

Dorota Kozaryn

Uniwersytet Szczeciński

 <https://orcid.org/0000-0002-2308-015X>

Leonarda Mariak

Uniwersytet Szczeciński

 <https://orcid.org/0000-0001-9922-954X>

Komunikacja werbalna kibiców MKS Pogoń Szczecin na przykładzie haseł i sloganów

Wstęp

Przedmiotem zainteresowania w niniejszych rozważaniach czynimy językowe zachowania wspólnoty kibiców piłkarskich funkcjonującej w związku z działalnością Morskiego Klubu Sportowego Pogoń Szczecin. Naszym celem jest ukazanie budowy, zawartości treściowej oraz funkcji haseł i sloganów tworzonych i wykorzystywanych przez kibiców szczecińskiego klubu sportowego. Hasło i slogan należą do podstawowych form kibicowskiej komunikacji werbalnej, ale pomimo tego w literaturze przedmiotu poświęconej socjolektowi kibicowskiemu nie zostały zdefiniowane ani opracowane. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmujemy definicje ogólne *hasła* i *sloganu* zaproponowane przez *Słownik terminów literackich*, traktujemy te formy tekstowe jako swoiste gatunki mowy i rozumiemy *hasło* jako „krótką formułę, lapidarnie wyrażającą jakąś ideę lub wzywającą do działania” (Sławiński 1988: 176), *slogan* natomiast jako „zwięzłe, dobitne i stylistycznie wyraziste sformułowanie nakłaniające do czegoś, propagujące wśród odbiorców jakąś opinię lub zasadę postępowania” (Sławiński 1988: 471).

Forma oraz funkcja haseł i sloganów w komunikacji kibicowskiej są ściśle związane z miejscem rozpowszechniania tych tekstów. *Fani, fanatycy*, czyli osoby zaangażowane w ruch kibicowski, którzy są najczęściej autorami haseł i sloganów, publikują je w postaci pisanej (w komunikacji internetowej: na fanpage'ach, forach, a także w formie napisów umieszczanych na vlepkach, flagach czy jako części graffiti lub tatuaży). Slogany i hasła są również realizowane ustnie jako jedna z form stadionowego kibicowania podczas rozgrywek meczowych.

W związku z omawianymi przez nas w niniejszym opracowaniu tekstowymi wytworami socjolektu szczecińskich kibiców niezbędne staje się wyjaśnienie, czym jest tworzona przez kibiców wspólnota. Zdaniem Ewy Kołodziejek:

Typ wspólnoty, jaką tworzą kibice piłkarscy, socjologzy określają jako *communitas*. *Communitas* to odrzucenie obowiązujących norm, instytucji, hierarchii społecznych, ról, pozycji na rzecz takich uniwersalnych wartości, jak równość, braterstwo, bezinteresowność, harmonia. [...] Wspólnota typu *communitas* jest nie-trwała, doraźna, spontaniczna, jest przeciwieństwem struktury oficjalnej. Jednak wbrew zewnętrznym przejawom, *communitas* pełni funkcję integrującą, daje poczucie grupowej więzi (Kołodziejek 2015: 105).

Komunikację werbalną rozumiemy jako proces porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji, którego celem jest wymiana myśli, dzielenie się wiedzą, informacjami i ideami (Dobek-Ostrowska 1999: 13) za pomocą środków językowych (kodowych i pozakodowych).

Język, którym posługują się kibice szczecińskiego klubu piłkarskiego tworzy socjolekt, czyli odmianę języka narodowego związaną z istnieniem trwałej grupy społecznej (Grabias 1993: 223), odmianę, której bazę stanowi język potoczny (Kołodziejek 2015: 31–42), odmianę, o której kształcie leksykalnym decydują trzy kategorie: zawodowość, tajność, ekspresywność, obecne w każdym socjolekcie, choć w różnym zakresie (Kołodziejek 2015: 34). Zdaniem Stanisława Grabiasa, by opisać specyfikę języka danej grupy, tworzącego ją i przez nią tworzonego, trzeba dokonać „refleksji

na temat zjawisk społecznych, takich jak charakter grupy, typ więzi łączącej jej członków, miejsce tej grupy w życiu całego społeczeństwa” (Grabias 1997: 112). Wspólnota szczecińskich kibiców zaczęła istnieć w 1948 roku, czyli wtedy, gdy powstał największy na Pomorzu Zachodnim piłkarski klub sportowy, na początku pod nazwą *Sztorm Szczecin*, po 7 latach przemianowany na *Pogoń Szczecin*. Nazwa *Pogoń*, a także klubowe barwy: granat i bordo odwołują się do tradycji lwowskiego klubu Pogoń Lwów. W swojej ponad siedemdziesięcioletniej historii klub przeżywał i sukcesy, i porażki, zmiany kadry i zarządu, awanse ligowe i spadki, wzrosty finansowe i długi. Ważne jest jednak to, że w każdej sytuacji — dobrej czy złej klub zawsze mógł liczyć na swoich oddanych, prawdziwych kibiców, którzy swoje przywiązanie do klubu wyrażali między innymi w treści haseł i sloganów, typu: „Dumni po zwycięstwie, wierni po porażce”, „Czy wygrasz czy nie, ja i tak kocham cię!”, „Jedno serce jeden klub, Pogoń Szczecin aż po grób”, „Pogoń jest moim tętmem, moim hajem, moim życiem — to jest piękne”, „Granato-wo bordowa rodzina w dobrych czy złych chwilach zawsze silna Pogoń Szczecin”. Nieformalny charakter wspólnoty kibicowskiej i związany z tym brak danych ewidencyjnych uniemożliwia podanie liczby fanów tej grupy w przeszłości i współcześnie.

Stanowiące bazę materiałową niniejszych uwag hasła i slogany, choć są wytworem najprawdopodobniej *fanatyków*, a zwłaszcza *ultrasów*¹, czyli tylko części opisywanej powyżej wspólnoty zawiązywanej na czas wyjazdów meczowych oraz na czas trwania meczów, z całą pewnością — dzięki formom istnienia (pisana i ustna) oraz funkcjonowania podczas meczów i poza nimi — także służą tworzeniu więzi, integracji grupy kibiców jako ogółu.

¹ *Ultras* to „fanatyczny kibic odpowiedzialny za tworzenie opraw meczowych, choreografii oraz prowadzenie doping; niektórzy ultrasi zajmują się także malowaniem graffiti” (Kawińska-Pniak 2022: 677).

Struktura kibicowskich haseł i sloganów

Zgromadzony materiał² liczy blisko 400 jednostek leksykalnych zróżnicowanych pod względem funkcji i budowy. Zgodnie z przywołaną wcześniej definicją obu pojęć przeważają struktury proste, skondensowane pod względem treści, najczęściej mające postać:

- równoważników, np.: „A my swoje...”, „Artyści ulic i trybun”, „Bajkopisarze z małopolskiej”, „Naprzód do zwycięstwa Polska zawsze wierni”, „Nasze trybuny, nasze zasady”, „Barwy rzecz święta!”, „Bez cienia wątpliwości, wszyscy bez litości”, „Biedni w kieszeni — bogaci w sercu”, „Blask rac a nie klubowy ultrafiolet”, „Bóg honor ojczyzna / Deus honor patria”, „Brak ambicji = brak dopingu. No ambition = no support”, „Bussem, furą, drugą klasą... na wyjazdach zawsze z klasą”, „Cała Pogoń zawsze razem”, „Całe życie na melanzu”, „Całe życie na przypale”, „Cały nasz chuligański trud tobie ukochana ojczyzno”, „Chwała wielkiej drużynie Pogoni”, „Chwała wielkiej Polsce”, „Życie na kibicowskim szlaku”, „Dobre dziewczyny wśród dobrych chłopaków”, „Zjednoczony Szczecin i Warszawa”, „Zawsze tam, gdzie ty”, „Zawsze z przodu, nigdy z boku... PS ... wierni fani z miejskich bloków”, „Wielki klub wielka historia”, „Wierni do końca, fanatycy z północy Pogoń”, „Wielka Pogoń, wielki Szczecin, wielka Polska”, „Wielka Polska”, „W poszukiwaniu wrażeń na kibicowskim szlaku”, „W sobotę mecz — wszystko inne precz”;
- zdań pojedynczych, np.: „Każdy z nas w tym duchu wyrasta ducha patriotów z portowego miasta”, „Kibice Pogoni Szczecin życzą udanych wakacji”, „Lepiej być martwym niż czerwonym”, „Lecim na Szczecin”, „Kochamy ją z całych sił Pogoń Szczecin”, „Złotego Gryfa znak poprowadzi nas”, „Za Pogonią przemierzamy cały

² Bazę materiałową stanowi słownik socjolektu kibiców MKS Pogoń Szczecin przygotowany przez M. Kawińską-Pniak (2022: 302-720), zwłaszcza Kawińska-Pniak 2022: 320-348. Przykłady zaczerpnięte ze słownika podajemy zgodnie z oryginalną interpunkcją oraz ortografią.

kraj”, „Za Pogonią kilometry przemierzamy”, „Choćby było źle w miłości do Niej wytrwamy”, „Z braćmi gramy w otwarte karty”, „Reprezentujemy barwy ukochanej drużyny”, „Pozdrawiamy was bracia z Warszawy”, „Szczecin wita”, „Szczecin wita fanatyka” „Tylko szmata sprzedaje brata”;

- zdań dwukrotnie złożonych, np.: „W Szczecinie jest klub, który stworzył Bóg”, „Twardowskiego byliśmy tu i zawsze będziemy”, „Tutaj weekend się zaczyna tutaj wzrasta adrenalina”, „Tutaj się wychowaliśmy i serce swe Pogoni oddaliśmy”, „Przeżyliśmy Ruska przeżyjemy Tuska”, „Przybyszu miej to na uwadze, Pogoń trzyma tutaj władzę”, „Tutaj to jest krew tego klubu, bez nich serce drużyny nie bije”, „Postępuj lojalnie wobec swoich braci a każdy z twoich braci szacunkiem ci odpłaci”, „Szczecin stąd jesteśmy i tu umrzemy”, „Witamy w krainie gdzie obcy ginie”, „Wielka wspólna rodzina nic się nie zmienia brak formy, spadki, porażki — są bez znaczenia”, „Są chwile i ludzie, których się nie zapomina”, „Ultras to sztuka przetrwania pierdolić zakazy, jesteśmy nie do złamania”;

oraz znacznie rzadziej:

- zdań wielokrotnie złożonych: „Tu życie tętni, tu płyną te dni, tu moi ludzie, za których mogę ręczyć”, „To my jesteśmy siłą tego miasta tak było, jest i basta”, „Wjeżdżając tutaj czujesz niepokój tu rządzi Pogoń pilnuj się na każdym kroku”;
- czy zdań utworzonych w sposób mieszany (ze zdań pojedynczych i wielokrotnie złożonych): „Teraz młode pokolenie. Przyszła na nas kolej nie chcemy żyć w cieniu pomników Armii Czerwonej lokalni patrioci rozpalmy w sercu narodowej dumy płomień żyją bohaterowie, zdrajcy boją się ich wspomnień mogę ręczyć”, „Wychowała nas ulica połączyła pasja i dzielnica, tylko to co najlepsze jest wystarczająco dobre”, „Ze sprzętem nie jesteś dla nikogo wzorem! Jeśli walczysz — rób to z honorem!”.

Jak widać z przytoczonych przykładów, hasła i slogany mają prostą, ale zarazem zróżnicowaną strukturę. Zwięzłość formy tych tekstów jest związana przede wszystkim z ograniczoną powierzchnią miejsc, na których je umieszczano. Szaliki, vleпки, transparenty czy tatuaże to wytwory niewielkich rozmiarów, dlatego aby napis był widoczny i czytelny, powinien być krótki. Celem zaś haseł i sloganów skandowanych, wykrzykiwanych na stadionach jest zagrzewanie do walki piłkarzy swojej drużyny. Wspólne dopingowanie, zabawa jedno- czy kibiców i wzmacnia więzi między nimi, a także wyzwala pozytywne emocje, daje satysfakcję i radość z uczestnictwa w meczu. Żeby teksty te mogły spełnić swoje zadanie, powinny być zwięzłe, ponieważ tylko wtedy kibice zajmujący odległe miejsca od młyna, czyli sektora stanowiącego centrum dopingowania, będą mieli szansę je usłyszeć i zrozumieć.

Warto wspomnieć o jeszcze jednej ważnej cesze struktury haseł i sloganów, czyli rymach, np.: „Szydź z generałów, nie lęka się wojska nielegalny naród, zakazana Polska!”, „Szczecin czeka, my czekamy, na zdobycie pierwszej bramy”, „Silni jak nigdy do tej pory, reprezentujemy brak skruchy i pokory”, „Rządu niespełnione obietnice, temat zastępczy — kibice”, „Przybyszu miej to na uwadze, Pogoń trzyma tutaj władzę”, „Przeżyliśmy Ruska przeżyjemy Tuska”, „Postępuj lojalnie wobec swoich braci a każdy z twoich braci szacunkiem ci odpłaci”, „Ole! To my młodzi kibole”, „Ojciec w ormo synek w kodzie demokracja zawsze w modzie”, „Od małego na całego”, „Niech się goni Ptak Antoni”. Rytmizacja jest często wykorzystywanym sposobem organizacji tych tekstów, przede wszystkim z tego powodu, że ułatwia ich zapamiętanie, odtwarzanie, a także skandowanie podczas meczów.

Środki językowe

Z prostotą struktury haseł i sloganów korespondują równie nieskomplikowane, standardowe środki językowe. Podstawą języka tych komunikatów jest słownictwo współnoodmianowe (Markowski 1992), np.: *młody, życie, witać, wspólny, forma, sobota, przód*, oraz różne kategorie leksyki nacechowanej, takiej jak:

- wulgaryzmy i inwektywy, np.: *jebać, chuj, chujowy, kurestwo, kurwa, pierdolić, rozjebać*;
- potocyzmy (standardowe i substandardowe), np.: *japa, melanż, koks, frajer, czerwony, hajs, lewactwo, lewacki, lewak, pedał, szmata, fura, gonić się, konfitura, matol, ścierwo, przypał, kibol*;
- frazeologizmy potoczne, np.: *mydlić oczy, bawić się na całego, nie ma bata*;
- leksyka z wysokiego rejestru stylistycznego, tzw. bogoojczyźniana: *Bóg, honor, ojczyzna (Deus, honor, patria), cześć i chwała, bohater, narodowa duma*.

Występuje także leksyka typowa dla socjolektu kibicowskiego (neutralna i nacechowana), np.: *brama* 'bramka', *kibic, fanatyk, fanatyzm, goście, ultras*, oraz zapożyczenia nieprzyswojone, głównie anglicyzmy: *against modern football* 'ang. przeciwko nowoczesnej piłce nożnej', *all cops are bastard* 'ang. wszyscy gliniarze to dranie', *better dead than red* 'ang. lepszy martwy niż czerwony', *fuck euro* 'ang. pierdolić euro', *good night left side* 'ang. dobranoc lewico', *love and be brave* 'ang. kochaj i bądź odważny', *you will never walk alone* 'ang. nigdy nie będziesz szedł sam'. Język angielski dominuje wśród zapożyczeń właściwych w socjolekcie kibiców piłki nożnej ze względu na jego międzynarodowy charakter, a także popularność ruchu kibicowskiego w Anglii. Uniwersalność językowa stwarza możliwość dotarcia do dużo większego grona odbiorców, rozszerzając klubową wspólnotę na cały świat kibicowski.

Oprócz prostej składni i wymienionych powyżej warstw leksyki ważnym składnikiem, wpływającym na język oraz strukturę haseł i sloganów są wyróżniki gramatyczne, takie jak:

- zaimek osobowy *my*, dzierżawczy *nasz* oraz formy czasowników w 1. os. l. mn., np.: „W naszych sercach zawsze Pogoń”, „Nasze trybuny, nasze zasady”, „W 1 li-dze czy nie, my i tak kochamy cię”, „Ultras Pogoń Szczecin to my tworzymy historie”, „Twardowskiego byliśmy tu i zawsze będziemy”, „Twardowskiego

nasz drugi dom”, „Tu my rozdajemy karty”, „To my stanowimy potęgę tego miasta”, „Pogoń to barwy, historia, stadion, klimat — Pogoń to my”, „Pogoń to nasza duma i pasja wielcy fanatycy z małego miasta”, „Prosto z niemieckiej stolicy to my, Pogoni fanatycy”. Dzięki wskazanym elementom slogany i hasła typu: „Wyjazdy, melanje, mecze u siebie jesteśmy zawsze razem w potrzebie”, „Wszystkie lata naszej młodości oddaliśmy naszej miłości”, „Tworzymy jedną całość rodzina uns !!! nie ma tu słabego ogniwa”, „Tutaj się wychowaliśmy i serce swe Pogoni oddaliśmy”, „Pogoń Szczecin dla nas to jest całe życie dar od Boga to co pokochaliśmy”, „Pozdrawiamy was bracia z Warszawy”, „Pozdrawiamy wszystkich ziomków żyjących za kratami”, „Przekraczając tej dzielnicy bramy Parkowa wiesz, że za te barwy życie oddamy”, „Przemierzamy kilometry... Pogoń Szczecin ...i nieważne są przeszkody! On tour” podkreślają zespołowy charakter relacji między kibicami i silne więzi grupowe, a także wskazują na potrzebę wspólnej aktywności i okazania na zewnątrz siły tej grupy — siły, która ma swoje źródło w jedności. Zaimek *my* oraz 1. os. l. mn. czasowników uwydatniały ponadto odrębność wspólnoty kibiców MKS Pogoń Szczecin na tle innych grup, zgodnie z dwubiegunowym wartościowaniem i podziałem na to, co dobre, swoje — związane z nami — i to, co złe, wrogie — ich. Zaimek osobowy *my* w sloganach wykrzykiwanych podczas meczów jest również jednym ze strukturalnych wykładników interakcyjności do-pingu prowadzonego przez kibiców podczas meczów.

- zaimek *wy* i czasowniki w 2. os. l. mn. — zastosowanie tych form jest jednym z najprostszych sposobów wyrażania kategorii obcości, np.: „Porzućcie wszelką nadzieję, wy, którzy tu wstępujecie”, „Mroczek — ciagle mydlisz ludziom oczy, nas tu nic już nie zaskoczy. Dalej głaszczcie się po plecach, w pierwszej lidze będzie heca”, „Macie wygrać tak jak chcemy bo was kurwa rozjebimy”, „Jesteśmy tylko ludźmi z pasją, choć

bandytów w nas widzicie. Nasza pasja nie zna granic. My kochamy to nad życie”, „Dumy nie zszargacie nie zabierzecie honoru grudzień 70 Polak walczy zawsze pomimo oporu”. Zaimek wy określa także wrogów, do których kibice zaliczają m.in. policję, np.: „My stoimy, bo lubimy, wy stoicie, bo musicie!”.

Liczne potoczmy, formy wulgarne, prosta budowa zdań, niewyszukane środki językowego obrazowania wskazują, że twórcami sloganów były osoby raczej bez literackiego doświadczenia. Teksty te pisał najprawdopodobniej fan-amator z potrzeby chwili, serca dla innego kibica o podobnych, co autor, kompetencjach. Prostota haseł i sloganów wynika więc przede wszystkim z funkcji, jaką te teksty pełnią w komunikacji kibicowskiej (będzie o tym mowa szerzej w dalszej części artykułu) oraz kompetencji odbiorcy. Do nielicznych należą te hasła i slogany, którym można przypisać pewne walory artystyczne, np.: „Tu życie tętni, tu płyną te dni, tu moi ludzie, za których mogę ręczyć”, „Tutaj nikomu nie są obojętne, barwy nieba nocą... granatowo-bordowe bukowe ...i krwi tłoczanej przez serce”, „Tylko to co najlepsze jest wystarczająco dobre”. Funkcję artystyczną można przypisać także kilku hasłom i sloganom, opartym na nawiązaniach intertekstualnych oraz modyfikacjach związków frazeologicznych i przysłów, np.:

- „Polak Węgier dwa bratanki i do piłki i do szklanki”, „Polska Węgry dwa bratanki”, „Pogoń Legia dwa bratanki” — przysłowie w postaci kanonicznej: „Polak, Węgier — dwa bratanki, i do szabli, i do szklanki”;
- „Jak Feniks z popiołów odradzamy się na nowo” — przysłowie w postaci kanonicznej: „Odradzać się jak Feniks z popiołów” (Kopaliński 1987: 278);
- „Porzućcie wszelką nadzieję, wy, którzy tu wstępujecie” — to prawie dosłowne przeniesienie napisu znajdującego się nad wejściem do piekła w *Boskiej komedii* Dantego Alighieri: „Porzućcie wszelką nadzieję, wy, którzy tu wchodzicie”;

- „Bóg wybacza my nigdy” — w tym hasle odnaleźć można pogłos tytułu włoskiego westernu z 1967 r. *Dio perdona... Io no* (tj. ‘Bóg przebacza, ja nie’) w reżyserii Giuseppe Colizzi’ego;
- „Bo fantazja jest od tego, aby bawić się na całego” — jest to skrócony cytat z tekstu piosenki zatytułowanej *Moja fantazja* (słowa: Ewa Chotomska, muzyka: Sławomir Kowalewski);
- „W życiu piękne są tylko chwile” — to nawiązanie do tytułu popularnej piosenki zespołu Dżem.

Tematyka kibicowskich haseł i sloganów

Kibicowskie hasła i slogany ze względu na podejmowaną tematykę można poklasyfikować na kilka grup. Omawiane tu teksty najczęściej informują o:

- przywiązaniu, bezwarunkowej miłości fanów³ do swojego klubu, np.: „Szczecin wierni fani, od zawsze Pogoni oddani dziś już rozpoznawani”, „Od zawsze... Pogoń ...na zawsze”, „Chwała wielkiej drużynie Pogoni”, „Do końca Pogoni Szczecin”, „Już nie tacy młodzi, lecz wciąż zapału pełni idziemy drogą obroną sprzed lat, Pogoni pozostając wierni”, „Kochamy ją z całych sił Pogoń Szczecin”, „Kochamy te barwy, kochamy ten klub Pogoń Szczecin”, „Miłość do Pogoni jest naszym losem zwycięstwo naszą nadzieją”, „Miłość jedno ma imię Pogoń Szczecin”, „Morski Klub Sportowy 1948 to historia, która nigdy się nie kończy”, „Za Pogoń damy w każdy czas, czy czas dobry, czy czas zły”, „Za Pogonią przemierzamy cały kraj”, „Za Pogonią kilometry

³ Bezwarunkowa miłość do klubu funkcjonuje w niepisanym swoistym kodeksie honorowym obowiązującym każdego kibica. Wśród zasad pojawia się i ta nakazująca bycie na dobre i złe ze swoją drużyną, identyfikowanie się z jej barwami, herbem, nie z piłkarzami, sponsorami czy działaczami, którzy często się zmieniają. „Nie ma tolerancji dla sprzedawanych, układanych meczów i leniwych piłkarzy. Łatwiej przełknąć porażkę, gdy zawodnicy dali z siebie wszystko, »gryźli trawę«” (Źródło: ankieta wypełniona przez kibica).

.....

przemierzamy choćby było źle w miłości do niej wytrwamy”, „Z Pogonią do końca życia”, „Wszystkie lata naszej młodości oddaliśmy naszej miłości”, „Wszystkie serca za Pogonią”, „Pogoń nas jednoczy”, „Skazani na Pogoń”, „Pogoń Szczecin dla nas to jest całe życie dar od Boga to co pokochaliśmy”, „Pogoń Szczecin do końca”, „Pogoń Szczecin eksplozja fanatyzmu”, „Pogoń Szczecin to nasza pasja, nasz nałóg, nasze życie”, „Pogoń Szczecin to więcej niż klub”, „Pogoń szczecińska albo żadna”, „Pogoń to coś więcej niż te parę liter Pogoń to kibice, Pogoń to ludzie, Pogoń to my”, „W Szczecinie jest klub, który stworzył Bóg”;

- wierności symbolom, klubowym i narodowym barwom, np.: „By Pogoni dobre sławić imię, dwie ekipy jeden herb wielka Pogoń to nasz cel”, „Nie ma szali nie do zdobycia barwy Pogoni to sens życia”, „Oddani granatowo-bordowym barwom”, „Reprezentujemy barwy ukochanej drużyny”, „Barwy Pogoni to sens życia każda odległość jest do przebycia”, „Barwy rzecz święta!”, „Granatowo bordowe barwy bojowe”, „Granatowo-bordowe miasto dla ludzi z pasją”, „Jeden wspólny cel kolor biel i czerwień honor i duma — styl, który błyszczy na trybunach”, „Złotego Gryfa znak poprowadzi nas”, „Przekraczając tej dzielnicy bramy Parkowa wiesz, że za te barwy życie oddamy”;
- dumie z bycia fanem Pogoni, np.: „Nie mów szeptem, gdy pytają, skąd jesteś”, „Nie mówię szeptem, gdy pytają, skąd jestem”, „Pogoń nasza duma, duma tego miasta, duma zachodnich dzielnic”, „Pogoń Szczecin władcy Pomorza”, „Pogoń to nasza duma i pasja wielcy fanatyzy z małego miasta”, „Pogoń Szczecin duma Pomorza”.

W środowisku piłkarskich fanów szczególnie cenione są wartości patriotyczne i pielęgnowanie tożsamości narodowej oraz pamięć o ważnych wydarzeniach z dziejów Polski. Stąd kolejną bardzo liczną grupę stanowią hasła i slogany o tematyce patriotycznej, np.: „Niech żyje Polska”, „Niech żyje wolna Polska”, „Armio Wyklęta! Szczecin o tobie pamięta”, „Bóg Honor

Ojczyzna / Deus Honor Patria”, „Cały nasz chuligański trud tobie ukochana Ojczyzno”, „Chwała Wielkiej Polsce!”, „Cześć i chwała bohaterom”, „Cześć ich/waszej pamięci Żołnierze Wyklęci”, „Dumni z Polskości”, „Dumy nie zszargacie nie zabierzecie honoru Grudzień 70 Polak walczy zawsze pomimo oporu”, „Jestem Polakiem! Więc obowiązki mam polskie”, „Każdy z nas w tym duchu wyrasta duchu patriotów z portowego miasta”, „Kolejny bohater wychodzi z cienia to historia Roja żołnierza Podziemia”, „Polska ponad wszystko”, „Powstańcom chwała, Szczecin nie zapomni”, „Teraz Młode Pokolenie. Przyszła Na Nas Kolej Nie Chcemy Żyć W Cieniu Pomników Armii Czerwonej Lokalni Patrioci Rozpalmy W Sercu Narodowej Dumy Płomień Żyją Bohaterowie, Zdraycy Boją Się Ich Wspomnień”, „Śmierć konfidentom, śmierć wrogom ojczyzny”.

Fani szczecińskiej Pogoni są silnie związani nie tylko z Polską jako krajem pochodzenia, ale także ze Szczecinem, województwem zachodniopomorskim — swoją małą ojczyzną. Demonstrowanie przywiązania do rodzinnej miejscowości, dzielnicy, w której wychowali się fani piłkarscy, jest często akcentowane na wielu kibicowskich wytworach, zwłaszcza we vlepkach, ale także w analizowanych tu sloganach i hasłach, np.: „Nasza dzielnica nikogo nie zachwyca... Gocław Towarowy to część naszego życia”, „Dzielnica cudów”, „Miasto Pogoni”, „Morskie miasto Szczecin”, „Zachodnie dzielnice z Pogonią na całe życie!”, „Zachód zawsze po prawej stronie”, „Zachód zielone płuca Szczecina”, „Stołczyn na melanżach w tańcu się nie pierdoli”, „Styl północnych dzielnic”, „Szczecin dla nas to coś więcej niż miasto”, „Szczecin stąd jesteśmy i tu umrzemy”, „Szczecin w samym sercu Europy”, „W naszym prasłowiańskim grodzie Pyrzyce Pogoń Szczecin zawsze w modzie”.

Wyrazem postawy patriotycznej, przywiązania fanów do tradycji narodowych są nie tylko teksty o treściach patriotycznych, ale także wytwory kibicowskie, np. szaliki, vleпки, na których łączono barwy klubowe z barwami narodowymi, symbole klubowe z symbolami narodowymi oraz klubowy herb z godłem Polski. Postawa patriotyczna cechuje całe środowisko kibicowskie i jako wartość szczególnie ważna stanowi znak rozpoznawczy członków tej subkultury.

Kolejna duża grupa haseł i sloganów dotyczy samych kibiców, łączących ich więzi, wyznawanych wartości, postaw i zachowań, zarówno tych pozytywnych, jak i negatywnych, np.: „My fani Pogoni, my portowcy”, „My tworzymy historię inni muszą na nią czekać”, „My zginiemy Pogoń nigdy”, „Nasze trybuny, nasze zasady”, „Nie damy zginąć naszemu klubowi”, „Nie dla chwały, nie dla sławy lecz dla naszej wspólnej sprawy!”, „Ole! To my młodzi kibole”, „Pogoń & Legia to jedna rodzina”, „Pogoń & Legia przyjaciele nie tylko z trybun”, „Pogoń nas jednoczy”, „Pogoń Legia dwa bratanki”, „Cała Pogoń zawsze razem”, „Braterstwo tworzymy bez wysiłku Pogoń Szczecin Legia Warszawa”, „Braci się nie traci”, „Dzięki Bogu za tych kilku ziomków w sercu, którzy od świtu do zmroku są przy moim boku”, „Gdziekolwiek Pogoń będzie grać blisko czy daleko stąd tam będzie z nią choszczeńska brać aby dopingować ją”, „Krótko się znamy więc tymi vlepmi przyjaźń zacieśniamy”, „Kryształami się stukamy, naszą zgodę umacniamy”, „Zawsze będziemy szli razem”, „Z braćmi gramy w otwarte karty”, „Pozdrawiamy was bracia z Warszawy”, „Pozdrawiamy wszystkich ziomków żyjących za kratami”, „Rozchmurzcie się bracia jeszcze wszystko jest przed wami”, „Razem po zwycięstwo, razem wszyscy”. Te krótkie teksty kibicowskie zamieszczane na wytworach materialnych lub wykrzykiwane podczas meczów pełnią kilka ważnych funkcji, np. pomagają w integracji grupy, informują o relacjach między kibicami (przyjaźń, jedność, solidarność, np. z kibicami-więźniami), wpływają na uczucia odbiorców, podkreślają również ich tożsamość klubową. Wśród wartości propagowanych w hasłach i sloganach szczególnie eksponowane są: zaufanie, szczerłość, prawda („Na pierwszym planie zaufanie, szczerłość, prawda, wysoko garda, dla frajerów jazda”), charakter („Nie siła, lecz charakter daje nam przewagę”), czyny („Nie tylko słowa, ale też czyny zachodnia część granatowobordowej rodziny”), umiłowanie wolności („Ceną była śmierć za wolności smak”, „Liberta per gli ultras”), waleczność („Chroń mnie mój Panie, bo z frontu dziś nie wracam zostaję walczyć u boku mojego brata”, „Miasto Szczecin ignoruje, bekdas rujnuje, o Pogoń walczą kibice”, „Milcząc na pewno nic nie zdziałamy, trzeba walczyć, bo naród kochamy”, „Ze sprzętem

nie jesteś dla nikogo wzorem! Jeśli walczysz — rób to z honorem”), lojalność („Postępuj lojalnie wobec swoich braci a każdy z twoich braci szacunkiem ci odpłaci”), honor („Po honor, po finał, po marzenia”, „Honor mamy w duszy, a siłę w dłoniach”), braterstwo („Stawiamy na jedność, lojalność, braterstwo z nami sami swoi”), pasja („Biedni w kieszeni — bogaci w sercu”, „Jesteśmy tylko ludźmi z pasją; choć bandytów w nas widzicie. Nasza pasja nie zna granic. My kochamy to nad życie”, „Męska pasja, kobieca dusza”), przestrzeganie zasad kibicowskich („Mamy zasady, których sztywno się trzymamy”, „Stare zasady nowe pokolenia w tym mieście nic się nie zmienia”). Niektóre slogany wprost mówią o tym, co jest, co powinno być ważne w życiu każdego kibica: „Nie ważne ile masz w łapie ważne, że jesteś wariatem”, „Nie ważne gdzie, nie ważne jak ważne z kim, ważne, że brat”. Kibice Pogoni chętnie informują innych o swoim zamiłowaniu do zabaw, rozrywki: „Plaża, piłka, melanje, zabawa...”, „Pogoń i Legia na wakacjach...”, „Tak się bawi Szczecin i Warszawa”, „Podążając góorskimi szlakami wspólnie pod granatowobordowymi barwami”, „Pogoń na wakacjach”, „Bo fantazja jest od tego, aby bawić się na całego”, „Entuzjaści dobrej zabawy”, „Fanatycy dobrej zabawy”, „Gdzie nogę postawię na wyprawie, tam się dobrze bawię”, „Kibice Pogoni Szczecin życzą udanych wakacji”, „Żadne kary i ustawy nie zabronią nam zabawy”.

Kibicowskie hasła i slogany służą także ukazaniu tego, czego kibice nie tolerują, nie szanują lub co chcą zwalczyć. Wśród takich antywartości znajdziemy:

- system skrajnie lewicowy: „Lepiej być martwym niż czerwonym”, „By nigdy znowu nie rządili nami, zwalczaj czerwonych wszelkimi środkami! Niszcz komunę”, „Pogoń Szczecin pierdoli lewackie ścierwo”, „Pogoń Szczecin pierdoli lewaków”, „Pogoń Szczecin przeciwko lewactwu”;
- działania policji: „HWDP Gryfice pierdola policję”, „Mocarstwo niepodległe policji”;
- propagowanie idei homoseksualizmu: „Gwiazda biała znak pedała”, „Zakaz pedałowania”.

.....

Częstym tematem sloganów i haseł było deprecjonowanie kibiców wrogich drużyn oraz zdrajców: „Śmierć konfidentom”, „Największa kurwa w Polsce Cracovia”, „Nie ma litości dla chujowych gości”, „Niech się goni Ptak Antoni”, „Niech ten krzyk wzniesie się ponad więzienne mury razem, wszyscy! jebać konfitury”, „Ch.. z kiełbasą daj ultrasom”, „Cracovia kurwy bez honoru ze sprzętem siła dla pozoru”.

Zaprezentowane grupy tematyczne pokazują, że kibice mają bardzo prosty system wartości, wyrażony w jasny i bezpośredni sposób. Jeśli miałybyśmy odpowiedzieć na pytanie, co dla kibica MKS Pogoń Szczecin jest najważniejsze, to z pewnością na pierwszym miejscu należałoby umieścić wspólnotę — kibicowską brać oraz klub, któremu kibicują. Autorzy haseł i sloganów podkreślają w nich bezwarunkowe przywiązanie i miłość do Pogoni, a także poczucie wspólnoty z innymi fanami. Co ciekawe, wydarzenia sportowe, takie jak mecze, wyjazdy meczowe, są tu traktowane marginalnie. Analiza treści haseł i sloganów pokazała, że w subkulturze kibicowskiej funkcjonuje wyraźna polaryzacja wartości: „dobre” i „złe” oraz dychotomia: „swój” i „obcy”. Zaznaczeniu tej dychotomii służy odpowiednio dobrana warstwa słowna. „Swoi” i wartości pożądane są eksplikowane za pomocą wzniosłych, nacechowanych pozytywnie, pełnych emocji określeń. Analogicznie, nazwy osób, rzeczy, które stanowią dla kibiców antywartość („wy”), są nacechowane negatywnie, zawierają słownictwo pejoratywne, a nawet wulgarne.

Funkcje haseł i sloganów

Po ukazaniu zróżnicowania tematycznego i strukturalnego tekstowych wytworów socjolektu kibiców szczecińskiej Pogoni pora na wskazanie pełnionych przez nie funkcji. Hasła i slogany wytworzone w środowisku szczecińskich kibiców są autorstwa kibiców (zapewne *fanatyków*) i przeznaczone dla innych kibiców — drużyny własnej i przeciwnej, piłkarzy, policjantów i ochroniarzy, a także przypadkowych odbiorców (np. czytelników wlepek umieszczanych w różnych przestrzeniach miejskich). Skomplikowanie sytuacji komunikacyjnej wiąże się z różnorodnością funkcji, które mają do spełnienia badane teksty.

Z definicji *hasła* i *sloganu* przyjętych w niniejszych uwagach wynika, że jedną z funkcji, realizacji której służą opisywane elementy w języku kibiców, jest funkcja nakłaniająca. Polega ona na wywieraniu wpływu na odbiorcę, występuje w dwóch aspektach: dyrektywnym (w celu wywoływania określonych zachowań adresata) i perswazyjnym (w celu przyjęcia przez niego danych poglądów, ich utrzymania lub zmiany, wytworzenia odpowiedniego stanu przekonaniowego) (Bralczyk 1978: 75 i n.). Dyrektywne są użycia trybu rozkazującego w formach 2. os. l. poj. lub mn., wzywające do podejmowania określonych zachowań przede wszystkim kibiców drużyny własnej i przeciwnej, np.: „Bądź jak oni nie podawaj wrogom dłoni”, „Bądź dwunastym zawodnikiem”, „Postępuj lojalnie wobec swoich braci a każdy z twoich braci szacunkiem ci odpłaci”, „Ze sprzętem nie jesteś dla nikogo wzorem! Jeśli walczysz — rób to z honorem”, „Zbierajcie siły bracia, widzimy się w piekle⁴”, „Unieś głowę zaciśnij pięści z kurestwem walcz aż do śmierci HWDP”, „Nie mów szepsem, gdy pytają, skąd jesteś”, „Nigdy się nie przyznawaj”, „Dumnie reprezentuj to, co kochasz”, „By nigdy znowu nie rządili nami, zwalczaj czerwonych wszelkimi środkami! Niszcz komunę!”, „Porzućcie wszelką nadzieję, wy, którzy tu wstępujecie”. Wzywanie odbiorcy wprost do zachowywania się w określony sposób, realizowane także innymi środkami językowymi, np.: „Pogoń ciebie potrzebuje”, jest rzadkie w zgromadzonym materiale, co może wskazywać na to, że podstawową formą oddziaływania w omawianych tekstach jest perswazja. Spośród mechanizmów wpływania na odbiorcę w celu wywołania w nim stanu zgodnego z oczekiwaniami i zamierzeniami nadawcy istotne wydaje się szczególnie przekonanie o istnieniu wspólnoty między przekonującym a przekonywanym. W wypadku szczecińskich kibiców to odwoływanie się do poczucia wspólnoty nadawcy i odbiorcy realizowane jest różnorodnie. Najbardziej językowo

⁴ Według słownika M. Kawińskiej-Pniak *piekło* to inne określenie *młyna*, który jest definiowany jako „sektor fanatyczny Pogoni Szczecin, w którym odbywa się doping, prowadzony przez gniazdowego” (Kawińska-Paniak 2022: 565).

.....

wyrazistym, choć nie najczęstszym, sposobem jest wykorzystywanie form 1. os. l. mn. czasowników oraz zaimków osobowych i dzierżawczych, np. „Zrobimy takie piekło, że diabeł spali wrotki”, „Dokąd siły nam zostanie — my żyjemy by się bić — po nas przyjdą też następni będą żyli tak jak my”, „Jak Feniks z popiołów odradzamy się na nowo”, „Jeździmy wszędzie — pijemy zawsze”, „Kochamy ją z całych sił Pogoń Szczecin”, „My zginiemy Pogoń nigdy”, „Silni jak nigdy do tej pory, reprezentujemy brak skruchy i pokory”, „Miłość do Pogoni jest naszym losem zwycięstwo naszą nadzieją”, „Pogoń Szczecin to nasza pasja, nasz nałóg, nasze życie”. Tym, co jest wspólne, są: klub — jego rozwój i trwałość, wierność wobec niego, uczestniczenie w meczach, spożywanie alkoholu, ale także podzielane wartości czy antywartości, jak na przykład konieczność zwalczania porządku społecznego, wyrażana choćby poprzez walkę z policją, czy przejawy patriotyzmu. Specyficzną cechą utrwalania wspólnoty dostrzegamy w nietypowym w tej funkcji wykorzystywaniu form 1. os. l. poj. zarówno czasowników, jak i odpowiadających im zaimków, np. „Szczecin moim miastem, Pogoń moim życiem”, „Jestem kibicem! Wspieram ruch kibicowski!”, „Gdybym interesował się piłką nożną, zostałbym... piłką”, „Bo Pogoń jest moim tętnem, moim hajem, moim życiem — to jest piękne”, „Gdzie nogę postawię na wyprawie, tam się dobrze bawię”, „Dzięki Bogu za tych kilku ziomków w sercu, którzy od świtu do zmroku są przy moim boku”. To ujednostkowienie przekazu traktujemy nie jako przejaw indywidualizacji komunikacji, lecz przeciwnie — jako ukazanie, że są to przekonania każdego z tworzących wspólnotę. Jak wynika z przytoczonych cytatów, podtrzymywanie wspólnoty, jej integrowanie dokonywane jest także poprzez hasła i slogany przekazujące informacje w formie oznajmującej, zawierającej treści, które mają być/są przez odbiorców podzielane. Są wśród nich stwierdzenia, z którymi mogliby się zgodzić kibice wszystkich drużyn, np.: „Piłka nożna dla kibiców”, „Kibicem się jest nie bywa”, „Kibicowanie to nie moda to styl życia”, „W walce nie ma zmiłowania, nie ma kapitulacji na dogodnych warunkach można tylko zginąć lub zwyciężyć”, ale są i takie, które

podkreślają poczucie przynależności do konkretnej wspólnoty. To te hasła i slogany pozwalające utożsamić się z daną grupą poprzez jej nazwanie i tym samym poinformować o jej odrębności. Identyfikacji służyć więc będzie przywoływanie nazw klubu, któremu się kibicuje: *Pogoń Szczecin*, *Pogoń*, *Morski Klub Sportowy 1948*, *Portowcy* czy określeń metonimicznych, np. *granatowo-bordowi*, odzwierciedlających barwy klubowe. Bycie członkiem wspólnoty zidentyfikowanej („Pogoń to kibice”) oznacza, że jest się zobowiązanym — jak wynika z analizowanych haseł i sloganów — do właściwego jej traktowania (np.: „Pogoń Szczecin to więcej niż klub”, „Pogoń to coś więcej niż te parę liter”, „Pogoń Szczecin to władcy Pomorza”), bycia z niej dumnym (np. „Duma tego miasta”), wiernym i lojalnym wobec niej (np.: „Pogoń albo śmierć”, „Pogoń do końca”, „Z Pogonią do końca życia”, „Pogoń szczecińska albo żadna”, „Pogoń Szczecin wierni do końca”, „By Pogoni dobre sławić imię”), podporządkowania jej swojego życia (np.: „Skazani na Pogoń”, „Porażeni Pogonią”). Bycie kibicem Pogoni oznacza także konieczność obdarzania jej miłością, jak wynika z tekstów wprost zawierających nazwę uczucia („Miłość jedno ma imię Pogoń Szczecin”), antropomorfizujących klub zgodnie z rodzajem gramatycznym przypisanym rzeczownikowi *pogoń* jako kobietę („Jesteś jedyną, jedyną, której nigdy nie zdradzę Stargard tylko Pogoń”, „Zaślubiony z Pogonią”), wykorzystujących serce jako symboliczny narząd miłości (np.: „Jedno serce, jeden klub”, „Wszystkie serca za Pogonią”). Podane przykłady, podobnie jak i te ukazujące poglądy wobec grup społecznych (np.: „Pogoń Szczecin przeciwko lewactwu”, „Pogoń Szczecin pierdoli lewaków”), innych klubów (np.: „Pogoń & Legia to jedna rodzina”, „Cracovia kurwy bez honoru ze sprzętem siła dla pozoru”) czy te dotyczące stosunku wobec wydarzeń historycznych i ojczyzny (np.: „Szczeciński grudzień 70 za chleb i za wolność”, „Kolejny bohater wychodzi z cienia to historia Roja żołnierza”, „Polska ponad wszystko”, „Warszawa 44... gdzie każdy ojciec szedł na bój...”) dokumentują pełnione przez analizowane hasła i slogany funkcje: informacyjną, integrującą i perswazyjną. Funkcje te pozwalają na ukazy-

wanie wspólnoty, dookreślanie jej wyróżników, propagowanie, utrwalanie jej świata wartości oraz zachęcanie do podzielenia go. Wykorzystywanie inwektyw świadczy także o śladach funkcji magicznej w języku kibiców, którzy dając upust niezadowoleniu i frustracji, obrażając innych, chcą za pomocą słów obscenicznych zmienić rzeczywistość (Kołodziejek 2015: 118–121).

Literatura

Bralczyk J., 1987, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, S.-Acad. Ubsaliensis, Almqvist and Wiksell International, Uppsala–Stockholm.

Dobek-Ostrowska B., 1999, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Atrium, Wrocław.

Grabias S., 1993, *Środowiskowe i zawodowe odmiany języka — socjolekty*, w: Bartmiński J. (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, Wiedza o Kulturze, Wrocław.

Grabias S., 1997, *Język w zachowaniach społecznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej, Lublin.

Kawińska-Pniak M., 2022, *Komunikacja werbalna i pozawerbalna kibiców piłki nożnej Morskiego Klubu Sportowego Pogoń Szczecin*, [komputeropis rozprawy doktorskiej].

Kołodziejek E., 2015, *Człowiek i świat w języku subkultur*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

Kopaliński W., 1987, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.

Markowski A., 1992, *Leksyka wspólna różnym odmianom polszczyzny*, Wiedza o Kulturze, Wrocław.

Sławiński J. (red.), 1988, *Słownik terminów literackich*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.

Słowa kluczowe: językoznawstwo synchroniczne — język kibiców piłkarskich — analiza strukturalna, semantyczna i funkcjonalna

Keywords: synchronous linguistics — the language of football fans — structural, semantic and functional analysis

Verbal communication of MKS Pogoń Szczecin fans on the example of slogans

The article contains a structural, semantic and functional analysis of slogans as manifestations of verbal communication among MKS Pogoń Szczecin fans. The conducted descriptions prove that the analyzed texts are characterized by: structural simplicity (the majority of expressions and single sentences), the use of lexical means from various stylistic registers of the Polish language (next to vulgarisms and invectives, mainly — marked colloquiality) and thematic diversity (apart from prescribed behaviors and feelings towards the club or other fans, also elements of a patriotic nature). The characteristic features of slogans described in these considerations ensure that they perform the most important functions from the point of view of the existence of the described community, i.e. integrating, informative and persuasive.