

## *Kawał meczycha, mejwen, wjechać z lajfem – o leksyce profesjolektalnej w wypowiedziach polskich wideoblogerów sportowych*

*Kawał meczycha, mejwen, wjechać z lajfem –  
about professional vocabulary in the statements of Polish sports videobloggers*

**Abstract:** The subject matter of the article is the vocabulary in audiovisual communications published by Polish sports videobloggers on YouTube. The research material consists of six sports videoblogs run by sports journalists known for their work in institutionalized media. They are: “KOstyra SE”, “Prawda Futbolu”, “Prawda Siatki”, “Polsport – Michał Pol”, “Tomasz Ćwiąkała”, and “Foot Truck”. The discussion uses elements of the research procedure proposed by Tomasz Piekot to describe sociolects and profesiolects. The linguistic analysis proves that the authors use a specific variant of the language in which the sports vocabulary (general and typical of specific sports – football, volleyball, combat sports) predominates and to a lesser extent there is journalistic vocabulary, vocabulary related to social media and colloquial vocabulary related to the profession of the speakers.

**Key words:** language of sports, profesiolect, sports journalism, YouTube, media communication

**Abstrakt:** Przedmiotem opracowania są cechy leksykalne występujące w wypowiedziach polskich wideoblogerów sportowych, którzy publikują komunikaty audiowizualne w serwisie YouTube. Materiał badawczy został wyekscerpowany z 6 wideoblogów prowadzonych przez dziennikarzy zajmujących się sportem, znanych z pracy w mediach zinstytucjonalizowanych: „KOstyra SE”, „Prawda Futbolu”, „Prawda Siatki”, „Polsport – Michał Pol”, „Tomasz Ćwiąkała”, „Foot Truck”. W rozważaniach wykorzystano elementy postępowania badawczego zaproponowanego przez Tomasza Piekota do opisu socjolektów i profesjolektów. Analiza językowa dowodzi, że wskazani twórcy posługują się specyficznym wariantem języka, w którym przeważa leksyka sportowa (ogólna oraz typowa dla konkretnych dyscyplin sportowych – piłki nożnej, siatkówki, sportów walki), a w mniejszym stopniu zaznacza się słownictwo dziennikarskie, słownictwo związane z mediami społecznościowymi i słownictwo potoczne dotyczące profesji mówiących.

**Słowa kluczowe:** język sportu, profesjolekt, dziennikarstwo sportowe, YouTube, komunikacja medialna

Badania dotyczące języka sportu mają w Polsce bogatą, ponad pięćdziesięcioletnią tradycję. Impuls do podjęcia i rozważenia tego zagadnienia na gruncie naukowym dał Stefan Reczek, który w 1968 r. wydał opracowanie na temat stylistyczno-językowych właściwości prasowych wypowiedzi o sporcie. W jego ślad poszli inni lingwiści, którzy za przedmiot swoich dociekań przyjęli słownictwo sportowe; wśród nich należy wymienić m.in. Jana

Ożdżyńskiego (1970, 1973, 1979), Jana Miodka (1974), Jerzego Podrackiego (1978). Mimo upływu czasu i zmian, jakie dokonały się w językoznawstwie, atrakcyjność tego pola analitycznego nie osłabła. Wręcz przeciwnie – język sportu do dziś pozostaje ciekawym, a co za tym idzie, chętnie obieranym kierunkiem badawczym. W literaturze przedmiotu bez trudu można bowiem odnaleźć opracowania na temat typów socjolektu<sup>1</sup> sportowego powiązanych z grami zespołowymi typu piłka nożna (por. np. Rosłoń, 2011), siatkówka (por. np. Jarosz, 2015), koszykówka (por. np. Sarna, 2017) czy ultimate (por. np. Balicka, 2017) oraz z dyscyplinami indywidualnymi, takimi jak kulturystyka (por. np. Piekot, 2008), alpinizm (por. np. Niepytalska-Osiecka, 2014), strzelectwo sportowe (por. np. Sobolewska, 2017), biegi (por. np. Kijak, 2022). Często podejmowanym zagadnieniem badawczym jest również związek między językiem ogólnym a socjolektem sportowym (por. np. Nowowiejski, 2014).

Rodzimi lingwiści dużo miejsca poświęcają również profesjolektowi<sup>2</sup> sportowemu i komunikacji językowej osób mówiących o wydarzeniach z zakresu sportu za pośrednictwem mediów, czyli dziennikarzy, komentatorów i ekspertów, zwracając przy tym uwagę na: słownictwo specjalistyczne oraz środowiskowe występujące w komentarzu sportowym (Jarosz, 2015; Wiśnicki, 2004), językowe wyrażanie emocji podczas relacji z meczów (Kochmańska, 2013; Koper, 2009; Szkudlarek-Śmiechowicz, 2006), charakterystyczne dla wypowiedzi o sporcie środki stylistyczne (Burska, 2016; Koper, 2012; Michalak, 2007), staranność i poprawność językową dziennikarzy sportowych (Cockiewicz, 1990; Grochala, 2012a, 2012b; Kuźmo i Sroka, 2002).

W drugiej dekadzie XXI w. – wraz z upowszechnieniem się mediów społecznościowych oraz wzmocnieniem roli audiowizualności w komunikatach medialnych – spośród polskich dziennikarzy sportowych wyłoniła się nowa grupa zawodowa stworzona przez **wideoblogerów**<sup>3</sup> **sportowych**, czyli użytkowników sieci rozwijających działalność polegającą na regularnym tworzeniu i publikowaniu w sferze internetowej filmów wideo, zwykle dotyczących bieżących zdarzeń z zakresu sportu. Członkowie tej zbiorowości są dziennikarzami multimedialnymi, wykorzystującymi transmedialność ujawniającą się zarówno w metodach pracy, jak i tworzonych materiałach dziennikarskich – są bowiem znani z aktywnego funkcjonowania w mediach zinstytucjonalizowanych (w dużej mierze tradycyjnych, czyli prasowych, radiowych i telewizyjnych) – którzy z powodzeniem (o czym świadczą liczby subskrypcji kanałów oraz wyświetleń filmów) prowadzą wideoblogi w serwisie YouTube. Wśród nich można wskazać przede wszystkim dwie grupy:

- dziennikarzy funkcjonujących jednocześnie w mediach tradycyjnych i internetowych, których działania zawodowe wzajemnie się dopełniają; reprezentantami tej grupy są

---

<sup>1</sup> Według Stanisława Grabiasa (2012) socjolekty to „odmiany języka narodowego związane z istnieniem trwałych grup społecznych połączonych jakimś rodzajem więzi. [...] W lingwistyce [...] tworzy się zwyczaj stosowania terminu «socjolekty» w znaczeniu najogólniejszym, obejmującym wszystkie uwarunkowane społecznie odmiany języka” (s. 235–236). Takie rozumienie zostało przyjęte w artykule.

<sup>2</sup> Profesjolekt to wariant języka funkcjonujący w środowiskach zawodowych; jednym z elementów łączących członków owych zbiorowości jest zatem profesja. Jak wskazuje Aleksander Wilkoń (1987), profesjolekt realizuje formułę: język potoczny + słownictwo zawodowe (s. 96–97).

<sup>3</sup> Na gruncie polskiej lingwistyki naukowcy skupiali się dotąd przede wszystkim na słownictwie używanym przez wideoblogerów zajmujących się tematyką grową (Kurpiel, 2016), a także przez blogerki modowe (Malinowska, 2017) i wideoblogerki modowe (Ocipka, 2017).

- m.in. Tomasz Ćwiąkała (dziennikarz Canal+ Sport, prowadzący wideoblog piłkarski „Tomasz Ćwiąkała”), Andrzej Kostyra (dziennikarz „Super Expressu” i Polsatu Sport, prowadzący wideoblog dotyczący sportów walki „KOstyra SE”), Marcin Lepa i Jerzy Mielewski (dziennikarze Polsatu Sport, prowadzący wideoblog siatkarski „Prawda Siatki”), Łukasz Wiśniowski i Jakub Polkowski (pierwszy z nich to dziennikarz Eleven Sports, drugi jest dziennikarzem Canal+ Sport, obaj są prowadzącymi wideoblog piłkarski „Foot Truck”);
- dziennikarzy, którzy w swoim dorobku zawodowym mają pracę w mediach zinstytucjonalizowanych, jednak aktualnie prowadzą indywidualną działalność internetową i to na niej są skoncentrowani; w tej grupie można wskazać m.in. Romana Kołtonia (byłego dziennikarza „Piłki Nożnej”, Canal+ Sport oraz Polsatu Sport, byłego redaktora naczelnego „Przeglądu Sportowego”, obecnie prowadzącego wideoblog piłkarski „Prawda Futbolu”), Michała Pola (byłego dziennikarza „Gazety Wyborczej” oraz portali Sport.pl, Onet i Wirtualna Polska, byłego redaktora naczelnego „Przeglądu Sportowego”, obecnie prowadzącego wideoblog piłkarski „Polsport – Michał Pol”).

Audiowizualna przestrzeń internetowa jest dla polskich wideoblogerów sportowych kolejnym miejscem publikowania własnych materiałów dziennikarskich o tematyce sportowej – w ten sposób „zgodnie z logiką mediów znane twarze przedłużają swoje życie w mediasferze” (Loewe, 2018, s. 80), a co za tym idzie – źródłem zarobku. Wideoblog będący częścią mediów społecznościowych sprzyja ponadto komunikacji – stanowi przestrzeń pozwalającą przedstawicielom mediów na swobodną rozmowę z innymi użytkownikami serwisu YouTube (głównie kibicami). Jego techniczne możliwości są w tym zakresie szerokie, ponieważ internauci mogą korzystać z interaktywnych i interakcyjnych funkcji typu reakcje zamieszczone pod filmami („To mi się podoba”, „To mi się nie podoba”, „Udostępnij” itd.), sekcji komentarzy, a także – w przypadku nagrywania odcinka w czasie rzeczywistym – czatu na żywo.

Prymarnymi elementami łączącymi przedstawicieli omawianej grupy i wpływającymi na charakter społeczności są:

- praca dziennikarska;
- hobby, które ma związek z działalnością zawodową, czyli sport;
- wspólne zainteresowanie mediami społecznościowymi i docenienie ich znaczącej roli we współczesnym dziennikarstwie, czego wyrazem jest aktywność dziennikarzy w tej sferze nowomediów;
- wspólny cel związany z chęcią rozwijania audiowizualnego projektu internetowego, dotarcia do jak najszerszego grona odbiorców publikowanych treści, pozyskania stałych widzów oraz zarabiania na tej działalności.

Biorąc pod uwagę fakt, że spośród dziennikarzy wyłoniła się kolejna grupa zawodowa – wideoblogerzy sportowi – a co więcej, sfera wideoblogowa odgrywa współcześnie istotną rolę w rozwoju publicystyki sportowej w Polsce, warto przyjrzeć się językowi, którym posługują się członkowie wskazanej zbiorowości. Celem opracowania jest zatem sprawdzenie, czy istnienie nowej profesji uwidacznia się w warstwie leksykalnej i czy w związku z tym mamy do czynienia z nową odmianą polszczyzny – profesjolektem wideoblogerów sportowych. Podstawowe pytania badawcze brzmią następująco: Jakimi właściwościami charakteryzują się wypowiedzi przedstawicieli mediów zajmujących się tematyką sportową,

którzy prowadzą wideoblogi? Jaka jest funkcja stosowanych przez nich środków językowych? Czy język wideoblogerów sportowych nosi cechy profesjolektu?

Materiał badawczy został wyekscerpowany ze 120 losowo wybranych filmów (a więc mówionych komunikatów audiowizualnych) opublikowanych w ramach 6 polskich wideoblogów prowadzonych przez dziennikarzy sportowych w serwisie YouTube, które mają minimum 45 tys. subskrypcji (stan na czerwiec 2023 r.). Są to: „KOstyra SE”, „Prawda Futbolu”, „Prawda Siatki”, „Polsport – Michał Pol”, „Tomasz Ćwiąkała”, „Foot Truck” (por. tabela 1). W rozważaniach na temat języka polskich wideoblogerów sportowych wykorzystano elementy postępowania badawczego zaproponowanego przez Tomasza Piekota (2008) do opisu socjolektów i profesjolektów. Z wypowiedzi dziennikarzy wynotowano wyrazy oraz połączenia wyrazowe związane z zawodem wykonywanym przez mówiących. W ten sposób zgromadzono 367 jednostek leksykalnych dotyczących dziennikarstwa, sportu, mediów społecznościowych, które następnie poddano analizie językowej. Podczas zbierania materiału pominięto słownictwo wspólnoodmianowe niezwiązane z trzema wskazanymi grupami tematycznymi (a więc w badanej leksyce znalazły się leksemy typu *boisko*, *mecz*, *trener*, ale nie np. *młodość*, *okulary*, *świat*).

**Tabela 1**

*Charakterystyka wideoblogów będących podstawą analizy językowej*

Nazwa	Prowadzący	Dominująca dyscyplina	Liczba subskrypcji (stan na czerwiec 2023 r.)
„Foot Truck”	Łukasz Wiśniowski (Eleven Sports), Jakub Polkowski (Canal+ Sport)	piłka nożna	206 tys.
„Tomasz Ćwiąkała”	Tomasz Ćwiąkała (Canal+ Sport)	piłka nożna	176 tys.
„Polsport – Michał Pol”	Michał Pol (youtuber)	piłka nożna	173 tys.
„KOstyra SE”	Andrzej Kostyra („Super Express”)	boks	129 tys.
„Prawda Futbolu”	Roman Kołtoń (youtuber)	piłka nożna	125 tys.
„Prawda Siatki”	Jerzy Mielewski, Marcin Lepa (Polsat Sport)	siatkówka	45 tys.

Źródło: Opracowanie własne według danych: YouTube [data dostępu: 30.06.23].

W wypowiedziach polskich wideoblogerów sportowych funkcjonujących w serwisie YouTube występują elementy zaczerpnięte z kilku odmian języka narodowego. Ze względu na fakt, iż sport jest głównym przedmiotem ich zainteresowania, przedstawiciele mediów w dużym stopniu wykorzystują słownictwo z tego zakresu tematycznego. W komunikatach medialnych występuje **ogólna, uniwersalna leksyka sportowa** (obejmująca 16,1% zgromadzonego materiału językowego<sup>4</sup>), np.: *atak*, *aut*, *boisko*, *derby*, *drużyna*, *gra defensywna*,

<sup>4</sup> Prezentowane w artykule dane procentowe dotyczą wyekscerpowanych środków leksykalnych.

*gra ofensywna, kapitan, kibic, kolejka, liga, mecz, mundial, obrona, reprezentacja, sezon, sparing, statystyki, trener, zgrupowanie.*

Każdy wideoblog jest ponadto zawężony pod względem dominującej dyscypliny, co przekłada się na sposób mówienia o rzeczywistości sportowej. W zebranych materiale większość wlogów dotyczy **piłki nożnej** („Foot Truck”, „Tomasz Ćwiąkała”, „Polsport – Michał Pol”, „Prawda Futbolu”). Słownictwo piłkarskie stanowi 34,9% materiału leksykalnego. Youtuberzy chętnie stosują nazwy własne tematycznie powiązane z futbolem, wśród których można wskazać następujące kategorie:

- pseudonimy piłkarzy, trenerów, ekspertów i dziennikarzy (w tym wideoblogerów), a także ich zdrobnienia, np.: *Bereś* (Bartosz Bereszyski), *Wiśnia* (Łukasz Wiśniowski), *Żewłak* (Michał Żewłakow);
- nazwy programów na temat futbolu: telewizyjnego („Café Futbol”) oraz internetowego („Misja Futbol”);
- nazwy organizacji piłkarskich, np.: *FIFA* (Międzynarodowa Federacja Piłki Nożnej), *UEFA* (Unia Europejskich Związków Piłkarskich), *PZPN* (Polski Związek Piłki Nożnej);
- nazwy klubów piłkarskich, które są używane w formach niepełnych, oraz ich przydomki, np.: *Blaugrana* (FC Barcelona), *The Blues* (Chelsea F.C.), *Juve* (Juventus F.C.);
- nazwy rozgrywek futbolowych, np.: *LaLiga* (najwyższy poziom rozgrywkowy w Hiszpanii), *Liga Europy UEFA* (europejskie rozgrywki klubowe), *Ligue* (najwyższy poziom rozgrywkowy we Francji);
- nazwy obiektów piłkarskich, np.: *Allianz Arena* (w Monachium), *Estadio Benito Villamarín* (w Sewilli), *Estadio Wanda Metropolitano* (w Madrycie).

W komunikacji prowadzonej za pośrednictwem wideoblogów dotyczących futbolu występują też takie elementy leksykalne, jak:

- zapożyczenia, np.: *kitman* ‘osoba należąca do sztabu drużyny zajmująca się przygotowaniem sprzętu sportowego’, *tiki-taka* ‘styl gry polegający na wymianie wielu krótkich podań i utrzymywaniu się zespołu przy piłce’, *VAR* (ang. *video assistant referee*) ‘system wideoweryfikacji używany podczas meczów piłkarskich’;
- neosemantyzmy, np.: *karny* ‘rzut będący karą za przewinienie zawodnika znajdującego się w polu karnym’, *spalony* ‘pozycja, w której zawodnik atakujący w momencie podania piłki znajduje się bliżej linii bramkowej rywala niż przedostatni gracz drużyny przeciwnej i piłka’, *wahadłowy* ‘boczny obrońca, który jest aktywny nie tylko w grze defensywnej, ale także ofensywnej’;
- neofrazeologizmy, np.: *klasyczna dziewiątka* ‘wysunięty napastnik’, *odpalić na wiosnę* ‘najczęściej o zespole ligowym, który w rundzie wiosennej zaczął grać znacznie lepiej niż w rundzie zimowej’, *zagrać do kogoś krzyżaczkiem (krzyżakiem)* ‘zagrać w taki sposób, że stopa uderzająca piłkę jest owinięta wokół nogi stojącej, co ma zaskoczyć przeciwnika’.

Słownictwo charakterystyczne dla dyscypliny sportowej, której dotyczy wideoblog, można dostrzec także w sekwencjach wypowiedzianych przez wideoblogerów podejmujących tematykę związaną z **piłką siatkową** („Prawda Siatki”). Leksyka siatkarska to 18,3% materiału leksykalnego. Są to m.in. charakterystyczne dla tej dyscypliny *nomina propria*:

- pseudonimy osób związanych z siatkówką i ich zdrobnienia, np.: *Kadziu/Kadziula* (Łukasz Kadziewicz), *Kubi* (Michał Kubiak), *Lepka* (Marcin Lepa);

- nazwy organizacji siatkarskich, np.: *CEV* (Europejska Konfederacja Piłki Siatkowej), *FIVB* (Międzynarodowa Federacja Piłki Siatkowej), *PZPS* (Polski Związek Piłki Siatkowej);
- skrócone nazwy klubów oraz ich przydomki, np.: *BBTS* (BBTS Bielsko-Biała), *DevelopRes* (DevelopRes SkyRes Rzeszów), *Ślepsk* (Ślepsk Malow Suwałki);
- nazwy rozgrywek siatkarskich, np.: *Liga Mistrzyń* (LM) (najwyższy poziom europejskich rozgrywek klubów żeńskich), *Liga Narodów* (LN, VNL) (międzynarodowe reprezentacyjne rozgrywki żeńskie i męskie, które są organizowane co roku), *Memoriał Huberta Jerzego Wagnera* (polski turniej towarzyski, w którym uczestniczą męskie reprezentacje krajów);
- oficjalne i nieoficjalne nazwy obiektów, w których mecze rozgrywają drużyny siatkarskie, np.: *Ergo Arena* (na granicy Gdańska i Sopotu), *Hala Podpromie* (w Rzeszowie), *Stadion Narodowy* (w Warszawie).

W wypowiedziach wideoblogerów występują też inne leksemy i połączenia wyrazowe składające się na mowę siatkarską, które można podzielić na:

- zapożyczenia, np.: *MVP* (ang. *most valuable player*) ‘zawodnik uhonorowany wyróżnieniem dla najlepszego gracza meczu’, *pipe* ‘atak z szóstej strefy, czyli ze środkowej części boiska znajdującej się między drugą linią a linią końcową’, *tie-break* ‘piąty set meczu, który rozstrzyga końcowy wynik’;
- neosemantyzy, np.: *czternastka* ‘pełny skład zespołu zgłaszany do rozgrywek ligowych lub reprezentacyjnych’, *gwóźdź* ‘bardzo mocny, widowiskowy i skuteczny atak’, *kwadrat* ‘strefa wydzielona dla zawodników rezerwowych’;
- neofrazeologizmy, np.: *mieć piłkę w górze na igrzyska* ‘w czasie akcji mieć szansę na skuteczny atak i zdobycie punktu decydującego o awansie na igrzyska olimpijskie’, *powąchać parkiet* ‘wejść na boisko na krótką zmianę’, *zagrać przez środek drugą linię* ‘wykonać pipe’a’.

Słownictwo sportowe zawężone do konkretnej dyscypliny jest stosowane również przez autora wideobloga tematycznie związanego ze **sportami walki** („KOstyra SE”). Leksyka dotycząca tego rodzaju sportu obejmuje 12,5% materiału. W warstwie językowo-stylistycznej można wyróżnić leksemy swoiste głównie dla boksu i MMA:

- pseudonimy osób związanych ze wskazanymi dyscyplinami sportowymi, np.: *Juras* (Łukasz Jurkowski), *Poppek* (Paweł Ryszard Mikołajuw), *Różal* (Marcin Różalski);
- nazwy własne określające organizacje oraz federacje, np.: *KSW* (Konfrontacja Sztuk Walki), *UFC* (Ultimate Fighting Championship), *WBC* (World Boxing Council);
- zapożyczenia, np.: *freak fight* ‘walka zawodników, między którymi występują znaczne rozbieżności, np. pod względem umiejętności technicznych, doświadczenia, wagi’, *match-maker* ‘osoba odpowiedzialna za dobór przeciwnika’, *rabbit punch* ‘cios w tył głowy’;
- neosemantyzy, np.: *promotor* ‘organizator gali’, *sierp* ‘silny cios bokserski polegający na jednoczesnym skręceniu całego ciała i ruchu ręki zgiętej w łokciu pod kątem 45 stopni’, *odklepać* ‘poddąć się, czego wyrazem jest trzykrotne klepięcie ręką maty lub ciała przeciwnika’;
- neofrazeologizmy, np.: *sparować z kimś* ‘walczyć z kimś w celach treningowych’, *udusić rywala* ‘zastosować technikę duszenia polegającą na chwycie szyi przeciwnika i zmusić go w ten sposób do poddania się’, *zafundować komuś dwie wycieczki na matę* ‘dwukrotnie powalić rywala poprzez wyprowadzenie skutecznych ciosów’.

W komunikatach audiowizualnych występuje również **leksyka ściśle związana ze specyfiką pracy dziennikarza** (3% materiału językowego), czego przykładami są takie leksemy,

jak: *akredytacja, konferencja prasowa, mix zone, newsroom, off the record, researchować*, a także neofrazeologizmy typu: *robić mecz* (np. w Warszawie) ‘o komentatorze sportowym, który pracuje w hali w danym mieście przy transmisji spotkania’, *robić z kimś wywiad* ‘przeprowadzać z kimś rozmowę przeznaczoną do upublicznienia za pośrednictwem mediów’, *skomentować mecz jako dwójka* ‘o jednym z dwóch komentatorów meczu, który jest najczęściej ekspertem sportowym i podczas transmisji ma za zadanie wspierać w przekazie mówionym komentatora głównego, czyli dziennikarza’.

W badanych wypowiedziach należy wyróżnić ponadto **leksykę skorelowaną z mediami społecznościowymi** (10,6% materiału językowego), czyli przestrzenia, w której działają dziennikarze. Słownictwo tego typu można podzielić na cztery kategorie nazywające:

- serwisy społecznościowe, np.: *Twitter, WhatsApp, YouTube*;
- formy wypowiedzi występujące w tej sferze, np.: *stories, tweet, wlog*;
- użytkowników mediów społecznościowych, np.: *followers, hejter, lajfwicz*;
- czynności wykonywane w takich mediach, np.: *dać suba /subskrybować, wjechać z lajfem, zostawić lajki (łapki w górę) / polajkować / zalajkować*.

Są to wszystko potoczne, ogólnie przyjęte, powszechnie (tj. przez społeczność mediów społecznościowych) stosowane wyrazy i połączenia wyrazowe.

W odcinkach polskich wideoblogów sportowych na płaszczyźnie językowej ujawnia się potoczność. Dziennikarze w przekazie audiowizualnym wypowiadają się w sposób naturalny, swobodny, a ich sekwencje są często spontaniczne i urywane, co jest typowe dla komunikatów mówionych. Ze względu na cel badań szczególną uwagę należy zwrócić na **słownictwo potoczne tematycznie związane z zawodem** wykonywanym przez dziennikarzy sportowych będących wideoblogerami i youtuberami (4,6% materiału leksykalnego). W języku dziennikarzy sportowych publikujących materiały w serwisie YouTube pojawiają się bowiem kolokwializmy i frazy potoczne typu: *być w gazie, cieszynka, mejwen, oddychać rękawami, tłuc przeciwnika, zagrać piach*, a niektóre z nich mają charakter ekspresywny, przez co nadawcy ujawniają pozytywny lub ironiczny stosunek do tego, o czym mówią, oraz ukazują swoje żywiołowe reakcje, jak np. *gierka* czy *kawał meczycha*.

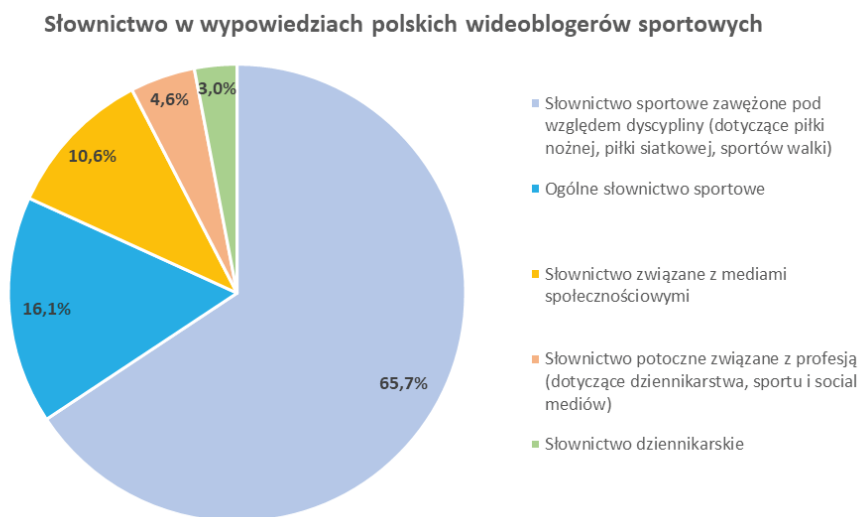
Polskojęzyczni dziennikarze sportowi prowadzący wideoblogi w serwisie YouTube są częścią środowiska sportowego funkcjonującego w przestrzeni internetowej, co determinuje powstanie swoistego dla nich zestawu środków leksykalnych, którego używają podczas interakcji z sobą nawzajem, z bezpośrednimi gośćmi oraz z widzami. Analiza zgromadzonego materiału wykazała, iż ten wariant języka zawiera:

- ogólne słownictwo sportowe (16,1%);
- słownictwo sportowe zawężone pod względem dyscypliny (65,7%):
  - słownictwo piłkarskie (34,9%);
  - słownictwo siatkarskie (18,3%);
  - słownictwo związane ze sportami walki (12,5%);
- słownictwo dziennikarskie (3%);
- słownictwo związane z mediami społecznościowymi (10,6%);
- słownictwo potoczne związane z wykonywaną profesją (4,6%):
  - słownictwo dotyczące dziennikarstwa (0%);
  - słownictwo dotyczące sportu (4,1%);
  - słownictwo dotyczące mediów społecznościowych (0,5%) – por. rys. 1.



**Rysunek 1**

Wyniki analizy ilościowej leksyki profesjonalnej w wypowiedziach polskich wideoblogerów sportowych



Źródło: Opracowanie własne.

Na poziomie leksykalnym uwidacznia się zatem paleta ról odgrywanych przez nadawców komunikatów oraz ich wielozadaniowość w aktywności profesjonalnej – osoby mówiące są bowiem jednocześnie dziennikarzami sportowymi, wideoblogerami i youtuberami. Dla reprezentantów omawianej zbiorowości zdecydowanie najistotniejszym obszarem tematycznym jest sport pozostający w centrum ich zawodowego zainteresowania, co uwidacznia się w stosowanym przez nich słownictwie. Potwierdza to badanie ilościowe, którego efekty zaprezentowano za pomocą rysunku 1. W analizowanych wypowiedziach występuje łącznie 85,9% elementów językowych dotyczących sportu (16,1% to leksyka ogólna, 65,7% to słownictwo powiązane z konkretną dyscypliną, której dotyczy wideoblog, a 4,1% stanowi leksyka potoczna tematycznie związana ze sportem). Dziennikarze są zaangażowani w tę problematykę, a swoją pasją chętnie dzielą się z innymi użytkownikami sieci. Posługiwanie się wspólnym zasobem wyrazów oraz połączeń wyrazowych, które nie są oczywiste dla osób niezajmujących się zagadnieniami sportowymi, buduje autorytet nadawcy jako znawcy tematu, eksperta nie tylko w dziedzinie sportu, ale również w konkretnej dyscyplinie.

W mowie youtuberów sportowych w mniejszym zakresie ujawnia się słownictwo dotyczące miejsca publikowania treści. Mimo że nie stanowi ono elementu głównego analizowanych sekwencji werbalnych, ta grupa leksykalna przeważa nad słownictwem dziennikarskim, co oznacza, że nadawca komunikatów audiowizualnych posługuje się językiem tych, do których mówi – użytkowników social mediów. Przeniesienie działalności zawodowej z mediów tradycyjnych do nowych przez dziennikarzy jest zatem zauważalne w warstwie językowej. W niewielkim stopniu zaznacza się za to prymarny zawód wykonywany przez wideoblogerów, ponieważ słownictwo dotyczące dziennikarstwa obejmuje zaledwie 3% materiału leksykalnego. Słownictwo potoczne tematycznie związane z wykonywanym



zawodem (dziennikarz sportowy aktywny we wlogosferze) również stanowi małą część wypowiedzi.

Choć język polskich wideoblogerów sportowych nosi znamiona profesjolektalne, analiza potwierdza fakt, iż nie mamy jeszcze do czynienia z kolejną odmianą polszczyzny i z nowym profesjolektem używanym przez członków tej społeczności. Znaczna przewaga leksyki sportowej w wypowiedziach wideoblogerów dowodzi, że większa część stosowanego przez nich słownictwa jest wspólna dla innych grup środowiskowych i zawodowych, przede wszystkim dla dziennikarzy sportowych, którzy funkcjonują nie tylko w nowomediálním środowisku audiowizualnym. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że leksyka dotycząca social mediów przeważa nad słownictwem powiązanim z dziennikarstwem tradycyjnym. W związku z tym, że polskojęzyczne środowisko wideoblogowe zajmujące się tematyką sportową cały czas się rozwija, można podejrzewać, że najbliższe lata pokażą, czy nowy profesjolekt charakterystyczny dla tej grupy zdoła się w pełni ukształtować.

## Źródła

- „Foot Truck”, wideoblog Łukasza Wiśniowskiego i Jakuba Polkowskiego. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/c/FootTruck>
- „KOstyra SE”, wideoblog Andrzeja Kostyry. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/c/KOstyraSE>
- „Polsport – Michał Pol”, wideoblog Michała Pola. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/channel/UCSAMyThmI9mzM92Z8HVw4dQ>
- „Prawda Futbolu”, wideoblog Romana Kołtonia. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/c/PrawdaFutbolu>
- „Prawda Siatki”, wideoblog Marcina Lepy i Jerzego Mielewskiego. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/prawdasiatki>
- „Tomasz Ćwiąkała”, wideoblog Tomasza Ćwiąkały. Pobrano 23 czerwca 2023 z: <https://www.youtube.com/c/TomaszĆwiąkałaYT>

## Literatura

- Balicka, E. (2017). Słownictwo zawodników ultimate frisbee jako przykład leksyki nowego socjolektu. W: M. Kresa (red.), *Młodzi o języku regionów* (s. 9–16). Bel Studio.
- Burska, K. (2016). Porównanie jako przejaw kreatywności językowej dziennikarzy sportowych (na materiale z wortalu iGol.pl). W: A. Czapla, M. Koper (red.), *Język i sport* (s. 41–59). Wydawnictwo Fotopia.
- Cockiewicz, W. (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. Preyzner (red.), *Język. Teoria – dydaktyka. Materiały IX Konferencji Młodych Językoznawców-Dydaktyków* (s. 59–73). Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego.
- Grabias, S. (2012). Środowiskowe i zawodowe odmiany języka – socjolekty. W: J. Bartmiński (red.), *Współczesny język polski* (s. 235–253). Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

- Grochala, B. (2012a). Humor jako (celowy) element konstrukcji komentarza sportowego. W: A. Kwiatkowska, A. Stanecka (red.), *Kody humoru* (s. 173–181). Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Grochala, B. (2012b). Świadomość językowa komentatorów sportowych. W: M. Bugajski, M. Steciąg (red.), *Świadomość językowa w komunikowaniu* (s. 255–263). Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego.
- Jarosz, B. (2015). O języku specjalistycznym w komentarzu sportowym (na przykładzie relacji z meczów siatkarskich). *Socjolingwistyka*, 29, 269–282.
- Kijak, A. (2022). *Leksyka i frazeologia socjolektu biegaczy nieprofesjonalnych*. Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.
- Kochmańska, W. (2013). Radiowa relacja z meczu siatkarskiego – przekaz treści czy emocji (na podstawie transmisji w wybranych rzeszowskich rozgłoszeniach radiowych). W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media. Język mediów* (s. 25–32). Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Koper, M. (2009). Emocje w języku sprawozdawców sportowych. W: K. Wojtczuk, V. Machnicka (red.), *Rejestr emocjonalny języka* (s. 67–76). Wydawnictwo Akademii Podlaskiej.
- Koper, M. (2012). Peryfrazy w języku komentatorów sportowych. *Roczniki Humanistyczne*, 60(6), 113–122.
- Kurpiel, R. (2016). Zagrajmerzy, suby i live’y, czyli anglicyzmy w polskich wideoblogach. W: B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch (red.), *Język a media*. T. 2: *Zjawiska językowe we współczesnych mediach* (t. 2: *Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, s. 145–162). Collegium Columbinum.
- Kuźmo, P., Sroka, A. (2002). Komizm komentarzy sportowych. *Studenckie Prace Naukowe Koła Młodych Językoznawców*, 2. [http://usfiles.us.szc.pl/pliki/plik\\_1108896419.pdf](http://usfiles.us.szc.pl/pliki/plik_1108896419.pdf)
- Loewe, I. (2018). *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Malinowska, K. (2017). „Blogaskowy fejm”, czyli o języku blogerów modowych. W: U. Sokółska (red.), *Socjolekt, idiolekt, idiostyl. Historia i współczesność* (s. 167–184). Wydawnictwo Prymat, Wydział Filologiczny Uniwersytetu w Białymstoku.
- Michalak, M. (2007). Metaforyka prasowych publikacji sportowych w latach 1957–2007, *Zeszyty Prasoznawcze*, 3–4, 125–139.
- Miodek, J. (1974). Szablon metaforyki nagłówków w prasie sportowej. *Prace Literackie*, 16, 91–102.
- Niepytalska-Osiecka, A. (2014). *Socjolekt polskich alpinistów. Analiza leksykalno-semantyczna słownictwa*. Wydawnictwo Libron.
- Nowowiejski, B. (2014). Zróżnicowanie polskiej leksyki sportowej (między specjalistyczną terminologią a słownictwem potocznym i środowiskowym). *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, 28, 109–124. <https://doi.org/10.14746/psj.2014.28.9>
- Ocipka, J. (2017). Słownictwo polskich vlogerek. W: E. Kołodziejek, R. Sidorowicz (red.), *Internet jako przedmiot badań językoznawczych* (s. 83–89). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Ożdżyński, J. (1970). *Polskie współczesne słownictwo sportowe*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Ożdżyński, J. (1973). Nazwy polskich klubów sportowych. *Rocznik Naukowo-Dydaktyczny Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Krakowie. Prace Językoznawcze*, 2, 99–124.
- Ożdżyński, J. (1979). *Mówione warianty wypowiedzi w środowisku sportowym*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Piekot, T. (2008). *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*. Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Angelusa Silesiusa.

- Podracki, J. (1978). Wpływ języka sportowego na inne odmiany polszczyzny. *Kultura Fizyczna*, 6, 265–269.
- Reczek, S. (1968). O stylu polskiej prasy sportowej. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3(37), 43–48.
- Rostoń, M. (2011). *Mowa trawa. Słownik piłkarskiej polszczyzny*. Bukowy Las.
- Sarna, J. A. (2017). Socjolekt polskich koszykarek. *Artes Humanae*, 2, 95–116.
- Sobolewska, M. (2017). Słownictwo z zakresu strzelectwa sportowego w polszczyźnie współczesnej – wybrane zagadnienia. W: U. Sokólska (red.), *Socjolekt – idiolekt – idiostyl: Historia i współczesność* (s. 327–341). Wydawnictwo Prymat.
- Szkudlarek-Śmiechowicz, E. (2006). Wyrażanie emocji w telewizyjnych komentarzach sportowych. W: K. Michalewski (red.), *Wyrażanie emocji* (s. 353–365). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wilkoń, A. (1987). *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*. Uniwersytet Śląski.
- Wiśnicki, M. (2004). Słownictwo telewizyjnego komentarza sportowego (na przykładzie transmisji z meczów piłkarskich). *Poradnik Językowy*, 8, 49–63.

