste w tym kontekście cechy zachowań stadionowych, mogą budować pewne sprzeczne wewnętrznie konstrukty. Oto kibic – związany z klubem, bezpośrednio obecny podczas meczów, o wyraźnie zarysowanej granicy emocjonalnych reakcji (pożądana postawa estetyczna wobec dziejących się sportowych zdarzeń)⁷. I „pseudo kibic” – to kibic nieprzewidywalny, naruszający porządek, prowadzący negatywny doping, niszczący „image” klubu, stanowiący dla niego zagrożenie z powodu możliwych do nałożenia przez PZPN kar. Oba z tych upostaciowań kibica wydają się mocno związane z klubem (taka postawa byłaby oczekiwana), jednak pożądana podczas meczu intensywność dopingu jest zwykle dziełem kibiców przekraczających owe emocjonalne ograniczenia. Estetyczni kontemplatorzy, choć nie sprawiający kłopotów organizatorom, nie są docelowym modelem kibica. Aurę klubu piłkarskiego tworzą kibice angażujący się w „życie klubu” poprzez akty tożsamościowe. Taki model kibica opisywałaby kategoria „kibica ultras”

Definiowanie pojęcia „kibica” wymaga wykluczenia z jego zachowań ekstremalnych, przekraczających możliwe do zaakceptowania w modelu sta-

⁵ Badania dotyczą kibiców piłki nożnej w Polsce w okresie 2006–2007.

⁶ R. Kowalski (2000), *Potomkowie hooligana. Szalikowcy. Społeczno-kulturowe źródła agresji widowni sportowych*, Radom.

⁷ Op. cit.

dionowej aktywności granice. Akty fizycznej przemocy, pochwała rasizmu należą do takich ekstremalnych przejawów, które należałoby związać z pojęciem stadionowego chuligaństwa i jako takie wyłączyć z postawy kibicowania. W pojęciu kibica powinny być zawarte intencje nie szkodenia drużynie, z którą zawieramy intencjonalny „kontrakt”, umożliwiający budowanie istotnych dla nas narracji tożsamościowych. Postawy chuligańskie są realizacją odmiennych narracji tożsamościowych, ponad klubowych i ponad sportowych, które mogą uzewnętrzniać się w stadionowej przestrzeni. Kibice chuligani nie są tu wyjątkiem. Podobne zachowania można zaobserwować przy okazji wielu społecznych zgromadzeń, pochodów, manifestacji, na których gromadzi się dostatecznie duża ilość potencjalnych odbiorców. Stadionowa publiczność jest naturalną, łatwą do pozyskania widownią. Wykorzystują ją dla swoich manifestacji „streakerzy” (od ang. Streakers) przebiegający nago podczas ważnych wydarzeń i meczów różnych dyscyplin sportu. Najślynniejszy z nich Mark Roberts zaliczył ok. 380 „streaków”. Jego zachowania nie należą do postaw kibicowskich, nie są również przejawem kibicowania. Są wyrazistą formą manifestowania swojej osoby, przed odpowiednio liczną widownią, związaną z potrzebą naruszania przyjętych przez społeczeństwo reguł zachowania. Sportowa widownia jest tu tylko jednym z możliwych dla zaprezentowania siebie zgromadzeń. Takie akty są przykładem działań nieformalnych, stanowiących formę podmiotowej autoekspresji, w przeciwieństwie do wielu innych postaci wykorzystywania sportowego zgromadzenia w celach politycznych czy komercyjnych, potęgowanego przekazem medialnym, zwielokrotniającym ilość odbiorców. Sportowe zdarzenie jest przestrzenią podwójnie ustrukturowaną z uwagi na tworzenie komunikatów. Jego podstawową warstwę stanowi przebieg sportowej rywalizacji, będący przekazem treści sportowych i około sportowych, osadzonych wokół aktów rywalizacji – podmiotów, zespołów, społeczności. Drugą warstwę stanowi nadbudowana nad sportowym zdarzeniem scena, na której zaprezentowane mogą zostać różnorodne komunikaty wysyłane przez sformalizowanych i nieformalnych nadawców.

Treści narracji tożsamościowych poszukiwać należy w postaciach przekazu owych nadawców nieformalnych. Najciekawszym nadawcą są kibice pojawiający się w podwójnej roli – odbiorców sportowego zdarzenia, stanowiących jego strukturalny element i twórców komunikatów adresowanych do uczestników zdarzeń. Nadawcą nie jest cała społeczność kibiców, poza aktami dopingowania angażującymi wszystkich kibicujących danej drużynie, należącymi do podstawowej warstwy przekazu treści sportowych, ale ich nieformalni reprezentanci. Stanowią oni grupę kibiców identyfikujących się z klubem piłkarskim, poświęcającą wolny czas na przygotowywanie całej społeczności kibiców do zaprezentowania się podczas meczu. Formą, wokół której organizują się działania kibiców podczas meczu jest jego „oprawa”. Jest swoistą

postacią spektaklu, przejawem sztuki widowiskowej, o zaplanowanym scenariuszu, realizowanym przy współdziałaniu wszystkich kibiców. Scenariusz zawiera „układy choreograficzne”, efekty wizualne i akustyczne, prezentację treści poprzez znaki, symbole i pojęcia zebrane w formy plastyczne.

W przekazie „oprawy” dominują treści społeczne, osadzone w lokalności. Pojawiają się również treści o charakterze patriotycznym i z rzadka politycznym. Kategoria treści społecznych jest tu pojęciem niezwykle szerokim. Na pierwszym planie pojawiają się tu rozrachunki z „antagonistycznymi” społecznościami kibiców, mające osłabić morale kibiców drużyny przeciwnika, poprzez ośmieszanie, obrażanie czy upokarzanie (np. poprzez wywieszanie w odwróconej pozycji „skrojonych” przeciwnikom transparentów, fan, flag).

Drugi obszar treści stanowi podkreślanie walorów własnej drużyny, a raczej kibiców własnej drużyny, będące swoistym pojedyńkiem „przechwał”, zapowiedzi, przewidywania zdarzeń, głoszenia zwycięstwa. W warstwie trzeciej pojawiają się treści odnoszące się do aktów tożsamościowych podkreślające związek z przestrzenią lokalną, miastem, klubem, okazjonalnie nawiązujące do zdarzeń historycznych o wyrazistej wymowie patriotycznej. Publiczność stadionowa w Polsce, a zwłaszcza organizacje kibiców ultras wydają się być mocno zakorzenione w modernistycznym modelu kulturowym, wiążącym postawy tożsamościowe z lokalnym klubem. Przyczyn takiego stanu rzeczy należałoby poszukiwać w społecznym statusie kibiców ultras lokujących się w przedziale niższych szans awansu społecznego i ograniczonego potencjału konsumowania. Owe ograniczone perspektywy zaistnienia na rynku globalnym wymuszają poszukiwanie podstawy tożsamościowej w lokalności, w której odnajdywana jest ona w przestrzeni klubu sportowego. Stanowi on punkt odniesienia dla sportowych tożsamości, możliwych do urzeczywistnienia w postawach kibiców biorących czynny udział w sportowych zdarzeniach, wyrażający się regularną obecnością podczas meczów, uczestnictwem w grupach kibiców, czynnym kibicowaniem, wyrażaniem zainteresowania życiem klubu i przebiegiem rozgrywek, organizowaniem czasu wolnego wokół klubowych rozgrywek sportowych. Takie realne osadzenie w lokalnej rzeczywistości świata sportu nie wyklucza postaw biernego kibicowania w przestrzeni globalnej. Będąc wiernym kibicem lokalnego zespołu można jednocześnie kibicować wybranym drużynom ligi angielskiej, włoskiej, niemieckiej czy hiszpańskiej, pozostając również fanem postaci – gwiazd footballu. Takie postmodernistyczne w swoim kształcie postawy „kibicowskie” urzeczywistniają się w świecie wirtualnym, podczas medialnych transmisji i relacji z rozgrywek. W obrazie globalnego postmodernistycznego świata ciągle nad wyraz realnym pozostaje status tubylca, świadomego możliwości globalnego konsumowania, ale pozostawionego na rynku lokalności. Realność jego aktów tożsamościowych wyraża się w podzielonym świecie, o wyraźnie zarysowanych, często nie przekraczalnych granicach lokalności. Semantyczna dosłowność klubo-

wego szalika lokalnej drużyny ma zdecydowana przewagą nad klubowym szalikiem Realu Madryt, nie odnajdującym się w codzienności. Przejście do wymiaru globalnego, wymaga „poluzowania” więzi tożsamościowych, bądź przeniesienia ich na postawy konsumowania, możliwe jest jednak przy zmianie statusu społecznego i ekonomicznego.

W przestrzeni lokalnej kibice akcentują swoją przynależność klubową. Lokalność oznacza również terytorialność. Znaczenie granic nieformalnej przestrzeni lokalnej przypomina działania miejskich gangów młodzieżowych w Ameryce. Uważny ogląd przestrzeni miejskiej pozwala na wydobycie z licznych form miejskiego graffiti znaków klubowych, informujących o „sympatiach kibicowskich” mieszkańców. Oznaką kibicowania jest przywdziewanie swoistego „kostiumu” będącego czytelnym znakiem dla swoich i dla obcych. Naturalną dla niego sceną jest czas meczu piłkarskiego, na który kibice zgodnie z wezwaniami klubu ultras przybywają przystrojeni w klubowe barwy i symbole. Noszenie owego „kostiumu” poza czasem i miejscem sportowego zdarzenia jest oznaką akcentowania swoich tożsamościowych związków z klubem, miastem i społecznością. Wnoszenie „kostiumu” na terytorium zaanektowane przez kibiców drużyny przeciwnika może być odczytane jako prowokacja i skończyć się aktami przemocy. Porównanie o proveniencji etologicznej, do wewnątrz gatunkowej obrony terytorium, jest tu w dużej mierze uprawnione. Znaczące dla postawy kibicowania wydają się być międzyosobnicze kontakty nie dające się zastąpić symbolami i znakami. Postmodernistyczny uniwersalizm jest doświadczeniem świątecznym, codzienność „społeczności kibicowskich” jest zdecydowanie modernistycznie lokalna.

Podtrzymywanie tożsamościowych narracji wymaga ich potwierdzenia. Najbardziej regularną postacią akcentowania treści lokalnej przynależności może być rytm piłkarskich rozgrywek pozwalający z przewidywalną częstotliwością prezentować postawy tożsamościowe zarówno w stosunku do „swoich” jak i do „obcych”. Potrzeby te wyrażają przygotowywane przez kibiców ultras stadionowe „oprawy” meczów. Choć przygotowuje je ograniczona liczba bezpośrednich wykonawców, projekty może składać cała „społeczność kibicowska”. Wezwania do pomocy w konceptualizacji nowych projektów opraw można znaleźć na klubowych stronach internetowych ultras. Oprawy zdają się prezentować akcentowane przez kibiców wartości i ich hierarchie. Ich prezentacja podczas sportowego zdarzenia jest wydarzeniem oczekiwanym przez „społeczność kibicowską” na równi z wynikiem rywalizacji⁸.

⁸ Trudno jednoznacznie ustalić hierarchię wartości wśród kibiców ultras. Relacje z meczów zamieszczane na ich portalach internetowych wyraźnie na pierwszy plan wysuwają stadionowe wydarzenia, w tym prezentację opraw, które są przedmiotem sezonowych ocen i jawią się jako przestrzeń rywalizacji pomiędzy klubami ultras.

Moment prezentacji jest swoistym hasłem wzywającym do zaprezentowania swoich tożsamościowych (w relacjach z klubem) postaw a sama oprawa tłem dla ich manifestacji.

Treści opraw nie wydają się przedstawiać zaplanowanego i stopniowanego (budowanie całości z kolejnych odsłon) projektu tożsamościowego. Charakteryzuje je okazjonalność, spontaniczność, ale również powtarzalność. Są realizacją pomysłów przenoszonych z codzienności, świata mediów, świata sportu. Często są odpowiedziami na treści opraw prezentowanych przez kibiców drużyn przeciwnika.

Typowym komunikatem jest podkreślanie klubowej przynależności, związku z klubem i z lokalną przestrzenią, do której klub należy. Jest to wskazanie na przedmiot owych tożsamościowych aktów, tak, jak w treści transu kibiców Legii – „Nasza Ojczyzna, Nasze Miasto, Nasz Klub”, czy też zaakcentowanie związku tożsamościowego, jak w transie kibiców GKS – „Ten klub, te barwy, to dla nas całe życie” Ten związek jest ustanowiony miejscem naszego urodzenia i zamieszkania. Lokalność zostaje nam nadana. Nie jest to wybór. Akcentuje to dobitnie trans Ruchu Chorzów – „Przy narodzinach nadano nam te barwy i zostaniemy z nimi aż do śmierci” Przekroczenie lokalności może dokonać się w świecie wirtualnym. W życiu realnym jesteśmy związani z miejscem. W wymiarze lokalnym zawsze jesteśmy „skądś” i to nas charakteryzuje, wzbudza sympatię lub antypatię czy wręcz agresję. Lokalność, w której będziemy tworzyć narracje tożsamościowe musi zostać zaakceptowana. Trans Legii podkreśla – „Warszawska ulica to nasz styl bycia” Kibicowanie jest wzorem kulturowym, postawą tożsamościową przekazywaną jako element dziedzictwa kulturowego. Powinno być przekazem pokoleniowym, w wydaniu ultras jest zmianą generacji dokonującą się w krótszym okresie czasu. Przypomina oddawanie pola – „Na laurach nie spoczniemy nowe pokolenia uczyć będziemy”

Obraz lokalności, w której ulokowany jest klub nie jest obrazem wyidealizowanym. Nie jest obrazem otwarcia na świat, doświadczeniem jego globalizacyjnej oferty. Jest aktem świadomości swojej społecznej przynależności do lokalnej postaci cywilizacji. Jest też jej „wnikliwą” charakterystyką jak w transie GKS – „Te szare bloki te szare ulice” Taki obraz lokalności jest rzeczywistością daną, nieprzekraczalną, pozbawioną alternatywy, jak mówi trans – „Wszystko co mamy to te trybuny szare, nie odejdziemy stąd choć nieraz są koszmarem” Droga wyjścia, a właściwie zawieszenia realiów, prowadzi poprzez związek z klubem budującym obraz ożywiający szarą rzeczywistość lokalności. „Trójkolorowe Katowice” to trans nie tylko wskazujący na klubowe barwy, ale pokazywany razem z transem „Te szare bloki te szare ulice”, wskazuje na inny obraz lokalności, możliwy do przyjęcia poprzez postawę zaangażowania w życie klubu. Bycie stąd, nawet jeżeli jest to bezbarwne „stąd”, staje się wyrazistą wartością za sprawą klubowych barw. Wartościowanie

zostaje przeniesione z owej szarej rzeczywistości na „barwność” klubowego życia. Stąd tak ważne czynne uczestnictwo w sportowych zdarzeniach i „pielgrzymowanie” na mecze wyjazdowe, dające poczucie realnego uczestnictwa w innej rzeczywistości, przestaniającej szarość codzienności i stanowiącej dla niej rzeczywistość alternatywną. Symbole i klubowe barwy stają się ważnym znakiem tożsamościowym. Mogą zostać specjalnie zaznaczone, jak w transie kibiców klubu Korona Kolporter Kielce – „Koronę dostaliśmy od Boga” Podstawą owej klubowej relacji jest postawa kibicowania. Na transach kibiców ultras pojawiają się charakterystyki tej relacji. Widoczna jest potrzeba mówienia o swoim przywiązaniu do klubu i miasta, ale także podkreślanie zaangażowania, o czym wydaje się świadczyć trans „To jest zapał, który nigdy w nas nie zgaśnie”

Różnorodność ocen zachowań kibicowskich prowokuje do swoistego dyskursu ze światem mediów i głosami atakującymi społeczności kibiców ultras. Krytyczne artykuły prasowe wywołują reakcje. Oto trans nawiązujący formą graficzną do logo *Gazety Wyborczej* z tekstem – „Kłamanie to wasze powołanie” i drugi odsyłający do *Przeglądu Sportowego* – „Fałsz” Zrozumienie wymaga zmiany punktu widzenia. Opisy odnoszące się tylko do zewnętrznej warstwy stadionowej aktywności ultras zwracają uwagę na jej spektakularne przejawy, atrakcyjne formy prezentacji opraw, pomijając tkwiące u ich podstaw związki tożsamościowe tworzone w dostępnej im i rozpoznanej lokalności, którą media odnoszą do wzorów globalnych i postaci post-kibiców, dla których postawy konsumowania zastępują potrzeby akcentowania i uzewnętrzniania emocji towarzyszących kibicowaniu.

W społecznościach kibicowskich postaci uzewnętrznienia są elementem komunikacji grupowej, potwierdzającej przynależność do wspólnoty a zatem dokonanie się aktu utożsamienia – „Legioniści to rodzina...” Poczucie przynależności wyłania się z faktu bycia w grupie, uczucia jedności, siły. Doskonale ilustruje to trans „To trzeba przeżyć, żeby zrozumieć, żeby w to uwierzyć” Klub staje się „małą ojczyzną” Takie silne związki nie są jednak pozbawione refleksji. Zaskakująco brzmi trans „Czasem zastanawiamy się, czy to wszystko ma sens” Sportowe zdarzenie nie jest właściwą sceną dla rozstrzygnięcia kwestii prawdziwości wyborów tożsamościowych, ale tego rodzaju transy zdają się świadczyć o swoistej refleksyjności. Tam, gdzie pojawiają się deklaracje, można zademonstrować również pytania.

Treści ujawniające obecność aktów tożsamościowych w działaniach kibiców ultras nie wyczerpują zakresu treści prezentowanych opraw. Ich podstawowym przesłaniem jest podkreślanie waleczności i potęgi swojej drużyny. Tak jak jednoznacznie podkreśla to trans „Cała Polska w cieniu Śląska” Wyrafinowany w swoim pomysle trans Legii przygotowany na mecz z Wisłą Kraków narzuca wynik spotkania. Jest to swoiste „zaczarowanie” – będzie tak jak zapowiada to transparent, rzeczywistość ma się podporządkować woli

kibiców. Graficzna strona oprawy przedstawia wielkoformatowy pojedynek rycerza ze smokiem. Smok jest tu jednoznacznie kojarzonym symbolem Wisły Kraków. Rycerz symbolizuje Legię Warszawa. Symbolika tego transu jest przejrzysta i czytelna, konteksty kulturowe w jakich pojawiają się te dwie postacie pozwalają na antycypację wyników tego pojedynku. Można doszukać się w niej również warstwy aksjologicznej, ukrytej w symbolice „złego smoka” i „dobrego rycerza”. Już ona może być odczytana jako wyraz pojedynku, walki pomiędzy kibicami klubowymi. Treść transu sięgająca po paraliterackie formy leksykalne i formalne brzmi niezwykle wymownie – „Zabił legionista smoka, w płaszcz z atlasu wytarł miecz, czarna zdobi go posoka, smocza śmierć – rycerska rzecz”. Przesłanie jest proste – smok musi ulec. Ale pojawia się tu akcent sięgający do motywów kodeksu rycerskiego – szlachetnej walki, w której zwycięstwo jest po stronie lepszego, ale rywalizację toczą godne siebie strony (zakładając taką intencję twórców oprawy, bo już samo zestawienie smoka z rycerzem nie jest obrazem partnerstwa równego stanu). „Śmierć jako rycerska rzecz” – jest formą uznania dla pokonanego. Atrybuty sensualne tej oprawy też nie rozkładają równych akcentów. „Płaszcz z atlasu” wywołuje zupełnie inne wrażenie niż „czarna posoka”. Antycypacja jest zatem gloryfikacją.

Niezwykłą „antycypację” przedstawili ultras na meczu Legii z drużyną Austrii Wiedeń. W końcowym czasie meczu rozgrywanego 28.09.2006 w sektorze kibiców Legii została rozwinięta „sektorówka” przedstawiająca stronę tytułową wiedeńskiej gazety codziennej *Der Standard*, datowaną na 29.09.2006, z artykułami opisującymi zwycięstwo Legii i awans do fazy grupowej UFA, a także podbój miasta przez kibiców. Staranna oprawa graficzna nadawała prezentacji niezwyklej realności, świadcząc o kompetencjach graficznych autorów. Ta oprawa Legii jest rodzajem komunikatu przywożonego na „obce terytorium”, jakim jest lokalność drużyny przeciwnika. Na przyjeźdźnych do Warszawy może czekać trans – „Witamy w piekle”, o dość szerokim spektrum interpretacyjnym. Począwszy od atmosfery i przebiegu sportowej rywalizacji, walki na piłkarskim boisku, po spotkania kibicowskie, stadionowe i poza stadionowe. Jest to przykład komunikatu mającego osłabić wolę walki i wolę kibicowania. W stronę „swoich” (kibiców i piłkarzy) skierowany jest natomiast trans wzywający do walki – „Bądź bez strachu w obliczu swoich wrogów”

Do obszaru treści tożsamościowych zaliczyć należy również pojawiające się okazjonalnie oprawy związane z wydarzeniami rocznicowymi. Dotyczą rocznic klubowych i narodowych, związanych z wydarzeniami ważnymi dla tożsamości lokalnych. Rocznic klubowe są pretekstem do zmanifestowania szlachetnej historii klubu, wspomnienia o jego piłkarzach i bohaterach, tak, jak w przypadku Legii Warszawa przywołuje się Kazimierza Deynę i „złotą jedenastkę” z tamtego okresu. Oprawa na rocznicowy mecz tworzyła struk-

turę semantyczną wykorzystującą portrety piłkarzy, wskazującą na „Wielkie Księstwo Warszawskie” Kibice Resovii z okazji 100-lecia klubu (1905–2005) przygotowali oprawę akcentującą elementy kulturowe, odwołującą się do obszaru dziedzictwa kulturowego – „To tradycja a nie tylko moda” Rocznicę narodowe, choć związane z przestrzenią lokalną, w jakiej osadzony jest klub, są wpisane w etos miasta. Orientują się na wartości walki, poświęcenie i gotowość do walki są cechami cenionymi przez ultras. Tworzą kontekst dla kibicowskich postaw tożsamościowych. 2 sierpnia 2006 roku, w rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego, pojawiła się na meczu Legii z islandzką drużyną FC Hafnajarður oprawa rocznicowa. Na stronie internetowej w opisach meczu pada stwierdzenie „Tego dnia nie mogliśmy milczeć”. Oprawa zbudowana była wokół znaku powstańczej kotwicy, biało czerwonych symboli i hasła „To jest hołd dla tych co noszą blizny, dla tych co przelali krew w imię Ojczyzny” Tożsamościowe konteksty tej oprawy widać w pojawiającym się później transie Legii – „Warszawskie dzieci pójdziemy w bój”, będącym parafrazą znanej powstańczej piosenki. Konteksty rocznicowo-patriotyczne akcentowało będzie także hasło oprawy – „Dla tych co walczyli w imię Niepodległości po to byśmy mogli żyć na wolności” Świadomość lokalnej historii i miejsca zajmowanego wśród wartości niepodległościowych i wolnościowych wyraża trans, który pojawił się podczas meczu w Radomiu 14.03.2007 – „Pamiętamy te czerwcowe bohaterstwo robotników”

Rocznicowe oprawy mogą mieć jednak zwodniczą naturę. Mogą zostać wykorzystane jako element gry, forma ukrycia zakazanych treści. Wprowadzenie na stadiony obserwatorów PZPN zmusiło ultras do wycofania z zewnętrznej warstwy komunikatu treści o charakterze rasistowskim i odwołań do nazizmu, obecnych w stadionowej rzeczywistości pod postacią gestów, haseł, okrzyków, stylizacji liternictwa. Ta „czarna” strona ultrasowskich opraw stała się przedmiotem gry z obserwatorami PZPN. Na stadionach pojawiły się niewinne rocznicowe oprawy z hasłami w rodzaju – „100 lat z okazji 88 rocznicy PZPN życzy armia białej gwiazdy” czy – „100 lat z okazji 88 rocznicy życzą Kibice Korony Kielce” W rzeczywistości oprawy te zawierają zawołowane treści rasistowskie. Symbolika liczby 88 jest w społeczności kibiców ultras jednoznacznie kojarzona z nazistowskim pozdrowieniem, a litery KKK, w które układa się nazwa podmiotu składającego życzenia, są symbolem Ku-Klux-Klanu. Podobne treści przenosi niewinny w swoim wyglądzie trans – „88 minuta :)” Zabronionym symbolem jest również krzyż celtycki znamionujący treści rasistowskie. Powracająca obecność tej symboliki w stadionowej rzeczywistości polskiej piłki nożnej wskazuje niestety na jej aktualność w ofercie tożsamościowej. Jest zatem wyrazem obecnych w społeczeństwie polskim skłonności rasistowskich. Społeczności kibicowskie nie są grupami zamkniętymi, wnoszą do stadionowych komunikatów treści obecne w rzeczywistości poza stadionowej. Proporcjonalnie treści rasistowskie nie są elemen-

tem dominującym opraw, ale ich obecność świadczy o nośności społecznej takich wartościowań i ich czytelności w społecznościach kibicowskich. Nie są w tej perspektywie problemem li tylko stadionowym, ich obecność uświadamiać powinna istnienie szerszego problemu społecznego. Treści komunikatów stadionowych przekazywane są poprzez znaki i symbole zapożyczone z codzienności, ze świata mediów i polityki. Jeżeli rasistowska warstwa znaczeń jest obecna w codzienności społeczeństwa polskiego, to naturalnym zdaje się jej wykorzystanie w treści opraw, choć nie w jej „oficjalnych” produktach. Kibice ultras występują również przeciw przemocy, prezentując oprawę z wielkim znakiem „Stop” i hasłem „Stop przemocy”. Analizy opraw kibicowskich wymagają zdefiniowania kategorii kibica, podmiotu tworzącego formę oprawy i dokonującego wyboru jej warstwy znaczeniowej. Kategoria treści społecznych odnosi się do wszelkich możliwych manifestacji semantycznych, jakie pojawiają się w stadionowej przestrzeni, również haseł wprost rasistowskich czy tych gloryfikujących stadionowe chuligaństwo, jak w przypadku hasła „Pozdrowienia do więzienia” Nie są one częścią opraw, są komunikatami raczej jednostkowymi. Różnicowanie społeczne członków klubów ultras nakazuje ostrożność w prostym odwoływaniu się do społecznego pochodzenia i uwarstwienia. Treści skrajne znajdują swoich odbiorców we wszystkich warstwach społecznych. Tym, co jednoczy społeczności kibiców, wydają się być wyraziste potrzeby akcentowania i budowania swoich podstaw tożsamościowych na poziomie lokalnym, w oparciu o lokalne wartości, wzory i symbole, co świadczy o nieprzystawalności wzorów tożsamościowych z oferty globalnej do współczesnych realiów społecznych. Są one atrakcyjne, ale raczej w kontekście czasowych wyborów i nietrwałych struktur tożsamościowych. Post-kibic jest konstrukcją modelową, możliwą do odnalezienia wśród wybranych przedstawicieli społeczeństwa o wyrazistych postawach konsumeryzmu.

„Oprawy” kreowane kibiców ultras, są wartością dodaną do sportowego spektaklu. Są skierowane do konkretnego odbiorcy, kibica bezpośredniego, akcentującego swoją postawę kibicowską aktywnością stadionową. Odbiorcę stanowią zarówno kibice drużyny miejscowej jak i kibice drużyny przeciwnika. Treści opraw niezmiernie rzadko docierają do szerszej publiczności sportowej, nie stanowią bowiem treści przekazów medialnych. Relacje telewizyjne z meczów starannie omijają trybuny, na których prezentuje się oprawy, choć koncentrują uwagę widzów na chuligańskich wybrykach stanowiących margines postaw kibicowskich.