

Beata Grochala
Uniwersytet Łódzki
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3885-8964>
e-mail: beata.grochala@uni.lodz.pl

Język sportu a wyrażanie emocji – nowa (?) perspektywa oglądu

Language of sport vs. the expression of emotions – a new (?) research perspective

Abstrakt

Emocje w języku sportu były dotychczas badane przede wszystkim z perspektywy języka komentatorów, zwłaszcza telewizyjnych. W artykule pokazano inne podejście do emocji w języku sportu. Analizie poddano z jednej strony język relacji on-line, z drugiej zaś język kibiców. Ten ostatni uważany jest za brzydki, wulgarny, pełen obraźliwych określeń. Na podstawie napisów na murach i piosenek fanów sportu starano się udowodnić, że nie zawsze tak jest. Tekst stanowi próbę pokazania nowego kierunku w badaniach nad emocjami w języku sportu, a mianowicie uwzględniającego perspektywę szeroko pojmowanego odbiorcy (nie tylko medialnego).

Słowa kluczowe: język sportu, wyrażanie emocji, odbiorca medialny, relacja sportowa

Abstarct

Emotions in the language of sport have been studied primarily from the perspective of the language of commentators, especially television. This article presents a different approach to emotions in the language of sport. On the one hand, the analysis of the language of on-line relations and, on the other hand, the language of supporters were analysed. The latter is considered ugly, vulgar and full of offensive terms. On the basis of the inscriptions on the walls and songs of sports fans, an attempt was made to prove that this is not always the case. This article is an attempt to show a new direction in the study of emotions in the language of sport, i.e. taking into account the perspective of a general recipient (not just the media recipient).

Key words: the language of sport, expression of emotions, media recipient, sports relationship

Emocje są zagadnieniem obecnym na gruncie wielu nauk społecznych, medycznych, ale także humanistycznych. Trudno zatem o ich jednoznaczną definicję. Aby nie wchodzić w szczegółowe rozważania dotyczące zakresu tego

pojęcia, przyjmując za Keith Oatley i Janifer M. Jenkins definicję nazwaną przez autorki roboczą, według której emocja „spowodowana jest zazwyczaj przez świadome lub nieświadome wartościowanie przez podmiot jakiegoś zdarzenia jako istotnego dla jakiejś ważnej dla niego sprawy (*concern*) (celu)” (Oatley, Jenkins 2003: 95).

Podstawowym celem niniejszego publikacji jest wskazanie nowego, choć obecnego w badaniach o innym nachyleniu od lat, obszaru eksploracji nad emocjami w języku sportu.

O emocjach w sporcie napisano już wiele, zdawać by się mogło, że zbadano wszystko, co się oglądowi językoznawczemu poddaje. Wymienię choćby tekst Ewy Szkudlarek-Śmiechowicz *Wyrażanie emocji w telewizyjnych komentarzach sportowych* (Szkudlarek-Śmiechowicz 2006), publikację Mariusza Kopra, zwłaszcza *Emocje w języku sprawozdawców sportowych* (Koper 2009), a także artykuł Beaty Grochali zatytułowany *Kicz jako sposób wyrażania emocji* (Grochala 2016). W powyższych tekstach znajdziemy opis językowych sposobów wyrażania emocji przez dziennikarzy sportowych, którzy komentując wydarzenie sportowe rozgrywane się na żywo, starają się wszelkimi sposobami oddać atmosferę stadionu czy hali sportowej, jednocześnie zaś sami owym emocjom ulegają. Do najczęściej używanych, jak pisze E. Szkudlarek-Śmiechowicz, należą: 1) środki leksykalne (leksemy prymarnie wartościujące, jak *dobrze, świetnie*; s frazeologizowane połączenia leksykalne w funkcji wartościującej, jak *mamy sporo szczęścia*, wykrzykniki, modulanty, partykuły, jak *ach, uff, no, oj*); 2) środki składniowe (powtórzenia, jak *brawo, brawo, brawo*, wypowiedzenia złożone współrzędnie przeciwstawne, jak *ponownie skrót, ale tym razem precyzyjnie*, nagromadzenie równoważników zdań: *Troszkę inaczej, troszkę inaczej, za duży kąt, wymuszony kontakt z tą czerwoną szczytową*; 3) środki suprasegmentalne (akcent emfatyczny *Oj, fatalnie, fatalnie Williams*, intonacja progredientna lub bardzo słaba kadencja, coraz głośniejsze i coraz szybsze wypowiedzanie fraz; wypowiedzi artykułowane za pomocą krzyku, progredienca połączona z głośną modulacją głosu (por. Szkudlarek-Śmiechowicz, 2006: 356–364). Podobne elementy odnajdujemy we wspomnianej publikacji M. Kopra (2009). Z kolei B. Grochala (2016) zwróciła uwagę na specyficzne, bo związane z idiolektem dziennikarza budowanie metafor o zabarwieniu emocjonalny.

Każdorazowo jednak patrzymy na emocje w sporcie (czy też w języku sportu) przez pryzmat komentarzy czy relacji sportowych¹ publikowanych w różnych mediach. Tymczasem szeroko pojmowany język sportu obejmuje, jak pisze Artur Tworek, osiem warstw. Są to: 1) język przepisów, reguł, zaleceń,

¹ Świadomie pomijam tu kwestie terminologiczne związane z nazwą gatunkową.

zakazów, 2) język naukowy, 3) język relacji, komentarza i publicystyki prasowej, 4) język sportowych programów telewizyjnych i radiowych, 5) język sportowców i trenerów, 6) język kibiców, 7) język spikera widowiska sportowego, 8) język dziennikarza (prasowego, radiowego i telewizyjnego), rzadziej kibica oraz sportowca lub trenera uczestniczącego w wywiadzie (Twork 2000). Nieco inną klasyfikację proponuje Janusz Taborek, który w obrębie języka sportu wymienia: język rozporządzeń i język naukowy, język mediów (prasy, radia, telewizji, internetu, telefonii komórkowej), język kibiców, język sportowców, trenerów i sędziów (Taborek 2012). I choć obie wymienione klasyfikacje podchodzą do kwestii języka bardzo szeroko, to jednak nie wyczerpują w mojej opinii bogactwa tej odmiany polszczyzny (czy szerzej, języka jako takiego – obaj wymienieni przeze mnie autorzy klasyfikacji są bowiem germanistami i do tego języka odnoszą przede wszystkim swoje badania). Mariusz Koper uważa, że wspomniani badacze nie uwzględnili w swoim wykazie innych odmian charakterystycznych dla tej kategorii bądź też nie poddali ich szczegółowej charakterystyce. Wskazuje m.in. na blogi, fora internetowe o tematyce sportowej, wreszcie książki i filmy ukazujące w różnych aspektach tę złożoną problematykę. Koper konstatuje, że „język sportu rysuje się jako bardzo szerokie spektrum badawcze, uwzględniające szereg kategorii i podkategorii” (Koper 2016: 16). Ponieważ zagadnienie taksonomii języka sportu nie jest przedmiotem niniejszego artykułu, sygnalizuję jedynie niekompletność wspomnianych klasyfikacji, jednocześnie zaś pokazuję, że na zagadnienie emocji w sporcie można spojrzeć znacznie szerzej, tzn. nie ograniczając się do języka komentatorów sportowych. Możliwość taką daje sam przedmiot opisu, a mianowicie sport jako taki. Odchodząc na moment od sportu zawodowego i kierując się ku amatorskim formom spędzania czasu wolnego (bez elementu rywalizacji), warto przyjrzeć się koncepcji socjologicznej Erica Dunninga (2008). Badacz ten twierdzi, że sport jako taki wywołuje specyficznego rodzaju emocje, które są psychologicznie pokrewne, lecz eksperymentalnie odmienne od emocji doświadczanych w codziennym życiu. Autor pokazuje, że strach, przerażenie, nienawiść, czyli uczucia pojmowane jako nieprzyjemne, w kontekście sportu zyskać mogą wymiar przyjemności. Dunning nawiązuje też do zjawiska kibicowania i pokazuje, że w przypadku, gdy tylko jedna strona może wygrać, zmaganie się z falami emocji „prowadzi do oczyszczającej kulminacji, w której wszelki strach i obawa zostają chwilowo zawieszono, pozostawiając ludzi z krótkotrwałym posmakiem milej satysfakcji” (Dunning 2008: 665).

Drugim elementem, który pozwala szerzej spojrzeć na problem emocji w sporcie, jest sam język. Wedle założeń Gordona Allporta „każdy język

wykorzystywany jest przez jego użytkowników do w miarę dokładnego obrazowania zalegających w nich różnych pokładów emocji” (cytat za: Polok 2012: 149). Określenia pojawiające się w języku sportu odnoszą się zaś zarówno do elementów poznawczo-referencyjnych (jak np. język przepisów sportowych), jak i ekspresywno-impresywnych (jak język kibiców). Bytem pośrednim byłby wspomniany wcześniej język komentatorów sportowych, którzy starają się balansować między funkcją informacyjną, ekspresywną, impresywną, fatyczną a czasami nawet poetycką języka.

Krzysztof Polok uważa, że „każda z form nacechowania osiągnięta zostanie przy pomocy odpowiedniego doboru słów oraz w oparciu o zasób wiedzy zastanej istniejącej u odbiorcy komunikatu” (Polok 2012: 150). Jeśli zawiera on wyrazy o dodatnim potencjale semantycznym, jak *Brawo!*, *Fantastycznie!*, to z dużą dozą prawdopodobieństwa komunikat ten „wyprodukuje” pozytywnie nacechowany potencjał emocjonalny u odbiorcy. Analogicznie sformułowania o negatywnym potencjale semantycznym, jak: *Fatalnie!* *Niestety!*, wywołają emocje negatywne.

Na rolę emocji w odbiorze przekazu medialnego zwróciła uwagę Wioletta Kochmańska. Badaczka postanowiła przyrzeć się telewizyjnej relacji z meczu siatkarskiego z „punktu widzenia odbiorcy i doznawanych przeżyć emocji” (Kochmańska 2016: 26). Inspirację do takich badań stanowi propozycja Bogusława Skowronka. Zwrócił on uwagę, że „w procesie komunikacji medialnej mocno akcentuje się pozycję nadawcy, pamiętać jednak trzeba, że równie ważni są odbiorcy (użytkownicy mediów), którzy percypując owe medialne wizje rzeczywistości, łączą ich warstwę werbalną z własnym językowym obrazem świata” (Skowronek 2016: 11). Kochmańska, idąc tym tropem, śledziła wpisy kibiców, które pojawiały się na portalu siatkarskim podczas transmisji meczów reprezentacji narodowej. Badała zatem emocje wywoływane przez medium, jakim jest telewizja jako bezpośredni nadawca transmisji, ale znajdujące swój wyraz w innym medium – internecie. Skowronek opisuje taką sytuację jako odbiór aktywny – „dziś bardziej akcentuje się rozmaite samodzielne praktyki odbiorcze, które stają się aktywnym użytkowaniem mediów, nie zaś pasywnym odbiorem charakterystycznym dla dawnej jednokierunkowej komunikacji” (Skowronek 2016: 11). Możemy mówić zatem o zjawisku kultury uczestniczącej, w której obie strony komunikacji stają się twórczymi ogniwami. Koncepcję medialną rozszerzyć należy na cały obszar związany ze sportem. Kibic staje się bowiem pełnoprawnym uczestnikiem dyskursu sportowego, wyraża swoje emocje w sferze publicznej, a jego zaangażowanie uwidacznia się językowo w rozmaity sposób.

W przypadku komentatorów sportowych, niezależnie od medium, podstawowy cel to takie wykorzystanie języka, aby maksymalnie pobudzał

wyobrażnię odbiorcy, dzięki czemu będzie on w stanie w miarę plastyczny sposób odtworzyć obraz sytuacji, o której jest powiadamiany. W zależności od rodzaju medium komunikat językowy może być wzmocniony przekazem wizualnym bądź nie, ale cel komentatora pozostanie ten sam. Będzie dzielił się z odbiorcą (oraz ewentualnym współkomentatorem) odczuciami dotyczącymi gry zawodników, zachowania sędziego, kibiców itp. Nie sposób wyzwoić się w takim przekazie od zaangażowania emocjonalnego, które często skutkuje brakiem bezstronności dziennikarskiej.

Wspomniany na początku niniejszego artykułu tekst Ewy Szkudlarek-Śmiechowicz dotyczący językowych środków wyrażania emocji przez komentatorów sportowych został opublikowany w 2006 r., czyli trzynaście lat temu. Dla rozwoju języka jako takiego to niewiele, jednak dla rozwoju języka w odniesieniu do stale zmieniających się mediów to bardzo dużo. Sam rejestr środków wymienionych przez Szkudlarek-Śmiechowicz powielany jest również w dzisiejszych komentarzach, jednak zmiana sytuacji komunikacyjnej, tzn. wprowadzenie tzw. duetów komentujących, nieustanne skracanie dystansu między dziennikarzem (dziennikarzem i ekspertem) a odbiorcą (widzem, słuchaczem) skutkuje wprowadzeniem kolejnych elementów służących wyrażaniu ekspresji. Mowa tu m.in. o formach indoktrynujących. Niech za przykład posłuży dyskurs medialny wokół osoby Roberta Lewandowskiego. Ten piłkarz reprezentacji Polski oraz zawodnik Bayernu Monachium bez wątpienia należy do jednych z najlepszych piłkarzy w historii polskiej piłki. Wydaje się jednak, że każdorazowe epatowanie pozytywnymi emocjami wobec tego zawodnika, gloryfikowanie jego sukcesów meczowych stało się normą, niezależnie od poziomu gry sportowca, jego dyspozycji w danym dniu itp. I tak np. w relacji on-line z meczu Bayernu Monachium z VFB Stuttgart rozegranego 12 maja 2018 r., który Bayern przegrał 1 do 4, odnaleźć można m.in. następujące fragmenty:

GOOOOOOOLLLLLLLLLL!!!! Lewandowski wpadł w pole karne, był tam atakowany przez jednego z obrońców i bramkarza Stuttgartu, stracił piłkę, ale trafiła ona do Tolisso, który uderzył na pustą bramkę.

<<https://www.przegladsportowy.pl/pilka-nozna/ligi-zagraniczne/bundesliga/bayern-monachium-stuttgart-wynik-na-zywo-i-relacja-live-or-bundesliga/xl6hwjx>>, dostęp: 12.05.2018

Podanie nazwiska Roberta Lewandowskiego bezpośrednio po słowie „gol” sugeruje, że to on jest strzelcem bramki. Odbiorca, który czyta relację w sposób schematyczny, dokonuje przełożenia swoich dotychczasowych doświadczeń także na ten tekst – niejako presuponuje się w ten sposób strzelenie bramki przez Lewandowskiego. Dopiero dalszy fragment przynosi informację, że polski piłkarz stracił piłkę i nie miał udziału w zdobyciu gola. Warto zwrócić uwagę także na zapis słowa „gol” wersalikami, ze zwielokrotnieniem

samogłoski „o” oraz spółgłoski „l” – to charakterystyczny dla relacji sposób zapisu/ opisu momentu strzelenia bramki. Wspomina o nim także Szkudlarek-Śmiechowicz w odniesieniu do komentarza telewizyjnego – w warstwie dźwiękowej pojawia się wydłużenie artykulacji wskazanych głosek. Jednak trudno tu o jednoznaczną ocenę, czy, zgodnie ze wspomnianą koncepcją Dunninga, mamy do czynienia z emocjami pozytywnymi, czy też negatywnymi. W analogiczny sposób zaprezentowano bowiem moment strzelenia bramki przez drużynę przeciwną:

GOOOOOOOOOLLLLL!!!! Świetny rajd Donisa, który wyprzedził obronę Bayernu i uderzył na długi słupek.

<<https://www.przegladsportowy.pl/pilka-nozna/ligi-zagraniczne/bundesliga/bayern-monachium-stuttgart-wynik-na-zywo-i-relacja-live-or-bundesliga/xl6hwjx>>, dostęp: 12.05.2018

Zapis taki pozwala na przypuszczenia, że osoby konstruujące relację starają się być obiektywne, co jest jednoznaczne z chęcią wywoływania tak pozytywnych, jak i negatywnych emocji u kibiców obu drużyn. Można mówić zatem o uwypukleniu roli odbiorcy w tym przekazie. Wróćmy jeszcze do wspomnianej wcześniej form indoktrynacyjnych służących gromadzeniu pozytywnych emocji wokół Roberta Lewandowskiego podczas przegranego przez jego drużynę meczu. Poniższy przykład nie wyraża ekspresji wprost, jednak znów sugerowana presupozycja pozwala pozytywnie odnieść się do polskiego piłkarza, który nie strzelił bramki przez egoistyczne zachowanie Thiago – wobec tego zawodnika ustosunkowujemy się negatywnie:

Prosta strata, fatalny błąd Baumgartla, Thiago znalazł się sam na sam z bramkarzem. Mógł dograć do Lewandowskiego, który był w czystej sytuacji, ale Hiszpan wołał sam strzelić i piłka mija słupek.

<<https://www.przegladsportowy.pl/pilka-nozna/ligi-zagraniczne/bundesliga/bayern-monachium-stuttgart-wynik-na-zywo-i-relacja-live-or-bundesliga/xl6hwjx>>, dostęp: 12.05.2018

W przypadku relacji on-line, przy założeniu, że jest ona jedynym źródłem wiedzy o przebiegu meczu, to nadawca ma możliwość takiego oddziaływania na odbiorcę przez odpowiedni dobór słownictwa i struktur zdaniowych, by wywołać w nim pożądane emocje. Relacja ta pozbawiona jest tego, co w meczu najważniejsze, czyli elementów wizualnych, przez co tylko język kształtuje emocje czytelnika.

Odmienne na tym tle przedstawia się warstwa emocjonalna języka kibiców sportowych. Jest to język bardzo bezpośredni, niekryjący swego zaangażowania po jednej ze stron. Zawiera w sobie ogromną ilość emocji i bardzo zdecydowanych osądów. Dobór słów jest najczęściej spontaniczny, a emocje górują nad informacyjnością komunikatu. Idąc dalej, można by stwierdzić, że język ów służy w dużej mierze wyładowaniu emocji, co dawałoby możliwość wspomnianego przez Dunninga *katharsis* emocjonalnego.

Dowodzą tego wypowiedzi kibiców pojawiające się podczas relacjonowania na żywo meczów w portalu internetowym – owa relacja jest tekstem pisanym, niestowarzyszonym z transmisją obrazu, jest też gatunkiem interaktywnym, tzn. włączającym w swoją strukturę możliwość komentowania relacjonowanych wydarzeń sportowych.

Zaprezentowane przykłady dotyczą meczu Real Madryt – Bayern Monachium rozegranego w ramach półfinału Ligi Mistrzów 1 maja 2018 r., a pochodzą z portalu Wirtualna Polska.

Pierwsza grupa to komentarze tworzone w trakcie trwania meczu. Są to krótkie wypowiedzi, nacechowane emocjonalnie albo przez użycie określeń prymarnie wartościujących (*gnojki*), albo przez zastosowanie formy imperatywu wzmocnionego potrójnym wykrzyknikiem (*rób zmiany!!!*), albo przez wyrażenie porównawcze (*Real jest lepszy a Lewy słaby*):



FRIEND 01-05 22:16  0  0
niech wypada real za burte .
[Odpowiedz](#) [Zgłoś](#)

Putimir Władim 01-05 22:16  0  0
jup rob zmiany!!!
[Odpowiedz](#) [Zgłoś](#)



Grzegorz Sawa 01-05 22:16  0  0
I co jeszcze ?
Bartosz Linke
gnojki przedłużają robiąc zmiany
[Odpowiedz](#) [Zgłoś](#)


Landman Monroe 01-05 22:16  0  0
Prawda jest taka, że Real jest lepszy a Lewy słaby. Ten Ulrich też chyba liczy na transfer do Realu ;).

<<https://sportowefakty.wp.pl/pilka-nozna/relacja/86707/real-bayern>>, dostęp: 01.05.2018

Bardziej rozbudowane są komentarze pomeczowe, w których więcej jest zarówno emocji, jak i ocen. W jednym z zaprezentowanych poniżej powraca wątek pozytywnych emocji skumulowanych wokół Roberta Lewandowskiego. Tym razem ich wykładnikiem jest podkreślenie polskości piłkarza (pozytywnie wartościujący leksem RODAK). Uwagę przykuwa także brak

dbałości o stronę poprawnościową wpisów w komentarzach. Jest to zjawisko charakterystyczne dla całego internetu, jednak tutaj dodatkowo pokazując spontaniczność i ekspresję piszących:


Real Madryt
2 : 2
Bayern Monachium





Sebastian Kaminski 02-05 00:36

Dłammie ten mecz to wogule hakas porazka chodzil mi o sefziego bo tak mowiac miedzy nami kazdy widzial co poeinmo byc przynajmniej 2 karne to napewno . Ja Nie rozumiem tego ze kazdy jezdzi po Lewandowskim skoro tak naprawde gdyby nie on to Bayern Monachium nie dostaby sie nawet do półfinałów bo on strzelal te bramki tak naprawde ważne aby dostac się do półfinału kazdy krytykuje go bo źle zagral dwa mecze dla mnie jakaś zenada po prostu a tym bardziej jak kryty był Tyle w tym temacie Najgorzej to Spieprzył bramkarz oddając bramkę za darmo i gdyby nie to to myślę ze była wygrana i mecz mogłby się potoczyć inaczej ale gdybac kazdy może szkoda ze Bayern Monachium przegrat oczywiście wielkie brawa dla ci misia pokazal naprawde świetny mecz A co więcej jeśli chodzi o drużynie przeciwną to świetną klasę pokazal bramkarz Navas Świetny mecz zagral

Odpowiedz Zgłoś

0

0



bazi1980 02-05 00:05

mowilem ze tak bedzie granie rekoma i faulowanie teraz to dopiero bedzie krytyka wine ponosi bramkarz darmowy prezent dla real no i cuz pierwszy mecz byl arcy wazny to niepowinno sie tak zakonczyc mam nadzieje ze drużyna CŁOPA LIVERPOOL ZROBI CO TRZEBA BAYERN TO WIELKA DRUZYNA ALE REAL MA NAWASA KTURY WYMODLIL TEN AWANS PROSZE TYLKO NIE OBRAZAJCIE RODAKA BO TO NIE JEGO WINA BRAMEK NIE STRZELAL ALE ODCIOGAL OBRONCOW NA SIEBIE SZKODA KIMISIA BO TO ON BYL BOCHATEREM 2 MECZU REAL JEST SKAZANY NA SUKCES NIESTETY

Odpowiedz Zgłoś

1

0

<<https://sportowefakty.wp.pl/pilka-nozna/relacja/86707/real-bayern>>, dostęp: 01.05.2018

Środki masowego przekazu wypaczają obraz kibica, ukazując go przede wszystkim jako stadionowego zadymiarza operującego wyłącznie wulgaryzmami. O poczuciu niesprawiedliwości w społecznym odbiorze kibiców mówią oni sami, m.in. w filmie *Bunt stadionów* (reż. M. Pillis, 2013 r.). Tymczasem rzeczywistość jest inna. Ciekawym sposobem wyrażania emocji przez kibiców są napisy na murach. W powszechnej opinii kojarzone są z wulgarnymi i obraźliwymi treściami zaprezentowanymi w dosłownej formie. Jednak także w tym obszarze widać zmiany. Dowodem na to może być swoista wojna na hasła, jaka toczy się między dwoma łódzkimi klubami. Oto przykładowe napisy, w których nie ma wulgaryzmów, jest za to zabawa słowem, konwencją i emocjami:

RTS jeździ Tico
 ŁKS nie czyta książek
 RTS gra w tarota
 ŁKS jeździe na Erasmusa do Zgierza
 RTS szyje na maszynie do pisania
 ŁKS bierze urlop na fesyln weeka
 RTS myśli, że żabka to zoologiczny
 ŁKS macza herbatniki w nocniku

Istnieje hipoteza, że większość z tych haseł ma jednego autora, artystę street artu ukrywającego się pod pseudonimem Janusz III Waza². Z obserwacji podobnych zjawisk można jednak wysnuć wniosek, że jedna osoba jest tylko inicjatorem formy, która zyskała dużą popularność, zwłaszcza wśród kibiców. Świadczą o tym m.in. napisy z innych miast, np.:

Wisła Kraków w sumie lubi Cracovie ale nie wie jak zagadać
Pogoń jest za Legią i tęskni za Majdanem

Zawarta w nich implikatura jasno pokazuje, jak kształtują się sympatie autorów poszczególnych napisów oraz jakie emocje wyrażają. Na uwagę zasługuje odejście od tradycyjnego wulgaryzmu na rzecz kreatywności językowej i konceptualnej.

Innym przykładem twórczości kibiców, której celem jest m.in. wyrażenie emocji, są piosenki. Oczywiście na stadionach możemy usłyszeć teksty obfitujące w wulgaryzmy, jednak wiele utworów łączy się z pozytywnymi emocjami, jak np. piosenka kibiców Legii Warszawa:

Szkoła, praca, dziewczyna, rodzina,
wszystko to nie obchodzi dziś mnie,
kiedy gra ukochana drużyna,
której dawno oddałem serce swe.

Tyle jeszcze jest meczów przed nami,
tylu wrogów padnie u naszych stóp.
Tyle jeszcze wyjazdów z zakazami,
ciebie Legio będę kochał aż po grób!

Pozdrawiamy was bracia za kratami,
pamiętajcie tych kilka prostych słów,
że my o was tu zawsze pamiętamy
i czekamy kiedy tu będziecie znów.

Dowodem na umiejętność niewulgarnego wyrażania emocji pozytywnych są liczne utwory oparte na piosenkach dla dzieci, zatem budzących pozytywne konotacje. Do najpopularniejszych, bo śpiewanych zarówno przez kibiców różnych klubów, tak reprezentacyjnych, piłkarskich, jak i siatkarskich należy *Labado*:

Tańczymy labado, labado, labado
Tańczymy labado małego walczyka
Tańczą go kibice, kibice, kibice
Tańczą go kibice łódzkiego Widzewa/ Legii Warszawa

² <<http://weszlo.com/2017/10/23/marze-by-derbach-skandowano-lks-czyta-ksiazek-widzew-jezdzi-tico/>>, dostęp: 10.10.2018.

Nie są to, rzecz jasna, wszystkie przejawy emocji w języku kibiców. Trzeba wspomnieć o flagach, banerach, gazetkach (tzw. zinach), stronach www kibiców itp. Sądzę jednak, że zaprezentowane przykłady pozwalają na potwierdzenie opinii K. Poloka, że w emocjach kibiców najważniejsza jest opozycja MY – ONI i zaangażowanie emocjonalne po jednej ze stron (por. Polok 2012). Wspominał o tym również Dunning, który twierdził, że podczas biernego oglądania meczu piłkarskiego przed telewizorem człowiek mimowolnie utożsamia się z jakąś drużyną, choć nigdy wcześniej nie był jej kibicem. Inaczej mecz czy inne wydarzenie sportowe traci swą atrakcyjność, nie ma bowiem końcowego *katharsis*, które dokonuje się za sprawą emocjonalnego zaangażowania (por. Dunning 2008).

Zaprezentowane materiały dotyczą jedynie języka dziennikarzy sportowych i języka kibiców. Wydaje mi się, że spośród wszystkich wymienionych odmian języka sportowego te dwie cechuje największy ładunek emocjonalny. Należy jednak pamiętać, że emocje z pewnością pojawią się również w języku zawodników, trenerów. Jako element wolny od uczuciowości rysuje się jedynie język przepisów, ale nie można wykluczyć, że i tu występuje jakiś element ekspresyjny. Trzeba pamiętać, że zgodnie z przyjętą na początku definicją – emocje łączą się ściśle z wartościowaniem jakiegoś zdarzenia jako ważnego. Jeśli ktoś sport ogląda, komentuje, uprawia to jest on dla niego bez wątpienia ważnym elementem rzeczywistości, wzbudzającym tak pozytywne (jeśli rozwój wydarzeń sprzyja naszym oczekiwaniom), jak i negatywne emocje (por. Oatley, Jenkins 2003: 95).

Wioletta Kochmańska w tekście dotyczącym emocji odbiorcy telewizyjnej relacji z meczu siatkarskiego konstatuje, że odbiorca telewizyjny powinien być poddany globalnemu badaniu (por. Kochmańska 2016: 33). Jako narzędzia wskazuje ankietę, kwerendę i obserwację. Sądzę, że ów postulat badawczy można sformułować także jako potrzebę badania języka odbiorców przekazu sportowego – tak bezpośredniego, jak i zapośredniczonego przez różne media, a głównym narzędziem byłaby tu obserwacja (i rejestracja) wypowiedzi z rozmaitych obszarów działań kibiców w obrębie dyskursu sportowego.

Literatura

- Dunning E. (2008): *O emocjach w sporcie i wypoczynku*. [W:] *Socjologia codzienności*. Red. P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska. Kraków, s. 658–678.
- Grochala B. (2016): *Kicz jako sposób wyrażania emocji (metaforyka radiowych relacji sportowych)*. [W:] *Kicz w języku i komunikacji*. Red. B. Kudra, E. Szkudlarek-Śmiechowicz. Łódź, s. 335–342.
- Kochmańska W. (2016): *O emocjach w odbiorze relacji meczu siatkarskiego (przyczynek do projektu metodologii badawczej)*. „SŁOWO. Studia Językoznawcze” 7, s. 25–35.

- Koper M. (2009): *Emocje w języku sprawozdawców sportowych*. [W:] *Rejestr emocjonalny języka*. Red. K. Wojteczuk, V. Machnicka. Siedlce, s. 67–76.
- Koper M. (2016): *Język sportu – problematyka badawcza*. [W:] *Język i sport*. Red. A. Czapla, M. Koper. Lublin, s. 13–40.
- Oatley K., Jenkins J. M. (2003): *Zrozumieć emocje*. Przeł. J. Radzicki, J. Suchecki. Warszawa.
- Polok K. (2012): *Kwestie nacechowania w języku sportu*. „SŁOWO. Studia Językoznawcze” 3, s. 149–167.
- Skowronek B. (2016): *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*, „Język Polski” 2, s. 11–17.
- Szkudlarek-Śmiechowicz E. (2006): *Wyrażanie emocji w telewizyjnych komentarzach sportowych*. [W:] *Wyrażanie emocji*. Red. K. Michalewski. Łódź, s. 353–365.
- Taborek J. (2012): *The Language of Sport: Some Remarks on the Language of Football*. [W:] *Informed Teaching – Premises of Modern Foreign Language Pedagogy*. Red. H. Lankiewicz, E. Wąsikiewicz-Firlej. Piła, s. 237–253.
- Tworek A. (2000): *Język sportu – próba definicji (analiza języka polskiego i niemieckiego)*. [W:] „Język a Komunikacja” 1: *Język trzeciego tysiąclecia*. Red. G. Szpila. Kraków, s. 331–340.

Strony internetowe

- <www.przegladsportowy.pl/pilka-nozna/ligi-zagraniczne/bundesliga/bayern-monachium-stuttgart-wynik-na-zywo-i-relacja-live-or-bundesliga/xl6hwjx>, dostęp: 12.05.2018.
- <<https://sportowefakty.wp.pl/pilka-nozna/relacja/86707/real-bayern>>, dostęp: 01.05.2018.
- <<http://weszlo.com/2017/10/23/marze-by-derbach-skandowano-lks-czyta-ksiazek-widzew-jezdzi-tico/>>, dostęp: 10.10.2018.

