

Maciej Soliński*

PIKNICY, ULTRASI I CHULIGANI – WEWNĘTRZNE ZRÓŻNICOWANIE GRUPY SUBKULTUROWEJ KIBICÓW PIŁKARSKICH W POLSCE

Kibicowanie to nie tylko bierne przyglądanie się grze piłkarzy – to także dopingowanie, chęć przebywania w grupie ludzi podobnych do siebie czy uczestnictwo w awanturach. Jak różni są ludzie, tak różne będą ich zainteresowania. Kibiców podzieliłem na trzy kategorie. Każda z nich odznacza się cechami charakterystycznymi, które wyodrębniły się po przeanalizowaniu 15 wywiadów, przeprowadzonych na przełomie marca i kwietnia 2005 roku z kibicami krakowskich klubów – Cracovii, Hutnika i Wisły.

Z dotarciem do kibiców nie było problemu, już wcześniej bowiem skontaktowałem się z paroma z nich, a potem oni polecieli mi swoich znajomych – jest to tzw. metoda „śnieżnej kuli” (*snowball sampling*), czyli „nieprobabilistyczna technika doboru, uważana przez niektórych za formę doboru przypadkowego”¹. Ważną funkcję w moich badaniach pełniła obserwacja uczestnicząca, czyli „bezpośrednie uczestniczenie w życiu obserwowanych osób [kibiców piłkarskich – przyp. M.S.] pozwala na poznanie ich języka, nawyków, wzorów pracy, sposobów spędzania wolnego czasu i innych aspektów ich codziennego życia. W każdej z takich sytuacji badacz może się pojawić w roli obserwatora w pełni uczestniczącego lub uczestnika jako obserwatora”².

Wybrałem tę technikę ze względu na specyfikę grupy subkulturowej. Subkultura, według Piotra Sztompki, to „odrębność sposobu życia mniejszych zbiorowości mieszczących się w zasięgu uznanej przez ich członków kultury szerszej, nadrzędnej”³. Przez Władysława Kopalinińskiego definiowana jest jako „wytworzona w obrębie jakiejś kultury, różniąca się od niej podkultura, zwłaszcza pielęgnująca te właśnie elementy kulturowe, które uważane są (jeszcze) przez większość za mniej wartościowe”⁴. Jednak najbardziej znanym sposobem postrzegania subkultury jest uznanie jej za grupę różniącą się w pewien sposób

* Wydział Nauk Społecznych Stosowanych, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, maciejsolinski@wp.pl.

¹ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2003, s. 205.

² Ch. Frankfort-Nachmias i D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań 2001, s. 300.

³ P. Sztompka, *Socjologia*, Kraków 2002, s. 256.

⁴ W. Kopaliniński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa 1990, s. 485.

od kultury dominującej w danym społeczeństwie w zakresie pewnych wartości, poglądów i norm postępowania⁵, która jest przedmiotem moich badań, a ma to do siebie, że nie zawsze jest skłonna do przekazywania wszystkich informacji, między innymi z obawy przed organami ścigania.

W niniejszym opracowaniu istotną funkcję pełniła analiza treści, która polega na badaniu zarejestrowanych ludzkich przekazów. Do form przekazu odpowiednich do takiego badania należą: książki, wiersze, gazety, strony internetowe, piosenki, obrazy, przemówienia, listy, listy elektroniczne, wiadomości na tablicach informacyjnych w internecie, prawa i konstytucje, podobnie jak części, z których się one składają lub złożone z nich zbiory⁶.

Uzupełnieniem wiedzy na temat grupy subkulturowej kibiców piłkarskich były między innymi książki Romana Zielińskiego *Pamiętnik kibica*⁷ oraz *Liga chuliganów*⁸, Radosława Kowalskiego *Potomkowie Hooligana. Szalikowcy*⁹, Jerzego Dudały *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach*¹⁰, Przemysława Piotrowskiego – *Szalikowcy: o zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych*¹¹ oraz *Subkultury młodzieżowe – aspekty psychospołeczne*¹², a także strony (fora) internetowe, gdzie kibice mogą się swobodnie wypowiedzieć, na przykład po meczu czy po awanturze (w szczególności korzystałem ze stron www.cracovia.krakow.pl, www.hutnik.krakow.pl oraz www.wislalive.com), a także ziny, czyli gazetki wydawane przez fanów, w których zamieszczane są opisy meczów widziane ich oczyma.

Uważam, że właściwe zrozumienie zachowania kibiców stanowi, zwłaszcza w obecnych czasach, istotny problem. Mam nadzieję, że mój artykuł przyczyni się do tego. Jak dotąd, brakuje publikacji dotyczących zachowania oraz charakterystycznych cech poszczególnych grup kibiców. Takie rozróżnienie uważam za konieczne, mając na uwadze zmiany zachodzące wewnątrz grupy subkulturowej kibiców piłkarskich w Polsce.

Obecnie w Polsce można wyróżnić trzy podstawowe grupy kibiców piłkarskich. Moim zamiarem będzie przedstawienie jak najdokładniejszej charakterystyki każdej z nich. Nie należy przesadnie generalizować, jednak uważam, że w tym momencie w Polsce bardzo łatwo jest wskazać, kto jest piknikiem czy ultrasem, a kto chuliganem. Dla mnie wyznacznikiem przynależności jest przede wszystkim zachowanie kibica, jego skłonności do agresji, stosunek do innych kibiców, ale również ubiór, słownictwo, zainteresowanie futbolem, stosunek do swojej drużyny oraz jej znajomość. Dzięki temu klasyfikacja, którą zaproponowałem na początku, staje się bardziej przystająca do rzeczywistości.

Jeszcze parę lat temu nie było takich podziałów. Wszyscy kibice reagowali na wydarzenia boiskowe bardzo podobnie. Według J. Dudały kibic to „osoba, interesująca się sportem, uczestnicząca w kulturalny sposób w widowiskach sportowych i często sympaty-

⁵ P. Piotrowski, *Subkultury młodzieżowe – aspekty psychospołeczne*, Warszawa 2003, s. 9.

⁶ E. Babbie, *op. cit.*, s. 342.

⁷ R. Zieliński, *Pamiętnik kibica*, Wrocław 1996.

⁸ *Idem*, *Liga chuliganów*, Wrocław 1997.

⁹ R. Kowalski, *Potomkowie Hooligana. Szalikowcy*, Toruń 2000.

¹⁰ J. Dublata, *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach*, Warszawa 2004.

¹¹ R. Piotrowski, *Szalikowcy. O zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych*, Toruń 2000, s. 51–52.

¹² *Idem*, *Subkultury młodzieżowe – aspekty psychospołeczne, op. cit.*

zująca z daną drużyną”, natomiast pseudokibic to agresor, czyli „osoba wywołująca awantury przy okazji widowiska sportowego i uczestnicząca w tychże awanturach z pogwałceniem przyjętych norm społecznych i prawnych”¹³.

Zdaniem R. Kowalskiego kibice „to przede wszystkim ludzie młodzi. W czasie meczu ich sympatia dla zespołu przejawia się w chóralnych śpiewach na jego cześć. Dla szalikowca konkurencyjna drużyna wraz z jej kibicami jest wrogiem, przedmiotem skandowanych inwektyw i wulgarnych przyśpiewek”¹⁴. Jedyne najbardziej agresywni byli bardziej widoczni, nazywano ich różnie, na przykład „animalsi”, „bojówkarze”, „szalikowcy”, „bandyci”, „chuligani” czy „ultrasi”. Obecnie to ostatnie określenie znaczy zupełnie co innego, niż przedtem. „Ultras” wywodzi się od łacińskiego słowa *ultra*, co znaczy „skrajny”. Tym mianem, na przykład w Europie Zachodniej określani są najbardziej zagorzali kibice, w tym także chuligani.

W latach 90. w Polsce było podobnie. Pojawiały się koszulki, szaliki a nawet flagi z tym słowem. Trudno dokładnie stwierdzić, jak jego znaczenie ewoluowało w naszym kraju. Na podstawie moich wieloletnich obserwacji uważam, że przesunięcie znaczenia nastąpiło w roku 2000. Obecnie ultrasem w Polsce nazwiemy kogoś, kto niekoniecznie musi brać udział w zamieszkach na stadionie (co przed 2000 rokiem było obowiązkiem każdego ultrasa). Dziś jest to osoba, która organizuje pokazy fajerwerków, pasów materiałów, kartoników w barwach klubowych. Jeśli chce, bierze udział w zamieszkach, jednak nie jest to jej obowiązkiem (w odróżnieniu od dzisiejszego chuligana). O ultrasach mówi się w różny sposób, na przykład „człowiek od odpalania rac” (ze względu na prezentację między innymi takich środków pirotechnicznych), czy „ktoś od machania balonem” (także używanym w czasie meczu).

W niektórych pracach, artykułach czy opracowaniach traktujących o kibicach, można natrafić na wiele różnych klasyfikacji. Np. według Kowalskiego kibice dzielą się na animalsów, zadymiarzy, *official hooligans*, ultrasów, szalikowców, kibiców oraz fanatyków¹⁵. Obecnie jednak w „zinach” kibiców występuje podział na trzy grupy kibiców.

Postaram się scharakteryzować te trzy grupy kibiców, opierając się na wywiadach, które przeprowadziłem na przełomie marca i kwietnia 2005 roku z kibicami Cracovii, Hutnika i Wisły, a także bazując na obserwacjach sceny kibicowskiej, nie tylko z tego sezonu, ale mniej więcej od 2000 roku.

1. CHARAKTERYSTYKA PIKNIKÓW

Nazwa wzięła się z tego, że są to ludzie, dla których najważniejsze jest obejrzenie meczu, nieinteresujący się kibicowaniem, tak jak ultrasi czy chuligani, lecz chodzący na mecze dla samego widowiska sportowego; dla nich sam mecz jest tylko piknikiem. Aby nim

¹³ J. Dudała, *op. cit.*, s. 29–30.

¹⁴ R. Kowalski, *op. cit.*, s. 25–26.

¹⁵ *Ibidem*, s. 32–46.

nie był, ultrasi dbają o choreografię (zwaną pokazem *ultras*), chuligani dbają o swoje sprawy (chęć dostania się do wrogich kibiców), natomiast piknik nie dba o nic, przychodzi na mecz po to, by zobaczyć bramki swojej drużyny. Po końcowym gwizdku (a czasem nawet przed) wychodzi ze stadionu i wraca do rzeczywistości. Obowiązują jeszcze inne określenia piknika, takie jak: telewizor, sezonowiec czy statysta. Jednak w moim opracowaniu będę się posługiwał tylko nazwą piknik, ponieważ jest ona najbardziej popularna.

1.1. UBIÓR

Trudno wskazać, czym wyróżnia się piknik, bo nie ma charakterystycznego ubioru. Jak wspominałem wcześniej, mecz jest dla niego wydarzeniem samym w sobie, mało ważna jest jego otoczka (w szerokim rozumieniu). Czasami ma szal drużyny, której kibicuje, czy też koszulkę z jej herbem (nazwą).

1.2. SŁOWNICTWO

Piknik zna terminy związane z piłką nożną. Podczas meczu wymienia uwagi z innymi mu podobnymi. Często używa słów powszechnie uważanych za wulgarne, kieruje je nie tylko do zawodników drużyny przeciwnej czy sędziów, ale nawet do graczy drużyny, której kibicuje.

1.3. ZAINTERESOWANIE FUTBOLEM

Jest on pasjonatem piłki nożnej. Bardzo często zbiera wycinki z gazet o meczach, o drużynach, tabele wyników i tym podobne. Śledzi także sytuację innych drużyn – kontuzje, kartki, pauzowanie zawodników i tym podobne. Bardzo dobrze zna zasady gry w piłkę, co wykorzystuje, wytykając błędy sędziom, a nawet trenerowi.

1.4. ZNAJOMOŚĆ SWOJEJ DRUŻYNY I STOSUNEK DO NIEJ

Bardzo interesują go losy drużyny. Jednak często, kiedy zespół przegrywa mecze, odwraca się od niego – nie przychodzi na następny mecz. Rzadziej zmienia obiekt kibicowania (dzieje się tak przeważnie w miastach, gdzie jest więcej niż jeden klub na wysokim poziomie piłkarskim). Piknicy stanowią największy procent kibiców, którzy po porażkach drużyny przestają przychodzić na mecze. Z tego względu kluby, które zdobywają seryjnie tytuły mistrza Polski, mają bardzo wysoką frekwencję, a zespoły, którym się nie wiedzie, grają przy pustych trybunach.

Piknik bardzo dobrze zna swój zespół, klub któremu kibicuje. Potrafi opowiedzieć jego historię, najważniejsze momenty. Śledzi sytuację kadrową, kontuzje, formę piłkarzy (nie tylko swojej drużyny).

1.5. ZACHOWANIE I POZIOM AGRESJI PIKNIKÓW

Przed meczem piknik bardzo wnikliwie śledzi sytuację zarówno swojej, jak i przeciwnej drużyny. Czyta gazety sportowe, ogląda programy o tej tematyce. Przed samym meczem wzrasta u niego poziom podekscytowania, co nie ma nic wspólnego z agresją, po prostu jest ciekaw, czy jego drużyna zdoła wygrać.

W trakcie meczu z zacięciem śledzi sytuację na boisku. Bardzo często komentuje grę piłkarzy obu drużyn. Nierzadko są to niewybredne opinie na temat tego, co się dzieje na murawie. Nierzadko obiektami wyzwisk są arbitrzy – podważany jest ich profesjonalizm, a także oskarżani są o faworyzowanie drużyny przeciwnej czy wręcz o korupcję.

Po meczu, w zależności od poziomu gry, a przede wszystkim od rezultatu meczu, piknik oklaskuje lub wyraża dezaprobatę (gwizdże, obraża, pospiesznie opuszcza stadion). Jednak bez względu na wszystko, spokojnie kieruje swe kroki do domu. Nazajutrz kupuje gazety, gdzie z zacięciem czyta opinie o grze swojej drużyny, a także poznaje rezultaty innych spotkań.

Piknik jest spokojnym człowiekiem. Reaguje tylko na sytuację na boisku, na przykład przy przegranej poprzez głośne wyrażanie dezaprobaty, gwizdanie, obrażanie sędziego, obcych lub nawet swoich (!) graczy. W czasie meczu, czasami wzrasta u niego poziom agresji, ale ogranicza się tylko do niewybrednych opinii.

1.6. PRZYNALEŻNOŚĆ DO ORGANIZACJI SKUPIAJĄCEJ KIBICÓW

Piknik często należy do organizacji skupiającej kibiców – jest to na przykład klub kibica – należą do niego bardzo spokojni fani. Organizacja składa się wyłącznie z pikników. Niekiedy należy do stowarzyszenia kibiców, którzy chcą pomóc swojemu klubowi. Do tej organizacji należą przede wszystkim spokojni fani, jednak coraz częściej skupia ona także pozostałe kategorie kibiców. Niekiedy, jak w wypadku Lecha Poznań, to kibice ze stowarzyszenia zarządzają klubem i pełnią funkcje prezesów.

1.7. STOSUNEK DO POZOSTAŁYCH KATEGORII KIBICÓW

Piknik nie chce nikomu przeszkadzać; uważa, że inni mają prawo do tego, by wyrażać swą miłość do klubu w różny sposób. Z jednej strony potępia chuligaństwo, ale z drugiej strony uważa nawet chuliganów za pełnoprawnych. Wymaga od innych szacunku, jest przeciwny agresji fizycznej.

1.8. UDANY MECZ W OPINII PIKNIKA

Oto opinia Rocky'ego, 19-letniego ucznia, kibica Cracovii: „udany mecz jest wtedy, kiedy Cracovia wygrywa”. Wypowiedź Majkasa, 26-letniego kibica Hutnika Kraków: „doping, oprawa, wygrana piłkarzy”. Piknik, jak już wspomniałem, interesuje się piłką nożną jako sportem, bardzo rzadko śledzi dokonania kibiców tego samego klubu, ale jeśli już, to tylko pod względem dopingu czy oprawy (a więc ultrasów). Ten sam Majkas powiedział „najbardziej cieszę się z wygranej drużyny, bo to ona jest dla mnie najważniejsza”.

Dla piknika priorytetem jest drużyna. Nie ma dla niego znaczenia, czy będzie ładna prezentacja ultrasów, czy chuligani zbijają wrogich kibiców – wszystko to się nie liczy, jeśli jego piłkarze nie wygrali.

1.9. CO WAŻNEGO ROBI PIKNIK DLA SWOJEGO KLUBU?

Piknik przede wszystkim płaci za bilet. Biorąc pod uwagę to, że piknicy są najliczniejszą grupą kibiców na meczu, można powiedzieć, że w pewnym sensie finansują utrzymanie klubu. Frekwencja ma olbrzymie znaczenie nie tylko ze względu na pieniądze pochodzące z biletów. Sami piłkarze, w wywiadach, podkreślają, że lepiej im się gra przy pełnych trybunach. Jednak po chwili dodają, że trybuny muszą żyć, a nie tylko być biernymi obserwatorami ich gry.

Piknicy bardzo chętnie korzystają z różnych usług proponowanych przez klub na jego terenie czy w sąsiedztwie. Dokonują zakupów różnych pamiątek związanych z klubem, kupują jedzenie. Są więc dosyć pokaźnym źródłem dochodów dla polskich klubów, które liczą się z każdą złotówką.

2. CHARAKTERYSTYKA ULTRASÓW

2.1. UBIÓR

Ultrasi to przeważnie ludzie młodzi, a więc w większości ubrani modnie. Oprócz tego mają szaliki, koszulki czy czapki – obowiązkowo w barwach swojego klubu i z napisem informującym komu kibicują. Swoim ubiorem wyróżniają się spośród wszystkich kibiców.

2.2. SŁOWNICTWO

Ultras zna specyficzne słowa związane z tym, co robi. Co znaczy „racowisko”, „transy”, „piro”, „oprawa”, „strobo” czy „ogień wrocławskie”, nie wiedzą wszyscy kibice. Na meczu nie ma czasu na rozmowy, bowiem ultras zajęty jest dopingowaniem (bardzo głośnym) swojej drużyny – na tym się skupia, oprócz przygotowania pokazów. A oto znaczenie słów, którymi posługuje się ultras:

Race są to środki pirotechniczne, używane często przez ultrasów. Ich cena waha się od 10 do 20 zł – w zależności od jakości, długości palenia się, a także koloru. Najpopularniejsze są race czerwone. Swego czasu trwały wyścigi na liczbę odpalonych rac – rekordową (ponad 300) odpalili kibice Lecha Poznań (taki pokaz nazywany jest potocznie racowiskiem). Niekiedy race są używane w innym celu. Zdarza się, że to chuligani zakupują parę takich środków pirotechnicznych i używają ich do obrzucania sektorów zajmowanych przez wrogich kibiców. Bardzo często race służą do uczczenia pamięci zmarłej osoby, szczególnie ważnej dla kibiców danego klubu – wtedy grupa fanatyków odpala je ułożone w kształcie krzyża – co ma symbolizować oddanie hołdu zmarłemu. Inna nazwa, która jest używana w odniesieniu do *rac* to *flary*.

Transy, czyli transparenty jest to nazwa używana do określenia dwóch rzeczy. Po pierwsze są to małe flagi, które są zawieszane pomiędzy dwoma patykami, trzymane przez jedną osobę. Poszczególne grupy *ultras* mają od kilkunastu do kilkuset takich transów. Są to także flagi czy duże kawałki materiału służące do manifestowania swojej opinii, na których malowane są różne hasła mające na celu zwrócenie uwagi publiczności na pewien problem (na przykład związany z brakiem profesjonalizmu piłkarzy, działaniami policji,

poczynaniami klubu utrudniającymi – w mniemaniu kibiców – działalność fanów i tak dalej)). Często hasła te są potem cytowane w gazetach ze względu na swój dowcipny charakter i śmieszny wydźwięk. Im bardziej oryginalne hasło, tym większe zainteresowanie i szum medialny wokół niego.

Piro – słowo pochodzące od wyrazu pirotechnika. Jest to ogół środków, które są bardzo efektowne i przyciągają uwagę wszystkich kibiców i mediów.

Oprawa jest to (w pewnym sensie) przedstawienie. Zwykle składa się z pasów materiału, kartonów, balonów w barwach klubowych. Im bardziej urozmaicona – tym więcej pochwał spada na grupę, która ją zorganizowała. Polscy ultrasi wzorują się w tym na Francuzach, Włochach, Szwedach i Niemcach. Najlepsi w tej dziedzinie w naszym kraju są ultrasi Legii Warszawa, Wisły Kraków, Lecha Poznań, Widzewa Łódź, Jagiellonii Białostok a także GKS-u Katowice.

Młyn – miejsce na stadionie, gdzie doping trwa przez cały mecz. Naturalne miejsce ultrasów. Najliczniejsze młyny w Polsce liczą nawet po kilka tysięcy osób, te najmniej liczne nawet po kilka czy kilkanaście.

Strobo – skrót od słowa „stroboskop”. Jest to rodzaj środków pirotechnicznych, służących do odpalania podczas oprawy; nazwa pochodzi od urządzenia oświetlającego błyskami przedmiot lub człowieka w ruchu. Jest on od niedawna obecny na rynku polskim, dlatego bardzo często używa się go na wszelkich pokazach – prezentacjach wielu grup ultras, czyli nieformalnych organizacjach skupiających ultrasów.

Ognie wrocławskie – także niedawno zostały wprowadzone na nasz rynek, są do tego dosyć tanie, bo kosztują 5 zł za sztukę.

Fana. Jest to popularna nazwa dla flagi, wzięła się z języka niemieckiego. Początkowo używana była tylko i wyłącznie przez kibiców pochodzących z Górnego Śląska, jednak obecnie można ją spotkać niemal we wszystkich opisach działalności grup kibicowskich w Polsce.

Vlepki – są to naklejki, które kibice projektują i zamawiają w drukarniach. Przyjmują różną formę – w zależności od talentu projektanta oraz możliwości finansowych grupy, która je zamawia. Oprócz nazwy klubu, można znaleźć na nich także motywy z reklam, seriali, filmów, bajek a także przysłowia, powiedzonka itp. Ich kolportażem zajmują się grupy ultras. Obecnie cieszą się bardzo wielkim zainteresowaniem – nakłady sięgają od 10 000 do 150 000 sztuk jednej wydanej serii.

Gadżety jest to ogólna nazwa wszystkich przedmiotów związanych z klubem, które sprzedają ultrasi. Są to między innymi: koszulki, szaliki, czapki, chusty, bluzy, kurtki, a także kubki, długopisy, zapalniczki, otwieracze, widokówki i wiele innych. Dzięki ich sprzedaży, grupy ultras mają pieniądze na zakup kolejnych środków służących podczas oprawy meczów.

2.3. ZAINTERESOWANIE FUTBOLEM

Ultras bardzo często interesuje się piłką nożną, jednak dla niego najważniejsze jest to, by dobrze dopingować i aby to, co przygotował na mecz, wypadło jak najlepiej. Przeważnie zbiera wycinki z gazet dotyczące meczów, ale tylko związane z tym, co robi, czyli z działalnością ultrasowską.

2.4. ZNAJOMOŚĆ SWOJEJ DRUŻYNY I STOSUNEK DO NIEJ

Ultrasi są bardzo przywiązani do klubu, barw, historii. Z tego względu są z drużyną na dobre i złe – nawet, kiedy nie odnosi sukcesów. Bardzo rzadko odwracają się od drużyny – powodem tego jest na przykład utrudnianie odpalania pirotechniki przez klub lub zachowanie piłkarzy (posądzanie o sprzedawanie meczu, małe zaangażowanie i tym podobne). Jednak są to wyjątkowe sytuacje.

Różnie bywa ze znajomością drużyny – przeważnie średnio ją znają – bardziej liczy się dla nich sam klub, a nie poszczególni piłkarze. Natomiast potrafią opowiedzieć historię swojego klubu, a także najważniejsze momenty w działalności kibiców, nawet sprzed kilkadziesiąt lat.

2.5. ZACHOWANIE I POZIOM AGRESJI U ULTRASA

Przed meczem zadaniem ultrasa jest przede wszystkim głośne dopingowanie piłkarzy, a także organizowanie różnorodnych opraw. Z tego względu, swój czas przed meczem, poświęca on na obmyślanie skomplikowanych pokazów. Parę tygodni przed zawodami zamawia pirotechnikę, wykonuje różne prace mające na celu przygotowanie do oprawy. Przed samym meczem spotyka się z kolegami z grupy ultras, aby ustalić ostateczne plany, a także wnieść i rozwiesić flagi klubowe. Potem pozostaje mu już tylko przygotowanie materiałów potrzebnych do oprawy i oczekiwanie na wyjście zawodników. Prawdziwy ultras jest bowiem przygotowany na dopingowanie swojej drużyny nawet podczas rozgrzewki piłkarzy w celu pokazania graczom swojego oddania.

W trakcie meczu po pierwszym gwizdku sędziego rozpoczyna się prawdziwe przedstawienie na trybunach. Rozpoczyna się choreografia, która może składać się z pirotechniki lub innych materiałów (na przykład kartonów, balonów, pasów materiałów, konfetti, serpentyn – wszystko obowiązkowo w barwach ukochanego klubu). Do tego bardzo chętnie dopinguje drużynę, nawet wtedy, kiedy sytuacja na boisku nie jest zbyt dobra (a właściwie przede wszystkim w takich trudnych dla zespołu chwilach). Żywo reaguje na wydarzenia na boisku, dlatego pomimo wcześniejszych planów, po, na przykład, bramce dla swoich pupili, spontanicznie odpala racę lub rzuca serpentyny.

Po meczu bez względu na końcowy wynik, obowiązkiem ultrasa jest podziękowanie drużynie za trud włożony w grę (co odróżnia ultrasów od pikników, którzy w większości dziękują tylko za wygrany mecz). Potem rozpoczyna się zbieranie resztek materiałów, które zostały użyte podczas meczu, następnie ściąganie flag oraz transparentów. Czasem, kiedy sytuacja tego wymaga, ultras bierze udział w zamieszkach, jednak niesprowokowany, nie zaatakuję pierwszy. Jednak nie jest łatwym celem dla chuliganów przeciwnej drużyny, bo choć nikt od niego tego nie wymaga, potrafi postawić się silniejszemu przeciwnikowi, nawet będąc skazanym na porażkę.

Poziom agresji w tej kategorii kibiców jest bardzo różny: od jej braku aż po duże nasilenie. Bardzo żywiołowo reagują na wydarzenia na boisku i poza nim i wyładowują swoją złość podczas dopingingu.

2.6. PRZYNALEŻNOŚĆ DO ORGANIZACJI SKUPIAJĄCEJ KIBICÓW

Bardzo często jest członkiem grupy ultras, a więc skupiającej osoby zainteresowane tą formą kibicowania – dopingowaniem swojej drużyny, organizowaniem opraw. Grupy takie liczą od kilkunastu do kilkudziesięciu członków. Organizują zbiórki pieniędzy wewnątrz grupy, mają dobre kontakty z zarządem klubu, wydają informatory o swojej grupie oraz o tym, co zdołali już osiągnąć.

2.7. STOSUNEK DO POZOSTAŁYCH KATEGORII KIBICÓW

Przeważnie ultras szanuje pozostałych kibiców, jednak niekiedy szacunek dla pikników zmienia się w obojętność – ze względu na opisane wcześniej zachowanie piknika względem drużyny.

2.8. UDANY MECZ WEDŁUG ULTRASA

Iwan, 16-letni ultras Hutnika Kraków twierdzi: „Udany mecz jest wtedy, gdy osiągnięty zostaje upragniony wynik przez piłkarzy”. Dufio, 19-letni ultras Hutnika: „Udany mecz wg mnie to... udana oprawa, choreografia, przeprowadzona zgodnie z planem, dobry (głośny, regularny) doping, zwycięstwo drużyny, której kibicuję”. Stefan, 26-letni student: „Udany mecz to taki, w którym jest mnóstwo dramaturgii, a (moja) drużyna wygrywa”. Raval, ultras Hutnika Kraków: „Jeżeli jest dużo kibiców w młynie i ogólnie na stadionie, jeżeli Hutnik wygra, jeżeli jest ładna oprawa meczu i kibice drużyny przeciwnej”. Murdock: „Zwycięstwo plus superdoping, plus duży młyn, plus przyjezdni, plus wygrana awantura – to w pełni udany mecz”.

Dla ultrasa na równi ważne są wynik meczu, atmosfera na nim, jak i rezultat ewentualnej konfrontacji chuliganów. Najlepiej, gdy te wszystkie warunki będą spełnione – wtedy na pewno powie, że mecz był udany. Dufio: „Są to dla mnie dwie różne kategorie, więc odczuć co do nich nie mogę porównać. Wynik zarówno meczu, jak i awantury jest dla mnie istotny”. Natomiast Raval cieszyłby się bardziej z „wygranej awantury kibiców Hutnika”. Z kolei Murdock stwierdził, że „Zależy, z kim ten mecz i te potyczki by miały być i w jakiej sytuacji. Bo wolałbym Stalową [chuliganów Stali Stalowa Wola – przyp. M.S.] roznieść i wtedy to nawet możemy przegrać 0:5”. Inaczej na tę sprawę zapatruje się Stefan, kibic Cracovii, który byłby bardziej zadowolony z wygranej swojej drużyny. Jak widać, w tej kategorii kibiców zdania są zdecydowanie podzielone. Taka też jest natura ultrasa, lawiruje on pomiędzy zachowaniem czy stylem bycia piknika i chuligana. To wcale nie oznacza, że nie ma swojej tożsamości. Ma, z tego co powiedziano wyżej, ultras może wybierać, co będzie robił w danym momencie.

2.9. CO WAŻNEGO ROBI ULTRAS DLA SWOJEGO KLUBU?

Dzięki ultrasowi, na stadionach rzadko jest cicho. Dzięki niemu można obserwować kolorowe pokazy pirotechniczne. Na pewno ma to wpływ na grę piłkarzy, którzy wiedzą, że ktoś robi coś właśnie dla nich. Nieraz powtarzali, że publiczność była dwunastym zawodnikiem. W tym stwierdzeniu mieli na myśli przede wszystkim ultrasów, którzy zdzie-

rają swe gardła przez 90 minut (a nieraz dłużej), nie zważając na grę piłkarzy czy brzydką pogodę.

Zarządcy większych klubów w Polsce (Lech, Cracovia, dawniej Pogoń Szczecin) dbają o dobre kontakty z ultrasami. Wiedzą, że doping pomaga piłkarzom, a także że więcej ludzi przyjdzie na następny mecz, kiedy będzie obserwować piękną oprawę oraz śpiewanie bez przekleństw. Kluby proponują ultrasom układ – dają im pewną sumę pieniędzy, a w zamian oczekują od nich, że spożytkują je na właściwy cel. Jednak nie wszystkie grupy ultras obierają taką drogę. Niektóre chcą być w pełni niezależne od władarzy klubowych i dlatego ich oprawa jest skromniejsza od pokazu grupy ultras, która weszła w sojusz z zarządem klubu.

3. CHARAKTERYSTYKA CHULIGANÓW

3.1. UBIÓR

Chuligan bardzo często chodzi on w strojach firm, które specjalnie nastawiają się na sprzedaż produktów młodym, silnym ludziom. Są one znane wśród uprawiających sztuki walki. Chuligani chcący zaznaczyć swoją przynależność nie noszą szali czy koszulek (bardzo rzadko), ale właśnie stroje świadczące o ich sile czy sprawności fizycznej. Bardzo często ubierają się tak, aby nie być zauważonym przez ochronę i policję. Ma to związek z tym, że łatwiej jest im wtedy zorganizować atak na innych kibiców. Często są wyposażeni w chusty lub kominiarki mające zakryć twarz i uchronić przed późniejszym rozpoznaniem przez kamery (system monitoringu) czy poszkodowanych.

3.2. SŁOWNICTWO

Posługują się slangiem środowiskowym. Używają takich zwrotów, jak: „ustawka”, „awanti”, „wymiana strzałów”, „lipa”, „przypał”, „sanki”, „butowanie”, „akcja”, „zamielenie” i tym podobne. Mają one związek z awanturami i ewentualnymi konsekwencjami wynikającymi z działania organów śledczych.

A oto znaczenie słów, którymi posługuje się chuligan:

Ustawka jest to umówione starcie dwu zważnionych grup chuliganów, przeważnie w ustronnym miejscu, z dala od policji i świadków, czyli tam gdzie nikt ich nie zobaczy. Chuligani umawiają się na taką walkę przede wszystkim przez telefony komórkowe. Ustalamy wtedy liczbę uczestników, a także inne szczegóły, na przykład to, że jedna grupa będzie się biła bez koszulek.

Przeważnie dochodzi do walk w równych grupach, które wahają się (w zależności od liczebności) już od 3 na 3 do (nawet) 50 na 50. Powyżej tej liczebności, na taką walkę zwykło mówić się „banda na bandę” – oznacza to, że nie ma górnego pułapu uczestników – po prostu – ilu dana grupa zbierze ludzi, tylu będzie się biło. I tak, na przykład, w Warszawie w 2002 roku, doszło do umówionego wcześniej starcia pseudokibiców Lecha Poznań i warszawskiej Legii. Po stronie miłośników Lecha wzięło udział około 100 chuliga-

nów, natomiast kibiców Legii (wraz z przyjaciółmi z Pogoni Szczecin i Olimpii Elbląg) było około 120. Walka na jednej z głównych ulic w środku miasta zakończyła się wygraną chuliganów Lecha. Policja nie interweniowała.

Inna walka tak wielkich band odbyła się rok później w 2003 roku. Tym razem naprzeciw siebie stanęły ogromne armie chuliganów. Po jednej stronie walczyli obok siebie kibice Arki Gdynia, Lecha Poznań, Górnika Wałbrzych i Zagłębia Lubin – prawie 300 osób. Natomiast po drugiej – zaprzyjaźnione bojówki Śląska Wrocław: Wisła Kraków, Lechia Gdańsk i Motor Lublin – blisko 250 osób. Miejszem bitwy była jedna z większych ulic w centrum Wrocławia. Zwycięzcami zostali chuligani związani z wrocławskim klubem, jednak owa wiktoria chwały im nie przyniosła – nawet w środowisku chuliganów z całej Polski. Jeden z kibiców Wisły Kraków zadał bowiem śmiertelne ciosy kibicowi gdyńskiej Arki, który – pomimo reanimacji – zmarł z powodu ran. Policja zatrzymała ponad 200 uczestników; większość spędziła w areszcie od miesiąca do trzech.

Broń gładkolufowa to bardzo często używane narzędzie do walki ze stadionowymi chuliganami. Jest ono dosyć skuteczne, ponieważ pociski, którymi policjanci strzelają do pseudokibiców, są dosyć duże i w kontakcie z ciałem, czynią duże szkody. Teoretycznie, policjantom nie wolno strzelać do nawet najbardziej agresywnych kibiców z bliskiej odległości, a także nie wolno celować powyżej pasa – jednak jest to tylko teoria, o czym świadczą wybite oczy i poranione policzki kibiców.

Awanti – popularna nazwa awantury, czyli starcia dwóch nienawidzących się grup. Zwykle trwa dosyć krótko, aż do momentu wycofania się jednej strony lub interwencji policji. Po takiej walce, następuje dogrywka w postaci dyskusji o jej przebiegu na stronach internetowych, gdzie każda grupa prezentuje swój punkt widzenia, przeważnie nie przyznając się do porażki. Największe awantury piłkarskich chuliganów z ostatnich lat opisano poniżej.

W czerwcu 2000 roku w Nowej Hucie, pseudokibice Hutnika rozpętali bitwę z policją. Nowohuccy fani skierowali swoją złość przeciw stróżom prawa po remisie 1:1, który sprawił, że ich zespół spadł do 3 ligi. Zatrzymano ponad 50 uczestników zająć. W sierpniu 2001 roku szesnastoletni Rajmund D., kibic Ruchu Chorzów, wraz z kolegami wszczął awanturę z chuliganami Górnik Zabrze. Doszło do eksplozji petardy. Chłopak zmarł po kilku dniach. W kwietniu 2002 w Stalowej Woli kibice miejscowej Stali zaatakowali policyjny konwój osłaniający fanów Sandecji Nowy Sącz. Funkcjonariusze użyli gumowych pocisków. Kilkunastoletni kibic został trafiony w oko. W maju 2002 roku nastąpiła ponownie bijatyka w Stalowej Woli. Tym razem to chuligani Cracovii Kraków zaatakowali miejscowych fanów. Kilku zostało rannych. Po awanturze pseudokibice Cracovii usiedli na chwilę w sektorze dla kibiców gości, po czym opuścili obiekt i powrócili do Krakowa.

W maju 2002 roku, dwóch policjantów zostało rannych, gdy szalikowcy Stomilu Olsztyn zaatakowali kibiców Jezioraka Iława. Rzucali race i kamienie. Czerwiec 2002 roku przyniósł starcie fanów kętrzyńskiej Granicy z policją. Chuligani sięgnęli po płyty chodnikowe, policja po broń gładkolufową. Obrażenia odniosło kilkunastu chuliganów i kilku stróżów prawa. W sierpniu 2002 roku, w Jaworznie podczas meczu Wisły Kraków ze

Szczakowianką doszło do bijatyki. Ucierpiału kilku kibiców, a prawie 30 zostało aresztowanych – byli to głównie kibice krakowskiego klubu. Październik 2002 roku przyniósł bi-jatykę w Warszawie podczas meczu Legii z Widzewem Łódź. Kilkaset osób wtargnęło na murawę. Interweniowało kilkudziesięciu policjantów. Dopiero po kilkunastu minutach za-panował względny spokój;

Wymiana strzałów – walka, która trwa bardzo krótko i ogranicza się do kilku obu-stronnych uderzeń. Zostaje ona przerwana w wyniku interwencji policji lub też braku zde-cydowania obu stron.

Lipa, czyli przypał. Takim mianem chuligani określają problemy z policją. Po prze-rwanej przez stróżów prawa walce, rozpoczyna się tak zwana łapanka – czyli poszukiwa-nie przez policję sprawców. Wówczas nawet najwięksi wrogowie pomagają sobie, postę-pując według zasady: „policja wróg numer jeden”;

Sanki – jest to określenie sankcji, czyli kara, która została wymierzona za przestęp-stwo. Kiedy policja złapie „chuligana”, może on trafić, w zależności od zarzutów, na 48 godzin do 3 miesięcy do aresztu.

Butowanie. W czasie awantury czy ustawki niekiedy dochodzi do sytuacji, w której jednego nieprzyjaciela okraża kilku przeciwników. Kończy się to dla niego przeważnie do-tkliwym pobiciem, a na końcu butowaniem, czyli kopaniem leżącego;

Akcja – zorganizowane działanie grupy chuliganów, mające na celu spotkanie wrogich kibiców poza stadionem, bez eskorty policji. Akcje odbywają się przede wszystkim na tra-sie przejazdu kibiców ze swojego miasta do miasta rozgrywania meczu. Organizujący je Chuligani zatrzymują pojazdy, którymi poruszają się przeciwnicy i większości wypadków wychodzą ze starcia zwycięsko.

Zamielenie to sytuacja, w której policjanci zdołali odnaleźć i obezwładnić pseudokibi-ca podejrzanego o udział w awanturze. Niekiedy jednak zamieleni są niewinni.

Ekipa jest to grupa osób kibicujących jednemu klubowi. Zrzesza nie tylko chuliganów, ale i ultrasów. Jest to grupa, która jeździ razem na mecze wyjazdowe, ale ma mniejsze szanse w konfrontacji z chuliganami wrogiego klubu niż bojówka.

Sprzęt – są to wszelkie narzędzia (kije bejsbolowe, noże, pałki, młotki, siekiery, tasa-ki, kamienie itp.), używane przez niektórych chuliganów. Jednak takie akcesoria są obec-nie surowo wzbronione i większość bojówek ich nie używa. Jedynym miastem w Polsce, gdzie stosuje się wyżej wymienione instrumenty, jest Kraków. Wskutek takich działań dawna stolica Polski była świadkiem wielu śmiertelnych ran. Trudno sobie wyobrazić, że kibice Cracovii i Wisły odkładają sprzęt i walczą bez niego.

Szacunek to bardzo popularne słowo używane przez kibiców. Świadczy ono o prze-strzeganiu reguł honorowych. Grupa chuliganów, która nie używa sprzętu, przeważnie jest szanowana, nawet przez swoich największych wrogów. Roman Zieliński tak napisał o me-czu Śląsk Wrocław – Wisła Kraków: „W czasie awantury przyzwoicie zachowywali się wiślacy. Śpiewali «Wrocław, Wrocław trzymaj się», «Śląsku my z wami, policję napierdala-my» i tym podobne. Trzeba przyznać, że zaskarбили sobie w ten sposób sporo sympatii u wiary”¹⁶.

Frajer – jest to określenie osoby lub całej grupy ludzi z danej bojówki czy ekipy. Jest ono zaczerpnięte z języka więziennego; świadczy o tym, że takiej osoby (grupy) nie należy traktować honorowo.

ChWDP (ACAB) – popularny w ostatnich latach skrót świadczący o nienawiści do policji. Jest on umieszczany na koszulkach, bluzach, kurtkach czy flagach. Określenie w nawiasie to skrót w języku angielskim. ChWDP pochodzi z piosenek hip-hopowych i szybko zyskało popularność wśród młodzieży, nie tylko chuliganów. Znaczenie tego skrótu jest powszechnie znane w środowisku młodych ludzi, a oznacza on dosłownie „Chuj W Dupę Policji”. Angielski odpowiednik ACAB (*All Cops Are Bastards*) oznacza „wszyscy policjanci są bękartami”. Jednakże to polski skrót jest najbardziej popularny w Europie wśród stadionowych chuliganów, wraz z jego dokładną pisownią.

Nienawiść do stróżów prawa ma dosyć długą historię sięgającą czasów komunistycznych rządów, kiedy odbywały się regularne bitwy strajkujących z ówczesną milicją. „O tym, że legnicka policja działa w sposób psychopatyczny, wiedzą fanatycy piłkarscy niemal w całym kraju. Po jednym z meczów Chrobry – Śląsk dzielni mundurowi złapali 10–12 letniego chłopaka i... spałowali go. Do stereotypu policjanta zabrakło małolatowi tornistra i kredek”¹⁷. Bardzo zła sytuacja na linii kibice – policja uległa jeszcze pogorszeniu po wydarzeniach słupskich z roku 1998, kiedy policjant śmiertelnie pobił 13-letniego kibica Czarnych Słupsk, Przemysława Czaję. Po tej tragedii odbyły się kilkudniowe zamieszki wywołane przez zjednoczonych kibiców przybyłych z całej Polski. Wszystko to tylko pogłębiło niechęć kibiców do policjantów.

Psy – potoczna nazwa policjantów. Jest już tak zakorzeniona w świadomości młodych ludzi (i nie tylko), że nawet sami policjanci tak o sobie mówią;

Wahadło – eskorta policyjna. Policjanci jadą przed grupą pojazdów zmierzających na wyjazdowy mecz i za nią. Wtedy jakakolwiek akcja ze strony wrogich kibiców jest niemożliwa. Jednak nie zawsze stróże prawa są tak czujni, niekiedy bowiem autobusy wiozące kibiców o podwyższonym poziomie agresji celowo jadą inną drogą, chcąc dojechać do miasta, a nawet pod stadion, bez obstawy. Ma to na celu podniesienie szansy zorganizowania ewentualnej awantury. Jednak takie sytuacje należą obecnie do rzadkości. Przeważnie policjanci eskortują kibiców od miasta, z którego pochodzą do miasta, w którym drużyna rozgrywa aktualnie spotkanie.

3.3. ZAINTERESOWANIE FUTBOLEM

Chuligan bardzo rzadko interesuje się piłką nożną. Na meczu przebywa jedynie w celu konfrontacji z wrogimi kibicami, policją lub ochroną. Interesują go losy kolegów z grupy (bojówki), a także konfrontacje z kibicami innych drużyn. Bardzo często gromadzi dotyczące awantur (przede wszystkim z jego udziałem) wycinki z gazet.

3.4. ZNAJOMOŚĆ SWOJEJ DRUŻYNY I STOSUNEK DO NIEJ

Ze względu na nikłe zainteresowanie piłką nożną nie ma dla chuliganów większego znaczenia, w której lidze gra ich zespół. Liczy się to, aby w tejsze znalazły się zespoły, któ-

rzym towarzyszą chuligani będący potencjalnymi wrogami. Podobnie jak ultrasów nie interesują ich losy piłkarzy, ale klubu.

Chuligani nie znają zawodników swojej drużyny, nie interesuje ich, kto w niej gra. Podobnie do ultrasów, znają historię kibiców swojej drużyny, natomiast – w przeciwieństwie do nich – rzadko potrafią wskazać najważniejsze momenty w jej historii.

3.5. ZACHOWANIE I POZIOM AGRESJI U CHULIGANA

Przed meczem jego zachowanie związane jest z tym, z którą drużyną gra jego ukochany klub. Jeśli przeciwnicy dysponują grupą niestroniącą od użycia siły, a do tego znienawidzoną, wtedy chuligani mobilizują się i nastawiają na walkę z nimi. Parę dni przed meczem podwyższonego ryzyka (jak spotkania klubów, których kibice nienawidzą się, określa prasa i policja), chuligan spotyka się z sobie podobnymi. Na tym spotkaniu omawiane są ewentualne plany ataku na kibiców drużyny przeciwnej, szanse w owej konfrontacji. Przed samym meczem bojówkarze monitorują okolice dworca w swoim mieście (szukają kibiców przybyłych na mecz), a także swojego stadionu. Jeśli napotkają nieprzyjaciół, następują właśnie.

Kiedy sędzia rozpoczyna mecz, chuligani najczęściej są jeszcze poza obiektem, bowiem liczą na to, że kibice wrogiego klubu trochę się spóźnią. Kiedy stwierdzą, że już nikt więcej nie przyjedzie, wchodzą na stadion, gdzie planują atak na tych, którzy przybyli wcześniej. Bardzo często kibice zwaśnionych stron, znają się przez internet, mają więc numery telefonów komórkowych do siebie. Kiedy dojdą do wniosku, że ewentualny atak na meczu czy bezpośrednio po nim zostanie zbyt szybko rozgromiony, kontaktują się ze sobą i ustalają spotkanie na określonych zasadach, zwane popularnie ustawką. Niekiedy bywa tak, że jedna strona odmawia walki – jest to jednoznaczne z przyznaniem się do porażki.

Aczkolwiek zdarza się, że nienawidzące się grupy nie dochodzą do żadnego porozumienia (to znaczy rozbieżności między oczekiwaniami jednych i drugich są zbyt duże, na przykład, jeśli chodzi o liczbę uczestników mających brać udział w ewentualnej walce), wtedy grupa, której bardziej zależy na konfrontacji, zaczyna organizować zasadzkę na trasie, którą będą przejeżdżać przeciwnicy po meczu. Aby zwiększyć szansę jej realizacji, chuligani wychodzą przed zakończeniem meczu ze stadionu, wsiadają do aut i jadą w miejsce, gdzie planują atak. Oczywiście wtedy już nie ma zasad – atakowani są wszyscy, którzy z wrogiego klubu będą tamtędy przejeżdżać (za wyjątkiem pikników, dzieci i kobiet).

Jeśli dojdzie do tego, że grupa chuliganów nie zaczai się na trasie na przeciwników, jest duża szansa, że oponenci zostaną zaatakowani na lub pod stadionem, po meczu. Wszystko zależy od tego, czy policja i służby ochroniarskie są przygotowane na taki obrót wypadków i czy jest ich wystarczająco wiele. Jeśli bojówkarze upatrzą szansę w konfrontacji ze służbami porządkowymi, a także z wrogimi kibicami – atakują ich. Zazwyczaj jednak nic się nie dzieje, ze względu na natychmiastową reakcję policji, która bardzo często zaprowadza spokój. Po rozbiciu ataku chuliganów następują zatrzymania przez policję.

Bardzo ważnym czynnikiem warunkującym ochotę do walki u chuligana jest to, czy przeciwnik, z którym ma grać jego drużyna, ma agresywnych kibiców. Jeśli tak, to poziom agresji wzrasta tym bardziej, im bliżej jest meczu. W zależności od przebiegu sytuacji na boisku lub trybunach chuligan może zachować się w sposób niekontrolowany (na przykład wbiec na murawę lub zaatakować pracowników ochrony).

3.6. PRZYNALEŻNOŚĆ DO ORGANIZACJI SKUPIAJĄCEJ KIBICÓW

Chuligan należy do bojówki, a więc nieformalnej grupy, mającej liderów (hierarchię). Nie jest to obligatoryjne, niekiedy chuligani działają sami, podłączając się do ewentualnej walki. Większość grup ma odróżniające je bluzy czy koszulki z nazwą bojówki, do której należą.

3.7. STOSUNEK DO POZOSTAŁYCH KATEGORII KIBICÓW

Chuligani, chociaż nie wszyscy, nie lubią pikników, nie uważają ich za prawdziwych kibiców. Ultras jest uważany za pełnoprawnego kibica, znane są jednak przypadki konfliktu tych dwu grup kibiców w jednym klubie.

3.8. UDANY MECZ W OPINII CHULIGANA

Opinia Maćka, chuligana Wisły Kraków, „udany mecz to wygrany pod każdym względem”. Łukasz, 23-letni chuligan: „wygrany przez piłkarzy i wygrany przez kibiców, np. poprzez «dojechanie» przeciwników”. Jak wynika z moich obserwacji, a także z przywołanych opinii, dla chuligana ważny jest przede wszystkim rezultat potyczki między jemu podobnymi.

3.9. CO WAŻNEGO ROBI CHULIGAN DLA SWOJEGO KLUBU?

Wydawać by się mogło, że chuligan tylko szkodzi swojemu klubowi. Przez jego wybryki na klub nałożone są kary z PZPN-u, potencjalni sponsorzy nie chcą inwestować oraz ponosi dodatkowe koszty z tytułu zabezpieczenia stadionu lub nawet jego remontu. Jednak, co ciekawe, chuligani stwierdzają, że robią bardzo dużo dla swojego klubu – dbają o jego dobre imię, sławią imię klubu, tyle że wśród siebie podobnych. Zyskują w oczach chuliganów innej drużyny. Dlatego drużyny, które grają nawet w trzeciej lub czwartej lidze, są szanowane wśród tej radykalnej grupy fanów, ponieważ ich chuligani są wysoko notowani. Przykładem tego stwierdzenia są bojówkarze GKS-u Jastrzębie, klubu, który gra w trzeciej lidze. Jednak chuligani związani z tym klubem zaliczani są do polskiej czołówki. Tak samo jest z kibicami Rakowa Częstochowa, GKS-u Tychy czy GKS-u Katowice.

4. PODSUMOWANIE

Przedstawione i scharakteryzowane przeze mnie typy kibiców bardzo się od siebie różnią. Ich podejście do piłki nożnej, znajomość przepisów tej gry, poziom agresji oraz sposób, w jaki się wyrażają, ubierają czy zachowują to czynniki sprawiające, że łatwo

można rozpoznać piknika, ultrasa czy chuligana. Jednak są także cechy wspólne: wszystkim rodzajom fanów bardzo zależy na szeroko pojętym dobru klubu. Piknicy chcą, żeby drużyna nieustannie wygrywała mecze, ultrasi – żeby atmosfera na widowiskach sportowych była wyśmienita, natomiast chuligani pragną – aby innym wrogim kibicom, ugięły się nogi na samą myśl o przyjeździe do ich miasta. Tym, co scala te jakże odmienne postawy – jest właśnie ukochana drużyna.

Kolejną wspólną cechą jest to, że każdy wymieniony typ kibiców organizuje się w grupy. Piknicy w stowarzyszenia czy, dawniej, kluby kibica; ultrasi w grupy *ultras*, a chuligani w bojówki – razem tworzą pewną całość – każdy może czuć się potrzebny, może uważać, że – na swój sposób – robi coś ważnego dla klubu, drużyny czy wreszcie samego siebie. Bo dla nich kibicowanie to coś więcej niż hobby (mam na myśli przede wszystkim ultrasów i chuliganów), to styl życia.

Dla każdego opisanego typu kibiców dzień rozgrywania meczu jest czymś wyjątkowym, każdy na swój sposób się do niego przygotowuje, mobilizuje. Piknik marzy o pozytywnym wyniku meczu, zaczyna być podekscytowany; ultras zastanawia się czy wszystko pójdzie zgodnie z planem; a chuligan myśli o tym, czy dziś uda mu się pokazać miejsce w szeregu największemu wrogowi.

Pomimo iż interesuję się tematyką kibiców już od kilku lat, dzięki badaniom udało mi się dowiedzieć kilku bardzo interesujących rzeczy, oraz zbadać, jaki jest stosunek poszczególnych osób z danej kategorii kibiców do fanów z innej grupy. Jest to o tyle ciekawe, że nie spotkałem się jeszcze z tego typu badaniami.

Sam jestem kibicem, a bardzo rzadko tego typu prace piszą fani. Uważam, że moje spojrzenie na sprawy omawiane w tej pracy jest nieco inne niż osób, które na co dzień nie interesują się w takim stopniu kibicowaniem. Dla mnie jest to pasja, a co za tym idzie, pisanie o tym nie sprawia mi kłopotu, a analizowanie pewnych spraw staje się o wiele prostsze. Poza tym wysłuchując moich respondentów, potrafiłem sobie wyobrazić to, co starają się mi przekazać, bowiem niejednokrotnie (uważając mnie za osobę kompetentną) używali skrótów myślowych, a także sformułowań, których inne osoby nie byłyby w stanie zrozumieć. Dzięki temu przy każdej kategorii kibiców zamieściłem spis wyrażań, wraz z ich wyjaśnieniem.

Moje zainteresowanie kibicowaniem sprawia także, że mam wyrobiony punkt widzenia na pewne kwestie. Oczywiście w badaniach i analizowaniu chciałem być jak najbardziej obiektywny, jednak ktoś może zarzucić mi to, że niekiedy staram się bronić kibiców. Co prawda, daleki jestem od pochwały zachowań chuligańskich, jednak zdaję sobie sprawę z tego, że to, co przedostaje się z mediów do opinii publicznej niekoniecznie musi być zgodne z faktami.

Mam nadzieję, że mój artykuł przyczyni się do tego, iż kibice będą postrzegani w inny sposób, to znaczy wybryki kilkudziesięciu chuliganów nie będą wpływały na ogólną opinię o zwykłych fanach (takie uogólnienia bardzo często występują obecnie w mediach). Tak jak starałem się dowieść, nie można uogólniać, bowiem należy uwzględnić podział na trzy kategorie kibiców. Kategorie te niejednokrotnie się przenikają, ponieważ można spo-

tkać ultrasa o radykalnych poglądach (czyli prawie chuligana), a także piknika, który lubi dopingować swój zespół (czyli prawie ultrasa), jednak są to sporadyczne sytuacje, nie mające wpływu na ogólny obraz poszczególnych kategorii. Owo uogólnianie najbardziej dotyczy spokojnych kibiców (pikników, ultrasów), którym nie zależy na demolowaniu czy starciach z wrogimi kibicami. Ich zachowanie odbiega znacznie od wzorca kibica prezentowanego w mediach. Jednak kiedy wybuchnie awantura, są wrzucani do jednego worka wraz z winowajcami, czyli inną kategorią kibiców – chuliganami.

PICNIC – FANS, ULTRAS AND HOOLIGANS – INTERNAL DIFFERENTIATE OF SUBCULTURE GROUP OF FOOTBALL FANS IN POLAND

This article is a main part of *Internal differentiate of subculture group of football fans in Poland* project. Author has tried to show how the subculture of football fans can be differentiated. Author has presented three different subgroups of Polish fans. It is very important to divide this subculture, because each subgroup has different mentality and style. That is why I have paid the most attention on this element.