

Stanisław Barańczak

Nasza wola - Polska gola

Teksty : teoria literatury, krytyka, interpretacja nr 1, 98-113

1972

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Stanisław Barańczak

**Nasza wola
— Polska gola**

Spośród wielu „tekstów” składających się na widowisko, jakim jest mecz piłki nożnej, będzie nas interesowała wąska grupa tekstów o charakterze *literackim* (czy, powiedzmy ostrożniej, *paraliterackim*). Chodzi mianowicie o rymowane hasła, jakie mają zwyczaj umieszczać na transparentach kibice sportowi.

Parę słów o sposobie zebrania materiału przykładowego. Wykorzystano w tym celu dwie drogi: pierwszą była naturalnie autopsja, drugą — apel do kibiców piłkarskich o nadsyłanie znanych im haseł, zamieszczony przez autora w jednym z popularnych pism sportowych. Dzięki życzliwości kibiców już w krótkim czasie autor dysponował zasobem ok. 200 różnych haseł, z których tu oczywiście zostały wykorzystane tylko najbardziej typowe i interesujące. Prawa ludzkiej pamięci powodują, że hasła pochodzą głównie z ostatnich paru lat; skądinąd jednak jest rzeczą łatwo dostrzegalną, że właśnie w tym okresie (o czym będzie jeszcze mowa) zjawisko szczególnie się nasiliło.

Problemy, które w związku z naszym tematem chciałobyśmy poruszyć, grupują się wokół trzech kręgów

Zbieranie
materiału

3 kręgi
zagadnień

zagadnień, kręgów zresztą ściśle do siebie przylegających. Chodzi o problem nadawcy tego komunikatu, jakim jest rymowane hasło piłkarskie, problem jego odbiorcy oraz problem wewnętrznej struktury samego komunikatu.

Wewnątrz pierwszego z wymienionych kręgów zagadnień należy odnotować jedno nader interesujące zjawisko, które określilibyśmy jako rozbieżność między jednostkowym nadawcą rzeczywistym a zbiorowym podmiotem literackim wypowiedzi. Jest rzeczą jasną, że realnym autorem hasła jest zazwyczaj pojedynczy kibic czy niewielka grupka kibiców. Tymczasem w ramach owych z górą dwustu przykładów, jakimi dysponowaliśmy, nie znalazło się ani jedno hasło, które jawnie wyrażałoby czyjeś prywatne emocje czy osobiste życzenia. Wszystkie te rymowane dystychy „wypowiadane” są — żeby użyć terminu z poetyki opisowej — przez zbiorowy podmiot liryczny. Jest to oczywiście zbiorowość rozmaitego rzędu i rodzaju. Może na przykład chodzić o grupę kibiców związanych wspólnym zawodem, wspólnym miejscem pracy, przynależnością do jednej organizacji:

Gdy stoczniowcy kibicują
to Górnicy triumfują.

(Górnik Zabrze — Manchester City, 1971)

Gdańska Stocznia Remontowa
Legii pomoc jest gotowa.

(Legia Warszawa — Atletico Madryt, 1971).

Górnik goli nie żałuje
gdy ZMS kibicuje.

(Górnik — Aalborg BK, 1970)

Może chodzić o kibiców — przedstawicieli określonego miasta czy regionu kraju, którzy oczywiście metonimicznie utożsamiają się z tym regionem czy miastem:

Dwoistość
nadawcy

Kibicują
stoczniowcy

Kogo
reprezentują
kibice

Włodek będzie strzelać gole,
bo dopinguje Opołe.

(Górník — AS Roma, 1970)

Gdy kibicuje Warmia i Mazury,
Górník strzela z grubej rury.

(Górník — Manchester City, 1971)

Na darmo MC zęby sobie ostrzy,
to mówią kibice Bydgoszczy.

(Tamże)

I wreszcie podmiotem zbiorowym hasła (w pierwszym przykładzie — jednocześnie adresatem) bywa cały naród:

Do góry głowa, rodacy,
dziś zwyciężają Polacy.

(Mecz nie ustalony)

Nasza wola
Polska gola.

*(Hasło widoczne na wszystkich meczach międzynarodowych;
również w formie okrzyku)*

Wiąże się z tą obserwacją ściśle drugi z problemów, które zamierzamy poruszyć: problem odbiorcy tych haseł. Do kogo są one skierowane? Próba jednoznacznej odpowiedzi mogłaby nastreczyć sporo kłopotów. Wydawałoby się, że w sensie dosłownym adresatem hasła, tym, do kogo jest ono bezpośrednio skierowane, są po prostu piłkarze. Oczywiście, takie np. wezwania adresowane są bez wątplenia do własnej drużyny lub któregoś z jej członków:

Hasła dla
swojej
drużyny

Dzisiaj, Górnicy,
każdy na was liczy.

(Górník — Manchester City, 1971)

Nasza wszystkich to jest wola,
ej, Szoltyśik, zastap Pola.

(Mecz Górnika, nie ustalony)

Suski jedną, Sadek dwie
i z Górnikiem będzie źle.

(*Mecz ŁKS — Górnik, data nie ustalona*)

Można również przytoczyć dość częste hasła, których niewątpliwym adresatem są członkowie drużyny przeciwnej:

Nie pomoże wam Herrera
Górnik wygra dwa do zera.

(*Górnik — Roma, 1970*)

Niech Roma unika
na przyszłość Górnika.

(*Tamże*)

Przegrasz, Manchesterze,
gdy kibicuje Wybrzeże.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

Wszyscy wiedzą dzisiaj w Słupsku,
że wam Legia da po dupsku.

(*Legia — Atletico, 1971*)

Problem okaże się jednak nie tak prosty, jeśli weźmiemy pod uwagę realne możliwości odbioru. Pamiętajmy, że zwracając się do własnej drużyny z wyrażeniem wiary w jej zwycięstwo lub do przeciwników z prorocstwem ich niesławnej porażki, autor transparentu ma w gruncie rzeczy minimalne szanse, aby jego słowa dotarły do adresata. Przyczyny są oczywiste: piłkarze są przede wszystkim pochłonięci czym innym niż czytanie transparentów, po drugie — w większości wypadków nie mogą ich nawet odczytać z odległości, jaka dzieli boisko od trybun, po trzecie wreszcie — przeciwnicy zagraniczni nie znają języka polskiego. Ale rzecz w tym właśnie, że transparenty, w sensie gramatycznym adresowane do piłkarzy, w sensie realnym przeznaczone są przede wszystkim *dla kibiców*. (Znamienne, że nie spotyka się w ogóle haseł w języku obcym, nawet gdy ich adresatami są zagraniczni przeciwnicy.)

Hasła
dla drużyny
przeciwnej

Komplikacje
z adresatem

Rozdwojenie
odbiorcy

Widzimy więc, że odpowiednikiem „dwoistości” nadawcy (rozbieżność między nadawcą faktycznym a literackim podmiotem) jest w transparentowych hasłach „rozdwojenie” odbiorcy na dosłownego adresata oraz „ukrytego” odbiorcę wirtualnego (który pokrywa się z odbiorcą faktycznym). Tekst skierowany pozornie do piłkarzy, w istocie rzeczy obliczony jest na kibiców obecnych na stadionie czy przy telewizorach. (Autorzy transparentów zdają sobie zresztą z tego sprawę: wyraża się to już w fakcie, że transparenty demonstrowane są przede wszystkim innym widzom, tak np. w trakcie transmisji telewizyjnej widzi się nieraz, jak w przerwie meczu — kiedy piłkarzy w ogóle nie ma na boisku! — grupy kibiców wylegają na bieżnię, obnosząc naokoło hasła i podtykając je pod kamery telewizji.) A zatem funkcja *magiczna*, jaką niewątpliwie mają spełniać transparenty, ma również podwójny charakter: polega na tym, żeby z jednej strony wywierać wpływ na wynik meczu, z drugiej zaś podtrzymywać poczucie wspólnoty uczestników widowiska. Jest to wspólnota oparta na rozmaitych podstawach, ale przede wszystkim — narodowa.

Struktura
hasła

W tym miejscu czas już na scharakteryzowanie wewnętrznej struktury tego komunikatu, jakim jest transparentowe hasło. Trzeba bowiem zapytać, w jaki sposób, za pomocą jakich środków językowych realizuje się owa magiczna funkcja, będąca podstawowym zadaniem transparentów.

Zamiana
marzeń na
rzeczywistość

Odpowiedź na to pytanie będzie stosunkowo prosta w wypadku takiego kierunku działania funkcji magicznej, który polega na „wywieraniu wpływu” na wynik meczu. Można najogólniej powiedzieć, że operacja językowa, dzięki której to działanie staje się możliwe, polega na zamianie marzeń na rzeczywistość, mówiąc ściślej: na wypowiedaniu tego, co jest tylko życzeniem, w takim trybie, jakby to życzenie już się spełniło lub jak gdyby było pewne, że się spełni. Należałoby tu wyróżnić trzy odrębne modele wypowiedzi, w których ta magiczna operacja stop-

niowo coraz bardziej dominuje: apel, zapowiedź i stwierdzenie. W wypadku *apelu* mamy do czynienia jeszcze tylko z życzeniem, zachętą, czy dopingiem:

Na was patrzy cała Polska,
naprzód, Orły, w bramce Kostka.

(*Mecz nie ustalony*)

Takie wypadki są jednak — co znamienne — stosunkowo rzadkie. Wynikałoby z tego, że określając początkowo transparenty jako formę dopingiu, wyrażaliśmy się nieściśle: pomijając już fakt, że odbiorcą jest tu raczej publiczność, hasło nie tyle dopinguje kogokolwiek, ile z góry, niejako stawiając los przed faktem dokonanym, prorokuje w formie magicznej *zapowiedzi* wygraną „naszych” lub klęskę przeciwników:

Zapowiedzi

Dziś Albania dostanie łanie,
a za rok powtórka w Tiranie.

(*Polska — Albania, 1970*)

Nie powtórzy się Wiedeń na Śląskim Stadionie:
gratulacje złożycie na Górnika dłonie.

(*Górník — Manchester City, 1971*)

Tylko jeden będzie bity:
Manchester City.

(*Tamże*)

Przytoczmy tu jeszcze dwa przykłady znakomitego „magicznego” wykorzystania rymu i instrumentacji głoskowej:

Magia i rym

Trener Matyas
zrobi z Romy galimatias.

(*Górník — Roma, 1970*)

Dziś koniec kariery
trenera Herrery.

(*Tamże*)

Porażka jest
niemożliwa

Model „zapowiedzi” realizuje jednak funkcję magiczną zbyt słabo (przynajmniej jak na potrzeby odbiorców transparentowych haseł), nawet gdy — jak w powyższych przykładach — wzmacnia ją przekonująca logika rymu. Toteż hasła transparentowe w bardzo nieraz pomysłowy sposób próbują „zapowiedzieć” uprawdopodobnić lub ukonkretnić. Oto np. hasła wykorzystujące zestawienie z jakąś oczywistą niemożliwością, a sugerujące, że myśl o porażce „naszych” byłaby tak samo absurdalna (w pierwszym przykładzie — wyjątkowo hasło kolarskie):

Prędzej w Odrze będą śledzie,
niż Szurkowski nas zawiedzie.

(Wyścig Pokoju, 1970)

Prędzej w Odrze będą śledzie,
niż Górnik wygra w Szczecinie.

(Mecz ligowy Pogoń Szczecin — Górnik, 1971)

Przesłanki
prognoz

Z kolei przykłady takich „zapowiedzi”, które opierają się na magicznych prawidłowościach lub rzekomo logicznych przesłankach, a przez to nabierają waloru obiektywnej prognozy:

Pokonałiśmy Herrere,
zwyciężymy z Manchesterem.

(Górnik — Manchester City, 1970)

Do trzech razy sztuka,
czego tu Manchester szuka.

(Rozstrzygający, trzeci mecz tychże drużyn, 1971)

„Zapowiedź” staje się tym bardziej przekonująca, im bardziej jest konkretna. Do częstych chwytów należy więc prorokowanie dokładnego wyniku meczu:

5 : 0 dla
Górnika

Gdańszczanom serce pika,
że będzie 5 : 0 dla Górnika.

(Górnik — Manchester City, 1970)

Do Herrery jedziem z worem
na sześć bramek dziś wieczorem.

(*Górnik — Roma, 1970*)

Ucałują Włodka rzeszowianki,
gdy zdobędzie cztery bramki.

(*Mecz Górnika, nie ustalony*)

Oryginalne i sugestywne wydaje się hasło (oparte również, choć w bardziej pośredni sposób, na modelu „zapowiedzi”), które polega na krzepiącej rekonstrukcji przedmeczowej rozmowy dwóch zawodników (chodzi oczywiście o Lubańskiego i Szotysika):

Mówi Włodek do Szotysa:
Ogolimy ich do łysa.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

W niektórych podanych mi wersjach hasło to opatrzone było dodatkowym: „Tak im dopomóż Bóg”. Charakter w najpełniejszym stopniu magiczny mają jednak hasła oparte na modelu *stwierdzenia*. Różnica między „zapowiedzią” a „stwierdzeniem” nie polega tylko na użyciu czasu teraźniejszego zamiast przyszłego. Podmiot takiego hasła jest tak dalece *pewien* pomyślnego rezultatu meczu, że nie bawi się w żadne przypuszczenia, lecz — aby się tak wyrazić — widzi na jawie ostateczny wynik. To zdecydowanie i pewność podkreślone są często lapidarnością hasła, hiperbolizacją i dobitnym rymem:

Zwycięstwo
jest pewne

Żadnego ale:
Legia w finale.

(*Legia — Feijenoord Rotterdam, 1970*)

Sto goli
w bramce Gomoli.

(*Pogoń — Górnik, 1971*)

W bardziej skomplikowany i wieloraki sposób manifestuje się funkcja magiczna w swoim drugim ukie-

Magiczne
poczucie
wspólnoty

runkowaniu: gdy chodzi o wzmaganie poczucia wspólnoty odbiorców. Stwierdźmy na początek, że w strukturze semantycznej wszystkich haseł piłkarskich zaangażowane są zawsze cztery czynniki; jeśli któryś z nich nie pojawia się bezpośrednio w wypowiedzi, to jest obecny w utajeniu jako składnik potencjalny, bez którego przywołania wypowiedź byłaby niejednokrotnie niezrozumiała, pozbawiona logicznej spójności. Dla większej przejrzystości oznaczymy te cztery czynniki następująco:

- a — drużyna „nasza” lub któryś z jej członków,
- b — drużyna przeciwna lub któryś z jej członków,
- A — zbiorowość, którą reprezentuje „nasza” drużyna (najczęściej naród lub któraś z podrzędnych wobec narodu grup społecznych),
- B — zbiorowość, którą reprezentuje drużyna przeciwna (jw.).

Nasi są lepsi

Zależnie od tego, które z tych czterech czynników są bezpośrednio przywołane w tekście hasła, a które są obecne tylko potencjalnie, możemy mieć do czynienia z całym szeregiem możliwości znaczeniowych, opartych jednak na pewnej stałej konfiguracji. Podstawą tej konfiguracji jest oczywiście przekonanie, które można by zawrzeć w lapidarnym zdaniu: *nasi są lepsi*. Znamienne, że w całym zasobie haseł, jakimi dysponowałem, znalazłem zaledwie trzy, których autorami są kibice niezadowoleni z postawy swojej drużyny. Oto one: „Jeszcze roczek, jeszcze dwa, | Górnik zagra w klasie A” (mecze ligowy Górnika Zabrze, nie ustalony), „Panowie i panie, odwróćcie tabelę, | a będziecie mieli Górnika na czele” (jw.), „Warta nic nie warta” (mecze ligowy Warty Poznań). Ale zauważmy od razu, że wyjątek potwierdza tu regułę: chodzi bowiem każdorazowo o mecze ligowe, przy których dochodzi do głosu co najwyżej lokalny patriotyzm kibiców; im większa natomiast prestiżowo-patriotyczna waga spotkania, tym bardziej nie do pomyślenia byłyby takie hasła:

Niezadowo-
lenie kibiców
z ograniczo-
nym zasięgiem

na meczach międzynarodowych nie spotkamy ich z pewnością.

Jeśli zatem przyjąć, że stałą podstawą znaczeniowych konfiguracji jest przekonanie, iż „nasi są lepsi” i oznaczyć relację „bycia lepszym od” przez $>$, można będzie wyróżnić następujące typy haseł:

1. $a > b$. W tym wypadku chodzi o przeciwstawienie sobie po prostu umiejętności (siły, bojowości, inteligencji itd.) obu drużyn lub wybranych zawodników obu zespołów:

Przeciwstawi-
wienie
umiejętności

Gdy Górnik do boju rusza,
to Manchester w portki siusia.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

Nie pomoże nawet Best,
kiedy w bramce Kostka jest.

(*Górnik — Manchester United, 1968*)

AS Roma dla Górnika
to jak marchew dla królika.

(*Górnik — Roma, 1970*)

Jako synekdocha drużyny może pojawić się również nazwisko trenera, zwłaszcza jeśli jest uznana znakomitością:

Gdy Włodek maciera,
rwie włosy Herrera.

(*Tamże*)

Ulubionym chwytem autorów haseł jest „wystawienie” nie drużyny przeciw drużynie, ale jednego zawodnika „naszych” przeciw całej drużynie przeciwników, co tym bardziej uwypukla jego umiejętności:

Strzela
Gadocha

Atletico szłocha,
gdy strzela Gadocha.

(*Legia — Atletico, 1971*)

Manchester w panikę wpada,
gdy Lubiański do strzału się składa.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

lub przeciwnie, dawanie do rozumienia, że, jak to określa prasa sportowa, „mamy silne rezerwy”:

Choć nie ma Lubańskiego,
Polska wygra i bez niego.

(*Węgry — Polska, 1970*)

Przytoczyć by tu trzeba również liczne hasła typu „Gdy Jarosik wpadnie w trans, [Żaden bramkarz nie ma szans”, które z pozoru polegają wyłącznie na podnoszeniu zalet „naszego” zawodnika przy nieobecności członu „b” (drużyny przeciwnej); jest to jednak oczywiście tylko pozór, gdyż pod „żaden bramkarz” odbiorca podstawia znaczenie „a więc i bramkarz tej właśnie drużyny”.

2. $a > B$. W tym wypadku „nasza” drużyna walczy już nie z równorzędną drużyną przeciwną, ale — znów jak gdyby na mocy synekdochicznego utożsamienia — z całym narodem. Oczywiście, że jest to rodzaj świadomej hiperbolizacji podkreślającej zalety „naszych”, którzy — jak to już nieraz w historii bywało — dają sobie radę z przeważającymi siłami:

Nawet cała Belgia
z naszą Legią przegra.

(*Legia — Standard Liege, 1970*)

Niech cała Anglia dowie się prawdy,
że Górnik Zabrze to orzech twardy.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

„Franco zwija
się w szale”

Również i tutaj możliwe są przypadki bardziej złożone znaczeniowo:

Pomidory dobre macie,
Lecz z Górnikiem nie wygracie.

(*Górnik — Lewski Sofia, 1970*)

Choć się Franco zwija w szale,
Legia będzie w półfinale.

(*Legia — Atletico, 1971*)

W pierwszym przykładzie mamy do czynienia, z jednej strony rzecz ujmując, z hiperbolizacją trudu „naszych”, którzy muszą walczyć niejako z całą Bułgarią, ewokowaną na zasadzie stereotypowego skojarzenia przez „pomidory”. Zastosowanie jednak tego właśnie stereotypu równocześnie obniża odrobinę wartość przeciwników („jedynie, co u was dobre, to pomidory”). W drugim przykładzie interesującym chwytem wydaje się zastosowanie „podwójnej” synekdochy: najpierw drużyna madrycka zostaje utożsamiona z całą Hiszpanią, z kolei ta ostatnia zostaje zastąpiona w tekście hasła przez nazwisko niesympatycznego dyktatora.

Hiperbolizacja

3. $A > b$. Tu z kolei „nasza” zbiorowość, reprezentowana najczęściej przez określoną grupę kibiców, „wyręcza” piłkarzy w ich zmaganiach z obcą drużyną. Sens takich haseł da się sprowadzić do zdania: nie pomoże najlepsza drużyna przeciwników, gdy przyjdzie jej grać wobec *takiej* publiczności (tj. tak dopingującej własną drużynę).

Dobrzy kibice

Nie pomoże Charlton łysy,
kiedy są kibice z Nysy.

(*Górnik — Manchester United, 1968*)

Gdańsk wierzy,
że Manchester leży.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

Niech nam Lee nie podskakuje,
bo dziś Olsztyn kibicuje.

(*Tamże*)

To samo stwierdza w bardziej pośredni sposób zabawnie pogardliwe hasło:

AS Roma
może wygrać tylko doma.

(*Górnik — Roma, 1970*)

4. $A > B$. Tego rodzaju sytuacja, w której nie ma w zasadzie w ogóle mowy o piłkarzach, a dochodzi do bezpośredniej „konfrontacji” obu zainteresowanych

Pośrednia
konfrontacja
narodów

narodów, jest oczywiście niezmiernie rzadka, dlatego wypadaloby ją traktować jedynie jako teoretyczną możliwość. Ocena wartości obu narodów dokonuje się bowiem w hasłach piłkarskich zawsze, ale z reguły drogą pośrednią i ostrożnie: gdyby nie pośrednictwo oceny umiejętności sportowych, stosunek „ $A > B$ ” byłby jawnym wyrazem nacjonalizmu.

Jesteśmy
lepsi

5. Toteż częstsze są z pewnością hasła, których schemat dałby się sprowadzić do niby logicznego wyniku: $a > b$, ponieważ $A > B$ (lub odwrotnie: $A > B$, ponieważ $a > b$). Omówienie tego rodzaju haseł pozostawiliśmy na koniec, ponieważ dwuwiersze na takim schemacie oparte zawierają w sobie wszystkie cztery czynniki bezpośrednio ujawnione: są one, co za tym idzie, najbardziej złożone znaczeniowo, mają też przeważnie największą wartość poetycką i humorystyczną. Charakterystyczne, że transmisja znaczeniowa „ $a > b$, ponieważ $A > B$ ” („mamy lepszych od was piłkarzy, bo jesteśmy lepszym od was narodem”) jest tu zawsze — z oczywistych względów — bardzo zawoalowana, niemniej widoczna. Najczęstszym sposobem jej ewokacji jest bowiem odwołanie się do stereotypu. Zabieg ten polegać może np. na zestawieniu przyszłej victorii „biało-czerwonych” z jakimś znanym z historii sukcesem militarnym, który w potocznej świadomości służy jako stereotypowy symbol narodowej chwały. Cóż naturalniejszego, niż odwołanie się do zwycięstwa Jana Sobieskiego, skoro mecz — z Anglikami co prawda — ma się odbyć w Wiedniu:

Stereotypy
historyczne

Wstawaj z grobu, królu Jamie,
Anglik w Wiedniu dziś dostanie.

(*Górnik — Manchester City, 1971*)

Ten sam stereotyp pojawia się, gdy drużyna ma walczyć nie w Wiedniu co prawda, ale z Turkami:

Rozniosą jak husarze
Turków — polscy piłkarze.

(*Polska — Turcja, 1971*)

Ciekawe efekty dają hasła, w których stereotypowe porzekadło pomaga podkreślić brak szowinizmu, a jednocześnie w zabawnie paradoksalny sposób dać wyraz przekonaniu o wyższości „naszych”:

Polak — Węgier dwa bratanki,
dzisiaj w prezencie cztery bramki.

(*Węgry — Polska, 1970*)

Przytoczmy jeszcze na koniec dwa szczególnie interesujące hasła, oparte na tym samym schemacie:

Chłopcy z kraju tulipanów
biorą lanie od ułanów.

(*Legia — Feijenoord, 1970*)

Rzym gęsi uratowały,
a Zabrze — Szkotysik „Mały”.

(*Górnik — Roma, 1970*)

W pierwszym hasle dostrzegamy aż dwa stereotypowe skojarzenia, dzięki którym w znakomity, skrótowy sposób mecz ukazuje się jako przeniesiona na płaszczyznę sportową opozycja dwu „charakterów narodowych”. Holendrzy zostają odmalowani jako łagodny, flegmatyczny naród rolników i ogrodników (nawet sam tulipan w tym kontekście musi być rozumiany jako dodatkowy symbol zniewieściałości, słowo „chłopcy” zaś nabiera pobłażliwie-pomniejszającego znaczenia): „nasi” — „ułani” (uboczne znaczenie ma fakt, że Legia jest klubem wojskowym) — jako naród wojowniczy, zawadiacki, „z ikrą”. Przekonanie o niechybnej klęsce Holendrów zostaje wyrażone nie tylko poprzez apodyktyczne, uprzedzające rozwój wypadków „stwierdzenie” („biorą lanie”), ale i pośrednio, dzięki zastosowaniu odpowiednich stereotypów.

Podobnie w drugim przykładzie, gdzie spotykamy znów stereotypowe skojarzenie (Rzym i gęsi kapitołińskie) i użyte w funkcji dość przemyślanej. Asocjacje, które musi wywołać u odbiorcy to hasło, są bo-

Charakter
narodowy

Romy nic nie
uratuje

wiem następujące: po pierwsze, uratowanie Rzymu przez gęsi to zamierzchła legenda, „uratowanie” Zabrza przez Szoltyśnika dokona się właśnie dziś; inaczej mówiąc, *dzisiaj* nic Romy nie jest w stanie uratować. Po drugie, z pozoru i gęsi kapitolinińskie, i Szoltyśnik (zwany „Małym” z powodu niskiego wzrostu) zrównani są cechą „małości”, „nieważności” wobec tego, czego przyszło im bronić, ale przecież — taki jest podtekst tego dwuwiersza — przypadkowy ratunek ze strony głupich ptaków nie jest tym samym, co świadome działanie jednego z najlepszych w Europie środkowych pomocników. „Wy mieliście jakieś tam gęsi, my mamy samego Szoltyśnika” — taki jest sens tego hasła. Historia narodu, z którego wywodzą się przeciwnicy, zostaje pokazana jako ciąg sukcesów współczesnych i osiągniętych świadomie, dzięki naszej inteligencji czy umiejętnościom.

Narodowy
kompleks
niższości

Pora na wnioski nieco ogólniejsze. Jak już wspominaliśmy, zwraca uwagę fakt, że transparenty kibiców są zjawiskiem charakterystycznym dla ostatnich kilku lat. Ma się rozumieć, najważniejszą tego przyczyną są dość znaczne sukcesy, jakie właśnie w ostatnich 2—3 latach odnosić zaczęła polska piłka nożna (mamy na myśli zwłaszcza drużyny klubowe). Ale to nie wszystko. Sukcesy sportowców stworzyły jedynie podatny grunt, na którym mogły się ujawnić pewne stłumione tendencje świadomości społecznej. Określone przyczyny społeczno-polityczne spowodowały, że w ostatnim okresie narastać zaczęło coś w rodzaju narodowego kompleksu niższości. W tych warunkach każdy wygrany mecz międzynarodowy (zwłaszcza z renomowanym przeciwnikiem) był okazją do częściowego rozładowania tego kompleksu, do umocnienia przekonania, że jednak „nasi są lepsi”, że kryzys w innych dziedzinach jest tylko zjawiskiem przejściowym. Stąd dwa zjawiska, które zaobserwowaliśmy na przykładzie piłkarskich haseł, będących z pewnością nader czułym sejsmografem społecznych nastrojów: pierwszym jest bezkrytyczne utożsamienie narodu z jego reprezentantami (pił-

karzami) w myśl zrekonstruowanej przez nas zasady „mamy lepszych od was piłkarzy, bo jesteście lepszym od was narodem”; zjawiskiem drugim jest równie bezkrytyczna wiara w ostateczny sukces, wyrażająca się w dominacji haseł opartych na modelu apodyktycznej „zapowiedzi” czy zwłaszcza „stwierdzenia”. W ramach jednego i drugiego zjawiska dostrzegamy to samo przekonanie, że ostateczne powodzenie można osiągnąć za pomocą samych tylko magicznych utożsamień i zaklęć. Wypada powtórzyć raz jeszcze, że fakt, iż transparenty piłkarskie są efektem spontanicznej twórczości mas, każe przyrzeć się ich poetyce i semantyce z tym większą uwagą. Jeśli bowiem istnieje coś takiego, jak „polski charakter narodowy”, to właśnie transparenty kibiców piłkarskich streszczają w sobie jego podstawowe cechy z wyjątkową dobitnością.