

Mateusz Grodecki
Uniwersytet Warszawski

„ŚWIĘTA WOJNA” KLASY ŚREDNIEJ. „INDUSTRIALNA KULTURA” KIBICOWANIA KLUBOM PIŁKI RĘCZNEJ WOBEC WOLNORYNKOWEJ NOSTALGII*

Artykuł analizuje zjawisko kibicowania piłce ręcznej w Polsce. Główna hipoteza zakłada, że aktywne kibicowanie na meczach piłki ręcznej, będące dyfuzją norm ze stadionów piłkarskich, jest odpowiedzią na wolnorynkowe napięcia doświadczane przez stanowiącą fundament tego systemu klasę średnią. Napięcia te mogą być widoczne w postawie nostalgicznej. W celu weryfikacji hipotezy przeprowadzono badanie własne, oparte na triangulacji metod. Wykorzystano ilościową technikę CAWI, uzupełnioną o wnioski z części jakościowej w postaci obserwacji uczestniczącej. Wyniki badania potwierdzają hipotezę częściowo. Przedstawiciele klasy średniej stanowią większość badanych respondentów, a kibicowanie na meczach piłki ręcznej reguluje emocjonalne napięcia życia codziennego. Widoczne są także wysokie wartości wskaźników postawy nostalgicznej wśród badanych fanów, a najczęstszym rodzajem nostalgii jest nostalgia za wspólnotą. Nie stwierdzono jednak bezpośredniego związku nostalgii z motywacjami do uczęszczania na mecze piłki ręcznej.

Główne pojęcia: socjologia sportu; kibice sportowi; piłka ręczna; nostalgia.

Wstęp

„Święta wojna” – takim mianem w dyskursie mediów sportowych oraz kibiców szczypiorniaka określa się pojedynek pomiędzy dwoma najlepszymi obecnie, polskimi zespołami grającymi w piłkę ręczną: mecze Wisły Płock z drużyną z Kielc (od 2002 roku pod nazwą Vive). Określenie to pochodzi z lat dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy to zaczęła się rywalizacja obu klubów o prymat w kraju i oznacza zarówno twardą, bezpardonową walkę na parkiecie, jak i gorącą atmosferę na trybunach. „Święta wojna” to pełne hale, żywiołowy doping

Instytut Socjologii, e-mail: grodecki.mateusz@gmail.com

* Dziękuję prof. Mirosławie Grabowskiej i prof. Dominikowi Antonowiczowi za wszystkie cenne uwagi, które wzbogaciły analizę. Wyrazy wdzięczności składam także Grzegorzowi Chodkowskiemu (portal handball.pl), dr. Arkadiuszowi Lewandowskiemu (SPR Wisła Płock) oraz Tomaszowi Zarębie za nieocenioną pomoc w promocji badania wśród kibiców piłki ręcznej.

oraz antagonizmy między kibicami widoczne doskonale w dosadnych i obfitujących w przekleństwa przyspiewkach dotyczących przeciwnika, goszczących na stałe w repertuarach fanów obu drużyn.

Kultura kibicowania obecna w tej rywalizacji, ale i w niektórych innych halach podczas rozgrywek szczypiorniaka w Polsce, znana jest ze stadionów piłkarskich. Doping jest oddolną inicjatywą kibiców, przygotowywane są oprawy meczowe, fani nierzadko też celebryją ważne dla Polski i społeczności lokalnej wydarzenia historyczne. Jednak w największym stopniu wyróżnia tę kulturę jej integrujący charakter. Sektory najbardziej zaangażowanych kibiców charakteryzują się bowiem wspólnotowymi zachowaniami, opartymi na spontanicznej i swobodnej ekspresji emocji.

W tym sensie kibicowanie doskonale wpisuje się w szerszy kontekst sportu. To właśnie w sporcie jednostki zaczynają poszukiwać możliwości ujęcia emocji powstałych w toku życia społecznego, dlatego tak popularne jest opisywanie sportu w kategoriach funkcji katartycznej (Heineman 1989: 242). „Konieczność powściągnięcia emocji w środowisku pracy czy w innych domenach życia wymusza poszukiwanie enklaw, w których można przeżyć podniecenie i podekscytowanie. Nowoczesny sport doskonale wpisuje się w taką potrzebę. Jest rodzajem „mimetycznej aktywności”, w której formy uspołecznienia i towarzyskości są blisko powiązane, ale na swój sposób odmienne od tego, czego ludzie doświadczają w swym zwyczajnym życiu” (Elias i Dunning 1986: 124 za: Kossakowski 2015: 160).

Wydaje się, że obecnie rola sportu jest jeszcze ważniejsza. Zmiana ustrojowa, jaka dokonała się w Polsce w 1989 roku, pociągnęła za sobą zmiany w strukturze społecznej. Dominującą w socjalizmie klasę robotniczą zastępują pracownicy usług (Domański i in. 2002). Formująca się klasa średnia zaczęła hołdować wartościom sprzyjającym odniesieniu sukcesu w warunkach rynkowych, odchodząc jednocześnie od norm klasy robotniczej. Współczesny system kapitalistyczny oparty jest na fundamentach protestanckich (Weber 1994), a zatem ascetycznych¹ postawach, gloryfikujących indywidualny sukces, gdzie pożądana jest powściągliwość emocjonalna. Taki porządek społeczny sprzyja zatem napięciom, erozji więzi społecznych, a w konsekwencji atomizacji społeczeństwa. By obowiązujący porządek społeczny nie został zachwiany, tego typu problemy

¹ Obecnie wskazuje się, że ta ascetyczna postawa zostaje zastępowana przez hedonizm (Bell 1994). W tej pracy ascetyzm rozumiany jest w kontekście konkurencji na wolnym rynku i odnosi się do wartości merytokracji, za którą kryje się wzmożony wysiłek w życiu zawodowym. Jak zauważa Bell: „Z jednej strony korporacje oczekują od jednostki ciężkiej pracy, robienia kariery, zgody na późniejszą gratyfikację [...] Z drugiej zaś – wytwory i rozrywki proponowane przez korporacje skłaniają ludzi do używania natychmiastowych przyjemności, pozwalania sobie. W dzień masz być przyzwoitym człowiekiem, w nocy latawcem” (Bell 1994: 107 i nast.).

powinny być utylizowane przez odpowiednie instytucje. Sport jest tą płaszczyzną życia społecznego, w której takie instytucje funkcjonują, zarówno w formie uregulowanej rywalizacji, opartej na aktywności fizycznej, jak i wspólnotowych form dopingu dla wbudowanych w lokalne społeczności klubów.

Kultura kibicowania piłkarskiego wywodzi się jednak z czasów industrialnych, a zatem z innego porządku społecznego. Jej korzenie sięgają przemysłowej Anglii początku XX wieku, a stadionowe zachowania fanów swoje źródło odnajdują w dominującej ówczesnie kulturze klasy robotniczej (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011). „Mamy tutaj do czynienia ze zjawiskiem w pewnym sensie anachronicznym, gdyż odwołującym się do wartości i postaw mających swe źródła w innej, minionej epoce. To poczucie anachronizmu może potęgować fakt, że w niektórych aspektach wspólnota kibiców industrialnych cechuje się zachowaniami, które Emile Durkheim zaliczał do charakterystycznych dla solidarności mechanicznej. Są to – przynajmniej, że niezwykle jak na współczesność – zachowania trybalne, mocno unifikujące, oparte na silnej kontroli społecznej, starszeństwie i hierarchii, którą trudno określić jako demokratyczną, bądź też opartą na umowie czy kontrakcie. Trudno także odnaleźć elementy indywidualizmu w takiej wspólnoty” (tamże, s. 115). Ta „industrialna” kultura kibicowania szybko przeniknęła na polski grunt. Normy oraz wzorce zachowania zostały zaimplementowane przez polskich kibiców, w tamtym czasie również wywodzących się z klasy robotniczej, a następnie zinstytucjonalizowane. W ten sposób stały się nieodłączną częścią spektaklu piłkarskiego.

„Industrialny świat” szybko jednak przestał przystawać do współczesnej, neoliberalnej rzeczywistości. Na Zachodzie, zwłaszcza w Anglii, wolnorynkowa komercjalizacja futbolu doprowadziła do wymiany publiczności, zastępując „industrialnych” kibiców i ich normy kibicami konsumentami, wywodzącymi się z ukształtowanej tam w pełni klasy średniej (tzw. zjawisko *pricing out*) (Giulianotti 2011). W Polsce jednak fasadowe rozwiązania nie przyniosły podobnego skutku (Grodecki i Antonowicz 2015) i na trybunach stadionów piłkarskich wciąż doświadczyć można „industrialnych” kibiców, wiernych „industrialnym” normom (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011). W początkowym etapie modernizacji kraju (w aspekcie sportowym – w epoce przed przyznaniem Polsce współorganizacji Euro2012), oprócz kultury stadionowej anachroniczny charakter miała także infrastruktura stadionowa oraz samo widowisko, jakim była rywalizacja w polskiej lidze piłkarskiej.

„Industrialna” kultura kibicowania futbolowego przeniknęła także do innych sportów, w tym do piłki ręcznej. Jej spontaniczny i integrujący charakter okazał się bowiem atrakcyjny dla kształtującej się w latach dziewięćdziesiątych publiczności. Szczypiorniak, który w PRL pozostawał dyscypliną niszową, obecną jedynie w kilku ośrodkach, zaczął wychodzić z cienia, a sukcesy kadry oraz rozwój klubów wzbudziły szersze zainteresowanie dyscypliną. Po przemianie

ustrojowej hali piłki ręcznej stały się enklawami, które oferują możliwość swobodnego wyrażania emocji. Przestrzenią, w której wolnorynkowe, oparte na ascetyzmie postawy mogą zostać zawieszane, a rywalizacja przybiera również charakter wspólnotowego wspierania swoich przedstawicieli.

Główna hipoteza artykułu zakłada, że zinstytucjonalizowanie się „anachronicznych” norm kibicowania na meczach piłki ręcznej jest odpowiedzią na „efekty uboczne” wolnorynkowego porządku społecznego. Kultura ta oparta jest na atawistycznych w gruncie rzeczy, industrialnych normach i zachowaniach ze stadionów. Jej atrakcyjności należy doszukiwać się w spontanicznym i wspólnotowym charakterze, który jest silnie katartyczny oraz integrujący (Antonowicz i Wrzeński 2009; Kossakowski 2013).

Wydaje się, że najbardziej na „efekty uboczne” wolnorynkowego porządku społecznego narażone są jednostki, które są beneficjentami zmiany ustrojowej, tj. osoby, które zaadaptowały się do wolnorynkowych reguł gry i które utożsamia się przez to z klasą średnią (Mokrzycki 1994). Obserwacja sektorów najbardziej zaangażowanych kibiców na meczach piłki ręcznej faktycznie sprzyja tego typu interpretacji. Druga hipoteza zakłada zatem, że piłka ręczna to sport klasy średniej, która w celu uutilizacji „efektów ubocznych” wolnorynkowego porządku społecznego zaadaptowała anachroniczne, „industrialne” normy klasy robotniczej. Kultura kibicowania oparta na tych normach nie sprzyja neoliberalnemu porządkowi społecznemu. Jednak jej wspólnotowy, spontaniczny charakter sprawia, że jest realną alternatywą dla obowiązujących w codziennym życiu zasad. W tym sensie anachroniczna kultura, przez swoją uutilitarność, staje się kulturą atawistyczną.

W literaturze przedmiotu dostępne są analizy wskazujące, że kapitalistyczny porządek społeczny oraz wolnorynkowe zasady mogą sprzyjać postawie nostalgicznej. Wyrażana jest ona wtedy jako tęsknota za spontanicznością, brakiem poczucia autentyczności i swobodnej ekspresji emocji (Turner 1987). Symptomatyczny jest fakt, że nostalgia ta nie musi być wyrazem doświadczeń jednostki, a może przybrać formę nostalgii zapośredniczonej (ang. *vicarious*) (Goulding 2002). Zapśredniczonej z różnych przekazów kulturowych opisujących inny, w percepcji jednostki spokojniejszy świat. Nostalgia to zatem tęsknota za niesprecyzowanym w czasie i przestrzeni życiem społecznym, które z perspektywy jednostki wydawało się bardziej przyjazne. W tym sensie sport, a z perspektywy niniejszej analizy, instytucja kibicowania na meczach piłki ręcznej, wydaje się jedną z naturalnych recept na nostalgię, będącą skutkiem ubocznym rynkowej gry.

Celem tego tekstu jest zweryfikowanie opisanej wyżej hipotezy, zakładającej że **aktywne kibicowanie na meczach piłki ręcznej jest odpowiedzią na wolnorynkowe napięcia, doświadczane przez stanowiącą fundament tego systemu klasę średnią. Napięcia te mogą być widoczne w postawie nostalgicznej.**

W tym celu przeprowadzono empiryczne badanie, którego wyniki zostaną przedstawione w artykule.

W szerszym kontekście praca wpisuje się w analizy społecznego fenomenu zorganizowanego kibicowania sportowego (por. Dudała 2004; Sahaj 2007; Antonowicz i Wrześniński 2009; Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011, 2012; Kossakowski 2013, 2014, 2015; Woźniak 2011, 2013), lokując się bliżej jego klasowych interpretacji (por. Clarke 1978; Elias i Dunning 1986; Nash 2001; Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015), mających swoje teoretyczne zaplecze w klasycznej myśli Karola Marksa (Marks i Engels 1969). Wartością artykułu jest podjęcie problematyki piłki ręcznej, gdyż jak do tej pory, szczypiorniak pozostawał poza zainteresowaniami badaczy społecznych. Wyjątkiem może być tu jedynie praca Uffe Andersena, poświęcona zorganizowanym wokół piłki ręcznej chuliganom (Andersen 2012).

Artykuł podzielony został na cztery części. Pierwsza z nich ma za zadanie przybliżyć czytelnikowi obraz piłki ręcznej w Polsce. Następnie opisana jest metodologia badania. Kolejny fragment poświęcony jest polskiej klasie średniej oraz wynikom badania nad strukturą społeczną kibiców szczypiorniaka. Dalsza część pracy skupia się na problematyce nostalgii. Na końcu przedstawione są wnioski.

Charakterystyka szczypiorniaka w Polsce

Szczypiorniak, bo tak zwyczajowo przyjęło się określać piłkę ręczną w Polsce, jest dyscypliną z tradycjami. Jej początki na polskich ziemiach datuje się na koniec I wojny światowej. Wtedy to internowani w obozie jenieckim w Szczypiornie polscy legionści mieli nauczyć się nowej dyscypliny od niemieckich strażników². Do 1989 roku reprezentacja Polski mężczyzn zdołała wywalczyć brązowy medal na Igrzyskach Olimpijskich w Montrealu w 1976 roku oraz podczas Mistrzostw Świata w Niemczech w 1982 roku.

Obecnie piłka ręczna to sport numer cztery³ w Polsce pod względem popularności dyscyplin. Na zainteresowanie szczypiorniakiem na pewno wpływ mają sukcesy polskich drużyn. W ciągu ostatniej dekady reprezentacja narodowa mężczyzn wywalczyła srebrny (2007) oraz brązowy medal (2015) na Mistrzostwach Świata, a Wisła Płock oraz klub z Kielc należą do ścisłej czołówki europejskiego handballa, rywalizując regularnie w Lidze Mistrzów i odnosząc w niej sukcesy (w 2013 i 2015 roku klub z Kielc docierał do turnieju finałowego, a w 2016 roku zwyciężył w tych rozgrywkach). Średnia frekwencja w halach podczas meczów sezonu zasadniczego superligi mężczyzn w sezonie

² zprp.pl/zprp/historia

³ http://www.arc.com.pl/pilka_reczna_czwarta_najpopularniejsza_dyscyplina_sportowa_w_polsce-40999539-pl.html [dostęp 30.11.2015]

2014/15 wynosiła 1405 osób, a w fazie play off 1340 osób⁴. Oglądalność transmisji produktu eksportowego tych rozgrywek, czyli „Świętej Wojny” pomiędzy Wisłą a klubem z Kielc, sięgnęła w 2013 roku 105 tysięcy⁵ widzów, a szczytową widownię meczu półfinałowego w ramach Mistrzostw Świata w 2015 roku pomiędzy Polską a Hiszpanią szacuje się na 8 milionów⁶.

Zjawisko kibicowania piłce ręcznej w Polsce jest niezwykle ciekawe, bowiem ścierają się tutaj dwie kultury. Pierwsza, „industrialna”, znana ze stadionów piłkarskich, wiąże się z przywiązaniem do klubu oraz budowaniem wokół tej instytucji tożsamości. Kibice organizują się wokół klubu (często także formalizując swój stosunek z klubem poprzez stowarzyszenia), doping jest oddolną aktywnością, obecny jest „gniazdowy”, czyli osoba wybierana ze zbiorowości kibiców do prowadzenia dopingu, fani zajmują określoną i stałą przestrzeń na hali, organizują mecze wyjazdowe, przygotowują oprawy meczowe i tworzą gadzety w barwach klubu.

Drugą kulturę kibicowania można porównać do tej dominującej na meczach siatkarskich. Doping prowadzony jest odgórnie, przez profesjonalnych wodzirejów, oparty głównie na rytmicznym klaskaniu (często przy użyciu specjalnych wachlarzy) i pojedynczych okrzykach (tj. brak jest dłuższych, wspólnotowych pieśni), a identyfikację z drużyną opisać można jako *chwilową afiliację* (Woźniak 2011: 304).

Oczywiście, rzeczywista kultura kibicowania jest wypadkową dwóch wyróżnionych. Od pierwszego bieguna i ośrodków klubowych, gdzie dominuje kultura „industrialna”, jak między innymi w Płocku, Puławach, Kwidzynie, Mielcu, Warszawie czy Piotrkowie, przez Legionowo, gdzie występuje nieliczny klub kibica, wspierany przez spikera angażującego pozostałą część widowni, po drugi biegun, który spotkać można na meczach reprezentacji, a także turnieju finałowym Pucharu Polski mężczyzn.

W trakcie jednych z ostatnich rozgrywek tego turnieju w kwietniu 2015 roku, dostrzegalny był konflikt między tymi dwoma kulturami. „Final Four” to turniej organizowany z myślą przede wszystkim o przeciętnym konsumencie sportu, nieinteresującym się żywo szczypiorniakiem na co dzień, adresowany również do rodzin z dziećmi. Atmosfera turnieju przypomina raczej „ludyczny festyn”: podczas przerw między meczami oraz w trakcie meczów organizowane są zabawy, mające aktywizować widzów-konsumentów, spiker aktywnie wykorzystuje wytwarzane podczas rozgrywki emocje, by zachęcić publiczność do klaskania

⁴ [http://sportowefakty.wp.pl/pilka-reczna/524396/frekwencja-w-polskich-halach-podsumowanie-pgnig-superligi-meczozn \[dostęp 30.11.2015\]](http://sportowefakty.wp.pl/pilka-reczna/524396/frekwencja-w-polskich-halach-podsumowanie-pgnig-superligi-meczozn [dostęp 30.11.2015])

⁵ [http://www.kielce.sport.pl/sport-kielce/1,130858,14776935,Znakomita_ogladalnosc_meczu_Vive_z_Plockiem_w_Lidze.html \[dostęp 30.11.2015\]](http://www.kielce.sport.pl/sport-kielce/1,130858,14776935,Znakomita_ogladalnosc_meczu_Vive_z_Plockiem_w_Lidze.html [dostęp 30.11.2015])

⁶ [http://www.przegladsportowy.pl/srednia-widownia-w-tvp-meczu-polska-hiszpania-to-5-milionow-widzow,artykul,539212,1,12792.html \[dostęp 30.11.2015\]](http://www.przegladsportowy.pl/srednia-widownia-w-tvp-meczu-polska-hiszpania-to-5-milionow-widzow,artykul,539212,1,12792.html [dostęp 30.11.2015])

i okrzyków. Odgórnie jest zatem animowana „rynkowa” kultura kibicowania. W opozycji do niej występują kibice „industrialni”. W tym przypadku byli to kibice Wisły, którzy nie akceptowali odgórnego modelu kibicowania i okrzykami starali się uciszyć lub przekrzyczeć spikera.

Podobny charakter konfliktu obserwowany był także w Kielcach. W tym ośrodku zinstytucjonalizował się oddolny ruch kibicowski, który utożsamia się z historyczną nazwą klubu „Iskra Kielce” (obowiązującej przez pierwszych 8 lat istnienia klubu oraz przez całe lata dziewięćdziesiąte XX wieku). W 2002 roku klub został przejęty przez miejscowego biznesmena, który zmienił nazwę klubu na „Vive Kielce” (gdzie po nazwie Vive często dodawana była nazwa aktualnego sponsora). Najbardziej fanatyczni kibice zespołu z Kielc nie zaakceptowali nowej nazwy, którą zdefiniowali jako ingerencję w tradycję klubu, z którą się utożsamiają (a zatem i w swoją tożsamość) i w kieleckiej Hali Legionów w Kielcach słychać było doping dla „Iskry”. W konsekwencji doprowadziło to do konfliktu między najbardziej fanatycznymi kibicami a właścicielem, czego efektem było wycofanie się kibiców z doping, a władze klubowe powołały w pełni zależny od siebie klub kibica. Dopiero przed rozpoczęciem sezonu 2015/2016 udało się wypracować kompromis⁷.

W obu przypadkach doskonale widać konflikt „industrialnego porządku” z globalnym trendem komercjalizacji sportu. Na taką interpretację wskazuje zwłaszcza przypadek z Kielc. Jak dowodzą bowiem badania Dominika Antonowicza, Radosława Kossakowskiego i Tomasza Szlendaka, kibice „industrialni” akceptują ingerencję rynkowych zasad gry tylko do momentu, gdy nie naruszają one „sakralnej”, istotnej dla nich „treści”, np. nazwy klubu (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015: 274). Opisany konflikt staje się jeszcze ciekawszy, gdy spojrzysz na niego przez pryzmat zarysowanej we wstępie hipotezy o dominacji na halach szczypiorniaka klasy średniej. Wszak w tym kontekście to klasa średnia pielęgnuje „industrialną” kulturę i „chroni” ją przed wpływem rynkowych zasad gry, które na co dzień akceptuje.

Metodologia

Problem badawczy oraz pomysł na badanie zrodziły się podczas obserwacji rozgrywek polskiej ligi piłki ręcznej mężczyzn. Zasadniczym wyzwaniem, z jakim przyszło się zmierzyć, był fakt, że do tej pory nie eksplorowano empirycznie, metodą naukową, środowiska kibiców piłki ręcznej w Polsce. Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest brak danych, na podstawie których można by

⁷ <http://sportowefakty.wp.pl/pilka-reczna/531191/do-hali-legionow-wraca-doping-klub-podpisal-porozumienie-z-kibicami> [dostęp 30.11.2015]

było się pokusić o kategoryzację i wyodrębnienie klasy średniej oraz określenia jej udziału w populacji fanów szczypiorniaka. Potrzeba takich informacji ukonstytuowała wybór metody ilościowej, dzięki której możliwe jest poznanie skali zjawiska. Trzeba jednak podkreślić, że z powodu braku danych o badanej populacji, a co za tym idzie, braku operatu losowania, niemożliwe jest dobranie losowej, reprezentatywnej próby.

Odpowiedzią na te wyzwania metodologiczne miało być ograniczenie badanej populacji do kibiców zaangażowanych (tj. tych najbardziej aktywnych, regularnie dopingujących, których wskaźnikiem miał być wykupiony karnet na sektor dopingowy, świadczący o regularnym wspieraniu klubu i układaniu terminarza pod mecze), czterech klubów piłki ręcznej, które zostały wskazane w nieformalnych rozmowach z kibicami w czasie pilotażu, jako kluby mające największą liczbę oddanych fanów. Takie podejście miało pozwolić uzyskać konkretne dane na temat liczebności populacji, bowiem kluby posiadają informacje na temat sprzedanych karnetów. Założenie legło jednak w gruzach, gdy okazało się, że liczebność sektorów dopingowych jest zależna od sportowej atrakcyjności rywala. Dodatkowo współpracy przy promocji badania odmówili przedstawiciele klubu z Kielc.

Wszystkie te czynniki zadecydowały o wyborze metody CAWI (Computer-Assisted Web Interview) jako narzędzia metody ilościowej. Specjalistyczne oprogramowanie zostało bezpłatnie użyczone przez profesjonalną firmę badawczą⁸. W przypadku tej techniki badacz dysponuje ograniczonymi możliwościami kontroli doboru próby⁹, ponieważ ankieta internetowa pozbawia interakcji z respondentami, a w konsekwencji dużym wyzwaniem pozostaje przede wszystkim dotarcie do konkretnej zbiorowości. Pytania filtrujące i upowszechnienie informacji o badaniu na odpowiednich stronach internetowych są jedynymi środkami w doborze właściwego profilu badanych jednostek. Istotna jest również promocja badania w sieci i to właśnie w tym elemencie niezbędna okazała się pomoc instytucji związanych ze szczypiorniakiem, by dzięki wykorzystaniu możliwości komunikacji z fanami, jakie oferują social media (tj. media społecznościowe w postaci serwisów Facebook, Twitter) oraz strony internetowe, zachęcić kibiców do wypełnienia ankiety.

O pomoc zwrócono się do dwóch największych polskich klubów, posiadających rzesze fanów¹⁰, do Związku Piłki Ręcznej w Polsce oraz największych mediów, zajmujących się tą problematyką. W promocję badania zaangażowały się dwie instytucje: ogólnopolski portal internetowy poświęcony piłce ręcznej

⁸ Korzystano z oprogramowania CADAS Software użyczonego przez firmę ABR Sesta.

⁹ Narzędzie umożliwia jednak ochronę przed wielokrotnym wypełnianiem ankiety przez tego samego respondenta blokadą IP komputera.

¹⁰ Mierzone liczbą polubień oficjalnej strony klubu na portalu Facebook.

– handball.pl¹¹ oraz klub SPR Wisła Płock¹². Ogromnej pomocy udzielili także kibice płockiego klubu, którzy wykorzystywali swoje prywatne sieci kontaktów, by jak najszerzej rozreklamować badanie wśród sympatyków piłki ręcznej z całej Polski. W konsekwencji udało się uzyskać 716 ankiet, z czego **608 było kompletnych i weszło w skład analiz**.

Stosując narzędzie CAWI należy także dużo uwagi poświęcić atrakcyjności ankiety dla respondenta. Brak interakcji z ankierem to także brak zobowiązania do ukończenia kwestionariusza. Przerwanie ankiety (tzw. *drop out*) występuje dużo częściej niż w przypadku tradycyjnych metod. Trzeba zadbać zatem, by kwestionariusz nie był zbyt długi, a pytania wrażliwe (np. o dochody) nie były obowiązkowe. Starano się zatem konstruować różne formy pytań i odpowiedzi, a wskaźniki konstruować na jak najmniejszej liczbie pytań.

Przed wszystkim należy podkreślić, że mimo przeprowadzenia badania na dużej próbie, trudno jest określić, w jakim stopniu grupa ta odzwierciedla populację fanów szczypiorniaka. Z pewnością wybór narzędzia dystrybuowanego za pomocą stron internetowych przyczynił się do większego udziału osób młodych oraz z wyższym wykształceniem. Takie osoby posiadają odpowiedni kapitał ułatwiający poruszanie się po sieci i dotarcie do odpowiednich dla siebie grup tematycznych. Promowanie ankiety przez Wisłę Płock oraz jej kibiców także mogło mieć wpływ na większy udział w próbie jej sympatyków. Autor jest świadom ograniczeń, jakie płyną z wykorzystania tego narzędzia i doboru próby. Badanie ma jednak na celu przede wszystkim eksplorację zarówno środowiska kibiców piłki ręcznej, jak i przedstawionej hipotezy, a uzyskane wyniki pozwalają osiągnąć ten cel.

Część ilościowa badania dostarczyła także niespodziewaną wartość dodaną w postaci danych pochodzących z komentarzy kibiców pod postami reklamującymi badanie, które posłużyło między innymi jako tło do konfliktu pomiędzy kibicami Wisły i klubu z Kielc¹³. Dodatkowo w celu lepszego zrozumienia i doświadczenia badanego zjawiska postanowiono uzupełnić materiał badawczy o dane jakościowe. Przeprowadzono niejawną obserwację uczestniczącą na trzech spotkaniach zespołu Wisły Płock. Były to dwa mecze w ramach rozgrywek Superligi, najwyższego szczebla rozgrywek w piłce ręcznej mężczyzn w Polsce: 1) 9 września 2015 roku spotkanie Legionovii Legionowo z Wisłą Płock, podczas którego badacz przebywał na sektorze gości; 2) 12 września 2015 roku mecz Wisły Płock z Azotami Puławy, gdzie obserwacja prowadzona

¹¹ <http://www.handball.pl/kat,20,Handballpl,UW-bada-kibicow-szczypiorniaka-spoleczne-z-naczenie-pilki-recznej,7565,wiadomosci.html> [dostęp 30.11.2015]

¹² <https://www.facebook.com/163454273671056/posts/1141606735855800> [dostęp 30.11.2015]

¹³ http://sportowefakty.wp.pl/pilka-reczna/533947/orlen-wisa-i-ks-azoty-poznay-plan-turnieju-w-brzeziu?no_mobile=1 [dostęp 30.11.2015]

była z sektora gospodarzy. Trzeci mecz, na którym prowadzona była obserwacja, odbył się 25 października 2015 roku i było to spotkanie Ligi Mistrzów, w którym Wisła podejmowała niemiecki zespół Flensburg Handewitt.

Podczas etapu pracy terenowej rolę badacza opisać można jako „marginalnego tubylca” (eng. *marginal native*) (Armstrong 1993: 20), a zatem osoby będącej w jakimś stopniu częścią grupy (badacz pochodzi z miasta, które klub reprezentuje), ale mającej inne interesy niż grupa poddana badaniu (badacz nie jest zaangażowanym kibicem sekcji piłki ręcznej), przez co możliwy jest dystans do przedmiotu badania. Dodatkowo, podczas tych meczów i przed rozpoczęciem właściwego badania, przeprowadzono nieformalne wywiady z kibicami. Nieformalne, gdyż ich celem było raczej wprowadzenie badacza w eksplorowany świat bez zbierania materiału do późniejszych analiz.

Ilościowa część badania odbyła się w lipcu i sierpniu 2015 roku, natomiast obserwację prowadzono we wrześniu i październiku.

Piłka ręczna jako sport klasy średniej

Problematyka klasy średniej jest silnie obecna w polskim dyskursie naukowym. Polska klasa średnia bywa identyfikowana z inteligencją (por. Mokrzycki 1994; Matuszak 1994; Domański 2002), czy z nowomieszczaństwem (Kubicki 2011). Wskazuje się również na rolę konsumpcji i stylów życia jako wskaźników pozycji w strukturze społecznej (Domański 2002; Kubicki 2011; Bogunia-Borowska 2015). Teoretyczne zmagania z pojęciem klasy średniej nie sprzyjają jednak konceptualizacji tego problemu i opracowaniu trafnych i skutecznych wskaźników. Jak zauważa Henryk Domański, „»Klasa średnia«” jest zbiorowością złożoną z tak różnych kategorii, że dyskredytuje to ją jako »klasę« społeczną [...] Największą osobliwością klasy średniej jest właśnie to, że nazywana jest klasą, mimo że obejmuje ludzi o różnym poziomie wykształcenia, niejednakowym standardzie materialnym, uzyskujących niejednakowe dochody, mających różne preferencje w zakresie konsumpcji i obdarzanych niejednakową estymą. Mimo że klasa średnia nie jest klasą społeczną, należy ona do najważniejszych elementów społeczeństw rynkowych” (Domański 2002: 5). Generalnie jednak panuje pewna zgodność co do faktu, że „choć w sensie socjologicznym nowa klasa średnia nie stanowi klasy społecznej, a jest jedynie traktowana jako kategoria deskryptywna, to jej zastosowanie w celach opisowych i analitycznych jest uzasadnione” (Bogunia-Borowska 2015: 122).

Cechą główną klasy średniej zarówno w ogóle, jak i w kontekście niniejszej analizy, jest jej ścisły związek z systemem kapitalistycznym. Zmiany w obrębie stosunków pracy, które dokonały się po przemianie ustrojowej, zmieniły charakter wykonywanej pracy. To właśnie rodzaj wykonywanego zawodu jest jednym

z najczęściej stosowanych kryteriów w wyodrębnianiu klasy średniej, która utożsamiana jest z pracą umysłową i biznesem. Małgorzata Bogunia-Borowska (2015) zauważa, że lista zawodów wydłuża się o powstające w szybkim tempie nowe profesje, które są wchłaniane przez klasę średnią podając jako przykład rynek muzyczny i artystów. Niemniej, głównym czynnikiem charakteryzującym zajęcia klasy średniej pozostaje praca o charakterze usługowym i konceptualnym.

Umiejętne funkcjonowanie i odnoszenie sukcesów w grze rynkowej wymaga od jednostek opanowania reguł tejże gry. Klasa średnia musiała przyswoić zatem kapitalistyczny system aksjo-normatywny. Oparty jest on na merytokracji, wyrażanej wytrwałą pracą w celu pomnażania majątku. Efektem jest ciągła rywalizacja o jak najlepszą pozycję oraz jak najlepsze dobra. Ze zwiększonym popytem, wyrażanym aspiracjami jednostek, wiąże się skuteczność systemu kapitalistycznego, bowiem na najlepsze dobra jest więcej chętnych niż dostępnych zasobów, dzięki czemu rozwija się rywalizacja. Takie warunki stwarzają ciągle poczucie niepewności, które jest trzonem systemu, bowiem motywuje do działania oraz gloryfikuje indywidualizm, stawiając na piedestale indywidualny sukces (Domański 2002: 11). W Polsce, gdzie warunki gry rynkowej są dopiero przyswajane, nowy typ organizacji życia społecznego i nowe reguły gry mogą wydawać się „wilczymi prawami” (tamże, s. 16). Taka rzeczywistość sprzyja postawom nostalgicznym.

Wskazując na zmiany w obrębie stosunków pracy jako główny środek ciężkości przemiany ustrojowej, jaka dokonała się w Polsce, można przyjąć zawód jako kryterium wyodrębniania klasy średniej. Jako główny wskaźnik przynależności do klasy średniej został wybrany system klasyfikacji zawodów EGP (Erikson, Goldthorpe i Portocarero 1979). Przede wszystkim EGP jest „narzędziem pomiaru usytuowania w strukturze społecznej o uniwersalnej trafności” (Domański i in. 2012: 27). Co równie ważne, jest narzędziem elastycznym, gdyż pozwala na grupowanie kategorii w zależności od celów analizy. Elastyczność tego narzędzia wydaje się niezwykle użyteczna przy ilościowym badaniu, nieeksplorowanej jeszcze empirycznie zbiorowości. Nie bez znaczenia jest także fakt, że w jednym pytaniu otrzymuje się od razu trzy podstawowe informacje o usytuowaniu respondenta w strukturze, czyli: rodzaj zawodu, stosunek do własności (właściciele firm czy pracownicy) oraz stanowisko (mierzone liczbą podwładnych), co zwiększa skuteczność tego wskaźnika (tamże, s. 27–30).

Klasa średnia to przede wszystkim przedsiębiorcy oraz wykwalifikowani pracownicy usług i administracji państwowej, czyli przedstawiciele zawodów ściśle związanych z kapitalistycznym rynkiem. Osoby spełniające te kryteria stanowiły łącznie 50% próby (tabela 1). Problem pojawił się jednak z dużą liczebnością dodanej kategorii „uczę się/studiuje”, która stanowiła 42% próby, a która nie jest obecna w klasyfikacji zawodów EGP. Wyłączając tę kategorię, przedstawiciele klasy średniej stanowiliby aż 87% respondentów. Jednak ze względu na przesuwającą się granicę wieku wejścia na rynek pracy oraz rosnące

współczynniki skolaryzacji kategorię tę włączono do analiz. Do klasy średniej, zgodnie z wartością merytokracji, można zakwalifikować osoby zdobywające wykształcenie akademickie. Wśród osób z tej kategorii 51% posiada dyplom uczelni wyższej lub studiuje. W konsekwencji, przedstawiciele klasy średniej stanowią 72% badanych fanów szczypiorniaka (tabela 1).

Tabela 1. Klasyfikacja zawodów EGP (podkreślono kategorie, które zakwalifikowano do klasy średniej)

Proszę zaznaczyć rodzaj wykonywanego zawodu	Procent
<u>Artysta, kadra akademicka, kadra dyrektorska, wolny zawód*</u>	5
<u>Specjalista pracownik umysłowy*</u>	23
<u>Pracownik biurowy – praca biurowo-administracyjna*</u>	9
<u>Prawnik handlu i usług*</u>	7
<u>Właściciel przedsiębiorstwa zatrudniającego pracowników*</u>	2
<u>Jednoosobowa działalność gospodarcza*</u>	4
Pracownik nadzoru – brygadzysta, technik, laborant	2
Robotnik wykwalifikowany	3
Pracownik fizyczny, magazynier, portier, sprzątaczk	2
Właściciel gospodarstwa rolnego	<1
Uczę się studiuje	42

Źródło: badanie własne; N=605

Nieco inaczej sytuacja wygląda w przypadku kibiców zaangażowanych, tj. wspierających dopingiem swoją drużynę oraz uczestniczących w opravach. Wskaźnikiem tej kategorii fanów było wskazanie sektora dopingowego jako najczęściej wybieranego miejsca na hali. Zaangażowani kibice stanowią 25% spośród badanych fanów. W tej kategorii do klasy średniej na podstawie wyżej przyjętych kryteriów zakwalifikować można 56% respondentów. Kibice zaangażowani są jednak wyraźnie młodsi od pozostałych sympatyków, gdyż 63% to młodzież w wieku 16–24 lata, a 60% spośród najbardziej fanatycznych kibiców to osoby uczące się.

Nostalgia

Problematyka nostalgii nie jest tematyką obcą dla nauk społecznych, jednak na poziomie socjologii zainteresowanie tym zagadnieniem jest już mniejsze (por.

Davies 1979). Zupełnie odmienna sytuacja panuje na gruncie nauk ekonomicznych i psychologii, gdzie nostalgia była przedmiotem zainteresowania wielu badaczy, w różnych kontekstach poznawczych. Wymienić można chociażby analizy podejmujące kwestię nostalgii jako czynnika wpływającego na zachowania konsumpcyjne (por. Holbrook 1993; Shindler i Holbrook 2003; Havlena i Holak 1991) czy zagadnienia emocjonalnych składowych tego pojęcia (Holak i Havlena 1998). Pojęcie nostalgii nie jest także obce w pracach z dziedziny sportu, gdzie eksplorowano wpływ nostalgii w dziedzinie turystyki sportowej (Fairley 2003; Wilson 2004).

Bryan Turner (1987) dokonał analizy dyskursu wokół zagadnienia nostalgii w literaturze z zakresu nauk społecznych. W efekcie wyróżnił on cztery główne wymiary konceptualizacji tego pojęcia, z których trzy wiązać można z rozwojem kapitalizmu. Pierwszy wymiar odnosi się do poczucia historycznego upadku i utraty świata definiowanego jako złote lata dobrobytu ludzkości. Przykładem mają być religie abrahamowe, które są zasadniczo nostalgiczne w ich teologii łaski jako opisu upadku ludzkości od zjednoczenia z Bogiem. Drugi wymiar kładzie nacisk na zanik moralności w konsekwencji pewnych procesów społecznych. Objawia się to odczuciem zagubienia oraz kryzysem sfery normatywnej. W tym podejściu historia ludzkości postrzegana jest jako upadek wartości, które dawniej łączyły ludzi. Powodem ma być rozwój rynku i kapitalistycznych zasad, jakie wpłynęły na ekspansję kultury miejskiej i tym samym oddaliły ludzi od pierwotnej, sielskiej kultury. Kolejny wymiar (weberowski) to poczucie utraty wolności jednostki przez zanik szczyrych (ang. *genuine*) relacji z innymi jednostkami. Jest to związane z postępującym procesem instytucjonalizacji i biurokratyzacji interakcji, gdzie jednostki są jedynie trybikiem w postępującym procesie zmiany. Ostatnie, wyróżnione podejście definiowane jest przez poczucie utraty prostoty, autentyczności relacji (czyli też tożsamości) oraz brakiem możliwości spontanicznego wyrażania emocji. Wiąże się z samodyscypliną narzuconą przez społeczeństwo. Pierwotne emocje oraz możliwość ich wyrażania, kojarzone z pierwotnymi wspólnotami, zostały ograniczone przez dogmat samodyscypliny narzucony przez nowoczesne społeczeństwa, w których obowiązują kapitalistyczne relacje (Turner 1987: 150 i nast.).

Warto zwrócić uwagę, że nostalgia jest definiowana jako skutek szerszych przemian społecznych. Odczuwanie nostalgii wiąże się z pozytywnym wartościowaniem czasów przed zmianą jako tych, w których życie było inne, lepsze. Jak zauważa Christina Goulding (2002), nostalgia nie musi być wcale wyrazem doświadczeń jednostki. Może być też jej wyobrażeniem przeszłości, zaczerpniętym z różnych przekazów kulturowych. W takim wypadku przybiera ona formę nostalgii zapośredniczonej (ang. *vicarious*).

Na podstawie wyżej wymienionych koncepcji, nostalgia rozumiana będzie jako tęsknota za wyobrażonym życiem społecznym, istniejącym przed eskalacją rynkowych zasad, które zmieniły charakter relacji interpersonalnych. To

historycznie wyobrażone życie społeczne utożsamiane jest z prostotą, większym poziomem wspólnoty i bliskości relacji między jednostkami oraz swobodną ekspresją emocji, niepoddawaną kontroli norm wywodzących się z zasad rynkowych.

Nostalgia klasy średniej

Operacjonalizując nostalgię na podstawie przyjętej definicji wyróżniono pięć płaszczyzn, na których będzie ona mierzona, a mianowicie: nostalgia za wspólnotą, za spontanicznością zachowań, swobodą wyrażania emocji, za prostotą życia oraz bez troską. Do tego celu stworzono wskaźniki dla każdej z tych płaszczyzn. Z tych wskaźników skonstruowano następnie indeks nostalgii. Indeks inspirowany był popularnym narzędziem do badań tego zjawiska, stworzonym przez Morrisa Holbrooka (1993). Zaproponował on narzędzie składające się z 20, a po modyfikacji 8 twierdzeń. Zadaniem respondenta była odpowiedź, czy zgadza się z podanym stwierdzeniem, z których połowa to wskaźniki nostalgii, a pozostałe wskazują odwrotną postawę.

Tabela 2. Indeks nostalgii – wszyscy kibice

Wartość indeksu – wszyscy kibice	Procent
0	6
5	17
10	25
15	30
20	16
25	6

Źródło: badanie własne; N=608

Tabela 3. Indeks nostalgii – kibice zaangażowani

Wartość indeksu – kibice zaangażowani	Procent
0	9
5	15
10	25
15	28
20	16
25	7

Źródło: badanie własne; N=153

Problematyczne w narzędziu Holbrooka okazuje się to, że twierdzenia wskazujące na nostalgię oraz ich przeciwwagi nie są sformułowane w sposób pozwalający określić respondentowi swój stosunek do tego samego zjawiska. W konsekwencji indeks jest zbudowany na twierdzeniach, które się nie wykluczają, a co więcej, mogą uzupełniać. Narzędzie użyte w tym badaniu zostało skonstruowane na zasadzie wyboru jednego z twierdzeń, których desygnat jest taki sam, a respondent decyduje, która z ocen tego zjawiska jest mu bliższa (tabela 4).

Tabela 4. Wskaźniki nostalgii (w tabeli nie pokazana kategoria nie wiem)

*Wskaźniki nostalgii	Procent
Dawniej ludzie byli sobie bliźsi*	82
W obecnych czasach ludzie są sobie bliźsi	3
Kiedyś życie było prostsze*	48
Obecnie życie jest prostsze	20
Jesteśmy dzisiaj mniej spontaniczni*	41
Jesteśmy dzisiaj bardziej spontaniczni	41
W dzisiejszych czasach coraz częściej NIE czuję się sobą*	21
W dzisiejszych czasach coraz częściej czuję się sobą	37
Kiedyś ludzie mieli mniej zmartwień*	58
Obecnie mamy mniej zmartwień	10

Źródło: badanie własne; N=608

Przyjęto, że aby mówić o odczuwaniu nostalgii w związku z regułami gry rynkowej, indeks nostalgii musi wynosić co najmniej 15 punktów. Każdy wskaźnik nostalgii przyjął wartość pięć, a zatem respondent musiał wskazać przynajmniej trzy spośród pięciu twierdzeń wskazujących na odczuwanie nostalgii. Respondenci, dla których indeks przybrał wartość 15 lub więcej punktów, stanowili 51% (tabela 2). Zatem niewiele ponad połowę badanych kibiców szczypiorniaka określić można jako osoby odczuwające nostalgię. Podobnie wygląda sytuacja dla przedstawicieli klasy średniej (51%), kibiców zaangażowanych (51%) oraz kibiców zaangażowanych z klasy średniej (52%). Alfa Cronbacha indeksu wynosi 0,380, co jest wynikiem przeciętnym.

Istotna okazuje się zatem analiza poszczególnych wskaźników. Wysoka wartość wskazań widoczna jest przede wszystkim w nostalgii w wymiarze wspólnotowym. Ze stwierdzeniem, że „dawniej ludzie byli sobie bliźsi” zgodziło się 82% badanych fanów szczypiorniaka. Zaobserwować można także silną nostalgię za beztroską, wyrażoną stwierdzeniem „kiedyś ludzie mieli mniej zmartwień” oraz za prostotą życia (tabela 4). Odpowiedzi kibiców zaangażowanych oraz wyodrębnionych przedstawicieli klasy średniej nie różnią się zbytnio od ogółu badanych. Zmienną nieco różnicującą wartość poszczególnych wskaźników nostalgii jest wiek respondentów (tabela 4.1). Osoby pracujące częściej wskazują na nostalgię w wymiarze wspólnotowym, za prostotą życia oraz za spontanicznością zachowań. Wartości wskaźników w tych trzech aspektach, dla uczącej się młodzieży (97% osób z tej kategorii to osoby w wieku 16–24 lata) są nieco niższe. Niemniej na pewno zaskakujące jest częstsze

wskazywanie przez tę grupę na twierdzenie „w dzisiejszych czasach coraz częściej NIE czuję się sobą”. Być może spowodowane jest to większym zakorzenieniem tożsamości osób dorosłych (25+) w istniejących instytucjach, zwłaszcza w pracy zawodowej.

Tabela 4.1. Wskaźniki nostalgii w podziale na osoby pracujące i uczące się (w%)

	Osoby pracujące	Osoby uczące się
Dawniej ludzie byli sobie bliżsi	85	79
Kiedyś życie było prostsze	52	43
Jesteśmy dzisiaj mniej spontaniczni	46	35
W dzisiejszych czasach coraz częściej NIE czuję się sobą	17	26
Kiedyś ludzie mieli mniej zmartwień	58	59

Źródło: badanie własne; N=608

Pilka ręczna jako remedium na nostalgię?

By zbadać związek między nostalgią a motywacjami do kibicowania na meczach piłki ręcznej skonstruowano wskaźniki w postaci twierdzeń odpowiadających poszczególnym płaszczyznom nostalgii. Wskaźniki te przyjęły formę zdań twierdzących odnoszących się do znaczenia partycypacji w meczach szczypiorniaka dla kibiców (tabela 5).

Tabela 5. Wskaźniki piłki ręcznej jako remedium (w nawiasie wartości procentowe dla klasy średniej)

	Procent
Podczas meczu nie myślę o codziennych sprawach	85 (86)
W trakcie meczu szczypiorniaka okazuję swobodnie emocje	77 (79)
Na meczach piłki ręcznej mogę pozwolić sobie na spontaniczność	64 (65)
Na meczach piłki ręcznej mojej drużyny czuję się sobą	62 (58)
Mój klub to przede wszystkim wspólnota kibiców	36 (34)

Źródło: badanie własne; N=608

Wyniki nie potwierdzają, że odczuwanie nostalgii ma bezpośrednie przełożenie na motywacje do uczestniczenia w meczach szczypiorniaka, bowiem wyniki dla poszczególnych płaszczyzn nostalgii nie wpływają na zwiększoną wartość wskaźników remedium (tabela 6).

Tabela 6. Wskaźniki piłki ręcznej jako remedium przez wskaźniki nostalgii (w %)

	Dawniej ludzie byli sobie bliżsi	Kiedyś życie było prostsze	Jesteśmy dzisiaj mniej spontaniczni	W dzisiejszych czasach coraz częściej NIE czują się sobą	Kiedyś ludzie mieli mniej zmartwień
Na meczach piłki ręcznej mojej drużyny czuję się sobą	63	61	62	63	62
Mój klub to przede wszystkim wspólnota kibiców	37	37	34	38	37
Na meczach piłki ręcznej mogę pozwolić sobie na spontaniczność	67	70	69	73	66
Podczas meczu nie myślę o codziennych sprawach	87	87	86	90	89
W trakcie meczu szczypiorniaka okazuję swobodnie emocje	78	78	82	78	77

Źródło: badanie własne; N=608

Wysoki stopień wskazań sformułowań odnoszących się do swobody emocjonalnej oraz oderwania od codziennych spraw (tabela 5) pozwala skonstatować jednak, że uczestniczenie w meczach piłki ręcznej pełni funkcję katartyczną dla jej uczestników. W tym sensie można mówić o piłce ręcznej jako o remedium na napięcia powstałe w wyniku codziennego życia społecznego, toczonego w warunkach gry rynkowej. Kibicowanie jest swoistym „wentylem bezpieczeństwa”, stwarza bowiem przestrzeń dla ujścia emocji, trzymany na co dzień na wodzy przez normę samodyscypliny.

Uwagę zwraca stosunkowo słaba wartość (36% ogółu kibiców) dla wskaźnika piłki ręcznej jako remedium na nostalgię w sferze wspólnotowej. Zwłaszcza że ten rodzaj nostalgii dominował wśród badanych fanów. Co prawda, jak zakładano, wskaźnik ten przyjmuje dużo wyższą wartość w przypadku kibiców zaangażowanych (50%), ale już niemal identyczną dla osób, których postawa wskazuje na nostalgię wspólnotową (37%). Wskaźnik ten jest o tyle ważny, że pokazuje jak silnie klub utożsamiany jest nie tyle z samą rozgrywką czy zawodnikami, ile właśnie ze wspólnotą kibiców identyfikowaną przez symbole klubowe (Antonowicz i Wrzeński 2009). Pod tym względem wartość wskazań na ten aspekt partycypacji w meczach szczypiorniaka jest bardzo wysoka. Niemniej jednak w porównaniu ze skalą nostalgii wspólnotowej widać, że dla większości badanych fanów uczęszczanie na mecze piłki ręcznej nie jest w pierwszej kolejności utożsamiane z wartościami wspólnotowymi.

Nie oznacza to jednak, że ta wspólnota nie jest dostrzegalna. Spośród badanych kibiców szczypiorniaka 78% uważa, że zaangażowani kibice ich ulubionego klubu tworzą wspólnotę (8% tak nie uważa, a pozostali nie mają zdania), a spośród samych zaangażowanych fanów taką opinię podziela 84% (9% nie, a 7% nie ma zdania).

Poczucie przynależności do kibicowskiej wspólnoty swojego klubu (tabela 7) deklaruje większość, bowiem 59% respondentów (60% wyodrębnionych przedstawicieli klasy średniej). Zmienną różnicującą tę przynależność jest przestrzeń zazwyczaj zajmowana przez kibiców na hali. Najbardziej zaangażowani fani, zasiadający na sektorach dopingowych, są grupą najczęściej deklarującą poczucie przynależności do wspólnoty kibiców. Powyżej średnich wskazań dla próby znaleźli się także fani zasiadający na sektorach podłączających się do dopingu. Interpretacja tego wyniku może być dwójaka, bowiem doping może budować poczucie wspólnoty wśród kibiców lub być jej wyrazem. Obecnie trudno byłoby przechylić szalę na korzyść którejś z tych hipotez.

Tabela 7. Przynależność do wspólnoty kibiców (w %)

W jakim sektorze najczęściej Pan/i zasiada?	Czy czuje się Pan/i częścią tej wspólnoty?		
	Tak	Nie	Nie wiem
Sektor rodzinny	55	23	21
Trybuna VIP	50	28	22
Sektor dopingowy	76	9	15
Sektor podłączający się do dopingu	62	20	19
Inny sektor	39	27	33
Ogółem	59	19	21

Źródło: badanie własne; N=471

Bardzo ciekawie w ten kontekst wpisują się normy obowiązujące na sektorach dopingowych. Jak już wcześniej wspomniano, kibicowanie piłce ręcznej klubowej opiera się najczęściej na kulturze „industrialnej”, znanej ze stadionów piłkarskich. Doping prowadzony jest ze stałego sektora, przez wybraną do tego osobę spośród grupy najbardziej zaangażowanych. Przygotowywane są oprawy na meczach, wywieszane flagi, szyte są sektorówki (duże flagi, które kibice trzymają nad głowami, często wymiarami zbliżone do sektora), pojawiają się dosadne epitety w stronę sędziów i zawodników, zawierane są „zgody” z kibicami innych drużyn, a podczas pojedynków odwiecznych rywali kibice uzbrajają się w repertuary przekleństw na temat przeciwnika. Dodatkowo, bardzo silna jest kontrola wewnątrzgrupowa. Jej doskonałą ilustracją jest sytuacja podczas

jednego z meczów. Osoba przebywająca w sektorze dopingowym nie śpiewała razem z fanami, co zostało jej publicznie wytknięte przez prowadzącego doping w formie przemocy werbalnej. Następnie zastosowano wobec niej sankcję w postaci ostracyzmu (dosadniej – wyrzucono z sektora). Są to zachowania i normy, które na co dzień spotkać można na stadionach piłkarskich.

Użyteczna dla opisu wspólnot kibiców piłkarskich jest kategoria „wspólnot integrujących” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2011). Są to grupy o silnej kontroli wewnątrz, w których przynależność do jednej wyklucza przynależność do innej podobnej, charakteryzujące się przejrzystym podziałem na świat wewnątrz i świat na zewnątrz (Bauman 2009: 150). Wszystkie te cechy sprzyjają powstaniu wspólnoty o tożsamościowo-twórczym charakterze.

Wydaje się, że dyfuzja norm ze stadionów piłkarskich na halę szczypiorniaka spowodowana jest właśnie silnie integrującym charakterem stadionowej kultury „industrialnej”. Normy stadionowe są przejrzyste, ponad wszystko ceniona jest lojalność, a więzi często przenoszą się poza trybuny (por. Kossakowski 2013).

Na korzyść tej interpretacji świadczą także postawy solidaryzujące się ze zinstytucjonalizowanym ruchem kibiców piłki nożnej. Trzy spotkania, na których prowadzona była obserwacja, odbyły się we wrześniu 2015 roku. Był to okres, w którym toczyły się ożywione dyskusje w dyskursie publicznym na temat przyjęcia przez Polskę uchodźców z Syrii. Przeciwno takiemu rozwiązaniu protestowały trybuny piłkarskie, dając wyraz tej postawie w przyspiewkach na stadionie oraz na flagach rozwieszanych w całej Polsce. Także w tym okresie środowisko piłkarskie (kibice, dziennikarze, działacze) zaangażowane było w akcję społeczną, mającą przywrócić wolność kibicowi Legii, odsiadującemu trzy lata bez wyroku w więzieniu. Na stadionach w całym kraju, pojawiały się flagi z namalowanym hasłem tej kampanii „#uwolnićmaćka”.

W tym samym okresie na sektorach zajmowanych przez najbardziej zaangażowanych kibiców SPR Wisły Płock można było zauważyć identyczne postawy. Podczas spotkania wyjazdowego w Legionowie oraz domowego przeciwko Azotom Puławy na sektorze wisała flaga „#uwolnićmaćka”. Dodatkowo, w trakcie tego drugiego spotkania kibice wznosili okrzyki przeciwko przyjęciu uchodźców przez Polskę: „Cała Wisła śpiewa z nami, wypierdalać z uchodźcami”. Zjawisko solidarności fanów z hal ze środowiskiem kibiców z trybun jest swoistą próbą wpisania (czy legitymizacji) swojej wspólnoty, a tym samym tożsamości, w szerszy ruch kibicowski, o bardzo przejrzystym i silnie ugruntowanym światopoglądzie.

Paradoksalnie jednak normy obowiązujące na trybunach stadionów piłkarskich odbierane są przez kibiców szczypiorniaka jako nieprzystające. Spośród fanów z sektorów dopingowych 52% respondentów wskazało, że doping na stadionach piłkarskich różni się od tego na halach szczypiorniaka (co ciekawe, spośród wyróżnionych sektorów tylko wśród kibiców uczestniczących w doping

takie przekonanie podzielają większość). Kibice szczypiorniaka różnic upatrują przede wszystkim w tym, że kibice piłkarscy są lepiej zorganizowani i bardziej profesjonalni w dopingiu. Co jednak ważniejsze z punktu percepcji norm, różnice te upatrywane są także w kulturze dopingiu (wypowiedzi pochodzą z otwartego pytania w kwestionariuszu):

Doping w meczach piłki ręcznej jest ukierunkowany na wsparcie drużyny, przekazanie pozytywnych emocji, zmotywowanie do lepszej gry. W piłce nożnej doping skupia się sam na sobie i jest formą odreagowania agresji w wielu przypadkach werbalnie i niewerbalnie.

Jest bardziej kulturalny [przyp. doping] na meczach piłki ręcznej, nie ma takiego „roz-machu” jak na meczach piłkarskich.

W grupach kibicowskich drużyn piłki ręcznej nie mają miejsca tzw. „ustawki”. Poza tym doping na meczach piłki nożnej jest zdecydowanie głośniejszy [więcej krzyczących], ale także mniej kulturalny.

Wyodrębnienie przez respondentów różnicy w kulturze dopingiu jako normy nieprzystającej jest o tyle ciekawe, że jak wspomniano wcześniej, faktycznie instytucja kibicowania piłce ręcznej oparta jest często na kulturze „industrialnej”, znanej z trybun piłkarskich (łącznie z używaniem przekleństw wobec przeciwnika – choć być może jest to mniej powszechne). Dyfuzja norm, które jednak przypisane są do innej grupy, wskazuje na konflikt klasowy. Interpretację tę potwierdza także to, że spośród kibiców zaangażowanych, będących przedstawicielami klasy średniej zdanie o tym, że doping różni się od piłkarskiego, podzieliła aż 72% fanów. W tym kontekście głównego powodu przeniknięcia kultury „industrialnej” na hale piłki ręcznej należałoby doszukiwać się w jej katartycznym charakterze. Hołdowanie „industrialnym” normom, opartym na spontanicznych i ekspresyjnych formach, „nieprzystających” do wymogów życia codziennego w wolnorynkowej rzeczywistości, jest bowiem przekraczaniem kulturowych granic. Przekraczanie tych granic staje się z kolei źródłem ekscytacji i sprzyja emocjonalnemu *katharsis*.

Wnioski

Przed wszystkim należy zaznaczyć, że do wyników niniejszego badania należy podejść z ostrożnością. Po pierwsze, ponieważ przeprowadzone jest ono na niereprezentatywnej próbie kibiców, dobieranej z sieci internetowej. Po drugie, gdyż nie mierzono się do tej pory w sposób empiryczny z podjętą tu problematyką, w związku z czym istnieje ryzyko, że zastosowane narzędzia niekoniecznie muszą być najlepszymi do zweryfikowania postawionych hipotez. Nie

oznacza to bynajmniej, że z problematyką tą nie warto było i nie warto będzie mierzyć się w przyszłości.

Główna hipoteza zakładała, że zinstytucjonalizowanie się silnie integrującej, opartej na spontanicznych zachowaniach, „industrialnej” kultury kibicowania na meczach piłki ręcznej jest odpowiedzią na „efekty uboczne” wolnorynkowego porządku społecznego. Hipoteza ta jest potwierdzana w wynikach badania. Wniosek oparty jest na wysokiej wartości wskazań sformułowań odnoszących się do swobody emocjonalnej oraz oderwania od codziennych spraw (tabela 5). Rozgrywki szczypiorniaka pomagają odreagować troski życia codziennego i umożliwiają swobodne, spontaniczne wyrażanie emocji. Uczęszczanie na mecze piłki ręcznej wpisywałoby się zatem w funkcję katartyczną sportu. Trawestując Antonowicza, Kossakowskiego i Szlendaka można stwierdzić, że piłka ręczna włącza, się w „proces »cywilizowania« w rozumieniu eliasowskim. Norbert Elias doceniał [...] rolę sportu jako platformy »oczyszczania« silnych emocji – gniewu, podekscytowania, a nawet strachu – jednak bez uciekania się do tak ryzykownych i pełnych przemocy zjawisk jak konflikty zbrojne” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015: 78).

Dodatkowo wśród kibiców szczypiorniaka widoczne jest wysokie poczucie wspólnoty. Przede wszystkim jest ono dostrzegane przez ogół badanych fanów, gdyż 78% spośród nich uważa, że zaangażowani kibice ich klubu tworzą wspólnotę. Spośród tych osób 59% deklaruje poczucie przynależności do tej wspólnoty. Jest to wynik świadczący o bardzo silnym oddziaływaniu klubów na tożsamość fanów. Utożsamianie klubu ze wspólnotą kibiców wytworzoną wokół tej instytucji, posługującej się jej symboliką, świadczy właśnie o integrującej roli klubów. Co więcej, spośród najbardziej zaangażowanych kibiców, z sektorów dopingowych, 76% czuje się częścią wspólnoty kibiców swojego klubu. Widoczna jest zatem silnie integrująca rola „industrialnej” kultury kibicowania. W tym kontekście zaangażowane kibicowanie w piłce ręcznej wpisuje się w koncepcję *niewidzialnej religii* (Antonowicz i Wrzesiński 2009), gdzie wokół klubu konstytuują się wspólnoty „wiernych”. „Stadion [w tym przypadku hala – M.G.] [...] staje się wyjątkowym miejscem, gdzie ujawnia się niekwestionowany prymat kolektywu nad jednostką, które wiąże się z magicznym poczuciem wspólnoty, unikatowym w zatomiastowanym, zmateralizowanym i skrajnie indywidualistycznym świecie” (tamże, s. 124).

Z pewną ostrożnością można przyjąć także hipotezę, że „industrialna” kultura kibicowania jest na halach piłki ręcznej kultywowana przez przedstawicieli klasy średniej. Wyniki pokazują, że kategoria ta, rozumiana jako przedstawiciele sektora usług i biznesu, oraz osoby pracujące na uniwersytecki dyplom, stanowi 72% badanych fanów szczypiorniaka, a spośród osób pracujących aż 87%. Trzeba pamiętać jednak o skrzywieniu próby wynikającym z zastosowania narzędzia internetowego. Z pewnością w próbie znajduje się nadreprezentacja osób

młodszych oraz z wyższym wykształceniem, charakteryzujących się wyższymi kompetencjami cyfrowymi.

Pewnych trudności interpretacyjnych nastroczają wyniki wskaźników nostalgii. Hipoteza zakładała, że nostalgia, jako postawa, ma być wyrazem napięć spowodowanych obecnym, wolnorynkowym porządkiem społecznym. Postawa ta przyjmuje formę nostalgii zapośredniczonej. Zapśredniczonej, czyli niekoniecznie opartej na własnych doświadczeniach innego, subiektywnie lepszego w pewnych sferach świata, lecz na różnych formach przekazów kulturowych. Wysokie wartości indeksu nostalgii oraz jej poszczególnych wskaźników nakażywałyby przypuszczać, że nostalgia jest powszechną postawą wśród badanych kibiców. Najbardziej dominującą jest nostalgia za wspólnotą (wyrażona poczuciem pogorszenia się bliskości relacji z innymi ludźmi). Dodatkowo wysokie wartości wskazań odnotowano dla wspomnianej wyżej nostalgii za bez troską oraz za prostotą życia. W tym sensie potwierdza się hipoteza o występowaniu postaw nostalgicznych wśród przedstawicieli klasy średniej uczęszczających na mecze szczypiorniaka. Niemniej na tę hipotezę należy spojrzeć krytycznie. Po pierwsze, gdyż jest ona oparta na nowej wariacji narzędzia stworzonego w innym kontekście kulturowym. Mimo że jego mocną stroną są twierdzenia, które odnoszą się do niezdefiniowanego porządku społecznego, określanego jedynie przez przeszłość, nie ma pewności, że zastosowane narzędzie jest skuteczne. Po drugie, na podstawie dostępnej literatury przedmiotu założono, że odczuwanie nostalgii ma związek z rynkowymi zasadami gry. W tym sensie związek ten się potwierdza. Niemniej, by tę hipotezę umocnić, potrzebne byłyby dane empiryczne, które pozwalałyby porównać poziom postaw nostalgicznych z innym okresem historycznym w obrębie jednej kultury.

Nie udowodniono natomiast bezpośredniego związku między odczuwaniem nostalgii a motywacjami do uczęszczania na mecze. Doskonale ten fakt ilustruje duża wartość wskaźnika nostalgii wspólnotowej. Taka skala odpowiedzi twierdzących sugerowałaby, że piłka ręczna będzie w większym stopniu ten rodzaj nostalgii niwelować. Większość fanów faktycznie uważa kibiców swojego klubu za wspólnotę, której czują się częścią, ale odczucia wspólnotowe nie są dla większości badanych kibiców głównym powodem uczęszczania na mecze.

Co ciekawe, mimo że na halach piłki ręcznej zinstytucjonalizowały się zachowania stadionowe, a kibice szczypiorniaka w swoich „performansach” (Kosakowski 2014) pokazują solidarność z kulturą stadionową, tak przez wskazania na różnicę w kulturze doping, uwydatnia się konflikt klasowy. Przejmowane są silnie wspólnotowe normy stadionowe, manifestowana solidarność z grupami kibiców piłkarskich, ale odbywa się to w „bezpiecznej przestrzeni”, zdominowanej przez klasę średnią. Hale piłki ręcznej stają się zatem miejscem, gdzie przez zinstytucjonalizowanie się „industrialnych” zachowań poszerzeniu ulegają normatywne granice. Tu wolno bowiem więcej niż w codziennym życiu,

przez co kibicowanie, oparte na anachronicznych normach, jest przekraczaniem granic, które ta sama klasa średnia konstryuuje.

Przeniknięcie „industrialnej” kultury kibicowania na meczach piłki ręcznej może być zatem nie tyle efektem jej silnie integrującego charakteru, ile skutkiem „ekscytującej liminalności”, którą oferuje. „Ekscytująca liminalność” jest określeniem zaproponowanym przez Anthony’ego Kinga, który analizując zachowania angielskich chuliganów piłkarskich doszedł do wniosku, że to właśnie „ekscytacja” z przekraczania normatywnych granic kulturowych oraz afirmacja nadawanego im statusu „wyrzuconych” są głównymi motywacjami do zachowań uznawanych za chuligańskie. King dodaje, że granice te nie są jednak stałe – są dynamiczne, ponieważ ciągle definiowane przez interakcję z innymi aktorami życia społecznego, przez co chuligani stają się „postmodernistyczni” (King 1997: 578–579; 584).

W Polsce, podobnie jak w Anglii, wokół kibiców piłkarskich wybuchła medialna „panika moralna” (zob. Woźniak 2013), przyczyniając się do ich „demonizacji” (zob. Grodecki i Antonowicz 2015). „Industrialny” wzór kibicowania mógł stać się w konsekwencji atrakcyjny, bowiem został wyrzucony poza akceptowany wzór zachowania, a więc poza granicę dominującej kultury. W Polsce jednak granicy między zachowaniami akceptowanymi a tymi nieakceptowanymi nie można scharakteryzować jako „postmodernistycznej”.

Z jednej strony liminalny charakter „industrialnego” kibicowania piłce ręcznej wyznaczają obowiązujące zakazy i nakazy życia codziennego klasy średniej, ceniącej sobie przede wszystkim „reguły i porządek” (Antonowicz, Kossakowski i Szlendak 2015: 220), których przekraczanie pozwala na *katharsis* emocjonalne. Wydaje się natomiast, że drugi biegun liminalności znajduje się w samej kulturze „industrialnej”. Jest nim brak przyzwolenia na przemoc fizyczną. Przemoc w przypadku kibicowania piłce ręcznej ogranicza się tylko do jej symbolicznego charakteru. Pomiędzy kibicami zwaśnionych klubów nie dochodzi do konfrontacji fizycznej (choć trzeba odnotować, że zdarzały się pojedyncze przypadki). „Industrialna” kultura kibicowania na meczach piłki ręcznej ma w konsekwencji bardziej „ugładzony” charakter. Liminalność kibicowania tkwi zatem w jego oderwaniu od dominującej kultury przez przekraczanie granic, które ta kultura stawia. Z drugiej jednak strony polega na przyswajaniu tych wzorców zachowania, które pozwalają na „bezpieczną ekscytację”. Odrzuca przez to część niebezpiecznych zachowań, dozwolonych w pierwotnej formie kultury „industrialnej”.

Być może właśnie nie tyle nostalgią za wspólnotą, ile „ekscytującą liminalnością” należałoby tłumaczyć brak bezpośredniego przełożenia wysokich wskaźników nostalgii za wspólnotą na wspólnotowość jako główną motywację do kibicowania. Mimo że wskaźnik ten pokazuje wysoką atomizację więzi społecznych, to jednak głównym atraktorem „industrialnej” kultury kibicowania nie wydaje się jej integrujący, lecz oczyszczający charakter.

„Ugładzona” forma kultury „industrialnej”, o mniejszej skali przemocy, wskazywałaby również na odmienny charakter „wspólnoty integrującej”. Tożsamość kibiców piłkarskich definiowana jest bowiem poprzez opozycję. Opozycję wobec największych rywali, wobec dominujących norm kulturowych czy wyrazistych ideologii. „Ruch kibicowski [przyp. piłkarski] redukuje złożoność rzeczywistości poprzez ustanawianie jaskrawych kontrastów czy wręcz binarnych opozycji, co stanowi osiowy mechanizm konstytuujący tożsamość grupy” (Kossakowski 2015b: 36), gdzie opozycje wobec „kibiców »wrogich« [...] stanowią istotny wyróżnik tożsamości” (tamże, s. 39). W piłce ręcznej w mniejszym stopniu obecna jest symboliczna przemoc wobec drużyn neutralnych, czyli niezdefiniowanych przez kibiców i tradycję rywalizacji jako „odwiecznych rywali”. Mniejsza skala przemocy symbolicznej wskazywałaby na fakt, że tożsamość kibiców w większym stopniu może być oparta na własnym klubie. Możliwe też, że jest ona bardziej niż w przypadku kibiców piłkarskich zakotwiczona w innych sferach życia.

Podsumowując, można zatem stwierdzić, że kibicowanie na meczach piłki ręcznej nie jest bezpośrednią odpowiedzią na nostalgię, ale mimo wszystko jest wynikiem emocjonalnych napięć powstałych w wyniku życia społecznego, toczzonego według rynkowych reguł gry. Radosław Kossakowski zauważa, że „tak jak w sporcie od lat ludzie poszukiwali źródła ekscytacji, tak w akcie kibicowania niektórzy mogą poszukiwać źródeł wspólnotowości” (Kossakowski 2015a: 178). Jest to zdanie, które doskonale ilustruje konkluzję niniejszego studium. Piłka ręczna jako dyscyplina sportu jawi się jako swoiste *katharsis* emocjonalne dla zasiadających na trybunach fanów, jednocześnie poprzez instytucję zaangażowanego, aktywnego kibicowania, konstytuuje wspólnoty.

Literatura

- Andersen, Uffe. 2012. *Society: Serbia's Handball Hooligans*. „Transitions Online” 03/26.
- Antonowicz, Dominik i Łukasz Wrzesiński. 2009. *Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii*. „Studia Socjologiczne” 1: 115–142.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2011. *Ostatni bastion antykonsumeryzmu? Kibice industrialni w dobie komercjalizacji sportu*. „Studia Socjologiczne” 3: 113–139.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2012. *Piłkarz jako marka i peryferyjny kibic jako aborygen. O wybranych społecznych konsekwencjach komercjalizacji sportu*. „Kultura i Społeczeństwo” 3.
- Antonowicz, Dominik, Radosław Kossakowski i Tomasz Szlendak. 2015. *Aborygeni i konsumenci. O kibicowskiej wspólnocie, komercjalizacji futbolu i stadionowym apartheidzie*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.

- Armstrong, Gary. 1993. *Like that Desmond Morris?* W: D. Hobbs i T. May (red.). *Interpreting the Field: Accounts of Ethnography*. Oxford: Clarendon, s. 3–39.
- Bauman, Zygmunt. 2009. *Sztuka życia*. Tłum. T. Kunz. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bell, Daniel. 1994. *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*. Tłum. S. Amsterdamski. Warszawa: WN PWN.
- Bogunia-Borowska, Małgorzata. 2015. *Obraz nowej klasy średniej w telewizyjnych programach kulinarnych*. „Studia Socjologiczne” 1(216): 119–148.
- Clarke, John. 1978. *Football and working class fans: Tradition and Change*. W: R. Ingham (red.). *Football Hooliganism: The wider context*. London: Inter-Action, s. 37–60.
- Davis, Fred. 1979. *Yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. New York: NY: The Free Press.
- Domański, Henryk. 2002. *Polska klasa średnia*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Domański, Henryk i in. 2012. *Metodologia badań nad stratyfikacją społeczną*. Warszawa: Scholar.
- Dudała, Jerzy. 2004. *Fani-chuligani: rzecz o polskich kibolach: studium socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Elias, Norbert i Eric Dunning. 1986. *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- Erikson, Robert, John Goldthorpe i Lucienne Portocarero. 1979. *Intergenerational Class Mobility in Three Western European Societies: England, France and Sweden*. „British Journal of Sociology” 30: 415–441.
- Fairley, Sheranne. 2003. *In Search of Relived Social Experience: Group-based Nostalgia Sport Tourism*. „Journal of Sport Management” 17(3): 284–304.
- Giulianotti, Richard. 2011. *Sport Mega Events, Urban Football Carnivals and Securitised Commodification: The Case of the English Premier League*. „Urban Studies” 48(15): 3293–3310.
- Goulding, Christina. 2002. *An Exploratory Study of Age Related Vicarious Nostalgia and Aesthetic Consumption*. „Advances for Consumer Research” 29(1): 542–546.
- Grodecki, Mateusz i Dominik Antonowicz. 2015. „Zachodni wiatr wieje...” *Polscy kibice i polityka modernizacji kraju w latach 1989–2012*. W: R. Kossakowski, J. Kurowski i J. Nowakowski (red.). *Modern Football a świat kibiców. Interdyscyplinarne studia nad kulturą futbolu*. Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior, s. 199–224.
- Havlena, William J. i Susan L. Holak. 1991. *The Good Old Days: Observations on Nostalgia and its Role in Consumer Behavior*. „Advances for Consumer Research” 18(1): 323–329.
- Heinemann, Klaus. 1989. *Wprowadzenie do socjologii sportu*. Warszawa: Centralny Ośrodek Metodyczny Studiów Nauk Politycznych.
- Holak, Susan L. i William J. Havlena. 1998. *Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of Nostalgia*. „Journal of Business Research” 42(3): 217–226.

- Holbrook, Morris. B. 1993. *Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes*. „Journal of Consumer Research” 20 (2): 245–256.
- King, Anthony. 1997. *The Postmodernity of Football Hooliganism*. „British Journal of Sociology” 48(4): 576–593.
- 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. 2014. *Performans na trybunach. O kulturowo-dramaturgicznym aspekcie kibicowania*. „Studia Humanistyczne AGH” 1(13): 9–27.
- Kossakowski, Radosław. 2015a. *Chuligaństwo czy figuracja w procesie cywilizowania? Recepcja Szkoły Leicester a świat polskich kibiców piłkarskich*. „Kultura i Społeczeństwo” 1/201: 159–180.
- Kossakowski, Radosław. 2015b. *Kibole wyklęci w poszukiwaniu autentyczności – próba rekonstrukcji polityki tożsamości polskich kibiców*. „Kultura Współczesna” 1: 30–45.
- Kubicki, Paweł. 2011. *Nowi mieszczaństwo – nowi aktorzy na miejskiej scenie*. „Przegląd Socjologiczny” 2–3/60: 203–227.
- Marks, Karol i Fryderyk Engels. 1969. *Manifest komunistyczny*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Matuszak, Grzegorz. 1994. *Inteligencja a nowa klasa średnia w Polsce*. Łódź: Oficyna Bibliofilów.
- Mokrzycki, Edmund. 1994. *Nowa klasa średnia*. „Studia Socjologiczne” 1: 37–52.
- Nash, Rex. 2001. *English Football Fan Groups in the 1990s: Class, representation and fan power*. „Soccer and Society” 2(1): 39–58.
- Sahaj, Tomasz. 2007. *Fani futbolowi: historyczno-społeczne studium zjawiska kibicowania*. Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego.
- Schindler, Robert. M. i Morris B. Holbrook. 2003. *Nostalgia for Early Experience as a Determinant of Consumer Preferences*. „Psychology & Marketing” 20(4): 275–302.
- Turner, Bryan. 1987. *A Note on Nostalgia*. „Theory, Culture & Society” 4(1): 147–156.
- Weber, Max. 1994. *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*. Lublin: Wydawnictwo Test.
- Wilson, Amanda Lea. 2004. *The Relationship between Consumer Role Socialization and Nostalgia Sport Tourism: A Symbolic Interactionist Perspective* (Doctoral dissertation, University of Florida).
- Woźniak, Wojciech. 2011. *Najlepsi na świecie? O fenomenie siatkówki i jej kibiców w Polsce*. W: Ł. Rogowski i R. Skrobacki (red.). *Społeczne zmagania ze sportem*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM, s. 289–309.
- Woźniak, Wojciech. 2013. *O użyteczności koncepcji paniki moralnej jako ramy analitycznej w badaniach przemocy około futbolowej*. W: R. Kossakowski, K. Stachura, A. Strzałkowska i M. Żadkowska (red.). *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*. Pszczółki: Wydawnictwo Orbis Exterior.

Źródła internetowe:

www.handball.pl

www.facebook.com

sportowefakty.wp.pl

www.arc.com.pl

www.kielce.sport.pl

www.przegladsportowy.pl

A Middle-Class ‘Holy War’: Free-Market-Induced Nostalgia and the ‘Industrial Culture’ of Supporting Handball Clubs**Summary**

The paper aims to explore the social phenomena of Polish handball fandom. The main hypothesis was that handball fandom provides middle-class supporters an opportunity to release the tensions of daily life, which can take the form of nostalgia. In order to verify this hypothesis an on-line survey was devised and conducted among a sample of 608 active handball fans in Poland. The survey was supplemented by observations at several matches. The findings confirm that (a) handball fans are dominated by members of the middle class; (b) participating in active support during handball games helps them to cope with a variety of tensions and the challenges of working life and c) handball fans are experiencing nostalgia, especially nostalgia for ‘being part of a community’. However there is no direct link between nostalgia and motivations for attending handball matches.

Key words: sociology of sport; sports fans; handball; nostalgia; middle class.