

## Література, культура і фолькор слов'янських мов

УДК 811.161.2'373.47

**E. Benkowska,**

Doktorantka Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Gdańskiego,  
ul. Jana Bażyńskiego 8, 80-308, Gdańsk, Polska,  
tel. : (+ 480)58-523-21-11,  
ebenkowska@gmail.com

### TWÓRCZOŚĆ KIBICÓW PIŁKARSKICH – WSPÓŁCZESNY FOLKLOR?

Artykuł ten to analiza kibicowskich przyśpiewek według definicji folkloru autorstwa Jerzego Bartmińskiego pochodzącej z książki „Folklor – język – poetyka”. Twórczość polskich kibiców piłkarskich może być uznana za folklor, gdyż jest kolektywna i funkcjonalna, opiera się na przekazie bezpośrednim i pamięciowym, jest anonimowa, a także buduje tożsamość grupy w opozycji do innych.

**Słowa kluczowe:** kibic, przyśpiewki, folklor, kibol, neofolklor, piłka nożna.

Folklor większości polskiego społeczeństwa zapewne kojarzy się bardziej z cepelią, kujawiakiem i kwiatowymi wzorami (po wpisaniu w wyszukiwarkę Grafika Google hasła *folklor* większość wyników stanowią obrazy florystycznych wzorów oraz zdjęcia zespołów pieśni i tańca (<https://goo.gl/579Y2F>, 01.07.2016 r), niż z kibicami piłkarskimi, a i oni sami raczej nie myślą o sobie w tych kategoriach. Tradycyjny, wiejski folklor zanika, a sam zaś nie znosi pustki i obumierające miejsca regeneruje, wypełniając je nowymi treściami, opartymi na dawnej formule [2, c. 34]. Jednym z najlepszych przykładów tego zjawiska, w mojej opinii, jest subkultura kibiców piłkarskich i pod tym kątem przeanalizuję polskie kibicowskie przyśpiewki, napisy na murach, stroje itp. Do analizy wykorzystałam nie

tylko wiedzę zdobytą na studiach, ale też swoje doświadczenie zgromadzone przez lata czynnego kibicowania.

Każdy kto próbował zgłębić historię *folkloru*, wie jak żywy jest to termin oraz jak wiele objaśnień posiada, dlatego też do analizy twórczości kibiców piłkarskich zdecydowałam się użyć definicji Jerzego Bartmińskiego, gdyż tenże autor w swojej książce „Folklor – język – poetyka”, pisze o folklorze w odniesieniu do kultury ludowej, a także wskazuje jego cechy definicyjne, pod kątem których przeanalizowałam zgromadzony przeze mnie materiał. Bartmiński pisze: Termin *folklor* (z ang. *Folk-lore*) znaczy dosłownie ‘wiedza ludu’. Potocznie folklor pojmuje się dziś bardzo szeroko: jako wszelkie wytwory i przejawy tradycyjnej kultury ludowej. Także w humanistyce jest to termin często nieostry, w znaczeniu najszerszym odnoszony do całokształtu kultury ludowej, w znaczeniu węższym, które uważam za bardziej poznawczo płodne – do literatury ustnej. W tej pracy odnoszę go do składnika duchowej kultury ludowej, którego jądrem jest żywe słowo uwikłane w mniej lub bardziej zrytualizowane sytuacje i zachowania, w muzykę, taniec, składnika, którego funkcjonowanie oparte jest na społecznie uzgodnionej wiedzy o świecie i na systemie wspólnie wyznawanych wartości [1, c. 5].

Czy można uznać kibiców za lud? Myślę, że tak, gdyż tenże autor przytacza definicję Alana Dundesa: „termin *folk* może odnosić się do każdej, jaka by nie była, grupy, która podziela co najmniej jeden wspólny element. Nie ma znaczenia, co jest tym łączącym ogniwem – może to być wspólne terytorium, język, religia” [1, c. 9], po czym dodaje: „Rozwiązanie to nie satysfakcjonuje tych, którzy kategorię „ludu” pojmują nie tylko socjologicznie, ale i ideologicznie. Pozwala jednak odróżnić folklor chłopski, najbardziej bogaty i głęboki, od środowiskowych (w Polsce szlachecki, miejski, rzemieślniczy, dziecięcy, studencki, więzienny, zawodowy, np. górniczy, młynarski...)” [1, c. 9].

Kibiców piłkarskich łączy oczywiście piłka nożna (dopiero potem klub) i stanowią oni w Polsce dość dużą grupę, a nawet subkulturę. Wystarczy tu dodać, iż w zeszłym sezonie, w samej

tylko *Ekstraklasie*, mecze na stadionie oglądało prawie dwa i pół miliona ludzi (<http://www.ekstraklasa.org/-rozgrywki/frekwencjasezon>, 01.07.2016 r). Futbol jest bardzo dobrym spoiwem, gdyż nie jest ograniczony terytorialnie czy społecznie, np. w zeszłym sezonie rozgrywek najwyższej polskiej ligi rywalizowały ze sobą kluby z największych polskich miast m.in. *Legia Warszawa*, *Lech Poznań*, ale też takie drużyny jak *Termalica Bruk-bet Nieciecza* ze wsi liczącej 750 mieszkańców czy *Górnik Łeczna* z małego miasta zamieszkałego przez 20 tysięcy osób ([http://www.leczna.pl/pl/miasto/leczna\\_w\\_liczbach/](http://www.leczna.pl/pl/miasto/leczna_w_liczbach/) 01.07.2016 r).

J. Bartmiński podaje w swej pracy również trzy cechy definicyjne folkloru, pierwszą z nich jest KOLEKTYWNOŚĆ: najistotniejsza właściwość folkloru, który jako wytwór wspólny funkcjonuje w grupie i wyraża zbiorowy światopogląd [1, c. 8]. Kibice swój światopogląd wyrażają przede wszystkim przyśpiewkami, a najważniejszą z nich jest hymn, czasem skomponowany specjalnie na zamówienie władz klubowych, a czasem stworzony nieoficjalnie przez fanów. Zwyczaj śpiewania hymnu w rozgrywkach klubowych podczas wyjścia piłkarzy na murawę został zapewne przejęty przez kibiców z meczy reprezentacji narodowych, kiedy to przed pierwszym gwizdkiem odgrywane i odśpiewywane są hymny państwowe grających drużyn. W Lidze Mistrzów zaś, tuż po wejściu piłkarzy na murawę odgrywany jest hymn tejże ligi, bardzo charakterystyczny i znany wielu kibicom. Po wyjściu na murawę podczas meczy Ekstraklasy kapitanowie drużyn witają się z sędziami, reszta piłkarzy ustawia się na swoich pozycjach i czeka, aż sędzia rozpocznie mecz, dlatego też kibice śpiewają swoje hymny, gdy tylko zobaczą wchodzących na boisko piłkarzy (często jednocześnie trzymając w górze klubowe szaliki). W zależności od długości utworu kończą śpiewanie przed, lub tuż po pierwszym gwizdku sędziego. Przykładem tego rodzaju hymnu jest tekst śpiewany przez kibiców *Arki Gdynia*, nazywany przez nich *Rotą*: „*Żółte jest Słońce – Niebieskie Niebo To właśnie barwy klubu naszego Kibicowanie to nie zabawa*

*Arka to dla nas – Honoru Sprawa Arkowcy, Arkowcy, Wielki MZKS Arkowcy, Arkowcy, Wielki MZKS Mamy z Ejsmonda – Tylko Wspomnienia Serca nam Krwawią – To Nic Nie zmienia Jesteśmy z tobą – Przez Długie Lata I Zostaniemy – Do Końca Świata Arkowcy, Arkowcy, Wielki MZKS Arkowcy, Arkowcy, Wielki MZKS Jak Wikingowie – Z Północy Fani Dla Ciebie Arko – Wszystko oddamy Czy Na Wyjeździe – Czy u nas w Gdyni Żółto Niebieskie – Szale wznosimy Arkowcy, Arkowcy, Wielki MZKS*” x 6 (pisownia oryginalna) ([http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka\\_gdynia,rota\\_hymn.html](http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka_gdynia,rota_hymn.html)). W utworze tym kibice jasno mówią kim są (*Arkowcami, fanami z północy*), jakie są ich klubowe barwy (*żółte jest słońce, niebieskie niebo, to właśnie barwy klubu naszego*), jak ważny jest dla nich klub (*Arka to dla nas honoru sprawa, Wielki MZKS*). Podkreślają swoją zbiorowość poprzez użycie w pierwszej osobie l. mn. czasowników (*mamy, jesteśmy, zostaniemy, itd.*) oraz zaimków (*naszego, dla nas, nam, u nas*). Wyrażają nim również takie wartości, jak: wierność (*Jesteśmy z Tobą przez długie lata i zostaniemy do końca świata*) czy oddanie (*Dla Ciebie Arko wszystko oddamy*). Hymn ten składa się też z trzech czterowersowych strof oraz zbudowanego na powtórzeniach dwuwiersowego refrenu. Dwie pierwsze kwadryny zawierają rymy parzyste (aabb), zaś ostatnia – naprzemienne (ghgh), co świadczy o tym, iż utwór ten nie powstał spontanicznie (Ciekawa sytuacja miała miejsce w Kielcach, gdzie w 2004 roku na zamówienie władz klubu *Korona Kielce* profesjonalista napisał hymn. Nie przyjął się on jednak wśród kibiców, którzy na otwarcie meczu śpiewają zawsze „Dni których jeszcze nie znamy” Marka Grechuty). Drugą cechą definicyjną folkloru według J. Bartmińskiego jest USTNOŚĆ: folklor podobnie jak język istnieje prymarnie w postaci żywej mowy i jest przekazywany naturalną drogą (kanałem) w granicach zasięgu głosu, ucha i oka ludzkiego przy kontakcie twarzą w twarz. Z bezpośredniości ustno-słuchowego przekazu wynika, szereg właściwości szczegółowych folkloru, przede wszystkim integralny związek słowa,

dźwięku, gestu i sytuacji [1, c. 9]. Kibicowanie jest zbudowane na żywej mowie skierowanej, w zależności od sytuacji, do: piłkarzy – *Gola! gola! Strzelcie k...m gola!* (w filmie *90 latka prowadzi doping na Lechii* dostępnym w Internecie pod adresem: <https://www.youtube.com/watch?v=qzenJfWHCX8> 12.12.2015); sędziego – *Sędzia ch...!* (w filmie *Górnik Łęczna – MOTOR LUBLIN cz. 6* dostępnym w Internecie pod adresem: <https://www.youtube.com/watch?v=epKqknGl-MQ> 12.12.2015); policji (w filmie „*Zawsze i wszędzie, policja j... będzie*” – *doping na dwie trybuny Legia Warszawa – Lech Poznań* dostępnym w Internecie pod adresem: [https://www.youtube.com/watch?v=Vz\\_7DWL62pw](https://www.youtube.com/watch?v=Vz_7DWL62pw) 12.12.2015); kibiców innej drużyny – *Legła, legła Warszawa!* (w filmie [2015.04.11] *legła! legła warszawa!* dostępnym w Internecie pod adresem: <https://www.youtube.com/watch?v=ddjDH9LJbo4> 12.12.2015). Okrzyki i przyspiewki są wzmocnione gestami m.in. wyrzucaniem pięści w górę i skakaniem (by pokazać swą siłę), klaskaniem (do utrzymania rytmu, ale też ironicznie, gdy drużynie przeciwnika coś nie wyjdzie: gdy kibice drużyny przeciwnej rozłożą transparent do góry nogami), machaniem szalikami (z radości, po strzelonym голу).

Trzecią i ostatnią cechą wymienioną przez Bartmińskiego jest ESTETYZM: folklor i jego utwory przedstawiają świat w sposób typowy dla sztuki, operując zestawem swoistych konwencji składających się na poetykę folkloru. Dzięki temu mogą być wyodrębniane i zapamiętywane jako trwale zorganizowane całości, mogą też być wielokrotnie powtarzane [1, c. 9]. Większość przyspiewek oparta jest na rymach, dzięki którym tekst łatwo zapamiętać i odtworzyć: *Polska gola! Polska gola! Taka jest kibiców wola!* Zawierają też środki stylistyczne, które mają nadać utworowi poetyckości, pokazać osobista więź z klubem czy jego potęgę: personifikacja – *Wczoraj obiecałaś mi na pewno, że trzy punkty dzisiaj będą, więc wygraj Wisło mecz* (<http://www.spiewnik.cba.pl/14.html>, 01.07.2016 r.); synekdocha – *Cała Polska w cieniu Śląska* (<http://www.slasknet.com/spiewnik.php>, 01.07.2016 r);

porównanie – *Jak Wikingowie – Z Północy Fani* ([http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka\\_gdynia,rota\\_hymn.html](http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka_gdynia,rota_hymn.html), 01.07.2016 r.).

Kibicowskie przyśpiewki, oparte są na żywej mowie, a także na przekazie bezpośrednim i pamięciowym, często tworzone są na podstawie utworu już wcześniej istniejącego. Posiadają prostą konstrukcję zbudowaną na rytmie i rymach, tak by mogły być powtarzane przez kilkudziesięciotysięczną grupę ludzi. Przyśpiewki, jak i napisy na murach czy transparentach wyrażają światopogląd danej grupy: cenione wartości, miłość do klubu, stosunek do policji, władzy, dziennikarzy itp. Dzięki szalikom, bluzom, czapkom, w barwach klubu kibice wyrażają swoją przynależność do konkretnej grupy, a także swą odrębność. Opozycja *swój – obcy* to podstawa kibicowania, gdyż w meczu piłki nożnej zawsze biorą udział dwie drużyny, co za tym idzie dwie grupy kibiców. Oni sami zaś utrwalają swoją twórczość tworząc strony internetowe, na których zamieszczają teksty przyśpiewek, zdjęcia graffiti, filmy z zarejestrowany dopingiem, prowadzą sklepy z klubowymi ubraniami oraz akcesoriami, tworzą także stowarzyszenia.

Cechą odróżniającą folklor kibiców od innych jego rodzajów jest – RYWALIZACJA. Dostępność do środków masowego przekazu, mediów społecznościowych, a przede wszystkim regularne spotkania fanów różnych drużyn (uwarunkowane terminarzem ligowych rozgrywek) stymulują kibiców do tworzenia kolejnych i coraz lepszych przyśpiewek, strojów, napisów, gdyż nie chodzi tylko o to by być innym, ale przede wszystkim by dana grupa była lepsza o d pozostałych. Folklor dawne stroje ludowe zamknął już w skansenach, sam jednak nie znosi pustki i tę lukę wypełnił m.in.: kibicowskimi przyśpiewkami, transparentami, szalikami itp. Piłka nożna, a co za tym idzie – kibicowanie, to pasja, zarówno mieszkańców wsi, jak i w wielkich metropoli, łączy ludzi bez względu na narodowość, czego najlepszym dowodem jest fakt, iż mecz finałowy Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w roku 2010 obejrzało 909 milionów widzów na całym świecie (6. <http://goo.gl/Sm1AjA>, 01.07.2016 r.).

Twórczość kibiców piłkarskich można uznać za folklor, ponieważ ona spełnia kryteria postawione przez J. Bartmińskiego.

Ich przyśpiewki są oparte bowiem na żywej mowie, są też wspólnym wytworem grupy i wyrażają jej światopogląd. Wykorzystują proste rytmy i rymy, dzięki czemu są łatwe do zapamiętania i mogą być śpiewane przez kilkudziesięcioletnią grupę ludzi jednocześnie.

### BIBLIOGRAFIA

1. Bartmiński J. Folklor – język – poetyka / J. Bartmiński. – Wrocław : Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1990. – 240 s.
2. Łysiak W. Wielka kontestacja: folklor polityczny w PRL / W. Łysiak. – Poznań : PSO, 1998. – 168 s.
3. Ekstraklasa. net. Hymny klubowe T-Mobile Ekstraklasy: „Ważne są tylko te dni” (Korona Kielce) (<http://goo.gl/tgfXHJ> 01.07.2016 r).
4. Ekstraklasa.org. Frekwencja – Sezon (<http://www.ekstraklasa.org/rozgrywki/frekwencja-sezon>).
5. Grafika Google. Folklor (<https://goo.gl/579Y2F> 01.07.2016 r).
6. Łączna online – serwis Urzędu Miejskiego, Łączna w liczbach ([http://www.leczna.pl/pl/miasto/leczna\\_w\\_liczbach/](http://www.leczna.pl/pl/miasto/leczna_w_liczbach/) 01.07.2016 r).
7. Sulisz J. Oglądalność MŚ 2014 na świecie pobiła rekordy (<http://goo.gl/Sm1AjA> 01.07.2016 r).
8. Śląsknet.com. Śpiewnik (<http://www.slasknet.com/spiewnik.php>, 01.07.2016 r).
9. Tekstowo. Arka Gdynia – Rota-Hymn ([http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka\\_gdynia,rota\\_hymn.html](http://www.tekstowo.pl/piosenka,arka_gdynia,rota_hymn.html) 01.07.2016 r).
10. Wisła Kraków. Śpiewnik kibica (<http://www.spiewnik.cba.pl/14.html>, 01.07.2016 r).
11. [2015.04.11] legła! legła warszawa! (<https://www.youtube.com/watch?v=ddjDH9LJbo4> 01.07.2016 r).
12. 90 latka prowadzi doping na Lechii (<https://www.youtube.com/watch?v=qzenJfWHCX8> 01.07.2016 r).
13. Donald Tusk w Poznaniu – Donald matole – kibice Lecha (<https://www.youtube.com/watch?v=-w73M7mZVfM> 01.07.2016 r).
14. Górnik Łęczna – MOTOR LUBLIN (<https://www.youtube.com/watch?v=epKqknGl-MQ> 01.07.2016 r).
15. KochackochacPZPN([https://www.youtube.com/watch?v=UwxQg\\_FJENI](https://www.youtube.com/watch?v=UwxQg_FJENI) 01.07.2016 r.).



16. „Zawsze i wszędzie, policja j... będzie” – doping na dwie trybuny Legia Warszawa – Lech Poznań ([https://www.youtube.com/watch?v=Vz\\_7D-WL62pw](https://www.youtube.com/watch?v=Vz_7D-WL62pw) 01.07.2016 r).

**Е. Бенковська**

### **ТВОРЧИСТЬ ФУТБОЛЬНИХ ФАНАТІВ – СУЧАСНИЙ ФОЛЬКЛОР?**

Ця стаття аналізує творчість футбольних фанатів на основі дефініції фольклору, запропонованої Є. Бартмінським у праці „Фольклор – мова – поетика”, 1990 р. Наголошено, що таке явище культури, як утворені футбольними фанатами тексти, можна вважати фольклором, оскільки вони створені та функціонують у колективі польських уболівальників, є анонімними, а також організовують дану соціальну групу.

**Ключові слова:** уболівальник, спів, фольклор, неофольклор, футбол.

**E. Benkowska,**

Doctoral student at Faculty of Languages,  
University of Gdańsk,  
Jana Bażyńskiego 8 St., 80–308 Gdańsk, Poland,  
tel. : (+ 480)58-523-21-11,  
ebenkowska@gmail.com

### **CREATIVE WORK OF FOOTBALL FANS – MODERN FOLKLORE?**

#### **Summary**

**Purpose.** This article is trying to answer the question: does creative work of Polish football fans can be considered as modern folklore? **Methodology.** To analyze chants of Polish football fans I decided to use the definition of the term „folklore” created by J. Bartmiński and published in his book „Folklore – language – poetics” in 1990, because he distinguishes three defining features of folklore and writes about it in relation to popular (folk) culture. **Finding.** The creative work of Polish football fans turns



out to be folklore, because it is collective and functional, based on direct transmission and it can be easily repeated, it's anonymous and also builds group identity in opposition to others. **Practical values.** Considering the creative work of Polish football fans as modern folklore allows us to understand motivations and needs of their subculture. **Results.** The rivalry distinguishes the creative work of Polish football fans from traditional folklore, because being better than the others is just as important (or even more important) as building group identity.

**Key words:** football fans, chants, folklore, modern folklore, football.

*Надійшла до редакції 27.09.2016 р.*



**UDK 811.162.1'37:582.741:398.8**

**E. Lechocka,**

doktorantka Filologicznych Studiów Doktoranckich

Uniwersytet Gdański, Wydział Filologiczny,

Katedra Sławistyki,

ul. Wita Stwosza 51, 80-308, Gdańsk, Polska,

tel. : (+48)58-523-30-01

**„ACH LANKU, LANKU WIELE TY KOSZTUJESZ,  
WIELE TY LUDZI CZANSTO FATYGUJESZ” –  
CZYLI O WIZERUNKU NAJCENNIJSZEJ UPRAWY,  
UTRWALONYM W PIEŚNIACH LUDOWYCH  
Z WARMII I MAZUR**

Artykuł stanowi analizę motywu lnu występującego w zbiorach warmińsko-mazurskich pieśni ludowych opracowanych przez Władysława Gębika i Mariana Sobieskiego oraz w tekstach zebranych przez Oskara Kolberga z terenów Prus Wschodnich. Celem niniejszych badań było określenie funkcji słownictwa botanicznego w tekstach folklorystycznych oraz zestawienie poetyckiej reprezentacji motywu lnu z jego rolą w życiu i kulturze mieszkańców Warmii i Mazur. Jak wynika z przeprowadzonej analizy twórczość ludowa i funkcjonujące w niej wątki botaniczne