

Psychospołeczne aspekty agresywnych zachowań chuliganów futbolowych

J. Gracz i T. Sankowski zwracają uwagę na fakt, że bez społecznego kontekstu nie sposób byłoby właściwie zrozumieć wydarzeń o charakterze sportowym. Kontekst społeczny jest jednym z ważniejszych impulsów napędzających agresję na stadionach piłkarskich. „To ciągłe mobilizowanie sił przeciwko komuś lub czemuś może nie tylko wyzwalać zachowania agresywne intrasportowe, prospołeczne, lecz także (...) zachowania ekstrasportowe, antyspołeczne, wykraczające poza reguły działalności sportowej”¹. S. Wanat hurtem wymienił przyczyny społeczne mogące wywoływać zachowania agresywne podczas widowisk sportowych: „Zapewne wchodzić w grę muszą tu znaczne pokłady frustracji młodego pokolenia, zwłaszcza wywodzącego się z niższych grup społecznych, powstałe na tle braku perspektyw życiowych: pracy, mieszkania, szans, posiadania dóbr, zaspokajania potrzeb tak, jak to mają ich rówieśnicy z bogatszych warstw w Polsce bądź krajów dobrobytu. Stany frustracji wywołują stany agresji”². C. Matuszewicz napisał: „(...) badacze widowiska sportowego nie mogą ograniczyć swoich zainteresowań do oglądalności, nawet szeroko rozumianej, lecz muszą zająć się wszelkimi aspektami zdarzenia społecznego, jakim jest widowisko sportowe. Siłą rzeczy muszą one uwzględniać relacje wzajemne widowiskowości sportowej i procesów politycznych, produkcyjnych, masowej komunikacji, ekologii społecznej, rekreacji, kultury, patologii społecznej i innych”³.

Według B. Karolczak-Biernackiej „sport scharakteryzować można jako dziedzinę, w którą agresja jest wpisana. Jako zadanie, w którym zachowania agresywne wynikają z natury czynności, są programowo wywoływane i nagradzane. Jako system, w którym prowadzona jest kontrola i oddziaływania, by reakcje agresywne wystąpiły”⁴. Autorka dodaje: „Agresja występująca w spo-

¹ J. Gracz, T. Sankowski, *O zachowaniach agresywnych w sporcie*, w: K. Maroszek [red.] *Zjawiska patologii społecznej w sporcie*, AWF, Gdańsk 1994, s. 38. Zobacz tychże autorów: *Psychologia sportu*, AWF, Poznań 2000.

² S. Wanat, *Socjologia zachowań chuligańskich w sporcie*, „Sport Wyczynowy” 1993, nr 1–2, s. 16.

³ C. Matuszewicz, *Widowisko sportowe. Analiza psychospołeczna*, AWF, Warszawa 1990, s. 13.

⁴ B. Karolczak-Biernacka, *Agresja w sporcie*, w: W. Szewczuk [red.] *Encyklopedia psychologii*, Innowacja, Warszawa 1998, s. 5.

rcie i w związku ze sportem obejmuje szeroką gamę zjawisk. Dotyczy czynności sportowych, zachowania zawodników i subkultury kibiców. Wywodzi się z natury sportu, ale także przejmując zjawiska cywilizacyjne⁵. Powiązania sportu ze społeczeństwem dobitnie wyraził S. D. Eitzen: „Sport jest odbiciem społeczeństwa. Cierpi na takie same dolegliwości, jakie trawia społeczeństwo w ramach którego funkcjonuje. W sytuacji, w której społeczeństwo jest podzielone wewnętrznie, a dodatkowo nękane przez problemy biedy i rasizmu, to zawody sportowe będą nie tylko sposobem ucieczki, ale czasem zmieniają się w pole walki. Jeśli przemoc króluje w społeczeństwie, to sport również będzie nią zarażony⁶. J. Zdebski widzi analogie z futbolem: „Na wydarzenia wokół stadionów piłkarskich nie można oczywiście spoglądać w oderwaniu od otaczającej rzeczywistości społecznej. Agresja, przemoc, brutalizacja życia dotyczy także innych, pozasportowych sfer rzeczywistości. Czy jest to przejściowa choroba, czy symptom głębszego kryzysu współczesnej cywilizacji? Czy zatem sport ma stanowić wentyl bezpieczeństwa dla naturalnej agresywności człowieka?⁷. Z. Krawczyk twierdzi: „Sport, obok innych dziedzin twórczości masowej, np. filmu, piosenki, teatru, kreuje jedno- lub wielosezonowych gwiazdorów czy swoiste meteory, przedmiot zainteresowania, sympatii, ekscytacji a często uwielbienia⁸”.

Kto przychodzi na mecze piłki nożnej? Spójny, klarowny i logiczny podział widzów dał P. Piotrowski: „(...) „konsumenci” (ang. *consumption oriented spectators*) lub „prawdziwi kibice” Są to przeważnie osoby w dojrzałym wieku, o stabilnej sytuacji finansowej i dobrej pozycji społecznej. Ta część publiczności przychodzi na stadion przede wszystkim po to, aby uczestniczyć w dobrym widowisku sportowym. Wynik meczu jest dla nich sprawą drugorzędną, a ich zachowania są zgodne z regułą *fair play*. Szukają w grze doznań estetycznych, potrafią docenić i nagrodzić oklaskami wysiłek drużyny rywala, a ich poczynania są wolne od agresji⁹. Tego typu osoby skłonne są dla poszerzenia pozytywnych wrażeń sportowych ponieść dodatkowe koszty w postaci np. droższych biletów.

„Drugą grupę tworzą kibice lub inaczej fani. Tym, co odróżnia ich od widzów jest stopień emocjonalnego zaangażowania po stronie jednej z walczących drużyn. Są to w większości młodzi ludzie, identyfikujący się silnie ze

⁵ Ibidem, s. 10.

⁶ S. D. Eitzen, *Sport and Deviance*, in: G. R. F. Lüschen, G. H. Sage (eds.) *Handbook of Social Science of Sport*, Stipes Publishing Company, Champaign 1981, s. 412. Por. S. D. Eitzen, *Conflict Theory and Deviance in Sport*, „International Review for the Sociology of Sport” 1988, Vol. 23, Nr 3, s. 193–202.

⁷ J. Zdebski, *Futbol i emocje*, „Charaktery” 1998, nr 6, s. 28.

⁸ Z. Krawczyk, *Studia z filozofii i socjologii kultury fizycznej*, SiT, Warszawa 1978, s. 81.

⁹ P. Piotrowski, *Szalikowcy. O zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych*, Adam Marszałek, Toruń 2000, s. 10.

swoim zespołem. Przychodzą na stadion, aby zobaczyć, jak drużyna której kibicują zwycięża rywala. Sam przebieg gry oraz poziom zawodów ma dla nich znaczenie marginalne. Zwycięstwo ulubionego zespołu traktowane jest w kategoriach osobistego sukcesu, porażka staje się osobistą klęską. Zawodnicy drużyny przeciwnej, wspierający ich kibice, a często również sędziowie są postrzegani jako przeszkoda, którą należy usunąć po to, aby nasi zwyciężyli. Porażka jest zdarzeniem silnie frustrującym i często prowadzi do aktów agresywnego odwetu. Celem jest poniżenie rywala, plamę na honorze, jaką jest przegrana na boisku, można zmasać na trybunach lub w pomeczowych starciach¹⁰.

„Trzecią publiczność tworzą tzw. *hools* (chuligani). Główną przyczyną, dla której przychodzą na stadiony, nie jest w ich przypadku ani chęć oglądania zawodów, ani więź z ulubioną drużyną. Wynik nie ma dla nich większego znaczenia. Stadion jest miejscem, w którym mogą zaspokoić potrzebę silnych wrażeń, znaleźć się w sytuacji pełnej napięcia i ryzyka, przeżyć przygodę (stąd angielski termin *adventure – oriented spectators*). Grupki tego rodzaju widzów pojawiają się przede wszystkim tam, gdzie istnieje prawdopodobieństwo starć z siłami porządkowymi lub kibicami drużyny rywala¹¹. Ci pseudokibice podążają w poszukiwaniu przygód niczym don Kichot i gotowi są nawigować na wszystkie strony świata w celu odnalezienia chuligańskiego „złotego runa”

Połowa kibiców przywiedziona jest na mecze przez rówieśników. Są to przede wszystkim młodzi mężczyźni w wieku 15-25 lat. Witold Półtorak konstatuje: „Obserwacji takich dostarczają zwłaszcza widowiska, których treścią są dyscypliny sportowe zaliczane do męskich, co powszechnie rozumie się jako agresywne¹². Alicja Gorący zapewnia, że od kilkunastu lat jest stała tendencja do zmniejszania się wieku osób przychodzących na stadiony piłkarskie¹³, co przejawia się również w rosnącej liczbie osób biorących udział w ekscesach stadionowych. P. Piotrowski informuje, że wzrasta ilość zatrzymań młodych osób przez policję, spowodowana braniem czynnego udziału w burdach, dokonaniem przez nich uszkodzeń ciała, powodowaniem zniszczeń. Ci młodzi ludzie trafiają do właściwych sądów dla nieletnich¹⁴. Nową tendencją, zaistniałą w ostatnich kilku latach, jest zasilanie widowni stadionowej przez dziewczęta i młode kobiety.

W przypadku bardzo młodych, niedojrzałych jeszcze emocjonalnie, psychicznie i społecznie uczestników meczów piłkarskich, w grę wchodzi

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem, s. 11.

¹² W. Półtorak, *Nie wystarczy być przeciw*, „Kultura Fizyczna” 2001, nr 7–8, s. 21.

¹³ A. Gorący, *Agresja – nie wystarczy być przeciw*, „Kultura Fizyczna” 1989, nr 9–10, s. 23.

¹⁴ P. Piotrowski, *Zachowania dewiacyjne kibiców sportowych. Propozycja modelu wyjaśniającego*, w: B. Urban [red.] *Problemy współczesnej patologii społecznej*, UJ, Kraków 1998, s. 135–136.

silne pragnienia admiringowania wybranych przez nich idoli, co jest charakterystyczne i symptomatyczne dla wieku dojrzewania. „W dziedzinie sportu mamy bowiem do czynienia z silną identyfikacją obserwatorów (kibiców) z aktorami zmagających sportowych i gotowością do poświęceń na ich rzecz”¹⁵. To utożsamianie się ze sportowcem (drużyną, klubem, reprezentacją kraju) może być tak wielkie, że dla kibica stanie się on bliższy, niż jego własna rodzina. Identyfikacja z idolami sportowymi potrafi przyjmować wiele skrajnych postaci. B. Karolczak-Biernacka podaje przykład fana, skłonnego do daleko idącego poświęcenia. „21-letni kibic AC Milan, P. Simonetti, gotów był oddać własną chrząstkę, którą chirurdzy mieliby przeszczepić słynnemu piłkarzowi holenderskiemu (grającemu w AC Milan), M. Van Bastenowi”¹⁶. Autorka dodaje: „Znane są zapowiedzi kibiców lub próby targnięcia się na własne życie (samoagresja) z powodu rezultatów sportowych, niezgodnych z oczekiwaniami, jakie uzyskać mogą lub uzyskują zawodnicy (drużyny), z którymi sprawy identyfikują się. Bywa, że agresja taka dotyczy samych graczy”¹⁷. Nie tylko zapowiedzi samobójstw, ale ich rzeczywiste wykonanie. R. Kapuściński w *Wojnie futbolowej* podaje informacje o takim przypadku, przy czym autorką zamachu na siebie była młoda dziewczyna zrozpaczona przegraną piłkarskiej reprezentacji jej kraju¹⁸. Dla takich młodych ludzi ważne są zewnętrzne insygnia świadczące o przynależności do danego klubu: szaliki lub koszulki w barwach klubowych.

Kapitałnie rzecz ujął francuski socjolog sportu R. Caillois: „Wielkie imprezy sportowe są jednak znakomitymi okazjami do *mimicry*, jeśli tylko uwzględnimy, że udawanie przenosi się tu z uczestników na widzów: zapaśnicy nikogo nie naśladową, czynią to natomiast widzowie. Sam fakt utożsamiania się z zapaśnikiem stanowi swoistą *mimicry*, zbliżoną do sytuacji, gdy czytelnik rozpoznaje siebie w bohaterze powieści, widz, w bohaterze filmu. (...) Tryumfatorzy sportowi, zwycięzcy w *agon*, to gwiazdy zawodów sportowych. Gwiazdy natomiast to zwycięzcy w tym nie ujętym w reguły konkursie, w którym stawką jest popularność. Zarówno mistrzowie sportu, jak i gwiazdy otrzymują obfitą korespondencję, udzielają wywiadów zachłannej prasie, rozdają autografy”¹⁹. Głębokie relacje widzów ze sporowcami intrygująco zaprezentował R. Barthes: „Zawodnicy (...) potrafią doskonale nagiąć spontaniczne epizody walki do tego obrazu, który publiczność wytwarza sobie z wielkich, cudownych motywów własnej mitologii”²⁰. W innej książ-

¹⁵ B. Karolczak-Biernacka, *Agresywny sport w agresywnym świecie*, „Sport Wyczynowy” 2000, nr 7–8, s. 9.

¹⁶ Ibidem, przypis 6, s. 9.

¹⁷ Ibidem, s. 9.

¹⁸ R. Kapuściński, *Wojna futbolowa*, Czytelnik, Warszawa 2003, s. 168.

¹⁹ R. Caillois, *Gry i ludzie*, przeł. A. Tatarkiewicz, M. Żurowska, Volumen, Warszawa 1997, s. 29.

²⁰ R. Barthes, *Świat wolnoamerykanki*, w: *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, KR, Warszawa 2000, s. 31.

ce R. Barthes napisał: „(...) mit ma charakter imperatywny, rozkazujący (...), wyłania się prosto z przypadkowości, szuka właśnie mnie: zwrócony jest ku mnie, muszę pogodzić się z jego intencjonalną siłą, ponieważ wzywa mnie do przyjęcia swej zaborczej dwuznaczności”²¹.

Idolami są zawodnicy, drużyny piłkarskie, ale także liderzy nieformalnych grup kibicowskich, których wielu obecnych jest na piłkarskich stadionach. Szacunek, podziw, a w skrajnych (choć wcale nierzadkich) sytuacjach silna identyfikacja z idolami przyczynia się do czerpania radości z ich zwycięstw (jak ze swoich własnych, których kibicowi brakuje), jak również poczucia frustracji wtedy, kiedy idole ci przegrywają. Zbiorowe pragnienia i wymagania widzów wywierają bardzo silną presję na sposób gry sportowców, którzy usilnie próbują wymaganiom tym podołać, co przecież nie zawsze jest możliwe. „Oczekiwania te mogą zaś wpływać w szczególny sposób na agresywność zawodników. Wielu z nich zachowuje się agresywnie ponieważ tego się od nich oczekuje. Te oczekiwania bywają nieraz bardzo intensywne, gdy widownia wywierając nacisk grupowy niemal żąda od zawodnika brutalnej, bezwzględnej walki”²².

Gdy faworyzowana drużyna wygrywa, dochodzi do przeniesienia poczucia sukcesu na kibiców, którzy identyfikują się z tą drużyną. I jak określił to T. Witkowski, „kąpią się w blasku jej chwały” „Najprymitywniejsze przejawy tej metody to szalikowcy, zagorzali fani jakiejś drużyny sportowej. Przynależność do takiej grupy umożliwia pławienie się w sukcesach ukochanej drużyny”²³. Gdy jednak zawodzą ogromne nadzieje na sukces reprezentantów (którzy mają zwyciężać w imieniu kibica), pojawia się silny dyskomfort i niezadowolenie, a wraz z nim agresja. B. Karolczak-Biernacka zauważa, że „(...) w atmosferze emocji, osoby identyfikujące się z drużyną w stanie frustracji, z powodu zablokowania szans własnej drużyny na sukces lub z powodu tylko takiej groźby, przemieszczają agresję na konkurentów lub ich zwolenników. Obecność ich, zwłaszcza gdy okazują satysfakcję i dobre samopoczucie, ułatwia wywoływanie zachowań agresywnych. Wokół gry (stadionu) powstaje atmosfera wrogości”²⁴.

Z filozoficznego punktu widzenia ciekawe jest to, że przy tak dużym zaangażowaniu publiczności w oglądane widowisko sportowe, nie jest dla niej ważne to, jak jest naprawdę, ale jedynie to, czego publiczność sobie życzy. Na ten fenomen zwrócił uwagę J. Dudała: „Kibice zgromadzeni na stadionie zawsze oczekują zwycięstwa drużyny, z którą się identyfikują. Racjonalne

²¹ R. Barthes, *Mit i znak. Eseje*, przeł. W. Błońska, PIW, Warszawa 1970, s. 40.

²² J. Gracz, T. Sankowski, *O zachowaniach agresywnych w sporcie*, op. cit., s. 38.

²³ T. Witkowski, *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi radzić*, UNUS, 2000, s. 61.

²⁴ B. Karolczak-Biernacka, *Agresja w sporcie*, op. cit., s. 8.

przesłanki wtedy do nich nie trafiają. Zadowolili ich może jedynie wygrana swoich i pograżenie przyjezdnych. Gdy coś jest nie po ich myśli, całą frustrację i złość nagromadzoną w sobie wyładowują na przeciwnikach, którymi są kibice przeciwnej drużyny, ich zawodnicy, sędziowie”²⁵. Stronniczość kibiców na stadionach piłkarskich jest porażająca. Przykładem skrajnej subiektywności w postrzeganiu przez fanatycznych kibiców widowiska sportowego, są słowa wzięte z *Pamiętnika* takiego kibica: „Ja, kibol swojej drużyny, identyfikuję się z nią. Moim przeciwnikiem jest to wszystko i ci wszyscy, którzy robią cokolwiek, by mojemu zespołowi przeszkodzić. Kto nie jest ze mną, jest przeciwko mnie! A kto jest przeciwko mnie, musi zostać ukarany. (...) Świat jest zły i podły, gdyż dybie na mnie, na mój klub. Ci, co myślą inaczej, są głupi i nienormalni”²⁶.

„Utożsamianie zaspokaja jedną z ważnych potrzeb ludzkich, potrzebę znaczenia, ważności. Utożsamiając się z Guilitem, Maradoną, Luisem (...) kibic czuje się kimś ważnym, znaczącym. Bardzo często z tego właśnie powodu bywa na imprezach sportowych. Utożsamiając się z zespołem sportowym (...) osobnik taki wszystkie sukcesy i klęski zespołu przeżywa jako własne. Zrozumiałe, że broni własny zespół przed porażkami i niepowodzeniami, inna sprawa, że nie zawsze w sposób społecznie aprobowany”²⁷. Autorzy badający problemy młodych kibiców sportowych podkreślają, jak bardzo pragną mieć poczucie przynależności do jakiejś grupy. „Przy niemożności identyfikacji z grupą pozytywną, odnajdują się w grupie negatywnej, tj. takiej, która nie akceptuje bądź jawnie łamie normy lub wartości akceptowane społecznie”²⁸.

Pragnienie posiadania idoli (pojedynczych i zbiorowych) oraz ich publiczne hołubienie, jest intrygującym zjawiskiem społecznym, smakowitym kąskiem dla socjologów pragnących zjawisko to wyjaśnić. Tacy polscy idole sportowi, jak A. Małysz, O. Jędrzejczak, R. Korzeniowski, A. Wróbel, A. Rylik, J. Kowalczyk czy R. Kubica (uprawiający niszowe dyscypliny sportowe, które wcześniej skupiały uwagę jedynie nielicznych entuzjastów), a także „polskie złotka” (siatkówka kobiet) i reprezentacja Polski w piłce nożnej na mundialu w 2006 roku, są wzorcowym przykładem zbiorowego zapotrzebowania na sukcesy, jakiejkolwiek nie byłyby one proveniencji sportowej. Gdy do tego dodamy „turystykę sportową” w postaci pielgrzymek fanów za

²⁵ J. Dudała, *Refleksje dotyczące problematyki chuligaństwa stadionowego*, w: A. Rosół, M. S. Szczepański [red.] *Tolerancja. Studia i szkice*, t. V, WSP, Częstochowa 1998, s. 168.

²⁶ R. Zieliński, *Pamiętnik kibica. Ludzie z piętnem Heysel*, WDN, Wrocław 1993, s. 47. Jest to obszerniejsze studium sposobu myślenia „rasowego” kibica.

²⁷ C. Matuszewicz, *Widowisko sportowe. Analiza psychospołeczna*, op. cit., s. 71.

²⁸ L. Kulmatycki, J. Supiński, *Kompleksowy model programu profilaktyki zachowań dewiantycznych kibiców sportowych*, w: J. Supiński [red.] *Agresja a kultura fizyczna*, „Studia i Monografie” nr 79, AWF, Wrocław 2005, s. 167.

idolami do miejscowości, w których oni występują, będziemy mieli jeszcze pełniejszy obraz tej sytuacji.

Entuzjazm widzów względem nowych idoli jest kapryśny, ale sam trend wydaje się bardzo silny. Jest bardzo pozytywnym i niedoszacowanym zjawiskiem społecznym. A szkoda, bo mógłby być mocnym spoiwem konsolidującym społecznie. Zwłaszcza w sytuacji emigracji zarobkowej młodych ludzi i ustawicznego wyludniania się Polski. Podsztyty jest rzadką i cenną nutą patriotyzmu. Usilnie pragniemy sukcesów i zwycięstw „naszych” sportowców, właśnie „nas” reprezentujących. Pragniemy prawdziwych bohaterów, ale nie z obszaru obmierzłej polityki, która wielu ludzi brzydzi, nie aktorów z wyświechtanych seriali telewizyjnych, nie pompatycznych autorytetów religijnych, ale takich zwycięzców z „krwi i kości”, ludzi, którzy do sukcesów dochodzą ciężką pracą swoich własnych rąk i nóg.

Z. Żukowska twierdzi, że wzorce osobowe idoli-zawodników nie funkcjonują oderwane od paradygmatu społecznego; są w nim zatopione. „Charakterystyczną cechą sportowych wzorów osobowych jest ich funkcjonowanie w oparciu o wysoki stopień aprobaty społecznej. Bez owej społecznej aprobaty byłyby one zaledwie zarysowanymi sylwetkami pewnych jednostek. Dopiero gdy upodobanie się do nich stanie się przedmiotem powszechnej akceptacji, wówczas zaczynają funkcjonować jako wzory”²⁹. M. Zowisto ujmuje to tak: „Epoka współczesna, ten wiek sportu, charakteryzuje się niesłychaną żywotnością idei sportu, wydarzenia na stadionie przyciągają z olbrzymią siłą masy widzów w sposób bezpośredni i pośrednio przez ekran telewizora, informacje prasowe. Zwycięzca i mistrz olimpijski zdają się nadal nosić znamię herosów, są idolami, obiektami podziwu, czci i zazdrości. Wzór bohatera sportowego oddziałuje potężnie, budząc zarówno szlachetne, jak i destrukcyjne emocje wśród kibiców, a także samych sportowców poddanych pasji rywalizacji. Wydarzenie sportowe rodzi sentymentalne wzruszenia i okrutne namiętności, zdaje się trącać struny najgłębszych pokładów człowieka, odpowiadać za irracjonalne, pełne ambiwalencji potrzeby. Żywość reakcji, *pathos* (gr. *namiętność*) doświadczenia sportu potwierdzają żywotność nie tyle samego *ethosu*, co przede wszystkim mitycznych struktur i funkcji wydarzenia sportowego”³⁰.

Dobrze to było widać podczas mistrzostw świata w piłce nożnej w Niemczech w 2006 roku, na których polscy kibice, w przeciwieństwie do reprezentacji Polski, okazali się prawdziwymi zwycięzcami. Jak wielkie było poczucie dumy z nich emanujące, radość, entuzjazm i siła wspólnoty, podparte biało-czerwonymi kapelusznami, sztandarami (a nawet husarskimi skrzy-

²⁹ Z. Żukowska, *Wzory osobowe we współczesnym ruchu sportowym*, w: Z. Krawczyk [red.] *Sport i kultura*, PWN, Warszawa 1981, s. 184.

³⁰ M. Zowisto, *Filozofia i sport. Horyzonty dialogu*, AWF, Kraków 2001, s. 115.

dłami), mógł zobaczyć każdy, kto śledził mundial na żywo lub w telewizji. Szczególnie duże imprezy o „epickim” charakterze świetnie nadają się do manifestacji patriotycznych uczuć przez kibiców sportowych. W oknach tyłu domów i mieszkań powiewały wówczas flagi narodowe. W. Lipoński zwraca uwagę na coś szczególnego: „Klasyczna epopeja (Odyseja, Eneida) jest na ogół nawigacją po określonym wycinku przestrzeni i dlatego najbardziej się do niej zbliżone sporty polegające na pokonywaniu dużych odległości. Im większe są rozmiary pokonywanej przestrzeni, im znacznieszego wymaga to trudu i nakładu sił, tym w większym stężeniu występuje element epiczny. Najlepiej widać to na przykładzie wieloetapowych wyścigów kolarskich, rajdów samochodowych i lotniczych”³¹. Na czas występów piłkarskich reprezentacji neutralizują się animozje najbardziej wojowniczo nastawionych do siebie chuliganów futbolowych.

Obrazowo i sugestywnie zapotrzebowanie na takie „epickie”, „mityczne” widowiska oraz ich szczególny sposób narracji, opisał R. Barthes w *Mitologiach* na przykładzie Tour de France. „Już sama onomastyka Tour de France mówi nam, że wyścig kolarski to wielka epopeja. (...) Obejmowanie się ramionami jest tu wyrazem cudownej euforii odczuwanej wobec zamkniętego i doskonałego świata bohaterów. (...) Geografia Tour de France jest także w całości podporządkowana epickim wymogom próby. Żywioty i miejsca są upersonifikowane, bo z nimi mierzy się człowiek, i jak w każdej epopei ważne jest, aby w walce zmierzyły się równe siły: człowiek zostaje znaturalizowany, a Natura ucłowieczona. Góry są złośliwe, sprowadzone do ciężkich lub morderczych procentów nachylenia, a etapy (...) są przede wszystkim fizycznymi postaciami, następującymi po sobie wrogami, zindywidualizowanymi przez tę mieszaną kształtu z moralnością, jaka określa epicką Naturę. Etap jest szorstki, kleisty, zaogniony, najeżony itd. – wszystkie te przymiotniki należą do kwalifikacji egzystencjalnych i mają oznaczać, że kolarz nie zmaga się z taką lub inną naturalną przeszkodą, ale z prawdziwie egzystencjalnym, substancjalnym problemem, angażując za jednym zamachem swoją zdolność percepcji i sądu”³².

To, co za sprawą kibiców sportowych dzieje się na wielu stadionach piłkarskich, tworzy szczególną i niepowtarzalną atmosferę. „Zdarza się, że dziesiątki tysięcy osób reagują w ten sam sposób na wydarzenia boiskowe. Dochodzi do całkowitej integracji i konsolidacji widowni. Znikają wtedy wszelkie bariery dzielące ludzi: poziom kultury, zamożności, upodobań, płci i wieku. Mamy więc często do czynienia z chwilową afiliacją. (...) W tym przypadku uczestnicy imprezy sportowej są nieobecni w świecie zewnętrznym”³³. Widzowie

³¹ W. Lipoński, *Sport, literatura, sztuka*, SiT, Warszawa 1974, s. 151.

³² R. Barthes, *Tour de France jako epopeja*, w: *Mitologie*, op. cit., s. 145–147.

³³ J. Dudała, *Fani – chuligani. Rzecz o polskich kibolach. Studium socjologiczne*, „Żak”, Warszawa 2004, s. 103–104.

znajdują się wówczas w zbiorowym hipnotycznym transie, całkowicie odezwani od rzeczywistości i zanurzeni w wymaginowany świat temporalnej wspólnoty podobnych doznań, swoistego kolektywizmu uczuć. Jeżeli zgodzić się ze stwierdzeniem, że dla milionów współczesnych odbiorców sportowych futbol stał się religią, to mecze piłkarskie, używając z kolei marksowskiego porównania, są „opium dla ludu”, narkotykiem upajającym rzesze ludzi jednocześnie na wszystkich kontynentach.

Takie ujęcie zdaje się przyjmować również J. Kosiewicz w jednej ze swoich filozoficznych charakterystyk widowiska sportowego. „Pojęcie widowiska wiąże się także z wydarzeniem sakralnym, politycznym i sportowym. (...) Związane jest to z zawieszeniem codzienności, z zaistnieniem odświętnej sytuacji i zdarzenia, z dążeniem do wytworzenia niecodziennej, odmiennej, głęboko przeżywanej więzi emocjonalnej między widzami i bohaterami widowiska, wywołującej wzajemne, oczekiwanie i spontaniczne reakcje”³⁴. Aktywne współuczestnictwo daje kibicom poczucie swoistej wspólnoty futbolowego święta, poczucie euforii, jedności oraz dumy wtedy, gdy faworyzowana drużyna wygrywa.

Gdyby do tego sprowadzało się zjawisko kibicowania, byłaby to wręcz idylla. Ale niestety tak nie jest. Drugą, ciemną stroną kibicowania jest chuligaństwo stadionowe, zwane też „chuligaństwem futbolowym” „Jesteśmy świadkami rosnącej fali zdziczenia obyczajów i potężniejszej frustracji społecznej. Przemoc staje się środkiem realizacji różnej wartości celów, od zupełnie błahych, poprzez związanych z rozrywką, do egzystencjalnych. W dziedzinie sportu dwa zjawiska budzą niepokój i stają się źródłem zagrożeń: 1) fala nienawiści, przetaczającej się przez stadiony (także poprzedzające zmagania sportowe), (...) wzajemna nienawiść kibiców i unicestwianie ich. Każdy prawdziwy kibic powinien upuścić trochę krwi obcej, stwierdza kibic; 2) wrogości wobec konkurentów i unicestwianie ich przed zmaganiem sportowym (występem, grą, walką, udziałem w konkursie)”³⁵.

Specyfika chuligaństwa futbolowego polega na tym, że mecze piłki nożnej pozwalają na wykazanie aspołecznych postaw uczestników spotkań, czynne zmanifestowanie ich. „W nowożytnej historii sportu dyscypliną w największym stopniu konfliktogenną okazała się piłka nożna. (...) Szczegółowa analiza chuligaństwa piłkarskiego pokazuje, że niewłaściwe, społeczne i antyspołeczne zachowania fanów opisywane są przez socjologię i psychologię społeczną przez pryzmat takich terminów, jak: agresja, patologia, dewiacja,

³⁴ J. Kosiewicz, *Filozoficzne aspekty kultury fizycznej i sportu*, BK, Warszawa 2004, s. 373.

³⁵ B. Karolczak-Biernacka, *Agresja w sporcie*, op. cit., s. 8. Autorka zadaje trudne pytanie, które wygląda na retoryczne, ale chyba nim nie jest: „(...) w jakim stopniu chamstwo, nienawiść, agresja, są efektem wyładowania frustracji, której przyczyną są pozasportowe, w jakim stopniu sport generuje brutalność?”, *ibidem*, s. 8.

desocjalizacja, czy po prostu przemoc. Chuligaństwo fanów w kategoriach teorii zachowań uznawane jest za formę dewiacyjnego, subkulturowego zachowania się młodzieży³⁶.

Pierwsze prace brytyjskich psychologów i socjologów na temat chuligaństwa futbolowego postrzegały w tym zjawisku takie elementy, jak gwałtowność i krótkotrwałość spięć oraz ich spontaniczność, temporalny związek z kalendarzem imprez sportowych oraz brakiem struktur wewnętrznych, pozwalający traktować widzów sportowych jako bezwładną, niezorganizowaną całość. Widownia piłkarska przeszła dynamiczną ewolucję, stając się bardzo rozbudowaną, złożoną konstrukcją o dużym stopniu zorganizowania. Jak w każdej złożonej strukturze społecznej, z czasem wyłonili się liderzy, nadający ton i kierunek działania poszczególnym grupom fanów, wyznaczający nowe cele działań (także pozastadionowe i pozasportowe), dołączający do działań chuligańskich elementy światopoglądów. Podobnie jak w innych grupach subkulturowych, bycie chuliganem futbolowym stało się pewnym alternatywnym sposobem życia, związanym z wyznawaną ideologią i wartościami, charakterystycznym sposobem ubierania się, a nawet swoistą modą.

W literaturze przedmiotu występuje wiele teorii, próbujących wyjaśnić zjawisko chuligaństwa futbolowego z socjologicznego punktu widzenia. Stosowne formuły wyjaśniające to m.in. teoria zarazy (oparta na założeniach psychologicznych G. Le Bona), teoria konwergencyjna (wraz z teorią frustracji-agresji), teoria normatywna, teoria wartości towarzyszących, teoria oczyszczenia (*katharsis*), model wyjaśniający M. Smitha. W związku z ewolucją postaw chuligańskich pojawia się jednak coraz więcej prac rewidujących i stawiających pod znakiem zapytania dotychczasowe stratyfikacje społeczne szalikowców. Szczególnie pochodzenie, rodowód społeczny entuzjastów piłki nożnej znajduje się dziś w strefie ostrzału krytyków. Ruch chuliganów futbolowych nasycy się bowiem w coraz większym stopniu ludźmi spoza ruchu robotniczego, który w społeczeństwach postindustrialnych przestaje odgrywać znaczącą rolę. Ruch robotniczy zepchnięty jest dziś na margines życia społecznego, skazany na cywilizacyjną wegetację. Jedną ze sprężyn silnie wzmacniających napięcie podczas ekscesów stadionowych może być bezrobocie z jednej, a chęć wyładowania się dotkniętych nihilizmem przedstawicieli klas próżniaczych z drugiej strony. Znacznie rozciąga to amplitudę możliwych interpretacji chuligaństwa stadionowego i wzmacnia konieczność dokonywania ciągle nowych taryfikacji.

³⁶ S. Wanat, *Socjologia zachowań chuligańskich w sporcie*, op. cit., s. 9–10.