

Krzysztof Polok

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

KWESTIE NACECHOWANIA W JĘZYKU SPORTU

Zgodnie z popularną definicją język sportu został zaszeregowany jako rodzaj socjolektu młodzieżowego [Krawczyk 1997], w którym dostrzec można wiele niezbyt poprawnie sformułowanych określeń, niekoniecznie – z różnych względów – wypełniających kategorię błędu językowego. Z jednej strony należy zauważyć bogactwo pojawiającej się tam frazeologii oraz innych równie ciekawych zdarzeń językowych, z drugiej zaś twarde reguły formowania informacji spełniające wszelkie wymogi dyskursu. Analiza języka sportu wykaże więc zarówno pojawianie się szeregu reguł informacyjno-transakcyjnych (wtedy gdy użytkownicy socjolektu przekazują sobie – i uzyskują – konkretne informacje), jak i ilustracji różnego rodzaju stanów emocjonalnych. W tym kontekście język sportu staje się klasycznym przykładem założeń G. Allporta [1990: 248–258], iż każdy język wykorzystywany jest przez jego użytkowników do w miarę dokładnego obrazowania zalegających w nich różnych pokładów emocji.

Określenia pojawiające się w języku sportu wypełniają w ten sposób wszelkie funkcje języka ogólnego, zarówno w zakresie poznawczo-referencyjnym, jak i ekspresywno-impresywnym. Z jednej strony użytkownicy (czynni i bierni) uzyskują konkretny zbiór wiadomości wprowadzająco-ustalających, z drugiej zaś docierają do nich informacje wyraźnie wykazujące duży ładunek emocji. Każda z grup i zakresów przekazywanych w ten sposób wiadomości oparta jest jednak o pewną strukturę tworzącą semantyczny pomost porozumienia pojawiający się pomiędzy ich nadawcą i odbiorcą. Pomost ten stanowić będzie zawsze kontakt indywidualny pomiędzy nadawcą oraz odbiorcą wiadomości i w każdym wypadku jego moc podlegać będzie serii reguł zewnętrznych stanowiących o jego gęstości informacyjnej, trwałości oraz sile wpływu na ich odbiorcę. W każdym wypadku zauważyć tam będzie można całą serię określeń niosących różny ładunek potencjałów emotywnych, oddziałujących na ich odbiorców w szkicowo zaplanowany, aczkolwiek zawsze indywidualny sposób.

Artykuł niniejszy stanowi próbę analizy tych kwestii, jak się wydaje, niezwykle istotnych w całej strukturze języka, kwestii, które w wyraźny sposób pojawiają się właśnie w obszarze języka sportu.

1. Elementy składowe zjawiska nacechowania

Zgodnie z popularną, aczkolwiek nieco rozbudowaną definicją nacechowania [Birk & Birk 1990: 126–127] oznacza ono proces dobierania odpowiedniej, znanej użytkownikom danego języka i jednocześnie twórcy oraz odbiorcy wiadomości „(1) wiedzy – zarówno faktycznej, jak i tej związanej z chęcią utworzenia odpowiednich postaw; (2) słów oraz (3) formy nacisku w celu [umożliwienia odbiorcy komunikatu] zauważenia intencji komunikującego. Nacechowanie pojawia się w różnym stopniu w każdym z rodzajów działań komunikacyjnych: można więc zaobserwować produkcję nacechowania pozytywnego (wypowiadanie za czymś), negatywnego (wypowiadanie przeciwko czemuś) bądź też neutralnego (wypowiedź zrównoważona)”. Każda z form nacechowania osiągnięta zostanie przy pomocy odpowiedniego doboru słów oraz w oparciu o zasób wiedzy zastanej istniejącej u odbiorcy komunikatu. Jeśli więc w przekazywanym komunikacie pojawiać się będą określenia posiadające dodatni potencjał semantyczny (np.: Brawo! Znakomicie! Wspaniale! itd.), ton całego komunikatu zostanie nacechowany pozytywnie, co z pewnością mieć będzie wpływ na produkcję odpowiednio nacechowanego potencjału emocjonalnego odbiorcy komunikatu. Podobna sytuacja będzie w przypadku pojawienia się dwóch pozostałych rodzajów nacechowania – określenia zawierające potencjał ujemny (np.: Fatalnie! Okropnie! Niestety! itd.) produkować będą nacechowanie negatywne, te zaś, które zawierać będą ładunki neutralne, będą odpowiedzialne za pojawienie się nacechowania zrównoważonego. Połączenie obu rodzajów opisu emocyjnego sytuacji oraz określeń takich jak np.: Uwaga! Zobaczcie sami! itd. da w sumie komunikat zrównoważony. Każdy rodzaj komunikatu zawiera w sobie zarówno potencjał informacyjny, jak i emocyjny, język sportu jest zaś tym rodzajem socjolektu, gdzie elementy emocyjne widoczne są szczególnie wyraźnie, zahaczając bardzo często o formy propagandowo-życzeniowe, bądź nawet indoktrynujące.

Dobrym przykładem ilustrującym opisywane zjawisko nacechowania, jak również wpływu nacechowania na zmianę postawy osoby uzyskującej taki nacechowany komunikat jest eksperyment psychologiczny przeprowadzony (z całkiem innych pobudek naukowych) przez G. Razrana [1971] na ponad 150 studentach amerykańskiego college’u. Studenci ci mieli za zadanie oglądać zdjęcia kobiet i ustalać (w skali 1–5) poziom ich atrakcyjności, inteligencji, posiadanych cech charakteru, ambicji oraz możliwości spotkania się z każdą z nich na randce. Po dwóch miesiącach tym samym studentom pokazano serię tych samych zdjęć uzupełnionych 15 dodatkowymi dla zamazania ostrości obrazu, jednak w tym

wypadku studentom ujawniono fikcyjne nazwiska oglądanych kobiet, wskazujące na żydowskie, włoskie bądź irlandzkie pochodzenie niektórych z nich. Po porównaniu wyników tego osobliwego rankingu z pierwszej i drugiej sesji okazało się, iż w wypadku kobiet, którym przypisano nazwiska żydowskie bądź włoskie, nastąpiły wyraźne wahanía (in plus bądź in minus) w stosunku do właściwości, które zostały tym samym kobietom przypisane podczas sesji inaugurującej eksperyment. Może to świadczyć, iż sam fakt poinformowania badanych osób, iż oceniane przez nich kobiety mają swoją historię, wystarczył, aby odbiorcy takiego komunikatu zareagowali w sposób odpowiedni do oczekiwań stereotypowych (czego zresztą autor eksperymentu oczekiwał). Ujawnienie nazwisk oglądanych kobiet (czyli odpowiednia konstrukcja komunikatu informacyjnego) wymusiła na badanych odpowiedni do oczekiwanego sposób reakcji. Zostało w ten sposób wykazane, że dowolny, nawet najbardziej delikatny sposób manipulacji komunikatem werbalnym posiada swoje punkty styeczne z rezerwuarem wiedzy zastanej, co z kolei doprowadzić musi do ujawnienia się stosunku odbiorcy komunikatu do treści wiadomości.

Eksperyment Razrana wykazał więc, że dobrane odpowiednio słowa w każdym wypadku wywoływać będą odpowiedni stosunek odbiorcy komunikatu do jego treści. Jeśli odbiorca komunikatu posiłkuje się w pierwszej kolejności wiedzą zastaną (a stereotyp stanowi jej warstwę zewnętrzną) i nie ma ochoty (bądź czasu) na sięgnięcie do głębszych i bardziej racjonalnych zasobów posiadanej wiedzy, pojawi się reakcja ilustrująca jego podświadome przekonania (a więc działania niepodlegające ocenie zewnętrznej). Odbiorca nie ma czasu na w miarę dokładną analizę treści komunikatu (sytuacja taka ma zwykle miejsce podczas różnego rodzaju wymiany informacji), co powoduje, iż górę biorą często informacje zewnętrzne, szczątkowe, wywołujące postawy skrywane, które nie zostałyby być może przez odbiorców takiego komunikatu ujawnione w innych bardziej sprzyjających okolicznościach.

Pojawia się w tym momencie, często niezbyt doceniana przez część lingwistów, sytuacja ilustrująca potencjał semantyczny danego określenia (por. Chłopek 2010: 25–38). Odbiorca komunikatu, znający (przynajmniej do pewnego stopnia) wartości semantyczne danego określenia, dotyka najpierw warstw ilustrujących jego zewnętrzną (a więc ogólnie – stereotypowo – oczekiwaną przez część odbiorców) interpretację. Interpretacja ta może nie zgadzać się ze (znanym przez odbiorcę) stosunkiem społeczeństwa do danego słowa (czyli tzw. semantyczną poprawnością polityczną), ponieważ jednak stoi ona w prostej koniunkcji ze wspomnianą już interpretacją stereotypową, zostaje przez odbiorcę komunikatu wybrana (często nie w pełni świadomie) i wskazana jako jego optymalny wybór.

Istotną rolę odgrywa w tym procesie sytuacja świadomego (i podświadomego) kognitywnego skracania drogi przez odbiorcę komunikatu do jego pełnej interpretacji. Ponieważ pełne odczytanie treści semantycznej komunikatu wymaga nieco czasu, mają tu zastosowanie działania upraszczające, w trakcie których do głosu do-

chodzą różne formy semantycznie spłaszczone, wykolejone i niepełne. Jedną z tego typu form jest hasłowość, która bardzo często zastępuje twórcom komunikatu pełną analizę treściową tworzonych (a także uzyskiwanych) wiadomości. G. Allport [1990: 248–249] używa dla tego typu wyrażen terminu ‘określenia o potencjale prymarnym’ (*labels of primary potency*), mając na myśli ten zbiór rzeczowników (bądź fraz rzeczownikowych), których głównym celem jest skrótowa ilustracja semantyczna opisu kognitywnego wyrażanego przez dane, wykorzystane w tym opisie, wyrażenie. Nazywając kogoś skrótowo ‘zwycięzcą’, wywołujemy obraz człowieka, któremu udało się wygrać, osoby, która wiedziała, co zrobić, aby stać się jedną z osób, którym przypisywane jest nacechowanie pozytywne pozwalające na optymistyczny ogląd rzeczywistości. Nazywając kogoś ‘przegranym’, wywołujemy obraz krańcowo przeciwny.

W ten właśnie sposób, używając całej serii odpowiednio nacechowanych wyrażen, jesteśmy w stanie wywołać dużą ilość emotywnie nacechowanych odbiorów informacji, które w efekcie doprowadzają odbiorców takich komunikatów do ustosunkowania się do istoty zawartych w nich treści oraz – następnie – do utworzenia komunikatu ilustrującego zarówno ich stosunek do odebranych treści, jak i do rzeczywistości zastanej, stosunek ów odzwierciedlającej. Przechodząc na poziom analizy funkcji języka, będzie to więc zarówno ilustracja naszego stosunku do kwestii informacyjno-reprezentatywnych, jak i tych, które zawarte są w sektorze emotywno-impresywnym. Z jednej strony dostarczać będziemy autorowi informacji związanych z zawartością treści przekazywanych informacji, z drugiej zaś ilustrować będziemy nasz stosunek do przekazywanych informacji (oraz jego stadialne zmiany). Jeśli więc odbierana informacja zostanie nacechowana ogólnie pozytywnie (np. ‘nasi znów wygrali’), ogólny odbiór takich wiadomości nacechowany zostanie również dodatnio; jeśli zaś ogólny ton odbieranych informacji zawierać będzie w większości segmenty ujemne (np. ‘nasi znów ponieśli porażkę’), nasz stosunek również nacechowany zostanie negatywnie. W ten sposób potencjał semantyczny zawarty zarówno w całości komunikatu, jak i w każdym z jego elementów (słów bądź fraz wyrazowych) mieć będzie swój udział w produkcji nie tylko naszego stosunku do treści samego komunikatu, lecz także do reprezentowanej przy jego pomocy rzeczywistości nadanej.

2. Podstawowe elementy języka sportu

Jakkolwiek język sportu dla zabezpieczenia swoich interesów komunikacyjnych wykorzystuje wiele różnych form przekazu informacyjnego, należy zwrócić uwagę na charakterystyczny dla tej formy opisu rzeczywistości syndrom wielowarstwowości. Przyjmując jako punkt wyjścia do dalszej dyskusji nad omawianym socjolektem taksonomię stworzoną przez A. Tworka [2000: 334–336], należy jednak

zauważyć istnienie istotnych różnic semantycznych pomiędzy każdą z wymienianych w taksonomii warstw (bądź odmian) języka sportu.

Zgodnie ze wspomnianą taksonomią język sportu dzieli się na osiem odrębnych warstw i obejmuje: (1) język przepisów i reguł sportowych; (2) język nauki o sporcie; (3) język komentarzy sportowych; (4) język sportowych relacji telewizyjnych i internetowych; (5) język sportowych relacji radiowych; (6) język kibiców sportowych; (7) język wywiadu sportowego oraz (8) język spikera stadionowego. W każdym wypadku należy wyróżnić podstawowe cechy formy języka, biorąc pod uwagę zarówno aspekt gramatyczny, jak i pragmatyczny. Z zewnętrznego punktu widzenia język spikera stadionowego wyraźnie różni się od formy języka pojawiającej się podczas rozmowy kibiców sportowych bądź sportowego języka naukowego; także pośród form języka komentatorów sportowych bądź telewizyjnych zauważyć można charakterystyczne, niepojawiające się w innych odmianach języka cechy (takie jak chociażby wyraźnie podwyższony poziom metaforyki). W ten sposób w wymienionych odmianach języka odnaleźć można charakterystyczne dla nich cechy komentarzy językowych, dostarczających ich odbiorcom innych pragmatycznie (oraz częściowo także i gramatycznie) form zawierających treści komunikujące, co wyraźnie wpływa na poziom nacechowania językowego produkowanych wiadomości.

Przeprowadzona analiza odmian języka sportu dostarczyć powinna wielu interesujących informacji odnoszących się do omawianych odmian. W każdym wypadku wykorzystane zostaną do analizy zarówno kwestie dotyczące zagadnień ogólnych poszczególnych odmian języka sportu, jak i te wskazujące na poszczególną istniejącą podgrupę semantyczno-pragmatyczną. Analiza istniejących form opisu sportowej rzeczywistości oparta będzie w dużej części na stworzonej przez R. Langackera [2000] kognitywnej teorii języka, stanowiącej – z naszego punktu widzenia – podstawowe źródło opisu organizacji lingwalnej rzeczywistości. W ten sposób będzie możliwe w miarę dokładne przyjrzenie się różnym procesom semantycznym zachodzącym w obrębie komunikatu języka sportu, jak również uwypukleniom pragmatycznym zachodzącym w sposobach organizacyjnych przekazywanych informacji. Pojawi się także możliwość dostrzeżenia tych instrumentów, które mają wpływ na ilustrację warstwy emotywno-impresywnej pojawiającej się w języku sportu.

Z uwagi na ograniczoną objętość artykułu omówione w nim zostaną trzy charakterystyczne i bardzo się od siebie różniące formy języka sportu: język reguł i przepisów sportowych, język komentatorów sportowych oraz język kibiców sportowych. Podczas analizy poszczególnych form języka sportu zwrócimy uwagę na te cechy (semantyczne i pragmatyczne), które wyraźnie odróżniają każdą z odmian od pozostałych, oraz na pojawiający się w nich sposób nacechowania produkowanych informacji, co powinno doprowadzić do naszkicowania różnych sposobów kognitywnego umiejscowienia przekazów informacyjnych zarówno w trakcie działań zewnętrznych, jak i wewnętrznych.

3. Kognitywna teoria języka – zakres i uwarunkowania

Kognitywna teoria języka opiera się w dużym stopniu na opracowanej przez J. Piageta kognitywnej teorii rozwoju. Różnica polega tutaj głównie na tym, iż Langacker [2000] ograniczył się do języka jako źródła pomagającego człowiekowi w zrozumieniu otaczającej go rzeczywistości, Piaget natomiast uznał język za jeden z wielu sposobów pomagających człowiekowi w dokładnym zrozumieniu świata. W teorii stworzonej przez Langackera język uważany jest za środek zawierający w sobie warstwowo ułożony zbiór elementów fonologicznych, semantycznych oraz symbolicznych, fizycznie objawiających się bądź w formie wypowiedzi językowych, bądź też jako wynik schematyzacji i/lub kategoryzacji. Elementy symboliczne, powstające w wyniku nakładania się na siebie elementów fonologicznych (lub graficznych) i semantycznych, funkcjonują w obrębie języka na zasadzie indywidualnej habituacji, tzn. utrwalania się danych, konkretnych struktur językowych pojawiających się (bądź umieszczanych) w poziomym i pionowym schemacie danego pola semantycznego. W ten sposób oprócz określeń oznaczających symbolicznie jedno konkretne zdarzenie pozajęzykowe może pojawić się określenie, które do tej pory nie było przez konkretnych użytkowników danego języka zauważane (nie wymagało więc odrębnej nazwy). Tego typu procesy opisywane przez klasyczny interakcyjny model funkcjonowania języka oznaczają pojawienie się trzech równorzędnych jednostek filozoficzno-społecznych: rzeczywistości, kognicji oraz języka. Jednostki te są ze sobą w miarę silnie powiązane, uzupełniając się wzajemnie. W ten sposób procesy percepcyjne właściwe rzeczywistości mają istotny wpływ na pojawienie się różnego rodzaju procesów konceptualizacyjnych i symbolicznych funkcjonujących na płaszczyźnie kognicji, te zaś z kolei określają zakresy funkcjonowania przynależnych warstwie języka procesów idealizacyjnych [Gorczyca 2007: 30]. Procesy te odbywają się dwustronnie, tzn. nie tylko od rzeczywistości do języka, lecz również od języka w stronę rzeczywistości, co oznacza możliwość określenia (opisu) rzeczywistości przy pomocy języka oraz kognitywnego użycia języka dla celów zrozumienia zastanej rzeczywistości. Pojawiający się na tym gruncie obraz świata (a więc i języka) jest zawsze uwarunkowany kulturowo, co oznacza istnienie zwyczajowo ustalonego obrazu świata ‘obowiązującego’ wśród użytkowników danego języka, przyzwyczajonych niejako do konkretnego ustawienia i użytkowania jednostek symbolicznych wyabstrahowanych z hierarchicznie (pionowo) oraz syntagmicznie (poziomo) ustalonych schematów opisu rzeczywistości. Taki schematycznie ustalony opis oczywistości oznacza zawsze pojawienie się swoistego kontekstu semantycznego (np. wzmianka o ‘truchcie’ lub ‘sprincie’ wymusza pojawienie się samoistnego kontekstu semantycznego wskazującego na poziom nadrzędny wspomnianych określeń, czyli ‘bieg’, to zaś określenie wywołuje pojawienie się kolejnego nadrzędnego kontekstu semantycznego, czyli opisu czynności zwanego

‘atletyką’). Daje to nie tylko możliwość dowolnego kulturowo zależnego ustalania elementów danej struktury semantyczno-rzeczywistej, lecz również sposobność do plastycznego i barwnego opisu zastanej rzeczywistości. Jedną z zauważalnych w tym kontekście form użycia językowego są różnego typu figury językowe, takie jak metonimie, metafory, kolokacje itd.

W odróżnieniu od innych form systemowych opisu języka w kognitywnej teorii języka metafory stanowią zjawisko centralne [Kalisz 1994: 70], przy pomocy którego człowiek potrafi bardzo dokładnie opisać zastaną rzeczywistość, przyjmując przy tym zarówno postawę diachroniczną, jak i prognostyczną. Barcelona [2003: 87] proponuje tutaj uznanie za właściwą definicji, w myśl której metafora oznacza zawsze opis jednego zjawiska kognitywnego przy pomocy zjawiska drugiego, przy czym oba z nich mieścić się będą w zakresie kognitywnego rozumienia rzeczywistości. Następuje więc tutaj projekcja domeny źródłowej w stronę domeny docelowej w ten sposób, iż domena docelowa postrzegana jest przez pryzmat domeny źródłowej. Jest oczywiście samo przez się zrozumiałe, iż obie domeny połączone są ze sobą logicznym ciągiem zdarzeń, dzięki czemu możliwa jest projekcja domeny abstrakcyjnej (docelowej) przy pomocy domeny fizycznej (źródłowej). Model taki dobrze wpasowuje się w główny nurt kognitywnego pojmowania języka, ponieważ, jak sądzi Langacker [2003: 87], „metaforyczne odwzorowania nie naruszają wyobrażeniowo-semantycznych struktur domeny źródłowej”. Mówiąc inaczej, metafory same zastępują różnego typu, skomplikowane często, określenia rzeczywistości zastanej, wyraźnie ułatwiając dotarcie do kognitywnie pojmowanego opisu świata. Przy pomocy określeń metaforycznych pojawia się możliwość bardziej schematycznego nazwania odczuwalnych, znajdujących się wewnątrz zastanej rzeczywistości bodźców oraz jej opisu. Nie trzeba używać wielu określeń, ze zrozumieniem których ich odbiorcy mogliby mieć kłopot; wykorzystanie form metaforycznych (bądź metonimicznych) znakomicie upraszcza sprawę, a odbiorcy tak skonstruowanego komunikatu uzyskują natychmiastową możliwość semantycznego oglądu przedstawionej sytuacji. Zjawisko to odnosi się do różnego typu form metaforycznych, o których wspominają Lakoff i Johnson [1980], a więc nie tylko do metafor klasycznych (*conduit metaphors*), gdzie znaczenie przekazywane jest głównie w sensie filologicznym, lecz także metafor nazwanych przez wspomnianych autorów [Lakoff i Jonson 1980: 10–25] metaforami orientacyjnymi (*orientational metaphors*) oraz ontologicznymi (*ontological metaphors*). Wiele z nich podczas przekazu wiadomości pełnić będzie w mniej lub bardziej wyraźny sposób dodatkową funkcję nacechowania, co w języku sportu uwypukli się szczególnie jaskrawo.

4. Sposoby funkcjonowania metaforycznego w tekstach sportowych

Kwestie nacechowania w wielu wypadkach wydają się przypisane do konkretnego rodzaju metafory. Chodzić tu będzie nie tylko o hierarchiczny podział konstruktów metaforycznych typu góra – dół (UP – DOWN), gdzie metafory kognitywnie powiązane z ruchem w górę, bądź też taki ruch obrazujące, ogólnie wykazują nacechowanie pozytywne, podczas gdy te odnoszące się do kierunku przeciwnego zawierają w wielu wypadkach cechy nacechowania negatywnego. Chodzi tutaj również o wiele rodzajów metafor ontologicznych, a więc metafor wyraźnie związanych z kulturowo ustawionym doświadczeniem, gdzie „postrzeganie wydarzeń, działań, emocji, pomysłów itd. [wyrażane jest] przy pomocy stałych konstruktów i substancji” [Lakoff i Johnson 1980: 25]. Metafory tego typu mogą służyć różnym celom, za każdym razem ilustrując pewien stosunek autora utworzonej wiadomości do omawianej sytuacji bądź zdarzenia, np.

- | | |
|--|---------------------------|
| (1) To była piękna obrona. | [odnośnik] |
| (2) Jest tyle siły w tym zawodniku. | [kwantyfikacja] |
| (3) Przyszedł do drużyny w poszukiwaniu sławy. | [motywacja] |
| (4) Stawką tego meczu jest honor naszego miasta. | [odnośnik] |
| (5) Powtarzające się faule spowodowały,
że w końcu wybuchnął. | [identyfikacja
powodu] |
| (6) Jest w nim tyle sportowej złości. | [kwantyfikacja] |

Każdy z przedstawionych przykładów zawiera w sobie pewien potencjał nacechowania, zwracając uwagę odbiorców wiadomości na pojawiające się cechy kontekstowe, pozwalające im na wytworzenie sobie poglądu na sytuację, o której zostali właśnie poinformowani. Wprowadzenie w treść wiadomości określeń ‘piękna obrona’, ‘tyle siły’, poszukiwanie sławy’ i utworzenie pewnych zaplanowanych, kulturowo możliwych kolokacji oznacza wprowadzenie pozytywnie nacechowanego stosunku do całej wiadomości zawartej w każdym z trzech pierwszych przykładów. Podobną sytuację można obserwować w przykładach (5) oraz (6) (choć określenia pojawiające się w każdym ze zdań nacechowane są negatywnie).

Równocześnie jednak metafory ontologiczne, jak te powyżej, ilustrują wiele stanów związanych z ludzkimi emocjami, marzeniami, różnych stanów psychicznych opartych na doświadczeniu. Są więc w zdecydowanej większości określeniami nacechowanymi wewnątrz. Już sam dobór słów oznacza pewien zabieg nacechowania, zdecydowanie się na wykorzystanie w tym celu metafory jest pragnieniem użycia w tym celu skrótowego, lecz równocześnie w miarę prostego opisu kognitywnego danego zdarzenia.

Każdy z przedstawionych powyżej przykładów (4)–(6) jest w miarę prostą i skrótową ilustracją pewnego stanu emocjonalnego, przedstawioną z użyciem metafory; stanu, w którym zarówno dobór słów, jak i posiadana wiedza zastana odbiorcy komunikatu stwarzają sytuację obrazującą poziom nacechowania każdego

ze zdań. Honor miasta jest bez wątpienia czymś, o co warto powalczyć, należy więc psychicznie wesprzeć drużynę nasze miasto reprezentującą. Celem zdania jest nie tylko chęć wzbudzenia pozytywnej uwagi u jego odbiorców, lecz również sprawienie, aby – jeśli tylko chcą (a powinni) – zdecydowali się na dodanie otuchy zawodnikom nasze miasto reprezentującym, co oznacza próbę wymuszenia zmiany postawy odbiorców z neutralnej (obojętnej) na pozytywną.

Również zdanie (5) jest ilustracją próby pozytywnego nastawienia odbiorców wiadomości do sprawcy czynu nagannego w istocie sprawy. Jest tu z pewnością przyznanie się autora wiadomości, iż opisywane zachowanie nie może być bezstronnie uznane za godne sportowca, tyle tylko, że autor tej wiadomości wcale nie ma zamiaru być osobą bezstronną. Wręcz przeciwnie, jego celem jest ponownie wymuszenie na odbiorcy wiadomości zmiany postawy ze zdecydowanie negatywnej, potępiającej niesportowe zachowanie uczestników zawodów sportowych, na postawę bardziej wyrozumiałą. Bo przecież gdyby zawodnik ów nie był tyle razy potraktowany w tak karygodnie, w opinii autora komunikatu, niesportowy sposób (w tym miejscu wyraźnie widać próbę samodzielnej kwantyfikacji czynów przeciwników omawianego sportowca), nie stałoby się to, co się w końcu musiało stać (jak sądzi autor komunikatu).

Przykład (6) również stanowi wysiłek twórcy komunikatu, aby w pewien sposób zmniejszyć negatywny oddźwięk rzeczownika 'złość'. Złość oraz jej okazywanie jest z pewnością czymś, czego nie należy uzewnętrzniać, ale złość sportowa oznacza kolokację o wiele bardziej pozytywną. Cały komunikat ma więc wydźwięk ogólnie pozytywny – duża ilość sportowej złości powoduje u zawodników wyraźny wzrost motywacji, poświęcenia i chęci zwycięstwa, co oznacza, iż nie tylko zbyt łatwo nie odstąpią pola przeciwnikom, ale wręcz przeciwnie – do końca meczu będą walczyć o jak najlepszy wynik.

Każde z przedstawionych powyżej określeń metaforycznych odnosi się równocześnie do bardzo konkretnego schematu kognitywnego ustalonego kulturowo postępowania akceptowanego (bądź możliwego do zaakceptowania) przez społeczność używającą danego języka do opisu doświadczeń umieszczonych w zastanej rzeczywistości. Nastawienie odbiorców komunikatów do ich treści powinno być w każdym wypadku w miarę pozytywne, a przynajmniej takie wysiłki są czynione. Oznacza to użycie określeń warunkujących pojawienie się wspomnianych postaw. Dobór słów jest więc świadomą kognitywną manipulacją dokonywaną na odbiorcach komunikatu, jest z jednej strony przedstawieniem stosunku autora komunikatu do komentowanej rzeczywistości oraz poszukiwaniem konkretnego poparcia dla zademonstrowanej postawy z drugiej. Nacechowanie wypowiedzi oznacza tutaj szukanie pozytywnych postaw u odbiorców komunikatu, sprawdzanie, czy na taki stosunek można u nich liczyć, oraz chęć wyjaśnienia swoich emotywnie umocowanych racji związanych z opisem postawy autora komunikatu w nim zawartym (zob. także ciekawą interpretację niektórych z poruszanych powyżej kwestii: Chłopek 2009: 247–257).

5. Nacechowanie w różnych odmianach języka sportu – próba analizy

Zgodnie z wcześniejszymi ustaleniami przeprowadzona zostanie analiza trzech wybranych odmian języka sportu: języka reguł i przepisów sportowych, języka komentatorów sportowych oraz języka kibiców sportowych. W każdym wypadku w oparciu o przedstawione powyżej informacje poszukiwane będą charakterystyczne cechy określeń zauważanych w danej odmianie języka sportu.

Można ogólnie przyjąć założenie, iż w każdej z wymienionych – poza językiem przepisów i reguł sportowych – odmian języka sportu ważną funkcję pełnić będą emocje. O ile jednak w przypadku języka komentatorów sportowych płaszczyzna emocjonalna będzie musiała dosyć zgrabnie współgrać z warstwą informacyjną, o tyle w wypadku języka kibiców sportowych warstwa informacyjna stanowić często będzie jedynie pretekst dla wyrażania emocji. Z kolei w wypadku języka przepisów i reguł sportowych to właśnie warstwa informacyjna wypełniać będzie główny plan komunikatu (co – jak sądzimy – wcale nie oznacza, iż określenia w nim zawarte zostaną całkowicie pozbawione kolorytu nacechowania).

5.1. Język sprawozdawcy sportowego

Główną formą działalności sprawozdawcy sportowego jest komentarz, który może być wykonywany albo samodzielnie (w formie monologu), albo też w towarzystwie innego komentatora (w postaci dialogu). W zależności od rodzaju mediów, w jakich pojawia się komentarz, uwidaczniają się istotne dla danej formy działalności medialnej formy języka. W wypadku informacji telewizyjnej język przybierać będzie formy bardziej oszczędne, pojawiać się częściej będą elementy opisowe, wypowiedziane, urwane, dodane do obrazu. Formy te zmieniają się na bardziej pełne i silniej umocowane w opisie w chwili, gdy komentarz sportowy nadawany będzie przez radio. Pojawi się wtedy język bardziej kolorowy, pełniej emanujący metaforą, mniej chętnie operujący skrótami myślowymi, ponieważ odbiorcami tego typu informacji są osoby wykorzystujące do odbioru wiadomości jedynie zmysł słuchu. W chwili przekazywania takich informacji głównym zadaniem komentatora jest wykorzystanie języka w celu pobudzenia wyobraźni odbiorcy, aby w miarę w plastyczny sposób był w stanie odtworzyć sobie cały obraz sytuacji, o której jest powiadamiany.

Nie oznacza to wcale, że w języku komentatorów radiowych (oraz telewizyjnych) nie pojawią się różnorodne formy nacechowania językowego. Emocje zawsze pełnić będą swoją rolę, a ponieważ dowolny rodzaj komentarza sportowego oprócz przekazu informacji realnych ma spełniać również zadania emotywnie, określenia ilustrujące zarówno stosunek komentatora sportowego do przeżywanego wspólnie z widzami (słuchaczami) spektaklu sportowego, jak i te, które mają bardziej

bezpośrednio wpływać na odczucia odbiorców informacji (widzów, słuchaczy) dowolnej formy komentarza sportowego, zauważone zostaną w dosyć wyraźny (aczkolwiek w każdej z podwarstw komentarza inny) sposób.

W wielu wypadkach pojawią się tu określenia wykorzystujące albo różne formy metafory, albo też metonimii, czasem wyraźny kolor nacechowania (pozytywnego lub negatywnego) przekazany zostanie poprzez odpowiednio dobrane kolokacje bądź pojedyncze słowa. Zawsze jednak komentator będzie zakładać istnienie u odbiorców jego słów (zdobytego w różny sposób) takiego zakresu wiedzy zastanej, który pozwoli im na wpasowanie się w konkretny kontekst sytuacyjny. W ten sposób sytuacje uzyskają właściwy sens, równocześnie pozwalając ich odbiorcom na wyrobienie sobie konkretnego stosunku do sytuacji realnej, w której uczestniczą. Nawet wtedy, gdy odbiorcy informacji są równocześnie widzami spektaklu sportowego, pojawi się wiele różnych form nacechowania o różnym stopniu intensywności (np. podczas komentowania meczu piłki nożnej przez dwóch komentatorów telewizyjnych każdy z nich, wiedząc o tym, iż podobny obraz dociera do słuchających ich widzów, w rzeczywistości dzieli się z nimi oraz ze współsprawozdawcą swoimi odczuciami dotyczącymi nie tylko gry całego zespołu bądź każdego z zawodników, lecz także zachowania się sędziego, wyjaśniania powodów różnych zdarzeń, które miały miejsce na boisku i poza nim, oceniania zaangażowania się zespołów i kibiców w grę, a także wielu różnych zdarzeń mających mniej lub bardziej ścisły związek z komentowanym meczem). Będzie się tu pojawiać ton nacechowania zrównoważonego, świadczący o oczekiwanej bezstronności komentatora, jakkolwiek poziom jego (ich) bezstronności w dużym stopniu będzie zależeć od indywidualnego emocjonalnego zaangażowania się komentatora w wydarzenie, w którym (współ)uczestniczy. Jeśli więc, przykładowo, komentator telewizyjny jest kibicem (albo osobą emocjonalnie sprzyjającą) warszawskiej Legii, a drużyna ta przegrywa na własnym boisku mecz z drużyną subiektywnie uznaną za drużynę słabszą, pojawiające się cechy językowe komentarza nie będą uwypuklać tego faktu w taki sposób, w jaki przedstawiłby go komentator trzymający w skrytości ducha kciuki za zespół inny niż wspomniana Legia. Widzowie (przynajmniej niektórzy) będą więc mogli poczuć się w jakiś sposób rozczarowani formą oraz rodzajem słów użytych przez komentatora dla opisanie owego smutnego zdarzenia. Z pewnością niektórzy, szczególnie ci bardziej impulsywni, użyliby tutaj wyrażen mocniejszych, nie wyłączając epitetów i wyrażen obraźliwych, komentator nie może tego jednak zrobić, a jego prawdziwe odczucia wyrażać się będą właśnie przedstawianą formą komentarza.

Nie pojawi się w nim duża ilość wyrażen nacechowanych pozytywnie (a jeśli już się pojawiają, ich celem będzie w większości wypadków stępienie ostrza zasłużonej przecież krytyki), lecz również nie będzie w nim zbyt wielu wyrażen nacechowanych zdecydowanie negatywnie. W większości będą to formy ostrzegające przed czymś niezbyt przyjemnym, co może mieć miejsce, jeśli nic się nie zmieni

w grze drużyny uznawanej za faworyta, a więc wyrażenia typu: „znów oddajemy pola”, „dalej gramy niezbyt dokładną piłkę”, „ponownie spóźnił się z interwencją”, „znów niezbyt dokładnie wyczuł dystans”, „była to gra bez zbytniego polotu” itd. (komentarze z meczu Legia Warszawa – Podbeskidzie Bielsko-Biała, komentarz telewizyjny, transmisja Canal+ – zapis własny). Formy te, oparte w niektórych wypadkach na niezbyt silnie nacechowanej konstrukcji metonimii bądź metafory, są właśnie takimi typowymi wyrażeniami w nikłym stopniu nacechowanymi negatywnie, w których ilość potencjału negatywnego pełni funkcję wyrażnie ostrzegawczą. Z jednej strony komentatorzy – bo mecz ten komentowały dwie osoby – zwracają uwagę widzów, iż z drużyną Legii nie dzieje się podczas meczy najlepiej, z drugiej zaś wyrażnie uważają, aby nie wyrażać się o poziomie gry drużyny, do której – jak się wydaje – nie odczuwają zbyt wielkiej sympatii.

Pełności obrazu dodają niektóre z komentarzy obrazujące grę drużyny przeciwniej. Są to również – w zdecydowanej ilości przypadków – formy nieposiadające zbyt silnego nacechowania pozytywnego: „zawodnik posłał piłkę silnie w stronę bramki”, „zdobyli bramkę, bo bramkarz spóźnił się z interwencją”, „znów poprawnie wykonany rzut wolny” (komentarze z tego samego meczu – zapis własny). Frazy przymiotnikowe i przysłówkowe typu ‘silny’, ‘poprawnie’, ‘właściwy’, jakkolwiek nacechowane pozytywnie, nie zawierają zbyt dużej ilości pozytywnej energii, a ich użycie wyrażać może podświadomy stosunek komentatorów do gry drużyny przyjezdnej, uwidaczniając nastawienie komentatora sportowego do meczu, który wspólnie z widzami ogląda, oraz sposób konstruowania informacji nastawienie owo ilustrujący. Używanie wyrażen o niezbyt dużym potencjale negatywnym i pozytywnym (podczas komentarza ani razu nie padły określenia typu ‘wspaniały’, ‘doskonały’, ‘niesamowicie dobry’ bądź też ‘fatalny’, ‘okropny’ itd.), konstruowanie opisów enigmatycznych i mgliście bezkonturowych daje w sumie obraz nieostry, w którym zawarty jest względnie mały potencjał krytyki dla drużyny bliższej sercu komentatora oraz w miarę wyraźny obraz niedoceniań osiągnięcia rywali. Jest to komentarz zawierający dużą dawkę wyrażnie stonowanych emocji. Pojawia się jednak pytanie, czy ogólny ton komentarza tego typu jest rzeczywiście tonem obiektywnie zrównoważonym. W konkretnym przykładzie można mieć sporo wątpliwości co do prawdziwości tego typu konkluzji.

Powyższa ilustracja skłania jednak do sformułowania stwierdzenia o bardziej ogólnej treści. Komentarz powyższy wyraźnie pokazuje, iż od emocji nie można się uwolnić nawet wtedy, gdy ich uzewnętrznianie nie jest powszechnie oczekiwane. Dobór słów i określeń zawsze podyktowany będzie poziomem odczuć autora komentarza, ponieważ język jest ilustracją naszych myśli, a te zawsze odnoszą się do władających nami odczuć. Ponownie więc objawia się w całej rozciągłości prawdziwość osądu Lakoffa i Johnsona [1980: 187], iż tak naprawdę nikt nie może rościć sobie prawa do wyrażania pełnego obiektywizmu, ponieważ zawsze każda z przedstawianych racji naświetlana będzie z jednego tylko punktu widzenia. Mity

obiektywizmu i subiektywizmu, o których piszą Lakoff i Johnson w swojej książce, będą mieć swoje odzwierciedlenia w języku nawet wtedy, gdy nikt tego nie oczekuje, a dobór poziomu nacechowania komentarza przebiegać będzie w sposób nie w pełni świadomy.

5.2. Język kibiców sportowych

Ten typ języka sportowego w sposób zdecydowany różni się od jakości i form języka komentarzy sportowych (radiowych i telewizyjnych). Jest to język bardzo bezpośredni, stosowany przez użytkownika niekryjącego swojego wyraźnego zaangażowania po jednej ze stron, język walki, język często źle skrywanych chęci odwetu i rewanżu. Zauważyć w nim można wiele bardzo zdecydowanych osądów ilustrujących ogromną ilość emocji nagromadzonych wśród autorów takich komentarzy: autentyczną troskę o drużynę, której się kibicuje, euforię z powodu jej sukcesu, tudzież szczery żal, gdy skomentować należy jej niepowodzenia. Wielu kibiców stara się poszukać powodów konkretnej sytuacji głównie po to, aby znaleźć jakieś bardziej racjonalne przyczyny sukcesu lub (głównie) porażki.

W języku tym nie ma raczej miejsca na zrównoważoną analizę, dlatego też dobór słów jest dobozem spontanicznym, w którym emocje biorą wyraźnie górę, a wypowiedź skonstruowana jest głównie po to, aby móc w ten sposób wyładować nagromadzone (pozytywne lub negatywne) emocje. Zakres i stopień nacechowania wiadomości, ujemny bądź dodatni, w zależności od odległości psychicznej twórców komunikatu od realnego zdarzenia, jest ogromny i waha się od określeń nacechowanych w sposób bardzo wyraźny aż do bardziej umiarkowanych i zrównoważonych. Dostrzec można tutaj wyraźną dumę z uzyskanego sukcesu (ilustrującą daleko posunięty stopień identyfikowania się kibica z klubem), aż do słów złości, a nawet pogardy, w chwili gdy klub, któremu zaufali, nie spełnia ich nadziei i oczekiwań. Pojawiają się w tego typu określeniach różne formy metaforyczne i metonimiczne (np. 'Warszawa [tj. stadion Legii Warszawa, obecnie Pepsi Arena] – teraz to psi-psi arena'), w których wyraźnie ujawnia się zakres wiedzy zastanej ich twórców (w przytoczonym przykładzie wykorzystano dodatkowo zjawiska aliteracji i onomatopei), widziane w perspektywie określeń zdecydowanie nacechowanych w języku negatywnie [psia pogoda, psia służba], co, w efekcie, daje dosyć wyraźną ilustrację stopnia frustracji osoby będącej autorem cytowanej wypowiedzi [nm//www.90minut.pl]. Ponieważ jednak wszystkie z cytowanych wypowiedzi tworzone są „z głębi serca”, nie ma w nich zbyt wiele miejsca na wytworzenie poczucia dystansu, a w wielu wypadkach pojawiające się określenia należą do powszechnie używanych, np. 'Żenada! I wy na mistrza chcecie?!' [monor//_www.90minut.pl] lub 'Podbeskidzie do spadku?! Tylko TSP!!!' [FanTSP//www.90minut.pl], skrótowych, hasłowych i nie zawsze dokładnie przemyślanych. Bardzo często są to określenia sloganowe, np.

‘Brawo, chłopaki!’ [Kosa KSG//www.90minut.pl] bądź ‘Gratulacje dla Podbeskidzia’ [?...//www.90minut.pl], w których nacechowanie wyraża dumę ze zwycięstwa zespołu z Bielska-Białej (bądź porażki Legii), a pojawiające się triumfalne tony wskazują zarówno na ten typ wiary, która ‘góry przenosi’, jak i niektóre z cech zakompleksionej małomiasteczkowości i niepełnowartościowości, poczucia, że cuda się zdarzają i dlatego życie jest piękne.

Równocześnie jednak pojawiają się w tej odmianie języka określenia nieco bardziej racjonalne, w których poziom nacechowania ukazuje swoje bardziej zrównoważone oblicze. W wypowiedzi 100%BB//www.90minut.pl można przeczytać: *Chociaż od lat kibicuję Legii, to w sobotę liczyło się tylko TS Podbeskidzie. Nie powiem, piłkarze z BB wygrali sprytem i dobrą taktyką, którą zrealizowali bez większych błędów. Legia zapłaciła za lekceważenie i myślenie o tym, jaki wynik wywiozł z Holandii.* Są to więc, w opinii 100%BB, racjonalne powody niespodziewanego sukcesu drużyny z Bielska-Białej i równie niespodziewanej porażki drużyny warszawskiej. Mówiąc inaczej, w cytowanym komunikacie odnaleźć można następujące akcenty: piłkarze z B-B byli sprytniejsi i lepiej zrealizowali zakładaną taktykę przedmeczową (nacechowanie dodatnie); piłkarze z Warszawy przegrali, ponieważ zlekceważyli przeciwnika (nacechowanie ujemne) oraz dlatego, że pragnęli zachować więcej sił na czekający ich mecz w Holandii (w Pucharze Ligi) o zdecydowanie silniejszym charakterze sportowym (nacechowanie umiarkowanie ujemne). Równocześnie jednak cała wypowiedź 100%BB sugeruje, iż chociaż jej autor nie za bardzo wierzy w poziom umiejętności sportowych piłkarzy z Podbeskidzia (nacechowanie ujemne), uznaje, iż porażka Legii była raczej ‘wypadkiem przy pracy’ (nacechowanie umiarkowanie dodatnie).

Pojawiająca się w tym kontekście implikatura dosyć jasno określa pozycje zajmowane przez 100%BB. Pozostaje on w dalszym ciągu kibicem Legii jako zespołu, który, w jego ocenie, posiada wyższe umiejętności piłkarskie. Będąc mieszkańcem B-B, nie wypada mu jednak, jak sądzi, otwarcie głosić, iż nie kibicuje tej bielskiej drużynie. Jest bowiem w Bielsku-Białej inna drużyna piłkarska, grająca aktualnie w trzeciej lidze BKS Stal Bielsko-Biała, która jest wyraźnie bliższa jego sercu. W dalszej części tej samej wypowiedzi można przeczytać: *A druga prawda jest taka, że piłkarze, którzy grają dla BKS-u, zostali sami bez dopingu, stąd wynik był, jaki był ostatecznie. Ważniejszy mecz Legia – Podbeskidzie, a nie tam BKS – Piotrówka. No i kto powiedział, że nie liczy się liga i wyniki? Jasne, że się liczą i są ważniejsze niż tradycja i historia!* Słowa te, nacechowane ujemnie, pokazują, dlaczego 100%BB nie jest i nie chce być kibicem Podbeskidzia. Zauważyć w nich można nie tylko rozgoryczenie, iż wielu kibiców deklarujących dotychczas swoje przywiązanie do BKS-u, klubu starszego i o większych tradycjach piłkarskich, po awansie innego bielskiego klubu do ekstraklasy w pewien sposób nie wytrzymało próby chwili i uległo blaskom pozornej chwały; dostrzec tu można także zrozumienie sytuacji i chęć usprawiedliwienia się tych samych kibiców, dla których ranga ligi i uzyskiwane w niej wyniki

przekładają się na ich stosunek do tradycji i historii (nacechowanie o dosyć słabym kolorycie negatywnym). W ten sposób dobór odpowiednich słów pojawiających się w komentarzu ilustruje stosunek 100%BB do omawianego zdarzenia sportowego, pokazując równocześnie stopień jego rozczarowania sytuacją zaistniałą w bielskim świecie piłkarskim, a jego nick sportowy – 100%BB oznaczać w tym wypadku będzie formę skrótową, której pełna nazwa to 100%[BKS]BB.

Pokazane powyżej formy nacechowania zarówno całych wypowiedzi, jak i poszczególnych odpowiednio dobranych określeń, formy ilustrujące bezpośrednio, oddanie, radość z sukcesu, żal, rozczarowanie oraz wiele innych odcieni różnego typu emocji wydają się charakterystycznymi cechami języka kibiców sportowych – języka, który nie bawi się w wyszukiwanie wymuskanych określeń, ale który urzeka swoją szczerością i bezkompromisowością.

5.3. Język przepisów i reguł sportowych

Jakże inne cechy nacechowania dostrzec można w języku przepisów i reguł sportowych. Tę odmianę języka (podobnie jak odmianę języka naukowego) nazwać można językiem wyważonym i wyrachowanym, gdzie funkcje komunikatywne odgrywają rolę pierwszoplanowe. Z uwagi, iż w tym wypadku celem pojawiających się określeń jest przekazanie informacji, pojawiające się tu wyrażenia wykazują dosyć wyraźne formy zrównoważenia. Formy te pojawiają się zarówno w momentach, gdy odbiorca wiadomości uzyskuje informacje poszerzające (lub utrwalające) przekazywany zakres informacyjny, jak i wtedy, gdy zostaje on dodatkowo wyraźnie poinformowany o funkcjach impresywnych zawartych w odbieranej wiadomości (np. wtedy, gdy odbiorca uzyskuje informacje o sposobach gry dozwolonych w danym sporcie bądź o (nie)dozwolonych rodzajach ubioru). Ponieważ jednak tego typu informacje emotywne stanowią dodatkowy bagaż pojawiających się w języku przepisów i reguł sportowych określeń, należy ponownie z naciskiem podkreślić, iż głównym celem działalności językowej jest tu przekaz informacyjny typu, ogólnie rzecz biorąc, 'stąd – dotąd'. Przepisy określają te formy zachowania sportowego, które w danym sporcie są akceptowane (oraz te, które akceptowane nie są), wskazując równocześnie na konkretne, w miarę ściśle określone sposoby ich osiągania. Przykładowo, czytając, jakie przepisy obowiązują podczas gry w rugby, można dowiedzieć się, jaki strój sportowy jest dopuszczalny oraz co się stanie, gdy zawodnik pojawi się w stroju innym od akceptowanego: *Jeśli sędzia przed meczem zwrócił uwagę na nieprawidłowy strój, a mimo tego faktu zawodnik nie wykonał polecenia i wyszedł na boisko w stroju niezgodnym z przepisami, to drużyna tego zawodnika zostanie ukarana. Sankcja: rzut karny w miejscu rozpoczęcia gry* [<http://www.rugby.info.pl/4>].

W cytowanym przykładzie widać rolę, jaką pełni w języku funkcja konatywna, gdy odbiorca wiadomości jest informowany nie tylko o sposobach postępowania w konkretnych sytuacjach, lecz także o ewentualnych sankcjach, które sprostkuje w chwili, gdy nie dostosuje się do oczekiwanych form postępowania. Większość słów pojawiających się w tej odmianie języka ma słabe nacechowanie pozytywne bądź negatywne, w wyniku czego obraz całego komunikatu uzyskuje postać mniej więcej zrównoważoną, co wydatnie wpływa na klarowność całego przekazu. Wykorzystanie określeń o silniejszej barwie nacechowania dodatniego bądź ujemnego (np. [nie] powinien, [nie] może, [nie] musi, [nie] wolno mu itp.) ma zawsze swoje logiczne uzasadnienie i również wpływa na całościowy odbiór kontekstu, np. przepis: *Wszyscy zawodnicy, którzy tworzą, dołączają lub uczestniczą w młynie spontanicznym, muszą stać na nogach. Sankcja: rzut karny* [<http://www.rugby.info.pl/16>]. Silniejszy akcent nacechowania uwidocznił się w powyższym zdaniu podyktowany jest chęcią poinformowania odbiorców komunikatu, iż dla organizatorów gry względy bezpieczeństwa stanowią jej nieodłączny element i będą przestrzegane bardzo skrupulatnie.

Cechą, która w jakimś stopniu łączy język przepisów sportowych i dwie pozostałe omawiane wcześniej formy języka, jest skrótowość wypowiedzi uzyskiwana bądź za pomocą różnego typu metafor (lub metonimii), bądź też dzięki wykorzystaniu różnego typu skrótów kolokacyjnych (np. wypowiedzi żargonowych). O ile więc w języku komentatora sportowego dostrzec można skrótową poetyckość (np.: ‘sokole oko’, ‘sprężysty krok’, ‘zaciętrzewienie zawodnika’, ‘lisi wyraz twarzy [lisia twarz]’ – określenia z komentarza meczu Wisła Kraków – Odense BK – zapis własny) bądź względnie proste formy metaforyczne (np.: *przez większą część meczu zachowywali się jak śpiący rycerze pod Giewontem, wyrównanie spadło na nich jak grom z jasnego nieba* – określenia z komentarza T. Szpakowskiego podczas meczu Euro ’08 Polska – Austria – zapis własny) lub metonimiczne (np.: *biało-czerwoni, Austriacy* itp. – ten sam komentarz), o tyle w języku kibiców sportowych będziemy mieć głównie do czynienia ze skrótami typu żargonowego, w których również zauważyć można formy metaforyczne (np. *mecz był do kitu!*) lub ustalone skrótowe zwroty kolokacyjne (np. *Podbeskidzie pany!, Tylko TSP!* itd.). Z kolei w wypadku języka przepisów sportowych skrótowość objawi się w postaci utworzonych specjalnie kolokacji ilustrujących zakres wykonywanych sytuacji (np.: *zawodnik wykonujący rucking nie może tego robić na zawodnikach na ziemi, zawodnik [...] musi się związać z partnerem co najmniej jedną ręką, wykorzystując długość ręki* [<http://www.rugby.info.pl/13>]), mających za zadanie w miarę dokładne poinformowanie odbiorców komunikatu o konkretnych wymogach obowiązujących w danej grze.

Mimo faktu, iż w każdym z omawianych rodzajów języka zauważyć można stosowanie określeń skrótowych i nieporadnych gramatycznie, w dalszym ciągu zachowane zostały główne cechy i wymogi nacechowania przekazywanych wia-

domości. W zależności od kontekstu nacechowanie wiadomości przybierać będzie postać dodatnią, ujemną lub zrównoważoną o różnym natężeniu, przy czym dosyć istotną rolę spełniać będą tutaj odpowiednio dobrane określenia (np. kolokacja ‘sprężysty krok’ nacechowana jest ogólnie dodatnio, ponieważ zawiera odmianę metafory orientacyjnej UP (DO GÓRY!), podczas gdy kolokacja ‘zacierzawienie zawodnika’ okazuje się bardziej kontekstowo zależna i może dostarczać albo potencjału nacechowania pozytywnego, albo też negatywnego).

Nacechowanie widoczne będzie także w wypadku pojawiania się form metaforycznych lub metaforyczno-żargonowych. Metafory (szczególnie te przedstawione w przykładach powyżej) odnoszą się albo do tradycji narodowej, albo do ukształtowanych kulturowo powiedzeń, mając w zacytowanych przykładach nacechowanie negatywne. Z kolei cytowane zwroty kolokacyjne języka kibiców wskazują na silnie emocjonalnie nacechowane określenia pozytywne, gdzie ilustracją tego pozytywnego nacechowania komunikatu jest skrótowe przedstawienie własnych uczuć. W wypadku form skrótowych obserwowanych w języku przepisów sportowych można mówić o skrótowości zamierzonej i domyślnej w celu w miarę klarownego przekazania całej treści semantycznej wysłanego komunikatu. Nacechowanie takiego komunikatu ma formę zrównoważoną, a elementami języka wykorzystywanymi do przekazania nacechowania są formy modalne.

Próba konkluzji

Sposoby wyrażania emocji wydają się w miarę ważnym elementem języka, dostarczając szeregu wiadomości związanych zarówno z odczuciami twórców komunikatów, jak i z chęcią zwrócenia uwagi odbiorców na tkwiące w uzyskanych wiadomościach aspekty, które winny zostać przez nich dostrzeżone i od których należałoby rozpocząć ich semantyczną analizę. Do uzyskania tego typu sytuacji służy zarówno odpowiedni dobór słów, jak i ustalenie zakresu wiedzy nabytej odbiorców komunikatów. Nacechowanie poszczególnych określeń (dodatnie lub ujemne) przekłada się na stopień emocjonalnego obrazu całego komunikatu, który może być komunikatem naładowanym pozytywnie, negatywnie bądź też komunikatem o zrównoważonym stopniu ładunku emocjonalnego w zależności od siły nacechowania poszczególnych określeń komunikatu, jak również ilości dodatnio/ujemnie naładowanych zwrotów.

Wszelkie przedstawione powyżej formy nacechowania są bardzo wyraźnie obserwowane w języku sportu, ponieważ w większości odmian jest to rodzaj socjolektu bardzo silnie uwypuklający emocje. Oznacza to, iż formy semantycznego nacechowania wyrażen można dokładnie prześledzić podczas analizy różnych odmian języka sportu.

Jak wskazano uprzednio, nacechowanie w wielu wypadkach związane jest z różnym stopniem wykorzystania w komunikacji potocznej szeregu wyrażen metaforycznych. Wyrażenia te, związane z różnymi aspektami codziennego funkcjonowania człowieka, stosowane są w celu plastycznego i klarownego przekazania treści semantycznych konstruowanego komunikatu. Tego typu przekaz metaforyczny może mieć albo formę klasyczną (np. 'X jest silny jak tur'), albo skrótową, w której pojawiać się mogą formy ontologiczne lub organizacyjne wraz z dodatkowymi elementami języka (jak onomatopeje lub żargonowa potoczność), również z zakresu kultury codziennej. Intensywność potencjału cechującego tworzy klasyczny Langackerowski schemat, na podstawie którego podczas wykorzystania w fazie jego prezentacji jednego z określeń wywołuje (bazując na zakresie wiedzy zastanej) w umyśle człowieka lustrzane odbicie określeń znajdujących się w danej grupie semantycznej, posiadających podobny (ale nie tożsamy) potencjał semantyczny (np. dostrzegając w otrzymanym komunikacie słowo 'musi', odbiorca jest w stanie usytuować dane określenie w hierarchii intensywności nacechowania i tak je zrozumieć; oznacza to, iż odbiorca nie zrozumie potencjału semantycznego zawartego w leksemie 'musi', jeśli nie są mu znane poszczególne potencjały nacechowania innych podobnych określeń modalnych, takich jak 'powinien', 'może' itd.).

Zjawisko nacechowania stanowi ważny element procesu działań komunikacyjnych zarówno twórców, jak i odbiorców komunikatów. Oparte na zakresie wiedzy zastanej funkcjonuje nacechowanie jako ten element komunikatu, którego podstawowym zadaniem jest nadanie mu kolorytu emocjonalnego. Jest to ten rodzaj zadania, który każdy komunikat musi wypełnić.

Literatura

- Allport G., 1990, *The language of prejudice* [w:] *Language Awareness*, Fifth edition, red. Escholz, Rosa & Clark, New York, s. 247–258.
- Barcelona A., 2003, *Introduction. The cognitive theory of metaphor and metonymy* [w:] *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*, red. A. Barcelona, Berlin.
- Bir P.N., Birk G.B., 1990, *Selection, slanting and carged language* [w:] *Language Awareness*, Fifth edition, red. Escholz, Rosa & Clark, New York.
- Chłopek D., 2010, 'Landscape' verbalized through English in translation into Polish. *Semantic differences in the "categorical" similarities* [w:] *Fórum cudzích jazykov*, 2, red. R. Repka, Sládkovičovo, s. 25–38.
- Chłopek D., 2009, *Słowa „male” i „stężone” (na przykładzie języka angielskiego)* [w:] *Przez słowo – w słowach – o słowach*, red. T. Borutka, A. Węgrzyniak, Bielsko-Biała, s. 247–257.
- Cockiewicz W., 1988, *Komentarz transmisji sportowej w telewizji (charakterystyka składniowa)* [w:] *Studium z zakresu składni języka mówionego*, Kraków.
- Fife J., 1994, *Wykłady z gramatyki kognitywnej. Wykład I* [w:] *Podstawy gramatyki kognitywnej*, red. H. Kardela, Warszawa, s. 9–24.

- Gorczyca W., 2000, *Znaczenie i rozumienie w procesie recepcji i tworzenia tekstu obcojęzycznego*, Warszawa.
- Kalisz R., 1994, *Teoretyczne podstawy językoznawstwa kognitywnego* [w:] *Podstawy gramatyki kognitywnej*, red. H. Kardela, Warszawa, s. 65–76.
- Krawczyk Z., 1997, *Kultura fizyczna* [w:] *Kultura fizyczna, sport*, red. Z. Krawczyk, Warszawa, s. 377–383.
- Lakoff G., Johnson M., 1980, *Metaphors We Live By*, Chicago.
- Langacker R., 2000, *Grammar and Conceptualization*, Berlin.
- Langacker R., 2003, *Model dynamiczny oparty na uzusie językowym* [w:] *Akwizycja w świetle językoznawstwa kognitywnego*, red. M. Dąbrowska i H. Kardela, Kraków, s. 28–115.
- Polok K., 2007, *Funkcje języka w języku sportu*, „Język a Komunikacja”, 17, tertium, s. 143–154.
- Polok K., 2006, *Glottospołeczne elementy akulturacji. Od teorii do praktyki*, Katowice.
- Razran G., 1971, *Mind in Evolution. An East-West Synthesis of Learned Behavior and Cognition*, London.
- Tworek A., 2000, *Język sportu – próba definicji (analiza języka polskiego i niemieckiego)*, „Język a Komunikacja”, 1, tertium, s. 331–340.
- Tworek A., 2002, *Terminologia sportowa w „Nowym słowniku poprawnej polszczyzny PWN”*, „Język a Komunikacja”, 4, tertium, s. 251–257.

Strony internetowe

www.90minut.pl
www.info-rugby.pl/

THE ISSUES OF CHARGED FORMS IN SPORT LANGUAGE

Summary

Following the definitions offered by Birk & Birk (1990), the paper discusses the issues of slanting and charged language to be found in the sub-dialect form of sport-connected language. While basing on the cognitive theory of language offered by R. Langacker, the paper presents the forms of charging found in various elements of sport-connected language. The forms of the charging elements, which are always dependent on the message author, are selected from the lexicon of some cognitively existing in-language personal semantic schema, which defines the semantic areas of each of the words and are subsequently applied by the message author, so as to illustrate his/her feelings in respect to a given sport-involving activity in the closest possible way. Additionally, the paper hints at the existence of possible connections between sport language and numerous forms of everyday speech claiming that one of the ways of ‘resurrection’ of everyday speech is its relative proximity to sport language.