

Dominik Kuciński
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Bartosz Łukaszewski
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA EURO 2012 W WARSZAWIE W OPINII MIESZKAŃCÓW I OSÓB ZWIĄZANYCH Z WARSZAWĄ ZAWODOWO LUB EDUKACYJNIE

Wstęp

To był zwyczajny dzień, środa 18 kwietnia 2007 roku. Prawdopodobnie stosunkowo niewiele osób w Polsce i na Ukrainie koncentrowało swoją uwagę na wydarzeniach, które tego dnia rozgrywały się w zazwyczaj spokojnej walijskiej stolicy Cardiff. Wprawdzie na warszawskim pl. Defilad oraz w wielu innych miejscach w kraju ustawiono specjalne telebimy, które miały na żywo relacjonować przebieg głosowania w sprawie wyboru organizatorów Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku, ale trudno było wówczas mówić o szczególnie napiętej atmosferze. Zapewne, gdyby wówczas przeprowadzić krótką sondę społeczną mały odsetek wiedziałby, że Polska wspólnie z Ukrainą doszły do ścisłego finału długiego i skomplikowanego procesu wyłaniania organizatorów tej wielkiej imprezy. Niespodziewanie w kulminacyjnym momencie przewodniczący UEFA Michel Platini wyciągnął z koperty kartę z napisem „Polska i Ukraina”, a po chwili setki osób w Polsce i na Ukrainie zgromadzonych pod telebimami oraz tysiące przed telewizorami podniosło ręce do góry w geście triumfu. Z pewnością był to wielki dzień dla Polski, tym bardziej, że była to pierwsza impreza tej rangi, o której organizację Polska się ubiegała i od razu odniosła sukces.

Wydarzenie, które jeszcze rankiem tego dnia interesowało raczej piłkarskich kibiców oraz osoby mniej lub bardziej interesujące się piłką nożną, popołudniu zelektryzowało całe niemal społeczeństwo. Trudno było nie zdawać sobie sprawy z tego, jak wielkiej rangi jest to impreza, jak wielkie jest to wyróżnienie oraz przede wszystkim jak wielka jest to szansa dla Polski na dokonanie fundamentalnych zmian na wielu płaszczyznach. Główne media natychmiast podjęły temat ogromnej szansy modernizacyjnej, przed jaką stanęła Polska, a społeczeństwo poczuło, że faktycznie organizacja Euro stanie się potężnym katalizatorem przemian. Także przestrzeń polityczna wypełniła się zapowiedziami imponującego skoku cywilizacyjnego, jaki Polska miała przeżyć w drodze do rozpoczęcia tej imprezy. Euforia, duma z wyróżnienia, nadzieja na zmiany oraz ogromne oczekiwania zdominowały przestrzeń publiczną, zwłaszcza medialną.

Plany i oczekiwania były imponujące i dotyczyły bardzo wielu dziedzin życia gospodarczego, społecznego i kulturalnego w kraju. Po pięciu latach przygotowań przyszedł moment otwarcia kolejnych Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, które zostały rozegrane m.in. na stadionach w czterech polskich miastach. Był to zarazem moment przełomowy, w którym można było ostatecznie zestawić obok siebie wspomniane plany z tym, co realnie udało się zrealizować.

Organizacja i przebieg UEFA Euro 2012 stanowiły niewątpliwie wydarzenie medialne, promocyjne oraz społeczne. Koncentrując w tym opracowaniu uwagę na Warszawie jako jednym z miast gospodarzy turnieju, należy podkreślić, że od 8 czerwca do 1 lipca przestrzeń miejska

poddana została reorganizacji w wielu wymiarach, z których najważniejsze, w kontekście oddziaływania społecznego to przede wszystkim: organizacja infrastrukturalna (w tym ew. modernizacja/rozbudowa), komunikacja (miejska, dojazdy), bezpieczeństwo (w czasie meczów, na ulicach, w Strefie Kibica, podczas korzystania ze środków komunikacji miejskiej), organizacja czasu wolnego, zagadnienia promocyjne (reklama uliczna, marketing eventowy). Powyższe zmiany w funkcjonowaniu organizmu miejskiego (całej aglomeracji) dotyczyły zarówno sympatyków piłki nożnej jak również pozostałych, w tym aspekcie „postronnych” mieszkańców miasta.

Stworzyło to unikalną możliwość zbadania odczuć i opinii mieszkańców Warszawy jak również osób związanych z Warszawą zawodowo lub edukacyjnie zarówno na temat samej imprezy jak i poszczególnych wymiarów jej organizacji oraz przebiegu, a także oddziaływania wyżej wymienionych wymiarów na funkcjonowanie jednostek w ramach zreorganizowanej przestrzeni miejskiej. Autorom niniejszego opracowania zależało w szczególności na poznaniu autentycznych – zróżnicowanych i złożonych opinii oraz postaw wyrażanych bezpośrednio przez samych respondentów, a nie prostych opinii zamykanych w szeroko stosowanych badaniach ilościowych.

Właśnie z racji powszechnego wykorzystywania metod sondażowych przez ośrodki badania opinii publicznej, na potrzeby własnych badań wykorzystanych przy niniejszym opracowaniu, zwrócono się w stronę wykorzystania optyki i metod jakościowych celem pozyskania informacji pogłębionych w zakresie subiektywnych oraz intersubiektywnych znaczeń. Z tego punktu widzenia przeprowadzone analizy mają dużą wartość – dostarczają szeregu interesujących danych o charakterze komplementarnym w stosunku do informacji uzyskiwanych drogą badań sondażowych. Perspektywa jakościowa pozwala na dotarcie do bardziej subtelnych i pogłębionych opinii oraz postaw respondentów wobec organizacji i przebiegu imprezy UEFA Euro 2012 na terenie Warszawy.

Założenia badawcze

W procesie badawczym wykorzystano następujące metody badań jakościowych: wywiady swobodne (w odniesieniu do założeń badawczych zastosowano ramową strukturyzację) oraz fotografię, ujmowaną jako jedna z technik socjologii wizualnej. Celem badania było poznanie opinii warszawiaków oraz osób bezpośrednio związanych z Warszawą zawodowo bądź edukacyjnie (uczniowie oraz studenci) na temat przygotowań oraz realizacji Euro 2012 w tym mieście. Ponadto, wykorzystując możliwości, jakie dostarczają techniki socjologii wizualnej realizatorzy badania pragnęli przedstawić dwie strony, dwa punkty widzenia postrzegania realizacji Euro w Warszawie: oficjalny i nieoficjalny¹. Ta płaszczyzna tematyczna objęła również zagadnienie zapewnienia bezpieczeństwa podczas trwania imprezy, w czasie dni meczowych, ze szczególnym uwzględnieniem najbardziej newralgicznego meczu Polska-Rosja. Z uwagi na duże znaczenie tego elementu organizacyjnego, został on dodatkowo podkreślony w części wizualnej raportu.

Narzędzie badawcze

Narzędzie badawcze stanowił ramowy scenariusz wywiadu, obejmujący następujący zakres tematyczny: przygotowania i przebieg Euro 2012 oraz opinię na temat długofalowej perspektywy modernizacyjnej związanej z organizacją turnieju.

Miejsce

W dniach 18.06 - 4.07 2012 roku na terenie Warszawy (Centrum Warszawy; Dworzec Centralny; okolice Strefy Kibica; Stara Praga; Saska Kępa, Muranów; okolice Stadionu Narodowego) przeprowadzono 20 wywiadów. Dobór właśnie tych miejsc przeprowadzenia wywiadów podyktowany był ich szczególnym charakterem, w kontekście opracowywanego tematu. Decydującym czynnikiem była tu bliskość miejsc kluczowych dla organizacji Euro w Warszawie (Stadion Narodowy, Strefa Kibica, dworce kolejowe, stacje metra. Wywiady przeprowadzone zostały w ośmiu przypadkach przez dwóch realizatorów (autorów niniejszego opracowania) z jednym respondentem, w czterech przypadkach przez dwóch realizatorów z dwoma respondentami, w ośmiu przypadkach przez jednego realizatora z jednym respondentem.).

Próba badawcza

Próbkę badawczą stanowiło 25 osób (w tym 12 kobiet i 13 mężczyzn) w przedziale wiekowym 15-75 lat. Starano się zawrzeć w ramach badanej grupy deklaracje reprezentantów wszystkich kategorii wiekowych zainteresowanych przebiegiem turnieju. W większości przypadków zastosowano dobór losowy, kierując się ramowym kryterium zamieszkania w Warszawie bądź posiadania następujących związków ze stolicą Polski: zawodowego, edukacyjnego, determinujących aktywne korzystanie z miejskiej infrastruktury. Badaną grupę uzupełniono o wywiady eksperckie z jednym z liderów środowiska zorganizowanego warszawskiego ruchu kibicowskiego, osobą przebywającą w czasie trwania turnieju Euro 2012 poza granicami Polski (celem pozyskania deklaracji na temat oceny przebiegu imprezy poza granicami Polski oraz specyfiki zagranicznych przekazów medialnych), właścicielką pubu mieszczącego się w centrum Warszawy oraz ekspedientką ze stoiska z gadżetami w okolicach Stadionu Narodowego (celem pozyskania deklaracji na temat zysków z działalności rozrywkowo-gastronomicznej oraz handlowej w związku z organizacją i przebiegiem turnieju Euro 2012).

Fotografie

W części wizualnej badania wykorzystano fotografie pozyskane z następujących źródeł: niezależna.pl, onet.pl, wp.pl, wpolityce.pl, sfora.pl, dziennik.pl, sport.pl, wprost.pl, se.pl, drogalegionisty.fuckpc.com, legioniści.com, estadio-pasion.net, wawalove.pl, iuve.pl oraz fotografie autorskie, wykonane w dniach: 9.06 - 21.08.2012 roku. Selekcji poddano 283 zdjęcia, natomiast do finalnej analizy włączono 149 fotografii.

Elementy socjologii wizualnej zostały zaimplementowane do procesu badawczego celem zaakcentowania temporalnego wymiaru badanych zjawisk oraz wpływu sfery wizualnej na intersubiektywność zbiorowych wyobrażeń. Jak stwierdza K.T. Konecki „cywilizacja obrazu w jakiej obecnie żyjemy, w coraz większym stopniu wymaga metod badawczych używających <obrazu>” (Konecki 2005: 43), tym bardziej, iż „typowe definicje sytuacji i motywy działań mogą być odczytywane z gestów, spojrzeń, ulokowania w przestrzeni fizycznej (...) sfotografowanych osób” (Konecki 2005: 43). Spośród wielu strategii adaptacji elementów socjologii wizualnej w ramy procesu badawczego najbliższe autorom niniejszego raportu wydaje się być użycie fotografii jako materiałów podpierających, ilustrujących, jak również weryfikujących (w ustalonym zakresie) wnioski z analizy niewizualnych danych empirycznych.

Szczegółowe założenia badawcze dotyczące analitycznego wykorzystania zebranego materiału fotograficznego zawarte zostały w wizualnej części raportu.

Analiza

W ramach analizy pozyskanych danych wykorzystano: kodowanie przy użyciu programu Open Code, jakościową analizę danych (tekstową)², oraz wstępną kategoryzację ujawniających się tendencji przy zastosowaniu programu Microsoft Excel.

W zakresie weryfikacji pozyskanych danych, w odniesieniu do konstrukcji narzędzia badawczego przyjęto trójczłonową strukturę analityczną obejmującą następujące zakresy tematyczne:

- przygotowania do Euro 2012:
 - perspektywa lokalna,
 - perspektywa ogólnokrajowa;
- przebieg imprezy:
 - opinie dotyczące dojazdów/komunikacji,
 - poczucie bezpieczeństwa,
 - opinie dotyczące oferty medialnej,
 - organizacja czasu wolnego;
- perspektywa długofalowa:
 - opinie na temat wykorzystania potencjału modernizacyjnego,
 - opinie na temat wykorzystania potencjału promocyjnego,
 - opinie na temat kontynuacji rozbudowy infrastrukturalnej,
 - ocena działań rządu/polityków.

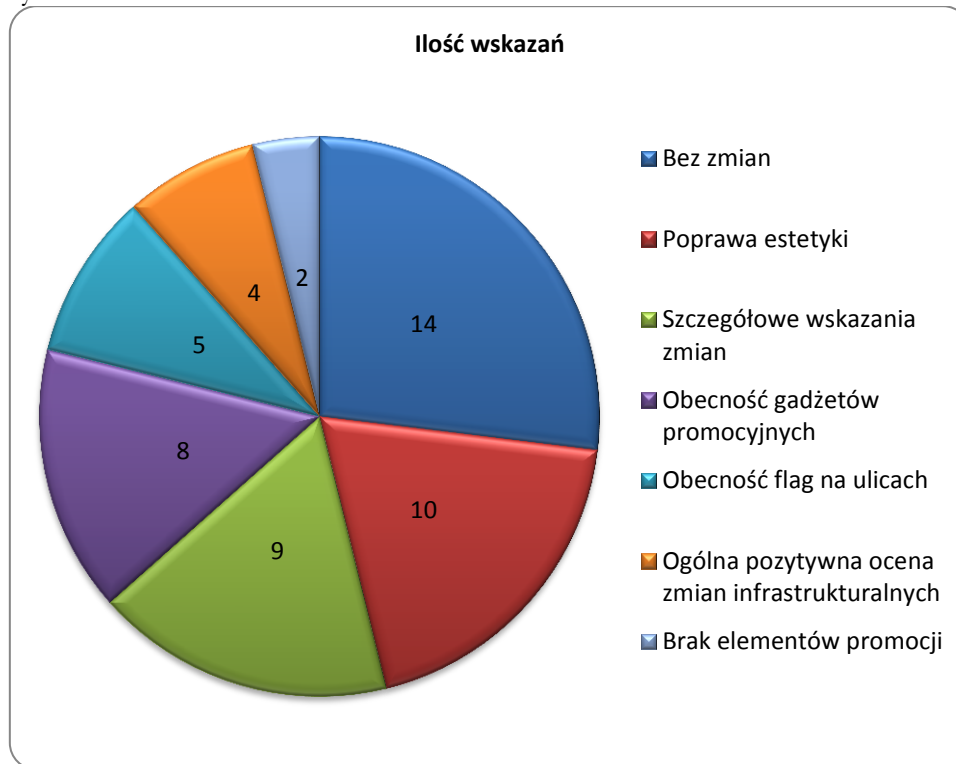
Początkowo planowane było uwzględnienie już na poziomie analitycznym konfrontacji subiektywnych opinii badanych osób z oficjalną narracją medialną. Okazało się jednak, że rzetelne podjęcie tego problemu badawczego wiązałoby się z koniecznością gruntownego przestudiowania bardzo bogatego materiału. Jest to raczej zagadnienie na całkiem osobny projekt badawczy, który skądinąd mógłby dostarczyć bardzo interesujących wniosków.

Organizacja infrastrukturalna

W ramach komponentu infrastrukturalnego wyszczególnione zostały dwa wymiary: perspektywa lokalna oraz ogólnokrajowa. Z racji istotnej odmienności charakterystyk obu wymiarów pytania i zagadnienia, które były podejmowane w ich kontekście niekiedy różnią się, niemniej jednak większość zagadnień orbitowała wokół kwestii związanych z budową bądź modernizacją dróg, kolei, dworców, stadionów oraz estetyki miast.

Perspektywa lokalna

Rys. 1.



Źródło: Opracowanie własne

Jak zostało to zaprezentowane na powyższym wykresie, w ramach lokalnej perspektywy infrastrukturalnej organizacji Euro 2012 dominują deklaracje braku zauważalnych zmian infrastrukturalnych. Powyższe znacząco koresponduje z faktem, iż najczęściej deklarowane lokalne zmiany ograniczyły się zdaniem badanych do poprawy estetyki i czystości ulic, bloków, kamienic, ewentualnie drobnych remontów. „*Miasto wypiękniło, może nie do końca, ale są miejsca naprawdę które no, kwestia estetyki, czystości, infrastruktura poprawiła się w pewnych miejscach, jakieś remonty mniej widoczne były*” (M 23). Szczegółowe wskazania zmian infrastrukturalnych w kontekście lokalnym dotyczą renowacji dworców Warszawa Centralna, Warszawa Stadion oraz Warszawa Wschodnia, uruchomienia linii SKM S2 oraz remontu ulicy Nowowiejskiej. „*Dworzec Stadion został wyremontowany, który oglądałem, naprawdę bardzo ładnie teraz wygląda. No Dworzec Centralny też wygląda ślicznie w tej chwili*” (D 35-40). W sposób jednoznaczny daje się odczytać z tych opinii, iż szczegółowe wskazania zmian infrastrukturalnych w perspektywie lokalnej odnoszą się niemal wyłącznie do elementów związanych ze średnicową linią kolejową (dworce i kolej położone na tej osi komunikacyjnej). Jedynym od tego wyjątkiem było incydentalne zwrócenie uwagi na przeprowadzony remont ulicy Nowowiejskiej w ścisłym Centrum miasta. Zróżnicowanie tych wskazań przedstawia poniższa tabela.

Tab. 1.

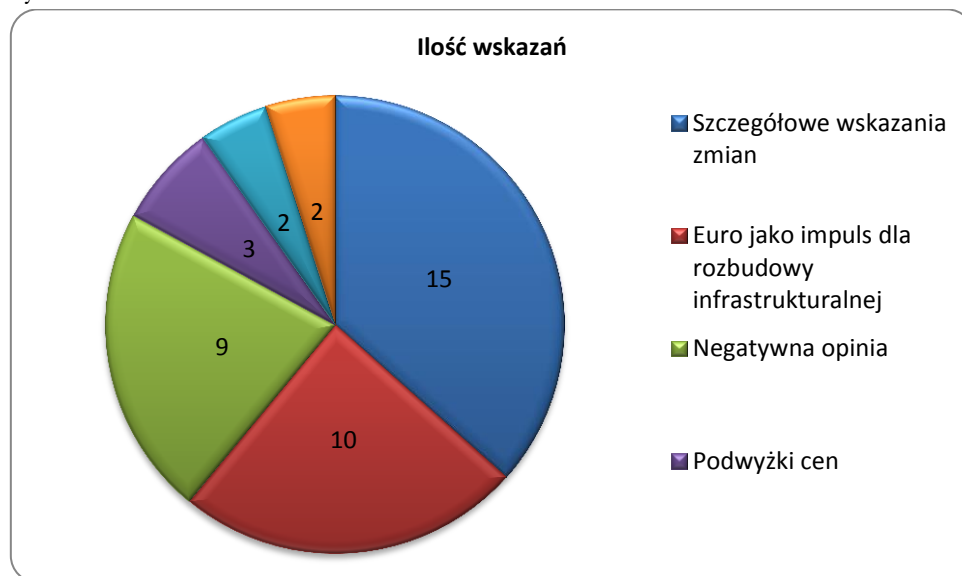
Szczegółowe wskazania zmian	
Perspektywa lokalna	Ilość wskazań
Remont dworców (Warszawa Centralna, Stadion, Wschodnia)	6
Uruchomienie linii SKM S2	2
Remont ulicy Nowowiejskiej	1

Źródło: Opracowanie własne

W ramach odpowiedzi na pytanie „czy coś zmieniło się w wyglądzie ulic w Pani/Pana miejscu zamieszkania w związku z Euro?” znalazły się również deklaracje dotyczące obecności gadżetów promocyjnych, billboardów w dzielnicy zamieszkania, ew. całej Warszawie, stanowiącej jedyny element zmiany wyglądu ulic. Warto również wspomnieć o stosunkowo nielicznych, ale dostrzegalnych deklaracjach dotyczących powszechnej obecności flag (głównie polskich) na warszawskich ulicach. Należy przy tym podkreślić fakt, że element ten, oceniany był jednoznacznie pozytywnie, jako budujący dobrą atmosferę sportowego święta w przestrzeni publicznej. Oprócz powyższych tendencji należy także wskazać marginalne ilościowo wypowiedzi dotyczące pozytywnej opinii na temat lokalnych zmian infrastrukturalnych bez towarzyszących jej wskazań szczegółowych. Niemal niedostrzegalne były z kolei opinie o braku zauważalnych elementów promocji Euro w dzielnicy zamieszkania, co zostanie rozwinięte w dalszej części tekstu³.

Perspektywa ogólnokrajowa

Rys. 2.



Źródło: Opracowanie własne

W zakresie ogólnokrajowej perspektywy infrastrukturalnej przygotowań do Euro 2012 dominują szczegółowe wskazania zmian. Dotyczą one budowy stadionów, autostrad dróg ekspresowych oraz modernizacji lotnisk. Ich zróżnicowanie przedstawia poniższa tabela. Widać, iż wskazania te są bardzo ogólne, rzadko kiedy uzupełnione zostały precyzyjnym wskazaniem, który stadion i która linia kolejowa została zbudowana bądź zmodernizowana w związku

z przygotowaniem do Euro. Równocześnie brak jest wskazań, które dokładnie autostrady dokończono i jakie ważniejsze miasta zostały autostradami połączone. „*No na pewno zrobili autostradę*” (K 16), „*coś tam zostało zrobione, tak że udostępniło te przejazdy*” (K 50-60), „*Autostrady dokończył*” (K 34). Można odnieść wrażenie, iż wypowiedzi te wynikają bardziej z zasłyszanych opinii, niż z własnych doświadczeń, odnoszą się do abstrakcyjnych pojęć niż do konkretnych i realnie odczuwanych faktów.

Tab. 2.

Szczegółowe wskazania zmian. Perspektywa ogólnokrajowa	
Budowa stadionów	8
Budowa autostrad	4
Modernizacja drogi ekspresowej S7	1
Budowa terminalu lotniska we Wrocławiu	1
Wysoka jakość nawierzchni A1 na trasie Elbląg - Gdańsk	1

Źródło: Opracowanie własne

Inną często pojawiającą się opinią było odwoływanie się do schematu „można było zrobić więcej, ale dobrze, że coś zrobiono”: „*no każdy chciałby więcej, ale ja nie, ja jestem zdania, że fajnie, że coś nowego powstało, że mamy te autostrady, czy lotniska, już na też właśnie takim fajnym poziomie europejskim*” (M 23), „*I to, że autostrady nie były do końca takie jak powinny być, tylko tam... ale jednak dało się coś zrobić*” (K 45), „*No wiadomo mogłoby być więcej autostrad, ale w dobrym kierunku wszystko idzie*” (K 25-30). Świadczyć to może o swoistym obniżeniu progu oczekiwań, jakie badani kierują wobec osób czy też instytucji odpowiedzialnych za organizację Euro 2012. W takiej perspektywie na dalszy plan schodzą oczekiwania wynikające z wcześniejszych planów, natomiast na pierwsze miejsce wybijają się oczekiwania wynikające z tego, co udało się zrealizować.

Kolejne wypowiedzi (oprócz wskazań szczegółowych) związane są z postrzeganiem organizacji Euro 2012 jako impulsu umożliwiającego rozbudowę infrastrukturalną. Co ciekawe, nieznacznie różne liczebnie są również wypowiedzi respondentów świadczące o negatywnej opinii na temat rozbudowy infrastrukturalnej „*otworzyli drogę Warszawa-Lódź, którą po Euro zamykają, by dalej ją budować, a można poruszać się po niej z zawrotną prędkością 70 km na godzinę*” (M 25); „*autostrady niekompletne, źle zrobione, lub nie zrobione*” (D 35-40). Pojawiały się również opinie świadczące o tym, że autostrady budowano w zbyt dużym pośpiechu, co może wpłynąć na jakość wykonanych prac oraz niebezpieczeństwo przeprowadzania w niedługim czasie remontów.

W tym kontekście należy również wspomnieć o wypowiedziach badanych wskazujących na ogólnokrajową podwyżkę cen biletów kolejowych, cen noclegów oraz artykułów konsumpcyjnych „*Z tego co czytam to dali takie ceny, to myślę, że średnio. Horrendalne, nie? Hotel tutaj w Warszawie, kosztuje na drugi dzień czterysta złotych, a w dzień meczu siedem tysięcy*” (M 35-40). Zauważalne są także deklaracje indagowanych dla których jednym z ważnych aspektów ogólnokrajowej perspektywy przygotowań do Euro 2012 są problemy podwykonawców „*tylko źle, że są... jakies tam, nie mówią o sprawach długów i że ludzie nie mają wypłacanych pieniędzy*” (K 30), „*przykra sprawa, że, może nie powinnam, że ci wykonawcy nie mają pieniędzy. To jest, to jest bardzo, bardzo źle moim zdaniem*” (K 50-60). Pojawiała się również krytyka schematyzmu promocji Euro 2012 w skali ogólnokrajowej, która była jednak marginalną oceną.

Przebieg imprezy

Z racji poruszanej problematyki badania zagadnienie przebiegu Euro stanowiło centralny element realizowanych wywiadów i najczęściej też spotykało się z najbardziej ożywioną reakcją indagowanych osób. Na tym polu eksploracji badawczej poruszane były tematy: sprawnej organizacji komunikacji miejskiej, zapewnienia bezpieczeństwa w miejscach publicznych, szczególnie w dniach meczowych, oceny dodatkowych możliwości organizacji czasu wolnego, jakie wynikały z organizacji Euro oraz oceny oferty medialnej, przede wszystkim telewizyjnej, w trakcie mistrzostw.

Komunikacja

Rys. 3.



Źródło: Opracowanie własne

W ramach bloku dotyczącego opinii na temat dojazdów/komunikacji przeważają deklaracje utrudnień komunikacyjnych związanych z organizacją Euro 2012. Główna, wskazywana przez respondentów przyczyna utrudnień komunikacyjnych to organizacja Strefy Kibica, która wymusiła zablokowanie okolicznych ulic, a także ograniczyła ruch na pozostałych. Inne z deklarowanych czynników wpływających na utrudnienia komunikacyjne to budowa drugiej linii metra, organizacja meczów na Stadionie Narodowym, brak informacji o zmianach rozkładu i tras autobusów podczas meczów, obecność osób nietrzeźwych w autobusach/tramwajach, zamknięcie podczas Euro warszawskich ulic sytuowanych jako ważne komunikacyjnie, niedostosowanie ulic/przejść podziemnych do potrzeb osób niepełnosprawnych, zamieszki (na tle kibicowskim) wpływające na opóźnienia w kursowaniu pociągów, niska jakość wjazdu do Warszawy od strony Płońska. Zróżnicowanie ilościowe deklarowanych przyczyn utrudnień komunikacyjnych przedstawia poniższa tabela.

Tab. 3.

Deklarowane przyczyny utrudnień komunikacyjnych	
Organizacja Strefy Kibica	5
Budowa drugiej linii metra	1
Organizacja meczów na Stadionie Narodowym	1
Brak informacji o zmianach rozkładu i tras autobusów podczas meczów	1
Osoby nietrzeźwe w autobusach/tramwajach	1
Zamknięcie podczas Euro warszawskich ulic ważnych komunikacyjnie	1
Niedostosowanie ulic/przejeżdż podziemnych do potrzeb osób niepełnosprawnych	1
Zamieszki wpływające na opóźnienia w kursowaniu pociągów	1
Niska jakość wjazdu do Warszawy od strony Płońska	1

Źródło: Opracowanie własne

Podstawowe ze wskazywanych przyczyn ułatwień komunikacyjnych to wydłużenie godzin kursowania tramwajów oraz uruchomienie linii SKM S2. Pozostałe deklaracje dotyczą uruchomienia linii łączących Pragę Północ ze Stadionem Narodowym, ogólnej poprawy jakości dróg krajowych, poprawy jakości dróg prowadzących z Warszawy na południe Polski oraz modernizacji drogi ekspresowej S7. Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników wpływających na ułatwienia komunikacyjne przedstawia poniższa tabela.

Tab. 4.

Deklarowane przyczyny ułatwień komunikacyjnych	
Wydłużenie godzin kursowania tramwajów	2
Uruchomienie linii SKM S2	2
Uruchomienie linii łączących Pragę Północ ze Stadionem Narodowym	1
Ogólna poprawa jakości dróg krajowych	1
Poprawa jakości dróg prowadzących z Warszawy na południe Polski	1
Modernizacja drogi ekspresowej S7	1

Źródło: Opracowanie własne

Bezpieczeństwo

W obrębie deklaracji dotyczących poczucia bezpieczeństwa nieznacznie przeważają wskazania jego spadku. Równie liczne są natomiast wskazania wzrostu i braku zmian w zakresie poczucia bezpieczeństwa.

Rys. 4.



Źródło: Opracowanie własne

Główny czynnik wpływający na spadek poczucia bezpieczeństwa to zamieszki w dniu meczu Polska – Rosja. Należy przy tym mieć na uwadze fakt, że zdarzenia te były szeroko relacjonowane w mediach, przez co zostały silnie utrwalone w świadomości odbiorców tych komunikatów. Kolejną z przyczyn wpływających na powyższe to wzmożona obecność/aktywność funkcjonariuszy policji. Inne z wymienianych opinii związane są z powszechnością ryzykownego spożywania alkoholu na ulicach miasta/obecnością osób nietrzeźwych, zgodnie z następującą wypowiedzią – „Tramwaje i autobusy przepelnione pijanymi kibicami, masakra” (K 16 lat) oraz aresztowaniami liderów ruchu kibiców Legii Warszawa po meczu Polska – Rosja. Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia poniższa tabela.

Tab. 5.

Deklarowane przyczyny spadku poczucia bezpieczeństwa	
Zamieszki w dniu meczu Polska - Rosja	4
Wzmożona obecność funkcjonariuszy policji	2
Obawa przed atakiem terrorystycznym	1
Powszechność ryzykownego spożywania alkoholu/obecność osób nietrzeźwych	1
Aresztowania liderów ruchu kibiców Legii Warszawa po meczu Polska - Rosja	1

Źródło: Opracowanie własne

Podstawową z deklarowanych przyczyn wzrostu poczucia bezpieczeństwa stanowi wzmożona obecność funkcjonariuszy policji na ulicach Warszawy. Warto również wspomnieć o remoncie dworców Warszawa Stadion i Warszawa Wschodnia sytuowanych jako rewitalizacja przestrzeni miejskiej wpływająca na wzrost poczucia bezpieczeństwa⁴: „*jak późno wracałam, to się trochę bałam a teraz na przykład zawsze na stacji Warszawa Stadion zawsze jest jakaś straż miejska czy coś takiego*” (K 15-20). Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia zawarte niżej zestawienie.

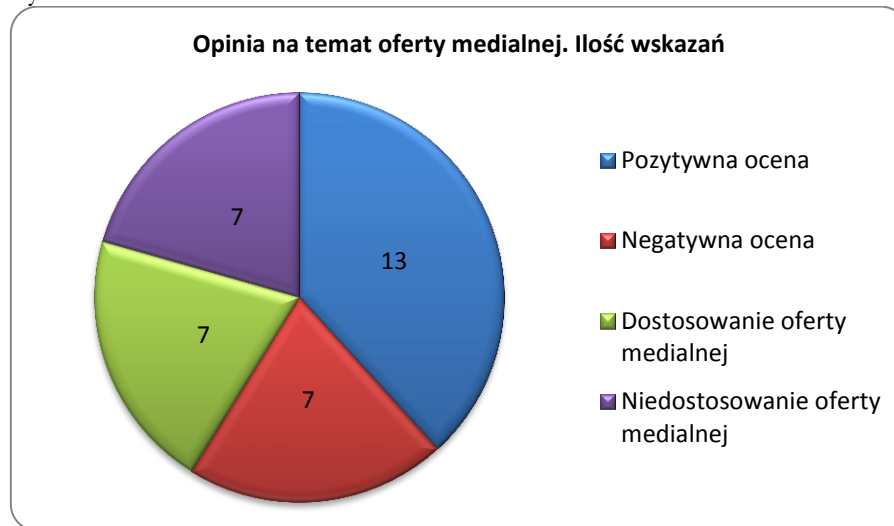
Tab. 6.

Deklarowane przyczyny wzrostu poczucia bezpieczeństwa	
Wzmoczona obecność funkcjonariuszy policji	6
Remont dworców Warszawa Stadion i Warszawa Wschodnia	1

Źródło: Opracowanie własne

Oferta medialna

Rys. 5.



Źródło: Opracowanie własne

Wśród deklaracji respondentów przeważa pozytywna opinia na temat oferty medialnej, warto jednak dodać, iż zanotowano tyle samo wypowiedzi wskazujących na dostosowanie jak i niedostosowanie oferty medialnej do potrzeb osób niezainteresowanych Euro 2012. Ofertę medialną pozytywnie oceniają zatem głównie sympatycy piłki nożnej, negatywnie natomiast osoby zainteresowane piłką nożną, w tym Euro 2012 jedynie okazjonalnie bądź w całości niezainteresowane. Zanotowano jednak również wypowiedzi sympatyków piłki nożnej krytykujące kształt oferty medialnej jak i osób niezainteresowanych Euro 2012 oceniających ofertę medialną pozytywnie.

Główny czynnik determinujący pozytywną opinię na temat oferty medialnej to praca komentatorów sportowych, gdzie na pierwszy plan wybijają się takie postaci jak Tomasz Zimoch, Dariusz Szpakowski oraz Włodzimierz Szaranowicz. „Na piątkę. Jestem bardzo zadowolony (...) Komentarze są super, transmisja jest super, zorganizowana na najwyższym poziomie” (D 35-40); „jeżeli chodzi o komentarze to bardzo mi się podobał ten pan Zimoch w Polskim Radiu. On to świetnie zrobił. Nawet lepiej niż ci panowie w studio” (K 25); „Szaranowicz, no, super (...) Klasyk, tak, tak. To nie podlega żadnej wątpliwości. Jak on komentuje to się słuchać chce. Nawet widzieć to nie trzeba” (M (CZ) 35-40). Oprócz powyższego wśród deklaracji respondentów znalazły się również ogólne (bez sprecyzowania/wskazania podstaw) wypowiedzi pozytywnie konotujące ofertę medialną. Poniższe zestawienie przedstawia zróżnicowanie ilościowe deklaracji.

Tab. 7.

Deklarowane podstawy pozytywnej opinii na temat oferty medialnej	
Praca komentatorów sportowych	10
Opinia ogólna/brak sprecyzowania	3

Źródło: Opracowanie własne

Wśród deklarowanych podstaw negatywnej opinii na temat oferty medialnej nie zanotowano żadnej wyróżniającej się tendencji. Wypowiedzi respondentów zawierają negatywne opinie dotyczące braku merytorycznej krytyki gry polskiej reprezentacji, braku informacji sportowych niezwiązanych z Euro, zbyt dużej ilości przekazów medialnych związanych z Euro, braku programów rozrywkowych, celebrytów występujących w roli ekspertów. Wydaje się, że interesującym elementem negatywnej oceny oferty medialnej jest podejrzenie o celowe manipulowanie prezentowanych wydarzeń: „Śmiać mi się chciało kiedy porównywałem rzeczywistość z obrazem mediów (m.in. TVN-u 24) w dniu meczu Polska – Rosja” (M 25); „Media zazwyczaj kłamią. Nie będę wypowiadał o tych mediach, bo to jest taka sprawa, że do kibiców to się zawsze przyczepiają, więc ja nic nie mam do powiedzenia” (M 15-20).

W tym miejscu należy dodać, iż zorganizowany ruch kibicowski⁵ przyjął zdecydowanie negatywną postawę wobec Euro 2012, krytykując ów turniej i jego organizację m.in. z racji stricte komercyjnego charakteru oraz wypierania z trybun grup ultras (zorientowanych na prowadzenie zorganizowanego dopingiu oraz przygotowywanie opraw meczowych, również z udziałem środków pirotechnicznych). Ów stosunek manifestowany był poprzez hasło „Fuck Euro” oraz promujące je akcje organizowane przez poszczególne grupy kibiców. Egzemplifikację powyższych uwarunkowań stanowić może następująca wypowiedź zawarta w jednym z niezależnych pism kibicowskich (tzw. zinów) – „(...) trwa już Euro 2012, ale dla mnie i wiem, że dla Was też – nie ma to większego znaczenia...Nie chcemy tego gówna w Polsce” (...) Normalni fanatyczni ludzie, którzy za sprawą komercyjnej szopki dla clownów są represjonowani. To jest niestety dowód na to jak kasa rządzi – zdrowym rozsądkiem – rządów, instytucji, całych państw (...) Euro 2012 to hajs, dla którego coś takiego jak prawo i wolność poglądów, wolność dla ich wyrażania przez ludzi będących kibicami – zeszyły na dalszy plan (...) jednostka ma prawo do swoich poglądów oraz do ich wyrażania (nie zapomina się o tym tylko podczas tzw. Parad Równości w odniesieniu do homo-aktywistów (...) Polecam Wam całkowity bojkot tego turnieju, co sam czynię (...) Against modern football! Against modern ultras!” (Ł 2012: 20).

Tab. 8.

Deklarowane podstawy negatywnej opinii na temat oferty medialnej	
Brak merytorycznej krytyki gry polskiej reprezentacji	1
Brak informacji sportowych niezwiązanych z Euro	1
Zbyt duża ilość przekazów medialnych związanych z Euro	1
Brak programów rozrywkowych	1
Celebryci występujący w roli ekspertów	1
Brak rzetelności w relacjonowaniu zamieszek w dniu meczu Polska - Rosja	1
Negatywny stosunek mediów do zorganizowanego ruchu kibicowskiego	1

Źródło: Opracowanie własne

W zakresie wypowiedzi wskazujących na dostosowanie oferty medialnej do potrzeb osób niezainteresowanych Euro 2012 dominuje stwierdzenie szerokości/zróźnicowania oferty programowej, zanotowano również opinię ogólną (bez sprecyzowania). Należy jednak zauważyć, że samo zaobserwowanie relatywnie pozytywnej oceny zróźnicowania oferty medialnej nie jest w tym przypadku wystarczające. Daje się odnieść wrażenie, iż na pozytywną ocenę w tym aspekcie decydujące znaczenie wywiera sama ilość i różnorodność kanałów telewizyjnych, które programowo są zróźnicowane. Jest to spostrzeżenie istotne z punktu widzenia oceny przede wszystkim mediów publicznych, które zgodnie z założeniem realizacji misji, skierowanej do jak najszerszego grona odbiorców, winny proponować możliwie zróźnicowaną ofertę medialną. „Przy tylu programach można zawsze wybrać zgodnie z zainteresowaniami” (K 60); „Ja myślę, że to jest na tyle zrównoważone, że możemy sobie spokojnie funkcjonować” (K 35-40). Z drugiej jednak strony zdarzały się także opinie wprost przeciwne, z których można odnieść wrażenie, że przedstawianie alternatywnej oferty było jedynie iluzoryczne: „Znaczą się, puszczała tam czasami jakieś normalne filmy, ale każda reklama to ciągle tylko Euro, Euro. Otwierasz lodówkę – ketchup z Euro, wszystko z Euro, jajka z Euro...Kurczę” (K 16). Poniżej zróźnicowanie ilościowe deklaracji.

Tab. 9.

Deklaracje dotyczące dostosowania oferty medialnej	
Szerokość/zróźnicowanie oferty programowej	6
Opinia ogólna/brak sprecyzowania	1

Źródło: Opracowanie własne

Wśród deklaracji dotyczących niedostosowania oferty medialnej do potrzeb osób niezainteresowanych Euro 2012 przeważają stwierdzenia braku informacji politycznych oraz opinie ogólne. Interesującym spostrzeżeniem jednego z respondentów była uwaga, iż praktycznie niezauważona w mediach przeszła informacja o tym, że polska reprezentacja w piłce siatkowej pokonała kilkakrotnie Brazylię, co wcześniej nie zdarzyło się już od wielu lat: „Szczegę panu powiem, to jest właśnie też jakaś druga kwestia właśnie to zamieszanie, a przecię siatkarzę z Brazylią wygrali, to też jest wielki sukces i tak tego nie nagłaśniają, bardziej to Euro” (M 15-20). Zauważalne są także wypowiedzi, których autorzy stwierdzają nieatrakcyjność propozycji programowych, zbyt dużą ilość przekazów medialnych związanych z Euro oraz brak kontynuacji popularnych seriali w związku z Euro. Zróźnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia poniższa tabela.

Tab. 10.

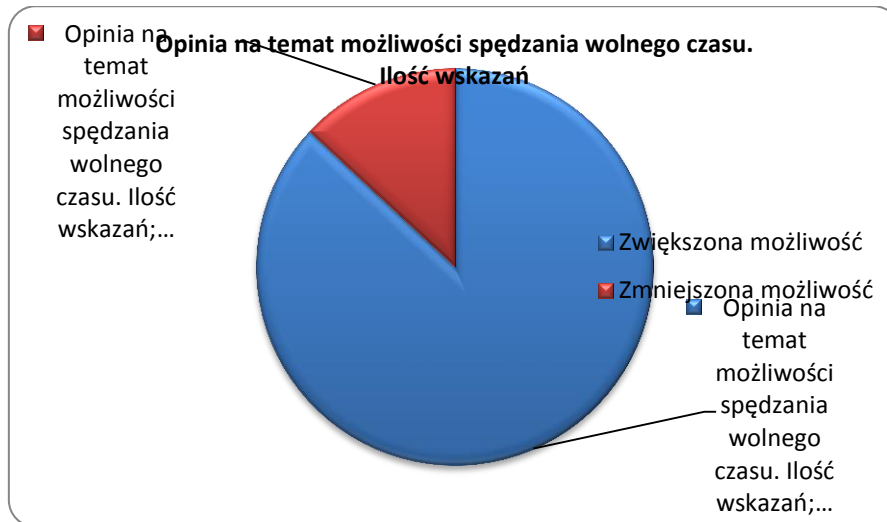
Deklaracje dotyczące niedostosowania oferty medialnej	
Brak informacji politycznych	2
Opinia ogólna/brak sprecyzowania	2
Nieatrakcyjne propozycje programowe	1
Zbyt duża ilość przekazów medialnych związanych z Euro	1
Brak kontynuacji popularnych seriali w związku z Euro	1

Źródło: Opracowanie własne

Czas wolny

W zakresie bloku pytań dotyczących organizacji czasu wolnego zdecydowana większość respondentów deklaruje zwiększoną możliwość jego organizacji. Stosunek ten oddaje poniższy wykres.

Rys. 6.



Źródło: Opracowanie własne

Główny czynnik, przeszło połowa zaobserwowanych wskazań, wpływający na zwiększenie możliwości organizacji czasu wolnego to Strefa Kibica. Siła przyciągania Strefy Kibica bezpośrednio przekładała się na zmniejszenie zainteresowania ze strony kibiców możliwością oglądania meczów w pubach i klubach na terenie Śródmieścia. Tak zagadnienie to komentowała jedna z właścicielek pubu w Centrum: „*tutaj mnie bardzo rozczarowało, ludzie sobie porzeczowali miejsca, ale później niestety najprawdopodobniej, to znaczy ja sobie myślę, że wchłonęła ich strefa kibica (...) dostawca piwa powiedział, że czym dalej od Centrum tym były lepsze obroty, więcej ludzi*” (K 45). Wśród innych deklarowanych przyczyn zauważalne są również aktywności promowane przez wolontariuszy oraz działające podczas Euro 2012 kawiarnie, restauracje i punkty hotelowe.

Kolejne wymieniane czynniki (związane głównie z indywidualnym udziałem respondentów w deklarowanych aktywnościach) to udział w przygotowaniach i ceremonii otwarcia Euro 2012, możliwość obejrzenia meczów bezpośrednio na Stadionie Narodowym, imprezy w klubach związane z Euro 2012, uliczne usługi związane z malowaniem twarzy w barwy narodowe, możliwość osobistego doświadczenia pozytywnej, sportowej atmosfery: „*wiem, że tutaj dużo się dzieje w Centrum, dużo się dzieje w Nowym Świecie, że tu jest komunikacja między kibicami a różnymi kawiarenkami i firmami oferującymi usługi kulturalne swoje. W tej chwili Warszawa stała się takim miejscem międzynarodowym*” (M 39); „*zawsze na ulicach, jak były dni Euro to stały panie na przykład z farbami, żeby pomalować kogoś. Dużo osób było, ogólnie kibiców. No i wszyscy, ja pamiętam jak kiedyś, znaczy, jak chciałam gdzieś iść a był mecz chyba Polska Czechy to już kilka godzin przed meczem było wszędzie biało-czerwono*” (K 15-20); „*Fajnie, byłam bardzo ciekawa czy to tak słychać te śpiewy, było słychać, fajnie...takie poczucie, że jednak jesteśmy sprostali (...) Generalnie sympatycznie jest się przejść Francuską*” (K 30). Zanotowano także jedną opinię ogólną (bez sprecyzowania). Zróznicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia poniższa tabela.

Tab. 11.

Deklarowane przyczyny zwiększenia możliwości organizacji czasu wolnego	
Strefa Kibica	11
Aktywności promowane przez wolontariuszy	2
Kawiarnie, restauracje, punkty hotelowe	2
Udział w przygotowaniach i ceremonii otwarcia Euro	1
Możliwość obejrzenia meczów bezpośrednio na Stadionie Narodowym	1
Imprezy w klubach związane z Euro	1
Uliczne usługi związane z malowaniem twarzy w barwy narodowe	1
Opinia ogólna/brak sprecyzowania	1

Źródło: Opracowanie własne

Wśród deklarowanych przyczyn zmniejszenia możliwości organizacji czasu wolnego wymieniane są podwyżki cen noclegów i usług rozrywkowych oraz powszechność ryzykownego spożywania alkoholu/osób nietrzeźwych. Jako egzemplifikację można w tym miejscu przytoczyć następującą wypowiedź – „nie byłam, bo wiedziałam że tam wszyscy będą pić, a ja chciałam być trzeźwa przez ten okres⁶ (...) gdybym chciała sobie pójść spokojnie posiedzieć na ławce w parku, to nie, bo przychodzą nawaleni kibice i drą się. Posłuchać sobie muzyki na telefonie, na ławeczce w parku, też nie. Jechać sobie spokojnie tramwajem, też nie” (Martyna, 16 lat). Dało się także zaobserwować pewnego rodzaju rozczarowanie tym, że mimo wszystko można było zrobić w tym zakresie więcej, że oczekiwania były jednak większe: „tylko tyle co pod tym Pałacem Kultury, no... Strefa Kibica, no nic innego takiego nie zauważyłem, jakieś specjalne koncerty, czy żeby miasto organizowało coś oprócz tego” (K 35-40); „*No Euro, a oprócz Euro to nie, nie zauważyłam (...) Na Euro oglądałam trzy mecze. Nigdy w życiu nie oglądałam meczy. Więc jakaś to była rozrywka, ale taka mierna*” (K 34); „*Niespecjalnie. Chyba oprócz jednej, jedynej imprezy gdzieś widziałam, ale tylko plakat. Że jakiś piknik rodzinny z Euro coś tam*” (K 25);

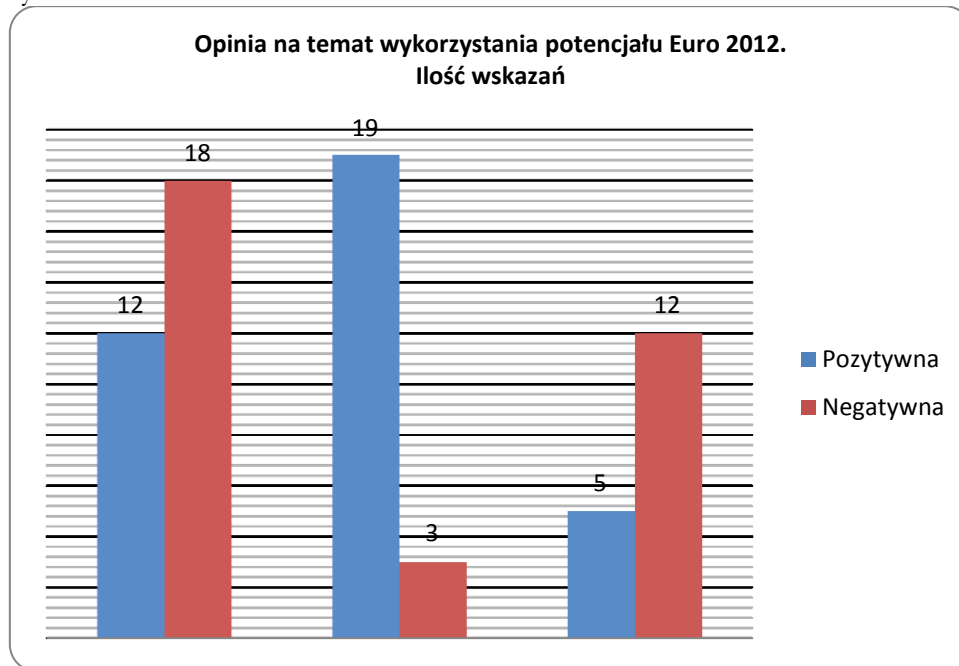
Tab. 12.

Deklarowane przyczyny zmniejszenia możliwości organizacji czasu wolnego	
Podwyżki cen noclegów i usług rozrywkowych	2
Powszechność ryzykownego spożywania alkoholu/osób nietrzeźwych	1

Źródło: Opracowanie własne

Perspektywa długofalowa

Rys. 7.



Źródło: Opracowanie własne

Zbiorcze zestawienie danych uzyskanych w tym zakresie tematycznym omawianej problematyki, pozwala zaobserwować ogólne tendencje, które będą rozwinięte w dalszej części tekstu. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na swoistą ambiwalentność ocen dotyczących długofalowej perspektywy wykorzystania potencjału jakim niewątpliwie była organizacja tak wielkiej imprezy jaką były Mistrzostwa Europy Euro 2012. O ile z jednej strony zaobserwowano wyraźnie pozytywną ocenę wykorzystania potencjału promocyjnego Euro, o tyle ocena wykorzystania potencjału modernizacyjnego, a tym bardziej kontynuowania tego rozwoju, jest już negatywna. Koresponduje to z wcześniej sygnalizowanymi spostrzeżeniami, wskazującymi na to, że ledwie uchwytnie były negatywne opinie badanych osób na temat sposobu promocji w trakcie Euro. Zarazem, jak wskazano wyżej, zanotowano stosunkowo niewiele wskazań poważniejszych zmian modernizacyjnych, poza ogólnymi wskazaniami stadionów, autostrad i lotnisk. Bardziej precyzyjna ocena poszczególnych elementów oceny perspektywy długofalowej została przedstawiona poniżej.

Wykorzystanie potencjału modernizacyjnego

Przeważająca część respondentów wyraża opinię, iż potencjał modernizacyjny związany z Euro 2012 nie został wykorzystany, dość liczne są również jednak deklaracje o znaczeniu przeciwnym.

Podstawową deklarowaną determinację negatywnej opinii dotyczącej wykorzystania potencjału modernizacyjnego stanowi ograniczenie bieżącej działalności rządzących do aspektu PR. Kolejny, wiążący się z powyższym czynnikiem to brak konsekwentnej realizacji strategii modernizacyjnej. Respondenci deklarują także, iż ich zdaniem o negatywnej opinii dotyczącej wykorzystania potencjału modernizacyjnego przesądzają problemy finansowe podwykonawców oraz brak zysku finansowego restauratorów, właścicieli pubów i handlarzy. Inne z deklarowanych

determinacji to brak rozbudowy sieci dróg i autostrad, przede wszystkim nie wywiązanie się ze składanych wcześniej zobowiązań oraz słaba jakość prac związanych z rozwojem infrastruktury.

Negatywnie oceniana jest również budowa stadionów zamiast rozbudowy sieci dróg, a także takie elementy jak: niedostosowanie ulic/przejęć podziemnych do potrzeb osób niepełnosprawnych - „*Tutaj jest podziemie, tak? Waszyngtona, i ma pan schody. Ale nigdzie nie ma zjazdu dla osób niepełnosprawnych. I nikt na to nie wpadł przed Euro*” (K 25), awarie bankomatów/brak możliwości obsługi biletomatów w językach obcych, brak rozliczenia działalności PZPN/nagroda dla prezesa PZPN, zaobserwowany brak zmian w zakresie modernizacji infrastruktury, niespełnione obietnice dotyczące modernizacji. Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia poniższa tabela.

Tab. 13.

Przyczyny negatywnej opinii na temat wykorzystania potencjału modernizacyjnego	
Ograniczenie bieżącej działalności rządzących do aspektu PR	4
Brak konsekwentnej realizacji strategii modernizacyjnej	3
Problemy finansowe podwykonawców	2
Brak zysku finansowego restauratorów, właścicieli pubów i handlarzy	2
Brak rozbudowy sieci dróg i autostrad	1
Budowa stadionów zamiast rozbudowy sieci dróg	1
Niedostosowanie ulic/przejęć podziemnych do potrzeb osób niepełnosprawnych	1
Awaryjne bankomatów/brak możliwości obsługi biletomatów w językach obcych	1
Brak rozliczenia działalności PZPN/nagroda dla prezesa PZPN	1
Zaobserwowany brak zmian w zakresie modernizacji infrastruktury	1
Niespełnione obietnice dotyczące modernizacji	1

Zródło: Opracowanie własne

Główny czynnik decydujący o deklarowaniu pozytywnej opinii na temat wykorzystania potencjału modernizacyjnego to postrzeganie Euro 2012, jako impulsu umożliwiającego rozwój infrastruktury komunikacyjnej i sportowej. Respondenci wymieniają w tym zakresie również budowę stadionów, rozpoczęcie rozbudowy sieci dróg i autostrad, dostosowanie autostrad i lotnisk do poziomu europejskiego, bezpośrednią organizację turnieju oraz remont dworca Warszawa Stadion. Dają się także zaobserwować opinie wyrażające zadowolenie, że właśnie dzięki organizacji Euro Polska w niektórych przynajmniej wymiarach, czy też aspektach, mogła dorównać do poziomu europejskiego, że dzięki tej imprezie Polska bardziej zbliżyła się do Europy: „*każdy chciałby więcej, ale ja nie, ja jestem zadowolony, że fajnie, że coś nowego powstało, że mamy te autostrady, czy lotniska, już na też właśnie takim fajnym poziomie europejskim*” (M 23); „*w tej chwili Warszawa stała się takim miejscem międzynarodowym (...) Udowodniłmy, że potrafimy przyjąć turystów*” (M 39). Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia zawarte niżej zestawienie.

Tab. 14.

Przyczyny pozytywnej opinii na temat wykorzystania potencjału modernizacyjnego	
Euro ujmowane jako impuls umożliwiający kontynuację rozwoju infrastruktury	7
Budowa stadionów	2
Rozpoczęcie rozbudowy sieci dróg i autostrad	1
Autostrady i lotniska na europejskim poziomie dzięki organizacji Euro	1
Bezpośrednia organizacja turnieju oraz remont dworca Warszawa Stadion	1

Źródło: Opracowanie własne

Zdecydowana większość badanych deklaruje, iż potencjał promocyjny związany z organizacją Euro 2012 został wykorzystany, wskazania o przeciwnym znaczeniu są jedynie marginalne. Wydaje się zatem, że pod względem traktowania Euro jako imprezy mającej na celu wypromowanie Polski jako państwa atrakcyjnego pod względem turystycznym, państwa zamieszkałego przez pozytywnie nastawionych ludzi, w którym można dobrze spędzić czas, zadanie to, w opinii osób badanych, zostało spełnione.

Wykorzystanie potencjału modernizacyjnego

Główny czynnik wpływający na pozytywną opinię dotyczącą wykorzystania potencjału promocyjnego związany jest z deklarowaną przez indagowanych poprawą wizerunku Polski i Polaków w zakresie opinii zagranicznych kibiców⁷: „*ludzie którzy przyjechali, ci kibice, będą opowiadali też innym, tak, jak wrócą, że było na przykład fajnie, że się oplaca, że pięknie, że no może jest nie drogo, tak, że ludzie są sympatyczni*” (K 35-40); „*Znaczy mi się podobało, bo Polska na pewno bardziej zaistniała. Słyszałam że dużo strasznie zagranicznych ludzi mówi, że po prostu Euro w Polsce było*” (K 15-20); „*Obcokrajowcy zapoznają się z naszą kulturą (...) Przekonają się, że nie ma niedźwiedzi polarnych na ulicy (...) Dobra promocja*” (K 25-30). Inne z licznych w ramach badanej próby wypowiedzi związane są z faktem organizacji Euro 2012 wpływającym zdaniem badanych na promocję Polski, zaobserwowanym rozwojem turystyki oraz pracą wolontariuszy w zakresie promocji Polski.

Tab. 15.

Przyczyny pozytywnej opinii na temat wykorzystania potencjału promocyjnego	
Poprawa wizerunku Polski i Polaków poprzez opinię zagranicznych kibiców	9
Fakt organizacji Euro wpływający na promocję Polski	2
Zaobserwowany rozwój turystyki	2
Praca wolontariuszy w zakresie promocji Polski	2
Pozytywne relacje zagranicznych mediów	1
Pozytywna opinia pomimo deklarowania zbyt wysokich kosztów organizacji	1
Opinie o organizacji Euro uzyskane od angielskich turystów	1
Opinie o organizacji Euro uzyskane od Greków na wyspie Zakynthos	1

Źródło: Opracowanie własne

Zauważalne są również wypowiedzi pozytywnie konotujące wykorzystanie potencjału promocyjnego z racji opinii o organizacji Euro 2012 uzyskanych od angielskich turystów oraz Greków na wyspie Zakynthos. Zanotowano także ogólną, pozytywną opinię, przy jednoczesnym deklarowaniu zbyt wysokich kosztów organizacji imprezy. Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia zawarte niżej zestawienie.

Deklarowane przez respondentów przyczyny negatywnej opinii na temat wykorzystania potencjału promocyjnego to brak wykorzystania aspektu historyczno-kulturowego w zakresie promocji, wygląd ulic w Centrum Warszawy w okolicach Strefy Kibica oraz niska jakość wjazdu do Warszawy od strony Płońska. Interesującą była opinia jednej z badanych osób, która zwróciła uwagę na to, że przy przygotowaniu oferty promocyjnej Warszawy niepotrzebnie poświęcono jednostronną uwagę wyłącznie zagadnieniu Euro. Z tego punktu widzenia nie wykorzystano w pełni kulturowego oraz historycznego potencjału, jaki Warszawa posiada: „Zabrakło mi, na przykład musiałam właśnie znajomym z Anglii podawać, wypisywać miejsca, do których warto iść, tak? Więc tu już, prawda, muzea wszystkie te, prawda... uważam, że praktycznie jesteśmy przy sierpniu niedługo, tak, więc może by było tak, podjąć trochę te powstanie, coś takiego” (K 30).

Tab. 16.

Przyczyny negatywnej opinii na temat wykorzystania potencjału promocyjnego	
Brak wykorzystania aspektu historyczno-kulturowego w zakresie promocji	1
Wygląd ulic w Centrum Warszawy w okolicach Strefy Kibica	1
Niska jakość wjazdu do Warszawy od strony Płońska	1

Zródło: Opracowanie własne

Zdecydowane większość badanych deklaruje negatywną opinię na temat kontynuacji rozbudowy infrastrukturalnej. Wskazania przeciwne są zauważalne, jednak nieliczne w odniesieniu do całości badanej próby.

Kontynuacja rozbudowy infrastrukturalnej

Respondenci wskazują, iż ich zdaniem główny czynnik wpływający na negatywną opinię dotyczącą kontynuacji rozbudowy infrastruktury stanowi brak motywacji rządzących po zakończeniu organizacji Euro 2012: „nie będzie się chciało, radni, władarze nie będą musieli się wykazać” (K 34); „Ja wątpię. Potrzebna jest motywacja (...) oni skończą robotę. Znaczą się nie skończą. Zostawią, zostawią” (K 25-30). Część osób wyrażała przekonanie, że wprawdzie rozpoczęte inwestycje zostaną dokończone, jednak w znacznie wolniejszym czasie. W powyższym zakresie deklarowany jest także brak zaufania do polityków⁸ oraz problemy finansowe podwykonawców. Poniższe zestawienie przedstawia zróżnicowanie ilościowe deklaracji.

Tab. 17.

Przyczyny negatywnej opinii na temat kontynuacji rozbudowy infrastruktury	
Brak motywacji rządzących po zakończeniu organizacji Euro	7
Brak zaufania do polityków	3
Problemy finansowe podwykonawców	2

Zródło: Opracowanie własne

Podstawowa przyczyna pozytywnej opinii na temat kontynuacji rozbudowy infrastruktury związana jest z zauważalnym w poprzednich blokach analitycznych postrzeganiem organizacji Euro 2012 jako impulsu umożliwiającego kontynuację rozbudowy. Zróżnicowanie ilościowe deklaracji przedstawia poniższe zestawienie.

Tab. 18.

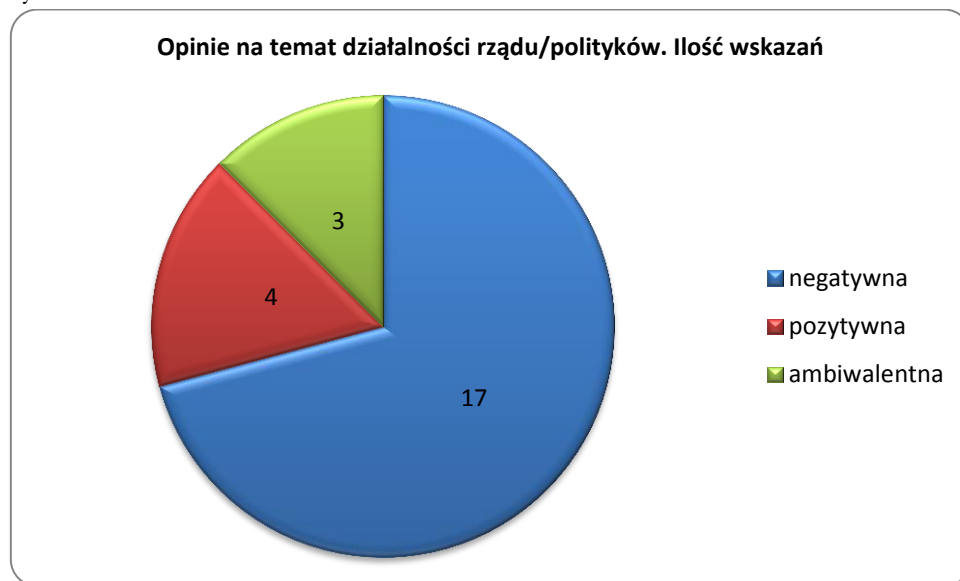
Przyczyny pozytywnej opinii na temat kontynuacji rozbudowy infrastruktury	
Euro ujmowane jako impuls umożliwiający kontynuację rozbudowy	2
Konieczność wykorzystania środków przeznaczonych na rozwój infrastruktury	1
Euro ujmowane jako sukces umożliwiający dyskontowanie przez kolejne rządy	1
Opinia pozytywna pomimo zauważania braku motywacji polityków	1

Źródło: Opracowanie własne

Ocena działań rządu i polityków

W ramach badanej próby w sposób wyraźny dominuje negatywna opinia na temat działań rządu/polityków w zakresie organizacji Euro 2012. Warto jednak zwrócić też uwagę, iż zauważalne są nieliczne deklaracje zawierające pozytywną opinie a także opinie niejednoznaczną (ambiwalentną), związaną głównie z brakiem zainteresowania sferą społeczno-polityczną.

Rys. 8.



Źródło: Opracowanie własne

Respondenci wymieniają pięć głównych czynników determinujących negatywną opinię na temat działań rządu/polityków w zakresie Euro 2012: problemy finansowe podwykonawców, niespełnione obietnice, ograniczenie bieżącej działalności do aspektu PR, brak rozliczenia działalności PZPN/nagroda dla prezesa PZPN, brak zaufania do polityków (ogólna opinia negatywna). Wskazywane są również następujące przyczyny: brak kompetencji, brak odpowiedzialności, bierność/brak działań określanych jako potrzebne, zakup nowych limuzyn na potrzeby Kancelarii Premiera, podobieństwo stylu sprawowania władzy do epoki PRL, ograniczenia wolności słowa, aresztowania liderów ruchu kibiców Legii Warszawa po meczu

Polska – Rosja. Daje się zatem zaobserwować zróżnicowany wachlarz przyczyn negatywnej oceny działań rządu oraz ogólnie działań polityków w kontekście organizacji Euro. Co charakterystyczne, powody wskazywane przez indagowane osoby niekoniecznie muszą odnosić się do kwestii bezpośrednio związanych z organizacją imprezy, ale dotyczą także wymiarów tradycyjnie już przypisywanych polskim politykom, takim jak: brak kompetencji, brak poczucia odpowiedzialności, swoisty bizantyzm. Oznacza to, że krytyka działań polityków ma charakter wielowymiarowy. Zróżnicowanie ilościowe wskazywanych czynników przedstawia zawarte niżej zestawienie.

Tab. 19.

Deklarowane przyczyny negatywnej opinii na temat działań rządu/polityków	
Problemy finansowe podwykonawców	2
Niespełnione obietnice	2
Ograniczenie bieżącej działalności do aspektu PR	2
Brak rozliczenia działalności PZPN/nagroda dla prezesa PZPN	2
Opinia ogólna oparta o brak zaufania do polityków	2
Brak kompetencji	1
Brak odpowiedzialności	1
Bierność/brak działań określanych jako potrzebne	1
Zakup nowych limuzyn na potrzeby Kancelarii Premiera	1
Podobieństwo stylu sprawowania władzy do epoki PRL	1
Ograniczenia wolności słowa	1
Aresztowania liderów ruchu kibiców Legii Warszawa po meczu Polska - Rosja	1

Zródło: Opracowanie własne

W zakresie pozytywnej opinii na temat działań rządu polityków badani wymieniają następujące predykcje: zapewnienie bezpieczeństwa/porządku podczas Euro 2012, wstrzymanie bieżącej walki politycznej, bezpośrednią organizację turnieju oraz remont dworca Warszawa Stadion, a także uzyskanie prawa do organizacji Euro przez Platformę Obywatelską⁹.

Tab. 20.

Deklarowane przyczyny pozytywnej opinii na temat działań rządu/polityków	
Zapewnienie bezpieczeństwa/porządku podczas Euro	1
Wstrzymanie bieżącej walki politycznej	1
Bezpośrednia organizacja turnieju oraz remont dworca Warszawa Stadion	1
Uzyskanie prawa do organizacji Euro przez Platformę Obywatelską	1

Zródło: Opracowanie własne

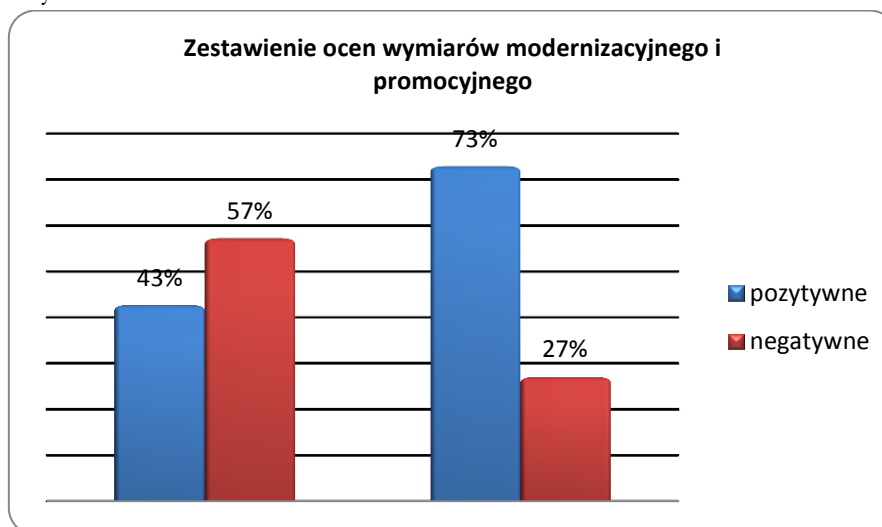
Podsumowanie

Ogólną ocenę przygotowań, przebiegu oraz perspektywy długofalowej Euro 2012 w Polsce można ująć syntetycznie w dwóch wymiarach: promocyjnym oraz modernizacyjnym. Pierwszy z nich odnosi się do elementów związanych z estetyczną, rozrywkową, medialną, promocyjną stroną imprezy, a także deklarowanym poczuciem bezpieczeństwa i charakteryzuje się daleko idącą subiektywnością oceny, niewymiernością wskaźników oraz labilnością ocen.

Zmienność tychże ocen wiąże się przede wszystkim z faktem, iż są one podatne na wpływ aktualnego stanu emocjonalnego badanych osób. Co również istotne, komponenty składające się na pierwszy z wyszczególnionych wymiarów mają charakter relatywnie krótkoterminowy, nie podlega wątpliwości, że elementy promocyjno-wizerunkowe, poza rzadkimi wyjątkami, po zakończeniu imprezy znikają z przestrzeni publicznej¹⁰. Drugi ze wskazanych wymiarów będzie dotyczył takich aspektów jak budowa bądź remonty: dróg, autostrad, kolei, ulic, lotnisk, stadionów, komunikacja, potencjał modernizacyjny. W przeciwieństwie do pierwszego ze wskazanych wymiarów, ten będzie cechował się większą możliwością bezpośredniego wskazania konkretnych zdarzeń lub zmian, które nastąpiły przed i w trakcie Euro 2012. Także komponenty składające się na ten wymiar charakteryzują się zdecydowanie większą trwałością, za wyjątkiem ewentualnie niektórych zmian w komunikacji miejskiej wprowadzonych stricte na czas trwania imprezy. Pozostałe natomiast odnoszą się do trwałych elementów przestrzeni publicznej - mierzalnych i policzalnych.

Analiza uzyskanych w toku realizacji badania wyników, pozwala na wyciągnięcie ogólnych wniosków dotyczących opisanych wyżej wymiarów. Dokonując syntetycznego zestawienia pozytywnych i negatywnych opinii dotyczących kwestii związanych z poszczególnymi wymiarami uzyskano następujące wyniki. W przypadku wymiaru modernizacyjnego odnotowano 53 wypowiedzi o ładunku pozytywnym natomiast 71 wskazań krytycznych. Zdecydowanie odmienny obraz ukazuje się natomiast w przypadku zbiorczej analizy wskazań odnoszących się do kwestii związanych z wymiarem promocyjnym. W tym przypadku zaobserwowano aż 89 wypowiedzi świadczących o pozytywnej ocenie, a jedynie 33 o przeciwnym ładunku emocjonalnym. Po przeliczeniu uzyskanych wskazań na wartości procentowe, w celu dokonania bezpośredniego porównania uzyskano następujące dane.

Rys. 9.



Źródło: Opracowanie własne

Daje się zatem zauważyć, że ocena obu wymiarów jest wyraźnie rozbieżna. O ile wymiar promocyjny spotyka się z oceną zdecydowanie pozytywną, o tyle wśród ocen wymiaru modernizacyjnego przeważają, choć bez bardzo wyraźnej dominacji, oceny negatywne. Warto nadmienić, iż negatywne oceny potencjału modernizacyjnego w 58% łączą się ze wskazaniem braku zmian w zakresie lokalnej perspektywy rozwojowej, w 54% natomiast z deklaracją

negatywnej opinii na temat rozbudowy infrastrukturalnej w skali ogólnopolskiej. Zestawienie obu analizowanych komponentów może sugerować, że organizacja i przebieg Euro w świadomości indagowanych spotkała się generalnie z przychylną oceną, chociaż obraz ten z pewnością nie jest jednolity, zawiera wiele czynników wewnętrznie różnicujących, które zostały uwypuklone powyżej. Wydaje się jednak, że zdecydowanie wysoka ocena wymiaru promocyjnego jest związana z pozytywną atmosferą towarzyszącą przebiegowi imprezy sportowej, tym bardziej, że badanie było realizowane podczas Euro. W tym miejscu warto również dodać, iż 69% respondentów deklarujących pozytywną opinię na temat potencjału promocyjnego pozytywnie ocena również ofertę medialną. Stąd też wypływa postulat, iż koniecznym jest przeprowadzenie kolejnego badania, opartego na analogicznych założeniach i z wykorzystaniem tych samych narzędzi oraz technik badawczych, celem zweryfikowania, na ile trwałą była powyżej zaobserwowana pozytywna ocena wymiaru promocyjnego. Jest to zarazem pytanie o trwałość całościowej oceny Euro, a zatem próba zweryfikowania jak głęboko impreza ta odcisnęła się na obrazie przestrzeni publicznej oraz świadomości mieszkańców. Warto w tym miejscu nadmienić, iż kształt postawionych wniosków związany jest bezpośrednio z charakterem pozyskiwanych danych o jakościowym charakterze, posiadających wysoką trafność, ograniczoną jednak przede wszystkim do okresu w którym realizowano badania. Wynika to głównie z faktu „wiedzy” indagowanych naturalnie zredukowanej do okresu przygotowania imprezy oraz jej trwania. Otwarcie perspektywy komparatywnej, panelowej, może pozwolić na pozyskanie danych prezentujących refleksję na temat Euro 2012 powstałą w konfrontacji z doświadczeniem społecznym po zakończeniu imprezy¹¹.

Aspekty wizualne

Wprowadzenie

W ramach wizualnej części przeprowadzonego procesu badawczego kierowano się koniecznością weryfikacji wypowiedzi dotyczących rozwoju infrastrukturalnego w skali lokalnej oraz przekazów medialnych związanych z kompleksową organizacją turnieju, w zakresie których szczególnie nacisk położono na kwestię bezpieczeństwa kibiców oraz osób nie zainteresowanych przebiegiem imprezy.

W tym celu fotografie przedstawiające lokalną perspektywę rozwojową obejmują jedną z dzielnic bezpośrednio sąsiadujących ze Stadionem Narodowym – Pragę Północ¹² oraz sam Stadion Narodowy (fotografie wykonane podczas niejawniej obserwacji uczestniczącej w wyniku obecności w grupie osób zwiedzających Stadion Narodowy). Do powyższego zakresu analizy włączono również fotografie dokumentujące zmiany następujące w związku z Euro w Centrum Warszawy – dzielnicy stanowiącej „wizytówkę” zmian, nie tylko w ramach Euro 2012, a także zdjęcia północnych i zachodnich krańców Warszawy – Białoleki oraz Bemowa (osiedle Jelonki).

Warto stwierdzić, iż oficjalna, medialna narracja wyraźnie kontrastuje z wizualną stroną zarówno Pragi Północ jak i fotografowanych dzielnic obrzeżnych, zwraca również uwagę fakt zamknięcia z racji podwyższenia czynszu m.in. działającej kilkanaście lat księgarni w przejściu podziemnym pod Dworcem Centralnym.

Kwestię bezpieczeństwa w ramach organizacji Euro 2012 w aspekcie wizualnym przedstawiono natomiast za pomocą fotografii dokumentujących okolice Strefy Kibica (w tym zdjęcia wykonane w wyniku obserwacji uczestniczącej w obrębie warszawskiej Strefy Kibica podczas meczu Polska-Czechy) oraz fotografie przedstawiające zamieszki w dniu meczu Polska –

Rosja (Most Poniatowskiego, okolice Ronda Waszyngtona, Aleje Jerozolimskie/Rondo de Gaulla, ściśle Centrum Warszawy, Stare Miasto). Powyższe uzupełnione zostało przy pomocy zdjęć wykonywanych przez same grupy chuligańskie (publikowanych na portalach internetowych o tematyce kibicowskiej), przedstawiających rezultaty potyczek między polskimi kibicami (w tym oficjalnymi chuliganami¹³), a kibicami (w tym chuliganami) z różnych krajów.

Zdjęcia wykonane w warszawskiej Strefie Kibica podczas meczu Polska–Czechy wskazują na brak koniecznych zabezpieczeń – poprzez panujący tłok niektóre osoby decydowały się na ryzykowne i zagrażające zdrowiu oglądanie meczu z reklam/elementów konstrukcji Strefy Kibica.

Aspekty wizualne dotyczące zagadnienia bezpieczeństwa wskazują na umniejszanie skali zamieszek w mediach mainstreamowych co koresponduje z pozyskanymi wypowiedziami jednego z liderów środowiska kibiców Legii Warszawa. Warto dodać, iż informacje o większości z zamieszek na tle kibicowskim nie były obecne w mediach głównego nurtu, a grupy kibicowskie i chuligańskie (działające w ramach zorganizowanego ruchu kibicowskiego) pomimo jednoznacznie negatywnego stosunku do organizacji Euro 2012 (widocznego na fotografiach) potraktowały ową imprezę i obecność kibiców z innych krajów (szczególnie Rosji) jako okazję do manifestacji gotowości do obrony ojczyzny, aktywnej postawy patriotycznej¹⁴.

Lokalna perspektywa rozwojowa

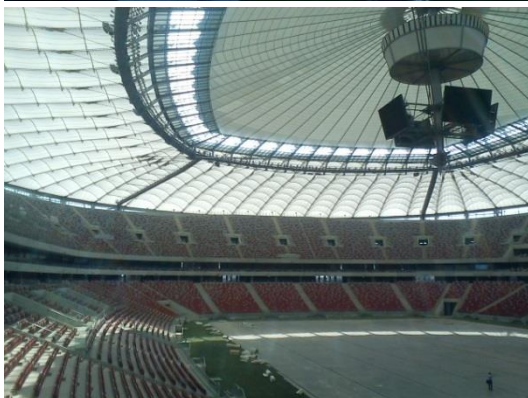
Praga Północ

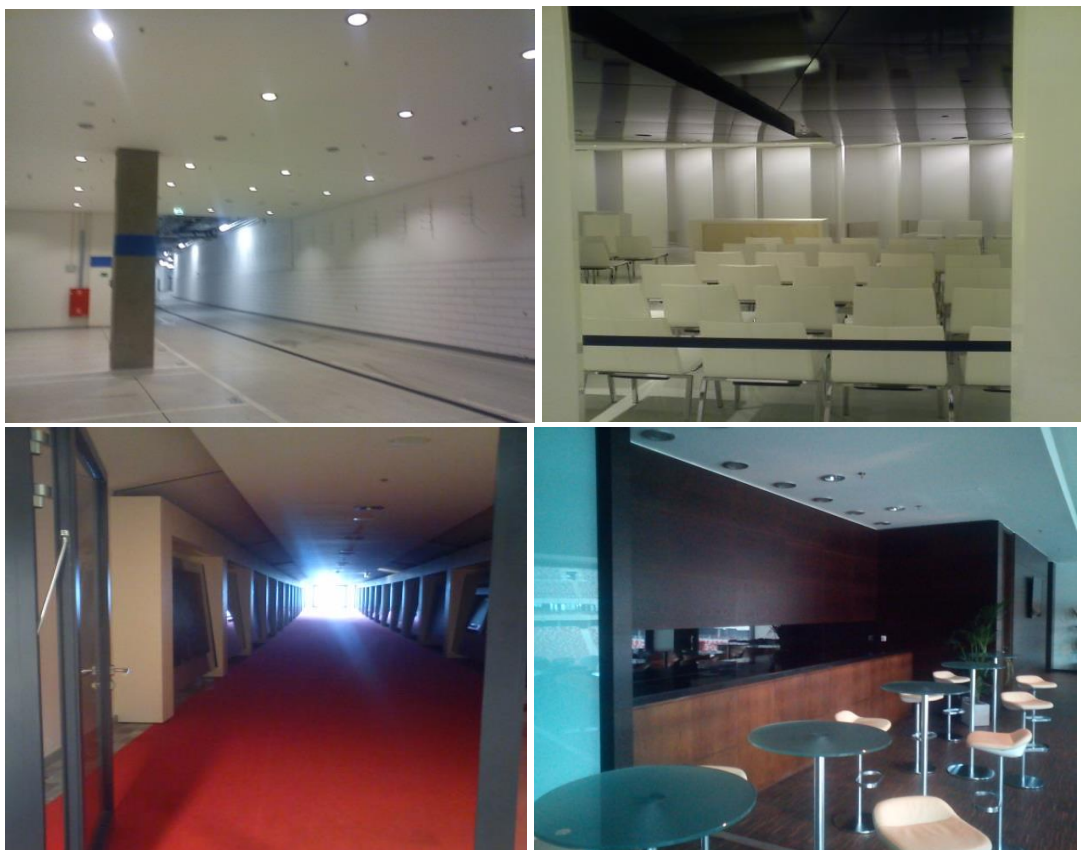
Zdjęcia wykonano 25.06.2012 roku na Pradze Północ. Dokumentują ówczesny stan zabudowy Starej Pragi (m.in. ul. Mała).



Stadion Narodowy

Poniższe zdjęcia (wykonane 21.08.2012 roku) przedstawiają Stadion Narodowy (zarówno od zewnątrz, z trybun stadionu, jak i pomieszczenia wewnętrzne), oceniany przez respondentów jednoznacznie pozytywnie. Szczególną uwagę zwracają: podziemna droga wjazdowa i wyjazdowa ze stadionu. Jak stwierdziła pracowniczka Stadionu Narodowego, oprowadzająca po nim zorganizowane grupy zwiedzających: „pracownicy żartują, iż to jedyna ukończona na Euro autostrada”, a także wielowyznaniowa kaplica – „to wielowyznaniowa kaplica, dlatego nie ma w niej żadnych symboli religijnych”¹⁵.





Centrum Warszawy

Zdjęcia wykonane 09.07.2012 roku przedstawiają śródmiejską przestrzeń po zdemontowaniu Strefy Kibica. Dokumentują także rezultaty podwyżek czynszu w lokalach kupieckich usytuowanych w przejściu podziemnym pod Dworcem Centralnym¹⁶.





Białogłeka

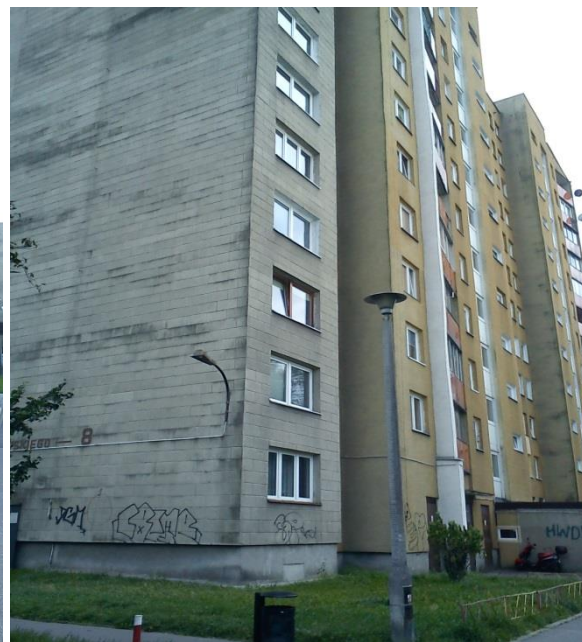
Zdjęcia wykonane 22.07 oraz 08.08.2012 roku przedstawiają niektóre budynki usytuowane przy ul. Modlińskiej (jedna z tras wjazdowych od strony Gdańska), a także stan zabudowy osiedla przy ulicy Ciupagi (w tym m.in. budynek Urzędu Poczтового).





Bemowo

Zdjęcia wykonano 18.07.2012 roku, ul. Szwankowskiego.



Relacje między kibicami – oficjalna narracją medialna

Relacje między polskimi i zagranicznymi kibicami przedstawiano w mediach mainstreamowych jako przyjazne. Podkreślano wzajemny szacunek oraz wspólną zabawę w atmosferze „sportowego pikniku”. Poniższe fotografie odnoszą się wprost do wspomnianych przekazów medialnych, przedstawiając polskich i greckich kibiców pozujących do zdjęć pod Pałacem Prezydenckim, polskich i greckich kibiców w drodze na Stadion Narodowy, wspólne spędzanie wolnego czasu przez Polaków i Rosjan (m.in. na Starym Mieście), wspólne złożenie kwiatów przez polskich i rosyjskich kibiców na Cmentarzu-Mauzoleum Żołnierzy Radzieckich.





Zorganizowany ruch kibicowski wobec Euro 2012

Poniższe zdjęcia prezentują opisany już w niewizualnej części raportu negatywny stosunek zorganizowanego ruchu kibicowskiego do organizacji turnieju Euro 2012, wyrażający się w hasle „Fuck Euro”. Zauważalne na fotografiach transparenty wywieszone zostały w różnych dzielnicach Warszawy, a także podczas towarzyskiego meczu piłkarskiego nieformalnych grup kibicowskich z warszawskiej Pragi Południe – „Grochowa Fanatycznego” oraz „Legijnego Gołławia”¹⁷.





Manifestacja patriotyzmu / Gotowość do obrony ojczyzny

Zamieszczone niżej zdjęcia dokumentują specyficzne dla ruchu kibicowskiego (w szczególności grup chuligańskich) wykorzystanie obecności kibiców (w tym chuliganów) z innych krajów (szczególnie Rosji) do manifestacji patriotyzmu, postrzeganego jako gotowość do obrony ojczyzny. Zwraca uwagę zdecydowanie antykomunistyczna symbolika widoczna na szalikach, koszulkach i transparentach (prokomunistyczne i imperialne sympatie kibiców rosyjskich były jednym z czynników wpływających na wybuch zamieszek, opisanych w dalszej części raportu). Zdecydowanie zauważalne są patriotyczne autodeklaracje w postaci napisów na koszulkach, szalikach, obecność symboli narodowych i patriotycznych (w tym znaku Polski Walczącej¹⁸) w towarzystwie zdobytych w walce barw (szalików, flag itp.) drużyn przeciwnych.





Konfrontacja werbalno-wizualna

Zawarte niżej fotografie dokumentują werbalną i wizualną konfrontację (możliwą m.in. dzięki mediom internetowym) między kibicami i chuliganami drużyn przeciwnych (głównie Polski i Rosji) w postaci transparentów/flag (stanowiących element oprawy meczowej), kolportowanych w Internecie grafik stanowiących odpowiedź na owe oprawy, zdjęć prezentujących zdobyte w walce barwy (szaliki, flagi itd.). Szczególną uwagę zwraca flaga (tzw. sektorówka) zaprezentowana przez kibiców rosyjskich podczas meczu Polska–Rosja, zawierająca jawnie antagonistyczne przesłanie.





Kontrowersyjne graffiti

Poniższe zdjęcia przedstawiają kibicowskie graffiti znajdujące się na murze w Legionowie, określone jako nazistowskie w filmie „Stadiony nienawiści” autorstwa BBC (w rzeczywistości zawierające treści nacjonalistyczne i antykomunistyczne), zamalowane następnie przy udziale przedstawicieli MSZ. Zignorowany został natomiast np. napis znajdujący się przy ulicy Książkowej (dzielnica Białoleka) zawierający rzeczywiste odniesienie do treści nazistowskich (co opisane zostało we wstępie do wizualnej części raportu).





Bezpieczeństwo

Strefa Kibica

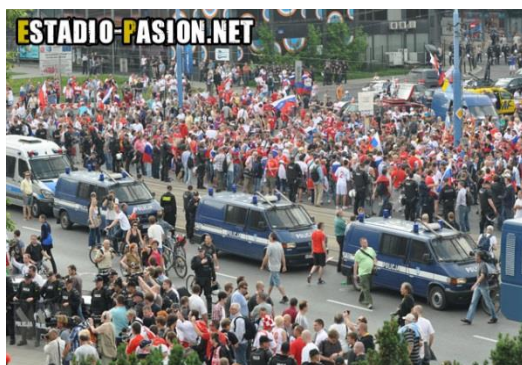
Zdjęcia wykonano w Strefie Kibica, w dniu 16.06.2012 roku podczas meczu Polska – Czechy. Dokumentują brak koniecznych zabezpieczeń – oglądanie meczu z reklam/elementów konstrukcji Strefy Kibica.





Zamieszki w dniu meczu Polska - Rosja. Aleje Jerozolimskie/Rondo de Gaulla

Zamieszki w dniu meczu Polska – Rosja obejmowały następujące rejony/ulice Warszawy: Aleje Jerozolimskie/Rondo de Gaulla, Most Poniatowskiego, okolice Ronda Waszyngtona, ścisłe Centrum Warszawy, Stare Miasto. Poniższe zdjęcia obrazują ich skalę w wyżej wymienionych miejscach. Zwraca uwagę obecność barw różnych (również zwaśnionych) klubów piłkarskich, w tym m.in. Legii Warszawa, Lecha Poznań, Arki Gdynia¹⁹ itd.







Zamieszki w dniu meczu Polska - Rosja. Most Poniatowskiego

Wydaje się, iż właśnie na Moście Poniatowskiego i w jego okolicach (szczególnie od strony Ronda Waszyngtona) doszło do największej liczby starć między polskimi oraz rosyjskimi kibicami i chuliganami, z których niektórzy zostali ranni. Zaatakowany przez rosyjskich chuliganów został również Wojciech Mucha, dziennikarz „Gazety Polskiej”. Zwraca uwagę niesiona na czele pochodu rosyjskich kibiców flaga Imperium Rosyjskiego.







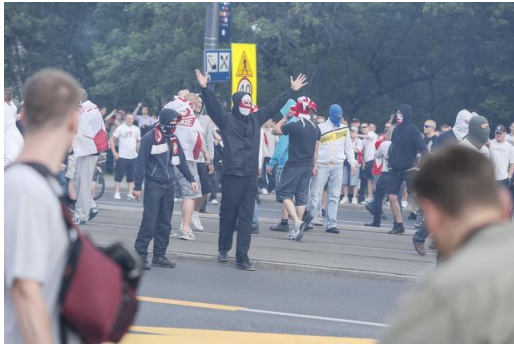


Zamieszki w dniu meczu Polska - Rosja. Okolice Ronda Waszyngtona

Po kilku starciach między polskimi oraz rosyjskimi kibicami i chuliganami doszło do starć z policją (zauważalne barwy różnych klubów piłkarskich, w tym zwaśnionych) w których oręż stanowiły m.in. znaki drogowe oraz inne elementy miejskiej przestrzeni. Oddziały prewencji użyły broni gładkolufowej oraz armatki wodnej.





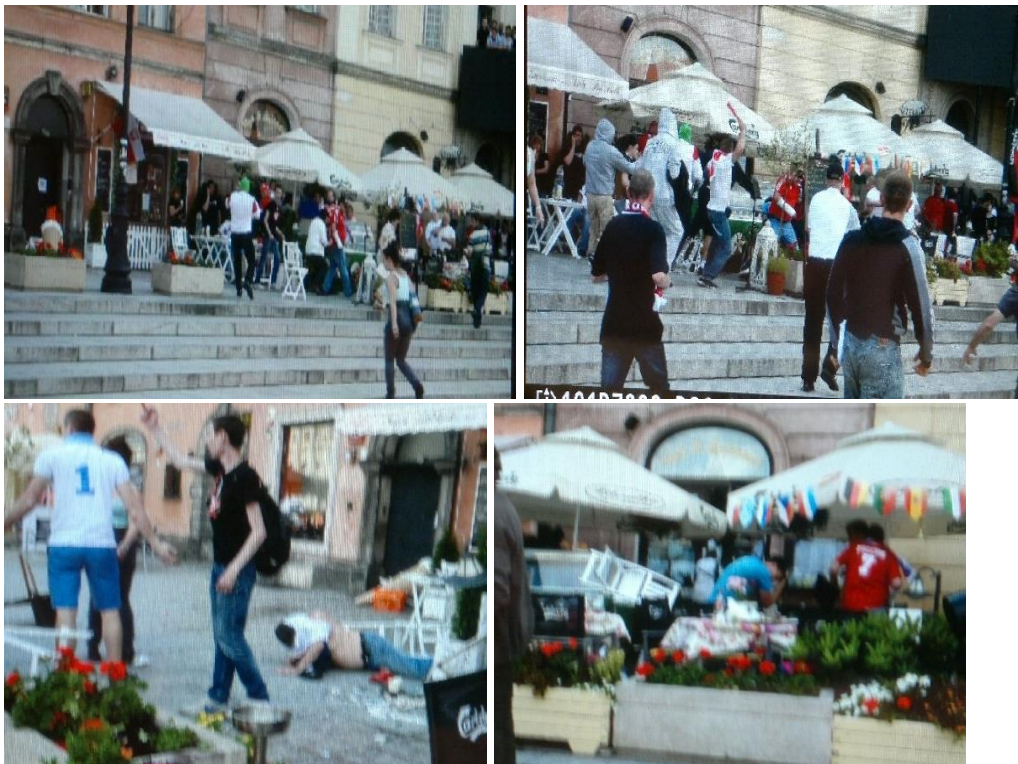






Zamieszki w dniu meczu Polska - Rosja. Stare Miasto

Poniższe zdjęcia przedstawiają starcie między polskimi oraz rosyjskimi kibicami i chuliganami, do którego doszło na Starym Mieście w okolicach Placu Zamkowego (styk ulicy Miodowej oraz Podwala).





Przypisy

¹ W tym kontekście jako oficjalna narracja przedstawienia realizacji Euro w Warszawie rozumiany jest obraz, który dominował w głównych mediach, przede wszystkim w telewizji. Centralnym motywem tego przekazu był pozytywny przebieg imprezy, z podkreśleniem dobrej atmosfery, zadowolenia zagranicznych kibiców z pobytu w Polsce, podkreślenia nowych stadionów piłkarskich. Z drugiej strony narracja nieoficjalna wprawdzie pojawiała się w komunikatach głównych mediów, jednak obecność ta miała charakter epizodyczny, fragmentaryczny i niespójny.

² Przyjęta jednostka analizy to „znaczenie” wypowiedzi adekwatne do wyznaczonych na poziomie operacjonalizacji wskaźników badawczych (wchodzące w zakres definicji operacyjnej). Każdemu respondentowi mogła być zatem przyporządkowana dowolna ilość kodów odpowiadających wypowiedziom, a każdy z kodów użyty wielokrotnie dla oznaczenia poszczególnych wypowiedzi respondenta. W związku z powyższym ilościowe zestawienia kodów nie stanowią proporcjonalnego względem liczebności próby rozkładu odpowiedzi, obrazują natomiast dominujące tendencje w wyróżnionych zakresach tematycznych.

³ Warto nadmienić, iż sam fakt ich obecności może wynikać z charakteru przyjętej strategii promocyjnej, jak również świadczyć o lukach w działaniach promocyjnych – ustalenie owych zależności wymagałoby jednak pogłębionej analizy w ramach oddzielnego studium.

⁴ W tym kontekście zob. m.in. opinie mieszkańców Warszawy o dzielnicy Praga-Północ, B. Jałowiecki, *Percepcja przestrzeni Warszawy*, *Studia Regionalne i Lokalne* 2(2000), s. 82, 85; w kontekście wpływu czynników społeczno-przestrzennych na zachowania i postawy jednostek zob. m.in.: B. Jałowiecki, *Czy Warszawa staje się miastem trzeciego świata?*, *Studia Regionalne i Lokalne* 4(2006).

⁵ Zrzeszony w poszczególnych stowarzyszeniach kibicowskich (na czele z Ogólnopolskim Związkiem Stowarzyszeń Kibiców) oraz nieformalnych grupach ultras i chuligańskich.

⁶ W odpowiedzi na pytanie o obecność bądź jej brak w Strefie Kibica.

⁷ W pełni subiektywne deklaracje, nie posiadające zapośredniczenia zarówno w danych jak i obserwacjach, a przypuszczalnie związane z internalizacją mainstreamowych przekazów medialnych mogą świadczyć o zaniżonej samoocenie respondentów na tle przynależności narodowej. Odnosząc się do kluczowego paradygmatu badań jakościowych, interakcjonizmu symbolicznego wypada nadmienić, iż ów fakt określić można jako uzależnienie indywidualnej opinii od zbiorowej jaźni odzwierciedlonej.

⁸ Stanowiący odzwierciedlenie stałej tendencji ogólnospołecznej. Według raportu CBOS cztery zawody znajdujące się najniżej w hierarchii prestiżu to minister, radny gminny, poseł na Sejm oraz działacz partii politycznej. Zob. CBOS, *Prestiż zawodów*. Komunikat z badań, Warszawa 2009, s. 2. Jednocześnie według aktualnych danych partiom politycznym ufa jedynie 20% Polaków, a dużą nieufność budzą również Sejm i Senat (55%) oraz rząd (49%). Zob. CBOS, *Zaufanie społeczne*, Warszawa 2012, s. 12.

⁹ Deklarowana opinia jest sprzeczna ze stanem faktycznym i możliwa do postrzegania jako internalizacja mainstreamowych przekazów medialnych, podążająca w stronę tzw. fałszywej świadomości. Podobny problem dotyczył wypowiedzi dwóch respondentów, którzy wyrażali przekonanie, że budowa Stadionu Narodowego w Warszawie była zasługą warszawskiego magistratu, na czele z panią prezydent Hanną Gronkiewicz-Waltz, co również nie jest zgodne ze stanem faktycznym, jako że Stadion Narodowy podlega pod Narodowe Centrum Sportu, a nie pod organa administracji samorządowej.

¹⁰ Co warte podkreślenia ów wymiar może znacząco korelować z przekazami medialnymi (zwłaszcza telewizyjnymi) o charakterze promocyjnym, które ustępują miejsca innym, aktualniejszym tematom bezpośrednio po zakończeniu imprezy. Podobna tendencja zauważalna jest również w przypadku innych elementów szeroko pojętej kultury masowej – Euro staje się jej ważnym elementem przed oraz bezpośrednio w trakcie trwania imprezy, ustępując następnie miejsca kolejnym sloganom, hasłom marketingowo-reklamowo-wizerunkowym.

¹¹ Umożliwiając tym samym swego rodzaju „urzetelnienie” pomiaru.

¹² Dzielnicę spauperyzowaną, od wielu lat niezmiennie sytuowaną przez warszawiaków jako „najgorsza” w związku z tzw. „otoczeniem społecznym”, zob. B. Jałowiecki, *Percepcja przestrzeni Warszawy*, „Studia Regionalne i Lokalne”, 2(2000), s. 82, 85.

¹³ Zgodnie z podziałem zorganizowanego ruchu kibicowskiego na ultras (szalikowców, osoby zaangażowane w tworzenie opraw meczowych, prowadzenie doping, obronę braw klubowych) i chuliganów (bojówki kibicowskie), zob. m.in. J. Dudala, *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach*, Warszawa 2004, s. 26-31, zob. także P. Piotrowski, *Subkultury młodzieżowe. Aspekty psychospołeczne*, Warszawa 2003, s. 66-67, 73, 91-111. Według wielu obserwatorów z racji dużej liczby kibiców podczas Euro 2012 ów podział uległ zatarciu, a w zamieszkach uczestniczyli przedstawiciele obu grup z różnych krajów.

¹⁴ W tym miejscu warto wskazać na wybiórczość działań i skupienie władz na aspekcie PR w ramach szeroko pojętych zagadnień bezpieczeństwa. Szeroko promowanym medialnie było zamalowywanie kibicowskiego graffiti na murze w Legionowie, przedstawionego jako nazistowskie w filmie „Stadiony nienawiści” autorstwa BBC. Graffiti to oprócz emblematów klubowych zawierało krzyż celtycki, używany w Polsce przez sympatyków/członków środowisk nacjonalistycznych, symbol legalny i nie posiadający konotacji nazistowskich (jedynym krajem europejskim, w którym krzyż celtycki jest zakazany są Niemcy). Zob. m.in.

<http://www.msz.gov.pl/Wiceszefowa,MSZ,zamalowala,rasistowskie,napisy,w,Legionowie,,depeza,PAP,18.07.2012,55327.html>, dnia 22.09.2012. Jednocześnie pominięto obecne w Warszawie napisy na murach o jawnie rasistowskiej i nazistowskiej symbolice. Zdjęcie jednego z takich napisów znajduje się w wizualnej części raportu. Oprócz symboli legalnych – „mieczyka chrobrego” oraz krzyża celtyckiego zawiera ono hasło „white pride” oraz liczbę „14” odnoszącą się do tzw. „fourteen words” – „Musimy zagwarantować byt naszych ludzi i przyszłość dla Białych dzieci”, cytatu z wypowiedzi Davida Lane’a, członka organizacji The Order, wchodzącej w skład neonazistowskiej amerykańskiej organizacji quasireligijnej Aryan Nation. Zob. m.in. http://www.adl.org/presrele/neosk_82/aryan_nations_82.asp, dnia 22.09.2012, <http://www.aryan-nation.org/>, dnia 22.09.2012.

¹⁵ Obie wypowiedzi zarejestrowane podczas niejawniej obserwacji uczestniczącej.

¹⁶ Na ten temat zob. m.in. http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34889,12186250,Zamkna_sklepy_w_podziemiu_Centralnego_Kupcy_protestuja.html, dnia 14.10.2012.

¹⁷ Zob. m.in. http://legionisci.com/news/48634_Kibicowski_mecz_legijnego_Grochowa_z_Goclawiem.html, dnia 22.09.2012.

¹⁸ Wraz z umieszczonym na chustach zasłaniających twarz (w celu utrudnienia identyfikacji) hasłem „Cały nasz chuligański trud Tobie ukochana ojczyzno”.

¹⁹ Owe „zjednoczenie” traktować można jako jeden z dowodów na specyficzną pojmowaną postawę patriotyczną.

BIBLIOGRAFIA

Dudała J. (2004), *Fani-chuligani. Rzecz o polskich kibolach*, Warszawa.

Jalowiecki B. (2006), *Czy Warszawa staje się miastem trzeciego świata?*, „Studia Regionalne i Lokalne” Nr 4.

Jalowiecki B., *Percepcja przestrzeni Warszawy*, „Studia Regionalne i Lokalne” Nr 2.

Komunikat z badań CBOS „Prestiż zawodów”, Warszawa 2009.

Komunikat z badań CBOS „Zaufanie społeczne”, Warszawa 2012.

Konecki K.T. (2005), *Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” Nr 1, t. 1.

Ł. (2012), *Komentarz: Trwa Euro 2012*, „Droga Legionisty. Magazine patriotycznej strony ulicy” Nr 2, s. 20.

Piotrowski P., *Subkultury młodzieżowe. Aspekty psychospołeczne*, Warszawa 2003.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE:

http://www.adl.org/presrele/neosk_82/aryan_nations_82.asp, dostęp 22.09.2012.

<http://www.aryan-nation.org/>, dostęp 22.09.2012.

<http://www.gazetapolska.pl/22456-polowanie-na-kelnera>, dostęp 05.09.2012.

http://legionisci.com/news/48634_Kibicowski_mecz_legijnego_Grochowa_z_Goclawiem.html,
dostęp 22.09.2012.

<http://www.msz.gov.pl/Wiceszefowa,MSZ,zamalowala,rasistowskie,napisy,w,Legionowie,,depesza,PAP,18.07.2012,55327.html>,
dostęp 22.09.2012.

<http://www.polskieradio.pl/114/1985/Artykul/628588,Prezes-z-Kelnerem-organizowali-zadymy-przed-meczem-Polska-Rosja>,
dostęp 18.06.2012.

<http://www.radionet.pl/publikacje/kibice-przeciwni-rzadowi-aresztowani-przez-policje>,
dostęp 19.06.2012.

http://warszawa.gazeta.pl/warszawa/1,34889,12186250,Zamkna_sklepy_w_podziemiu_Centralnego_Kupcy_protestuja.html,
dostęp 14.10.2012.

http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114883,11961787,Policja_To_kibol_z_prezesem_z_organizowali_zadymy.html,
dostęp 19.06.2012.