

Јелена В. Лазаревић
Универзитет у Београду
Филолошки факултет
Студент докторских студија

УДК 811.163.41'42:[004.738.5:796
DOI 10.46793/Uzdanica18.1.149L
Оригинални научни рад
Примљен: 12. фебруар 2021.
Прихваћен: 28. мај 2021.

КАРАКТЕРИСТИКЕ КОМУНИКАЦИЈЕ О СПОРТУ НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА

Апстракт: Циљ рада је представљање карактеристика комуникације о спорту на друштвеним мрежама на примерима из српског језика. Корпус рада је сачињен од садржаја на српском језику са друштвених мрежа Твитер и Инстаграм, а истоврсни примери на шпанском језику користе се као део контрастивне анализе. Резултати истраживања показују да изрази којима се описују спортски догађаји имају адекватне паралеле у српском и шпанском језику, док се разликује степен учешћа страних речи и интернационализма. Резултати истраживања такође указују да се у језику спорта на интернету издвајају две струје: либерална и конзервативна. Корисници либералних схватања односе се равноправно према оба српска писма или предност дају латиници која је без дијакритика заступљена у неформалној комуникацији, док конзервативни користе ћирилицу као примарни начин изражавања националног идентитета. Употреба емотикона је устаљена. Друштвене мреже су обезбедиле привид блискости са спортистима и клубовима, те је комуникација између спортиста и навијача изузетно отворена. Упркос очигледном контрасту између српског и шпанског језика, приметне су сличности у сагледавању спорта као друштвеног феномена. Раст садржаја о спорту у новим медијима и сагледавање спортског дискурса допринеће разумевању промена које се запажају у српском језику.

Кључне речи: спорт, језик, дискурс, комуникација, друштвене мреже.

1. УВОД

Спорт представља један од саставних елемената живота великог броја појединаца, док је на научном нивоу постао предмет мултидисциплинарних истраживања. Када је реч о истраживањима из области лингвистике, важни су садржај и форма комуникације о спорту (Бобјерева 2017: 227). Циљ рада је представљање карактеристике комуникације о спорту на друштвеним мрежама на примерима из српског језика. Корпус рада је сачињен од садржаја

са друштвених мрежа Твитер и Инстаграм¹, док се шпански језик користи као део контрастивне анализе.

Језик фудбала и осталих спортова представља засебан социолект коришћен у специјализованој комуникацији, међу спортистима, тренерима, новинарима, навијачима, научницима (Таборек 2012: 251). У савременој лингвистичкој пракси, истраживања специфичности комуникације о спорту значајна су у погледу форме, садржаја и функције и одређене језичким и ванјезичким факторима. У основи, спортска терминологија, професионални жаргон и друге језичке јединице које функционишу у спортском дискурсу, имају јединствене особине и чине материјал за сложену анализу која се среће у радовима бројних истраживача (Исмаева 2016; Абросимова 2015).

Љубитељи спорта користе фразе у свакодневним ситуацијама, преносећи их на остатак популације који не прати спортска догађања, али помену-те фразе остају у њиховом вокабулару, често задржавајући своје примарно значење. Вокабулар спорта део је генералне лексике једног језика (Полок 2002: 120). При употреби спортске терминологије треба имати на уму да се она обично односи на неформалне и жаргонске контексте, као и на формалне у оквиру науке о спорту.

2. ЗНАЧАЈ ИНТЕРНЕТА У КОМУНИКАЦИЈИ О СПОРТУ

Сталан пораст броја корисника интернета изузетно поједностављује комуникацију између спортских клубова, спортиста, спортских новинара и навијача. Зарад једноставнијег разумевања, термин *навијач* ће се у овом раду користити као синоним за *љубитеља спорта*.

Управо је аспект интерактивности нових медија учинио да навијачи у комуникацији још интензивније осете парасоцијалну везу између себе и спортиста којима се диве (Ентман 2007). Губитак доскорашње баријере између једног фудбалског клуба, његових првотимаца и навијача из читавог света, променио је начин на који љубитељи спорта посматрају своје идоле.

¹ Корус истраживања и датуми приступа:

<https://www.instagram.com/p/CEOpkYvnYRR/> (23. 8. 2020)

<https://twitter.com/Izvrsilac/status/1302635090946686978> (7. 9. 2020)

<https://twitter.com/CzvLuki/status/1303041646955696128> (7. 9. 2020)

<https://twitter.com/PartizanBC/status/1303336320304111616> (8. 9. 2020)

<https://twitter.com/PartizanBC/status/1303414832675336192> (8. 9. 2020)

https://twitter.com/search?q=kkcz&src=typed_query (2. 9. 2020)

https://twitter.com/search?q=partizan&src=typed_query (2. 9. 2020)

https://twitter.com/vash_estampida0/status/1304166498051788801 (10. 9. 2020)

емисија Досије навијачи: <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=jt6NeB6bXZc> (30. 8. 2020)

Пример 1: *Мишре имам ше у премијер лигашком фаниазију браше гај 30+ љолова молим ше* ² – коментар је упућен српском фудбалском репрезентативцу Александру Митровићу на Инстаграму.

Лексички маркери блискости су обраћање именом или надимком (*Мишар*), а честа је лексема *браш*, такође употребљена у примеру 1.

Надимци често садрже презиме спортисте и другу реч или групу речи које теже да карактеришу личност (Бобејева 2017: 228).

На пример: *Мишроџол* (Александар Митровић), *Велики Синиша* (Синиша Михајловић), *Лајк Мајк* (Мајкл Џордан), *Божја рука* (Дијего Армандо Марадона), *Меџик Џонсон* (Ервин Џонсон).

Закон економичности језичких средстава утиче на процес скраћивања у формирању надимака. Неки од предмета имају облик иницијализама или абецедизама, који комбинују прва слова имена, на пример: *Л.Ј.* (Лука Јовић), *К.Д.* (Кевин Дјурент), *Л.Д.* (Лука Дончић), *К.Р.* (Кристијано Роналдо), *Д.Т.* (Душан Тадић).

Осим родбинских референци, у српском језику се користе: *краљу, царе, лаве, шампионе*, чији би еквивалент у шпанском језику био термин *crack*, чији је изговор преузет из енглеског језика.

Поред потпуно неформалног односа у комуникацији и ограниченог фонда речи, присутна је отворена и често рудиментарна реченична структура уз изузетно слободно поимање правописа. Интерпункција изостаје, заступљено је писање искључиво великим словима (енгл. *Caps*), те емотикони различитих врста. У случају када појединац сматра речи сувишним, коментар ће се састојати искључиво од низа разнобојних емотикона и емоција (енгл. *Emojis*), чије значење може и не мора бити јасно осталим корисницима друштвене мреже, попут Инстаграма и Твитера. Емотикони представљају рудиментарно представљање расположења и формирају се уз помоћ интерпункцијских знакова и слова, на пример: *:D, :(, :), :P*. Емоџији су пиктографски приказ емоција, али и биљака, животиња, хране и предмета, присутни на свим мобилним платформама (Цветкова 2018: 1544).

Скраћивање језичког израза и редуција интерпункције посебно су присутни на Твитеру услед ограничења од 240 карактера у оквиру једног твита, које креира сама платформа (Љубешић, Миличевић 2016: 159).

Употреба хештегова је свеприсутна, јер се на тај начин класификује тематика садржаја. Љубитељи спорта могу да се информишу о најновијим догађајима уз једну брзу претрагу, док клубови постају део активне интеракције са својом примарном публиком.

За разлику од Фејсбука где квалификација садржаја кроз хештегове није заживела, Твитер, на којем су први пут имплементирани, функционише

² <https://www.instagram.com/p/CEOpkYvnYRR/>

уз хештегове на свим језицима говорника којима је ова платформа доступна. Када је реч о домаћем спорту, најпопуларнији хештегови се односе на најпопуларнији спорт, фудбал и два највећа српска клуба: #ФКЦЗ за ФК Црвену звезду и #ПФЦ, односно #ФКП за ФК Партизан.

Пример 2: *Očekujem sutra jednu 🏀, čisto da se pogura malo prodaja sezonskih karata #kkcz³* – твит се односи на прелазни рок и жељу да Звезда добије новог кошаркаша, уз додатак емоција бомбе којим се интензивира изјава.

Употребом овог алата, равноправно у разговору учествују навијачи и клуб. Самим тим, значај друштвених мрежа за спортски маркетинг је у константном порасту. Објаве спортских клубова су постале део слике коју пласирају у јавности, те је неопходно да буду разумљиве, са јасно одређеним субјектом и предикатом, правописно тачне, уз обавезне дијакритике уколико се јавности обраћају латиницом.

Пример 3: *Proteklog vikenda smo zajedno sa prijateljima iz @kompanijaNIS koji je jedan od pokrovitelja događaja, bili deo sjajnog udruženja na Sportskim igrama mladih u Čačku.⁴* – твит је званичне презентације кошаркашког клуба Партизан којим обавештавају навијаче о промотивним активностима клуба.

Пример 4: *Četvrti test meč: Crno-beli savladali @UBTCluj.⁵* – твит је званичног налога кошаркашког клуба Партизан у коме се поред резултата екипе означава и тим који су поразили.

Када је реч о љубитељима спорта, латиница без дијакритика је изузетно заступљена, због неформалности комуникације и брзине којом корисници желе да искажу своје мишљење о задатој теми. Осим тога, већина корисника крстари путем мобилних телефона, на којима је брже и једноставније користити писмо без дијакритика уместо стандардне латинице или ћирилице, као што се примећује у примеру са друштвене мреже Твитер који следи.

Пример 5: *Treba mi visok igrac u kk za sreću #kkcz⁶* – реченица је написана на латиници без дијакритика, без интерпункцијских знакова или великих слова у скраћеници КК која би означила кошаркашки клуб.

³ <https://twitter.com/CzvLuki/status/1303041646955696128>

⁴ <https://twitter.com/PartizanBC/status/1303336320304111616>

⁵ <https://twitter.com/PartizanBC/status/1303414832675336192>

⁶ <https://twitter.com/CzvLuki/status/1303041646955696128>

3. ТИПОЛОГИЈА СПОРТСКОГ ДИСКУРСА НА ИНТЕРНЕТУ

Комуникацију на тему спорта на интернету воде медији који су у сталном контакту са својим читаоцима. Медији на простору читаве бивше Југославије користе амалгам спортске терминологије, неологизама, жаргонизама и позајмљеница у формирању језика струке који се потом преноси на читаоце.

Наиме, језик спорта, посебно фудбала, претворио се из искључиво специјалног, семиотичког система у универзални јавни језик доступан свима, било да играју утакмице или их само гледају. Управо су медији допринели ширењу и популаризацији спортске лексике (Берг, Оландер 2012: 14–15).

Језик спорта и спортског новинарства се разликује од књижевног језика у степену формалности, реченичној структури и избору вокабулара, чија је намена комуникација о дешавањима из света спорта.

Употреба колокација и идиома присутна је у медијском извештавању на српском и шпанском језику и чини да текст делује знатно природније, а актери ближи публици, што је посебно важно у медијима (Гomez 1995: 29).

Интернационализми, посебно из енглеског језика, често су коришћени услед недовољног познавања матерњег језика и адекватног, савременог еквивалента у српском језику, којим би се превели фудбалски и кошаркашки термини попут *ценџархалф*, *руки*, *чирлидерсица*, *џиранизиција*, *backdoor pass* и *deuse*. Проналазак еквивалента био би захтеван за просечног говорника српског језика. Утицај ове врсте интернационализама на избор речи, изговор и писање, те позиција енглеског као лексичког извора, приметна је међу експертима који се специјализују за истраживања о односу енглеског и других страних језика (Берг, Оландер 2012: 16).

Такође је присутно веровање да израз изречен у оригиналном облику приказује већи степен компетенције говорника у односу на превод, формирајући засебан социолект прожет англицизмима.

Од читаоца се очекује одређени ниво предзнања, захваљујући којем је у стању да протумачи сленг спорта и изразе коришћене у спортском дискурсу (Ковљанин 2018: 114). С друге стране, у романским језицима на територији Европе присутан је висок степен очувања језика у контакту са позајмљеницама. Упркос огромној популарности енглеског језика у електронским медијима, кастиљански је пример тенденције осавремењивања језика без увођења сувишних позајмљеница у лексикон. Уколико не постоји еквивалент у једној речи, прибегава се карактеристичном, шпанском описном преводу. За разлику од српског, у шпанском језику, посебно кастиљанском, честе су дијакритике, с обзиром на чињеницу да је реч о флективном језику, чији наставци попримају различито значење у зависности од присуства или одсуства дијакритике (Real Academia Espanola [RAE] 2011).

Пример 6: *Saque de esquina* – корнер, шут из угла

Пример 7: *Delantero* – центарфор, нападач у фудбалу

Пример 8: *Portero* – голман

Преведене форме су коришћене у писаној и усменој форми спортског новинарства, које се задржавају у спортској јавности када се дешавања коментаришу на интернету.

У кастиљанском је такође присутна употреба емотикона и емоција, као и скраћивање речи или читавих реченица зарад остваривања језичке економије (Бобејева 2017: 228).

Пример 9: *Claro! Hasta en un Barça como el de Guardiola q era mucho mejor q este, había tíos del perfil de Keita y Toure, pero tú abogas xq no son necesarios, q con un Messi q no ayuda en defensa y un medio endeble físicamente todo estaría ok 😊*⁷ – део је дискусије на Твитеру око значаја играча различитих профила у Барселони.

Превод примера 9: *Наравно! Чак и у Барселони постоје оне Гвардиолине која је била много боља од ове, било је ликова попут Кеита и Туреа, али ти тврдиш да нису потребни и да са једним Месијем који не помаже у одбрани и слабим везним редом, физички све може бити ок. 😊*

Пример 9 илуструје скраћенице карактеристичне за говор на интернету: *q* замењује везник *que*, док се *xq* користи уместо везника *por que* или *porque*.

Твит је прожет иронијом коју интензивира емотикон насмејан до суза, као наглашавање поенте и завршетак даље дискусије.

Неопходно је напоменути да тенденције за очувањем шпанског језика нема довољно у Хиспанској Америци, већ је заступљен контактни варијетет *сјенглиш* – на енглеском *Spanglish* (Кузмановић Јовановић 2020: 198). Близина Сједињених Америчких Држава устоличила је утицај енглеског у шпанском језику коришћеном у земљама попут Мексика, Венецуеле и Аргентине, уз свеприсутну замену кодова у комуникацији о спорту која се пренела на медије. Овај аспект еволуције језика посебан је предмет социолингвистичких студија (Нилеп 2006: 3).

Иако није могуће у потпуности избећи неологизме и позајмљенице у дискурсу на интернету, неопходна је равнотежа између очувања језика и сопственог језичког идентитета и природног лингвистичког развоја, уз правремену допуну лексикона.

Када је реч о универзалијама, у српском и шпанском језику је стандардан реченични редослед СВО (Бугарски 2003: 77).

⁷ https://twitter.com/vash_estampida0/status/1304166498051788801

Пример 10: *Марко је шутињу лоићу.*

Пример 11: *Juan chutó el balón.*

Подвучени субјекат је на првом месту у оба примера са истим значењем и садржајем реченице и предикатом који се односи на шутирање лопте. У оба језика је присутна активна и пасивна форма, док је приоритет у изражавању дат активу.

Пример 12: *Добили смо уићакмицу – актив*

Пример 13: *Ganamos el partido – актив*

Пасив се у контексту говора о спорту употребљава за илустровање ситуација које су се десиле субјекту.

Пример 14: *Стевановић је доживео йоврегу леве ноје у 5б. минућу ипре.*

Такође, пасив се у српском и шпанском језику користи ради креирања психолошког отклона од негативне ситуације.

Пример 15: *Екића је йоражена од сйране највећей ривала – пасив*

Пример 16: *El equipo fue derrotado por su mayor rival – пасив*

4. СПОРТ КАО ПРЕДМЕТ ИСТРАЖИВАЊА И ЕЛЕМЕНТ СРПСКОГ НАЦИОНАЛНОГ ИДЕНТИТЕТА

Иако је комуникација о спорту на српском језику присутна на друштвеним мрежама и сходно томе на оба писма – ћирилице и латинице, на интернету је немогуће избећи утицај енглеског језика који је *Lingua franca* свих корисника (Јима 2017: 3).

Прегледом друштвених мрежа запажа се да је латиница далеко фреквентнија у односу на ћирилицу, док љубитељи спорта у писаном дискурсу равноправно имплементирају емотиконе у различите сврхе, попут наглашавања исказа и језичке економије. Док се корисници друштвених мрежа либералних схватања односе равноправно према оба српска писма или предност дају латиници, конзервативнији корисници се користе искључиво ћирилицом као примарним начином изражавања националног идентитета на интернету, чак и када то није тема дискусије. С обзиром на снажну везу између спорта и националног духа, ћирилично писмо заузима важно место у дискурсу о спорту на интернету. Начин изражавања љубитеља спорта подложен је променама: термини излазе из употребе и замењују их нови, модернији.

Третирање језика спорта као предмета интересовања примењене лингвистике датира из из XVIII века, када је објављен *Sportsman's Dictionary* као почетак спортске лексикографије. Два века касније, доступни су упоредни речници спортског вокабулара за енглески, шпански, руски, пољски и друге индоевропске језике (Таборек 2012: 250). Бројни примери спортске лексике доступни су у речницима страних језика, попут енглеског или шпанског, што довољно говори о њиховом значају за целокупан језик (Берг, Оландер 2012: 16).

5. ЗАКЉУЧАК

Комуникација о спорту на интернету представља пресек спорта, језика, културе и менталитета једног народа. Корисници друштвених мрежа се о спорту изражавају на ћирилицы и латиници, иако је употреба ћирилице у блиској вези са поимањем српског националног идентитета, док је услед језичке економије и приступања платформама путем мобилних уређаја присутна латиница без дијакритика и велики број скраћеница чије се значење употпуњује употребом емотикона и емоција.

Када је реч о комуникацији о спорту, доминира неформалан тон и осећај блискости према спортистима која се огледа у креирању надимака сачињених од презимена, иницијала и позитивних особина. Изрази којима се описује доживљај фудбалске утакмице имају адекватне паралеле у српском и шпанском језику, у различитим интензитетима, али се разликује степен тенденције очувања језика, који је у Шпанији знатно присутнији у односу на Србију.

Док је у Србији превалентан спортски дискурс заснован на англицизмима у транскрибованој и оригиналној форми, у Шпанији постоји тенденција превођења англицизама на шпански језик у дословној или описној форми. Присутно је скраћивање речи у оба језика, из разлога језичке економије, док су дијакритике уобичајене за шпански језик.

Комуникација о спорту представља изузетно атрактивну тематику за проучавање из области лингвистике, психологије и социологије. Разумевање комуникације о спорту, као изузетно битном аспекту живота и културе у Србији, важно је за разумевање и предвиђање тенденција развоја спортског дискурса и промена кроз које ће пролазити српски језик.

ЛИТЕРАТУРА

- Бугарски (2003): R. Bugarski, *Uvod u opštu lingvistiku*, Beograd: Čigoja štampa.
Гомез (1995): T. L. Gómez, *Elléxico en el español actual: uso y norma*, Madrid: Arco Libros.

Јима (2017): J. D. Jimma, *Language of social media: Examination of English as a Lingua Franca in social media: B. A. Essay in English*, University of Iceland, School of Humanities, Department of English.

Краљевска шпанска академија (2011): Real Academia Espanola [RAE], *Nueva gramatica de la lengua espanola*, Barcelona: Espasa Libros.

Кузмановић Јовановић (2020): А. Кузмановић Јовановић, *Социолингвистичка историја Иберијској полуострва и иберороманских језика (са посебним освртом на кастилијански (шпански), португалски, галисијски и каталонски језик)*, Београд: Чигоја штампа.

Полок (2002): К. Polok, Podstawowe problemy akwizycji tzw. “języka sportowego” jako języka drugiego [On the basic problems of the acquisition of the so-called ‘language of sport’ as the second language], *Idō – Ruch dla Kultury: rocznik naukowy: [filozofia, nauka, tradycje wschodu, kultura, zdrowie, edukacja]*, 3, 119–124.

ВЕБ-ДОКУМЕНТИ

Абросимова, Борганова (2015) L. S. Abrosimova, M. A. Borganova, Jargon in Sport Discourse: Formation and Functioning, Research Result, *Issues on Theoretical and Applied Linguistics Series*, Vol.1. #4(6), 12–17 (26. 3. 2021). doi: 10.18413/2313-8912-2015-1-4-12-17.

Берг, Оландер (2012): G. Bergh, S. Ohlander, Free kicks, dribblers and WAGs. Exploring the language of “the people’s game”, *Moderna Språk*, 106(1), 11–46. (5. 9. 2020). <http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/modernasprak/article/download/1178/1018>

Бобјерева (2017): N. Bobyereva, Nicknames in the sport society: Lingvocultural aspects, *Journal of international interdisciplinary research*, Hradec Králové, The Czech Republic. (25. 3. 2021). <http://www.magnanimitas.cz/ADALTA/070202/papers/65.pdf>

Ентман (2007): R. M. Entman, Framing bias: Media in the distribution of power, *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. (18. 8. 2020). doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x

Исмаева, Корнилова (2016): F. H. Ismaeva, L. A. Kornilova, Synonymy and Antonymy in the Professional Uncodified Sport Language, *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, Special Issue, July 2016, 301–306. (25. 3. 2021). ISSN 1390-9304

Ковљанин (2018): S. Kovljanin, La crónica futbolística en directo en el panorama de los géneros periodísticos, *Komunikacija i kultura Online*, 9 (9), 92–118. (16. 6. 2020). doi: 10.18485/kkonline.2018.9.9.6

Љубешић, Миличевић (2016): N. Ljubešić, M. Miličević, Tviterasi, tviteraši or twitteraši? Producing and analysing a normalised data set of Croatian and Serbian tweets. *Slovenščina 2.0*, 4(2), 157–189. (11. 3. 2021). doi: <http://dx.doi.org/10.4312/slo2.0.2016.1.1-9>

Нилеп (2006): C. Nilep, “Code Switching” in Sociocultural Linguistics, *Colorado Research in Linguistics*, 19, 1–22. (22. 8. 2020). doi: 10.25810/hnq4-jv62

Таборек (2012): J. Taborek, The language of sport: Some remarks on the language of football, In: H. Lankiewicz, E. Waśkiewicz-Firlej (Eds.), *Informed teaching – premises*

of modern foreign language pedagogy, Piła: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica, 237–253. (16. 9. 2020).

https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/6073/1/taborek_2012_the_language_of_sport.pdf

Цветскова (2018): М. Tsvetskova, The language of the digital age, *Knowledge – International Journal*, Vol. 22.6, Vrnjačka Banja, Serbia. (2. 4. 2021).

https://www.researchgate.net/publication/330652074_The_Language_of_the_Digital_Age

Jelena V. Lazarević

University of Belgrade

Faculty of Philology

PhD student

CHARACTERISTICS OF COMMUNICATION ABOUTS SPORTS ON SOCIAL NETWORKS

Summary: This paper deals with characteristics of communication about sports in social media, based on examples in Serbian language. The corpus consists of contents in Serbian from Twitter and Instagram, while the Spanish language equivalents are included as a part of contrastive analysis. The study results show that expressions describing sporting events have adequate equivalents in Serbian and Spanish, while the degree of presence of foreign terms and internationalisms differs. The results also show that there are two currents within Serbian users of these social media: liberal and conservative. The liberal users treat both Serbian alphabets equally, or give preference to Latin, often without diacritics. The conservative ones utilize Cyrillic as the primary way of expressing their national identity. The use of emoticons and emojis is common. Social networks have created an illusion of closeness with athletes and clubs, and communication between athletes and fans is extremely open. Despite obvious contrasts between Serbian and Spanish, there are similarities in the perception of sports as a social phenomenon. Contents about sports in the new media are increasing, as well as the number of studies about sports discourse, which will contribute to the understanding of the changes in the Serbian language.

Keywords: sport, language, discourse, communication, social media.