

Wrobieni w patriotyzm?

13 czerwca 2008

Jak kraj długi i szeroki rozbrzmiewa wołanie: „Polska, biało-czerwoni!”.

Narodowe powstanie kibiców piłki nożnej stało się faktem, rozpoczęło się EURO 2008. W mediach i na ulicach naszych miast przybyło bieli i czerwieni. Wielkie koncerny, czy to warzące piwo dla mas, czy to preparujące hamburgery, czy to produkujące chipsy lub zajmujące się finansami, stroją się w patriotyczne piórka, czyniąc z narodowych barw świetnie sprzedający się sportowy gadżet. Na zbiorowych uniesieniach można nieźle zarobić, umiejętnie podsycana euforia sprawia, że ludzie chętniej sięgają do portfeli. Łopotanie flag i dźwięk hymnu oraz okolicznościowych przyśpiewek nieźle się komponują z szelestem banknotów. Nawet obecny trener polskiej drużyny uległ pokusie, by przed EURO 2008 dorobić sobie w reklamie...

Trudno w tych dniach nie być kibicem i trudno nie czuć sympatii i zainteresowania losami polskiej jedenastki. Tym bardziej, że przecież wszyscy, jakeśmy Polakami, świetnie znamy się czy to na polityce, czy na sporcie. Że o pogodzie nie wspomnę. Bynajmniej, nie jesteśmy jako naród odosobnieni w tym poczuciu swoich wysokich kompetencji, taki już urok współczesności, oswojonej z myślą o szczególnych znaczeniu tzw. głosu opinii publicznej (inna sprawa, na ile słusznie). Taki jej urok i taki wymóg: trzeba mówić, trzeba wyrażać opinie, trzeba plotkować, trzeba uczestniczyć w masowych rozrywkach i – że tak powiem – narracjach.

Teraz przyszedł czas na opowieści o piłce nożnej, dyskusje przy stołach i przed telewizorami, w knajpach i tramwajach, na czatach, blogach i mainstreamowych mediach o piłkarskich agonach. Mówić, pisać, łopotać flagą, wymachiwać biało-czerwonymi rekwizytami. Ubierać się w polskie barwy. Wyczekiwać zwycięstw i z goryczą komentować ewentualne (i

wcale prawdopodobne) porażki. Hej, kto Polak, na mistrzostwa!

Interesujące, na ile jest to zjawisko oddolne, spontaniczny zachwyty sportową walką i kunsztem drużyn i zawodników, na ile szczerzy jest w swych patriotycznych uczuciach ów biało-czerwony tłum, a na ile wszystko to jest wynikiem zpremedytacją tworzonych w biurach ekonomistów, piarowców, marketingowców projektów, wyliczony na duży zysk. Trudno tę proporcję oddać w procentach, bo przecież całość zjawiska jest konglomeratem mnóstwa czynników. Dla mnie osobiście: nieco schizofrenicznym. Choć jestem wybitnie „niedzielnym kibicem”, to jednak z dużą przyjemnością i – nie ukrywam – z przejęciem myślę o występach polskiej drużyny i życzę jej jak najlepiej. Myślę sobie wtedy, że to „nasi”, choć na dobrą sprawę zapominam o nich pięć minut po zakończeniu meczu. Wiem jednak, że są tacy, którzy te widowiska zroszą rzęsiстыми łzami: a to radości, a to smutku. Ewentualnie potężnym kacem. Z drugiej jednak strony, uśmiecham się złośliwie, gdy widzę przybranych w okolicznościowe biało-czerwone koszulki pracowników sieci fast-foodów albo telewizyjne reklamy piwnego cieńkusa (by nie nazwać tego mocniejszym słowem). Od tego mają Dodę, Krzysztof Ibisza, Mariusza Max-Kolonko i kogo tam jeszcze.

Nie lubię zatem, gdy ktoś wrabia mnie w patriotyczne uniesienia, za które każe sobie jeszcze płacić i wymusza uczestnictwo w stadnych odruchach. Nie dlatego, że są one z natury gorsze od wysublimowanego indywidualizmu tych, co to „nie lubią tłumu”. Ale dlatego, że nie chcę się czuć trybikiem show-bizu, zpremedytacją przystrojonego w narodowe szatki. Sport – tak, przerwy reklamowe – nie, emocje – jak najbardziej, gadżety – nie. Tyle mogą zrobić od siebie w trosce o tzw. idee olimpijskie i szacunek dla biało-czerwonych barw. Choć, z drugiej strony, barwy te są naszym wspólnym dobrem, a kultura masowa jednym z nielicznych medium, dzięki któremu mogą przemówić dziś nam z całą siłą do wyobraźni. Bo trudno wyobrazić sobie stadion, na którym gra polska drużyna bez czytelnych znaków obecności naszych kibiców. I tu znów

dopada mnie niepewność: może czasem trzeba dać się wrobić w patriotyzm? Taki od wrzasku, piwska i dobrej, choć i męczącej zabawy.

Autor: Krzysztof Wołodźko

Źródło: [Obywatel](#)