

Weronika Łotys

| e-mail: weronikalotys@yahoo.pl

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, Polska

Profil sportowy językowego obrazu Hiszpanii w przedpandemicznej „Gazecie Wyborczej”

DOI: 10.34739/clg.2024.16.03

Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie profilu sportowego Hiszpanii przedpandemicznej. Należy zaznaczyć, że publikacja omawia jedynie część badań autorki, dotyczących Hiszpanii i jej obrazu w „Gazecie Wyborczej”.

Profilowanie jest „metodą związaną z językowym obrazem świata” (Kaszewski 2020: 30–41). Aby ją zrozumieć należy przyjrzeć się definicji JOS-u. Językowy obraz świata rozumiany jest przez Grzegorzyczkową jako struktura pojęciowa utrwalona w systemie języka, która przejawia się w tekstach (Grzegorzyczkowa 1999: 41). Podobnie zjawisko określa Tokarski, mówiąc o pewnych prawidłowościach zawartych w gramatyce i semantyce, które ukazują punkt widzenia świata poprzez język danej społeczności (Tokarski 2001: 366). JOS jest także

interpretacją rzeczywistości dającą się ująć w postaci zespołu sądów o świecie. Mogą to być sądy „utrwalone”, czyli mające oparcie [...] w gramatyce, słownictwie, w kliszowanych tekstach [...], ale także sądy presuponowane, tj. implikowane przez formy językowe, utrwalone na poziomie społecznej wiedzy, przekonania, mitów i rytuałów (Bartmiński 2006: 12).

Aby przedstawić sportowy profil Hiszpanii przed pandemią, zawarty w języku dziennikarzy „Gazety Wyborczej”, autorka posłużyła się metodą profilowania, opracowaną przez Bartmińskiego. Metoda ta pozwala wskazać, jak dana wspólnota komunikacyjna interpretuje rzeczywistość pozajęzykową (Bartmiński 2006: 89). Według jej założeń badany korpus narzuca ilość, typ i strukturę cech definicyjnych danego zjawiska, a definicja

klasyczna nie ogranicza badacza w wyszukiwaniu danych określić z uwagi na zastąpienie jej definicją kognitywną (Bartmiński 1993: 7). Definicja kognitywna zaś:

uwzględnia zestaw wszystkich cech obiektu relewantnych dla funkcjonowania przedmiotu i jego nazwy w kulturze i w języku, zmierzający [...] do zbudowania językowego „portretu” przedmiotu (Bartmiński 1993: 7).

Przedmiot ów zyskuje wiązkę określeń, które charakteryzują go w sposobie myślenia danej społeczności. Cechy te nie mają charakteru naukowego. Częściej uznawane są za stereotypy funkcjonujące w danej grupie społecznej albo za wynik osobistych doświadczeń lub wyobrażeń na dany temat, nazywany *bazą doświadczeniową* (Kaszewski 2019: 143–144).

Profilowanie powinno być formowaniem wariantów bazowego wyobrażenia na poziomie dyskursu uwarunkowanego kontekstowo i intencjonalnie (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2002: 106). Wyobrażenie bazowe zaś składa się z takich typów danych, jak systemy, ankiety lub teksty (zob. Niebrzegowska-Bartmińska 2020: 220–221 oraz Maćkiewicz 1999: 197). Proces profilowania „prowadzi do odmiennych ujęć znaczenia, wyeksponowania pewnych aspektów, pomniejszenia roli innych” (Bartmiński 2006: 90). W odróżnieniu od Langackera, opierającego profilowanie na składni, morfologii oraz językowych wyrażeniach, Bartmiński koncentruje się przede wszystkim na tekstach i dyskursie (zob. Majer-Baranowska 2004: 103).

Niniejszy artykuł skupia się na profilu, który autorka rozumie jako część obrazu Hiszpanii w przekazach medialnych, ograniczoną do obrazu związanego ze sportem. Materiał badawczy odnosi się do roku 2019 i dwóch miesięcy roku 2020 (styczeń i luty), ponieważ przedstawia badania częściowe, wchodzące w skład analizy obrazu Hiszpanii zawierającej również obraz pandemiczny, który nie jest przedmiotem niniejszej publikacji.

Wybór medium został dokonany z kilku względów. Ranking dzienników ogólnopolskich PBC wskazał „Gazetę Wyborczą” jako jeden z najchętniej czytanych dzienników¹. Analiza badawcza autorki poniższego artykułu wykazała, że problematyka hiszpańska występowała w nim znacznie częściej i była odpowiednio zróżnicowana pod względem kultury, ekonomii, sportu,

¹ PBC, *Czytelnictwo przeciętnego wydania (CPW, druk+E-wydania) prezentacja danych za okres styczeń 2023 – grudzień 2023*, źródło: <https://www.pbc.pl/czytelnictwo/>, dostęp: 7 VII 2024.

polityki etc. Wybór papierowej formy został umotywowany tradycyjnym rozmieszczeniem treści, ułatwiającym analizę tekstów i ocenę sposobu ich prezentacji.

Materiał o Hiszpanii przedpandemicznej zawierał 184 teksty z roku 2019 oraz 34 teksty z dwóch miesięcy roku 2020. Łącznie przeanalizowano 218 publikacji. W roku 2019 (74 teksty) oraz w styczniu i w lutym roku 2020 (16 publikacji) najwięcej pisano o sporcie. Na tej podstawie wyróżniono cechę: *Hiszpania jest w Polsce najbardziej znana ze sportu*. Nie jest to wyznacznik determinujący Hiszpanię jako najlepsze państwo w tej dziedzinie. Cecha ta pochodzi z jasnego przekazu badanego medium.

W roku 2019 najwięcej miejsca poświęcono piłce nożnej – 57 tekstów, czyli 77% ogółu publikacji podlegających analizie. Pozostała część – 17 publikacji – odnosiła się do innych dyscyplin, z czego 11% stanowiło 8 tekstów o tenisie. Cztery teksty poświęcono piłce ręcznej – około 6% zawartości. Sportowe wydarzenia w koszykówce pojawiły się w jednym artykule i jednej informacji dziennikarskiej na temat zmagania hiszpańskiej drużyny (ok. 3% zawartości). Do kolarstwa odnosiły się 2 teksty, zaś wyścigowi pływakowi w strojach mikołajkowych poświęcono 1 tekst.

W 2020 roku (styczeń, luty) najwięcej napisano o FC Barcelonie (7 tekstów), co stanowiło ok. 50% korpusu tekstów o sporcie. Real Madryt został opisany w dwóch artykułach i jednej wzmiance. Pięć publikacji o tenisie koncentrowało się na Rafaelu Nadalu. Zaledwie jedna publikacja odnosiła się do gry hiszpańskiej drużyny koszykówki.

1. Hiszpania jest jedną z potęg sportowych

Rafał Stec w tekście *Królewski puchar pocieszenia* określa FC Barcelonę i Real Madryt jako *potęgi hiszpańskie*, które można mierzyć wynikami *El Clásico*. Tekst implikuje osiągnięcie przez oba kluby znacznej dominacji w krajowej piłce nożnej². *Rywali z kontynentu biją na głowę* – pisze Wołowski o młodzieżowej reprezentacji Hiszpanii³. Wskazana fraza czasownikowa łączy się z cechą ‘być hiszpańską potęgą’. W tym samym tekście wyimek podkreśla: *Hiszpanie nie mają sobie równych*⁴. Sformułowanie *nie mieć sobie równych* pozostaje w związku synonimicznym z ‘byciem potęgą’.

² R. Stec, *Królewski puchar pocieszenia*, „Gazeta Wyborcza”, 5 III 2019, nr 54.9571,1, s. 20.

³ D. Wołowski, *Hiszpański kompleks*, 3 VII 2019, „Gazeta Wyborcza”, 153.9666,2, s. 23.

⁴ Tamże.

Z cechą 'hiszpańska potęga' należy połączyć rzeczownik *hegemon*, który pięciokrotnie został użyty przez dziennikarzy „Gazety Wyborczej”. Określenie odnosiło się do drużyny piłkarskiej Barcelony (4 razy) i drużyny piłkarskiej Hiszpanii (1 raz): *Barcelona stała się hegemonem w kraju*⁵.

Real Madryt także zyskuje tytuł 'hiszpańskiej potęgi'. Znaczenie to wzmacnia nagłówek *Król jest tylko jeden*⁶. 'Być hiszpańską potęgą' może również narodowa reprezentacja. *Przede wszystkim Hiszpania, absolutny faworyt grupy*⁷ – informuje tekst Steca. Otwierający go nagłówek *Na Euro z jedną potęgą* implikuje, o jaką drużynę chodzi.

'Być hiszpańską potęgą' łączy się również z czasownikiem 'dominować' (użyty 9 razy). Najczęściej (4 razy) określano nim zmagania FC Barcelony: *Zdominował [trener Valverde – W.Ł.] z Barceloną ligę hiszpańską*⁸. Podobnie opisywano dokonania tenisisty Nadala (3 razy), Realu Madryt (2 razy) i piłkarskiej reprezentacji Hiszpanii (1 raz).

Powyższe przykłady dowodzą przedstawianiu w „Gazecie Wyborczej” sportowców związanych z Hiszpanią jako tych, którzy *dominują, są hegemonami, stają się potęgą* w niektórych dyscyplinach sportowych, *biją rywali na głowę* oraz *nie mają sobie równych*.

2. Zawodnicy reprezentujący hiszpański sport są najlepsi i posiadają nadludzkie zdolności

Najczęstszym określeniem odnoszącym się do powyższej cechy jest *być gigantem* (użyty 7 razy), które opisuje głównie piłkarzy FC Barcelony (5 razy), Realu Madryt (3 razy) oraz tenisistę Nadala (1 raz).

Wołowski w komentarzu *Czego Real dowie się na Camp Nou?* podkreśla, że Messi to *pięciokrotny laureat Złotej Piłki*, Benzema *jest w szczytowej formie*, Dembélé przed kontuzją *grał znakomicie*, Coutinho był *najlepszy na boisku*⁹. W stosunku do graczy, zwłaszcza Barcelony, stosuje się gloryfikację. Potwierdzeniem tej „nieziemskiej” narracji porównywania zawodników Barcelony jest również felieton Kuczoka:

⁵ D. Wołowski, *Dziesiąty tytuł ery Messiego*, „Gazeta Wyborcza”, 8 IV 2019, nr 83.9600,1, s. 16.

⁶ D. Wołowski, *Król jest tylko jeden*, „Gazeta Wyborcza”, 15 II 2019, nr 39.9556,2, s. 23.

⁷ R. Stec, *Na Euro z jedną potęgą*, „Gazeta Wyborcza”, 2 XII 2019, nr 280.9256,1, s. 20.

⁸ D. Wołowski, *Liverpool czeka na cud*, „Gazeta Wyborcza”, 7 V 2019, nr 105.9622,2, s. 20.

⁹ D. Wołowski, *Czego Real dowie się na Camp Nou?*, „Gazeta Wyborcza”, 6 II 2019, nr 31.9548,2, s. 20.

Messi to pomazaniec boży. Kiedy dotyka piłki kończy się sport, a zaczyna mistyka. [...] Fati, który ma wszystko naraz – warunki fizyczne prymusa i technikę geniusza¹⁰.

Do tego opisu potwierdzającego niezwykłość hiszpańskich drużyn można dodać również fragment komentarza Wołowskiego *Hiszpański kompleks: W Hiszpanii wciąż dominuje przesąd, że gracze zdolni spełnić wymagania Barcelony i Realu [...] rodzą się rzadko*¹¹. Tylko nieliczni (którzy rodzą się rzadko) grają na poziomie najsztywniejszych klubów hiszpańskich.

Cecha ‘Zawodnicy reprezentujący hiszpański sport są najlepsi i posiadają nadludzkie zdolności’ odnosi się również do innych dyscyplin sportowych. *Hiszpan jest uważany za największego w historii specja od rywalizacji na maczce*¹² – tak był opisywany Rafael Nadal. *Jest najlepszy na tej nawierzchni [...] – komentuje Tadeusz Kądziała*¹³. *Na nawierzchni ziemnej Hiszpan [Nadal – W.Ł.] jest tenisistą wszech czasów – dodaje*¹⁴. *Czasowniki być tenisistą wszech czasów, być najlepszym, być uważanym za największego specja – są powiązane z cechą ‘Zawodnicy reprezentujący hiszpański sport są najlepsi i posiadają nadludzkie zdolności’.*

3. Hiszpańscy sportowcy miewają słabości i doznają porażek

W korpusie tekstów o Hiszpanii przedpandemicznej pojawiają się również doniesienia o kontuzjach, chorobach, słabościach i przegranych. Materiał badawczy zawierał 26 fraz wykorzystujących rzeczownik *kontuzja*: *wraca po kontuzji* (użyta 4 razy), *przechodzi rekonwalescencję po kontuzji* (użyta 4 razy), *ulec kontuzji* (5 razy), *doznać kontuzji* (2 razy) i pojedyncze przykłady: *skarżyć się na kontuzję, nie zagra z powodu kontuzji, kontuzja doprowadza do porażki, kontuzja uziemia, nie zagra z powodu kontuzji*. Oprócz nich pojawiają się frazy czasownikowe o znaczeniu bliskoznacznym (6 wyrażen): *odnowił mu się uraz, uraz wyeliminował z gry, leczyć uraz, padł tuż po wyleczeniu poprzedniego urazu, będzie się leczył do końca sezonu, nie wróci na boisko*. Należy wspomnieć również o przymiotniku *kontuzjowany* (użytym 8 razy).

¹⁰ W. Kuczok, *Efekt Mozarta*, „Gazeta Wyborcza”, 16 IX 2019, nr 216.9729,2, s. 23.

¹¹ D. Wołowski, *Hiszpański kompleks*, „Gazeta Wyborcza”, 3 VII 2019, nr 153.9666,2, s. 23.

¹² T. Kądziała, *Co się dzieje z Rafaelem Nadalem*, „Gazeta Wyborcza”, 7 V 2019, nr 105.9622,2, s. 19.

¹³ Tamże.

¹⁴ T. Kądziała, *Nadal wygrał z Federerem i czerwoną kurzawą*, „Gazeta Wyborcza”, 8–9 VI 2019, nr 133.9646,1, s. 32.

Informowanie o kontuzjach sportowców stanowi silny kontrast do publikacji opisujących nadludzką siłę i moc sprawczą. Stec w felietonie *Trzecia śmierć galaktyki* – krytyce m.in. dwóch najslawniejszych klubów hiszpańskich – nadaje opisom walor humorystyczny, niemal groteskowy¹⁵. Publicysta określa ironicznie m.in. FC Barcelonę i Real Madryt *największymi wśród największych*¹⁶ oraz *kolosami o rozmiarach galaktyki*¹⁷. Barcelona występuje w formie spersonifikowanej (płeć żeńska) *kandydatki na seksbombę wszech czasów, która wystroiła się w puchar zwycięzcy, w kolejnych rozgrywkach padła, by końcowo została zburzona*. Przegrana zaś staje się czymś niezwykłym: *Porażka Barcelony na starcie zwiastuje fascynujący sezon w lidze hiszpańskiej*¹⁸.

Podobnie dzieje się w przypadku Rafaela Nadala. *Mieć problem* to najczęstsza (użyta 5 razy) fraza czasownikowa, która odnosiła się do tenisisty w badanym okresie. Nadal *ma problem z grą* (2 razy), *ma problem ze zdrowiem* (3 razy). Wyrażenia związane z *kontuzją* (4 określenia) również wskazują na jego słabość. Nadal *walczy z kontuzjami, skarży się na kontuzję, nie poleciał na turniej z powodu kontuzji oraz nie serwował z powodu kontuzji*. Na uwagę zasługują także stwierdzenia: *Nadal nie może odnaleźć rytmu, Nadal znalazł pogromcę, Nadal jest inwalidą*.

Podobnie jak w przypadku innych zawodników zaznacza się, że spadek formy tenisisty jest czymś niemal sensacyjnym: *Zaczął się czwarty tydzień sezonu na nawierzchni ziemnej, a Nadal wciąż nie wznosił trofeum. To wydarzenie bez precedensu*¹⁹.

Rafał Stec próbował wyjaśnić przyczynę negatywnego obrazu FC Barcelony w polskiej prasie. Wytlumaczenie to jednak można zastosować do każdego krytycznego tekstu o hiszpańskim sporcie: *Niekoniecznie uzmysławiamy sobie pełnię jej sportowej klasy, bo zamiast skupiać uwagę na tym, czego dokonała, sprawdzamy, co nie wyszło*²⁰.

¹⁵ R. Stec, *Trzecia śmierć galaktyki*, „Gazeta Wyborcza”, 7 III 2019, nr 56.9573,1, s. 23.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ D. Wołowski, *Barca kuleje bez Messiego*, „Gazeta Wyborcza”, 19 VIII 2019, nr 192.9704,2, s. 20.

¹⁹ T. Kądziela, *Co się dzieje z Rafaelem Nadalem*, „Gazeta Wyborcza”, 7 V 2019, nr 105.9622,2, s. 19.

²⁰ R. Stec, *Barcelona w krzywym zwierciadle*, „Gazeta Wyborcza” 29 IV 2019, nr 100.9617,1, s. 14.

4. Hiszpański sport jest pretekstem do opisywania społeczeństwa

Wyróżniono 4 frazy czasownikowe, które odnosiły się do cechy ‘Hiszpański sport jest pretekstem do opisywania społeczeństwa’: *Hiszpania uwielbia*, *Hiszpania dzieli piłkarzy*, *Hiszpania weryfikuje* oraz *Hiszpania obawia się*.

*Hiszpanie [...] uwielbiają spoglądać w przyszłość swojej piłki. Zwykle maluje się ona na różowo*²¹ – pisze Wołowski na temat zespołu młodzieżowego reprezentacji. Wypowiedź implikuje, że hiszpańska piłka nożna ma się nadzwyczaj dobrze. Kluczowym zdaje się być tu użycie barwy różowej. Sformułowanie „w różowych barwach”, zmodyfikowane do *malować się na różowo*, oznacza „w sposób optymistyczny”. Hiszpańska piłka jest więc w dobrym stanie i wzbudza zainteresowanie Hiszpanów²².

Fraza *Hiszpania dzieli piłkarzy* wskazuje, że dla mieszkańców Hiszpanii ważne są zdolności graczy. W felietonie Steca piłkarze z Hiszpanii czują się lepiej w Polsce, ponieważ *zniesiony został podział na piłkarzy lepszych i gorszych*²³. Publicysta wskazuje również na kolejne określenie – *Hiszpania weryfikuje*, gdy pisze o piłkarzach, którzy *zostali w swojej ojczyźnie [...] zwerfikowani jako ciapy, ewentualnie skończone ofermi*²⁴.

Rywalizacja FC Barcelony z Realem Madryt jest również sposobem na opisywanie społeczeństwa Hiszpanii i jego problemów. W artykule *Więcej niż El Clásico* Wołowski opisuje sprawę kultowego w Hiszpanii starcia FC Barcelony i Realu Madryt. *Hiszpania obawia się, by starcie Barcelony i Realu nie stało się czymś więcej niż meczem* – brzmi lid artykułu²⁵. Warto zwrócić uwagę na pierwszy człon: *Hiszpania obawia się* pogrubiono, by stała się bardziej widoczna.

Tytuł Wołowskiego jest polisemiczny. Parafraza oficjalnego hasła FC Barcelony *Més que un club* (autor tekstu tłumaczy zwrot jako „Więcej niż klub”) na *Więcej niż El Clásico* służy zwróceniu uwagi na to, co zrobiła Barcelona: *Tuż po wyroku Sądu Najwyższego FC Barcelona – jej motto brzmi jak*

²¹ D. Wołowski, *La Rojita chce w końcu odpalić*, „Gazeta Wyborcza”, 22–23 VI 2019, nr 144.9657,1, s. 32.

²² P. Żmigrodzki (red.), *Wielki słownik języka polskiego PAN*, źródło: https://wsjp.pl/haslo/do_druku/5388/w-rozowych-barwach, dostęp: 3 VI 2024.

²³ R. Stec, *List hiszpańskich piłkarzy do rodaków*, „Gazeta Wyborcza”, 26 VIII 2019, nr198.9710,1, s. 23.

²⁴ Tamże.

²⁵ D. Wołowski, *Więcej niż El Clásico*, „Gazeta Wyborcza” 18 X 2019, nr 244.9220, B1_1, s. 34.

wiadomo «*Més que un club*» czyli «*Więcej niż klub*» – wydała oficjalny komunikat²⁶. Ponadto El Clásico jest mocno upolitycznionym wydarzeniem.

Wreszcie, podstawowe znaczenie El Clásico to starcie zawodników FC Barcelony i Realu Madryt. Nazwany *najbardziej prestiżowym* mecz staje się meczem *najwyższego ryzyka*. Zauważalna jest presupozycja frazy w *następną sobotę policja nie będzie w stanie utrzymać porządku na ulicach miasta jednocześnie podczas demonstracji i na stadionie*, która implikuje, że porządek może być zaburzony zarówno na ulicach, jak i podczas spotkania²⁷.

Podsumowanie

Profil sportowy Hiszpanii przedpandemicznej został zbudowany na podstawie licznych publikacji o tej tematyce, zawartych w „Gazecie Wyborczej”. W wielu tekstach podkreślano umiejętności gry zawodników (i całych zespołów), wyliczano zalety piłkarzy, opowiadano rzeczywistość hiszpańską przez pryzmat sportu (np. wyjaśnianie konfliktu między Katalonią a Hiszpanią za pomocą relacji z El Clásico).

Kraj ten przedstawiano jako sportową *potęgę*. FC Barcelona stała się *hegemonem* na hiszpańskim boisku. Warto zauważyć również, że to o niej pisano najczęściej. Zawodnik w lidze hiszpańskiej *jest zawodnikiem najlepszym*, a nawet *jest zawodnikiem nadludzkim, gra znakomicie, jest najlepszy na boisku oraz jest utytułowany*.

Rywalizacja z hiszpańskimi sportowcami jest wymagająca. A zadanie pokonania drużyny *składającej się z gwiazd*, to zadanie trudne. Pomimo tego *hiszpańscy sportowcy miewają słabości i doznają porażek*. Wskazują na to wyrażenia: *wraca po kontuzji, przechodzi rekonwalescencję po kontuzji*, oraz przymiotnik *kontuzjowany*, które mają wyraźne nacechowanie negatywne. Zawodnicy, nawet utytułowani, *tracą motywację, grają fatalnie, bez ambicji*. W składzie znajdują się *zblazowany lewy obrońca, któremu ostatnio w ogóle nie chce się biegać*, gracze, którzy *są sfrustrowani* decyzjami trenera. Niektórzy zawodnicy *bywają zbyt pewni siebie*.

Trzeba również zaznaczyć, że piłka nożna wpływa na całe hiszpańskie społeczeństwo. Dlatego też hiszpańscy sportowcy bez talentu *nie mają szans* na rozwinięcie się w swoim kraju, bo w Hiszpanii *ceni się talent*.

²⁶ Tamże.

²⁷ Tamże.

W tworzonych tekstach o sportowcach z hiszpańskich klubów często używa się hiperboli oraz neologizmów, aby podkreślić wyjątkowość zawodników lub dramaturgię spotkania. Co więcej, w informacjach dotyczących sportu i Hiszpanii pojawiają się obcojęzyczne pojęcia oraz spolszczenia nazw własnych (np. klubów), które na stałe zagościły w języku polskim.

Literatura podmiotowa

- Kądziela T., *Co się dzieje z Rafaelem Nadalem*, „Gazeta Wyborcza”, 7 V 2019, nr 105.9622,2, s. 19.
- Kądziela T., *Nadal wygrał z Federerem i czerwoną kurzawą*, „Gazeta Wyborcza”, 8–9 VI 2019, nr 133.9646,1, s. 32.
- Kuczok W., *Efekt Mozarta*, „Gazeta Wyborcza”, 16 IX 2019, nr 216.9729,2, s. 23.
- Stec R., *Królewski puchar pocieszenia*, „Gazeta Wyborcza”, 5 III 2019, nr 54.9571,1, s. 20.
- Stec R., *Na Euro z jedną potęgą*, „Gazeta Wyborcza”, 2 XII 2019, nr 280.9256,1, s. 20.
- Stec R., *Trzecia śmierć galaktyki*, „Gazeta Wyborcza”, 7 III 2019, nr 56.9573,1, s. 23.
- Stec R., *Barcelona w krzywym zwierciadle*, „Gazeta Wyborcza” 29 IV 2019, nr 100.9617,1 s. 14.
- Stec R., *List hiszpańskich piłkarzy do rodaków*, „Gazeta Wyborcza”, 26 VIII 2019, nr 198.9710,1, s. 23.
- Wołowski D., *Hiszpański kompleks*, „Gazeta Wyborcza”, 3 VII 2019, nr 153.9666,2, s. 23.
- Wołowski D., *Dziesiąty tytuł ery Messiego*, „Gazeta Wyborcza”, 8 IV 2019, nr 83.9600,1, s. 16.
- Wołowski D., *Król jest tylko jeden*, „Gazeta Wyborcza”, 15 II 2019, nr 39.9556,2, s. 23.
- Wołowski D., *Czego Real dowie się na Camp Nou?*, „Gazeta Wyborcza”, 6 II 2019, nr 31.9548,2, s. 20.
- Wołowski D., *Barca kuleje bez Messiego*, „Gazeta Wyborcza”, 19 VIII 2019, nr 192.9704,2, s. 20.
- Wołowski D., *La Rojita chce w końcu odpalić*, „Gazeta Wyborcza”, 22–23 VI 2019, nr 144.9657,1, s. 32.
- Wołowski D., *Więcej niż El Clásico*, „Gazeta Wyborcza” 18 X 2019, nr 244.9220, B1_1, s. 34.

Literatura przedmiotowa

- Bartmiński J. (1993): *O profilowaniu pojęć w słowniku etnolingwistycznym*, w: *Profilowanie pojęć. Wybór prac*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 7–18.
- Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska, U. (2002): *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 14, s. 105–151.
- Bartmiński J. (2006): *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin.
- Bartmiński J., Chlebda W. (2013): *Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury”, s. 17–95.

Grzegorzyczkowa R. (1999): *Pojęcie językowego obrazu świata*, w: *Językowy obraz świata*, red. B. Paprocka, Lublin, s. 39–46.

Kaszewski K. (2020): *Profilowanie pojęć jako narzędzie mediolingwistycznych badań porównawczych (na przykładzie obrazowania polskiego rządu w Wiadomościach TVP 1 i Faktach TVN-u)*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura”, t. 12, nr 3, s. 30–41.

Kaszewski K. (2019): *Profilowanie pojęć jako metoda rekonstrukcji medialnych obrazów świata (na przykładzie profilowania pojęcia gry komputerowej)*, w: *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 143–157.

Kępa-Figura D., Nowak P. (2006): *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2, s. 51–62.

Maćkiewicz, J. (1999): *Wyspa – językowy obraz wycinka rzeczywistości*, w: *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 193–206.

Majer-Baranowska U. (2004): *Dwie koncepcje profilowania pojęć w lingwistyce*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury”, 16 s. 85–109.

Niebrzegowska-Bartmińska S. (2020): *Definiowanie i profilowanie pojęć w (etno)lingwistyce*, Lublin.

Tokarski R. (2001): *Słownictwo jako interpretacja świata*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 343–370.

Źródła internetowe

PBC, *Czytelnictwo przeciętnego wydania (CPW, druk+E-wydania) prezentacja danych za okres styczeń 2023 – grudzień 2023*, źródło: <https://www.pbc.pl/czytelnictwo/> (data dostępu: 7 VII 2024).

Żmigrodzki P. (red.), *Wielki słownik języka polskiego PAN*, źródło: <https://wsjp.pl/>.

Słowsieć, <http://plwordnet.pwr.wroc.pl/wordnet/>.

Sports profile of the linguistic image of Spain in the pre-pandemic „Gazeta Wyborcza”

Abstract: The aim of this article was to attempt to present a sports profile of Spain on the basis of publications included in “Gazeta Wyborcza” in the pre-pandemic period 2019–2020. Using Bartmiński’s profiling method, the most popular characteristics attributed to the studied country in the sports texts of the selected medium were determined. The meaning of particular terms was also explained and attention was paid to the way they were introduced.

Streszczenie: Celem artykułu była próba przedstawienia profilu sportowego Hiszpanii na podstawie publikacji w „Gazecie Wyborczej” w okresie przedpandemicznym 2019–2020. Przy pomocy metody profilowania Bartmińskiego wyznaczono najpopularniejsze cechy przypisywane badanemu państwu w tekstach sportowych wybranego medium. Wyjaśniono również znaczenie poszczególnych określeń oraz zwrócono uwagę na sposób ich wprowadzania.

Keywords: Spain, „Gazeta Wyborcza”, linguistic worldview, profiling

Słowa kluczowe: Hiszpania, „Gazeta Wyborcza”, językowy obraz świata, profilowanie