

Paweł Ćwikła
Uniwersytet Śląski

ODRADZANIE SIĘ REGIONALNEJ TOŻSAMOŚCI. NA PRZYKŁADZIE SPOŁECZNEGO OTOCZENIA KLUBU PIŁKARSKIEGO „ZAGŁĘBIE” SOSNOWIEC

Niektórzy ludzie twierdzą, że piłka nożna to sprawa życia i śmierci. Opinie takie wielce mnie rozczarowują. Mogę was zapewnić, że to coś znacznie, znacznie poważniejszego¹.

Bill Shankly,
trener FC Liverpool (1959–1974)

Zagłębie Dąbrowskie sąsiaduje terytorialnie z Górnym Śląskiem w ramach jednego województwa. Na tle liczby publikacji naukowych poświęconych tożsamości Górnoszlązaków, opracowania na temat „tożsamości zagłębiowskiej” stanowią nieporównywalną mniejszość. Szczególnym wyrazicielem tej tożsamości są kibice klubu sportowego „Zagłębie” Sosnowiec, który jest, nie tylko piłkarską, wizytówką miasta i regionu. Manifestacje poparcia drużyny bazują tu na silnych odwołaniach do tożsamości regionalnej. Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na znaczenie sfery symbolicznej związanej z klubem, podkreślającej wymiar społeczny, kulturowy i historyczny dotyczący „małej ojczyzny”, z którą jest związany. Zwracam uwagę, że gdy kibice głoszą: „Zagłębie to my” oznacza to coś więcej, aniżeli metaforyczny wyraz autoidentyfikacji. Mianują się depozytariuszami klubowych symboli i nazwy, co bywało przyczyną różnych konfliktów. Funkcjonowanie klubu osadzone jest w tradycji regionu (jak również relacjach interregionalnych, co dotyczy głównie górnośląskiego sąsiedztwa – tak na niwie sportowej, jak i wielu innych), a odwoływanie się do niej jest jednym z filarów funkcjonowania społeczności najzagorzalszych kibiców. Jej dynamika sprawiała, między innymi, że przeistaczali się ze wspólnoty, którą wcześniej tworzyli, w stowarzyszenie; ze społeczności wspierającej instytucję sami stali się instytucją domagającą się wsparcia. Miało to miejsce, gdy podczas jednego z kryzysów, jakie przechodziło piłkarstwo w mieście, kibice postanowili założyć własny, konkurencyjny klub „Zagłębie 1906 Sosnowiec”.

Główne pojęcia: tożsamość; regionalizm; „swoi” i „obcy”; wspólnota; piłka nożna; Zagłębie Dąbrowskie; tradycja.

Institut Socjologii, e-mail: pawel.cwikla@us.edu.pl.

¹ Zob. *Bill Shankly in Quotes*, strona internetowa FC Liverpool (liverpoolfc.com).

Wprowadzenie – badania nad tożsamością

Tożsamość wydaje się jedną z najważniejszych kategorii obecnych we współczesnej socjologii (por. Sztompka 2002: 185; Giddens 2007: 52). Badania nad tożsamością wydają się szczególnie pożądane i socjologicznie inspirujące w przypadku wielokulturowych regionów pogranicza, gdzie oprócz dających o sobie znać procesów doraźnie oddziałujących na życie lokalnej społeczności, dużą rolę odgrywają uwarunkowania historyczne (por. Szczepański, Lipok-Bierwiazzonek i Nawrocki 1994; Kalaga red. 2002). Społeczności, które funkcjonują w warunkach stabilnych, nie kierują swej uwagi w stronę przeszłości w takim stopniu, w jakim czynią to te wystawiane na próbę skomplikowanych warunków i niepowodzeń (por. Ziółkowski 1999: 59). Szczególnie w regionach wielokulturowych doceniano siłę zbiorowej pamięci i obyczajów zakorzenionych w kulturze ojców (por. np.: Wódz, Wódz i Łęcki 1997; Mucha 1999b; Śliz 2009). Tam tradycja pełni rolę zarówno integrującą społeczność, jak i podkreśla jej odrębność na tle innych zbiorowości dzielących wspólną przestrzeń, bądź żyjących po sąsiedzku – lecz kulturowo odmiennych (por. Mucha red. 1999a; Budakowska red. 2005). Socjologowie podkreślają także rolę funkcjonalnego sposobu postrzegania przestrzeni dla kształtowania się i znaczenia tożsamości (zob. np.: Szczepański i Śliz 2011). Społeczny wymiar przestrzeni (zarówno w sensie dosłownym, jak i metaforycznym) wydaje się zresztą jednym z częściej podnoszonych zagadnień w kontekście problematyki tożsamościowej (zob. np.: Bierwiazzonek, Lewicka i Nawrocki 2012; Nawrocki 2015).

Można powiedzieć, że są regiony, gdzie doświadczenia dotyczące procesów zachodzących przy okazji transformacji społeczno-ekonomicznej i związanych z przemianami kulturowymi, mają „nie tylko swoją historię, mają także, jeśli wolno sformułować tę opinię z pewną celową przesadą, swoją socjologię” (Łęcki 2009: 127). Pogląd powyższy dotyczy konkretnie Górnego Śląska, regionu charakteryzującego się bogatą tradycją i specyfiką kulturową, znaczeniem ekonomicznym i politycznym, a także rozpoznawalnością jego odrębności – nie tylko wśród mieszkańców regionów sąsiednich. Można by powiedzieć, że choć „własną socjologią” mogłoby wylegitymować się wiele regionów, są wśród nich i takie, gdzie procesy znane także skądinąd, przybierają szczególne formy i wyjątkowe skale. A „często właśnie różnica formy i skali sprawiała, że – co starano się wielokrotnie wykazać, i co z na ogół z dobrym skutkiem czyniono – na Górnym Śląsku przybierały one rzeczywiście specyficzną, właściwą tylko dla tego obszaru postać” (Łęcki 2009: 128). To jedna z przyczyn, dla której nawarstwiła się silna i bogata tradycja badań nad tożsamością jego mieszkańców (zob. Świątkiewicz red. 1993; Wódz J. i Wódz K. 1999; Janeczek i Szczepański 2006; Swadźba red. 2011; Wódz J. red. 1990; Wódz K. red. 1993, 1994, 1995, 2013).

Tożsamość śląska – tożsamość zagłębiowska

Patrząc na tradycję badań śląskoznawczych (chodzi o badania dotyczące Górnego Śląska; zawsze też, gdy w artykule pojawiają się odwołania do Śląska, podmiotowo, przedmiotowo czy przymiotnikowo, chodzi o Górny Śląsk) – włączając analizy regionalnej tożsamości – Zagłębie interesuje badaczy w zdecydowanie mniejszym stopniu. Zauważmy, że śledząc dyskusje wokół społecznej charakterystyki regionu górnośląskiego, nie znajdziemy w nich wątpliwości na temat tego, czy Ślązacy posiadają odrębną tożsamość. Sporne jest to, czy mamy do czynienia ze śląską narodowością (zob. Nijakowski red. 2004), czy istnieje śląski język, bądź czy należy się Śląskowi autonomia. Kwestie te jednak tylko towarzyszą oczywistości, za jaką uznaje się oryginalność i niepodważalność tożsamości Ślązaków. Ewentualne pytania dotyczą tego, co się na nią składa, jaka jest jej treść, w jakich przejawia się formach, co wiemy o jej źródłach, w jakim stopniu jest efektem kreacji/idealizacji (por. np. Smolorz 2012) – ale nie śląska tożsamość jako taka.

W przypadku tożsamości zagłębiowskiej sprawa wygląda nieco inaczej. W wypowiedziach uczonych, nawet tych, dla których istnienie tożsamości zagłębiowskiej nie ulega kwestii, daje się zauważyć pewne zrozumienie dla niewiedzy bądź wątpliwości, jakie w tej mierze mogą przejawiać inni. Nie dziwią więc deklaracje w rodzaju: „Owa ‘zagłębiowska tożsamość’ istnieje od dawna” (Wódcz i Wódcz 2009: 2), bądź: „należy ją [tożsamość zagłębiowską] traktować bardzo serio, bo ona istnieje na pewno” (Wódcz J. 2013). O tożsamości Zagłębia mówi się zwykle w kontekście badań dotyczących całego regionu. Przy okazji projektów obejmujących swym zasięgiem obszar województwa, uwagę zwracają przede wszystkim problemy Górnego Śląska. Zagłębie zajmuje tu miejsce prawdziwie marginalne. „Zainteresowanie tożsamością śląską jest teraz naprawdę duże [...], jednak badań nad Zagłębiem jest mniej. Nie dość tego, są one zwykle tylko elementem badań dotyczących społecznych problemów całego województwa. Wreszcie trzeba zauważyć, że trwające od kilkunastu lat procesy restrukturyzacji gospodarki całego regionu (a więc obejmujące zarówno część górnośląską, jak i zagłębiowską oraz małopolską województwa katowickiego w jego granicach sprzed reformy roku 1999) w szczególnie bolesny sposób dotknęły właśnie Zagłębie. Fakt ten jest też istotnym elementem, dla którego warto zastanowić się nad ewolucją owej tożsamości zagłębiowskiej. O wiele więcej i o wiele częściej mówi się o problemach Górnego Śląska, jak gdyby samo podniesienie procesów dziejących się w Zagłębiu było w jakimś stopniu dewaloryzujące polityka czy uczonego” (Wódcz i Wódcz 2009: 2). Opinię tę, w pewnym sensie potwierdza Michał Kaczmarczyk, mówiąc: „pojęcie tożsamość zagłębiowska, podobnie jak termin Zagłębie Dąbrowskie budzi rozliczne kontrowersje w środowisku badaczy czy publicystów zajmujących się problematyką

kulturowego i społecznego oblicza regionu” (Kaczmarczyk 2007). Nie brak wypowiedzi w rodzaju: „Chociaż większość mieszkańców Zagłębia Dąbrowskiego identyfikuje się z regionem, to nie jest w stanie określić cech typowych dla zagłębiowskiej tożsamości” (Pustułka 2009). Dlatego własne badania nad lokalną tożsamością prowadziło np. Muzeum Zagłębia w Będzinie. Przy tej okazji prowadząca tam dział etnografii, Dobrawa Skonieczna-Gawlik, stwierdziła: „Odrębność Zagłębia nie jest tak widoczna, jak w przypadku Śląska, ale istnieje. [...] Zagłębiak jednak to nie Ślązak czy Małopolanin” (Pustułka 2009).

Analizy tego problemu podejmowali badacze akademicy (zob. np. Wódz i Wódz 2009; Woźniczka 2010, Kaczmarczyk i Wojtasik red. 2008, 2011), swoje głosy dodają również publicyści i społecznicy aktywni w lokalnej prasie, na portalach internetowych poświęconych regionowi Zagłębia, zrzeszeni bądź sympatyzujący z regionalnymi stowarzyszeniami. W ramach jednej z takich inicjatyw pod nazwą „Forum dla Zagłębia Dąbrowskiego” zrodził się pomysł akcji zatytułowanej „Tożsamość zagłębiowska to nie jest rzecz wtórna” (Krawczyk 2007), mający na celu umacnianie i promowanie potrzeby aktywnej identyfikacji z regionem. Od 2006 roku przyznawana jest Zagłębiowska Nagroda Humanitas, którą honoruje się osoby i instytucje zasłużone dla promowania regionu i wspierające działania na rzecz wzmocnienia regionalnej tożsamości. Spośród badaczy zajmujących się problematyką tożsamości zagłębiowskiej jedni zwracają uwagę na jej silne korzenie historyczne, związek z państwowością polską i płynącym stąd patriotyzmem lokalnym, będącym zawsze związanym z tożsamością narodową (Woźniczka 2010); inni dostrzegają rolę, jaką w kształtowaniu się tożsamości Zagłębia odgrywa sąsiedztwo Śląska, przemiany restrukturyzacyjne czy uwarunkowania polityczne. Zaznacza się przy tym, iż jest ona efektem współdziałania trzech elementów: robotniczego, inteligenckiego i żydowskiego (zob. Wódz i Wódz 2009). Dostrzega się też wagę kultury i zaangażowanych w jej budowanie twórców (Kaczmarczyk 2007), instytucji kulturalnych i społecznych powołanych w celu wspierania działań na rzecz umacniania i promocji tożsamości Zagłębia (Kaczmarczyk 2007; Krawczyk 2007), a także – choć nie jest to sprawa tak jednoznaczna i tak silnie wzmacniająca identyfikację z regionem, jak ma to miejsce w przypadku gwary śląskiej (zob. Łęcki 2001; Szczepański i Śliz 2010) – pewnych cech „zagłębiowskiego języka” (Skudrzyk 2009: 4–5).

Badania nad futbolem

Krzysztof Łęcki zwraca uwagę, że chociaż piłka nożna, jako przedmiot zainteresowania akademickich uczonych „w rutynowych badaniach socjologicznych uwzględniany z rzadka, i stąd wydać się może błahy, w rzeczywistości zdaje się

mieć nie tylko spore znaczenie społeczne (dostrzegane zwykle tylko w jego patologicznych formach), ale i w jakiś sposób wskaźnikowe” (Łęcki 2009: 130). Nawet jeśli społeczny fenomen piłki nożnej rzeczywiście zajmuje socjologów w relatywnie małym stopniu (por. Kossakowski i Kurowski 2015), to w ostatnich latach zainteresowanie badaczy społecznych tym tematem zdaje się jednak rosnąć. Kolejnym przykładem może być artykuł przedstawiający wspólnotę kibicowską w kontekście koncepcji „niewidzialnej religii” Thomasa Luckmanna (Antonowicz i Wrzesiński 2009) czy tekst dotyczący związków wielokulturowości, tożsamości i procesów globalizacji dotyczących świat profesjonalnej piłki nożnej (Kossakowski 2013), bądź artykuł poświęcony komercjalizacji sportu i analizie miejsca, jakie wobec niej zajmują kibice piłkarscy (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011). Jego autorzy stanowią zresztą zespół badaczy mających na swoim koncie także więcej wspólnych tekstów z dziedziny socjologii futbolu, publikowanych w periodykach naukowych (Kossakowski, Szlendak i Antonowicz 2012a, 2012b), bądź prac, które ukazały się w naukowych wydawnictwach (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015a, 2015b); uwagę zwracają również indywidualne artykuły poświęcone socjologicznym aspektom futbolowego świata, autorstwa Radosława Kossakowskiego (2013, 2014a, 2014b).

Przyznać jednak trzeba, że pośród naukowych prac badaczy zajmujących się światem futbolu szczególną uwagę zwracają, wspomniane wyżej, „patologiczne formy”, zachowań piłkarskich kibiców. Stadionowe chuligaństwo ma ponad stuletnią historię (zob. Dunning, Murphy, Williams i Maguire 1984: 215, 2014), badacze społeczni zaczęli jednak zajmować się tym zjawiskiem w drugiej połowie lat sześćdziesiątych XX wieku (zob. Harrington 1968; Taylor 1969). Efektem ich pracy były publikacje poświęcone przede wszystkim fenomenowi *English Hooligans*. Patologią zachowań kibiców zajmowali się także autorzy polscy, analizujący szczególne miejsce, jakie stadionowe chuligaństwo zajmuje w rzeczywistości krajowej piłki nożnej (zob. Stańczuk 1992; Zieliński 1997). Problematykę „fanów chuliganów” analizował między innymi Jerzy Dudała (2004) czy Przemysław Piotrowski (1998, 2012). Zaznaczmy przy tym, że praca Dudały jest monografią powstałą na podstawie badań, które autor przeprowadził w latach 1998–2000 na grupie aktywnych kibiców „Zagłębia” Sosnowiec. Warto też wspomnieć o obecności na rynku księgarskim, opartych na prawdziwych zdarzeniach, powieści poświęconych tematyce piłkarskich chuliganów (Bannon 2014; Frąckowiak 2016).

Z punktu widzenia problematyki niniejszego szkicu, zagadnienie kibiców-chuliganów nie jest pierwszorzędne. Patologiczne formy wyrażania poparcia dla drużyny stanowią tu wątek śladowy wobec tematu głównego, skupiającego się na innych formach aktywności łączącej poparcie klubu piłkarskiego z identyfikacją z „małą ojczyzną” (także biorąc pod uwagę konfliktowe relacje

z *obcymi*). Niemniej warto pamiętać, że są prace, których autorzy zwracają uwagę na silny związek obu dziedzin; na traktowanie przez wielu piłkarskich fanów jako czegoś nierozłącznego kibicowania swojej drużynie, wyrażania przy tej okazji własnej tożsamości oraz fizycznych starć z kibicami innych zespołów (zob. Giulianotti, Bonney i Hepworth 1994).

Wiele jest prac, które łączą świat piłki nożnej z zagadnieniem indywidualnej i zbiorowej tożsamości, bez kładzenia nacisku na, zakłócające społeczny ład, postawy i zachowania pseudokibiców. W popularyzacji wyników badań i naukowych refleksji na temat świata piłki nożnej, oprócz wielu periodyków akademickich, które otwierają czasami swe łamy dla tego typu tematów, dużą rolę odgrywa czasopismo „Soccer & Society”, publikujące artykuły badaczy z całego świata, zajmujących się różnymi aspektami „socjologii futbolu”. Podobnie jak to ma miejsce w przypadku literatury poświęconej różnym ujęciom tożsamości, na przestrzeni dekad ukazało się bardzo wiele artykułów/książek poświęconych społecznemu wymiarowi piłki nożnej – także w kontekście związku tej dyscypliny z problematyką indywidualnej i zbiorowej tożsamości fanów futbolu. Związki te omawiane są w naukowych artykułach (np. Szabó 2013), w zwartych pracach zbiorowych (zob. Armstrong i Giulianotti red. 1999; Harris i Parker red. 2009) czy monografiach (np. Giulianotti 1999), które wskazują na rolę tego sportu jako swoistego środka podkreślającego znaczenie i siłę tożsamości, bądź pomagającego przetrwać jej kryzys i służącego tworzeniu bądź odtworzeniu i umacnianiu więzi (por. Rojo-Labaien 2014).

Socjologiczne aspekty roli, jaką odgrywa futbol w życiu społecznym, dostrzegane i analizowane są również przez pryzmat przykładów mniejszej skali – kibiców konkretnych drużyn klubowych (np. Jones 1998; Kozłowski 2015). Osobną kategorię prac dotyczących problemu znaczenia zbiorowej tożsamości w kontekście piłki nożnej mogą stanowić te, w których porusza się związki futbolu i polityki (np. Sahaj 2011; Tuñón i Brey 2012; Chwedoruk 2015). Warto też przypomnieć najbardziej chyba spektakularny przykład odnoszący się do tego rodzaju relacji, opisany przez Ryszarda Kapuścińskiego w książce *Wojna futbolowa* (1986).

Tę krótką listę uzupełnijmy przywołaniem opublikowanej w „Soccer & Society” analizy funkcjonowania Polskiego Związku Piłki Nożnej, przeprowadzonej zgodnie z teorią wykluczenia Michaela Foulcaulta (Pezdek i Michaluk 2016). Warto też wspomnieć o rzadkim przypadku wydania dwóch różnych książek, noszących ten sam tytuł: *Futbol i cała reszta*. Pierwsza z nich (Kosakowski i inni 2013) jest dziełem zbiorowym, zawierającym efekt pracy naukowej (bazującej zarówno na badaniach empirycznych, jak i opartej na refleksji teoretycznej) kilkunastu uczonych i ma podtytuł: *Sport w perspektywie nauk społecznych*. Książka druga jest natomiast powieścią autorstwa Przemysława Rudzkiego (2015), której akcja rozgrywa się w latach 1982–2003, a losy

bohaterów nieodłącznie związane są zarówno z przemianami społeczno-politycznymi w Polsce, jak i z tym, co działo się w tym czasie w krajowym i światowym futbolu.

Obszar analizy

Można by się zastanowić, czy potrzeba manifestacji identyfikacji z regionem/krajem/narodem poprzez symboliczne formy wyrazu poparcia klubu piłkarskiego, wiąże się w jakiś sposób z deficytem możliwości ekspresji zbiorowej tożsamości w inny sposób i czy istnieje tu obszar do zagospodarowania przez instytucje społeczne, polityczne czy kulturalne (por. Sahaj 2007; Harris i Parker 2009). Artykuł ten nie jest pomyślany jako efekt realizacji podobnych zamierzeń, jego cele są mniej ambitne. Jako przykład manifestacji regionalnej tożsamości przedstawia się tu głównie aktywność społeczności kibiców „Zagłębia” Sosnowiec – klubu będącego, swego czasu, sportową (i, w węższym sensie, także społeczną) wizytówką regionu, szczególnie w konfrontacji z licznymi i liczącymi się klubami piłkarskimi zza Brynicy – rzeki rozdzielającej Katowice i Sosnowiec – stolice odmiennych historycznie, kulturowo (i politycznie) regionów.

Choć wybrany przykład jest lokalny, odnosi się on również do pewnych prawidłowości, o których wolno sądzić, że posiadają naturę bardziej ogólną, co – gdy tylko tego dotyka analiza – zostaje zaznaczone. W dalszej części artykułu zwraca się więc uwagę na kilka kategorii, przez pryzmat których zostaje dotknięty problem regionalnej tożsamości, manifestowanej w kontekście aktywności kibicowskiej. Kategorie te to: 1) dychotomia: „swoi” i „obcy”, 2) manifestacja znaków/symboli, oraz 3) forma kibicowskiego *Gemeinschaft* przechodząca w *Gesellschaft* (i z powrotem).

Biorąc pod uwagę główny przedmiot dalszych rozważań, istotne znaczenie odgrywa tu szczególnie wymiar usytuowania Zagłębia, położonego niejako na marginesie większego, śląskiego sąsiada – wymiar sportowy. Richard Giulianotti zauważa, że „jak miłość, prawda i sztuka, sport jest rodzajem medium, które łączy ludzi. [...] Sport umożliwia różnym kulturom zgłębiać stare i nowe tożsamości i konflikty, w szczególności te, które dotyczą wspólnoty, płci, klasy społecznej czy etniczności” (Giulianotti 2005: XI, cyt. za: Kossakowski, Stachura, Strzałkowska i Rzadkowska 2013: 9). Pośród wielu dyscyplin popularność piłki nożnej nie znajduje konkurencji. Dlatego też wzbudza zainteresowanie wśród kibiców, mediów, polityków czy ludzi biznesu (Karaś 2013: 211). Uprzywilejowując w swych rozważaniach futbol, socjolog kieruje się więc szczególną pozycją tej dyscypliny sportu. To pierwsze z uzasadnień wyboru przedmiotu niniejszego tekstu.

Kolejne powody to wyjątkowa funkcja społeczna tej dyscypliny, znaczenie (szczególnie na poziomie piłki klubowej i reprezentacyjnej) związanej

z futbolem sfery symbolicznej, często związanej z potrzebą manifestacji. Jej elementem jest, tzw. – jak nazywa to Michael Billig – „flagowanie” demonstrujące jedność grupy kibiców i ich przewagę nad innymi (Billig 2008: 225; Pikora 2013: 291). Dodajmy, że miejscem tej demonstracji są nie tylko stadiony, ale szeroko rozumiana przestrzeń publiczna. W ten sposób dochodzi do obiektywizacji tożsamości, której treść wykracza wtedy poza symboliczny wymiar barw klubowych, ściśle łącząc się z miastem i regionem. „My” zostaje wzmocnione przez odniesienia do „oni”; „swoi” znajdują własnych „obcych”, bywa, że w szczególny sposób wzajem sobie „dedykowanych”.

To zaś prowadzi do przyjrzenia się konkretnemu miejscu w piłkarskim pejzażu, wiążącym określoną zbiorowość kibiców z klubem, który nie tylko traktują jako „swój”, ale z którym utożsamiają się stawiając własną, kibicowską społeczność ponadklubowych działaczy, a nawet drużynę i instrumentalnie traktowaną tradycję. Kibice obwieszczający: „klub to my!”, deklarujący, że to *ich* flaga jest flagą klubu (nie zaś odwrotnie); którzy przyznają sobie prawo bycia dysponentami klubowego herbu, uzurpują sobie kompetencje wydawania pozwolenia (bądź zakazu) posługiwania się klubowymi symbolami – skłaniają do zastanowienia się nad miejscem, jakie zajmuje klub piłkarski w swoim społecznym otoczeniu. Klub, który (ze względu na rolę, jaką odgrywają w nim kibice) silnie bazuje na tożsamości regionalnej. To właśnie stanowi trzeci powód, dla którego, jako przedmiot niniejszego artykułu, wybrano „Zagłębie” Sosnowiec.

Za powód czwarty można uznać miejsce, jakie piłka nożna zajmuje w regionie (rozumianym tym razem szerzej: jako śląsko-zagłębiowski). O sile futbolu („fusbalu”) na Śląsku pisał już wspomniany Krzysztof Łęcki (2009), zaznaczali ją w swoich utworach Stefan Szymutko (2001: 4) czy Kazimierz Kutz (2010: 108). Nie inaczej było (i jest) także po drugiej stronie granicznej Brynicy. „Sosnowiec należy do najstarszych ośrodków piłkarstwa na ziemiach polskich – pisze znawca zagłębiowskiego futbolu Mirosław Ponczek. – Początki tej dyscypliny sportu w mieście nad Przemszą sięgają okresu zaborów. Z czasem piłka nożna zyskała sporą popularność wśród mieszkańców stolicy Zagłębia Dąbrowskiego, a kluby futbolowe na stałe wrosły w krajobraz miasta” (Ponczek i Fryc 2006: 5).

Między tymi klubami w profesjonalnym futbolu liczył (i wciąż liczy) się tylko jeden, będący reprezentantem, a zarazem wizytówką miasta i regionu w najwyższych klasach rozgrywkowych – właśnie „Zagłębie” Sosnowiec. Zestawienie liczby zasłużonych klubów piłkarskich na Śląsku i w Zagłębiu – zarówno współcześnie, jak i w historii futbolowych rozgrywek – wypada zdecydowanie na niekorzyść regionu zagłębiowskiego. Znaczenie klubów mierzy się wielością zdobytych trofeów, występami w prestiżowych rozgrywkach (krajowych i europejskich), jak również ich wielkością przekładającą się na liczbę zawodowych graczy, reprezentantów Polski, a w ostatnich latach także zaangażowaniem

w szkolenie dzieci i młodzieży. Najbardziej wymiernym kryterium są jednak miejsca, jakie kluby zajmowały w rozgrywkach o tytuł mistrza kraju i (choć w mniejszym stopniu) zdobyte Puchary Polski.

Najczęściej piłkarskimi mistrzami Polski zostawały Górnik Zabrze (14-krotny mistrz, 4-krotny wicemistrz, 6-krotny zdobywca Pucharu Polski) i Ruch Chorzów (14 mistrzostw, 6 wicemistrzostw, 3 puchary kraju). Po to trofeum sięgały również kluby bytomskie: Polonia (2 razy) i Szombierki, wielokrotnie wicemistrzem zostawał GKS Katowice. W ostatnich latach w ekstraklasie występowały również zespoły Odry Wodzisław i Piasta Gliwice (który w sezonie 2015/2016 wywalczył wicemistrzostwo ligi). Z takim śląskim sąsiedztwem trudno było (jest) rywalizować Zagłębiu, które może pochwalić się tylko jednym klubem zdolnym do stawania w szranki z najlepszymi w Polsce. Czas świetności i największych tryumfów zespołu z Sosnowca przypada na lata sześćdziesiąte i siedemdziesiąte ubiegłego wieku. Z nostalgią (dla większości aktywnych kibiców bardziej kronikarską niż wynikającą z autopsji) wspomina się w Sosnowcu czterokrotne wicemistrzostwo kraju i tyle samo razy zdobyty Puchar Polski. Trzy razy drużyna wywalczyła brązowy medal mistrzostw Polski. Wtedy też najczęściej w dziejach klubu jego piłkarze występowali w reprezentacji kraju, a Wojciech Rudy i Włodzimierz Mazur wyrosli na jej niekwestionowane gwiazdy.

Historia klubu, zarówno ta odległa, jak i całkiem niedawna, jest przez kibiców traktowana nie tylko sentymentalnie. Odgrywa ona ogromną rolę w umacnianiu regionalnej tożsamości sympatyków drużyny, stanowi też punkt odniesienia uzasadnionej nadziei na sportowe sukcesy w dobie obecnej.

Konflikt regionów i konflikt kibiców

Kibicowanie „Zagłębiu” zawsze jakoś wiązało się z opozycją wobec klubów śląskich, która miała (i ma) wymiar inny, niż w przypadku „obcych” drużyn z innych części kraju. Antagonizmy pomiędzy klubem z Sosnowca i klubami śląskimi mają podłoże historyczne, pozasportowe, które z czasem objęły obszar piłki nożnej. Mówiąc o tożsamości kibiców „Zagłębia”, należy dostrzegać te uwarunkowania i odnieść się do przeszłości śląsko-zagłębiowskiego sąsiedztwa.

Przed II wojną światową Zagłębie stanowiło część województwa kieleckiego, stykającego się z autonomicznym Śląskiem. Historyczne różnice między regionami sięgają czasów podziału tych ziem pomiędzy zaborców niemieckiego i rosyjskiego (przynależność państwowa Górnego Śląska ma dłuższą historię). Na mocy wprowadzonych przez Niemców, w czasie okupacji, zmian administracyjnych, przeniesiono Zagłębie do rejencji katowickiej. Narastające przedwojenne konflikty między regionami przybrały wówczas nową formę i treść,

co przełożyło się na późniejsze antagonizmy (Woźniczka 2010: 73–74), które miały naznaczyć relacje między Ślązakami a Zagłębiakami na kolejne dziesięciolecia. Jeden z najbardziej znanych Ślązaków, Kazimierz Kutz, wspominając dzieciństwo, pisze w autobiograficznej powieści: „jakieś tysiąc pięćset metrów na północ od naszego kafloka [...], przebiega wielowiekowa granica pomiędzy Niemcami a Rosją, dziś pomiędzy Czerwonym Zagłębiem z Czarnym Śląskiem. Do dziś idzie tym śladem głębokie pęknięcie ziemi, mało zbadane, choć Ślązacy z własnej woli doczołgali się do Macierzy, gdy Polska powstała” (Kutz 2010: 34).

Odziedziczona, niejako, po wojnie jedność administracyjna obu regionów nasilała podziały wewnątrzwojewódzkie. Utożsamianie Sosnowca ze Śląskiem wciąż jest w Polsce dość powszechne, co bywa przyczyną interwencyjnych reakcji zarówno ze strony Ślązaków, jak i mieszkańców Zagłębia. Po awansie do I ligi (2015), władze sosnowieckiego klubu ogłosiły, że zamierzają na szeroką skalę prowadzić akcję promocyjną, której celem jest nie tylko popularyzacja piłki nożnej w regionie, ale i propagowanie regionu w kraju. Tuż przed inauguracją sezonu prezes „Zagłębia”, Marcin Jaroszewski, objaśniał: „Kampania promocji Zagłębia Dąbrowskiego nie jest skierowana przeciwko komuś, ale ma walor patriotyzmu lokalnego i edukacji dla tych, którzy przyjeżdżają do Sosnowca i mówią, że są na Śląsku. Nie ukrywam, że nam się to nie podoba, ale nie chcemy w jakikolwiek natarczywy sposób zwracać uwagi. Chcemy po prostu edukować. To jest pierwszy sezon tej edukacji. Bardzo szanujemy i cenimy naszą odrębność. To jest nasza siła. Ludzie z Dąbrowy Górniczej, Będzina, Czeldzi, Wojkowic, Zawiercia, Olkusza, Siewierza, wielu miast i miasteczek Zagłębia Dąbrowskiego to są nasi kibice. Dziękuję, że nas wspierają”. Jedną z relacji z konferencji prasowej, podczas której złożono powyższą deklarację, zatytułowano opisowo: *Piłkarze Zagłębia będą uczyć, że Sosnowiec nie leży na Śląsku* (dziennikzachodni.pl 2015). Jak mówi Jacek Wódz (2013) „różnice pomiędzy Śląskiem a Zagłębiem są tak mocno historycznie ugruntowane, że nie wolno się mylić. Z samego faktu, że niektórzy ludzie uważają Zagłębie za część Śląska, nie wynika, iż w tożsamości zagłębiowskiej istnieje świadomość wchłaniania przez Śląsk”. Przedstawianie obecnych wzajemnych relacji w kategoriach jednostronnej absorpcji, miałoby być sposobem odreagowania wcześniejszego „mitu okupacji Śląska przez Zagłębie” (Woźniczka 2010: 74), która – z kolei – miała być rzekomą reakcją na wcześniejszą, śląską hegemonię nad Zagłębiem podczas wojny. Obecnie antagonizm ten jest już znacznie słabszy, także dzięki udanym próbom (również instytucjonalnym) przewycięzania go. Pewne jego przejawy można znaleźć jeszcze wśród przedstawicieli starszego pokolenia.

Silny antagonizm pomiędzy kibicami Zagłębia Sosnowiec a sympatykami piłkarskich klubów śląskich jest tu jaskrawym wyjątkiem. W sytuacji, gdy ogólnie rzecz ujmując, dawne napięcia pomiędzy Ślązakami i Zagłębiakami

wyraźnie słabną, a nawet zanikają, to w relacjach kibicowskich nie widać tendencji do wygaszania tego rodzaju animozji. Kibice-„kormele” (tak Ślązaków określają czasem ludzie z Zagłębia – oprócz znanego w całej Polsce terminu: „hanysy”) i kibice-„gorole” (czyli fani i mieszkańcy Zagłębia w oczach Ślązaków – choć mianem „goroli” określają oni także innych nie-Ślązaków; obraźliwie mówią tak na siebie, nawzajem, również skonfliktowani sympatycy różnych drużyn górnośląskich) zdają się potrzebować, dla podtrzymania bądź wzmocnienia własnej tożsamości, swoistego punktu odniesienia, wspólnie i jednakowo (w ramach grupy) definiowanego wroga. W tym przypadku jest nim „dobrze znany obcy” (por. Simmel 1955; Coser 2009).

Gdy Roger Caillois (1997) czy Norbert Elias i Eric Dunning (1986) mówili, że w naszych czasach piłka nożna zastępuje walki gladiatorów i wojny, mieli na myśli formę zastępczą, jaką futbol ma stanowić dla potrzeby silnej konfrontacji. Bój piłkarzy na boisku i walka kibiców na doping nie zawsze jednak wystarcza, aby zaspokoić tę potrzebę. Bywa, że metafora wojny przenosi się z placu gry na trybuny i poza stadion, uzupełniając jednocześnie wymiar symboliczny o bitewną dosłowność, przybierając formę bezpośrednich, chuligańskich starć. O tym, jaką mogą przybrać one rangę, wspomina Kutz w *Piątej stronie świata*: „Kiedy AKS Chorzów wkopał RKS Sosnowiec na ich terenie, doszło do wielogodzinnej bitwy, nazwanej potem czwartym powstaniem śląskim” (Kutz 2010: 31). Dziś kibice sosnowieckiego klubu nazywają siebie „łowcami hanysów”, a przy drogach wjazdowych do Zagłębia spotkać można graffiti o treści: „Witamy w krainie, gdzie hanys ginie”. Dodajmy, że kibice śląscy nie pozostają im dłużni.

„Working class”

Historia piłki nożnej w Sosnowcu jest niemal tak samo długa jak dzieje zagłębiowskiego przemysłu i miejscowej klasy robotniczej. W roku 1906 (uznanym za początek futbolu w Sosnowcu) pracownicy walcowni, polscy robotnicy, w podsosnowieckich Milowicach (dzisiejsza dzielnica Sosnowca) założyli Towarzystwo Sportowe. Od początku też podobne inicjatywy społeczne, istotne dla tożsamości zagłębiowskiej, łączone były z polskością. O ile gimnastyka, jako istotny element edukacji, była dość szeroko popularna wśród młodych ludzi z różnych środowisk, o tyle futbol był domeną pracowników fabryk, kopalń i hut. „Korzenie wielu klubów wywodzą się z czasów nowoczesnych, kiedy to rozwój przemysłu przyciągał rzesze ludzi do miast. Robotnicy i ich rodziny, wykorzeni ze swych dawnych siedlisk, szukali nowych źródeł identyfikacji. Kluby sportowe dobrze temu celowi służyły” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015a: 16). Koresponduje to ze społecznym kontekstem, w jakim

piłka nożna zrodziła się i zyskała wielką popularność w jej ojczyźnie, w Anglii. To właśnie tam nierozzerwalnie zrosły się dwa pojęcia, które i dziś bywają nieodłączne: *football* i *working class*.

Kibice Zagłębia Sosnowiec nawiązują do robotniczej tradycji początków sosnowieckiego piłkarstwa (i piłkarstwa w ogóle) manifestując na flagach, transparentach, koszulkach czy klubowych szalikach jedno z głównych klubowych haseł – właśnie „working class”. Trudno powiedzieć, jak wielu z nich to ludzie na co dzień związani z pracą fizyczną, szczególnie w przemyśle. Wolno przypuszczać, że (po bolesnej dla Zagłębia restrukturyzacji) nie ma wśród nich wielu robotników. Nie trzeba też dodawać, że z klasą robotniczą od dawna nie mają już nic wspólnego, choćby i tylko formalnie, piłkarze – jak to miało miejsce przed wojną, bądź (choć już w inny sposób) w czasach PRL, gdy w klubach „górnicznych”, czyli funkcjonujących przy kopalniach (i dzięki kopalniom), występowali zawodnicy oficjalnie zatrudnieni w przemyśle wydobywczym, praktycznie niemający o nim pojęcia.

Owo demonstrowane stadionowo (i pozastadionowo) „working class” jawi się jako nawiązanie do tradycji klubu górniczego. Wskazuje też na historyczną siłę oddolnej inicjatywy ludzi, którzy wbrew okolicznościom i niesprzyjającym warunkom stali się założycielami towarzystwa sportowego. Natomiast dziś epatowanie tym hasłem jest wyrazem antyestablishmentowej postawy sympatyków klubu, podkreśleniem znaczenia ich jako „ludu” (*nomen omen* Stadion Zagłębia Sosnowiec nosi nazwę „Ludowy”), z którym utożsamiają się jako ze swego rodzaju ponadjednostkową i ponadczasową siłą, i co ma być wyrazem ich niezależności. Dumnie obnoszone emblematy, w których nawiązuje się do klasy robotniczej można uznać również za manifestację jednego ze wspomnianych wyżej komponentów zagłębiowskiej tożsamości.

Czas świetności, upadek i tożsamość, która przetrwała

Po zakończeniu II wojny światowej, i po chaosie pierwszych lat powojennych, do rozgrywek o tytuł mistrza kraju została zgłoszona drużyna „Stal Sosnowiec”, w roku 1962 przemianowana na Górniczy Klub Sportowy „Zagłębie Sosnowiec”. Wraz z nową nazwą klub otwiera nowy rozdział swojej historii. Budowy jego potęgi podjął się wtedy pierwszy jego prezes (później twórca GKS-u Tychy), były wiceminister górnictwa, Franciszek Wszolek. Miał, tym samym, zrealizować – jak głoszą przekazy sprzed ponad pół wieku – szczególnie polecenie ówczesnego I sekretarza Wojewódzkiego Komitetu PZPR w Katowicach, Edwarda Gierka (Ponczek i Fryc 2006: 70–71), który, zapragnął, aby zespół z jego rodzinnego miasta stał się poważnym pretendencem do miana najlepszej drużyny w kraju. Choć nigdy nie udało się zdobyć najcenniejszego trofeum

w lidze, rolę jednego z głównych graczy na tym polu „Zagłębie” odgrywało przez dwie dekady. Pozycja ta dawała klubowi także prawo do niemal regularnych występów w rozgrywkach międzynarodowych, co podnosiło znaczenie klubu na gruncie rodzimym, w tym wobec sąsiednich drużyn śląskich.

Początek lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku to czas stopniowego pograżania się w kryzysie. W roku 1986 zespół spada z I ligi (wówczas najwyższej klasy rozgrywek – od sezonu 2008/2009 przemianowanej na Ekstraklasę), w której występował od dwudziestu sześciu lat. Dekada lat dziewięćdziesiątych to trudny okres dla polskiego sportu w ogóle, dla futbolu zaś – szczególnie. Dziedzina w takim stopniu uzależniona od stałego i obfitego źródła finansowania, w znacznej mierze doznała wstrząsu w wyniku przemian związanych z restrukturyzacją polityczną, a zwłaszcza ekonomiczną. Kłopoty miały te kluby, których los był dotąd ściśle sprzężony z wielkim przemysłem. Kryzys, który go dotknął, powodując w różnych miejscach stopniowy, bądź nagły jego upadek, przełożył się na ich kondycję. Trzeba przy tej okazji zwrócić uwagę na szczególnie odczuwalne skutki restrukturyzacji przemysłu w Zagłębiu, która „była o wiele bardziej bolesna niż na Górnym Śląsku” (Wódcz J. 2013).

Warto zwrócić uwagę na drogę, jaką „Zagłębie” Sosnowiec przeszło w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia i po roku 2000. Wolno bowiem sądzić, że losy drużyny i klubu odegrały ważną rolę w kształtowaniu struktury wspólnotowej więzi jego kibiców. Więzi łączącej ich z klubem, i z sobą nawzajem pod szyldem jego barw, symboli i działań skierowanych w kierunku ich krzewienia i ochrony. Oto tuż po powrocie do I ligi, w 1990 roku, z finansowania klubu wycofali się jego dotychczasowi patroni (zakłady przemysłu wydobywczego). Z nazwy zostaje usunięty człon: „Górnicy”, a kłopoty ekonomiczne przekładają się na coraz słabsze wyniki sportowe. W 1993 roku została ogłoszona upadłość „Zagłębia Sosnowiec”, co było równoznaczne z likwidacją klubu. Po kilkukrotnych zmianach nazwy (MOSiR, Stal, STS) i przynależności instytucjonalnej, po nadziejach i rozczarowaniach związanych z pozyskaniem, następnie utratą strategicznego, włoskiego sponsora, wreszcie po degradacji „Zagłębia” z powodu udziału w aferze korupcyjnej (2008) do III klasy rozgrywek, klub stopniowo odbudowywał pozycję ekonomiczną i sportową. Od 2015 roku drużyna występuje w I lidze, obecnie stanowiącej bezpośrednio zaplecze Ekstraklasy.

Burzliwe koleje losu „Zagłębia” Sosnowiec zaowocowały nowym hasłem, które od połowy lat dziewięćdziesiątych nie odstępuje kibiców klubu. Od tamtego czasu obok szalików i flag z napisem „working class” oprawy meczowe nie mogą obyć się bez transparentów oznajmiających: „wiara, która przetrwała!”. Wzloty i upadki zespołu, zawirowania własnościowe w klubie, kłopoty legislacyjne dotyczące prawa do używania nazwy, barw i symboli – wszystko to sprawiło, że na scenie sosnowieckiego piłkarstwa pierwszoplanową rolę zaczęli odgrywać kibice „Zagłębia”. Fluktuacja zawodników w klubie była wówczas

bardzo duża, wielu z nich, nim zdążyło zagrać tam miejsce, odchodziło do innych zespołów, bardziej stabilnych organizacyjnie, finansowo i prawnie. Utożsamianie się z drużyną przeistoczyło się w identyfikację z jej symbolami – jako czymś, co pozostaje niezmiennie, na czym można się oprzeć, do czego można się odwołać, co nie podlega ingerencji z zewnątrz. „Mimo że idealnie rzecz biorąc, tożsamość jest całością zintegrowaną, w praktyce przechodzi przez liczne kryzysy wywołane przez zmieniające się sytuacje, przypisane im znaczenia i wyobrażenia o tym, co nowi lub przeobrażeni partnerzy wnoszą do naszego świata” (Mach 2008: 10). Gdy klub zmieniał nazwę, i gdy później ogłoszono jego likwidację, dla wielu ludzi zanikał punkt oparcia (a przynajmniej jeden z takich punktów) w obszarze uniwersum, w którym funkcjonowali. Wszak jednym z podstawowych sposobów jego określania jest – jak podkreśla Wojciech Świątkiewicz – „odczytywanie własnej tożsamości poprzez identyfikację z rodziną i społecznością krajanów” (cyt. za: Hahn 2007), z otoczeniem najbliższym, ze środowiskiem ludzi i wartości, co do których można mieć nadzieję (bądź pewność), że są stałe, że można na nich i wokół nich budować przyszłość. Taką rolę pełnił dla nich dotąd klub.

Pewność zbiorowej tożsamości, będąca efektem swego rodzaju uporządkowania świata społecznego, zaprowadza ład w rzeczywistości symbolicznej. Określa system elementów rzeczywistości, które mają właściwe sobie cechy – inne od tych, jakie charakteryzują pozostałe grupy. Patrząc z tej perspektywy na perypetie sosnowieckiego klubu, zwłaszcza w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych, ważne dla kibiców elementy rzeczywistości społecznej zostały narażone na utratę w niej swojego miejsca. A przecież wpisują się w określony system znaczeń pozwalający poruszać się w świecie, określają myśli i działania, ich rozumienie zapewnia poczucie bezpieczeństwa w znanym sobie porządku rzeczy. Zaburzenie go nakazuje rozglądać się za tym, co w naruszonym, zmieniającym się ładzie może dać przekonanie o niewzruszoności. Można było znaleźć je w znanym sobie środowisku, które nabrało dodatkowego znaczenia. Wobec kryzysu, w jakim znalazł się klub, wspólnota kibiców przejęła na siebie rolę właściwego dysponenta klubowych symboli. Identyfikacja z grupą musiała nabrać dodatkowego wymiaru, wzniosła się niejako na kolejny poziom, uzupełniony o nieznane wcześniej poczucie odpowiedzialności.

To my jesteśmy „Zagłębiem”

W tym miejscu należy podkreślić silną identyfikację z klubem jego najbardziej zagorzałych kibiców. To rzecz znana już od czasów, gdy wielbiono odmienne frakcje podczas igrzysk starożytnych. Nie inaczej jest dzisiaj, szczególnie w środowisku tzw. ultrasów. Owszem, pamiętać trzeba, że są także kibice,

którzy stali się po prostu „konsumentami sportu”, i których identyfikacja zarówno z drużyną, jak i z innymi jej sympatykami odżywa jedynie na czas trwania meczu (por. Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011: 115). Jeśli jednak, etymologicznie rzecz ujmując, tożsamość oznacza „to samo, co” (Paleczny 2008: 20), wówczas sytuacje takie, jak ta, o której mowa w odniesieniu do „Zagłębia”, stawiają kibiców rzeczywiście w sytuacji: „być albo nie być”, przy czym chodzi tu o coś więcej niż grupa, którą tworzą. Chodzi o sens jej istnienia. W ich przekonaniu mają uzasadnione prawo myśleć: „to my jesteśmy ‘Zagłębiem’”. Taki typ kibiców to tzw. „die-hard fans”, „charakteryzujący się ‘prawdziwą lojalnością’, niezwiązaną z sukcesem sportowym, kreujący własną tożsamość na bazie identyfikacji z ‘kulturą klubową’” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015a: 15). Ich przeciwieństwo stanowią tzw. „fair-weather fans” (por. Wann i Branscombe 1990), którzy swą wierność drużynie uzależniają od jej zwycięstw. Fenomen niezłomnej lojalności najzagorzalszych kibiców wobec klubu porównywalny jest do wierności marce (w tym wypadku „marce klubowej”) i – jako taki – znany pod nazwą „syndromu West Ham” (zob. Parker i Stuart 1997; Bridgewater 2010). Autorzy książki poświęconej socjologii piłki nożnej pt.: *Aborygeni i konsumenci*, zwracając uwagę na skutki postępującej w świecie profesjonalnego futbolu komercjalizacji, także mówią o kibicach, którzy „nie ‘uciekają’ z trybun wraz ze sportową degrengoladą ich drużyn” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015a: 15). Nazywani są przy tym „kibicami industrialnymi” (tamże), którzy „w zakresie zaangażowania i specyficznej ‘wiary’ w klubowe godła i barwy – przekraczają siłę przywiązania do sportowych marek dzisiejszych odbiorców widowisk piłkarskich” (tamże, s. 16).

Specyficzna wspólnota zagorzałych kibiców to z jednej strony „klub piłkarski rozumiany jako pewna abstrakcyjna idea, na którą składa się historia klubu, jego tradycja i etos” (Pikora 2013: 298), z drugiej – zbiorowość kibiców „stanowiąca heterogeniczny kolektyw i tworzącą atmosferę w czasie meczów” (tamże). Definicja powyższa wydaje się, w świetle niniejszych rozważań, o tyle istotna, że w pewnym momencie nastąpiła sytuacja, w której, w wyniku pasma niepowodzeń na wielu frontach, dla sympatyków „Zagłębia” ich klub stał się ideą, abstrakcją, która w pewnym okresie istniała j e d y n i e dzięki wiernym jej kibicom. Mało tego, gdy usuwano go z ligi i gdy postanowiono go rozwiązać – to właśnie oni sprawili, że pozostał (na powrót stał się) czymś realnym. Można powiedzieć, że ocalała klub ich tożsamość wrosła w kulturę regionu, czerpiącą z kolei, swą siłę z wypracowanych wcześniej, mocnych z nim związków. „Tożsamość społeczna ma charakter dynamiczny – pisze Paleczny. – Jednak łatwo jest ją widzieć jako niezmienny konstrukt, jako ‘rzecz’, coś, co grupa posiada i komunikuje innym w toku interakcji” (Paleczny 2008: 20). Idąc tym tropem, można powiedzieć, że dynamika tożsamości kibiców pozwoliła, „zmaterializować” się – by pozostać przy tym ujęciu – abstrakcyjnej idei klubu.

Jednocześnie, za sprawą identyfikacji z nim jako konkretem (klubowi piłkarzkiemu nie brak jednak obiektywnych aspektów wymiernych), swoją przynależność regionalną podnieśli do poziomu doświadczenia. Ona także przestaje być (tylko/głównie/również) ideą. Wierność klubowi pomaga odpowiedzieć na wcześniejsze, podstawowe pytanie: „kim jestem?”, silnie skorelowane z innym: „skąd jestem?”. Autoidentyfikacja kibiców wychodzi wtedy poza grupę społeczną (zawodową, rówieśniczą, światopoglądową) czy klasę i nie zależy od sportowych sukcesów drużyny.

Także nazwa drużyny ułatwia (bądź, w innym wypadku, może utrudniać) rozszerzenie autodefinicji tożsamości kibica poza osiedle, dzielnicę czy miasto. Kluby takie jak „Szombierki” Bytom, „Widzew” Łódź, „Raków” Częstochowa albo „Chelsea” czy „Tottenham” – swoje nazwy zawdzięczają dzielnicom miast, z których pochodzą. I choć są zespoły, które swoich sympatyków mają czasem w odległych miejscach świata, to w przypadku najzagorzalszych fanów nazwa związana z miejscem bywa niezwykle ważna. Manifestując własną obecność na stadionach, kibice skandują: „Zagłębie to my”, mają więc na myśli nie tylko klub. Zawołanie to nabiera szczególnego wydźwięku podczas meczów derbowych (mianem tym określa się każde spotkanie drużyny z Sosnowca z którymś z klubów górnośląskich). I pomimo podatności na interpretację, okrzyki te wydają się mniej problematyczne, niż gdyby np. „Śląsk to my” skanowali kibice „Śląska” Wrocław czy – w innej wersji – „Wybrzeża” Gdańsk.

„Młoda wiara” pomiędzy *Gemeinschaft* a *Gesellschaft*

Dla „wiary, która przetrwała” nadszedł jednak czas próby, której... nie przetrwała. Kibice, którzy nie odstępowali drużyny i klubu w najtrudniejszym dla niego roku 1993, w całej dekadzie lat dziewięćdziesiątych i później, kiedy przeżywali jego degradację, w kilka lat potem postanowili udowodnić, że wykrzykiwaną na stadionie dewizę „klub to my a nie wy” traktują dosłownie. W 2011 roku, gdy „Zagłębie” było w II lidze (III klasa rozgrywkowa), kibice postanowili wyrazić swój sprzeciw wobec sposobu, w jaki klub jest zarządzany. Swoją frustrację spowodowaną ogromnym zadłużeniem, słabymi wynikami i – jak to określono – „brakiem perspektyw dla ‘Zagłębia’” okazali w prawdziwie spektakularny sposób. Gdy władze klubu zakomunikowały: „Działalność spółki prowadzącej drużynę w II lidze jest poważnie zagrożona i istnieje możliwość jej likwidacji” (stadiony.net.pl 2012) – kibice postanowili działać. Po spotkaniu w jednym z sosnowieckich pubów, 2 lipca 2011 roku ogłosili, że mają własny pomysł na finansowanie i funkcjonowanie zespołu. W akcie protestu powołali do życia i zarejestrowali „Stowarzyszenie Zagłębie 1906 Sosnowiec”. Powstał, tym samym, nowy klub, który został zgłoszony do przedostatniej kategorii

rozgrywek (B-klasa). Zarząd klubu tworzyli przedstawiciele kibiców, którzy nie pobierali, z racji pełnionych funkcji, żadnych wynagrodzeń, a głównym ich zadaniem miało być pozyskiwanie sponsorów i działalność organizacyjna. Internetowy serwis informacyjny „100% Zagłębie Sosnowiec” podawał (2011): „Tym krokiem kibice chcą udowodnić, że z miłości do drużyny można pracować za darmo”. Założenia przyjęte przez założycieli nowego klubu głosiły, że drużyna składać się ma wyłącznie z Zagłębiaków, że zawodnikami mogą być kibice („na tym poziomie rozgrywkowym wirtuozi futbolu nie są potrzebni, a trener już kompletuje drużynę, która w pierwszym sezonie ma wywalczyć awans o klasę wyżej” – [tamże]).

O inicjatywie tej można powiedzieć, że stanowi przykład przejścia z formy *Gemeinschaft*, której ideały zawsze wysoko stawiali, w formę *Gesellschaft*, do której – chcąc zachować pierwotną wspólnotowość – jednocześnie aspirowali. Choć zdania, co do secesji, były podzielone, głosy przeciwników szybko ucichły i zwyciężył pomysł wolty. Kibice wydali oświadczenie, w którym głosili: „Wielokrotnie na trybunach można było słyszeć ‘Zagłębie to my’ intonowane przez kibiców, dlatego też klub prowadzony przez fanatyków będzie kontynuatorem tradycji kibicowskich sosnowieckiego Zagłębia” (tamże).

Aby zapobiec – używając słów Zygmunta Baumana – „kryzysowi przynależności” i zachować znaczenie idei tożsamości, kibice postanowili zbudować pomost pomiędzy tym, co „jest”, a tym, co „należy” (Bauman 2007: 22). Można powiedzieć, że stanęli przed wyzwaniem polegającym na „podniesieniu i przetworzeniu rzeczywistości do standardów na podobieństwo owej idei” (tamże). Nie wszyscy jednak podzielali zdanie o słuszności takiego działania. Przeciwnicy rozdzielenia zwracali też uwagę na moralny aspekt przedsięwzięcia. Kontrowersje budziła deklaracja „kontynuacji” czegoś, co wszak istnieć nie przestało, a przede wszystkim użycie nazwy „Zagłębie”, która choć uzupełniona o datę 1906, odnosiła się do klubu, który wciąż pod tą nazwą funkcjonował. Oponenti twierdzili, że datą w nazwie nowej drużyny powinien być ewentualnie rok 2011, jako czas powstania klubu (inni mówili o dacie 1962 – jako o roku, kiedy klub przyjął nazwę regionu, jeszcze inni wskazywali drwiąco na datę 1123, jako rok, z którego pochodzi najstarsza wzmianka o osadzie z terenu współczesnego Sosnowca). Kibicom „Zagłębia 1906” przypominano też, niczym wyrzut sumienia, słowa ich „hymnu”:

„Jedno miasto, jeden klub, 100 lat tradycji (...) Jedna miłość, duma w sercach Sosnowiczian (...) Nasza miłość, nasza duma, wiara co przetrwała w nas”.

„Buntownicy” już w nazwie swego klubu dali wyraz temu, że ważna jest dla nich właśnie ta wiekowa tradycja, podkreślając tym samym swoje prawo do rozporządzania nią, pamięcią i klubowymi symbolami. „Zagłębie 1906” przyjęło też

herb dotychczasowego „Zagłębia”, a wkrótce po rozpoczęciu rozgrywek V ligi, zaczęło domagać się pozwolenia rozgrywania swoich meczów na Stadionie Ludowym (który kibice także uważali za „własny”). Klub kibicowski rozgrywał bowiem mecze na wynajętym i dość prymitywnym obiekcie, którego szumna nazwa „stadion” była, biorąc pod uwagę współczesne standardy, tylko zwyczajowa. Obliczony na goszczenie około 700 widzów, musiał przyjmować kilka tysięcy fanów dopingujących – *nomen omen* – swoją drużynę, podczas gdy na meczach „starego” „Zagłębia” trybuny niemal świeciły pustkami. I choć byli i tacy, którzy kibicowali obu drużynom, demonstracja wycofania poparcia dotychczasowemu klubowi przez „ultrasów” była jednoznaczna i potwierdzana ich absencją na „Ludowym”. A odpowiedzią na poprzednią „wiarę, która przetrwała”, stała się zastępująca ją, widniejąca na dużych flagach, tzw. „sektorówkach” (zob. Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015a: 9) i banerach – „młoda wiara”.

Można powiedzieć, że mamy tu do czynienia z przykładem – odwołując się do typologii zaproponowanej przez Lewisa A. Cosera – wewnętrznego konfliktu społecznego (innego, aniżeli konflikt generowany i podtrzymywany przez konfrontację z kibicami innych drużyn), który, choć dotyczy interesów, wartości i celów zbiorowości, nie sięga fundamentów systemu, na którym opiera się społeczny układ, w którym zbiorowość ta funkcjonuje. A celem, do którego może doprowadzić, jest (podobnie jak w przypadku konfliktu zewnętrznego) uporządkowanie hierarchii wartości i ważności zasad istotnych dla grupy. Jest to istotne, gdyż poziom panujących w niej więzi jest swoistym sprawdzianem dla jej spistości, zdolności przetrwania czy ekspansji (por. Coser 1975: 199–200).

Trudno powiedzieć, czy doświadczenie tej osobliwej secesji uczyniło społeczność kibiców Zagłębia mocniejszą. Przewyciężony konflikt wewnętrzny nie był wszak jedynym, z jakim musiała zmierzyć się „młoda wiara”. Wkrótce poradzono sobie jednak również z formą konfliktu zewnętrznego zachodzącego pomiędzy „Zagłębiem 1906” a „Zagłębiem” i miejskim ratuszem. Wiosną następnego roku (2012) doszło bowiem do podpisania paktu „Wszyscy dla Zagłębia”, który zakończył krótką historię nowego klubu. Sygnatariuszami porozumienia byli: prezydent miasta, prezes „Zagłębia” Sosnowiec i przedstawiciele Stowarzyszenia Kibiców. Władze zadeklarowały „współodpowiedzialność za kreowanie wizerunku, który zachęci do inwestowania w klub potencjalnych sponsorów”, kibice natomiast gwarantowali „pozytywny doping godny drużyny reprezentującej ponad 200 tysięczne miasto i jednocześnie region Zagłębia Dąbrowskiego” (slask.sport.pl 2012).

Sytuacje, w których kibice uznanych klubów zakładają własne drużyny, nie są zjawiskiem niespotykanym. Np. po ogłoszeniu upadku „Odry” Wodzisław Śląski, powołano nowy klub, zgłoszony do rozgrywek klasy C. Tam jednak nie było sytuacji koegzystencji (czy kontregzystencji) dwóch drużyn. W roku 2005 szerokim echem w piłkarskim świecie odbiła się wiadomość o powołaniu przez

część kibiców Manchesteru United, klubu FC United of Manchester. Powodem był sprzeciw fanów wielokrotnego mistrza Anglii wobec przejścia klubu przez amerykańskiego miliardera. Obawiali się bowiem, że nowy właściciel odbierze klubowi „duszę i charakter” (fc-utd.co.uk). Kibice dawali też dowody swojej dominacji w hierarchicznej strukturze klubów bez powoływania nowych drużyn. W kwietniu 2016 roku, w ostatnim meczu rundy zasadniczej ekstraklasy, piłkarze „Górnika” Zabrze, po przegranej w Kielcach z miejscową „Koroną”, na żądanie swoich kibiców musieli oddać im klubowe koszulki. Fani uznali, że zawodnicy swoją postawą na boisku nie zasłużyli na to, aby reprezentować barwy i herb klubu. Zawodnicy posłusznie wykonali „polecenie”. Kilka tygodni wcześniej podobnie postąpili (z takiego samego powodu) piłkarze „Śląska” Wrocław. Do podobnych zdarzeń dochodzi nie tylko w Polsce. We wrześniu 2014 roku takie samo upokorzenie spotkało zawodników Norymbergii, po przegranym meczu z drużyną z Karlsruhe. W przypadku kibiców zabrskiego „Górnika”, można powiedzieć, że mamy do czynienia ze swego rodzaju tradycją, zapoczątkowaną w maju 2009 roku. Wtedy po serii nieudanych spotkań ligowych, wtargnęli na boisko przerywając trening zespołu. Zażądali wówczas, aby piłkarze ubrali koszulki z wulgarnym i hańbiącym napisem, mającym przypomnieć im o ich zawodniczych powinnościach. Na oficjalnej stronie internetowej klubu zajęcie zostało opisane jako „męskie rozmowy na treningu” (gornikzabrze.pl 2009).

„Władza” kibiców

Praktyka życia codziennego określonego relacją: klub piłkarski – fani, bywa bardziej skomplikowana, niż może wydawać się niedoświadczonym działaczom, niecierpliwym sponsorom czy zbyt wrażliwym piłkarzom. Kibice są w tych relacjach zawsze uprzywilejowani. Często nie docenia się roli, jaką pełnią podczas meczów. Stosuje się nieuprawnione uogólnienia sprowadzające ich do grup śpiewających, skaczących i głośno skandujących, „zamkniętych” w sektorach dla najbardziej aktywnych. Warto zwrócić uwagę np. na niezwykle ważne oprawy, jakimi najzagorzalsi kibice ubarwiają mecze, i które od lat stanowią integralny element rytuału, jakim stały się spotkania piłkarskich drużyn (zob. Kulesza-Gulczyńska 2013). Oprawy te często stanowią nieodłączną i spektakularną część meczu i bywają analizowane jako oryginalne widowiska (zob. np. Kosiński 2012; Sahaj 2012) bądź też performanse (zob. Łuba 2012; Kossakowski 2014a, 2014b). W ten sposób kibice manifestują swą pozycję, jaką zajmują w rzeczywistości klubu piłkarskiego, a nawet „przyznają sobie prawo do ‘rządzenia’, przede wszystkim w wymiarze geograficznym (na danym ‘terenie’), ale i symbolicznym” (Kossakowski 2014a: 20).

Bywa jednak, że „władza” kibiców wychodzi poza sferę symboliczną i przybiera formy konkretnych, efektywnych działań. Gdy w 2015 roku, w akcie protestu przeciwko postępowaniu zarządu klubu, zagłębiowscy „ultrasi” postanowili zaprzestać dopingu do odwołania (powodem były kierowane do nich wcześniej sugestie ze strony władz klubu, jak ich doping powinien wyglądać, jakie powinni wznosić okrzyki, jakie śpiewać pieśni, proponowano im także nowy hymn [twojezaglenie.pl 2015]), milczące i bezbarwne trybuny stały się nie do zniesienia zarówno dla zarządu, pozostałych odwiedzających stadion, jak i przede wszystkim dla piłkarzy. Kibice milczący to manifestacja szczególna. Stała się ona także udziałem sympatyków „Ruchu” Chorzów, którzy podczas Wielkich Derbów Śląska wstrzymali się od dopingu przez kwadrans, protestując w ten sposób przeciwko postępowaniu władz i niesprawiedliwym, według nich, przepisom porządkowym (chorzow.naszemiasto.pl 2012). Warto pamiętać, że kibice to nie tylko tak często tu wspomniani „ultrasi”. W proteście przeciwko podwyższeniu cen biletów, tysiące piłek tenisowych spadło na murawę podczas meczu „Borussii” Dortmund nie tylko za sprawą członków klubu kibica (manifestacja ta miała sugerować, że ceny biletów osiągnęły już wysokość drogich wejściówek na mecze tenisa). Na mecz swojej drużyny demonstracyjnie nie przyszli kibice „Milanu” (sport.pl 2015), a fani „Wisły” Kraków demonstracyjnie oglądali zmagania swoich piłkarzy nie z trybun, ale na telebimie, obok stadionu itd., itp. Podobne postawy kibiców i reakcje na nie klubowych władz, wpisują się w proces zmian relacji zachodzących pomiędzy klubem a jego zwolennikami (por. Cleland 2010); zmian, które – jak można sądzić – będą postępować (zob. Garland, Malcolm i Rowe red. 2000).

Kibice zawłaszczają przestrzeń miast, w wielu miejscach można spotkać przygotowane przez nich, wywieszane w dobrze widocznych miejscach flagi, transparenty wzywające na mecz, bądź specjalnie zamówione z tej okazji i profesjonalnie wykonane postery. Niemal wszędzie widać graffiti obwieszające miłość do klubu własnego, sympatię do zespołów zaprzyjaźnionych lub nienawiść do „odwiecznych wrogów” ukochanej drużyny. Kibice mają swoich boiskowych bohaterów, których uwielbienie może przybierać formy niemal bałwochwalcze; jednocześnie zawód, jaki bohaterowie ci potrafią sprawić, traktowane bywa niczym zdrada i świętokradztwo. Dla zagorzałych fanów futbol i drużyna, której kibicują oznacza coś znacznie więcej, aniżeli hobby, pasja czy styl życia. „Piłkarskość” jest [...] elementem tożsamości, tych indywidualnych, jak i grupowych. Piłka nożna jako zjawisko społeczno-kulturowe zagospodarowuje potrzebę posiadania także tych czynników, które wykraczają poza racjonalizm, skuteczność i rutynę. Społeczności potrzebują mitów, legend, historii, do których zawsze można się odwołać, tematów, które wiążą ludzi blisko siebie i czynią ich wspólnotowe życie bardziej realnym.

Takim ‘spoiwem’ jest bez wątpienia piłka nożna” (Kossakowski i Kurowski 2015: 7).

Wielu ludziom kibice kojarzą się z chuligańskimi wybrykami, boiskami spowitymi dymem rac, stadionowymi bójkami bądź pozameczowymi „ustawkami” będącymi, dla biorących w nich udział, *par excellence* bitewną formą manifestacji swej tożsamości ubranej w barwy klubowe (por. Słomczyński 2012). Przede wszystkim jednak sens własnej wspólnoty kibice łączą nierozzerwalnie z drużyną, którą dopingują, z którą się identyfikują, za którą jeżdżą po świecie, dla której pracują, i której poświęcają swe myśli. Ale też nie pozwalają zapomnieć, że drużyna istnieje dla nich; że łatwiej im powołać do życia własny klub niż klubowi postarać się o innych kibiców.

Literatura

- Antonowicz, Dominik i Łukasz Wrzesiński. 2009. *Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii*. „Studia Socjologiczne” 1: 115–150.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2011. *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne” 3: 113–139.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2015a. *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Antonowicz Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2015b. *Flaming Flares, Football Fanatics and Political Rebellion. Resistant Youth Cultures in Late Capitalism*. W: M. Schwartz i H. Winkel (red.). *Eastern European Youth Cultures in a Global Context*. Palgrave Publishers.
- Armstrong, Gary i Richard Giulianotti (red.). 1999. *Football Cultures and Identities*. London: Macmillan.
- Balicki, Fabian. 2015. *Więcej niż piłka nożna? St. Pauli jest tą możliwością*. Wydawnictwo Poligraf.
- Bannon, James. 2014. *Ja, Kibic*. Tłum. P. Borman. Wydawnictwo Olé.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Tożsamość. Rozmowy z Benedetto Vecchim*. Tłum. J. Łaszcz. Gdańsk: GWP.
- Bierwiaczonek Krzysztof, Barbara Lewicka i Tomasz Nawrocki. 2012. *Rynki malle i cementarze. Przestrzeń publiczna miast śląskich w ujęciu socjologicznym*. Kraków: Nomos.
- Billig, Michael. 2008. *Banalny nacjonalizm*. Tłum. M. Sekerdej. Kraków: Znak.
- Bokszański, Zbigniew. 1989. *Tożsamość – interakcja – grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie socjologicznej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Branscombe, Nyla R. i Daniel Wann. 1991. *The Positive Social and Self Concept Consequences of Sports Team Identification*. „Journal of Sports & Social Issues” 15: 115–127.

- Bridgewater, Sue. 2010. *Football Brand*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Brown, Adam, Tim Crabble i Gavin Mellor. 2006. *English Professional Football and its Communities*. „International Review of Modern Sociology” 2: 159–179.
- Budakowska, Elżbieta (red.). 2005. *Tożsamość bez granic*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Caillois, Roger. 1997. *Gry i Ludzie*. Tłum. A. Tatarkiewicz i M. Żurowska. Warszawa: Volumen.
- Chari, Tendai i Nhamo A. Mhiripiri. 2014. *African Football, Identity, Politics and Global Media Narratives*. Palgrave, Macmillian.
- Chwedoruk, Rafał. 2015. *Piłkarskie derby a podziały socjopolityczne. Przypadki Sofii i Belgradu*. W: R. Kossakowski, J. Kurowski i J. Nowakowski (red.). *Modern futbol a świat kibiców*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Cleland, Jamie A. 2010. *From Passive to Active: the Changing Relationship Between Supporters and Football Clubs*. „Soccer & Society” 11: 537–552.
- Coser, Lewis A. 1975. *Spoleczne funkcje konfliktu*. Tłum. A. Kamiński. W: W. Derczyński, A. Jasińska-Kania i J. Szacki (red.). *Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej*. Warszawa: PWN.
- Coser, Lewis A. 2009. *Funkcje konfliktu społecznego*. Tłum. S. Burdziej. Kraków: Nomos.
- Crolley, Liz i David Hand. 2006. *Football and European identity: Historical Narratives through the Press*. London, New York: Routledge.
- Dudała, Jerzy. 2004. *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach. Studium socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Żak.
- Dunning, Eric, Patrick J. Murphy, John Williams i Joseph Maguire. 1984. *Football Hooliganism in Britain before the First World War*. „International Review for Sociology of Sport” 19: 215–239.
- Elias, Norbert i Eric Dunning. 1986. *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Basil Blackwell.
- Frąckowiak, Michał. 2016. *To my chuligani*. Wydawnictwo Niezależne.
- Garland, Jon, Dominic Malcolm i Michael Rowe (red.). 2000. „Soccer & Society” 1: *The Future of Football. Challenges for the Twenty-First Century*.
- Giddens, Anthony. 2007. *Socjologia*. Tłum. A. Szulżycka, Warszawa: WN PWN.
- Giulianotti, Richard. 1999. *Football: A Sociology of the Global Game*. Polity.
- Giulianotti, Richard. 2005. *Sport. A Critical Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Giulianotti, Richard, Norman Bonney i Mike Hepworth, 1994. *Football, Violence and Social Identity*, London, New York: Routledge.
- Hahn, Jan. 2007. *Kim jest Ślązak? – kwestia śląskiej tożsamości*. „Montes Tarnovicensis” 25. Źródło: www.monets.pl (dostęp: 02.02.2017).
- Harrington, J.A. 1968. *Soccer Hooliganism*. Bristol: John Wright.
- Harris, John i Andrew Parker (red.). 2009. *Sport and Social Identities*. Palgrave Macmillan.
- Janeczek, Janusz i Marek S. Szczepański. 2006. *Dynamika śląskiej tożsamości*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kaczmarczyk, Michał i Waldemar Wojtasik (red.). 2008. *Wokół tożsamości regionalnej. Zagłębie Dąbrowskie i jego sąsiedzi*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”.

- Kaczmarczyk, Michał i Waldemar Wojtasik (red.). 2011. *Zagłębie Dąbrowskie. Tożsamość – samorządność – polityka*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”.
- Kalaga, Wojciech (red.). 2002. *Dylematy wielokulturowości*. Kraków: Universitas.
- Kapuściński, Ryszard. 1986. *Wojna futbolowa*. Warszawa: Czytelnik.
- Karaś, Michał. 2013. *Od braku regulacji do regulacji totalnej – dokąd zmierzają stadiony piłkarskie*. W: R. Kossakowski i inni (red.). *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Kosiński, Dariusz. 2012. *Wieczór w teatrze marzeń. Uwagi o (nie)teatralności piłki nożnej*, „Konteksty. Polska Sztuka Ludowa” 3–4: 93–100.
- Kossakowski, Radosław. 2013. *Proud to Be Tukker. A Football Club and the Building of Local Identity: the Case of FC Twente Enschede*. „Przegląd Socjologiczny” 3: 107–127.
- Kossakowski, Radosław. 2014a. *Medytacja i futbolowa gorączka. O potencjale, ograniczeniach i domknięciach autoetnografii*. „Przegląd Socjologii Jakościowej” 3: 96–123.
- Kossakowski, Radosław. 2014b. *Performans na trybunach. O kulturowo-dramaturgicznym aspekcie kibicowania*, „Studia Humanistyczne AGH” t. 13/1: 9–27.
- Kossakowski, Radosław i Jakub Kurowski. 2015. *O potrzebie studiów futbolowych*. W: R. Kossakowski, J. Kurowski i J. Nowakowski (red.). *Modern futbol a świat kibiców*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Kossakowski, Radosław, Krzysztof Stachura, Anna Strzałkowska i Magdalena Rządowska (red.). 2013. *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Kossakowski, Radosław, Tomasz Szlendak i Dominik Antonowicz. 2012a. *Piłka nożna w uścisku rynku? Społeczne konsekwencje komercjalizacji futbolu w narracjach kibiców Lechii Gdańsk oraz FC Twente*. „Kultura i Edukacja” 3: 216–232.
- Kossakowski, Radosław, Dominik Antonowicz i Tomasz Szlendak, 2012b. *Duszący dym odpalonych rac. O wyzwaniach w etnografii subkultury kibiców piłkarskich*. „Przegląd Socjologii Jakościowej” 3: 6–29.
- Kozłowski, Maciej. 2015. *Naród wybrany – Cracovia pany. Z wielokulturowej historii polskiego sportu*. Warszawa-Kraków: Stowarzyszenie „Nigdy Więcej”.
- Kulesza-Gulczyńska, Barbara. 2013. *Mecz piłkarski jako rytuał*. W: R. Kossakowski i inni (red.). *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Kutz, Kazimierz. 2010. *Piąta strona świata*. Kraków: Znak.
- Łęcki, Krzysztof. 2001. *Gwara jako problem socjologiczny*. „Śląsk” 4: 47–50.
- Łęcki, Krzysztof. 2009. *Śląski „Ruch” – ponowoczesne meandry regionalnej tożsamości (na przykładzie klubu piłkarskiego i jego społecznego otoczenia)*. „Studia Socjologiczne” 4: 129–147.
- Łuba, Dagmara. 2012. *Kibice jako choreutai. Masowe performance kibiców KKS Lech Poznań*. W: J. Ciechowicz i W. Moska (red.). *Futbol w świecie sztuki*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Mach, Zdzisław. 2008. *Przedmowa*. W: T. Paleczny. *Socjologia tożsamości*. Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Oficyna Wydawnicza AFM.

- Maćzka, Adrian. 2014. *Kibice piłkarscy jako subkultura. Na przykładzie fanów „Zagłębia” Sosnowiec*. Niepublikowana praca licencjacka, obroniona w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Śląskiego.
- Mucha, Janusz (red.). 1999a. *Kultura dominująca jako kultura obca. Mniejszości kulturowe a grupa dominująca w Polsce*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Mucha, Janusz. 1999b. *Wielokulturowość etniczna i nieetniczna*. „Sprawy Narodowościowe” 14–15: 41–51.
- Nawrocki, Tomasz. 2015. *Nowa przestrzeń miejska dla nowych mieszczan. Studium ulicy Mariackiej w Katowicach*. „Acta Universitatis Lodzianensis – Folia Sociologica” 52: 77–94.
- Nijkowski, Lech M. (red.). 2004. *Nadciągają Ślązacy. Czy istnieje narodowość śląska?* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Paleczny, Tadeusz. 2008. *Socjologia tożsamości*. Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Oficyna Wydawnicza AFM.
- Parker, Ken, Thrish Stuart. 1997. *The West Ham Syndrome*. „Journal of the Market Research Society” 3: 509–517.
- Pezdek, Krzysztof i Tomasz Michaluk. 2016. *The Functioning of the Polish Football Association from the Perspective of Michel Foucault’s Conception of Exclusion*. „Soccer & Society” 17: 450–463.
- Pikora, Marta. 2013. *Kibice piłkarscy jako wspólnota ludyczna. Próba socjologicznej analizy*. W: R. Kossakowski i inni (red.). *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Orbis Exterior.
- Pilip, Łukasz. 2016. *Żadnej piłki dla faszystów*. „Gazeta Wyborcza” nr z 16 czerwca.
- Piotrowski, Przemysław. 1998. *Zachowania dewiacyjne kibiców sportowych. Propozycja modelu wyjaśniającego*. W: B. Urban (red.). *Problemy współczesnej patologii społecznej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Piotrowski, Przemysław. 2012. *Chuligani a kultura futbolu w Polsce*. Warszawa: WN PWN.
- Ponczek, Mirosław. 1992. *Rozwój kultury fizycznej w Zagłębiu Dąbrowskim w latach 1864–1939*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach.
- Ponczek, Mirosław. 2002. *Męska piłka nożna w stuleciu miasta Sosnowca 1902–2002 (Od Klubu Sportowego „Milowice” do Sosnowieckiego Towarzystwa Sportowego „Zagłębie”*. Katowice, Sosnowiec: Zakład Historii Kultury Fizycznej Katedry Nauk Humanistycznych AWF Katowice, Urząd Miasta Sosnowiec.
- Ponczek, Mirosław i Adam Fryc. 2006. *Dzieje piłki nożnej mężczyzn w Sosnowcu*. Sosnowiec: Progres.
- Pustułka, Agata. 2009. *Wojna śląsko-zagłębiowska ciągle trwa*. „Dziennik Zachodni” nr z 9 października.
- Rojo-Labaien, Ekain. 2014. *Football as a Reflection of Modern Society’s Conflicts and a Way of Creating Societal Ties in Enduring Enmity Context*, „International Journal of Science Culture and Sport” nr 2: 77–86.
- Sahaj, Tomasz. 2007. *Fani futbolowi. Historyczno-społeczne studium zjawiska kibicowania*. Poznań: Wydawnictwo AWF.

- Sahaj, Tomasz. 2011. *Melanż piłki nożnej i polityki. Studium przypadków pseudokibicowania*. W: Ł. Rogowski i R. Skrobaccki (red.). *Spoleczne zmagania ze sportem*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Sahaj, Tomasz. 2012. *Kibice piłkarscy jako aktorzy współczesnych widowisk sportowych (i pozasportowych)*. W: J. Ciechowicz i W. Moska (red.). *Futbol w świecie sztuki*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Simmel, Georg. 1955. *Conflict and the Web of Group Affiliations*. New York: Free Press.
- Skudrzyk, Aldona. 2009. *Mówić po zagłębiowsku – czyli jak?* „Nowe Zagłębie” 1: 4–5.
- Ślomyński, Tomasz. 2012. *Morda kibola – nie szklanka! Kim są pseudokibice, jak siebie nazywają i po co organizują ustawki?* „Dziennik Bałtycki” nr z 12 sierpnia.
- Smolorz, Michał. 2012. *Śląsk wymyślony*. Katowice: Antena Górnośląska.
- Stańczuk, Krzysztof. 1992. *Zachowania patologiczne niektórych widzów sportowych – próba wyjaśnienia zjawiska*. „Roczniki Naukowe AWF”, t. XXXIII. Warszawa: PWN.
- Swadźba, Urszula (red.). 2011. *20 lat transformacji w aspekcie regionalnym. Śląsk. Refleksje socjologów*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Szabó, Robert Györi. 2013. *Basque Identity and Soccer*. „Soccer & Society” 14: 525–547.
- Szczepeński, Marek S. i Anna Śliz. 2010. *Dylematy regionalnej tożsamości. Przypadek Górnego Śląska*, „Nowe Zagłębie” 6: 17–20.
- Szczepeński, Marek S. i Anna Śliz. 2011. *Między miejscem a przestrzenią – tożsamość regionalna; próba oglądu socjologicznego*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Szczepeński, Marek S., Maria Lipok-Bierwiazek i Tomasz Nawrocki. 1994. *Górny Śląsk jako region pogranicza – atuty i obciążenia*. W: M. Szczepeński (red.). *Górny Śląsk – na moście Europy*. Katowice: Towarzystwo Zachęty Kultury.
- Sztompka, Piotr. 2002. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków: Znak.
- Szymutko, Stefan. 2001. *Nagrobek ciotki Cili*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Śliz, Anna. 2009. *Śląsk: wielokulturowość czy kulturowe zróżnicowanie*. „Studia Socjologiczne” 4: 149–166.
- Świątkiewicz, Wojciech (red.). 1993. *Spoleczne problemy Górnego Śląska we współczesnych badaniach socjologicznych*. Katowice: Śląski Instytut Naukowy.
- Taylor, Ian. 1969. *Hooligans: Soccer's Resistance Movement*, „New Society” 7: 204–206.
- Tuñón, Jorge i Elisa Brey. 2012. *Sports and Politics in Spain – Football and Nationalist Attitudes within the Basque Country and Catalonia*. „European Journal for Sport and Society” 9: 7–32.
- Wann, Daniel i Nyla R. Branscombe. 1990. *Die-Hard and Fair-Weather Fans: Effects of Identification on BIRGing and CORFing Tendencies*. „Journal of Sport & Social Issues” 14: 103–117.

- Wasik, Andrzej. 2009. *Kibice – kłątwa czy zbawienie?*. „Nowe Zagłębie” 2: 60–61.
- Woźniczka, Zygmunt. 2010. *Etos niepodległości*. Z Zygmuntem Woźniczką rozmawia Piotr Celej, „Regionalne Studia Polityczne Humanitas” 1: 69–78.
- Wódz, Jacek. 2013. *Nie mylmy Śląska z Zagłębiem. Tożsamość zagłębiowską należy traktować serio*. Teresa Semik rozmawia z Jackiem Wodzem. „Dziennik Zachodni” nr z 21 marca.
- Wódz, Jacek (red.). 1990. *Jak Górny Śląsk widzą Górnoślązacy?* Katowice: Śląski Instytut Naukowy.
- Wódz, Jacek i Kazimiera Wódz. 1999. *Czy Ślązacy są mniejszością kulturową?* W: J. Mucha (red.). *Kultura dominująca jako kultura obca. Mniejszości kulturowe a grupa dominująca w Polsce*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Wódz, Jacek i Kazimiera Wódz. 2009. *Jaka tożsamość? Jaki region?* „Nowe Zagłębie” 1: 8–9.
- Wódz, Jacek, Kazimiera Wódz i Krzysztof Łęcki. 1997. *Śląskie doświadczenie wielokulturowości*. W: M. Kempny, A. Kapciak i S. Łodziński (red.). *U progu wielokulturowości: nowe oblicze społeczeństwa polskiego*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Wódz, Kazimiera (red.). 1993. „Swoi” i „obcy” na Górnym Śląsku. *Z problematyki stosunków etnicznych*. Katowice: Śląsk.
- Wódz, Kazimiera (red.). 1994. *Transformation of Old Industrial Regions as a Sociological Problem*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wódz, Kazimiera (red.). 1995. *Wokół śląskiej tożsamości*. Katowice: Towarzystwo Zachęty Kultury Katowice.
- Wódz, Kazimiera (red.). 2013. *Zapomniane miejsca, zapomniani ludzie. Restrukturyzacja ekonomiczna a zmiana kulturowa*. Katowice: Śląsk.
- Zieliński, Roman. 1997. *Liga chuliganów*. Wrocław: Croma.
- Ziółkowski, Marek. 1999. *Cztery funkcje przywracanej pamięci*. „Studia Socjologiczne” 4: 55–76.

Źródła internetowe

- 100% Zagłębie Sosnowiec* – nieoficjalny serwis informacyjny. Źródło: zaglebie.sosnowiec.pl (dostęp: 01.06.2016).
- Football Club Liverpool* – oficjalna strona klubu. Źródło: liverpoolfc.com (dostęp: 01.07.2016).
- Football Club United of Manchester* – oficjalna strona klubu. Źródło: fc-utd.co.uk (dostęp: 02.08.2015).
- Górniki Zabrze* – oficjalna strona klubu. Źródło: gornikzabrze.pl (dostęp: 02.08.2016).
- Jones, Ian. 1998. *Football Fandom: Football Fan Identity and Identification at Luton Town Football Club*. Źródło: University of Bedfordshire Repository, uobrep.open-repository.com (dostęp: 02.01.2017).
- Kaczmarczyk, Michał. 2007. Cyt. za: (b. a.) *Tożsamość zagłębiowska a GZM*. Źródło: portal: Śląskie. Więcej, niż jeden region; wojewodztwoslaskie.celniej.pl (dostęp: 15. 07. 2016).

- Krawczyk, Piotr. 2007. *Tożsamość nie jest wtórna*. Z Piotrem Krawczykiem, prezesem sosnowieckiego Forum dla Zagłębia Dąbrowskiego, redaktorem naczelnym serwisu zaglebie.info rozmawia Przemysław Ruta. Źródło: portal: Śląskie. Więcej, niż jeden region; wojewodztwoslaskie.celniej.pl (dostęp: 11. 06. 2016).
- Pilkarze Zagłębia będą uczyć, że Sosnowiec nie leży na Śląsku*, b.a. Portal: dziennik-zachodni.pl (dostęp: 29.07.2016).
- Stadiony.net*. Portal: *O stadionach wszystko*. Źródło: stadiony.net.pl. (dostęp: 01.08.2016)
- Śląsk.Sport.pl. *Pakt dla Zagłębia szansą na utrzymanie w drugiej lidze*. Źródło: slask.sport.pl (dostęp: 31.07.2016).
- Twoje Zagłębie* – tygodnik regionalny. 2015. *Zabrakło dopingu i flag. Prezes Zagłębia Sosnowiec przeprasza i chce rozmawiać z kibicami*. Źródło: twojezaglebie.pl (dostęp: 30.07.2016).

The Revival of Regional Identity: The Example of the Social Environment of the “Zagłębie” Sosnowiec Football Club

Summary

Zagłębie Dąbrowskie is an area adjacent to Upper Silesia. Many publications have been devoted to Silesian identity, but few works have been dedicated to the identity of the inhabitants of Zagłębie. Special exponents of this identity are the fans of the “Zagłębie” football club, who are in a sort of permanent conflict with the fans of Silesian clubs. The formers’ demonstrations of support for their team are based on strong appeals to regional identity. The aim of this article is to draw attention to the importance of the symbolic sphere associated with the club, and to highlight the social, cultural, and historical dimension of regional identity. When fans proclaim “we are Zagłębie,” they mean much more than a metaphorical expression of self-identification. They consider themselves to be guardians of the club symbols and name, and this is one of the reasons for the numerous internal and external conflicts that occur. The functioning of the club is anchored in regional tradition (as well as in inter-regional relations, particularly in regard to the Upper Silesian vicinity, both at the sports level and in many other spheres), and reference to it is one of the pillars of the communal functioning of its most passionate fans. The dynamic has meant, among other things, that they were transformed from the community they had earlier formed into an association; from a community supporting an institution, they have become an institution requiring support. This happened during one of the local soccer crises when the fans decided to create their own rival club “Zagłębie 1906 Sosnowiec.”

Key words: identity; regionalism; “us-versus-them” mentality; community; social dimension of football; Zagłębie Dąbrowskie; tradition.