

Emilia Bogacka¹, Anna Sinięcka²

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej

¹ Zakład Gospodarki Przestrzennej

² Zakład Systemów Osadniczych i Organizacji Terytorialnej

e-mail: ¹ebogacka@amu.edu.pl, ²sinięcka@amu.edu.pl

Graffiti jako przejaw aktywności kibiców w przestrzeni miejskiej. Przykład Poznania

Zarys treści: Praca dotyczy graffiti jako przejawu aktywności kibiców w przestrzeni miejskiej na przykładzie Poznania. W mieście funkcjonuje Lech Poznań, klub piłkarski, którego kibice należą do bardzo aktywnych. Szczególną uwagę skupiono na jednym z obszarów Poznania, wśród sympatyków nazywanym Fyrtelem Północ. W opracowaniu przedstawiono rozmieszczenie przestrzenne oraz estetykę wykonania, a także podział tematyczny graffiti w Fyrtelem Północ.

Słowa kluczowe: graffiti, kibice, Fyrtelem Północ, Poznań

Wprowadzenie

Wspólne kibicowanie tworzy świadomość przynależności do pewnej wspólnoty i otwiera możliwości identyfikacji z nią (Pikora 2013). Jak podkreśla Sahaj (2012), kibice sportowi stanowią społeczność o silnych więzach, ustalonych wewnętrznych zasadach, etyce, swoistej etykietce i filozofii działania. W szczególności dotyczy to sympatyków piłki nożnej, którzy tworzą charakterystyczną i rozpoznawalną subkulturę, zdecydowanie wyróżniającą się ubiorem oraz formami ekspresji od pozostałych kibiców sportowych. Umacniają oni swoją tożsamość, nosząc określone barwy, czyli koszulki i szaliki, a także eksponując charakterystyczne klubowe symbole w przestrzeni miasta, tym samym świadomie deklarując jedność i przynależność. Nierzadko barwy klubowe i herb mają charakter totemiczny i są elementem ułatwiającym identyfikację, stwarzającym wizualny podział przestrzeni (Antonowicz 2005). Umieszczanie na murach napisów, czyli graffiti, związanych z klubem służy przede wszystkim „zaznaczeniu” swojego terytorium przez grupy kibiców. Mikołcz i Rykiel (2004) traktują graffiti jako akt wandalizmu będący jedną z form chuligaństwa.

Kibicowskie graffiti zaznaczyły już swoją obecność w prasie i w Internecie. W 2006 r. powstała futbolowa mapa Krakowa, którą stworzył Piotr Trzepacz na podstawie 5,5 tys. symboli i napisów autorstwa kibiców Cracovii, Wisły Kraków, Hutnika Kraków i Garbarni Kraków¹. Pięć lat później mapa została zaktualizowana dzięki pomocy kibiców Cracovii i Wisły. Najbardziej widoczna w przestrzeni była działalność właśnie tych dwóch klubów i zasadniczo między nimi odbywała się walka o wpływy w poszczególnych częściach Krakowa. Graffiti jest również wyrazistym zjawiskiem w Łodzi, w której ścierają się dwa, obecnie trzecioligowe, kluby piłkarskie, a mianowicie RTS Widzew Łódź oraz ŁKS Łódź. Prowadzą one zaciętą walkę na graffiti w przestrzeni miasta, obrażając, w żartobliwy sposób, przeciwną drużynę. Całość jest dokumentowana na portalu społecznościowym Facebook na stronie „Futbol factory po łodzku”². Efektem walki kibiców klubów piłkarskich jest również książka „Album RTS vs. ŁKS”³, wydana przez wywodzące się z Łodzi przedsiębiorstwo Pan tu nie stał, które produkuje m.in. odzież i artykuły domowe, wykorzystując wzornictwo z czasów PRL-u oraz inspiracje Łodzią.

Praca dotyczy graffiti jako przejawu aktywności kibiców w przestrzeni miejskiej Poznania. W mieście funkcjonuje KKS Lech Poznań, klub piłkarski, którego kibice należą do bardzo aktywnych. Szczególną uwagę skupiono na jednym z obszarów Poznania, wśród sympatyków nazywanym Fyrtelem Północ. Fyrtel Północ to oficjalna grupa kibiców zamieszkujących północną część Poznania. Powstał z połączenia trzech innych grup kibicowskich prężnie działających na tym obszarze: Sekcji Piątkowo, Sekcji Przedmieścia i Sekcji Winogrady. Taką samą nazwę co oficjalna grupa kibiców nosi ten obszar. Ponadto warto zwrócić uwagę, że fyrtel w gwarze poznańskiej oznacza część miasta (Słownik języka polskiego). Praca dotyczy terenu Piątkowa i Winograd. Przedstawiono w niej rozmieszczenie przestrzenne oraz estetykę wykonania, a także podział tematyczny graffiti w Fyrtle Północ.

Materiały wykorzystane w niniejszym opracowaniu zostały zebrane w dniach 8–12.06.2016 r. przez studentów II roku gospodarki przestrzennej inżynierskiej studiów niestacjonarnych w ramach ćwiczeń terenowych w roku akademickim 2015/2016. Studenci byli odpowiedzialni za wykonanie inwentaryzacji obszaru Piątkowa i Winograd pod kątem obecności graffiti związanych z Lechem Poznań. Informacje zebrane przez studentów zostały następnie zweryfikowane przez autorki pracy, które dokonały niezbędnych uzupełnień oraz wykonały dokumentację zdjęciową z inwentaryzowanych napisów.

Wykorzystana w pracy terminologia wymaga wyjaśnienia. Kibic jest osobą, którą charakteryzuje długotrwałe zaangażowanie emocjonalne dotyczące danego klubu czy dyscypliny, a sport stanowi główne pole jego zainteresowań. Sympatycy piłki nożnej tworzą jednak osobną kategorię. Można uznać, że kibic piłkarski regularnie chodzi na mecze oraz aktywnie uczestniczy w dopingiu, przez co wpływa na atmosferę widowiska sportowego. Utożsamia się z klubem i jego barwami poprzez noszenie klubowych koszulek i szalika (Pikora 2013). To wzorcowy

¹ <http://www.polskatimes.pl/arttykul/364912,kibice-zobacz-jak-podzielony-jest-krakow-mapa,1,id,t,sa.html> (dostęp: 6.01.2017).

² <https://www.facebook.com/FutbolFactoryPoLodzku/> (dostęp: 6.01.2017).

³ <https://pantuniestal.com/album-rts-vs-lks> (dostęp: 6.01.2017).

przykład „flagowania”, działania, które ma zademonstrować jedność i przewagę danej grupy kibiców nad innymi. Pozwala to również na zaznaczenie obecności w przestrzeni miejskiej (Billig 2008).

W polskiej literaturze przedmiotu można znaleźć opracowania dotyczące typologii klubowych kibiców piłkarskich. Tymi kwestiami zajmowali się m.in. Antonowicz i Wrzeński (2009), którzy opisali kibiców jako członków specyficznej grupy religijnej i wyróżnili następujące typy: ultras, hooligans, szalikowców i pikniki. Z kolei Pikora (2013) dokonała nowej typologii kibiców klubowych, słusznie zauważając, że postawa kibicowska jest stopniowalna i wyróżniła osiem typów: przywódców, ruch ultras, kibiców stowarzyszonych, aktywistów, meczowych fanatyków, pasjonatów, prekursorów i widzów.

Ultrasi to najbardziej aktywna i zaangażowana część widowni, która zajmuje się prowadzeniem dopingiu i „oprawami”, pozwalającymi na ubarwienie meczu za pomocą określonych przedmiotów, do których można zaliczyć flagi, transparenty, baloniki, sektorówki, jednolity kolor koszulek, szaliki klubowe i „kartonady”, czyli kartony wznoszone nad głowę i tworzące obrazy. Ultrasi dużą wagę przykładają do frekwencji, organizują mecze wyjazdowe, dbają o wizerunek klubu, aktywnie występują na rzecz ruchu kibicowskiego, wspierają zawodników bez względu na wyniki sportowe (Pikora 2013). To właśnie ultrasi są odpowiedzialni za wykonywanie graffiti.

Kolejnym pojęciem wykorzystywanym w pracy jest graffiti. To napis lub obraz na ścianie budynku, w przejściu podziemnym itp., wykonany farbą w sprayu. Osoby tworzące graffiti nazywa się graffitiarzami (Słownik języka polskiego).

Zdecydowanie graffiti może upiększać przestrzeń miejską, maskować niedoskonałości na budynkach. Jednak miasta borykają się z problemem nielegalnie powstających napisów, które często zakłócają i szpecą przestrzeń. W Poznaniu 8.05.2013 r. zapoczątkowano realizację programu „Poznań promuje sztukę, nie wandalizm”. Celem programu jest m.in. wskazanie społeczności graffitiarzy legalnych form wyrażania twórczości artystycznej przez malowanie farbami w sprayu i innymi środkami pozostawiającymi trwałe ślady tylko i wyłącznie w wyznaczonych do tego miejscach.

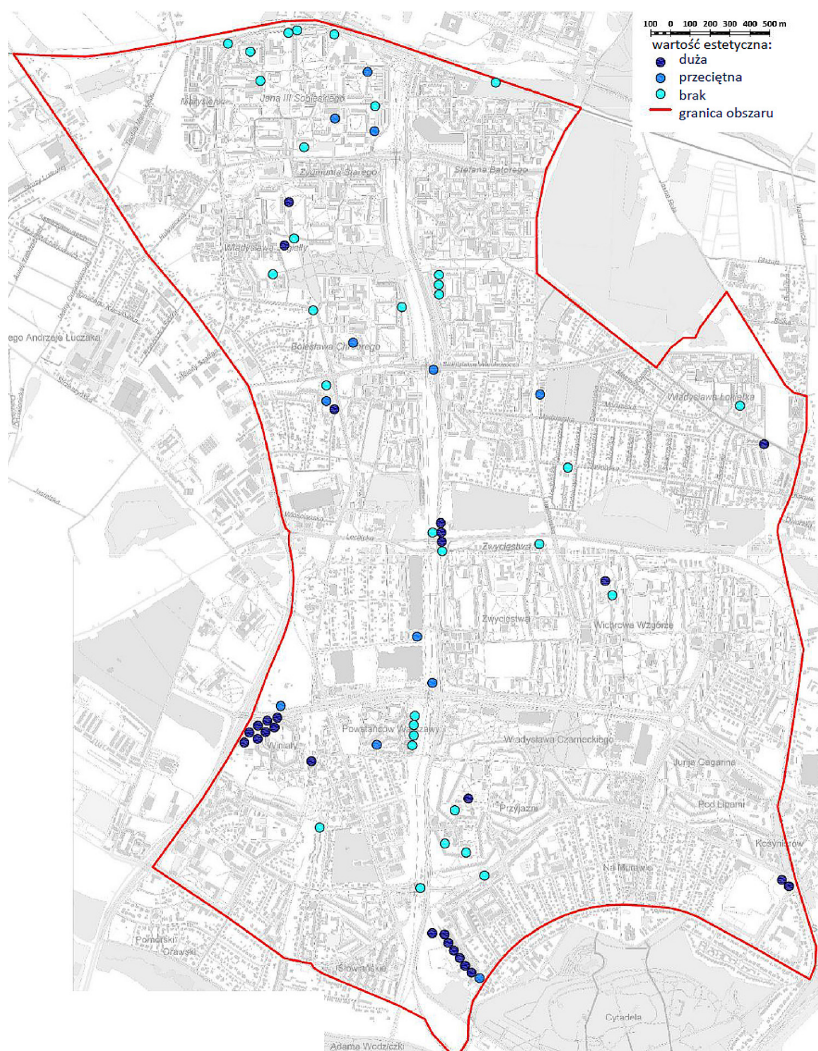
Na oficjalnej stronie internetowej miasta⁴ dostępny jest regulamin oraz wykaz obiektów przeznaczonych do legalnego malowania graffiti. Wykaz ten obejmuje wybrane: przejścia podziemne, wiadukty, ściany oporowe, mosty, budynki, mury, przedszkola i szkoły. Zamiar wykonania graffiti na wyznaczonych miejscach powinien zostać zgłoszony pocztą elektroniczną Wydziałowi Zarządzania Kryzysowego i Bezpieczeństwa, który następnie przekazuje informacje do policji i Straży Miejskiej Miasta Poznania w celu uniknięcia interwencji.

Ultrasi wykorzystują niektóre z lokalizacji zaproponowanych przez miasto, np. przejście podziemne przy ul. Leonarda, tyły garaży przy ul. Owsianej i ul. Witosza czy wiadukt na ul. Lechickiej. Zdecydowana większość graffiti tworzona jest jednak nielegalnie.

⁴ www.poznan.pl (dostęp: 6.01.2017).

Rozmieszczenie przestrzenne graffiti z uwzględnieniem estetyki wykonania w Fyrtrze Północ

Na analizowanym obszarze zinventaryzowano 72 graffiti związane z Lechem Poznań. Ich rozmieszczenie przestrzenne zostało przedstawione na rycinie 1. Graffiti były zlokalizowane wzdłuż ciągów ulicznych (malowane na przyczółkach i ścianach), na tyłach garaży, na budynkach wielorodzinnych, budynkach usługowych, szkołach.



Ryc. 1. Rozmieszczenie przestrzenne graffiti w Fyrtrze Północ z oceną wartości estetycznej
Źródło: opracowanie własne.



Ryc. 2. Przykładowe skupisko graffiti zlokalizowane w Fyrtlu Północ

Źródło: fotografia własna.



Ryc. 3. Przykładowe graffiti o dużej wartości estetycznej

Źródło: fotografia własna.

Zdecydowana większość graffiti na tym obszarze występowała punktowo. W Fyrtlu Poznań było 5 skupisk graffiti (za skupisko uznano przynajmniej trzy zlokalizowane obok siebie graffiti): 1) tyły garaży przy ul. Owsianej (ryc. 2), 2) tyły garaży przy ul. Witosy, 3) budynek wielorodzinny na os. Powstańców Warszawy, 4) Wiadukt Lechicki przy ul. Mieszka I oraz 5) budynek wielorodzinny na os. Bolesława Śmiałego.

Wykonanie i jakość graffiti były bardzo różne, dlatego zdecydowano się podjąć próbę oceny wartości estetycznej napisów. W konsekwencji wyróżniono te mające:

- dużą wartość estetyczną – projekty, dla których charakterystyczne było przemyślane, staranne i wielobarwne wykonanie, zawierały liczne symbole związane z klubem i Poznaniem, były swoistą gloryfikacją Lecha Poznań (ryc. 3).
- przeciętną wartością estetyczną – były to proste projekty zawierające nazwę klubu lub jej skrót, czasem również uproszczony herb klubu, których wykonanie sprawiało wrażenie pospiesznego (ryc. 4).
- brak wartości estetycznej – były to napisy wykonane bez przemyślenia, jednokolorowe, często z błędami, można je uznać za wandalizm (ryc. 5).

Na zaznaczenie zasługuje fakt, że graffiti malowane w legalnych, wyznaczonych miejscach miały dużą wartość estetyczną.



Ryc. 4. Przykładowe graffiti o przeciętnej wartości estetycznej
Źródło: fotografia własna.



Ryc. 5. Przykładowe graffiti o braku wartości estetycznej
Źródło: fotografia własna.

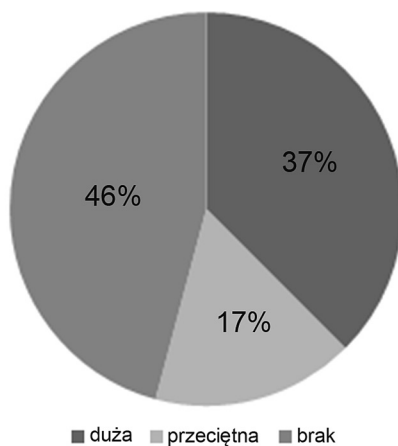
miejsca. Graffiti, które w pracy oceniono jako niemające wartości estetycznej, są zdecydowanie mniejsze powierzchniowo i niewyeksponowane. Ich rozmieszczenie wydaje się przypadkowe i incydentalne.

Tematyka graffiti w Fyrtlu Północ

Tematyka graffiti zlokalizowanych w Fyrtlu Północ była zróżnicowana. Autorki wyróżniły cztery rodzaje tematyczne graffiti:

- 1) nawiązujące do miejsca zamieszkania,
- 2) dotyczące społeczności kibiców,
- 3) patriotyczne oraz
- 4) dotyczące zgód Lecha Poznań.

Graffiti nawiązujące do miejsca zamieszkania (przykład na ryc. 7) zawierały nazwy: Fyrtel Północ (również z napisem „Owsiana Bronx” w nawiązaniu do nazwy ulicy), Piątkowo (nazwa osiedla miasta Poznania, z napisem „Osiedla i bloki betonowe uroki”), Winogrady (nazwa osiedla miasta Poznania, z napisem „Witamy na dzielnicy”, ze znacznikiem „H” oznaczającym hooligans), Wichrowe Wzgórze (jedno z osiedli Poznania). Pojawiały się także określone symbole: herb klubowy,



Ryc. 6. Struktura ocen wartości estetycznej graffiti w Fyrtlu Północ
Źródło: opracowanie własne.

Strukturę udziału poszczególnych typów graffiti przedstawiono na rycinie 6.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że graffiti o dużej wartości estetycznej mają dużą powierzchnię i są eksponowane w przestrzeni miejskiej, stając się niejednokrotnie wizytówką danego



Ryc. 7. Przykładowe graffiti nawiązujące do miejsca zamieszkania
Źródło: fotografia własna.

herb Poznania (z napisem „Miasto złą sławą owiane”), postaci św. Piotra i św. Pawła, patronów Poznania, koziołki (jeden z symboli Poznania), bloki (nawiązanie do dominującego typu zabudowy tego obszaru miasta).

Przestrzeń znakowana jest również określeniami samych kibiców: Pirusy (od pyry – potocznej nazwy mieszkańca Poznania, to także niezależny informator grup kibicowskich Lecha Poznań, dostępny w wersjach: elektronicznej i papierowej), Fanatycy Kolejorza, Lech Poznań Ultras czy LPH (Lech Poznań Hooligans). Przykładowe graffiti znajduje się na rycinie 8.

Wyróżniono również graffiti o tematyce patriotycznej (ryc. 9). Były to obrazy zawierające, oprócz herbu Lecha Poznań, biało-czerwone barwy, godło Polski, znak Polski Walczącej. Kibice Lecha Poznań są społecznością bardzo patriotyczną, co przykładowo przejawia się w upamiętnianiu rocznic powstania wielkopolskiego za pomocą iluminacji, zbiórkach pieniędzy na renowację mogił powstańców wielkopolskich. Jest to zagadnienie, którego ten artykuł nie obejmuje, jednak z pewnością jest warte przedstawienia w wymiarze geograficznym.

Kibice manifestują w przestrzeni miasta również istniejące zgody. Zgoda (inaczej sztama) to układ między kibicami, polegający na wzajemnym wsparciu, wspólnych: wyjazdach na mecze, dopingowaniu, zadymach i imprezach (Sahaj



Ryc. 8. Przykładowe graffiti dotyczące społeczności kibiców
Źródło: fotografia własna.



Ryc. 9. Przykładowe graffiti o charakterze patriotycznym
Źródło: fotografia własna.



Ryc. 10. Przykładowe graffiti dotyczące zgody kibiców Lecha Poznań z kibicami Cracovii
Źródło: fotografia własna.

2007). Kibice Lecha Poznań mają zgody z Arką Gdynia, Cracovią (tworząc z kibicami tych zespołów „triadę”) i KSZO Ostrowiec. Na terenie Fyrtla Północ znajdowały się graffiti upamiętniające wszystkie funkcjonujące zgody Kolejorza. Te związane z Arką i KSZO zawierały nazwy i herby klubów, a rysunek dotyczący zgody z Cracovią napis „Zjednoczeni chuligani” (ryc. 10).

Podsumowanie

Sport przez długi czas był tematyką pogardzaną, traktowaną z nutką ironii i pomijaną przez badaczy. Od początku XXI w. zagadnienia związane ze sportem coraz częściej wchodzi w obszar zainteresowania filozofów, psychologów społecznych i socjologów, co pozwala na wypełnienie istniejącej luki. W obecnej rzeczywistości, w skład której wchodzi również wydarzenia o charakterze sportowym, konieczna jest głębsza refleksja i pogłębione analizy (Sahaj 2011). Jak słusznie zauważa Gumbrecht (2003, s. 123, za: Sahaj 2011, s. 226), „Wszyscy (...) czytaliśmy i słyszeliśmy powtarzane w nieskończoność opinie, że sport albo

jest godzien pogardy (wentyl dla skrywanych agresji, kompensowanie nieprzetrawionych frustracji, katalizator nacjonalizmu itd.), albo że jest czymś wspaniałym (ponieważ jest korzystny dla zdrowia, kształtuje charaktery, sprzyja zawieraniu przyjaźni itd.). Jeżeli jednak jesteśmy rzeczywiście zainteresowani odpowiedzią na pytanie o atrakcyjność sportu, to stwierdzamy bardzo szybko, że wszystkie te poręczne »rozwiązania« faktycznie rozmiągają się z samą rzeczą (mówiąc dokładniej: nieznaną rzeczą), która czyni sport zjawiskiem tak fascynującym nawet dla tych, co ani sami go aktywnie nie uprawiają, ani nie gorączkują się w nadziei na zwycięstwo określonego zawodnika czy jakiegoś zespołu. Właśnie to pytanie o fascynację sportem, który łączy uczestnictwo i utożsamienie, aktywny sportowy wysiłek i kontemplację, jest szerokim, złożonym i, jak twierdzę, nierozwiązanym problemem”. Z tego powodu badania dotyczące sportu powinny być podejmowane przez badaczy wielu dyscyplin.

Sport, jako istotne zjawisko społeczne i kulturowe, powinien pełnić ważniejszą rolę również w środowisku geografów. Nie sposób nie zauważyć, że sport ma wymiar przestrzenny i właśnie z uwzględnieniem przestrzeni powinien być analizowany. Niniejszy artykuł wpisuje się w istniejącą w tym zakresie lukę.

Inwentaryzacja ujawniła istnienie w analizowanej części Fyrtała Północ 72 graffiti związanych z Lechem Poznań. Efektem pracy jest mapa z rozmieszczeniem graffiti na rozpatrywanym terenie. Rysunki występowały zarówno punktowo, jak i w skupiskach. Miejsca ich występowania były zróżnicowane, począwszy od ciągów ulicznych, przez budynki: garażowe, wielorodzinne, usługowe, aż po szkolne. Dla zinwentaryzowanych graffiti charakterystyczna była różna wartość estetyczna. Wyróżniono trzy rodzaje: o dużej wartości estetycznej, przeciętnej oraz pozbawione tej wartości. W pracy wskazano również cztery odmiany tematyczne graffiti: 1) nawiązujące do miejsca zamieszkania, 2) dotyczące społeczności kibiców, 3) patriotyczne oraz 4) dotyczące zgód Lecha Poznań.

Literatura

- Antonowicz D. 2005. Szaliki i kaptury. *Kultura Współczesna*, 3(45): 167–180.
- Antonowicz D., Wrzeński Ł. 2008. Kibice jako wspólnota niewidzialnej religii. *Studia Socjologiczne*, 1: 115–149.
- Billig M. 2008. *Banalny nacjonalizm*. Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Gumbrecht H.U. 2003. Piękno sportu zespołowego. Futbol amerykański – na stadionie i w telewizji, tłum. K. Krzemieniowa. [W:] A. Gwóźdź (red.), *Media–eros–przemoc. Sport w czasach popkultury*. Wydawnictwo Universitas, Kraków, s. 121–152.
- Mikolcz A.R., Rykiel Z. 2004. Zróżnicowanie przestrzenne patologii społecznej w Bydgoszczy i Gdyni na przykładzie zbiorowości widzów sportowych. [W:] I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie warunków życia ludności w mieście. XVII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*, Łódź, s. 294–302.
- Pikora M. 2013. Aktorzy, kreatorzy, konsumenci zjawiska sportowego. Rzecz o polskich klubowych kibicach piłkarskich. *Studia Socjologiczne*, 3(210): 151–173.
- Sahaj T. 2007. Fani futbolowi. Historyczno-społeczne stadium zjawiska kibicowania. *Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu, Seria: Monografie*, 377, Poznań.
- Sahaj T. 2011. Melanz piłki nożnej i polityki. Studium przypadków pseudokibicowania. [W:] Ł. Rogowski, R. Skrobaczki (red.), *Społeczne zmagania ze sportem*. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych, Poznań, s. 225–240.

Sahaj T. 2012. Aktywność stadionowa kibicowskich grup „Ultras” jak przejaw specyficznej komunikacji społecznej. *Kultura i Społeczeństwo*, 3: 27–49. Słownik języka polskiego (www.sjp.pl).

Graffiti as a sign of football supporters activity in the urban area. The example of Poznań

Abstract: The work concerns the graffiti as a sign of supporters activity in the urban area on the example of Poznań. The city has one of the most recognizable football clubs in Poland, Lech Poznań, which fans are very active. Particular attention is focused on one area of Poznań, among supporters called “Fyrtel Północ” (“North District”). The study discusses the following issues: the spatial distribution, aesthetic quality and distinction of graffiti’s subjects in Fyrtel Północ.

Keywords: graffiti, football supporters, Fyrtel Północ, Poznań