

Mateusz Grodecki¹

Trzecia strona trybun. Działalność stowarzyszeń kibiców piłkarskich w Polsce

Artykuł podejmuje problematykę stowarzyszeń kibiców piłkarskich w Polsce w kontekście społeczeństwa obywatelskiego, analizując zjawisko formalizowania się grup kibicowskich, działań przez nie podejmowanych oraz motywacji fanów do formalizowania swoich stosunków z klubami, a także inicjowania działań wykraczających poza rolę kibica na stadionie. Rola dzisiejszych, zaangażowanych kibiców nie sprowadza się już bowiem tylko do przyścia na mecz i zagrzewania zawodników do wzmożonego wysiłku. Grupy kibicowskie zinstytucjonalizowały się i profesjonalizowały. Kibice, a w szczególności piłkarscy, organizują się i tworzą stowarzyszenia. Działalność stowarzyszeń, oprócz organizowania życia kibicowskiego, skupia się również na całej gamie innych inicjatyw, jak działania charytatywne, patriotyczne czy integracyjne.

Słowa kluczowe: piłka nożna, kibice, społeczeństwo obywatelskie, kapitał społeczny

The Third Side Of The Stands. Activity of Supporter Trusts in Poland

The paper presents results of research on the issue of football fans associations in Poland in context of the civil society. The analysis is divided into three areas: (1) the phenomenon of formalizing football supporters groups; (2) activities made by Supporters' Trusts; (3) the issue of fans motivation to initiate activities that are wider than social role of football fan. Nowadays, football fans are not only supporters whose role is only limited to attending football games or cheering the players. Groups of football supporters have been institutionalized and professionalized. Fans, especially football fans, organize and form associations (called Supporter Trusts). Supporter Trusts activities, in addition to dealing with fans issues, are also invested in a variety of other initiatives such as charity, patriotic or integrative actions.

¹ Zakład Metodologii Badań Socjologicznych Instytutu Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego; m.grodecki@is.uw.edu.pl.

Key words: football, fandom, civil society, social capital

Wstęp

Jeszcze w latach dziewięćdziesiątych poprzedniego stulecia pejzaż polskiego futbolu wypełniały zrujnowane stadiony, kluby piłkarskie należały do zakładów pracy, Polski Związek Piłki Nożnej budził żywe wspomnienia poprzedniego ustroju, a symbolem trybun były słynne dwustronne kurtki – fleki. Ponad dwadzieścia lat później procesy globalizacji, komercjalizacji i przyspieszonej modernizacji spowodowały, że dzisiejszy obraz polskiej piłki to piękne, nowoczesne stadiony, najlepsze kluby spoczywające w rękach prywatnych przedsiębiorców, struktury PZPN zorganizowane na kształt efektywnej korporacji, działacze dbający o dobry wizerunek tej instytucji, a na trybunach częściej można dostrzec rodziny z dziećmi niż flekowe kurtki. W minionym ćwierćwieczu wizerunek polskiej piłki nożnej zmienił się diametralnie.

Przemiany gospodarcze, polityczne i prawne oprócz futbolu przekształciły także obraz trybun, a co za tym idzie i kibiców (por. Burski 2013). Z lat dziewięćdziesiątych XX wieku, w których dominował chuligański model kibicowania, a stadiony były nieregulowaną przez legislację płaszczyzną (por. Grodecki, Antonowicz 2015), pozostała tylko, wyrażana przez uczestników tamtych zdarzeń, nostalgia za poczuciem wolności oraz szereg zmian prawnych. Obecnie kibicowanie w Polsce stało się mniej spontaniczne niż w tamtych czasach, bardziej profesjonalizowane i zinstytucjonalizowane. Jednym z przejawów tej instytucjonalizacji ruchu kibicowskiego w Polsce są stowarzyszenia kibicowskie.

Problematyka niniejszego artykułu skupia się na działaniach tych stowarzyszeń – na „trzeciej stronie trybun”. Termin „trzecia strona trybun” bezpośrednio nawiązuje do działań „trzeciego sektora” oraz jako wartość dodana do dwóch głównych aktywności, z którymi kibice, w polskim dyskursie, są kojarzeni: z dopingiem oraz działaniami chuligańskimi. Zainteresowanie tymi ostatnimi odbiło się szerokim echem w literaturze przedmiotu. Naukowa refleksja nad zjawiskiem kibicowania zrodziła się w kontekście zachowań agresywnych fanów piłkarskich i długo na tej tematyce się koncentrowała (por. Taylor 1971; Ingham 1978; Armstrong 1998; Dunning 2000; Spaaij 2006). Podobna sytuacja miała miejsce w polskiej literaturze przedmiotu (por. Kowalski 2000; Piotrowski 2000; Dudała 2004). Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat problematyka kibiców sportowych doczekała się odpowiedniego zainteresowania ze strony badaczy. Refleksji naukowej poddawano takie aspekty jak: kwestie tożsamości (por. Kossakowski 2013; Rozpędowski 2014) oraz wpływu rynku na funkcjonowanie sportu i związanej z tym przemiany w kulturze kibicowskiej (por. Giulianotti 2004; Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011; 2012b). Z tym ostatnim aspektem wiążą się także pierwsze analizy zachowań kibiców w kontekście obywatelskiego nieposłuszeństwa, buntu wyrażanego w postaci globalnego ruchu Against Modern Football (por.

Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011; Numerato 2014), widocznego także na szczeblu bardziej lokalnym (por. Milward 2012). Jednak w bogatej literaturze poświęconej szeroko rozumianemu zjawisku kibicowania futbolowego (*football fandom*) brakuje badań i szerszej refleksji nad działaniami społecznymi fanów. W zachodniej literaturze, zwłaszcza angielskiej, pojawiały się pozycje, których autorzy podejmowali problematykę stowarzyszeń kibicowskich angielskich klubów piłkarskich, zwanych *Supporter Trusts* (por. Lomax 2000; Martin 2007; Cleland, Dixon 2015), jednak refleksja nad tym tematem jest w powijakach, a w polskiej literaturze istnieje tylko w postaci wątków w szerszych analizach (por. Sahaj 2007; Burski 2013).

Celem artykułu jest wypełnienie próżni poznawczej w tym zakresie. Przedmiotem analizy są stowarzyszenia kibiców piłkarskich w Polsce, a dokładnie trzy płaszczyzny tej problematyki, jakimi są: (1) zjawisko formalizowania się grup kibicowskich, (2) działania podejmowane przez stowarzyszenia kibiców piłkarskich, (3) motywacje fanów do inicjatyw wykraczających poza rolę kibica na stadionie. Analiza działań sformalizowanych grup kibicowskich będzie posiłkować się klasyczną koncepcją społeczeństwa obywatelskiego Alexis de Tocquevilla, gdyż – jak będę starał się udowodnić – działania stowarzyszeń kibicowskich bardzo dobrze wpisują się w tę definicję. Dane, na których bazować będzie analiza, oprócz klasycznego *desk research*, będą uzupełnione o wnioski pochodzące z jakościowego badania nad Stowarzyszeniem Kibiców Wisły Płock.

Pierwsza część artykułu poświęcona jest krótkiej refleksji teoretycznej nad społeczeństwem obywatelskim, w której przywołana zostanie koncepcja Tocquevilla. Dalej następuje opis metodologii badania. Wnioski zawarte są na końcu i koncentrują się na trzech, wcześniej wymienionych, poziomach: na zjawisku formalizowania się grup kibicowskich, na działaniach stowarzyszeń oraz na motywacjach kibiców.

Spółeczeństwo obywatelskie

Polscy socjologowie zajmują się problemem obywatelskości od około dwudziestu lat, mimo że pewne wątki dotyczące tego zjawiska można znaleźć już w pracach przedwojennych klasyków myśli społecznej, do których bez wątpienia można zaliczyć Floriana Znanieckiego (1974). Intensyfikacja badań i analiz nad społeczeństwem obywatelskim jest zauważalna jednak dopiero w ostatnich kilku latach. Sam termin społeczeństwo obywatelskie jest natomiast obecny w literaturze dopiero od lat dziewięćdziesiątych poprzedniego wieku, mimo że już wcześniej badacze społeczni zajmowali się takimi zjawiskami jak funkcjonowanie stowarzyszeń, alternatywnych ruchów społecznych, samoorganizacji społecznej w ramach ruchu „Solidarności” czy szerzej, oddolnymi inicjatywami obywatelskimi (Gliński 2008: 7–11).

Wzmoczone zainteresowanie koncepcją społeczeństwa obywatelskiego powoduje, jak zauważają Artur Kościański i Wojciech Misztal, że jest to termin „wieloznaczny i nieostry”. Może odnosić się do wytworów cywilizacji do regulowania napięć, jako system norm i wartości, które pozwalają zachować trwałość wspólnoty postrzeganej jako wspólne dobro, jako szeroko rozumianą strukturę politycznych instytucji lub jako potrzeby jednostki, które są realizowane poprzez jej pracę na rzecz zaspokajania potrzeb wszystkich innych (Kościański, Misztal 2008: 28).

Koncepcja społeczeństwa obywatelskiego nie była natomiast tak popularna w rozważaniach odnoszących się do kibiców sportowych. W tym kontekście należy wyróżnić na pewno Tomasza Sahaja, który podjął wspomniany wątek w jednym z akapitów swojej książki i – co ciekawe – zilustrował to zjawisko między innymi aktywnością kibiców Wisły Płock, którzy przed rozpoczęciem rozgrywek zorganizowali się i odśnieżali murawę swojego stadionu (Sahaj 2007: 252). Autor nie poruszył jednak zagadnień teoretycznych dotyczących społeczeństwa obywatelskiego.

Uważam, że – analizując działalność kibicowskich stowarzyszeń – bardzo pomocna okazuje się klasyczna perspektywa Alexisa de Tocqueville’a (1976). Francuski uczony twierdził, iż esencją stowarzyszania się jest akceptacja grupy ludzi dla pewnej jasno sformułowanej idei, którą stowarzyszenie reprezentuje – i którego celem jest działanie na rzecz jej rozwijania. Siłą stowarzyszania się jest połączenie jednostkowych wysiłków wielu ludzi w kolektyw, dzięki czemu zwiększa się ich siła przebicia. Stowarzyszenia służą dwóm zasadniczym celom: po pierwsze, pokazaniu liczby zwolenników danej idei, przez co osłabiane jest nieco panowanie większości; po drugie, gromadzeniu argumentów, spośród których wybiera się te, mogące przekonać większość. Tocqueville zauważył także, że w demokratycznych ustrojach wolność stowarzyszania się jest niezbędną, by zabezpieczać społeczeństwo przed „tyranią większości”. Ma stanowić ona przeciwwagę dla rządu (Tocqueville 1976: 150–154).

Stowarzyszenia kibicowskie powstają w oparciu o instytucję klubu piłkarskiego, który jest główną ideą przyświecającą ich działalności. Stowarzyszenia jasno wyrażają w swoich nazwach, z jakim klubem są związane. Jako przykłady można wymienić Stowarzyszenie Sympatyków Klubu Wisła Płock, Stowarzyszenie Kibiców Wisły Kraków, Stowarzyszenie Kibiców Lechii Gdańsk „Lwy Północy” czy Stowarzyszenie Kibiców Legii Warszawa. Idea działania na rzecz klubu formalizowana jest także w postaci statutów, w których opisane są cele organizacji. Za doskonałą ilustrację może posłużyć fragment statutu Stowarzyszenia Sympatyków Klubu Wisła Płock, gdzie w punkcie „Statutowe cele i działalność Stowarzyszenia Sympatyków Klubu Wisła Płock” napisano: „Statutowe cele to: rozwijanie i propagowanie idei czynnego kibicowania, inicjatyw, postaw i działań sprzyjających integracji sympatyków sportowego klubu »Wisła Płock«; wytwarzanie atmosfery zaufania i szacunku do klubu »Wisła Płock«, jego sympatyków, oraz upowszechniania jej w Polsce i za granicą”². Oprócz wyrażania samej idei działania dla dobra

² Statut był pobrany z nieistniejącej już strony www.sskwp.org (dostęp: 29.04.2011).

klubu fragment ten bardzo dobrze precyzuje także cel, jakim jest integracja kibiców „pod wspólną banderą”, a zatem zebranie jak największej liczby zwolenników danej idei, bowiem, jak zauważa Tocqueville, w społeczeństwach demokratycznych odosobnione jednostki nie są w stanie skutecznie realizować swoich interesów (Tocqueville 1976: 346).

Analizując zjawisko stowarzyszenia się kibiców, powstaje pytanie o przyczynę tworzenia się więzi między fanami. Sama idea klubu, na której oparte są stowarzyszenia, pełni oczywiście kluczową rolę, jednak jest „tylko” wartością symboliczną. By idea ta przerodziła się w działanie, potrzebna jest współpraca, która niemożliwa jest bez zaufania. Na trybunach stadionów piłkarskich w Polsce generowany musi być zatem kapitał społeczny, rozumiany według klasycznego ujęcia Roberta Putnama i Jamesa Colemana, kładących nacisk na współpracę i zaufanie, dzięki którym można osiągać cele niemożliwe do zrealizowania, gdy kapitału tego nie ma. Składają się na niego cechy takie jak normy, powiązania czy zaufanie, dzięki którym zbiorowość może działać sprawniej i koordynować działania. „Na przykład grupa, której członkowie wykazują, że są godni zaufania i ufają innym będzie w stanie osiągnąć znacznie więcej niż porównywalna grupa, w której brak jest zaufania. (...) We wspólnocie rolników (...), w której rolnikowi inni pomagają ułożyć w stogach siano i gdzie narzędzia są powszechnie pożyczane, kapitał społeczny pozwala każdemu z farmerów na wykonanie swojej pracy z mniejszym nakładem kapitału fizycznego w formie narzędzi i wyposażenia” (Putnam 1995: 258).

Trybuny stają się zatem miejscem, w którym wokół wartości symbolicznej tworzą się więzi między kibicami, będące fundamentem wspólnoty integrującej (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011). Wspólnoty te z biegiem czasu coraz bardziej się instytucjonalizują, formalizując swoje relacje z klubem.

Metodologia

Przedmiotem eksploracji są działania stowarzyszeń kibiców piłkarskich w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem działań Stowarzyszenia Sympatyków Klubu Wisła Płock (dalej stosuję skrót SSKWP). Analizie poddano fora internetowe kibiców, oficjalne strony stowarzyszeń, oficjalne strony klubów piłkarskich, gdzie także często znajdują się opisy działań społecznych fanów oraz artykuły z lokalnych gazet opisujące efekty i przebieg akcji organizowanych przez kibiców. Treści poddane analizie zostały wybrane ze względu na to, że są to źródła o najpełniejszych informacjach dotyczących działalności kibiców.

Dodatkowo autor prowadził ustrukturyzowaną obserwację uczestniczącą z sektora najwierniejszych kibiców na stadionie Wisły Płock, gdzie również zasiadają fani ze stowarzyszenia. Obserwacja uczestnicząca z tego miejsca jest kluczowa w badaniu fanów, gdyż, jak zauważają Antonowicz, Kossakowski i Szlendak: „Nie sposób poznać wspólnoty ortodoksyjnych kibiców, obserwując ich zachowania z innych sektorów na stadionie. Bylibyśmy wtedy skazani jedynie na ślizganie się

po powierzchni, a nasze zrozumienie zachowań wspólnotowo-stadionowych byłoby powierzchowne” (Antonowicz, Kossakowski, Szlednak 2012a: 10–11). Głównym celem obserwacji było zatem większe zrozumienie zachowań badanych.

By pogłębić wnioski do analizy włączono także wyniki wywiadów z kibicami należącymi do SSKWP z pracy dyplomowej autora. Trzeba zaznaczyć jednak, że badania podejmujące problematykę kibiców piłkarskich na pewno nie należą do badań pozbawionych wyzwań. Już Tomasz Sahaj zauważył, że „Badanie kibiców nie jest łatwe. Wymaga zastosowania wielu różnych narzędzi, najlepiej łącznie, a także uwzględnienia »czynnika humanistycznego« (...). Jest to kłopotliwe, ale niezbędne dla wartościowych badań: trzeba bywać na stadionach i na meczach wyjazdowych, prowadzić obserwację uczestniczącą i wywiady, rozdawać ankiety i rozmawiać z fanami, śledzić ich fora internetowe i zróżnicowane formy aktywności” (Sahaj 2009: 154–155). Sama triangulacja metod i technik badawczych nie jest oczywiście zadaniem ponad siły badacza, ale już poważnym problemem bywa namówienie fanów do udziału w badaniu. Grupy kibicowskie są dość hermetyczne i bardzo nieufne wobec osób z zewnątrz.

Autor dotarł do kibiców ze SSKWP dzięki temu, że sam jest kibicem Wisły Płock (choć niez zaangażowanym w działalność kibicowską). Podczas jednego z meczów Wisły w Płocku autorowi udało się nawiązać kontakt z ówczesnym prezesem SSKWP, który wyraził zgodę na udzielenie wywiadu oraz przekonał do rozmów z badaczem innych stowarzyszonych sympatyków popularnych „Nafciarzy”. Dobór kibiców do badania odbywał się zatem na zasadzie kuli śnieżnej. W konsekwencji udało się dotrzeć do pięciu respondentów. Jest to liczba wystarczająca, gdyż byli to kibice, którzy aktywnie uczestniczyli w inicjatywach stowarzyszenia, a przez to mieli ogromną wiedzę o działalności SSKWP. Do wywiadu zostali wybrani fani, którzy organizowali różnego rodzaju akcje charytatywne, kibicowskie czy zbiórki krwi. Początkowo przyjęto założenie, że dane będą zbierane za pomocą indywidualnych wywiadów swobodnych. W toku procesu badawczego przeprowadzone zostały jednak tylko dwa takie wywiady. Rozmowa z pozostałymi trzema sympatykami odbyła się na zasadzie triady. Spowodowane było to sytuacją badawczą: kibice zgodzili się na rozmowę w kawiarni na stadionie przed meczem, do którego nie pozostało zbyt wiele czasu, a żaden z nich nie przełożyłby meczu swojej ukochanej drużyny nad konwersację z badaczem. Mimo że wywiad w grupie sprzyja możliwości negocjowania rzeczywistości/wspomnień przez respondentów, kibice nie czynili tego i udało się uzyskać cele postawione przed rozmową, czyli – przede wszystkim – poznanie motywacji fanów do działań pozastadionowych w roli kibiców. Wywiady zostały przeprowadzone w sezonie 2010/2011.

Formalizowanie się grup kibicowskich

Początki stowarzyszania się kibiców w Polsce to pierwsze lata XXI wieku. W tym okresie powstają między innymi: Stowarzyszenie Kibiców Wisły Kraków (13 grudnia 2001)³, Stowarzyszenie Kibiców Legii Warszawa (20 sierpnia 2002), Klub Sympatyków Górnika Zabrze (16 maja 2003) czy Stowarzyszenie Sympatyków Klubu Wisła Płock (25 sierpnia 2004). Zjawisko formalizowania się grup kibicowskich jawi się jako kolejny etap w rozwoju ruchu kibicowskiego – metafora ewolucji, rozumianej jako przechodzenie z form organizacji mniej do bardziej złożonych (por. Spencer 1889), będzie zatem odpowiednią, bowiem z nieustrukturyzowanych zbiorowości, zbierających się na stadionach, powstają formalne, posiadające cele organizacje. Początki ruchu kibicowskiego to raczej szukająca rozrywki publiczność, której doping ograniczał się do spontanicznych okrzyków, a więzi między fanami można scharakteryzować jako „chwilową afiliację” (Woźniak 2011: 304). Z tych zbiorowości zaczynały się wyodrębniać pierwsze grupy kibicowskie o nieformalnych strukturach, które silnie utożsamiały się z klubem, prowadziły oddolny doping i zaczęły podróżować na mecze wyjazdowe – w Polsce grupy te nazywano „szalikowcami”. Z czasem zaczęły się rozrastać i profesjonalizować: jedni fani zajmowali się przygotowaniem dopingu i opraw, inni tworzyli grupy chuligańskie, jeszcze inni zajmowali się sprawami organizacyjnymi, jak na przykład wyjazdy na mecze (oczywiście nie jest to sztywny podział – często fani łączą te role). Zbiorowości fanów ze spontanicznych, opartych na emocjach, związanych z rozgrywką zachowaniami, przekształciły się w zorganizowane grupy o nieformalnych zasadach i nieformalnej strukturze.

Wraz ze swoistą „ewolucją” grup kibicowskich, ewoluowało także poczucie tożsamości fanów. Kluby piłkarskie, oprócz dostarczania weekendowej rozrywki, pełniły też funkcję swoistego spoiwa dla społeczności lokalnych (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011). Dychotomiczny podział rozgrywki, wytwarzający dodatkowo skrajne emocje, sprzyja bowiem budowaniu silnych wspólnotowych tożsamości, opartych na schemacie „my” kontra „oni”. Wraz z postępującą instytucjonalizacją ruchu kibicowskiego, równoległe budowana jest w oparciu o klub tożsamość tych najbardziej zaangażowanych kibiców. Spontaniczne emocje, przeżywane regularnie na tym samym stadionie, dzięki tej samej instytucji, krystalizują się w ideę. Klub staje się jednym z punktów odniesienia w poczuciu „ja” wśród fanów. Można powiedzieć, że wraz z profesjonalizacją trybun, **profesjonalizuje się także tożsamość grupowa**, która rozumiana tutaj jest jako rosnąca samoświadomość grupy i jej interesów. Tym samym, jak zauważył Tocqueville, cele i idee wyrażone w sposób uświadomiony i precyzyjny „zdobywają zwolenników. Zwolennicy łączą się, a ich zapal rośnie wraz z liczbą. Stowarzyszenie jednoczy

³ Daty powstania stowarzyszeń pochodzą z Krajowego Rejestru Sądowego: <https://ems.ms.gov.pl/krs> (dostęp: 7.05.2015).

rozbieżne wysiłki wielu umysłów i stawia przed nimi jasno określony cel” (Tocqueville 1976: 151).

Nie bez znaczenia dla formalizowania się grup kibicowskich pozostają także czynniki zewnętrzne. W pewnym, szerokim, sensie geneza stowarzyszeń kibiców piłkarskich w Polsce przypomina nieco kontekst angielski. Supporter Trusts (stowarzyszenia kibiców) w Anglii powstają jako ruch sprzeciwu wobec oddalania się klubów od kibiców. Na Wyspach Brytyjskich spowodowane było to nadmierną komercjalizacją futbolu i oderwaniem klubów od wspólnoty lokalnej (Cleland, Dixon 2015). W Polsce stowarzyszenia również powstają jako reakcja na oddalanie się klubów piłkarskich od kibiców, jednak jako główny czynnik należałoby wskazać zmianę ustroju na demokratyczny, co skutkowało zupełnie inną rzeczywistością instytucjonalną, która zrodziła konieczność nowych rozwiązań w kontaktach z administracją. Dopiero w drugiej kolejności spowodowane to było przez przystosowywanie się klubów piłkarskich do wolnorynkowych zasad, przez co odchodziły one od swoich robotniczych tradycji i zaczęły przekształcać się w nastawione na zys spółki (Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011). **Grupy kibicowskie, na skutek procesów przyspieszonego urynkowania oraz demokratyzacji, musiały zredefiniować zatem swoje relacje z klubem.**

W ustrojach demokratycznych, jak trafnie zauważył Tocqueville, pojedyncza jednostka jest dużo mniej skuteczna od grupy, dlatego stowarzyszenie się jest formą dbania o własne (wspólne) dobro w tym ustroju. Taką potrzebę (sformalizowania działań w kierunku wspólnego celu) można zauważyć, analizując archiwum forum internetowego kibiców Wisły Płock (fragment dyskusji z 2003 roku, czyli przed założeniem SSKWP – zachowano oryginalną pisownię).

F1: (...) może pójdziemy krok dalej. Moim zdaniem do tego abyśmy się nie cofnęli w rozwoju potrzebna jest kolejna reorganizacja. A mianowicie proponuję: 1. Wybory na: – prezesa; – skarbnika; – radę nadzorczą.

F2: Wyżej wymienione funkcje pasują bardziej do tworu typu Stowarzyszenie kibiców, który bardzo, ale to bardzo potrzebny w Płocku do kontaktu z różnymi instytucjami czy chociażby cywilizowanych rozmów z klubem⁴.

Warto odnotować także, że do powstania sformalizowanych organizacji kibicowskich przyczyniają się zewnętrznie tworzone, instytucjonalne rozwiązania, które generują sprzyjające warunki do tego typu inicjatyw. Również w tym aspekcie można dostrzec pewną analogię do Wysp Brytyjskich. W Anglii bardzo przychylny powstawaniu Supporter Trusts był rząd Tony’ego Blaira (Martin 2007). W Polsce to Polski Związek Piłki Nożnej angażował się w lobbowaniu na rzecz tego typu inicjatyw. Jak zauważył jeden z fanów:

⁴ <http://wisla.plocman.com/forum/viewtopic.php?t=1034> (dostęp: 7.05.2015).

To był okres, kiedy w silnych ośrodkach kibicowskich powstawały stowarzyszenia czy też organizacje. PZPN nawet wymagał, żeby kibice stworzyli organizacje, które będą ich przedstawicielstwami w kontaktach z klubami, z PZPN-em, z sejmem, czyli organizacje w pełni prawne, zarejestrowane w sądzie. Nie inaczej było w Płocku. (...) To nie był wymóg prawny, raczej sugestia ze strony PZPN-u, sugestia związku, że takie organizacje powinny powstać. Mieliśmy wtedy też przychylny klimat w klubie. Wszystko poszło płynnie, organizacja powstała błyskawicznie. (...)Wcześniej były tylko organizacje nieformalne takie jak dzisiaj, jak na przykład Grupa Ultras [Nafciarze – M.G.], które podejmowały jakieś działania, ale nie miały żadnego umocowania prawnego, nie mogły reprezentować kibiców oficjalnie, odnosić się do wydarzeń, składać swoich propozycji do wyższych instancji. Było tak w całej Polsce. Powstało kilka organizacji przed nami, ale generalnie jesteśmy jedną z pierwszych tego typu.

(K1⁵; cytatachodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Sformalizowanie się grup kibicowskich oczywiście przyniosło pewne konsekwencje w relacji fani – klub, a w związku z tym także dla roli kibica jako takiej. Jak pisze Jacek Burski: „Po pierwsze, łatwiej jest podejmować decyzje i osiągać krótko- (np.: organizacja wyjazdu) bądź długoterminowe cele (np.: mobilizacja sympatyków w ramach kampanii społecznej). Po drugie, coraz częściej kibice podejmują bądź są zmuszeni do podjęcia dialogu z innymi aktorami debaty publicznej (władzami lokalnymi, klubem, piłkarzami itd.). Zarówno na szczeblu lokalnym (np.: akcja ratowania ŁKS-u przed upadkiem prowadzona przede wszystkim przez SK ŁKS), jak i centralnym (powstanie Ogólnopolskiego Związku Stowarzyszeń Kibicowskich). Po trzecie, stowarzyszenia kibicowskie coraz częściej przejmują na siebie kwestie komunikacji w imieniu wszystkich kibiców danego klubu (...). Co więcej, formalizacja przynosi możliwość wywierania silniejszego nacisku na organizację klubową” (Burski 2013: 276).

Stowarzyszenia kibicowskie stały się więc formalną drogą do komunikacji fanów z klubami. Miały reprezentować interesy kibiców wobec klubu, ale także wobec instytucji samorządowych oraz państwowych. Stowarzyszenia kibiców piłkarskich ze swoją działalnością wyszły jednak dalej, poza określone ramy reprezentowania partykularnych interesów fanów, a w związku z tym, poza ramy roli kibica.

Działalność Stowarzyszeń Kibicowskich

Działalność stowarzyszeń kibicowskich można podzielić na cztery kategorie: działalność organizującą życie kibicowskie; działalność integrującą środowisko kibicowskie; działalność społeczną i charytatywną; działalność patriotyczną.

Działalność organizująca życie kibicowskie oraz działalność integrująca to aktywności, które można zaliczyć do inicjatyw mieszczących się w ramach roli

⁵ K1, K2, K3, K4, K5 to kody respondentów.

kibica. Działalność organizująca życie kibicowskie polega na koordynowaniu różnego rodzaju inicjatyw związanych z kibicowaniem: wszelkich formalności dotyczących wyjazdów na mecze poza swoim miastem, czyli kontaktu z przedstawicielami klubu, zakupu biletów, zbierania opłat, zamawiania autokarów, pociągów, przygotowania list uczestników itd. Dochodzi do tego dialog z klubem czy, w szczególnych sytuacjach, gdy kibice uznają, że wymaga tego dobro klubu, z innymi aktorami życia publicznego (por. Kossakowski 2011).

Działalność integrująca to nic innego, posiłkując się ramami Tocquevilla, jak inicjatywy na rzecz przyciągania zwolenników i umacnianie więzi między obecnymi członkami. Do takich inicjatyw można zaliczyć na przykład organizowane przez stowarzyszenie kibiców Wisły rozgrywki piłkarskie „Turniej o Puchar SSKWP”. W takich turniejach często udział biorą kibice z innych, zaprzyjaźnionych klubów: w lutym 2011 roku odbyła się jedenasta edycja, w której uczestniczyło dziewięć nieformalnych grup kibicowskich z Płocka oraz trzy drużyny gości: fani OKS Olsztyn, FK Ventpils oraz Hutnika Kraków.

Zupełnie inaczej należy interpretować pozostałe dwie płaszczyzny aktywności stowarzyszeń kibicowskich. Działalność społeczna i charytatywna oraz akcje patriotyczne przekraczają ramy roli kibica i dlatego też są niezwykle interesujące dla badacza tych zjawisk. Istnieje wiele przykładów inicjatyw społecznych i charytatywnych wśród kibiców piłkarskich w Polsce. Kibice Jagiellonii Białystok zorganizowali w lokalnych galeriach handlowych zbiórkę zabawek i słodyczy dla dzieci przebywających w okresie świąteczno-gwiazdkowym na oddziale onkologicznym w miejscowym szpitalu⁶. Fani Siarki Tarnobrzeg odpowiadają za cykliczną akcję pomocy dzieciom z ośrodka opiekuńczo-wychowawczego. W 2012 roku udało im się zakupić rowery oraz kaski rowerowe dla jego wychowanków⁷. Stowarzyszenie kibiców Lechii Gdańsk „Lwy Północy” organizuje mikołajki dla dzieci z najuboższych rodzin, podczas których przygotowana jest wigilijna kolacja oraz prezenty dla dzieci⁸. SSKWP z kolei animowało zbiórkę pieniędzy dla Ośrodka Opiekuńczo-Wychowawczego w Płocku i dla dzieci ze Stowarzyszenia „Nadzieja w Nas”. Zbiórki odbywały się w czasie rapowego koncertu charytatywnego czy licytacji różnych pamiątek związanych z klubem, między innymi koszulek z autografami znanych piłkarzy. Niezwykle ciekawy wydaje się fakt, że kibice nie tylko sami podejmują się tego typu inicjatyw, ale także bezpośrednio do nich zgłaszają się potrzebujący wsparcia, świadczy to bowiem o fakcie, że stowarzyszenia kibicowskie swoją działalnością ugruntowały w oczach niektórych przedstawicieli społeczności lokalnej obraz organizacji o charakterze obywatelskim:

⁶ http://www.kibice.net/news/1809_Akcja_charytatywna_kibicow_Jagiellonii.html (dostęp: 7.05.2015).

⁷ <http://www.echodnia.eu/apps/pbcs.dll/article?AID=/20120118/POWIAT0304/558350167> (dostęp: 7.05.2015).

⁸ <https://lwypolnocy.pl/Start/TabId/36/ArtMID/1329/ArticleID/2213/Biało-Zielone-Mikołajki.aspx> (dostęp: 7.05.2015).

Z ośrodka wychowawczego zadzwoniła do nas wychowawczyni i poprosiła o pomoc w zakupieniu monitora oddechu dla chorej dziewczynki (...). To właśnie ciekawe, że wszystkie organizacje, które powinny się tym zajmować, albo się tym chwalać, tak naprawdę nic nie robią, a zadzwoniła do nas, zebraliśmy szybko pieniądze i kupiliśmy ten monitor. To wszystko w ciągu dwóch dni!

(K3; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Kibice piłkarscy potrafią także zmobilizować się do spontanicznej pomocy innym, gdy wymaga tego sytuacja. Idealnym tego przykładem są sympatycy Górnika Zabrze jadący na mecz do Warszawy z miejscową Legią. Ich pociąg został zatrzymany na trasie z powodu katastrofy kolejowej innego składu. Fani Górnika nie siedzieli z założonymi rękami i nie czekali na to, co się zdarzy. Ruszyli z pomocą ofiarom tego zdarzenia, odpuszczając mecz swojej drużyny⁹. Wyżej wymienione przypadki to tylko garstka przykładów obywatelskich inicjatyw kibiców. Praktycznie kibice każdego klubu w Polsce, którzy potrafią się zorganizować, mogą pochwalić się tego typu działaniami.

Działalność patriotyczna, również ta na szczeblu lokalnym, jest także rozpowszechniona wśród organizacji kibicowskich. SSKWP cyklicznie organizuje obchody rocznicy obrony mieszkańców Płocka przed Bolszewikami w 1920 roku. W 2010 roku fani „Nafciarzy” oprawą na meczu ze Zniczem Pruszków uczcili pamięć bohaterów tamtych dni. Przy jednej z głównych ulic miasta powstał także mural upamiętniający ten heroiczny wyczyn. W 2014 roku odbył się przemarsz przez ulice Płocka oraz odpalono race na moście łączącym dwa brzegi miasta¹⁰. Kibice Legii Warszawa upamiętniają Powstanie Warszawskie, kibice Lecha Powstanie Wielkopolskie, a doskonałą ilustracją zarówno działań patriotycznych, jak i społecznych są działania kibiców Śląska Wrocław, którzy dołączyli się do akcji „Rodacy Bohaterom”, podczas której fani tego klubu zbierali żywność dla byłych polskich żołnierzy mieszkających na Kresach Wschodnich.

Motywy zrzeszania się oraz działalności społecznej

Głównym powodem, dla którego kibice decydują się sformalizować swój stosunek z klubem i wstąpić do stowarzyszenia jest chęć działania na rzecz wspólnego dobra, jakim jest klub. Innymi słowy jest to potrzeba działania dla jasnej, sprecyzowanej idei, którą w sposób symboliczny wyraża klub piłkarski.

Głównie, żeby kreować dobry wizerunek Wisły, działać dla jej dobrego imienia.

(K2; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

⁹ <http://www.sportowefakty.pl/pilka-nozna/232776/kibice-gornika-i-gieksy-pomogli-poszkodowanym-w-katastrofie-> (dostęp: 24.05.2015).

¹⁰ <http://wisla.plocman.com/forum/viewtopic.php?t=12137&start=168> (dostęp: 7.05.2015).

By działać na rzecz klubu, nie jest konieczne jednak formalizowanie swojej relacji z klubem. Powstaje pytanie, dlaczego akurat to stowarzyszenia kojarzą się z działaniem dla dobra ukochanego klubu piłkarskiego. Tocqueville zauważył, że w demokratycznych ustrojach, które stwarzają wolność organizowania się, powszechnie stają się postawy inicjujące stwarzanie się w konkretnych celach (Tocqueville 1976: 332). Innymi słowy, chęć działania prowadzi do konceptu wspólnej, sformalizowanej inicjatywy opartej na zbieżnych celach. Wydaje się, że postawa taka pojawia się, a potem eskaluje wraz ze zdobywanym doświadczeniem na stadionie:

Jestem na stadionie już od tylu lat, że czułem się odpowiedzialny za reprezentowanie w mieście kibiców – i stowarzyszenie spełnia takie funkcje.

(K1; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Byłem kibicem aktywnym od 2002 roku, jeździłem na wyjazdy, byłem w Grupie Ultras [Nafciarze – M.G.] przez 5 lat, a potem z czasem, z dojrzwaniem, z ukończeniem jakiś tam szkół przyszedł czas na działania w stowarzyszeniu. Jako że jedynym oficjalnym reprezentantem kibiców jest Stowarzyszenie, to naturalną drogą było wstąpienie do niego.

(K3; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

W rozmowach z kibicami Wisły Płock należącymi do SSKWP pojawia się motyw zwiększającej się odpowiedzialności wraz z rosnącym doświadczeniem na stadionie. Następuje swoista **ewolucja roli kibica** – wstąpienie do stowarzyszenia staje się kolejnym, naturalnym etapem. Trzeba zaznaczyć jednak, że o ile formalizowanie swojego stosunku z klubem jawi się fanom ze stowarzyszenia jako kolejny etap roli kibica, o tyle nie każdy kibic działający przez lata aktywnie na stadionie decyduje się na sformalizowanie swojego stosunku z klubem. Można przypuszczać zatem, że stowarzyszenia, będące swoistymi narzędziami instytucjonalnymi, służącymi do wyrażania i działania na rzecz swoich interesów w ustrojach demokratycznych, wymagają od fanów pewnego kapitału kulturowego. Nie ulega bowiem wątpliwości, że stowarzyszenia kibicowskie, o ile są formalnymi przedstawicielstwami kibiców danego klubu o inkluzywnym charakterze, o tyle w swoich szeregach nie skupiają wszystkich fanów danego klubu.

„Wejście w kolejny etap” związany z kibicowskim życiem umacnia tezę o trybunach stadionu piłkarskiego jako miejscu, w którym wytwarza się kapitał społeczny. Kapitał społeczny, wyrażany przez poczucie odpowiedzialności za wspólny los, rodzi chęć reprezentowania kibiców w ramach oficjalnego przedstawicielstwa. Można także zaryzykować tezę, że klub piłkarski sprzyja instytucjonalizacji takich zachowań. Od spontanicznych okrzyków, zagrzewających piłkarzy do walki, zrodzonych z emocji towarzyszącym rozgrywce, przez zorganizowany doping, do tworzenia swojego przedstawicielstwa w ramach obowiązującego prawa. Innymi słowy, kapitał społeczny wytworzony na trybunach transformuje się w oficjalne przedstawicielstwo i akcje prowadzone przez stowarzyszenia poza stadionem.

Motywacje kibiców do tych ostatnich kryją się ponownie w idei klubu. Budowanie i propagowanie dobrego wizerunku Wisły jest kluczowym czynnikiem mobilizującym do inicjatyw społecznych i charytatywnych, które przez pomoc potrzebującym członkom społeczności lokalnej stają się jednocześnie najlepszą drogą do jego realizacji:

Dla mnie osobiście najważniejsze jest to, żeby o tej Wiśle mówiono pozytywnie, nie o mnie konkretnie, tylko o klubie, że coś dobrego się tu dzieje. My chcemy, żeby o tej Wiśle się dobrze mówiło. Ważna jest również kwestia, że przy tym wszystkim można komuś pomóc. To jest rzecz nie do przecenienia.

(K4; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Przede wszystkim chęć pomagania innym (...). Oczywiście jest też, że to Wisła jest głównym czynnikiem motywującym do działania.

(K3; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Głównie dla Wisły. Ludzie powiedzą, że kibice pomogli, ale ogólnie powiedzą dobrze o Wiśle. To taki marketing relacji, pomiędzy kibicami a społecznością lokalną.

(K5; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Taka postawa ilustruje jedną z kluczowych cech stowarzyszeń, jaką wyróżnił Tocqueville, a mianowicie miejsce na indywidualną wolność jednostek działających w ich ramach. Jednostka, działając na rzecz wspólnego celu, może to robić na swój sposób (Tocqueville 1976: 156). Wydaje się, że działania społeczne kibiców animowane są przez konkretne jednostki, dysponujące odpowiednim kapitałem kulturowym, społecznym i ekonomicznym, by takie działania podejmować.

Powiem nieskromnie, że wiele z tych inicjatyw organizowanych przez nas to moje pomysły. A realizacja już wspólnie, w grupie. Sam nic bym nie zdołał. Zawsze można liczyć na ludzi ze stowarzyszenia.

(K3; cytat pochodzi z wywiadów badacza z kibicami)

Kibiców wychodzących z inicjatywą do organizacji tego typu przedsięwzięć jest zatem niewiele, a stowarzyszenie stwarza możliwości do realizacji także indywidualnych celów. O ile jednak cele te pokrywają się z ideą klubu, potrafią zaangażować także innych członków stowarzyszenia, a zatem, używając terminologii Tocquevill'a, jednoczyć zwolenników.

Podsumowanie

Formalizowanie się wspólnot kibicowskich jest przede wszystkim wskaźnikiem obecności kapitału społecznego wśród zaangażowanych fanów piłkarskich. Ten kapitał społeczny może przybierać jednak różne formy. „Zaufanie, lojalność i so-

lidarność, czyli afekty, które tworzą poczucie wspólnoty, mogą służyć zarówno umacnianiu się społeczeństwa obywatelskiego, ale i wypaczać je w kierunku amoralnego familizmu” (Gorlach, Klekotko, Płucienniczak 2013: 210). Tworzenie stowarzyszeń przez kibiców piłkarskich wydaje się kolejnym etapem „ewolucji” tego środowiska. Początki ruchu kibicowskiego w Polsce to dominacja grup szalikowców, opartych na kulturze chuligańskiej, które faktycznie można opisać jako grupy cechujące się amoralnym familizmem. W toku określonych procesów społecznych – zarówno politycznych (por. Grodecki, Antonowicz 2015), jak i rynkowych (por. Antonowicz, Kossakowski, Szlendak 2011) – zgromadzony kapitał społeczny pozwolił odpowiedzieć kibicom na nową rzeczywistość i sformalizować swoje stosunki z klubami. Niezwykłość tego procesu dostrzegalna jest zwłaszcza, gdy spojrzemy na ogólną kondycję społeczeństwa obywatelskiego w Polsce. Antoni Sułek, podsumowując wyniki Diagnozy Społecznej 2013, zauważa że: „Polacy nie umieją się organizować i skutecznie działać wspólnie (...). Nie umieją, bo się tego nie nauczyli z ich uboższego doświadczenia. Nie umieją, bo nie działają, a nie działają, bo nie umieją – jest to błędne koło działań dla społeczności” (Sułek 2013: 284). Widoczny jest zatem kontrast wspólnot kibiców piłkarskich na tle społeczeństwa, które, chcąc pozostać realnym partnerem dla swoich klubów, musiały szybko nauczyć się demokratycznych reguł gry.

Wydaje się, że działalność organizacji kibicowskich zaczyna się od wybitnych jednostek, dysponujących odpowiednim kapitałem społecznym i kulturowym, które to inicjują różnego rodzaju przedsięwzięcia. W ramach stowarzyszeń i wspólnie z ich ideą jednostki te realizują swoje pomysły, co stanowi główną siłę napędową akcji społecznych organizowanych przez stowarzyszenia, nazwanych w tym artykule działaniami wychodzącymi poza rolę kibica. Konkluzja ta pokrywa się z wnioskami płynącymi z analiz innych badaczy (por. Gliński 1996; Wódz 2004), akcentujących wpływ wybitnych jednostek na kształt lokalnego społeczeństwa obywatelskiego, gdzie poprzez proces naśladownictwa budowana jest lokalna obywatelskość. Niniejsza analiza nakazuje uzupełnić te konkluzje o wymóg Tocquevillla co do spójności tych działań z podzielaną wspólnie ideą (w wypadku kibiców reprezentowaną przez stowarzyszenia), co pozwala na zaangażowanie w inicjatywę większej liczby fanów.

Niemniej, problematyka „trzeciej strony trybun” jest o wiele bardziej złożona i na pewno wymaga większego empirycznego zaangażowania ze strony badaczy w przyszłości.

Literatura

- Antonowicz D., Kossakowski R., Szlendak T., 2011, *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*, Studia Socjologiczne, nr 3/202, s. 113–139.

- Antonowicz D., Kossakowski R., Szlendak T., 2012a, *Duszący dym odpalonych rac. O wyzwaniach w etnografii subkultury kibiców piłkarskich*, Przegląd Socjologii Jakościowej, nr 3.
- Antonowicz D., Kossakowski R., Szlendak T., 2012b, *Piłkarz jako marka i peryferyjny kibic jako aborygen. O wybranych społecznych konsekwencjach komercjalizacji sportu*, Kultura i Społeczeństwo, nr 3.
- Armstrong G., 1998, *Football Hooligans: Knowing the Score*, Oxford–NewYork: Berg.
- Burski J., 2013, *Od chuligana do prezesa – analiza przemian zachodzących w społecznym świecie polskich kibiców* [w:] R. Kossakowski (red.), *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*, Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior.
- Cleland J., Dixon K., 2015, 'Black and whiter': the relative powerlessness of 'active' supporter organization mobility at English Premier League football clubs, *Soccer and Society*, no. 16(4), s. 540–554.
- Dudała J., 2004, *Fani chuligani: rzecz o polskich kibolach: studium socjologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Dunning E., 2000, *Towards a Sociological Understanding of Football Hooliganism as a World Phenomenon*, *European Journal on Criminal Policy and Research*, no. 8(2), s. 141–162.
- Giulianotti R., 2004, *The globalization of football: a study in the glocalization of "serious life"*, *The British Journal of Sociology*, vol. 55, issue 4.
- Gliński P., 1996, *Polscy Zieloni. Ruch społeczny w okresie przemian*, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Gliński P., 2008, *Przedmowa: o miejscu problematyki społeczeństwa obywatelskiego w socjologii polskiej* [w:] A. Kościański, W. Misztal (red.), *Społeczeństwo obywatelskie. Między ideą a praktyką*, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Gorlach K., Klekotko M., Płucienniczak P., 2013, *Obywatelstwo – społeczeństwo obywatelskie – państwo* (recenzja z: J. Raciborski, *Obywatelstwo w perspektywie socjologicznej*, *Studia Socjologiczne*, nr 1/208, s. 207–223).
- Grodecki M., Antonowicz D., 2015, „Zachodni wiatr wieje...” *Polscy kibice i polityka modernizacji kraju w latach 1989–2012* [w:] R. Kossakowski, J. Kurowski, J. Nowakowski (red.), *Modern Football a świat kibiców. Interdyscyplinarne studia nad kulturą futbolu*, Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior.
- Ingham R., 1978, *Football hooliganism: The wider context*, London: Inter-action Imprint.
- Kossakowski R., 2011, *Konflikt w niebiesko – biało – niebieskich barwach. Rzecz o klubie Wisła Płock* [w:] T. Sahaj (red.), *Od fana do chuligana. Kibicowanie w sporcie współczesnym*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego.
- Kossakowski R., 2013, *Proud to be Tukker. A Football Club and the Building of Local Identity: The Case of FC Twente Enschede*, *Przegląd Socjologiczny*, nr 3, s. 107–127.
- Kościański A., Misztal W., 2008, *Wprowadzenie. Aktywność obywatelska: ile idei, ile praktyki?* [w:] A. Kościański, W. Misztal (red.), *Społeczeństwo obywatelskie. Między ideą a praktyką*, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Kowalski R., 2000, *Potomkowie Hooligana. Szalikowcy. Społeczno-kulturowe źródła agresji widowni sportowych*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

- Lomax B., 2000, *Democracy and fandom: Developing a supporters' trust at Northampton town FC*, Soccer and Society, no. 1(1), s. 79–87.
- Martin P., 2007, *Football, community and cooperation: A critical analysis of supporter trusts in England*, Soccer & Society, no. 8(4), s. 636–653.
- Millward P., 2012, *Reclaiming the Kop? Analysing Liverpool Supporters' 21st Century Mobilizations*, Sociology, no. 46(4), s. 633–648.
- Numerato D., 2014, *Who Says "No to Modern Football?" Italian Supporters, Reflexivity, and Neo-Liberalism*, Journal of Sport & Social Issues, vol. 39, no. 2, s. 120–138.
- Piotrowski P., 2000, *Szalikowcy: o zachowaniach dewiacyjnych kibiców sportowych*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Putnam R., 1995, *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, tłum. J. Szacki, Kraków: Znak.
- Rozpędowski D., 2014, *Składowe tożsamości kibiców na przykładzie fanów Śląska Wrocław* [w:] S. Kamykowski (red.), *Socjologia sportu. Szkice empiryczne*, Warszawa: Fundacja Na Rzecz Warsztatów Analiz Socjologicznych.
- Sahaj T., 2007, *Fani futbolowi. Historyczno-społeczne studium zjawiska kibicowania*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego.
- Sahaj T., 2009, *Kibicowanie futbolowe, religia i socjologia sportu*, Studia Socjologiczne, nr 2, s. 137–159.
- Spaaij R., 2006, *Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Six Western European Football Clubs*, Amsterdam: Vossipers UvA.
- Spencer H., 1889, *Zasady Socjologii*, Warszawa: Drukarnia Maryi Ziemkiewicz.
- Sulek A., 2013, *Doświadczenie, działania dla społeczności i kompetencje obywatelskie* [w:] *Diagnoza Społeczna 2013*, s. 275–284.
- Taylor I., 1971, *Football mad: A speculative sociology of football hooliganism*, The Sociology of Sport, no. 4, s. 357–377.
- Tocqueville A., 1976, *O demokracji w Ameryce*, tłum. M. Król, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Woźniak W., 2011, *Najlepsi na świecie? O fenomenie siatkówki i jej kibiców w Polsce* [w:] Ł. Rogowski, R. Skrobaccki (red.), *Społeczne zmagania ze sportem*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM.
- Wódz J., 2004, *Aktywność lokalna, obywatelstwo lokalne, polityka na szczeblu lokalnym* [w:] P. Gliński, B. Lewenstein, A. Siciński (red.), *Samoorganizacja społeczeństwa polskiego: III sektor i wspólnoty lokalne w jednoczącej się Europie*, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.
- Znaniecki F., 1974, *Ludzie terażniejsi a cywilizacja przyszłości*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Źródła internetowe

www.echodnia.eu
www.ems.ms.gov.pl/krs
www.kibice.net
www.lwypolnocy.pl
www.sportowefakty.pl
www.wisla.plocman.com