

Mateusz Grodecki  
Uniwersytet Warszawski

## NOWE SZALIKI I STARE KAPTURY

**Dominik Antonowicz, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. *Aboryge- ni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadjo- nowym apartheidzie*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN, 2015, 322 s.**

W 2004 roku ukazała się książka Jerzego Dudały *Fani chuligani. Rzecz o polskich kibolach* (2004). Pozycja symboliczna w kontekście niniejszej recenzji, jak i kondycji polskiej socjologii sportu w ogóle. Symboliki tej pracy należy upatrywać przede wszystkim w jej prekursorskim charakterze. Była to bowiem jedna z pierwszych, socjologicznych analiz poświęconych zjawisku kibicowania w Polsce. Wagi tego wydawnictwa dla rozwoju subdyscypliny nie umniejsza nawet skoncentrowanie się autora na zachowaniach dewiacyjnych czy też agresywnych kibiców piłkarskich. Jest to zresztą symptomatyczne dla tej tematyki. Podobny trend, tj. ogniskowanie uwagi na chuliganach widoczny jest również w Anglii czy Holandii. Od czasu ukazania się tej pozycji minęła już ponad dekada, która przyniosła zwiększone zainteresowanie badaczy kibicowaniem, a wraz z nim kolejne wydawnictwa książkowe. Początkowo widoczne było dalsze skupianie się na problematyce chuliganów piłkarskich (por. Babik 2010; Piotrowski 2012). W miarę rozwoju socjologii sportu pojawiły się także pozycje, których celem było naukowe opisanie zjawiska kibicowania (por. Sahaj 2007), wiele wydawnictw zbiorowych (por. Sahaj 2011; Kossakowski i inni 2013; Kossakowski i inni red. 2015) oraz spora liczba artykułów (por. Antonowicz i Wrześniński 2009; Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011; Woźniak 2013; Kossakowski 2015).

Dorobek polskiej myśli społecznej w zakresie sportu, a szczególnie zjawiska kibicowania i co ważniejsze, pole zainteresowań badaczy w ramach tej problematyki, powiększyły się zatem znacząco od czasu wydania *Fani chuligani*. Przede wszystkim jednak diametralnie zmienił się świat kibiców piłkarskich.

Symboliczny, w kontekście tej zmiany, wydaje się esej recenzyjny z książki Dudały *Szaliki i kaptury* (2005). Jego symboliki należy upatrywać nie tylko w fakcie, że napisany jest przez jednego z autorów recenzowanej książki, ale

dlatego że w tytule tej pracy odnajdujemy dwa relikty, których symbolika na przestrzeni ostatnich lat ulegała zmianie. Szaliki i kaptury z „industrialnej epoki stadionowej”, czyli z okresu przed wkroczeniem rynkowych zasad, były kojarzone z kibicami „hardkorowymi”. Szalik był nie tylko emblematem, pokazującym sympatie klubowe, ale także symbolem przynależności do danej wspólnoty kibiców. Kaptur symbolizował natomiast opozycję wobec dominującej kultury i jej norm, zwyczajowych i prawnych.

W obecnej epoce „supermarketyzacji futbolu” (s. 13), do symboliki kapturów dodać można jeszcze formę buntu przeciwko sankcjom prawnym za używanie rac, które są nieodzownym elementem widowiska piłkarskiego oraz europejskiej kultury kibicowskiej. Szaliki, natomiast, nie są już charakterystyczne dla najbardziej zaangażowanych, „hardkorowych” fanów. Nie używa się już także popularnego w latach dziewięćdziesiątych XX wieku terminu „szalikowcy” na określenie tych grup. Szaliki, jako symbol, zostały bowiem pochłonięte przez przemysł piłkarski i obecnie częściej spotkać je można na szyjach konsumentów wrażeń sportowych, którzy „od przedsiębiorstw sportowych oczekują dostarczania stosownej rozrywki [...] (i) tworzą [...] jednorazową grupę przynależnościową, funkcjonującą wyłącznie podczas widowiska sportowego” (s. 13 i nast.).

Poszukiwanie symboli nie ma oczywiście wprowadzać czytelnika w jakąś metafizyczną, transcendentną sferę, nastrój nostalgiczny czy legitymizować niniejszej recenzji. Jest jednak doskonałym wprowadzeniem w świat kibiców piłkarskich, którego pejzaż wypełniają właśnie symbole. Do takiego świata zaprasza książka *Aborygeni i Konsumenci. O kibicowskiej wspólnotcie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie* autorstwa Dominika Antonowicza, Radosława Kossakowskiego i Tomasza Szlendaka. Dodać należy, że tom bardzo wyczekiwany przez badaczy tego zjawiska, gdyż jest to pierwsza od wydania książki Dudały *stricte* socjologiczna pozycja poświęcona zjawisku kibicowania.

### Na szlaku symboli

Oczekiwania recenzenta wobec książki były spore. Po pierwsze, spowodowane postaciami badaczy, którzy za nią stoją: Dominika Antonowicza i Radosława Kossakowskiego, których wpływ na rozwój socjologii sportu jest znaczący, a publikacje zdecydowanie kształtują sposób myślenia o współczesnym sporcie (por. Antonowicz i Wrzeński 2009; Kossakowski 2014) oraz Tomasza Szlendaka, jednego z czołowych, współczesnych polskich socjologów. Po drugie, książka jest zwieńczeniem pracy wymienionych badaczy w ramach grantu, którego częściowe wyniki były publikowane w różnych czasopismach (Antonowicz,

Kossakowski i Szlendak 2011, 2012a, 2012b; Kossakowski, Szlendak i Antonowicz 2012; Szlendak i inni 2014) rozbudzając apetyty poznawcze i podnosząc poprzeczkę wobec pełnego dzieła bardzo wysoko.

Jednak przyjęta przez autorów strategia publikacyjna niosła ze sobą obawę o świeżość materiału zawartego w całym tomie. Wszak, skoro autorzy zdecydowali się na publikację częściowych wniosków, co nowego można dodać czerpiąc z tego samego materiału? Tym samym autorom należy się uznanie, że tej pułapki udało się uniknąć. Książka faktycznie zawiera oryginalne treści, a czytelnikowi, obeznanemu z poprzednimi pracami, w trakcie lektury nie towarzyszy uczucie zmęczenia materiałem.

Książka *Aborygeni i Konsumenci* jest pracą podejmującą temat zmiany społecznej. Opowiada o wpływie rynkowych reguł gry na sport, a w szczególności na piłkę nożną i jej kibiców: „poświęcona jest procesom komercjalizacji i supermarketyzacji futbolu oraz szczególnemu losowi, jaki przypada w tych procesach »tradycyjnym« kibicom” (s. 13). Analiza rozpoczyna się w czasach, gdy trybuny stadionów piłkarskich zdominowane były przez przedstawicieli klasy robotniczej, a kluby piłkarskie oparte były na wartościach komunalnych. Kończy się na współczesnym świecie piłkarskim, regulowanym przez rynkowe zasady gry i piłkarskie, międzynarodowe korporacje.

Problematyka, którą podejmują autorzy, nie jest nową w dyskursie socjologii sportu. W zachodniej literaturze przedmiotu, zwłaszcza brytyjskiej, temat urynkwienia futbolu i sportu w ogóle jest dominującym w ostatnich kilkunastu latach (por. Gulianotti 2004; Williams 2006). W tym kontekście książka nie jest zatem pionierską. Wartości dodanej należy upatrywać za to w przeniesieniu dotychczasowego dorobku zachodniej socjologii na rodzimy grunt i jego wykorzystaniu do stworzenia socjologicznego portretu „polskiego podwórka”.

Mimo że praca prezentuje nowe podejście autorów do tematu względem wcześniejszych publikacji, to nie jest pozbawiona ustaleń czy nawet całych fragmentów, które można spotkać w opublikowanych już artykułach (co autorzy otwarcie zaznaczają). Najmocniej czerpie z nich pierwszy rozdział, który właściwie jest esencją analizowanego przez Antonowicza, Kossakowskiego i Szlendaka problemu. To w tym miejscu autorzy wprowadzają czytelnika w świat współczesnego sportu, który „staje się kolejnym z pól semantycznej aktywności, w których cele i sposoby działania dyktuje wyłącznie zysk” (s. 21). Doskonałą ilustracją tego procesu są kluby piłkarskie. Dawniej „idea funkcjonowania klubów piłkarskich była silnie związana z logiką sektora publicznego, którego usługi z natury mają charakter inkluzywny” (s. 24). Kluby piłkarskie zmieniły się z instytucji komunalnych, będących dobrem wspólnym o lokalnym charakterze, w nastawione na zysk piłkarskie korporacje o zasięgu globalnym. Określone zatem zostają dwa brzegowe punkty omawianego procesu

i kierunek analizowanej zmiany społecznej. Toruńscy socjologowie<sup>1</sup>, *implicit*e obnażając swój stosunek do badanego zjawiska, zauważają że „turbokapitalistyczna logika [...] jest sprzeczna z duchem sportowej rywalizacji” (s.63). Komerccjalizacja sportu, zgodnie z efektem św. Mateusza, prowadzi bowiem do ogromnych nierówności, które legitymizowane są przez międzynarodowe organizacje piłkarskie, jak FIFA i UEFA, mające monopol na organizację rozgrywek. Urynkowienie sportu i gloryfikacja sukcesu w kulturze konsumpcji powodują również kapitalizację tegoż sukcesu. Jednak by sukces ten odnieść, potrzebny jest właśnie kapitał. W ten sposób tworzy się błędne koło, a współczesny futbol staje się światem „dwóch prędkości” (s. 14). W tym sensie zatem, i trudno się z autorami nie zgodzić, komercjalizacja sportu kłóci się z jego duchem. Rynkowe mechanizmy działają wykluczająco na niezamożnych aktorów, funkcjonujących na lokalnej scenie.

Autorzy rynkową zmianę reguł gry w świecie piłkarskim wpisują w kulturową koncepcję społeczeństwa konsumpcji (między innymi Juliet Shore). Zgodnie z aparatem pojęciowym stosowanym w narracjach posługujących się tym konceptem, wprowadzony zostaje termin „utowarowienia”. Jest to bardzo trafna metafora, zwłaszcza w odniesieniu do kibiców piłkarskich, którzy jako prosumenci wrażeń sportowych i kultury klubowej stają się towarem – częścią składową produktu, jakim jest spektakl piłkarski, gdzie odpowiedzialni są za jego atmosferę. Jednak to zastosowanie koncepcji „centrum – peryferii” Immanuela Wallersteina jest, w mojej opinii, teoretyczną wartością rozdziału. Koncepcja ta wydaje się wręcz stworzona do analizowania współczesnego futbolu, podzielonego na globalne, regionalne i lokalne marki. Główny atut w zastosowaniu tej koncepcji do piłkarskiego świata znajduje się jednak w jej użyteczności analitycznej. Rozgrywki pod egidą UEFA dywersyfikują bowiem kluby ze względu na ich osiągnięcia, a od tych uzależnione są dochody. Ten instytucjonalny wymiar pozwala trafnie kategoryzować stopień utowarowienia klubów, a nawet całych krajów.

O ile pierwszy rozdział można scharakteryzować jako deskryptywny socjologicznie, o tyle drugi jest analityczną esencją – w tym miejscu autorzy demaskują bowiem oblicze procesów komercjalizacji. Skupiając się już *stricte* na futbolu wskazują na drugą połowę lat osiemdziesiątych, kiedy dochodzi do dwóch stadionowych tragedii: na stadionie w Heysel w 1985 oraz na Hillsborough w 1989 roku. Wydarzenia te wstrząsnęły opinią publiczną stając się symbolicznym początkiem końca „industrialnego futbolu”. Początek nowej, korporacyjnej piłki nożnej wyznaczyły zmiany w legislacji na Wyspach Brytyjskich, a następnie

---

<sup>1</sup> Radosław Kossakowski pracuje na Uniwersytecie Gdańskim. Używam określenia toruńscy, gdyż wszyscy autorzy są absolwentami UMK, a zatem ukształtowani zostali w środowisku toruńskiej socjologii.

w Europie. Antonowicz, Kossakowski i Szlendak (jest to fragment wcześniejszego artykułu autorów: 2011) przekonują, że procesy modernizacji piłki nożnej w postaci modernizacji stadionów i penalizacji specyficznych zachowań stadionowych, dokonywane pod sztandarem bezpieczeństwa, w rzeczywistości utorowały drogę rynkowym zasadom gry. Nowoczesny futbol, na nowoczesnych stadionach, miał stać się rozrywką dla kibiców o zasobnych portfelach, którzy nie szukają swoich tożsamości w sporcie, a traktują go jedynie jako urozmaicenie wieczoru. Ucierpieli na tym tradycyjni, „industrialni” kibice, którzy przez swoje niepoddające się kontroli, spontaniczne zachowania, zostali przyporządkowani do „kategorii aborygenów, których należy podbić, skolonizować i z czasem wyeliminować” (s. 94). Trzeba przyznać, że argumenty autorów za tą tezą są niezwykle przekonujące. Niech za doskonałą egzemplifikację posłuży przytaczany przykład płynący z Anglii – kraju będącego ojczyzną futbolu, a jednocześnie *primus motor* omawianych w książce procesów. W tym państwie obowiązuje bowiem zakaz stania przez kibiców na trybunach. Dotyczy on jednak tylko lig wyższych niż trzecia. Autorzy celnie zauważają, że „tam gdzie piłka nożna nie przybiera skomercjalizowanej formy *modern football*, tam zakres swobód kibicowskich jest znacznie szerszy” (s. 101).

Proces komercjalizacji futbolu, interpretowany jest w książce jako walka klasowa, w której piłka nożna, po czasach industrialnych, kiedy instytucjonalizował się ruch kibicowski, odzyskiwana jest przez klasę średnią lub wyższą. Czytelnika zaznajomionego z historią futbolu na pewno ujmie zgrabne wpisanie roli futbolu w procesie industrializacji z przełomu wieków XIX i XX i związanej z nią masowej migracji ludności wiejskiej do miast i w kategoriach „eliasowskich”, jako „procesu cywilizowania”. Samo zastosowanie koncepcji Norberta Eliasa czy szerzej, tak zwanej „Szkoły Leicester”, nie jest ujęciem nowym, bowiem Radosław Kossakowski zrobił tak w jednym ze swoich artykułów (2015). Niemniej trudno nie przyznać autorom racji, że historia futbolu to historia walki klasowej „outsiderów” z „insiderami”. Początkowo, amatorski futbol został odebrany klasom wyższym, przez szukających rozrywki i zarobku przedstawicieli klas robotniczych. Obecnie proces komercjalizacji sprawia, że futbol wraca do klas wyższych, tam zmieniając jednak swoją rolę, którą autorzy opisują jako platformę „do generowania zysków ekonomicznych, ale i do własnego habitusu” (s. 79). Czytając ten fragment nasuwa się spostrzeżenie, że koncepcja Eliasa jest wręcz uszyta na miarę interpretacji historii futbolu.

A w teście niebanalną rolę w procesie „cywilizowania” odegrały także, a może przede wszystkim, stadiony, bowiem „nowy stadion jest podstawowym i najważniejszym katalizatorem komercjalizacji futbolu” (s. 127). Autorzy podjęli zatem słuszną decyzję, kierując swoje zainteresowanie ku tym obiektom i poświęcając im kolejny rozdział swojej pracy. Tym bardziej że stadiony, jako element przestrzeni społecznej, nie doczekały się znaczącej uwagi badaczy.

W konsekwencji zatem rozdział ten, ale i poprzedzający go artykuł (por. 2014), stanowią znaczący wkład do dorobku polskiej socjologii.

Antonowicz, Kossakowski i Szlendak, prowadząc dalej trop śladem teorii krytycznej, obnażającej hasło modernizacji w imię bezpieczeństwa, argumentują, że za unowocześnianiem aren piłkarskich stał „duch komercyjnych zmian” (s.113), który był kluczem do wymiany strukturalnej na stadionach. Stare obiekty, czyli stadiony dwóch pierwszych generacji, były stadionami „surowymi”, wpisującymi się w komunalny charakter klubów piłkarskich. Priorytetem przy ich budowie było zapewnienie jak największej liczby miejsc. Komfort widzów na tych obiektach nie był zatem najważniejszy. Po przywoływanych wcześniej tragediach na Heysel oraz Hillsborough priorytety te jednak zmieniono. Stadiony nowszych generacji mają zagwarantować „komfort [...] wygodę i możliwie najbogatsze zmysłowe i estetyczne doznania” (s. 115). „Stają się konsumpcyjnymi, multifunkcyjnymi „maszynami do życia”, w których (niemal) wszystkie potrzeby konsumenckie mogą zostać zaspokojone” (s. 119). Autorzy idą jednak za daleko wysuwając tezę, że nowe, „multisensoryczne” stadiony są przestrzeniami, w których mecz przestaje odgrywać centralną rolę: „Widoczna jest w dzisiejszych projektach [...] tendencja do zachęcania ludzi do oglądania meczu przy okazji pobytu na stadionie. Niekoniecznie chodzi o to, żeby na stadion czwartej i piątej generacji szło się celem obejrzenia meczu. Kibic-klient ukierunkowany zostawia w kasach obiektu mniej pieniędzy” (s. 124). Gdyby rzeczywiście głównym celem pójścia na stadion nie było oglądanie meczu, problemy z frekwencją na pięknych, nowoczesnych stadionach w Gdańsku i Wrocławiu w sezonie 2015/2016 należałoby tłumaczyć ich mniejszą atrakcyjnością względem innych stadionów niż dołującą postawą piłkarzy obu zespołów w owym czasie.

Najbardziej uderzające jest jednak opisywane wyrafinowanie stojące za tym procesem. Mając na uwadze makroskalę zjawiska, niezwykle wydaje się świadomość jego złożoności przez zaangażowanych w komercjalizację aktorów. Trzeba przyznać, że metodologiczny pomysł rozmów z architektami okazał się niezwykle trafnym, na pewno w kontekście demaskatorskiej roli książki, a materiał badawczy doskonale obrazuje rolę stadionu jako głównego czynnika, którym wprowadzany jest nowy porządek.

Rozdział na pewno byłby przyjaźniejszy dla czytelnika i bardziej poprawny metodologicznie, gdyby zawarte w nim wypowiedzi pochodzące z wywiadów zostały w systematyczny sposób oznaczone, jak ma to miejsce chociażby w rozdziale szóstym. Oprócz tego, że nie wiadomo momentami, czy obcuje się obecnie z wypowiedzią architekta czy respondenta pełniącego inną rolę, to towarzyszy czytelnikowi wrażenie, że forma tego fragmentu książki przypomina bardziej reportaż dziennikarski. Niemniej wrażenie to jest zacierane przez wysoką wartość merytoryczną rozdziału.

Kolejny, czwarty rozdział, zaburza nieco dynamikę książki. Można przypuszczać, że opowieść o sytuacji kibicowskiej w różnych krajach europejskich ma być spójna z logiczną konstrukcją tomu, zakładającą przejście od ogółu i procesów globalnych do szczegółu, czyli lokalnych kontekstów. Przedstawienie sceny futbolowej w innych zakątkach Europy miałoby zatem dopełnić czytelnikowi obraz oraz poszerzyć perspektywę omawianego problemu. Niemniej czytelnik ma wrażenie, że narracja w rozdziale czwartym traci na dynamice, wytrącając z głównego nurtu wywodu. Być może lepszym rozwiązaniem byłoby umieszczenie tego rozdziału na końcu, przed aneksem metodologicznym. Sama obecność takiej analizy w książce wydaje się jak najbardziej zasadna. Autorzy legitymizują ją postulatami Richarda Giulianottiego, który to odrzuca dominujące u badaczy sportu neomarksistowskie, oparte na determinacji strukturalnej, wyjaśnienia (s. 154) i lokuje się bliżej kulturalizmu, przyjmując ujęcie globalne.

Rozdział ma również inną perspektywę poznawczą, bowiem wiedza o opisywanych krajach czerpana jest głównie ze źródeł zastanych (głównie, gdyż wyjątkiem na pewno jest Holandia oraz w mniejszym stopniu Anglia). Warto o tym wspomnieć, gdyż autorzy, jak już wcześniej zarysowano, nie są przypadkowymi osobami w świecie socjologii sportu i, co równie ważne, są doświadczonymi badaczami tej problematyki z setkami godzin przebytych „w terenie”, zatem polski kontekst znają „od podszewki”.

Wrażenie robi na pewno rozmach źródeł, z jakich czerpano opisując lokalne „koloryty”. Dobór literatury jest bowiem bardzo szeroki i przekrojowy. Rozdział w sposób znaczący wzbogaca wiedzę czytelnika, zwłaszcza że do tej pory nie pokuszono się o przeniesienie socjologicznych analiz lokalnych kultur kibicowskich z innych krajów do polskiego dyskursu. Wyjątkiem są tu Wyspy Brytyjskie oraz artykuł będący podsumowaniem badań autorów w Holandii.

W omawianym fragmencie tomu pada także sformułowanie, które uważam za bardzo istotne: „Klub jest oczywiście punktem odniesienia dla tożsamości hardkorowych kibiców, szczególnie w czasach niestabilności aksjologicznej i tożsamościowej, z jaką dzisiaj borykają się niemal wszyscy w euroamerykańskim kręgu kulturowym. Problem w tym, że czynniki rynkowe, które w głównej mierze decydują o wspomnianej niestabilności, głośno pukają do bram klubów – które przynajmniej w świadomości fanów – są gwarantami stabilnej tożsamości lokalnej czy indywidualnej” (s. 157). Istotne, po pierwsze, gdyż jest doskonałą ilustracją wagi podejmowanego w książce problemu, po drugie, ponieważ w pewien sposób, traktując ten fragment w kategoriach weberowskich, jest on swoistą „spowiedzią” autorów ze swojego stanowiska wobec omawianego problemu.

Jest to o tyle ważne, że w piątym rozdziale podejmowana jest analiza zjawiska komercjalizacji futbolu w kontekście polskim. A obraz polskiej piłki to

„kapitalizm zaściankowy, charakterystyczny dla sportowych peryferi(i)” (s. 217). Obraz ten malowany jest przez nazwy klubów rodem z supermarketów, giełdę licencji na start w rozgrywkach, obecne jeszcze w XXI wieku zjawisko korupcji oraz zasiadających na polskich stadionach kibiców w koszulkach globalnych przedsiębiorstw piłkarskich (np. kibiców w koszulkach Realu Madryt na meczach Wisły Płock). Pejzażu dopełnia słabość rządu, naginającego prawo do woli UEFA, czyli organizatora Mistrzostw Europy w piłkę nożną, przeciętny poziom Ekstraklasy, czyli flagowych rozgrywek piłkarskich, oraz „charakterystyczna dla skomercjalizowanego modern football tyrania bezpieczeństwa” (s. 227). W konsekwencji zatem frekwencja na polskich stadionach jest niska, a futbol to „sport telewizyjny”. Głównym atrakтором stają się wspólnoty kibiców, tworzące spektakularne performanse w postaci chóralnych śpiewów oraz widowiskowych opraw, „stanowią(c) [...] atrakcję dla innych kibiców w obliczu niedomiaru atrakcji płynących z boiska” (s. 225).

Autorzy malują obraz polskiego futbolu bardzo starannie, nie pomijając żadnej istotnej kwestii. Mankamentem pracy są jednak pojawiające się w analizie generalizacje stosowane do opisu przemian świata kibiców. Analizę oparto bowiem na dychotomii klasowej: klasa średnia – klasa ludyczna/robotnicza. W książce jest to wyrażane przez utożsamianie kibiców „industrialnych” czy „hardkorowych”, jak nazywają ich autorzy, z klasą robotniczą/ludyczną.

Takie podejście swoje natężenie znajduje w omawianym rozdziale, ale obecne jest także w innych częściach tomu. Dla przykładu w rozdziale trzecim autorzy piszą, że „tradycyjni fani futbolu nie rekrutują się bynajmniej ze środka struktury społecznej” (s. 130). Czytając poprzednie prace autorów założyc można, że ta generalizacja jest jedynie figurą, mającą czytelnikowi ułatwić zrozumienie opisywanej zmiany, nie zaś percepcją rzeczywistości. Niemniej, sceny kibicowskiej w Polsce nie należałoby opisywać jako starcia klas na stadionach, a raczej jako starcia kultur klasowych. Tak przynajmniej rozumiem zastosowaną wcześniej koncepcję „insiderów/outsiderów” Eliasa oraz analizę klasową, zastosowaną w artykule autorów z 2011 roku. Dominująca obecnie na stadionach futbolowa kultura industrialna, widoczna w postawach kibiców fanatycznych, którzy wbrew temu co piszą autorzy, też rekrutują się z klasy średniej, powstała w wyniku zmiany społecznej, jaką był proces industrializacji. Kultura ta, oparta na durkheimowskiej solidarności mechanicznej i wartościach komunalnych (o czym zresztą autorzy piszą w artykule, por. 2011) ściera się z zatomizowaną kulturą konsumpcji, reprezentowaną przez beneficjentów obecnego systemu, których utożsamia się z klasą średnią. Te kultury oczywiście swoje źródła odnajdują w dominujących w danym czasie klasach, jednak nieprawdą jest, że skupiają wyłącznie przedstawicieli jednej z nich. Dlatego też uważam, że bardziej precyzyjną dychotomią w tym wypadku jest mówienie o kulturze klasy robotniczej, charakterystycznej dla kibiców fanatycznych,



oraz o kulturze (nowej) klasy średniej, charakterystycznej dla kibiców nastawionych na chwilową konsumpcję. Nie oznacza to bynajmniej, że kultury te są homogeniczne klasowo.

W ostatnim rozdziale merytorycznym książki autorzy oddają głos kibicom. Celem takiego zabiegu jest uchwycenie postaw fanów wobec nowej, urynkowanej rzeczywistości. Opierając się na dwóch *case studies* z różnych lokalnych kontekstów kulturowych: polski – Lechia Gdańsk, oraz holenderski – Twente Enschede, udaje się badaczom taką postawę uchwycić. Scharakteryzować ją można jako zrozumienie rynkowych reguł gry i jako akceptację komercjalizacji pewnych stref klubowych w imię jego dobra. Innymi słowy, kibice akceptują ingerencję rynku, która jest niezbędna dla trwałości klubu w nowej rzeczywistości, „dopóki nie wchodzi w grę radykalna transformacja „sakralnej”, istotnej dla nich „treści”, np. nazwy klubu” (s. 274). Rozdział ten jest doskonałym dopełnieniem książki. Co więcej, po raz kolejny niezwykle uderzająca jest świadomość opisywanych procesów przez biorących w nich udział aktorów. Kibice, podobnie jak architekci i osoby odpowiedzialne za zarządzenie w sporcie, wykazują się bowiem niezwykłą refleksyjnością i przyjmowaniem, wynikających z niej odpowiednich strategii.

Na koniec warto także odnieść się do kwestii podniesionej przez autorów w zakończeniu, a mianowicie do zaproponowanej trzeciej kategorii analitycznej, roboczo nazwanej „normalsami”. Kategoria „normalsów” opisywana jest jako osoby, „które żyć chcą sobie samodzielnie i na własnych warunkach skalować i dozować wynikające z kibicowania przyjemności” (s. 279). „Nie są „ani „industrialni” w swych zachowaniach, ani nazbyt „konsumpcyjni” w swej pogoni za zwycięstwami i piękną formą” (s. 280). Mając na uwadze, że stworzona przez autorów dychotomia dotyczy skrajnych postaw wobec zjawiska postępującej komercjalizacji futbolu, wyróżnikiem „normalsów” byłaby zatem indyferentna postawa wobec tego procesu. W takim przypadku trudno mówić tu o ich „normalności”, bowiem w tym odniesieniu pozostałe dwie postawy jawią się jako „nienormalne”. Dodatkowo wydaje się, że jednak w rzeczywistości stadionowej trudno byłoby odnaleźć tę kategorię kibiców, ponieważ proces komercjalizacji futbolu jest silnie zakotwiczony w świadomości społecznej i osoby indyferentne wobec niego raczej klasyfikowałyby się po stronie konsumentów wrażeń sportowych (tak jak przytoczony przez autorów przykład „normalsa”).

Kontynuując wątek kategorii kibiców, warto na koniec zwrócić uwagę, że w książce brakuje spójnej terminologii dla najbardziej fanatycznych kibiców, których autorzy nazywają – „hardkorowymi”, „industrialnymi”, „fanatycznymi” oraz „zaangażowanymi”. Uważam jednak, że nie jest to znaczące niedopatrzenie, ponieważ nazwy te dominują w dyskursie socjologii sportu i są intuicyjnie zrozumiałe, niemniej dla uporządkowania tegoż dyskursu dobrze by było wybrać jedno z tych określeń i konsekwentnie je stosować.

## Podsumowanie

Książkę oceniam jako bardzo dobrą, wręcz najlepszą do tej pory polską, socjologiczną pozycję poświęconą przemianom we współczesnym sporcie i kulturze kibicowania. Autorzy trzymając się nurtu teorii krytycznej i analizy klasowej, opuszczając czasem wskazany kurs i wyprawiając się po narzędzia analityczne do teorii kulturowych, stworzyli uporządkowany obraz przemian i bieżącego pejzażu polskiego futbolu i jego fanów.

Recenzowany tom wnosi dyskurs polskiej socjologii sportu na międzynarodowy poziom, w związku z czym recenzent wiąże nadzieje na wzmocnienie pozycji tej subdyscypliny w kraju. Jednocześnie mając na uwadze znaczenie tego wydawnictwa recenzent pozwolił sobie na zastosowanie się do mertonowskiego, krytycznego modelu nauki i wskazanie obszarów książki, które należy poddać głębszej dyskusji. A trzeba przyznać, że obok opisywanych przez autorów zjawisk nie da się przejść obojętnie, wobec czego lektura „Aborygenów” powinna znaleźć się na liście każdego, polskiego socjologa.

## Literatura

- Antonowicz, Dominik. 2005. *Szaliki i kaptury*. „Kultura współczesna” 3: 167–180.
- Antonowicz, Dominik i Łukasz Wrzesiński. 2009. *Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii*. „Studia Socjologiczne” 1: 115–142.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2011. *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne” 3: 113–139.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2012a. *Piłkarz jako marka i peryferyjny kibic jako Aborygen. O wybranych społecznych konsekwencjach komercjalizacji sportu*. „Kultura i Społeczeństwo” 3: 3–26.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2012b. *Duszący dym odpalonych rac. O wyzwaniach w etnografii subkultury kibiców piłkarskich*. „Przegląd Socjologii Jakościowej” 3: 6–29.
- Babik, Marek. 2010. *Szkoła wobec subkultury pseudokibiców*. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Dudała, Jerzy. 2004. *Fani-chuligani: rzecz o polskich kibolach: studium socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Giulianotti, Richard. 2002. *Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs A Taxonomy of Spectator Identities in Football*. „Journal of Sport & Social Issues” 1: 25–46.
- Giulianotti, Richard. 2004. *The Globalization of Football: A Study in the Glocalization of ‘Serious Life’*. „The British Journal of Sociology” 4: 545–568.
- Kossakowski, Radosław. 2014. *Performans na trybunach. O kulturowo-dramaturgicznym aspekcie kibicowania*. „Studia Humanistyczne AGH” 1: 9–27.

- Kossakowski, Radosław. 2015. *Chuligaństwo czy figuracja w procesie cywilizowania? Recepcja Szkoły Leicester a świat polskich kibiców piłkarskich*. „Kultura i Społeczeństwo” 1: 159–180.
- Kossakowski, Radosław, Tomasz Szlendak i Dominik Antonowicz. 2012. *Piłka nożna w uścisku rynku? Społeczne konsekwencje komercjalizacji futbolu w narracjach kibiców Lechii Gdańsk i FC Twente*. „Kultura i Edukacja” 3: 216–242.
- Kossakowski, Radosław, Krzysztof Stachura, Anna Strzałkowska i Magdalena Żadkowska (red.). 2013. *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior.
- Kossakowski, Radosław, Jakub Kurowski i Jakub Nowakowski (red.). 2015. *Modern futbol a świat kibiców. Interdyscyplinarne studia nad kulturą futbolu*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Piotrowski, Przemysław. 2012. *Chuligani a kultura futbolu w Polsce*. Warszawa: WN PWN.
- Sahaj, Tomasz. 2007. *Fani futbolowi: historyczno-społeczne studium zjawiska kibicowania*. Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego.
- Sahaj, Tomasz. 2011. *Od fana do chuligana: kibicowanie w sporcie współczesnym*. Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego.
- Szendak, Tomasz, Radosław Kossakowski, Dominik Antonowicz i Maria Sipińska-Małaszyńska. 2014. *Stadiony piątej generacji jako „maszyny do życia”*. „Prakseologia” 155: 229–257.
- Williams, John. 2006. *‘Protect Me From What I Want’: Football Fandom, Celebrity Cultures and ‘New’ Football in England*. „Soccer and Society” 7/2006: 96–114.
- Woźniak, Wojciech. 2013. *O użyteczności koncepcji paniki moralnej jako ramy analitycznej w badaniach przemocy około futbolowej*. W: R. Kossakowski, K. Stachura, A. Strzałkowska i M. Żadkowska (red.). *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior.