

Beata Grochala

(Uniwersytet Łódzki,

e-mail: beata.grochala@uni.lodz.pl)

ORCID: 0000-0002-3885-8964

DOI: 10.33896/PorJ.2021.4.1

JĘZYK SPORTU W PERSPEKTYWIE MEDIOLINGWISTYCZNEJ – ZARYS PROBLEMATYKI

Badania nad językiem sportu to obszar lingwistyki, który nie został dotychczas wystarczająco poznany. Dzieje się tak z kilku powodów. Po pierwsze, jest to język, który istnieje w bardzo wielu wymiarach, o czym mowa będzie dalej. Po drugie, kompleksowe badania nad nim wymagałyby uwzględnienia bardzo wielu dyscyplin sportowych, ponieważ w obrębie każdej z nich wykształcony został specyficzny repertuar środków językowych, zwłaszcza leksykalnych, służących danej profesji. Po trzecie wreszcie, dziś sport to nie tylko zawody na arenie, ale także ogromne przedsięwzięcie finansowe, co wpływa choćby na sposób mówienia o sporcie.

Celem niniejszego artykułu jest przyjrzenie się współczesnemu językowi sportu w perspektywie mediolingwistycznej, innymi słowy zbadanie, w jaki sposób rozwój mediów przyczynia się do zmian w zakresie badanej odmiany języka. Dla zachowania spójności wywodu należy najpierw zdefiniować sam przedmiot badań, czyli odpowiedzieć na pytanie, czym jest język sportu.

JĘZYK SPORTU – PRZEGLĄD DEFINICJI I TAKSONOMII

Literatura przedmiotu nie dostarcza zwartej, konkretnej definicji języka sportu. Stał się on przedmiotem badań w drugiej połowie XX wieku, ale lingwiści nie wskazywali na zakres ogólny tego pojęcia, koncentrując się raczej na analizach konkretnego materiału. Co prawda w roku 1970 ukazała się książka pod znamienym tytułem *Polskie współczesne słownictwo sportowe*, jednak jej autor, Jan Ożdżyński [1970], traktował język sportu jako odmianę socjolektu młodzieżowego, co z perspektywy czasu wydaje się pewnym uogólnieniem. Otwarte pozostaje pytanie, czy o języku sportu można mówić jako o odmiennym socjolekcie, a może profesjolekcie, jednak dziś ograniczanie tej odmiany wyłącznie do młodych użytkowników języka byłoby znaczącym błędem. Pewną próbę upo-

rządowania opisu języka sportu odnaleźć można w dwóch publikacjach z przełomu XX i XXI wieku, to jest w artykule Artura Tworka [2000] oraz w tekście Janusza Taborca [2012]. Obaj badacze, germaniści, wskazują przede wszystkim na szeroki zakres omawianego pojęcia, które obejmuje swoim zasięgiem różne grupy zawodowe i środowiskowe związane ze sportem. W pierwszej chronologicznie pracy A. Tworek odwołuje się do niemieckich opracowań leksykograficznych, w których język sportu uznawany jest za

język używany przez społeczność sportową w trakcie aktywności sportowych lub w rozmowach na temat sportu, przy czym członkami owej społeczności sportowej są zarówno osoby uprawiające sport, jak też nauczyciele, opiekunowie, trenerzy sportowi, sędziowie sportowi, osoby relacjonujące wydarzenia sportowe i wreszcie widzowie wszelkich aktywności sportowych [Tworek 2000, 332].

Na tej podstawie badacz stwierdza, że język sportu jest zjawiskiem niejednorodnym, wielowarstwowym, obejmującym takie pola aktywności komunikacyjnej jak: język przepisów, reguł itp., język naukowy, język relacji, komentarza i publicystyki sportowej, język sportowych programów telewizyjnych, język sportowych programów radiowych, język sportowców i trenerów, język kibiców, język spikera widowiska sportowego, język wywiadu (jako kompilacja języka dziennikarzy i sportowców / trenerów). Te dwanaście pól aktywności komunikacyjnej zdaje się nie wyczerpywać repertuaru sytuacji komunikacyjnych, w których aktywizuje się język sportu. J. Taborca w artykule, który ukazał się 12 lat po tekście A. Tworka, zwraca uwagę na fakt, że zmiany cywilizacyjne, m.in. rozwój Internetu, sprawiły, że w jego opinii należałoby mówić o czterech polach: język przepisów i nauki, język mediów (prasy, radia, telewizji, Internetu), język kibiców, język sportowców, trenerów i sędziów [Tworek 2012].¹ W jeszcze innej publikacji poświęconej językowi sportu Mariusz Koper wskazuje na niekompletność wspomnianych klasyfikacji. Badacz konstatuje:

Już jednak na podstawie pobieżnej analizy daje się zauważyć, iż autorzy tych prac nie uwzględnili w swoim wykazie innych odmian charakterystycznych dla tej kategorii bądź też nie poddali ich szczegółowej charakterystyce. Zaliczyć można do nich m.in. coraz częściej analizowany we współczesnych pracach naukowych, a zyskujący na popularności gatunek medialny, jakim jest relacja sportowa emitowana na żywo w internecie, sportowe serwisy informacyjne, blogi, fora internetowe o tematyce sportowej, wreszcie książki i filmy ukazujące w różnych aspektach tę złożoną problematykę [Koper 2016, 16].²

¹ The language of regulation and science; the language of media (press, television, radio, the Internet, mobile); the language of supporters; the language of sportsmen, coaches and referees – tłum. na język polski B.G.

² Nie do końca zgadzam się z zaprezentowaną przez M. Kopera propozycją uzupełnienia klasyfikacji A. Tworka i J. Taborca. M. Koper wskazuje bowiem na konkretne gatunki w obrębie przede wszystkim dziennikarstwa sportowego,

Na zakończenie rozważań nad wielością interpretacji terminu *język sportu* warto przytoczyć taksonomię Julii Murrmann [2015]. Na podstawie wspomnianych powyżej koncepcji, ale także opierając się na publikacjach A. Burkhardta [2006] i M. Lewandowskiego [2008] odnoszących się jedynie do języka piłki nożnej, badaczka podzieliła socjolekt sportowy (ten termin jest przez nią używany wymiennie z terminem *język sportowy*) na odmianę wewnątrzśrodowiskową (język zawodników, kibiców, trenerów, przepisów, literatury fachowej etc.) oraz odmianę medialną (język sprawozdawców, komentatorów, dziennikarzy prasowych itd.). W obrębie obu tych warstw J. Murrmann wskazała na pododmiany związane z kanałem przekazu, tj. język mówiony i język pisany. Ta próba uporządkowania podziałów w języku sportu warta jest odnotowania, jednak wydaje się, że zbyt łatwo zostały tu postawione linie demarkacyjne między poszczególnymi płaszczyznami – nie uwzględniono w pełni złożonej sytuacji komunikacyjnej związanej z funkcjonowaniem języka sportu we współczesnym świecie, o czym mowa będzie poniżej.

Zaprezentowane powyżej próby opisu obszarów dotyczących języka sportu pokazują, że jest to język wielowarstwowy, niehomogeniczny. Warstwę najbardziej zróżnicowaną stanowi bez wątpienia leksyka. Ta różnicowana jest przede wszystkim ze względu na dyscyplinę sportu, której dotyczy, ale także sytuację nadawczo-odbiorczą (relacja trener – zawodnik a relacja dziennikarz – widz). Jak wspomniano, leksyka należy do najwcześniejszych i najlepiej zbadanych elementów języka sportu. Trzeba pochylić się na moment nad wymienioną już pracą Jana Oźdżyńskiego. Choć została ona opublikowana w 1970 roku, a więc 50 lat temu, to pewne zawarte w niej uwagi mają charakter ponadczasowy. Autor wydzielił bowiem m.in. dziesięć obszarów tematycznych, które da się wyodrębnić w języku sportu niezależnie od dyscypliny. Są to nazwy: miejsc rywalizacji sportowej; uczestników imprez sportowych; sprzętu, ubioru zawodników, urządzeń i obiektów sportowych; zawodów, dyscyplin, konkurencji; klubów, stowarzyszeń i organizacji sportowych; kategorii zawodniczych oraz cech czynności i przedmiotów spotykanych w środowisku sportowym; pojęć związanych z organizacją zawodów i przepisami sportowymi; położenia ciała, ruchów i czynności treningowych; stanów psychicznych i fizycznych zawodników; pojęć dotyczących przejawów życia kulturalnego w kręgu środowiska związanego ze sportem [Oźdżyński 1970, 10]. Podział ten śmiało można zastosować do leksyki sportowej także dziś, podobnie jak kryterium językowego opisu słownictwa, na podstawie którego J. Oźdżyński wyróżnia zapożyczenia, neologizmy słowotwórcze, neosemantyzmy oraz specjalistyczne połączenia wyrazowe. Oba sposoby prezentacji leksyki sportowej sprawdzają się jako narzę-

tymczasem kryterium podziału we wspomnianych wcześniej klasyfikacjach był nadawca rozumiany jako główny użytkownik danego podtypu języka sportu (stad język zawodników, trenerów, dziennikarzy itp.).

dzia badawcze również współcześnie. W tym zakresie nic się nie zmieniło – owszem, pewne elementy dominują, jak np. zapożyczenia, pewne, jak słownictwo związane z przejawami życia kulturalnego środowisk sportowych, mają charakter recesywny, ale to zjawiska właściwe dla leksyki jako takiej, a słownictwo sportowe podlega tendencjom ogólnym. Element, który w mojej opinii najbardziej wpłynął na zmiany w zakresie języka sportu to bardzo szybki rozwój mediów i, co za tym idzie, ogromna popularyzacja sportu.

SPORT A MEDIA

Mówiąc o sporcie i języku sportu w perspektywie dynamicznej, trzeba pamiętać także o rozwoju mediów, które dla zmian w obrębie sportu i omawianej odmiany języka są kluczowe. Oczywiście sport, a zatem i język go dotyczący, jest znacznie starszy niż media rozumiane jako prasa, radio, telewizja czy Internet.³ Jednak po starożytnym zachwycie igrzyskami olimpijskimi trzeba było czekać aż do czasów Piere'a de Coubertina, aby odżył duch olimpizmu i sportowej rywalizacji. Media zaś przyczyniły się do popularyzacji sportu, ale także do jego komercjalizacji. Z drugiej zaś strony duża jest zasługa sportu w zwiększeniu wyników finansowych koncernów medialnych (rywalizują one między sobą o prawa do transmisji największych imprez sportowych, gdyż zawody typu igrzyska olimpijskie czy mistrzostwa świata zapewniają bardzo duże grono odbiorców, a tym samym – reklamodawców). Dotychczasowe analizy języka sportu nie uwzględniały raczej wzajemnych powiązań mediów i sportu. Rozprawa J. Ożdżyńskiego [1970] jest silnie osadzona w typowym dla tamtych czasów nurcie badawczym – strukturalizmie, wiele jest też prac normatywistycznych, które koncentrują się na języku sportu w odmianie medialnej [m.in. Miodek 1974; Podracki 1978; Cockiewicz 1990] bądź też opracowań ściśle leksykologicznych [Nowowiejski 2011]. XXI wiek to z kolei prace o nachyleniu tekstologicznym i pragmalingwistycznym [Polok 2007]. Wydaje się jednak, że mediolingwistyka daje asumpt do nieco innego spojrzenia na język sportu.

JĘZYK SPORTU A MEDIOLINGWISTYKA

Mediolingwistyka w założeniu ma stanowić interdyscyplinarne spojrzenie na język, uwzględniające przede wszystkim dorobek nauk o mediach. Jest to jednak spojrzenie językoznawcze, jak pisze bowiem B. Skowronek:

³ Sport był obecny w mediach od początku ich powstania, o czym obszernie pisze Войтик [2017].

media wpływają (niedeterministycznie) na konceptualizowanie zjawisk rzeczywistości, rozumienie ich, wartościowanie i następnie werbalne określanie (poprzez charakterystyczne dla swoich przekazów konstrukcje językowe) [Skowronek 2014, 17].

W innym miejscu krakowski badacz zauważa:

Mediolingwista musi łączyć w swych analizach prymarną dla niego warstwę werbalną komunikatu z szeroko ujmowanym kulturowym, społecznym i rzecz jasna medialnym kontekstem [Skowronek 2013, 95].

Z tych bardzo elementarnych założeń podejścia mediolingwistycznego wynika, że jest to perspektywa metodologiczna skoncentrowana nie tyle na badaniu języka mediów, ile na badaniu wzajemnych relacji i wpływów. W artykule utrzymanym w duchu mediolingwistyki, dotyczącym związku mediów, sportu i języka, Iwona Loewe stawia pytanie: „co ze sportem w mediach może zrobić językoznawca?” i odpowiada na nie: „Przedmiotem oglądu i opisu lingwisty są teksty stowarzyszone z zawodami powstające na użytek telewizji, a dokładniej masowego widza” [Loewe 2016, 72]. Odpowiedź tę można rozszerzyć na inne media – ważny jest tu masowy odbiorca. Można także postawione przez śląską badaczkę pytanie odwrócić i zastanowić się, co z językiem sportu robią media – i na tak postawione pytanie postaram się pokrótce odpowiedzieć.

1. Zacieranie granicy pomiędzy odmianą wewnątrzśrodowiskową a medialną języka sportu

We wspomnianej na początku niniejszego tekstu taksonomii języka sportu J. Murrmann zaproponowała uogólnienie dotychczasowych klasyfikacji i dychotomiczny podział języka sportu na odmianę wewnątrzśrodowiskową i medialną. O ile w odniesieniu do języka sportu w wieku XX jest to rozróżnienie trafne, o tyle w XXI wieku może budzić wątpliwości. Przede wszystkim dlatego, że trudno o jasny podział ludzi „władających” językiem sportu na zawodowych dziennikarzy, którzy mieliby posługiwać się odmianą medialną, i osoby ze świata sportu (trenerów, zawodników etc.) związane z odmianą wewnątrzśrodowiskową. Specjalistyczne dziennikarstwo sportowe, uprawiane przez osoby właściwie do tego przygotowane, powoli przestaje istnieć. Coraz częściej dziennikarstwem parają się ludzie sportu – zawodnicy, trenerzy, ale także działacze sportowi i kibice. Nie ma tu miejsca na rozważania, czy taką działalność można nazwać dziennikarstwem, czy też należałoby określić ją innym mianem. Dla czynionych rozważań najważniejsze jest jedno – mówimy o języku sportu używanym w mediach, czyli pozornie o odmianie medialnej. Jednak dziś zawodnik czy trener współkomentujący transmisję telewizyjną (np. piłkarze Tomasz Hajto, Artur Wichniarek, lekkoatleta Sebastian Chmara, trener skoczków narciarskich Apoloniusz Tajner), współrelacjonujący zawody w radiu, piszący felietony do gazet (wspomnę tylko tych publikujących w „Przeglądzie Sportowym”: Krzysztof Ignaczak

– siatkarz, Jerzy Dudek, Dariusz Dziekanowski – piłkarze) to element na stałe włączony w medialny przekaz sportowy [por. Grochała 2012]. Język, którym opisują prezentowane wydarzenia, to bez wątpienia język sportu, ale czy można go nazwać medialnym? Albo precyzyjniej – czy osobom zawodowo związanym ze sportem udaje się oddzielić ów język środowiskowy od języka medialnego? Oczywiście nie ma takiej możliwości, ale też żadne z mediów nie wymaga tego od współpracujących z nim ludzi sportu. Co więcej, ów „język szatni”, „język treningów” jest elementem pożądanym, dzięki niemu wypowiedź staje się autentyczna, ma znamiona spontanicznej, a odbiorca ma wrażenie współuczestniczenia w omawianym wydarzeniu. A to za sprawą języka, który powoduje skracanie dystansu, włączanie widza, słuchacza, czytelnika do wspólnoty osób zaznajomionych z prezentowaną problematyką. Poniżej przedstawiono kilka wypowiedzi medialnych sportowców (występujących w roli dziennikarzy), które zawierają elementy specjalistyczne. Nie są one jednak w żaden sposób tłumaczone, uznaje się, że odbiorca je zna:

Jest po bloku, lewy atak się otwiera. (...) Zagraliśmy opcją, chyba za szybko Kochanowski pokazał to odejście (...). Zawaliliśmy trochę sprawę z tym zejściem się do przyjęcia. Paweł Zatorski się pcha nie w swoją pozycję [Wojciech Drzyzga, były siatkarz, Polsat].⁴

Najpierw Vida, Mandzukić wyskoczył, spadając dotknął, spóźniony był. (...) Oddalenie przez Pogbę, zablokowany ten strzał. (...) Dotknięcie piłki przez Vidę było kluczowe. Stały fragment gry, wyćwiczony, na chorągiewkę, dwa kontakty, Kante został [Andrzej Juskowiak, były piłkarz, TVP1].⁵

Fenomenalne zagranie Roberta. Wrócił, odzyskał piłkę, podanie w boczny sektor boiska (...). Oni dalej się nie otwierają, dalej czekają w średnim pressingu, wynik mamy otwarty. (...) To jest ewidentnie murawa, on liczył, że ona się odbije, a ona mu siadła, siadła mu pod nogę [Tomasz Hajto, były piłkarz, Polsat].⁶

Spodziewam się futbolu bardziej spokojnego, mniej kontaktowego (Jerzy Dudek, były piłkarz, „Przegląd Sportowy”).⁷

Jeśli tylko przyjmujący dadzą Łukaszowi Żygadłe dogodne warunki do rozegrania, potencjał w ataku mają niemiłosiernie duży [Krzysztof Ignaczak, były siatkarz, „Przegląd Sportowy”].⁸

⁴ Komentarze pochodzą z meczu Polska – Stany Zjednoczone rozegranego w ramach mistrzostw świata 29 września 2018 r.

⁵ Komentarze pochodzą z meczu finałowego mistrzostw świata w piłce nożnej Chorwacja – Francja rozegranego 15 lipca 2018 r.

⁶ Komentarze pochodzą z meczu eliminacyjnego do mistrzostw świata w piłce nożnej Polska – Czarnogóra rozegranego 8 października 2017 r.

⁷ <https://www.przegladsportowy.pl/felietony/przeglad-sportowy-jerzy-dudek-felieton-o-koronawirusie-or-ekstraklasa-mowi-sprawdzam/w5yv449> [dostęp: 28.04.2020].

⁸ <https://www.przegladsportowy.pl/felietony/krzysztof-ignaczak/krzysztof-ignaczak-felieton/7zb2g6b> [dostęp: 28.04.2020].

Powyższe przykłady pokazują, że zmiana relacji nadawczo-odbiorczych w przekazie medialnym wpływa także na rozwój, popularyzację i upowszechnienie języka sportu, który staje się odmianą polszczyzny dostępną dla wszystkich zainteresowanych przedmiotem opisu.

Podobnie dzięki możliwościom mediów, zwłaszcza telewizji, odbiorca ma możliwość „podsluchiwania” w przerwach wskazówek trenerów, może zajrzeć do szatni zawodników, posłuchać rozmów sędziów – innymi słowy, dzięki mediom język sportu staje się powszechnie dostępny w każdej swojej postaci.

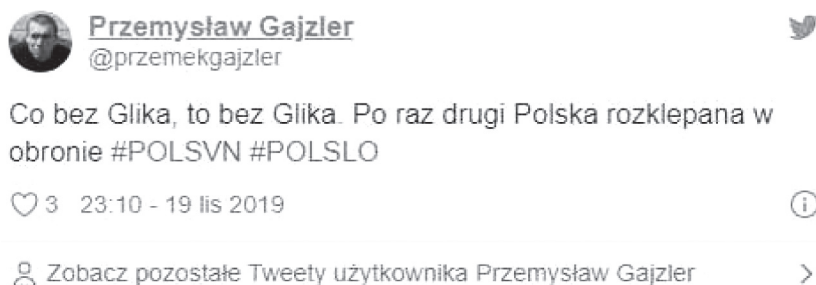
2. Rola mediów społecznościowych w rozwoju języku sportu Media społecznościowe, czyli najogólniej

wszelkie narzędzia oraz ścieżki dwukierunkowej komunikacji, obejmujące szerokie spektrum nowych technologii, w większości opartych na rozwiązaniach internetowych. (...) zestaw bezpłatnych lub prawie bezpłatnych narzędzi i stron internetowych pozwalających określonej społeczności na tworzenie treści i prowadzenie dialogu w sieci [Gwóźdź, Machnik 2014, 13–14],

stanowią dziś podstawę komunikacji. Niezależnie od wieku użytkowników wykorzystywane są tak na płaszczyźnie prywatnej, jak i zawodowej. Także sport to dziedzina, w której odgrywają one znaczącą rolę. Mowa tu z jednej strony o licznych profilach facebookowych, kontaktach twitterowych, instagramowych, kanałach youtubowych klubów, zawodników, organizacji sportowych, z drugiej zaś o dziennikarstwie internetowym, które bardzo intensywnie korzysta z mediów społecznościowych. To kolejna sytuacja, w której zaciera się granica między odmianą wewnątrzśrodowiskową a odmianą medialną. Dowodem tego jest m.in. gatunek ukształtowany w Internecie, jakim jest relacja on-line – mowa o bezpośredniej relacji z zawodów sportowych zapisywanej w formie krótkich informacji, uzupełnianych coraz częściej tweetami pochodzącymi z kont trenerów, sportowców, klubów, ale także dziennikarzy i „zwykłych” użytkowników Internetu, niezwiązanych zawodowo ani ze sportem, ani z dziennikarstwem.⁹ Wszyscy używają tego samego języka bez zastanawiania się nad stopniem jego zrozumienia przez odbiorcę. Założenie jest bowiem takie, że w dobie powszechnej dostępności informacji nie powinien mieć on problemów ze zrozumieniem każdego przekazu, np.:

⁹ Więcej na temat sportowej relacji internetowej na żywo w: Grochala 2018.

Zdjęcie 1. Wykorzystanie tweetu w relacji on-line – print screen fragmentu relacji on-line z meczu Polska – Słowenia rozegranego 19 listopada 2019 r.



Źródło: <https://sport.onet.pl/pilka-nozna/kadra/polska-slowenia-relacja-na-zywo-i-wynik-live/v81mq85> [dostęp: 28.04.2020].

Innym wymiarem, który pokazuje wpływ mediów społecznościowych na język sportu, jest powierzenie roli komentatora youtuberom. Taką praktykę zastosowała Telewizja Polska podczas transmitowania mistrzostw świata w piłce nożnej w Rosji – oprócz tradycyjnego komentatora prowadzonego przez duet dziennikarz sportowy i ekspert (np. Dariusz Szpakowski i Andrzej Juskowiak) na kanale TVP Sport dostępna była tzw. transmisja alternatywna prowadzona przez dziennikarza Macieja Iwańskiego oraz youtubera Piotra Skowyrskiego, który swoją działalność medialną rozpoczął od amatorskich komentarzy rozgrywek e-sportu (sam był także zawodnikiem). Tym, co różniło oba komentarze nadawane przez tę samą organizację medialną, był przede wszystkim język. Ten, którego używał youtuber, był językiem „klasycznego” komentatora sportowego, jednak wzbogaconym (?) o elementy slangu młodzieżowego, z dużą dozą potoczności, np.:

To jest fifti fifti, nie wiadomo, co będzie. (...) Podchodzi, jakby chciał powiedzieć: Stary, błagam, wybroń to. (...) I tutaj mamy element gamingowy, bo to cieszynka z gry Fort-trees. Ja cię, ale teraz będzie ciężko zagrywać Chorwacji [Piotr 'izak' Skowyrski, TVP Sport].¹⁰

W obrębie języka sportu, rozumianego wąsko jako sposób opisu konkretnych dyscyplin, w zacytowanych fragmentach tylko jeden wnosi nowy element, a mianowicie nawiązuje do e-sportu zyskującego coraz większą popularność zwłaszcza wśród młodych odbiorców, a to właśnie do nich przede wszystkim kierowany był ów alternatywny komentarz, którego głosem był wspomniany Piotr Skowyrski. Zwracam uwagę na określenie *glosem*, gdyż w ten sposób reklamowała swoje transmisje TVP

¹⁰ Komentarze pochodzą z meczu finałowego mistrzostw świata w piłce nożnej Chorwacja – Francja rozegranego 15 lipca 2018 r.

– hasło przewodnie brzmiało: *Mundial glosem 'izaka'*. Ta próba „transmisji alternatywnej” pokazuje, jak ważnym elementem walki o odbiorcę staje się język przekazu – widz, zwłaszcza młody, nie oczekuje pięknej, bezbłędnej polszczyzny, lecz języka, którym posługuje się na co dzień, który jest mu bliski, zwłaszcza w sferze kontaktów internetowych.

3. Popularyzacja medialna dyscypliny sportu a rozwój języka sportu (na przykładzie snookera)

Jak wielokrotnie wspomniano, sport i media są dziś ze sobą ściśle połączone. Zawody sportowe w najpopularniejszych dyscyplinach są organizowane przede wszystkim z myślą o widowni telewizyjnej. Jak pisze I. Loewe, medium wzmacnia teatralizację wydarzeń sportowych, „rozszerza publiczność o telewidownię, dla której przeznaczone są zabiegi realizatora” [Loewe 2020]. Mediatyzacja sportu ma także swoje następstwa w rozwoju języka sportu. Z jednej strony stał się on powszechny, dostępny dla każdego, zwłaszcza w odniesieniu do znanych dyscyplin, takich jak np. piłka nożna, siatkówka, lekkoatletyka. Z drugiej zaś media przyczyniają się do wypromowania dyscyplin mniej znanych, często mających charakter lokalny, np. snookera.¹¹ To dyscyplina sportu w Europie popularna do niedawna jedynie na Wyspach Brytyjskich. Jednak dzięki bardzo intensywnej kampanii na rzecz popularyzacji snookera prowadzonej przez brytyjską, sportową stację telewizyjną Eurosport, która ma swoje edycje w poszczególnych krajach starego kontynentu, ta nietypowa dla Polski dyscyplina zyskała także w naszym kraju rzeszę zwolenników – mimo występowania w zawodach jedynie dwóch Polaków, osiągających nie najlepsze rezultaty.¹² Co z tym się wiąże – język snookera ma bardzo rozbudowaną terminologię, która została szybko włączona do języka sportu. Znajdziemy wśród charakterystycznych leksemów takie, które polszczyzna знаła już wcześniej dzięki bilardowi, jak *luza*, *bila*, *kij bilardowy*¹³ itp., ale są także zupełnie nowe, zapożyczone z języka angielskiego, np. *frame* (zapisywany także w wersji spolszczonej jako *frejm*) ‘część meczu snookerowego’,¹⁴ *break* ‘suma punktów uzyskanych przez zawodnika w trakcie jednego podejścia do stołu’, są również neosemantyzmy, takie jak *wózek*

¹¹ Warto odnotować, że hasło *snooker* nie występuje w *Uniwersalnym słowniku języka polskiego*, pojawia się natomiast w późniejszym o 15 lat *Wielkim słowniku języka polskiego* (*snooker* ‘popularna w Wielkiej Brytanii gra bilardowa rozgrywana 22 kulami, mniejszymi niż w klasycznym bilardzie, na stole większym niż ten służący do klasycznego bilardu’).

¹² Kacper Filipiak zajmuje 108., a Adam Stefanów 110. miejsce w rankingu zawodowych graczy (stan na 8 maja 2020 r.).

¹³ Tu kolejna obserwacja leksykograficzna. Słowa *bila* i *luza* są rejestrowane tylko przez USJP, nie ma ich wśród dotychczasowych haseł WSJP (stan na 8 maja 2020).

¹⁴ O ile nie podano inaczej, definicje terminów snookerowych mają charakter autorski.

‘wbicie (lub próba wbicia) bili za pomocą bili innej niż biała’; *kanon* ‘kontakt dwóch dowolnych bil’, *pozycjonowanie* ‘uderzenie białej bili tak, by była właściwie ustawiona do następnego zagrania’, *pozycjoner* ‘przyrząd używany przez sędziego do przywracania bili na właściwą pozycję’¹⁵ czy określenia z dziedziny fizyki, które zyskują wyspecjalizowane znaczenie, np. *wsteczna rotacja* ‘wprawienie bili w ruch obrotowy wsteczny’. Wymienione leksemy nie wyczerpują bogactwa leksyki snookerowej. Trzeba jednak z pełną stanowczością stwierdzić, że gdyby nie medialna popularyzacja snookera, język sportu nie wzbogaciłby się tak szybko o nowe elementy, wśród których, co należy podkreślić, nie dominują zapożyczenia, lecz neosemantyzmy. Jednocześnie nowa, ciekawa, łatwa do zapamiętania leksyka sprawiła, że fani snookera bardzo szybko przyswoili ten język i posługują się nim swobodnie, a telewizyjne transmisje meczów snookerowych gromadzą przed ekranami tysiące widzów.

PODSUMOWANIE

Perspektywa mediolingwistyczna pozwala spojrzeć na język sportu jako odmianę, która za sprawą mediów stale się rozwija, zyskuje większą liczbę użytkowników, a przede wszystkim staje się elementem łączącym, wspólnotowym. Dzięki szerokiemu dostępowi do mediów zaciera się podział na odmianę wewnątrzśrodowiskową i medialną. Osób piszących, mówiących o sporcie jest coraz więcej, tak po stronie profesjonalnych dziennikarzy, jak i ludzi sportu czy zwyczajnych kibiców. Kwestia języka kibiców nie została poruszona w niniejszym artykule, ale warto wspomnieć, że także w tym zakresie media zmieniają dotychczasowe obyczaje. Mowa m.in. o wulgaryzmach, które, niestety, często dominują podczas dopingu stadionowego [por. Dokowicz 2015]. W sytuacji namiastki dopingu, a za taką uważam możliwość umieszczania komentarzy internetowych, uczestniczenia w top czatach itp., wyrazy niecenzuralne, obraźliwe są usuwane przez moderatorów, co powoduje wzrost kreatywności kibiców i konieczność używania bardziej rozbudowanego słownictwa.

Powróćmy jednak do rozważań nad wzajemnymi związkami mediów, sportu i języka. Wydaje się, że nietypowy czas epidemii i związanej z nią izolacji jeszcze bardziej unaocznili ogromną skalę mediatyzacji współ-

¹⁵ W wypadku *pozycjonowania* i *pozycjonera* trudno ocenić, na ile są to neosemantyzmy w stosunku do określeń marketingowo-informatycznych (*pozycjonowanie* jako ‘kreowanie wizerunku marki w sposób wyróżniający ją pośród innych; odpowiednie ustawienie stron internetowych w wyszukiwarkach’; *pozycjoner* ‘osoba, która jest odpowiedzialna za jak najwyższą pozycję danej strony internetowej w wynikach wyszukiwania’ – WSJP). Ponieważ w obu dziedzinach są to leksemy nowe na gruncie polszczyzny, można wysnuć hipotezę, że pojawiły się w naszym języku niezależnie od siebie jako słowa utworzone na bazie angielskich odpowiedników.

czesnego sportu. Ze względu na obostrzenia co do liczby osób przebywających w jednym miejscu i zakaz zgromadzeń organizuje się zawody bez udziału publiczności, ale za to z transmisją medialną, która zapewnia zarówno oglądalność, jak i odpowiednie zyski.¹⁶ Dzięki temu widać, że media determinują kształt dzisiejszej rywalizacji sportowej, a także sposobu jej prezentacji, opisu, oceny – innymi słowy wpływają na język sportu i kształtują go w sposób korzystny dla zdobycia jak największej rzeszy odbiorców. Język sportu stracił swój pierwotny charakter, którego celem było informowanie o zasadach czy przebiegu rywalizacji sportowej. Stał się elementem maszyny komercjalizacji i wywierania wpływu na widza, czytelnika, słuchacza, kibica.

Bibliografia

- A. Burkhardt, 2006, *Wörterbuch der Fußballsprache*, Braunschweig.
- W. Cockiewicz, 1990, *Czy dziennikarze sportowi powinni się uczyć pisać? (Wnioski z analizy normatywnej tekstów kolumn sportowych trzech dzienników regionalnych: „Gazety Krakowskiej”, „Głosu Robotniczego” i „Trybuny Opolskiej”)* [w:] M. Prezner (red.), *Język. Teoria – dydaktyka. Materiały IX Konferencji Młodych Językoznawców – Dydaktyków*, Kielce, s. 59–73.
- A. Dokowicz, 2015, *Wulgaryzmy w języku kibiców polskich, czyli „Polska grać, k.. mać!”*, Poznań.
- S. Dubisz (red. nauk.), 2003, *Uniwersalny słownik języka polskiego [USJP]*, t. I–IV, Warszawa.
- B. Grochala, 2012, *Dwugłos dziennikarsko-eksperski – wpływ czynników pragmatycznych na sposób konstruowania komentarza sportowego / relacji sportowej na żywo* [w:] *Język a Kultura*, t. 23: *Gatunki mowy w perspektywie kulturowej*, s. 199–210.
- B. Grochala, 2018, *Zmiany w strukturze sportowej relacji internetowej na żywo* [w:] B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch (red.), *Język a media. Wzory komunikacji we współczesnych mediach*, Kraków, s. 84–96.
- S. Gwóźdź, B. Machnik, 2014, *Media społecznościowe w teorii mediów i teorii społecznej* [w:] W. Opiola, M. Popiołek (red.), *Media społecznościowe. Nowe formy ekspresji politycznej*, Toruń, s. 13–14.
- M. Koper, 2016, *Język sportu – problematyka badawcza* [w:] A. Czapla, M. Koper (red.), *Język i sport*, Lublin, s. 13–40.
- M. Lewandowski, 2008, *The Language of Soccer – a Sociolect or a Register?*, „Język, Komunikacja, Informacja” 3, s. 21–32.
- I. Loewe, 2014, *Sport w mediasferze z perspektywy lingwisty*, „Postscriptum Polonistyczne” 2 (14), s. 71–91.
- I. Loewe, 2020, *Sport, medium, dyskurs telewizyjny. Mediolingwistyczne rozważania o wpływie*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2, s. 31–46.

¹⁶ Przykładem mogą być zawody snookerowe rozegrane w dniach 11–15 marca 2020 r. w Gibraltarze czy turniej tenisowy w ramach cyklu UTH Pro Match Series, który odbył się w maju 2020 r. na Florydzie.

- J. Miodek, 1974, *Szablon metaforyki nagłówków w prasie sportowej*, „Acta Universitatis Wratislaviensis, Prace Literackie” XVI, s. 91–102.
- J. Murrmann, 2015, *Język sportu w ujęciu leksykografów. Analiza terminograficzna wybranych słowników z terminologią sportową*, „Socjolingwistyka” XXIX, s. 245–267.
- B. Nowowiejski, 2011, *Współczesne polskie słownictwo sportowe w ujęciu normatywnym [w:] Polskie dźwięki, polskie słowa, polska gramatyka (system-teksty-norma-kodyfikacja)*, Warszawa, s. 263–274.
- J. Ożdżyński, 1970, *Polskie współczesne słownictwo sportowe*, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- J. Podracki, 1978, *Wpływ języka sportowego na inne odmiany polszczyzny*, „Kultura Fizyczna” 6, s. 265–269.
- K. Polok, 2007, *Funkcje języka w języku sportu – próba analizy [w:] Język a komunikacja 17: Język polski XXI wieku: analizy, oceny, perspektywy*, Kraków, s. 143–153.
- B. Skowronek, 2014, *Mediolingwistyka. Teoria. Metodologia. Idea*, „Postscriptum Polonistyczne” 2 (14), s. 15–26.
- B. Skowronek, 2013, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków.
- J. Taborek, 2012, *The language of sport: Some remarks on the language of football [w:] Informed teaching – premises of modern foreign language pedagogy*, Piła, s. 237–253.
- A. Tworek, 2000, *Język sportu – próba definicji (analiza języka polskiego i niemieckiego) [w:] G. Szpila (red.), Język a komunikacja 1: Język trzeciego tysiąclecia*, Kraków, s. 331–340.
- E.A. Войтик, 2017, *Спортивный медиатекст: Зарождение и развитие (на материале периодических изданий XVIII–XIX вв.)*, Томск.
- P. Żmigrodzki (red.), *Wielki słownik języka polskiego [WSJP]*, wersja on-line: www.wsjp.pl [dostęp: 08.05.2020].

***Language of sport from the mediolinguistic perspective:
outline of the issue***

Summary

The language of sport has not been a widely researched area in Polish studies. The communication-related change, the development of social media, the commercialisation of sports are the most important factors contributing to transformations noticeable in the discussed language variety. This paper adopts the mediolinguistic perspective and attempts to describe the primary directions of changes in the language of sport, with a particular focus on the fading boundaries between the individual subtypes which have been discussed in taxonomies to date.

Keywords: language of sport – media linguistics – media – sports commentary.

Trans. Monika Czarnačka