

O konstruowaniu męskości i kobiecości na podstawie przekazów prasowych w „Gazecie Wyborczej” dotyczących Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w 2010 i 2014 roku

Zbigniew Dziubiński, Natalia Organista, Zuzanna Mazur

Sport zajmuje istotną pozycję w kulturze popularnej. Przystaje być postrzegany jako niewinna rozrywka, a coraz częściej zauważa się jego polityczny, ekonomiczny i komercyjny wymiar¹. Jak pisze David Rowe, sport coraz trudniej odseparować od mediów. Ze względu na mnogość środków przekazu, instytucji i informacji na temat sportu jest on obecnie nierozdzielnie połączony z mediami². Nie oznacza to oczywiście, że mamy do czynienia z kryzysem uczestnictwa w kulturze fizycznej, natomiast zdecydowanie większy zasięg i znaczenie ma teraz narracja tworzona przez media na temat sportu. Mediatyzacja w sporcie dokonuje się poprzez formę, treść i organizację wydarzenia sportowego³. Aby oddać złożoną relację między mediami a sportem stwo-

rzo terminy *sport-media complex*⁴, *media/sport production complex*⁵, czy też *the media sports cultural complex*, który oddaje nie tylko relacyjny charakter mediów i sportu, ale również prymat znaków i symboli we współczesnym sporcie⁶. Nie należy też zapominać o ekonomicznym znaczeniu instytucji sportu. Komercjalizacja sportu i sportowców „sprzedających” swoje umiejętności – ich wizerunek i otaczające produkty jako towary – została również wzmocniona poprzez media⁷. Środki masowego przekazu umożliwiły zwiększenie liczby odbiorców widowisk sportowych oraz zintensyfikowanie ich wrażeń na skutek eksponowania motywów charakterystycznych dla sportu takich, jak nieprzewidywalność, emocjonalność przekazu, poczucie przynależności

¹ R. Boyle, R. Haynes, *Power play sport, the media and popular culture*, Edinburgh 2009.

² D. Rowe, *Sport, culture and the media: the unruly trinity*, Berkshire 2004, p. 2–3.

³ L. Wenner, *Playing the mediasport game* [in:] *MediaSport*, ed. L. Wenner, London–New York 1998, p. 3–14; K. Kopecka-Piech, *Sport – od medialnego zapośredniczenia do mediatyzacji* [w:] *Futbol i cała reszta. Sport w perspektywie nauk społecznych*, red. R. Kossakowski i in., Pszczółki 2013.

⁴ M. Messner, *Power at play: sport and the problem of masculinity*, Boston 1992, p. 80.

⁵ L. Wenner, *Playing the mediasport game...*, dz. cyt., p. 9.

⁶ D. Rowe, *Sport, culture...*, dz. cyt., p. 5.

⁷ Z. Dziubiński i in., *Mass media and professional sport*, “Baltic Journal of Health and Physical Activity” Vol. 4 (2012), No. 4, p. 284–294.

do większej grupy, które z kibiców sportowych uczyniły lojalne grono odbiorców⁸.

Niewątpliwie istotnym zagadnieniem jest również władza, jaką media posiadają w zakresie nadawania znaczeń i reprodukcji określonych treści kulturowych. Choć dzisiaj kładzie się duży nacisk na zniuansowanie kwestii wpływu mediów na odbiorców⁹, to jednak feministyczny paradygmat w badaniu nad komunikowaniem, w takim przekonaniu, ma swoje korzenie. Feministycznie zorientowane badaczki i badacze podkreślają, że media często powielają stereotypowe przekazy dotyczące męskości i kobiecości oraz wartości dominujące w społeczeństwie patriarchalnym¹⁰. Zwrócono ponadto uwagę na niewielką liczbę kobiet w działach odpowiedzialnych za decyzje o dopuszczaniu określonych treści do publikacji – reżyserki, operatorki kamer, producentki, jak i to, że sama produkcja medialna jest uwarunkowana płciowo¹¹. Symptomatyczny też wydaje się fakt, że zmiany w mediach informacyjnych, trywializację i pogoń za sensacją, określa się mianem ich „feminizacji”¹².

Sport jako męskość

Jak pokazują liczne badania, niedoreprezentowanie kobiet w przekazach medialnych jest bez

wątpienia powiązane z postrzeganiem sportu jako męskiego przedsięwzięcia. I chociaż obraz ten ulega teraz zmianie, to historyczna spuścizna sportu należy do mężczyzn¹³. Sport stanowi przykład jednej z wielu praktyk kulturowych, które wpływają na kształt męskiej tożsamości. Spowodowane jest to przeświadczeniem, że sport jest obszarem umożliwiającym potwierdzenie „tradycyjnej męskiej władzy, siły i przemocy oraz współczesnych obaw o społeczną feminizację”¹⁴, ustala porządek, określa wartości i zasady, które znajdują uzasadnienie w dominujących koncepcjach kobiecości i męskości. Ma to miejsce głównie z powodu maskulinizacji ciała i psychiki mężczyzn¹⁵.

Michael Messner i Shari Dworkin stawiają tezę, że poza celem komercyjnym, głównym dążeniem w sporcie jest podtrzymywanie tradycyjnie pojmowanej męskości i kobiecości¹⁶. Stabilizuje ona teorie „naturalnej” różnicy płci i wynikającej z niej hierarchii między płciami. Liczne publikacje na temat konstruowania męskości i kobiecości w sporcie wskazują, że przez sport dokonuje się reprodukcja męskości hegemonalnej¹⁷. Reawyn Connell, na przykład, stworzyła porządek kobiecości i męskości oraz koncept męskości hegemonalnej oparty na fak-

⁸ R. Boyle, R. Haynes, *Power play sport...*, dz. cyt., p. 13.

⁹ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. A. Szulżycka, M. Bucholc, Warszawa 2007, s. 10; T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2009, s. 130–140; J. Fiske, *Television culture*, London 1987; S. Hall, *Encoding/Decoding* [in:] *Media and cultural studies*, eds. M. Durham, D. Kellner, Oxford 2006.

¹⁰ L. Van Zoonen, *Feminist media studies*, Amsterdam 2004.

¹¹ M. Gallagher, *Media and representation of gender* [in:] *The Routledge companion to media and gender*, eds. C. Carter et al., London–New York 2014.

¹² S. Thornhan, *Women, feminism and the media*, Edinburgh 2007.

¹³ G. Pfister, *Women in sport – gender relations and future perspectives*, “Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics” 2010, No. 13:2, p. 234–248.

¹⁴ M. Messner, *The life of a man's season. Male identity in the life course of the jock* [in:] *Changing men. New direction in research on men and masculinity*, ed. M. Kimmel, Newbury 1987, p. 54.

¹⁵ M. Messner, *Boyhood, organized sport and the construction of masculinities* [in:] *Men's lives*, eds. M.S. Kimmel, M.A. Messner, Boston 1998.

¹⁶ M. Messner, S. Dworkin, *Just do what? Sport, bodies, gender* [in:] *Sport and gender. A reader*, eds. S. Scraton, A. Flintoff, New York 2002; R. Connell, *Gender and power, society, the person and sexual politics*, Cambridge 1998.

¹⁷ R. Connell, J. Messerschmidt, *Hegemonic masculinity: rethinking the concept, gender & society*, Vol. 19 (2005), No. 6, p. 829–859; R.W. Connell, *Masculinities*, Cambridge 2001.

cie dominacji w społeczeństwie mężczyzn nad kobietami. Pojęcie hegemonii dotyczy dominacji osiągniętej za pomocą określonych praktyk osadzonych w strukturze społecznej. Uznając, że fizyczność jest podstawowym źródłem interpretowania kobiecości i męskości, należy stwierdzić, iż jedną z instytucji społecznych, gdzie można najłatwiej zaobserwować rolę ciała w podtrzymywaniu relacji między płciami jest właśnie sport. Siła, wytrzymałość, perfekcyjne wytrenowanie podtrzymuje tradycyjne spojrzenie na męskosc. Feministyczny paradygmat w badaniach nad sportem wskazuje, że wysiłki kobiet w sporcie odnoszone są do męskiego wzorca, utrudniając jego autonomię, natomiast sport kobiet jest marginalizowany i trywializowany¹⁸.

Płciowe zróżnicowanie przekazów medialnych w sporcie

Badania prowadzone nad przekazami medialnymi pokazały praktyki dyskryminacyjne w następujących obszarach: częstotliwość i sposób prezentacji sportu kobiet i mężczyzn, praktyki dziennikarskie, stosowany język, komentarz sportowy.

Pomimo coraz większej rozpoznawalności sportu kobiet, większość czasu antenowego i miejsca w prasie przynależy do mężczyzn. Zarówno badania amerykańskie, jak i polskie pokazują, że na sport kobiet przeznaczają się jedynie od 5 proc. miejsca/ czasu antenowego (badania amerykańskie)¹⁹ do maksymalnie

15 proc. (badania polskie). Sport kobiet prezentowany jest w mniej profesjonalny sposób; artykuły na temat sportu kobiet są krótsze, co wiąże się z mniejszym zainteresowaniem odbiorców²⁰. Przeprowadzone badania wskazują również na odmienny sposób prezentacji sportu kobiet i mężczyzn. W przypadku pokazywania kobiecych imprez sportowych inna jest też praca kamery. Aktualnie pojawiła się tendencja do seksualizacji ciał kobiet. Ciało w obrazie kamery jest często sfragmentaryzowane²¹. Natomiast wizerunki kobiet na okładkach magazynów sportowych przedstawiane są zgodnie z tradycyjną wizją kobiecości, co wpływa na wzmocnienie przekazu o nieistotności sportu kobiet²². Inaczej prezentowani są mężczyźni. Jak się wielokrotnie podkreśla w przekazach prasowych, sportowcy są idealnymi kandydatami na bohaterów, a obecnie również i celebrytów. Ze względu na częste publiczne wystąpienia, niezwykle możliwości fizyczne (waleczność, sprawność, siłę), jak również odwagę i wytrzymałość psychiczną kultywują oni ten ideał męskości. Dlatego też media podtrzymują wizerunek mężczyzn jako bohaterów, opisując rzadko w ten sposób kobiety²³. Relacje między fanami, medialną reprezentacją sportu a jego wymiarem ekonomicznym ciągle są wzmocniane, co jest powodem utrzymywania się znacznej przewagi obecności mężczyzn w mediach, jak i kultywowania przedstawień oraz wartości powiązanych z męskością hegemonialną.

¹⁸ A. Hall, *The discourse of gender and sport: from femininity to feminism* [in:] *Sport and gender...*, dz. cyt.; A. Hall, *Feminism and sporting bodies*, Champaign 1996.

¹⁹ M. Messner, C. Cooky, *Gender in televised sports: News and highlights shows, 1989–2010*, University of Southern California Center for Feminist Research, <http://dornsifecms.usc.edu/assets/sites/80/docs/tvsports.pdf> [dostęp: 23.02.2014]; H. Jakubowska, *Świat sportu w gazetach codziennych na podstawie wyników "The International Sports Press Survey 2011"*, „Studia Medioznawcze” Vol. 1 (2010), nr 52, s. 47–62.

²⁰ M. Ducan et al., *Gender stereotyping in televised sports* [in:] *Women, sport and culture*, eds. S. Birrell, C. Cheryl, Champaign 1994.

²¹ N. MacNeill, *Active women, media representations and ideology* [in:] *Women, sport...*, dz. cyt.

²² A. Martin, A.M. McDonald, *Covering women's sport? An analysis of sports illustrated covers from 1987–2009 and ESPN the magazine covers from 1998–2009*, „Graduate Journal of Sport, Exercise & Physical Educational Research” 2012, No. 1, p. 81–97.

²³ L. Wenner, *Playing the media asport game...*, dz. cyt., p. 139.

Przedstawienia męskości koncentrują się często na opisie poświęceń i determinacji, której wymagało wspięcie się na szczyty w sportowej rywalizacji, jak również „raportów z kontuzji”. Takie raporty mają pokazać odporność na ból, wytrzymałość zawodników i wizerunek „twardego mężczyzny”. W telewizji niejednokrotnie można zobaczyć powtórki z dramatycznych wydarzeń, czy usłyszeć o agresywnych i brutalnych atakach, które muszą znosić zawodnicy. Tego rodzaju praktyki nie są spotykane w opisie sportu kobiet. Doświadczenie kontuzji i walka z nimi może mieć zatem płciowy charakter²⁴. Podobnie stroje zawodników, czego doskonałym przykładem jest futbol amerykański, odwołują się do określonej koncepcji męskości. Kaski, ochraniacze na nogi, karki lub kolana mają niwelować brutalne starcia w sportach kolizyjnych, lecz w warstwie wizualnej odbiór tak wyglądających mężczyzn, przyjmujących charakterystyczne pozy, bliższy jest wyobrażeniu dawnych walk bitewnych niż sportowi²⁵.

Garry Whannel zwraca ponadto uwagę, że teraziejsze gwiazdorstwo sportowe jednoznacznie staje się dominującą formą produkcji medialnej i może wykluczyć pozostałe formy przekazu medialnego²⁶. Pokazuje także, jak ewoluuje charakterystyka gwiazdora sportowego, dostosowując jego obraz do zmian relacji płciowych w społeczeństwie. Zapotrzebowanie na biografie, bogate w przekaz emocjonalny o zwycięstwach w walce i porażkach, łączone jest z potrzebą podglądania prywatnego życia

gwiazd, a zarazem erotyzacji ich wizerunków. Z tego też powodu dbanie o wygląd zewnętrzny i eksponowanie cielesności nie jest sprzeczne z dominującym wyobrażeniem o męskości.

Znaczące różnice obejmują również stosowany język i komentarze sportowe. W komentarzach wiążących się ze sportem kobiet przeważa odnoszenie sportowych wyczynów kobiet do sportu mężczyzn traktowanego jako norma. Pojawia się więc infantyilizujące nazewnictwo („dziewczęta”, „złotka”), czy komentowanie wyglądu fizycznego lub życia pozasportowego, akcentowanie porażek i trudności, jakie stawia przed kobietami sport²⁷.

Komentarze dotyczące mężczyzn podkreślają natomiast ich waleczność oraz siłę. Często stosuje się porównania do walk czy bitew oraz metafory wojenne²⁸. Język stosowany w komentarzu do sportów drużynowych (najczęściej kontaktowych i kolizyjnych) jest stylizowany, przepełniony odniesieniami do słynnych bitew czy bohaterów wojennych, podtrzymujących mit mężczyzny-wojownika. Zgodnie z teorią Grega Malszeckiego, sport zastępuje wojnę jako podstawowe doświadczenie społeczeństwa patriarchalnego²⁹, również w warstwie językowej, konstruując dychotomiczny podział dotyczący męskości i kobiecości.

Piłka nożna – męski bastion

Piłka nożna jest najpopularniejszym sportem na świecie, a takie imprezy jak mistrzostwa świata czy Europy cieszą się nieprawdopodobnym

²⁴ Tamże, s. 209–210.

²⁵ Tamże, s. 211.

²⁶ G. Whannel, *Media sport stars. Masculinities and moralities*, London–New York 2002.

²⁷ M. Duncan et al., *Denial of power in televised women's sport* [in:] *Gender and sport. A reader*, eds. S. Scraton, A. Flintoff, London–New York 2002; N. Christopherson, M. Janning, M. Diaz, *Two kicks forward, one kick back: A content analysis of media discourses on the 1999 women's world cup soccer championship*, “Sociology of Sport Journal” 2002, No. 19, p. 170–188; J. Segrave, K. McDowell, J. King, *Language, gender, sport: A review of the research literature* [in:] *Sport, rhetoric and gender. Historical perspectives and media representation*, ed. L. Fuller, New York 2006.

²⁸ F. Wachs, „*Throw like a girl!*” doesn't mean what it used to: research on gender, language and power [in:] *Sport, rhetoric and gender...*, dz. cyt.

²⁹ L. Wenner, *Playing the media asport game...*, dz. cyt., p. 203.

zaciekawieniem mediów i kibiców. Zainteresowanie piłką nożną dotyczy wciąż częściej mężczyzn niż kobiet i jest niewątpliwie istotnym elementem budowania ich tożsamości³⁰. Przy opisie relacji często przywoływane są więzi, jakie tworzą się między mężczyznami w związku z uczestnictwem (czynnym bądź biernym) w piłce nożnej. Pojęcie to odnosi się do miejsca, gdzie mężczyźni mogą podtrzymywać relacje między sobą bez narażania się na uwagi o nadmiernej bliskości i homoseksualizm³¹. Z tej społeczności są symbolicznie wykluczane kobiety. Jedną z najczęściej przyjmowanych w tym celu strategii jest przywoływanie ich w języku, aby następnie, poprzez skojarzenie kobiecości z niższością i upokorzeniem, od nich się oddzielić. Oprócz funkcji obiektu, za którego pomocą mężczyźni, przynajmniej symbolicznie, wzmacniają swoje więzi i „ćwiczą” się w męskości, kobiety pełnią jeszcze inne role. Na stadionach jest dla nich miejsce w charakterze obiektów seksualnych (wyławiane przez kamerzystów seksowne kibicki), dziewczyn i żon piłkarzy (tzw. *wags*), bohaterek skandali obyczajowych powiązanych z piłkarzami, czy pracownic seksbiznesu³². Żadnej z przywołanych „kategorii” kobiet nie traktuje się poważnie. Wszystkie oceniane są przez pryzmat seksualności i atrakcyjności fizycznej. Problem zaś prostytucji, powiązany z najważniejszymi imprezami sportowymi świata, prawie wcale nie przebija się do opinii publicznej; dostrzegany jest jedynie w kręgach feministycznych i instytucjach walczących z handlem ludźmi. Jak słusznie zauważa Rowe, w mediach trudno znaleźć komentarze dotyczące innych ról życiowych kobiet niż bycie matkami czy żonami

piłkarzy, nawet, jeżeli kobiety osiągają znaczne sukcesy zawodowe; przeważają natomiast szczegóły dotyczące romansów i skandali oraz obawy, że piłkarze z powodu relacji z kobietami nie będą w pełni formy na boisku³³. Brak jest poważniejszej refleksji na temat sytuacji kobiet w sporcie i ich symbolicznej podległości wobec mężczyzn.

Cel badań

Przedstawione powyżej założenia teoretyczne wskazują, że przekazy medialne odnoszące się do sportu są wartościujące i rekonstruują tradycyjne podziały między płciami. Celem niniejszych badań jest krytyczna analiza przekazów prasowych dotyczących Mistrzostw Świata (MŚ) w Piłce Nożnej w 2010 roku (RPA) oraz 2014 roku (Brazylia). Analiza ta ma na celu sprawdzenie, czy przekazy medialne niosą ze sobą znaczenia istotne dla konstruowania kategorii męskości i kobiecości (jako relacyjnie powiązanej z kategorią męskości). Rozważania dotyczą piłki nożnej, gdyż – jak opisano powyżej – jest to kluczowa dyscyplina dla kształtowania określonej męskiej tożsamości, poza tym najbardziej popularna i medialna.

Materiał i metody

Metoda zastosowana w badaniach to krytyczna analiza dyskursu. Jak pokazują liczne badania, analiza dyskursu artykułów prasowych okazuje się tak istotna dlatego, że to, co media pokazują, i w jaki czynią to sposób, oraz to, czego nie pokazują, ma ogromne znaczenie dla tworzenia opinii publicznej, kształtowania postaw i wartości³⁴. Próba badawcza objęła artykuły dotyczące MŚ,

³⁰ C. Giulianotti, *Globalizacja i piłka nożna: socjologiczna analiza tematów i zagadnień*, przeł. A. Peisert [w:] *Futbol i cała reszta*, red. R. Kossakowski i in., Pszczółki 2013.

³¹ D. Rowe, *Sport, media and gender-based insult* [in:] *The Routledge companion to media...*, dz. cyt.

³² V. Pillay, E. Salo, *FIFA World Cup: gender, politics and sport*, „Agenda: Empowering Women for Gender Equality” Vol. 24 (2010), No. 85, p. 4–10.

³³ D. Rowe, *Sport, media and gender-based...*, dz. cyt., p. 396–397.

³⁴ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków 2006; R. Wimmer, J. Dominick, *Mass media research. An introduction*, Wadsworth 2006.

które ukazały się na stronach sportowych „GW” między 12.06.2014 a 14.07.2014 oraz między 11.06.2010 a 13.07.2010. Nie analizowano felietonów. Do badania została wybrana „Gazeta Wyborcza” („GW”) jako dziennik opiniotwórczy, otwarty na kwestie równości płci, którego treści trafiają do szerokiego grona odbiorców. Treść artykułów prasowych została usystematyzowana wokół następujących wymiarów: skupianie się na wyglądzie fizycznym, cielesności i seksualności piłkarzy, sarkastyczne, ironiczne, dominujące negatywne komentarze, odnoszenie się do życia prywatnego piłkarzy, ich relacji z najbliższymi, spędzania czasu wolnego itp., wychwalanie siły, wytrzymałości i sprawności (podtrzymywanie konceptu męskości hegemonialnej), posługiwanie się w opisach meczów metaforami wojennymi.

Wyniki badań

W toku badania analizie poddano 156 artykułów z „GW” w roku 2014 oraz 212 artykułów z roku 2010. Autorami wszystkich tekstów byli mężczyźni. Przeprowadzona analiza wykazała częste posługiwanie się metaforami wojennymi do opisów meczu i zachowań piłkarzy. Piłkarze nazywani są „żołnierzami”, „herosami” (*Żołnierze z kraju bez armii* – 1.07.2014): „Jednak wtedy także inni żołnierze Tabáreza spisali się znakomicie” (*Włosi bronią Europy w grupie śmierci* – 24.06.2014), czy tymi, którzy wyruszają na „bitwy”: „Drapieżności pomocy ma natomiast dodać Gennaro Gattuso, nieustraszony wojownik, którego trener Milanu skazał ostatnio na oglądanie bitew z ławki rezerwowych” (*Mecz o przeżycie. Włosi do tego przywykli* – 24.06.2010); przywoływane jest też „pole walki”, a na boisku słychać „szczęk oręża”.

Sportowcy są określane również jako „wojownicy”, „kowboje”, „gladiatorzy”, „komandosy”: „Algierczycy, wszyscy przygotowani fizycznie jak oddział komandosów” (*Tylko Algierii żal* – 1.07.2014), którzy muszą „gwałtem posiąść to, co cesarskie” (*Złote urugwajskie maleństwo* – 6.07.2010). Podbijają i polują na

„królestwa”: „A los niemieckiego piłkarza jest okrutny, nawet półfinał nie czyni go wyjątkowym – tamtejszy gracz wywodzi się z mocarstwa, które po wojnie tylko trzykrotnie zatrzymało się wcześniej, w ćwierćfinale” (*A na końcu nie zwyciężą Niemcy* – 8.07.2010) oraz zdobywają „imperium”: „Fakt, nie mają imperium ani królowej, ale król stoi w ich bramce” (*Cztery cuda Ochoi* – 23.06.2014).

Trenerzy to dla mediów „wodzowie”, którzy „obmyślają kampanie”: „I premijujący niekiedy zwycięzców przypadkowych, którzy w morderczej południowoamerykańskiej kampanii muszą zginąć” (*Dlaczego Europa przegrywa?* – 30.06.2010); „tworzą fortece”: „Hiszpanów na myśl o nacieraniu na kolejną twierdzę, przedostawaniu się przez fosę i szturmie na most zwodzony boli pewnie żołądek” (*Paragwaj chce powstrzymać Hiszpanię po szwajcarsku* – 3.07.2010); „Cristiano Ronaldo, który w koszulce Manchesteru Utd. lub Realu Madryt nie potrzebuje żadnego wsparcia, by urządzać dywanowe naloty na pole karne przeciwnika, w koszulce Portugalii ostrzeliwuje co najwyżej trybuny i reklamowe bandy” (*Niemcy ponad wszystko* – 18.06.2010), czy „minipliton egzekucyjny”. Uważani są za nieustraszonych, którzy „gotowi są umrzeć na boisku”; „snajperów”, tych, co „odpalają strzelby”.

Takie określenia są wzmacniane przez podkreślenie twardości, czy wręcz brutalności zawodników, przedstawiając ich jako: „specjalistów od mokrej roboty”, „bestie”, czy wprost – „brutale”: „Jest też wśród Holendrów Mark van Bommel, który z nóg ścina rywali dosłownie, bo to twardziel i brutal, jakich mało” (*Jak pokonać Hiszpanię* – 10.07.2010).

W analizowanych przekazach prasowych występują również porównania piłki nożnej do sztuk walki i boks, sportu kolizyjnego, powszechnie kojarzonego z męskością: „Obaj rywale zachowywali się jak bokserzy, którym w gorączce walki wyłączył się instyngt samozachowawczy” (*Fenomen Mirka Klose* – 23.06.2014) oraz pojawiają się informacje

o Hiszpanii: „Jej bilans w starciach z grupowymi rywalami przypominał bilans boksinarza mistrza świata wagi ciężkiej, który zazwyczaj nokautuje, w słabszym dniu wygrywając na punkty” (*Mecz pełen przygód* – 25.06.2010). Stąd częste określenie o nokautowaniu przeciwnika. Na przykład Mistrz świata z 2014 r. – Mirosław Klose – jest opisywany następująco: „Był raczej jak zdyscyplinowany żołnierz, który zdaje sobie sprawę ze swojego snajperskiego talentu, ale wszystko podporządkowuje wydarzeniom na froncie”, a drużyna Niemiec jako pełniąca funkcję „totalnego, bezwzględnego, precyzyjnego, arcyszybkiego dominatora”.

Metafory wojenne są sugestywne i sprawiają, że piłka nożna wydaje się być zajęciem śmiertelnie poważnym, a piłkarze urastają do rangi bohaterów narodowych. W artykułach z 2010, jak i z 2014 r. – metafory wojenne zawierały 17 proc. tekstów. Na stronach sportowych „GW”, co godne uwagi, pojawił się też materiał na temat ich zastosowania w opisie zmagania na boisku. Autor, wyjaśniając ich częste użycie, powołał się na nieprzepracowaną traumę po drugiej wojnie światowej, jednak nie odwołuje się do ich znaczenia w kulturze patriarchalnej (*To był mecz, nie bitwa* – 10.07.2014).

Oprócz metafor wojennych wielokrotnie akcentuje się wielkość piłkarzy i nieprawdopodobne umiejętności poprzez nazywanie ich: „czarodziejami”: „Żaden z jego zawodników w futbolowym artyzmie nie może się równać z argentyńskimi czarodziejami” (*Ciężki nokaut Diego Maradony* – 5.07.2010) oraz „magami”: „Bastian Schweinsteiger ma za sobą świetny turniej, ale w meczu o wszystko jak cały zespół Niemiec wpadł na ścianę. Hiszpanie pokazali, że na tym poziomie perfekcja nie wystarczy – trzeba kreacji” (*Gorzki smak hiszpańskiej porażki* – 8.07.2010).

Częste jest również nazywanie piłkarzy „bogami”: „O Maradonie mówi się, że jako jedyny wygrał mundial (1986) samotnie, on sam trenerami albo gardził, albo z trudem ich tolerował – o ile siedzieli cicho. Został obwołany

bogiem, wyznawcy z czczącego go Kościoła nazywają siebie diegorianami (*Dunga + Maradona = klęska* – 5.07.2010) lub „półbogami”, „mesjaszami” (*MESSIasz narodu argentyńskiego* – 3.07.2014) i „gigantami”.

W artykułach nie jeden raz akcentuje się wytrzymałość i sprawność sportowców: „Jest typem naturalnego atlety, który nie umie żyć bez wysiłku fizycznego. Nie zrywa już z siebie koszulki po każdym голу, bo sędziowie karzą za to żółtą kartką, ale po meczach zawsze wyróżnia się muskulaturą – i w klubie, i w reprezentacji. Na mundialu kompromituje teorię o wyniszczającym organizm sezonie ligowo-pucharowym, który ma uniemożliwiać ustanie na nogach najbardziej wyeksploatowanym gwiazdorom. Forlan harował do zatracenia” (o Diego Forlanie, *Sir Alex zatęsknił za Forlanem* – 6.07.2010); „Nie przeszkadzał mu nikt, choć gracze USA solidnie zapracowali już na reputację atletów o twardych kościach, którym nigdy nie brakuje tchu, by zgotować rywalom piekło w środku boiska (*Urodzeni, by walczyć* – 19.06.2010); „Piłkarze ostatniego reprezentanta kontynentu okazali się jeszcze twardsi niż twardziele amerykańscy, i to oni w piątek zagrają w ćwierćfinale z Urugwajem. / Do soboty Amerykanie w każdym meczu wyglądali na pękających od nadmiaru energii siłaczy, których przez pomyłkę przesunięto do niższej kategorii wagowej. Im dłużej trwała walka, z tym większą pasją nacierali, roztrącali rywali barkami, opornych wpychali do bramki razem z piłką. Aż zderzyli się z drugą linią ze stali, zestawioną z graczy tak potężnych w ramionach, jak pokornie, zawsze rzetelnie wykonujących swoje małe zadania” (*Czarne gwiazdy* – 28.06.2010); „A Brazylia zamiast kruchym artystą, wołała zostać mięśniakiem” (*Pieśń o Neymarze* – 7.07.2014).

Piłkarze w artykułach „GW” byli także przyrównywani do maszyn działających bez zarzutu w każdej sytuacji. Takie spojrzenie na ich ciała jest zgodne z opisami charakterystycznymi dla męskości hegemonalnej, alienacji od własnego ciała, niezważania na jego problemy czy ból:

„Mogła, gdyby tylko nogi jego piłkarzy wciąż chciały ich nieść przynajmniej tak jak w 1/8 finału, gdy nie dali się zabiegać piłkarzom Korei Południowej popisującym się wytrzymałością maszyn” (*Futbol jest piękny* – 12.07.2010); „W Holandii 2010 za ataki odpowiada dwóch skrzydłowych, ofensywny pomocnik i napastnik. Maszyna pracuje bez zarzutu, tylko piłkarze grający na tych pozycjach strzelali w RPA gole” (*Wygrać nie po holendersku* – 6.07.2010).

Wizerunek „twardych mężczyzn” został też reprodukowany przez przywołanie fizyczności piłkarzy: „Kiedyś podczas odprawy w szatni Bayernu sięgnął do kolan spodnie od garnituru, żeby udowodnić piłkarzom, że jest prawdziwym mężczyzną” (*Jak mistrzowie z wicemistrzami* – 13.06.2014) oraz przez historię Yoanna Gourcuffa, podobno prześladowanego przez kolegę z kadry, uważanego za nie dość męskiego ze względu na odmowę wejścia do „bardzo męskiego klubu”. Miał on zamiar okazać swoją „twardość” na boisku, faulując przeciwnika, co zostało opisane przez dziennikarza następująco: „Koledzy z kadry chcą, żeby z lalusia zmienił się w killera, więc zamknął oczy, wysunął twarde organ i przyładował. Twardziel?” (*Krótką piłka, ładny chłopiec* – 23.06.2010).

Nawiązania do romansów piłkarzy, ich związków prywatnych i zabaw poza boiskiem pojawiają się w artykułach na temat MŚ i mogą być interpretowane jako kolejna strategia odwołania się do męskości zawodników oraz podkreślanie ich heteroseksualności. Równocześnie zaspokajają u odbiorców potrzebę pogoni za sensacją, pozwalają lepiej poznać swoich ulubionych sportowców, a dla tych ostatnich te odniesienia są częścią budowania wizerunku. Sposób opisywania związków z kobietami mówi również wiele na temat konstruowania kategorii kobiecości wokół sportu mężczyzn: „32-letni napastnik – sportowiec syty, z milionami na koncie i lokalną sławą – nie widział w swoim trzecim występie na mundialu szczytu kariery. Przybywało mu zwałów tłuszczu, randkował do świtu, zapraszał do hotelu prostytutki.

Ognistym patriotą nigdy nie był” (*RPA znów wierzy w Bafana* – 11.06.2010); „Thierry Henry jest w Barcelonie od słuchania, a nie pokrzykiwania, trenera w Chelsea zmienić mogą John Terry i Didier Drogba, ale nie Florent Malouda i Nicolas Anelka, gdy Manchester United rusza w miasto, o trasie odwiedzin nocnych klubów nie decyduje Patrice Evra (nie tylko dlatego, że lewy obrońca wicemistrzów Anglii wieczory woli spędzać w domu)” (*Francuzów tęsknota za Zidane'em* – 17.06.2010); „Są tacy, którzy twierdzą, że jego największy oponent, samozwańczy szef gangu pod nazwą Kadra Francji, Franck Ribery, zorganizował kiedyś wypad na miasto po jednym z meczów. Wypad, który – rzecz jasna – miał się rozpocząć od wizyty w bardzo męskim klubie. – Ja nie idę – odparł Gourcuff, co Ribery skwitował ponoć: »Mamusia nie pozwala, cioto?«. Nowy trener kadry Francji na pewno jednak musi mu pomóc wybrać, czy pozostać sobą, czytać książki, oglądać filmy i robić swoje, czy też poczuć smak prawdziwego życia w okolicach nawiedzanych przez kumpli z boiska, którym ma liderować. W końcu generał – dla dobra armii – ponoć powinien czasami przespać się w okopach?” (*Krótką piłka – ładny chłopiec* – 23.06.2010).

Jak pokazują przytoczone cytaty, sprawność seksualna została tu powiązana z męskością, z przejściem przywództwa w drużynie i zdobyciem szacunku kolegów. Komentarz dziennikarza dotyczący wykonywania tych samych zadań, które reszta piłkarzy akceptuje dla dobra drużyny („W końcu generał – dla dobra armii – ponoć powinien czasami przespać się w okopach?”), może wskazywać na przyzwolenie do korzystania z usług prostytutek w imię wyższego celu, jakim jest spójność drużyny. Choć w artykułach dotyczących MŚ częściej niż w przytoczonych fragmentach opisuje się korzystanie z usług prostytutek, w żadnym artykule dziennikarze nie ustosunkowują się do tego rodzaju zachowań, nie widzą jego szerszego tła powiązane go z praktykami męskości i sportu.

Partnerki piłkarzy opisywane są w sposób infantyilizujący; zazwyczaj podkreślana jest ich uroda i strój: „To moja kuzynka! – krzyczał do ochroniarzy 19-letni Schweinsteiger. Kłamał, kilka godzin wcześniej poznał dziewczynę w nocnym klubie. Chciał jej zaimponować i zabrał do centrum treningowego Bayernu, a potem ugościł w klubowym jacuzzi. Tam o 2 rano znaleźli ich ochroniarze”; „Równie łatwo dostrzec zmiany w wizerunku. Zamiast salami reklamuje giełdę w Stuttgarcie, nie szturmuje drzwi centrum treningowego z kolejną półnągą nastolatką, od kilku lat spotyka się z modelką i dziennikarką Sarah Brandner” (*Schweinsteiger już nie jest maskotką* – 7.07.2010); „Jest też wersja, że Cruyffowi nie pozwoliła na wyjazd żona, która cztery lata wcześniej z »Bilda« dowiedziała się o zabawie męża w hotelowym basenie w damskim towarzystwie” (9.07.2014); „Z Andersona Luisa de Souzy (Deco) to niezłe ziółko. W 1997 roku przywiózł do Europy narzeczoną, z którą po bożemu po ślubie miał dwójkę potomstwa. Zostawił ją jednak dla piękności z Brazylii, ale gdy ta była w ciąży z drugim dzieckiem, uprawiał w Londynie grupowy seks z prostytutkami” (*Jako mąż i nie mąż* – 16.06.2010); „Może dlatego właśnie – podczas niedawnego zgrupowania – dzwoniła do niego spanikowana druga żona, bo podczas koncertu Hannah Montany zgubiła na kilka godzin ich pięcioletnią córkę. A miała szeroki wybór w księżce telefonicznej, bo od rozwodu zdążyła już zapoznać się z ramionami kolegi piłkarza Fernando Couto i piosenkarzem piękniśm Angelico. O tym można przeczytać ze szczegółami nawet w wietnamskim brukowcu »Tin Tien Tao«” (*Jako mąż i nie mąż* – 16.06.2010).

Co ciekawe, w artykułach w „GW” pojawia się stereotypowe przekonanie o tym, że partnerki piłkarzy mogą na mundialu przynosić pecha, rozprasząc zawodników. Omawiana jest też decyzja trenerów odnośnie możliwości spotkań z żonami i partnerkami w przerwach między meczami. Zaakcentowana została decyzja trenera Argentyny, D. Maradony (2010 r.), który

pozwolił spotykać się zawodnikom z partnerkami. Panuje powszechne przekonanie, że takie zwyczaje źle wpływają na formę zawodników, w związku z czym są one zakazywane. „Hiszpańskie media uważają, że częściową winę za porażkę ze Szwajcarią ponosi dziewczyna bramkarza Iker Casillasa, Sara Carbonero, uznawana za najseksowniejszą dziennikarkę sportową na świecie” (*Winna dziewczyna Casillasa?* – 18.06.2010).

Intrygujący dla obserwatorów okazał się także, inny niż zwykle, ubiór kibicek na mundialu w RPA. Wypowiedź dziennikarza można odczytać w konwencji narzekania na pogodę w RPA, która wymusiła mniej atrakcyjny wygląd kibicujących kobiet. Potwierdza to zarazem wyniki innych badań, w których podkreślono, że kibicki spełniają na stadionach głównie rolę obiektów seksualnych: „Zapomnijcie o zgrai smukłych bogiń na trybunach, okrytych tylko chusteczką do nosa. Mundial odbywał się w afrykańskiej ziemi, zdarzały się przymrozki, bardziej niż szorty i koszulki przydawały się kalessony i ciepłe czapki” (*Mundialowy alfabet* – 12.07.2010).

Z przeanalizowanych artykułów wynika, że przekaz medialny w „GW” podtrzymuje kult gwiazdorstwa sportowego. W gazecie publikowane są długie biografie piłkarzy zazwyczaj nacechowane emocjonalnie. Najwięcej pojawia się opisów skomplikowanych momentów w karierze sportowców, ich determinacji i silnego charakteru, który był potrzebny, aby pokonać trudne chwile (*Rooney chce się cieszyć* – 14.06.2014; *I jak go nie kochać?* – 16.06.2014; *Tajemnice niemego idola Argentyny* – 17.06.2014; *Aria dla Robbena* – 17.06.2014; *Thomas Müller, niemiecki piłkarz nieoczywisty* – 21.06.2014). Ponadto akcentuje się także takie momenty z życia piłkarzy, jak dorastanie w biedzie (*Anioły Angela Di Marii* – 26.06.2014); szybkie opuszczenie domu i wyprowadzkę do klubu za granicą ojczystego kraju; długie czekanie na swoją szansę (*Profesor Pekerman i żółta febra* – 4.07.2014; *Demoniczna pomarańcza* – 5.07.2014; *Jeden*

błysk Robbena więcej – 29.06.2010), czy uporczywą walkę z kontuzjami (*Pieśń o Neymarze* – 7.07.2014; *Koniec Gianluigiego Buffona* – 18.06.2010). Wszystkie te historie wykreowują piłkarzy na wyjątkowo odpornych psychicznie mężczyzn, wytrzymałych i niepoddających się przeciwnościom.

W przebadanych tekstach często była wykorzystywana ironia i sarkazm. Akcentowano również kłótnie i konflikty w drużynach. Pomimo kreowania piłkarzy na „półbogów” i poświęcania im dużej ilości miejsca na stronach sportowych „GW”, to jednak bardzo surowo oceniano piłkarzy, którzy zawodzili i nie spełniali oczekiwań. W badaniach nad komunikacją rodzajową zwraca się uwagę, że anegdota, czy ironia, bywają narzędziem stosowanym chętnie przez mężczyzn do uzyskania określonego statusu lub redukcjonowania niejednoznaczności³⁵. Jednoznaczny oceniającym stanowiskiem potwierdzają oni swój zdecydowany pogląd: „A jednak trudno było na grę tej dwójki i całej reprezentacji patrzeć nie tylko rodakom. Jak to możliwe, że Brazylijczyk na mistrzostwach świata, w kanarkowej koszulce, tak drybluje przy linii bocznej, że ostatecznie przewraca się na piłce? I są dwa lądowania – przypadkowo kopnięta piłka ląduje na aucie, a Brazylijczyk – na »czterech literach«. Taki los spotkał w 19. minucie, kiedy było już 0:2, innego gracza Chelsea” (*Brazylia na „czterech literach”* – 14.07.2014); „Do tej pory pragnął tak bardzo i tak bardzo chciał się wykazać, że kończył zbyt szybko. Teraz zamierza pokazać, że z tą przypadłością można sobie poradzić. Nawet, jeśli wymagająca partnerka już w niego nie wierzy” (*Rooney chce się cieszyć* – 14.06.2014); „Po prostu gra w sposób, który mało kto już dzisiaj prezentuje. Można go nazwać jednym z ostatnich członków Klubu Tup-Tup, którego działaczy podziwialiśmy

przez lata, od czasów Kazimierza Deyny. Drepce gdzieś w środku boiska, odgrywając połowę podań na dwa, trzy metry z pierwszej piłki, połowę przez chwilę przytrzymując przy nodze i dopiero później oddając koledze. Przyspieszenie – zero. Buchanie testosteronem – brak” (*Klub tup-tup* – 16.06.2014); „W piątek Dunga długo się nie zastanawiał, czy zatrzymać na boisku Michela Bastosa, który po czterech faulach na Robbenie przed 52. minutą był bliski drugiej kartki. Nie mógł jednak przewidzieć, że Felipe Melo jest jeszcze durniejszy i w jednej akcji sfauluje Robbena aż dwa razy, zasługując na to, by – jak mówił klasyk – mógł się już namydlić” (*Tatę jeszcze pokopią*, 3.07.2010); „Przez pół godziny nie spróbowali ani jednego oryginalnego zagrania, a kiedy Robinho wymyślił sobie, że poda piętą, trafił piłką w nogę. Własną. Oto nowa reprezentacja Brazylii. Tak niewyraźna w ruchach, że nawet jej kanarkowe koszulki szarzejają” (*Brazylia szara ale jara* – 26.06.2010); „Wayne Rooney, Leo Messi i Cristiano Ronaldo razem wzięci uciulali jednego gola. Anglik i Argentyńczyk po MŚ schowali się przed światem, Ronaldo tuż przed kilkutygodniowymi wakacjami, czyli permanentną sesją dla paparazzich, pochwalił się, że został ojcem. Mama ponoć zgodziła się, by wychował syna sam, a brukowce z całej planety dywagują, ile jej zapłacił. Imię malec dostał takie, jakiego się spodziewaliśmy: Cristiano junior” (*Mundialowy alfabet* – 12.07.2010).

Przedmiotem uwagi mediów stał się też stan emocjonalny, jakim jest publiczny płacz piłkarzy podczas i po meczu. Najczęściej opisywano płacz Brazylijczyków (*W imię Neymara* – 8.07.2014; *To był wspaniały chaos* – 14.07.2014), ale na tego rodzaju emocjonalne zachowanie wskazywano również i u innych zawodników (*Furia i łzy* – 20.06.2014; *Idź złoto do złota* – 12.07.2010): „Neymar płacze na-

³⁵ D. Tannen, *Ty nic nie rozumiesz! Kobieta i mężczyzna w rozmowie*, Poznań 1999; K. Handke, *Socjologia języka*, Warszawa 2009; M. Karwatowska, J. Szpyra-Kozłowska, *Lingwistyka płci*, Lublin 2005.

wet przy hymnie, David Luiz nie mógł się powstrzymać po strzeleniu gola Chile. Bramkarz Júlio César – jeszcze przed karnymi. A kapitan Thiago Silva zupełnie się rozkleił, nie chciał strzelać karnego i z murawy musiał go podnosić trener. – Duzi chłopcy płaczą, ale dopiero po meczu. Podczas meczu płaczą tylko płaczki, które moczą spodnie – brazylijski pisarz i publicysta Ruy Castro nie przebierał w słowach” oraz „Bez niego obecna Brazylia, nieważne, czy zapłakana, czy twarda, daleko nie zajędzie” (*Brazylia nie chce leż* – 3.07.2014).

Zwracanie uwagi na konflikty i kłótnie między zawodnikami może pokazywać, że zawodnicy radzą sobie z problemami „po męsku”, rozwiązując je jednoznacznie – uciekając się czasami do siły fizycznej. Takie postępowanie w odbiorze społecznym – jak wiadomo – jest charakterystyczne dla mężczyzn. W 2010 roku przez kilkanaście dni informowano o konflikcie między piłkarzami reprezentacji Francji a jej trenerem (*Francja: Trzy kolory znów w harmonii* – 26.06.2014; *Blanc: Nie będzie rewolucji* – 7.07.2010; *Thuram: Wykluczyć buntowników z kadry* – 6.07.2010; *Włosi remisują, Francuzi strajkują* – 21.06.2010; *Strajk francuski* – 21.06.2010), opisując dokładnie inwektywy, jakimi wzajemnie się obrzucano. Relacjonowano ponadto konflikt Van Persiego z Sneijderem (*Mocni, mocniejsi, najmocniejsi* – 14.06.2010; *Mundial do góry nogami* – 9.07.2010) oraz piłkarzy Ghany z trenerem (*Sensacja nad sensacjami?* – 23.06.2010).

Wnioski

Przedstawione wyniki badań analizy treści w większości są zgodne z wynikami zaprezentowanymi w pierwszej części niniejszego artykułu. Zastosowanie metafor wojennych i opisów wytrzymałości, siły i sprawności piłkarzy podtrzymuje powiązanie kategorii męskości hegemonialnej i sportu. Zawodników w rozpatrywanych tekstach „GW” kreuje się na współczesnych gladiatorów, mężczyzn walecznych i oddanych sprawie. W przeanalizowanych przekazach pra-

sowych można znaleźć potwierdzenie tezy, że sport zastępuje doświadczenie wojny. Podobnie i opisywanie sprawności seksualnej piłkarzy, liczby partnerek, czy kolejnych romansów, utrzymuje przeświadczenie o ich „męskości”. Dotyczy to również akcentowania skandali z wykorzystywaniem prostytutek. Powracanie z kolei do tematu płaczu sportowców może wskazywać na pewne zaniepokojenie zachowaniami uznawanymi za niemęskie wśród mężczyzn, którzy powinni stanowić wzór męskości.

Artykuły w „GW” w znacznej części zostały poświęcone piłkarskim gwiazdom. Na ich wizerunkach koncentrował się głównie opis mundiali. W tych artykułach, oprócz elementów potwierdzających „wielkość” bohatera, można odnaleźć informacje odnoszące się do życia prywatnego czy skandali obyczajowych z udziałem gwiazd. Opisywanie Mistrzostw Świata z takiej perspektywy przyczynia się do podtrzymywania kategorii gwiazdorstwa jako podstawowej w zapośredniczonym przez media odbiorze sportu.

Posługiwanie się w opisie poczynań zawodników ironią i sarkazmem jest charakterystyczne dla męskiego stylu komunikacyjnego. Piłkarze mają status półbogów i herosów, a ich wyczyny są drobiazgowo śledzone. Każde niepowodzenie zostaje surowo, „po męsku” ocenione. Używanie tego typu stylu wypowiedzi może także oznaczać, że teksty zostały przeznaczone głównie dla męskiego odbiorcy.

Potwierdza się ponadto spostrzeżenie, że kobiecość na stadionach piłkarskich jest opisywana głównie w kategoriach atrakcyjności fizycznej. Partnerki piłkarzy oceniane są ze względu na urodę, traktowane niepoważnie i trywializowane.

Wszystkie te przykłady pokazują, że przekaz medialny zamieszczony w „Gazecie Wyborczej” odnośnie Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej umacnia postrzeganie sportu, a w szczególności piłki nożnej, jako dyscypliny odtwarzającej concept męskości hegemonialnej również poprzez użycie narracji dewaluujących kobiety.