

# OBJAŚNIENIA WYRAZÓW I ZWROTÓW

Mariusz Koper

(Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II,  
e-mail: mariuszkoper74@gmail.com)

## **POLSKA DAWAJ! O JEZYKU PIŁKARSKIEGO HASŁA ORAZ JEGO BLIŻSZYCH I DALSZYCH KONOTACJACH**

Współczesny sport odgrywa dużą rolę nie tylko w życiu indywidualnym i społecznym, ale także w całej kulturze masowej. Niemały wpływ na jej znaczenie oraz postrzeganie mają środki masowego przekazu. Uczestniczący w zawodach sportowych zawodnicy nierzadko kreowani są przez mass media na bohaterów narodowych, a widowiska, w których biorą udział, mają szersze tło polityczne i społeczne. Mediatyzacja sportu oraz jego bliskość z milionami odbiorców sprawiają, że język, którym posługują się zawodnicy, trenerzy, kibice oraz dziennikarze sportowi, ma pewien wpływ na rozwój współczesnej polszczyzny.<sup>1</sup>

Przedmiotem niniejszego szkicu jest analiza strukturalno-semantyczna oraz funkcjonalna piłkarskiego hasła *Polska dawaj!* Ważne w ocenie tego wypowiedzenia wydaje się również prześledzenie jego bliższych i dalszych konotacji na tle kulturowym zarówno polskim, jak i wschodniosłowiańskim. Hasło *Polska dawaj!* zostało wybrane w drodze konkursu internetowego jako to, które miało towarzyszyć występom polskiej reprezentacji w piłce nożnej na mistrzostwach świata w Rosji. Zaraz po ogłoszeniu wyników konkursu większość dziennikarzy i internautów bardzo mocno krytykowała jego wybór.<sup>2</sup> Pomimo głosów sprzeciwu hasło *Polska dawaj!* spotkać można było w różnych miejscach. Poza mate-

---

<sup>1</sup> Zob. J. Podracki, *Wpływ słownictwa sportowego na inne odmiany polszczyzny*, „Kultura Fizyczna” 1978, nr 6, s. 265–269; L. Zieliński, *Wpływ słownictwa sportowego na język polityki [w:] Język a komunikacja 4. Zbiór referatów z konferencji pt. Język trzeciego tysiąclecia II (Kraków, 28 lutego–2 marca 2002)*, t. I: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 259–272.

<sup>2</sup> Wybór kontrowersyjnego hasła na imprezę sportową oraz jego krytyczna ocena przypomina dyskusję, która miała miejsce po ogłoszeniu wyników konkursu na maskotki na Euro 2012, oraz po wyborze piosenki grupy „Jarzębina”, zatytułowanej *Koko Euro Spoko*. Zob. Z. Gałecki, *Slavek i Slavko – nazwy maskotek Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej 2012*, „Roczniki Humanistyczne” 2012, t. LX, z. 6, s. 87–95; Z. Gałecki, „Czyste szaleństwo” – *współczesna piosenka okolicznościowa. Liber i zespół InoRos [w:] J. Kuć, K. Wojtczuk (red.), Język a muzyka. Ujęcie filologiczne i muzykologiczne*, Siedlce 2014, s. 23–29.

riałami reklamowymi widnieje na koszulkach, szalikach, a nawet piłkarskiej pościeli. Slogan, który został też zapisany na autokarze polskiej reprezentacji obok wersji angielskiej *Go Poland!*, stał się więc produktem współczesnego futbolowego marketingu.

W szczegółowej analizie hasła *Polska dawaj!* ważne są uwagi, którymi dzielili się dziennikarze oraz użytkownicy Internetu na forach i portalach społecznościowych. Większość z nich zwracała uwagę na trzy podstawowe kwestie: niegramatyczność hasła, jego rosyjską (radziecką) proveniencję oraz konotowaną wieloznaczność:

Językowa okropność, rusycyzm.<sup>3</sup>

Jeśli już to Polsko dawaj?

Polska dawaj? Ale co dawaj? Dupy dawaj?

Polska dawaj jest niezrozumiałe dla samych Polaków... Co dawaj? Ciała, d...? Oscyluje ku prostytucji. Wersja angielska jest jedną sylabą go, co pokazuje światu, że analfabetyzm w PL jest obecny... przynajmniej w PZPN.

*Polska dawaj!*? Straszne. Jeśli już, to raczej wołacz – *Polsko dawaj!* Ale tak czy inaczej powstaje pytanie – co dawaj? I jak tu przekonać młodych ludzi, że wołacz żyje?

Niektórzy internauci, dopowiadając, często ironizowali, co takiego ma Polska dawać. Świadczy to o dużej pojemności semantycznej tego czasownika oraz bogactwie związków frazeologicznych, w które on wchodzi, wywołując u adresatów szereg asocjacji. Wśród wypowiedzi odbiorców mediów znalazły się m.in.: *Polska dawaj* – emeryturę, rentę, nagrody ministrom, bo im się należy, pieniądze protestującym kobietom oraz ich niepełnosprawnym dzieciom itd. Niektóre wypowiedzi mają podtekst polityczny o charakterze krajowym, a nawet międzynarodowym:

*Polska dawaj* brzmi okropnie i jest paskudne, ale chyba żadne inne hasło w historii nie oddawało tak precyzyjnie relacji między wspierającymi władzę, a państwem.

*Polska dawaj* to bardziej pasuje do warszawskiej reprzywatyzacji.

Od razy przychodzą mi na myśl żydzi ze swoim „Polska dawaj kamienice i splećają roszczenia, remontuj cmentarze i opłacaj muzea”.

Poza mniej lub bardziej trafnymi wypowiedziami, które z reguły opierają się na intuicji językowej, rzadziej zaś znajomości gramatyki oraz interpunkcji, odbiorcy Internetu ironizują i proponują zamianę hasła na inne:

*Oddajcie Tupolewa* oczywiście śpiewane na nutę *zostawcie Titanica* Lady Pank.

Mamy kolejne propozycje – niech Adam Nawalka podczas konferencji prasowych nie odmienia słów przez przypadki. Niech na stronie PZPN zapomni się o korzystaniu ze znaków interpunkcyjnych. A w oficjalnych pismach popełniajcie z rozmachem błędy ortograficzne. Jak się bawić, to się bawić! Po drugie – o czym to hasło w ogóle jest? Bo

<sup>3</sup> We wszystkich cytatach pochodzących z Internetu zachowano pisownię oryginału. Z uwagi na znaczne rozproszenie tych wypowiedzi w przestrzeni internetowej zrezygnowano z podawania ich dokładnych przypisów bibliograficznych.

to „dawaj!” to ma być taka motywacja? No to znów – idźmy dalej. *Polska napierdalaj!* Dla nas nawet bardziej chwytliwe. I właściwie wydźwięk podobny. Właściwie moglibyśmy wymienić: *Dawaj byku! Ciśnij mordło! Leć ziomeczku! Jeszcze, jeszcze! Pokaż na co cię stać (ale nie jeden raz, słuchaj, słuchaj, jaj, jaj), Lecimy, nie śpimy!* W razie gdyby związek chciał korzystać z tych haseł w przyszłości, to chętnie prześlemy dane do faktury.

W lawinie komentarzy do hasła *Polska dawaj!* można odnaleźć także te ściśle językoznawcze:

Razi mnie to, że to jest takie dość prostackie – mówi naTemat prof. Jerzy Bralczyk. – Samo zastępowanie wołacza mianownikiem nie jest niepoprawnością. Jest zastosowaniem stylu bardzo potocznego, który może się nie podobać. Jednak w tej chwili przyjęło się już, że tak mówimy. W każdym razie nie podoba mi się to hasło. Najbardziej stylistycznie, w drugiej kolejności ze względu na wyraźny wpływ wschodni, a także pod kątem interpunkcji.<sup>4</sup>

W zdecydowanym tonie na temat hasła *Polska dawaj!* wypowiedziała się Katarzyna Mosiołek-Kłosińska.<sup>5</sup> W jednej z audycji telewizyjnych zapytana o wymowę tego piłkarskiego sloganu stwierdziła, że nie brzmi on po polsku, bo sprawia wrażenie zawołania rosyjskiego. Ponadto badaczka języka, zdając sobie sprawę, że coraz częściej forma wołacza w języku polskim „odchodzi do lamusa”, to jednak w tej konkretnej sytuacji komunikacyjnej, tj. wszędzie, gdzie używa się słowa *Polska* oraz do niej zwraca, przypadek ten powinien być zastosowany. Gdyby było *Dawaj, Polsko!* – stwierdziła K. Mosiołek-Kłosińska – to może ze względów retorycznych nie byłoby to jakieś zachwycające, ale nie miałyby rażącego błędu językowego. Ponadto w rozmowie z dziennikarzami telewizyjnymi zdecydowanie sprzeciwiła się umieszczeniu hasła na autokarze polskiej reprezentacji.

Możliwie pełna analiza językowa hasła *Polska dawaj!* oraz jego ostateczna ocena winna uwzględniać kilka poziomów języka – fonetyczny, morfologiczny (głównie fleksyjny), leksykalny, składniowy, a nawet tekstologiczny. Nie mniej istotne wydaje się również ocenienie sloganu od strony komunikacyjnej, reklamowej, a także wskazanie bliższych i dalszych konotacji związanych z tym hasłem.

Piłkarski slogan składa się z dwóch wyrazów, z których każdy ma po dwie sylaby. Zarówno w jednym, jak i drugim jego segmencie występuje akcent paroksytoniczny. Proweniencja rosyjska hasła skłania jednak co niektórych do akcentowania w drugim członie ostatniej sylaby (*dawáj*). Jeśli jednak uwzględnimy polską wymowę, to zarówno liczba sylab (w sumie cztery), jak i takie same zestroje akcentowe wpływają na

<sup>4</sup> <http://natemat.pl/239227,polska-dawaj-haslo-reprezentacji-polski-na-mundial-w-rosji-wywolalo-wrzawe> [dostęp: 5 czerwca 2018 r.].

<sup>5</sup> <https://dziendobry.tvn.pl/wideo,2064,n/polska-dawaj-haslo-autokaru-naszyc-pilkarzy-wywolalo-burze,261486.html> [dostęp: 5 czerwca 2018 r.].

rytmiczność i meliczność hasła. Wydaje się, iż sprzyja to charakterystycznym dla języka stadionów piłkarskich eksklamacjom. W wypadku interesującego nas hasła możliwe są co najmniej dwa warianty tego okrzyku. Pierwszy uwzględniłby pauzę między obydwojma członami, która może być wypełniona trzykrotnym przyklaskiem, uderzeniami w instrumenty perkusyjne bądź też trąbieniem na kibicowskich trąbkach (*Pol-ska / da-waj*), druga zaś byłaby rytmicznym i melodyjnym skandowaniem bez pauzy między obydwojma segmentami, intonacją wznosząco-opadająca, zakończoną jak wyżej trzykrotnym przyklaskiem (*Pol-ska da-waj*). Tę drugą interpretację można by porównać do okrzyku dopingującego *Pol-ska gola!*, którego korzeni należy szukać w połowie lat 70. XX wieku, kiedy na stadionach zadomowił się utwór muzyczny *Polska gola!* – pokłósił akcja Andrzeja Zaorskiego i Włodzimierza Korcza z Zespołem Wokalnym Teatru na Targówku. Uwzględniając płaszczyznę fonetyczną hasła, warto też zwrócić uwagę na to, że nie występują w nim trudne do wymówienia zbitki spółgłoskowe, których konsekwencją byłyby uproszczenia fonetyczne, jak też brak głosek miękkich i dźwiękowych. Szczególnie te ostatnie sprawiają trudności wielu cudzoziemcom. Nieobecność tych spółgłosek sprawia, że hasło *Polska dawaj!* jest stosunkowo łatwe do wyartykułowania, a zatem może je skandować nie tylko polski kibic, ale również przedstawiciel innej nacji, który chce dopingować Polaków.

Pierwszy człon hasła to rzeczownik *Polska* w mianowniku, który użyty jest w funkcji wołacza. Jest to zjawisko powszechne i typowe dla współczesnej polszczyzny mówionej oraz języka potocznego. Świadczą o tym licznie reprezentowane konstrukcje składniowe z imionami typu *Andrzej, kiedy wrócisz? Krzysztof, daj spokój!*, zamiast tradycyjnych *Andrzeju..., Krzysztofie...* z zachowaną końcówką wołacza.<sup>6</sup> Jak zauważa Hanna Jadacka, używanie w mowie potocznej mianownika zamiast wołacza może być warunkowo akceptowane na poziomie normy użytkowej.<sup>7</sup> Jeśli jednak odmiana dotyczy zdrobnień, a także form poprzedzonych przydawkami, poprawne są jedynie tradycyjne formy wołacza: *droga Doroto, panie Radku, Marczku*.<sup>8</sup> Użycie mianownika w funkcji wołacza obserwujemy także w wewnątrzśrodowiskowej odmianie języka sportowego. W okrzykach dopingujących, konstrukcjach eliptycznych usłyszymy formuły adresatywne typu *Robert, zagraj! Kamil, nie kiwaj!* Również w języku kibiców zauważymy okrzyki dopingujące, w których wołacz jest zastępowany mianownikiem. Przykładem może być przywołane już wyżej skandowanie *Polska gola!*, ale też formuły dopingujące, których odbiorcami są piłkarze reprezentujący konkretne kluby sportowe, np. *Legia*

<sup>6</sup> A. Markowski (red.), *Wielki słownik poprawnej polszczyzny PWN*, Warszawa 2010, s. 1689.

<sup>7</sup> H. Jadacka, *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia*, Warszawa 2013, s. 61–63.

<sup>8</sup> Tamże.

*gola! Motor gola!* Niewątpliwie stadionowe eksklamacje mogą razić, ponieważ są mniej staranne i odnoszą się do niższej sfery języka. Jest to jeden z wykładników żargonu piłkarskiego oraz wszystkich środowiskowych wariantów wypowiedzi sportowej, którą z uwagi na znaczne odstępstwa od norm poprawnościowych można zaliczyć do niskiej odmiany stylu potocznego.<sup>9</sup>

Formy wołacza nazw krajów zarezerwowane są w zasadzie dla stylu wysokiego, poetyckiego. Formuły takie spotykamy jednak nie tylko w tekstach literackich, ale również w nagłówkach prasowych czy tekstach piosenek. Dotyczą zatem różnych sfer życia społecznego. Konstrukcje z wołaczem, w których nadawca zwraca się wprost do konkretnego kraju, mają najczęściej charakter apostrofy, prośby, wyznania lub pytania retorycznego:

Litwo! Ojczyzno moja! [Adam Mickiewicz].

Francjo, najstarsza córo Kościoła, co zrobiłaś ze swoim chrztem? [Jan Paweł II].

Dokąd idziesz, Polsko? (tytuł piosenki zespołu muzycznego Ich Troje).

Nie gniewaj się na mnie, Polsko! (tytuł piosenki zespołu muzycznego Sztuywny Pal Azji).

Do przodu, Polsko! Do boju, Polsko! (piosenka futbolowa Marka Torzewskiego).

Żegnaj, katolicka Irlandio! (nagłówek prasowy).

Dokąd zmierzasz, Ukraino? (nagłówek prasowy).

Kocham Cię, Polsko! (tytuł programu telewizyjnego).

Na tle wszystkich wyżej przedstawionych konstrukcji hasło *Polska dawaj!* z mianownikową postacią wołacza jawi się jako mniej staranne, potoczne i typowe dla mówionej odmiany środowiskowej języka sportowego.

Zastępowanie formy wołacza przez mianownik jest zjawiskiem charakterystycznym dla języka rosyjskiego. Poza archaicznymi wyjątkami (np. *Боже, Господи, Иисусе, отче, старче*) forma tego przypadku w tym języku nie występuje. Za przykład niech posłuży tytuł wiersza *Прощай, немытая Россия*, którego autorem jest rosyjski poeta i pisarz – Michaił Lermontow. Uwzględniając końcówkę wołacza w języku polskim, tytuł tego utworu należałoby przetłumaczyć jako *Żegnaj mi, Rosjo nieumyta*. Wydaje się, że występujący w funkcji wołacza rzeczownik *Polska* (ros. *Польша*) zamiast *Polsko* może jeszcze bardziej wzmocnić skojarzenia hasła *Polska dawaj!* z językiem rosyjskim.

Z pozoru czytelny drugi z członów hasła *Polska dawaj!* sprawia dużo więcej trudności, a co za tym idzie – możliwości interpretacyjnych. Uwzględniając jego strukturę gramatyczną, należałoby go zaliczyć do typowych form 2. os. 1. poj. trybu rozkazującego (por. w języku sportowym dotyczącym piłki nożnej okrzyki dopingujące i nawołujące typu *kiwaj, podaj, strzelaj, zagraj*). Zgodnie z taką wykładnią byłaby to zatem forma

<sup>9</sup> J. Ożdżyński, *Mówione warianty wypowiedzi w środowisku sportowym*, Wrocław 1979, s. 47.



imperatywu czasownika niedokonanego *dawać*, utworzonego od dokonanego *dać*. W interpretacji tego hasła ważne w jego ostatecznej ocenie jest użycie w drugim segmencie czasownika wielokrotnego *dawać* wobec momentalnego i jednokrotnego *dać*. Od podmiotu występującego w tym sloganie, którym jest Polska, oczekuje się więc ciągłego, nieustannego, permanentnego „dawania”. Ponadto formacja *dawać* jest czasownikiem przechodnim, który obligatoryjnie wymaga użycia dopełnienia bliższego w bierniku. W analizowanej konstrukcji *Polska dawaj!* brak tego przyładka wywołuje asocjacje ze sfery frazeologicznej języka. Pytania, jakie się nasuwają w dalszej części analizy, dotyczą więc tego, co Polska ma dawać, komu ma dawać, po co, dlaczego, ile, jak, w jaki sposób czy też kiedy. Materiał słownikowy dostarcza w tym względzie wielu przykładów: *dawać asumpt*, *dawać drapaka*, *dawać dupy*, *dawać do myślenia*, *dawać odczuć*, *dawać ognia*, *dawać początek*, *dawać ujście*, *dawać upust*, *dawać w dupę*, *dawać wiarę*, *dawać w kość*, *dawać w łapę*, *dawać za wygraną*, *dawać znać*, *dawać się we znaki*.<sup>10</sup> Brak dopełnienia bądź też okolicznika w hasle *Polska dawaj!* sprawia, że jest ono dla niejednego odbiorcy niejasne bądź też może kojarzyć się w sposób wieloznaczny. Spośród kilku definicji słownikowych czasownika *dać* najbliższa piłkarskiemu hasłu *Polska dawaj!* wydaje się ta, którą odnotowuje słownik pod redakcją Haliny Zgólkowej. W jednym z punktów tego leksykonu podany jest czasownik *dać* w znaczeniu ‘być w stanie coś uczynić, być stosownym, gotowym do czegoś’. Przykładem jest odnotowany tutaj frazeologizm *dać z siebie wszystko*.<sup>11</sup> Nieczytelne dla szerszego odbiorcy znaczenie czasownika *dawaj* w sloganie piłkarskim jest przejrzyste zarówno dla trenerów, zawodników, jak i kibiców oglądających widowisko. Nie ulega wątpliwości, że to właśnie w odmianie wewnątrzśrodowiskowej języka sportowego należy szukać źródeł i motywacji drugiego z segmentów hasła. Nieokreśloność, co ma dawać podmiot w piłkarskim hasle, wymaga prześledzenia kontekstu, w jaki wpisuje się ten czasownik w języku sportowym. W jego mówionej odmianie formę *dawaj* można usłyszeć zarówno w wypowiedziach widowni sportowej, jak i profesjonalnych wariantach instruujących, tj. w języku trenerów oraz samych zawodników. W zależności od konsytuacji ta formacja czasownikowa może odnosić się do różnych okoliczności boiskowych – *dawaj (podaj)*, *dawaj (strzelaj)*, *dawaj (biegnij)*, *dawaj (kiwaj)* itp. Podobny odcień mają nierozwinięte wypowiedzenia żądające: *Ładuj!* *Strzelaj!* *Trzymaj!* *Ciągnij!*<sup>12</sup> Pobudzając do działania oraz aktywności sportowej, czasownik *dawaj*

<sup>10</sup> Zob. W. Doroszewski (red.), *Słownik języka polskiego*, t. II (D–G), Warszawa 1965, s. 2–8; B. Dunaj (red.), *Słownik współczesnego języka polskiego*, t. I (a–ówdzie), Warszawa 1999, s. 153–156.

<sup>11</sup> H. Zgólkowa (red.), *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, t. 8 (czy–doduszać), Poznań 1996, s. 105.

<sup>12</sup> J. Ożdżyński, dz. cyt., s. 35.

wpisuje się zatem w ogólne znaczenie sportowe ‘daj z siebie wszystko’. Korespondują z nim związki frazeologiczne używane w języku sportu typu *zostawić serce (serducho) na boisku* ‘oddać się grze, grać do końca, ambitnie, walecznie’, czy też zwrot *iść w trupa* ‘dać z siebie wszystko, walczyć zażarcie, na pograniczu możliwości fizycznych organizmu’.<sup>13</sup>

Piłkarskie hasło *Polska dawaj!* wywołuje u wielu osób rosyjskie (ra-dzieckie) konotacje.<sup>14</sup> Skojarzenia te motywuje i usprawiedliwia bardzo popularna w języku rosyjskim partykuła rozkazująca *давай (dawaïme)*. Jako niesamodzielna część mowy jest dodatkiem do wypowiedzenia, modulując treść komunikatu poprzez wzmocnienie rozkazu, życzenia bądź prośby. W języku rosyjskim najczęściej występuje w zdaniach z osobową formą czasownika, np. *Давай, пойдёмвкино! Давай, выпьемкофе!* Są to konstrukcje zachęcająco-żądające, w których mamy do czynienia z zapraszaniem lub prośbą o wykonanie jakiejś czynności. Drugi z segmentów hasła *Polska dawaj!* wywołuje też skojarzenia z historią Polski i ZSRR. Przykładem może być tutaj niedawno wydana książka Stanisława Marii Jankowskiego pt. *Dawaj czasy!*, która opisuje koniec drugiej wojny światowej oraz początek okupacji sowieckiej w Polsce.<sup>15</sup> Warto w tym miejscu przywołać też hasło *Dajosz Warszawu!*, które w trakcie wojny polsko-bolszewickiej 1920 roku zyskało ogromną popularność wśród czerwonooarmistów.<sup>16</sup> Na tle przytoczonych asocjacji językowych i historycznych hasło *Polska dawaj!* u niejednego odbiorcy rodzi zdecydowany głos sprzeciwu.

Uwzględniwszy rosyjskie konotacje oraz użycie formy *dawaj* w języku sportowym, można pokusić się o inną interpretację tego czasownika. Jak już zauważono, w odmianie sportowej konstrukcja ta pomija dookreślenie w postaci dopełnienia bądź okolicznika, a w konkretnych sytuacjach zawodów pełni funkcję okrzyku dopingującego lub instrukcji dla zawodnika. Ponadto jako struktura wielokrotnie skandowana w języku kibiców i trenerów charakteryzuje się znaczną intensyfikacją, powtarzalnością i stopniowaniem. Dochodzi do tego odpowiednia intonacja, nierzadko podniesiony

<sup>13</sup> I. Kosek, *Iść w trupa – o jednym ze źródeł współczesnej frazeologii*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” 2015, vol. 22 (42), nr 2, s. 58.

<sup>14</sup> Teza, że drugi z segmentów hasła jest w języku polskim rusycyzmem lek-sykalnym wymagałaby dokładnej analizy leksykograficznej. Formę *dawaj* odno-towują autorzy *Słownika warszawskiego* w znaczeniu ‘dalej! dalejże! nuż!’ oraz w podobnym znaczeniu słownik gwarowy Jana Karłowicza. Za zwrócenie uwagi na występowanie tego czasownika w gwarach języka polskiego oraz sugestie, że jego rosyjska proveniencja wymagałaby dalszych badań, pragnę serdecznie podziękować profesorom: Januszowi Siatkowskiemu i Feliksowi Czyżewskiemu. Zob. też J. Karłowicz, A.A. Kryński, W. Niedźwiedzki, *Słownik języka polskiego*, t. I (A–G), Warszawa 1898, s. 420; J. Karłowicz, *Słownik gwar polskich*, t. I (A–E), Kraków 1900, s. 313.

<sup>15</sup> S.M. Jankowski, *Dawaj czasy!*, Poznań 2017.

<sup>16</sup> J. Odziemkowski, *Obrona Przedmościa Warszawskiego 12–17 VIII 1920 r.*, „Niepodległość i Pamięć” 1995, r. II, nr 2(3), s. 9.

głos oraz ekspresywne i pozawerbalne środki komunikowania. Wszystkie te cechy są typowe dla rejestru emocjonalnego języka. Z uwagi na przywołane okoliczności formację tę można zaliczyć do klasy wykrzykników niewłaściwych, które wywodząc się od innych form wyrazowych lub całych zdań, pełnią taką funkcję wtórnie.<sup>17</sup> Są to zleksykalizowane jednostki językowe, będące znakami wyrażającymi emocje mówiącego i towarzyszące określonym sytuacjom. Spośród genetycznych czasowników, które przeszły do klasy wykrzykników na skutek przekategoriowania, można wymienić konstrukcje werbalne wchodzące w związki składniowe z innymi wyrazami (pełniące funkcję orzeczenia) lub też występujące samodzielnie, np. *huzia, wara, won*.<sup>18</sup> Do wykrzykników pochodzących od czasowników należą też struktury onomatopeiczne typu *chlap*, która pochodzi od bezokolicznika *chlapać* (*chlap* występuje w 2. os. l. poj. trybu rozkazującego), *człap*, pochodząca od czasownika *człapać*.<sup>19</sup> Podobnie jak genetyczne *verbum dawaj* w funkcji wykrzyknika wtórnego interpretowane może być pozdrowienie harcerskie *czuwaj*, motywowane czasownikiem *czuwać*.

Ze względu na funkcję intencjonalną oraz jego charakterystykę składniową piłkarskie hasło *Polska dawaj!* jest typowym przykładem wypowiedzenia żądającego (rozkazującego).<sup>20</sup> Jak zauważa Zenon Klemensiewicz: „Mówiący chce nim wywołać pewne zachowanie się czyjeś albo też – własne”.<sup>21</sup> W zależności od przedmiotu oraz siły natężenia postawa wypowiadającego się na dany temat może być rozkazem, prośbą, zachętą, życzeniem, zakazem itp. W wypadku interesującego nas wypowiedzenia oraz jego emocjonalnego charakteru mamy tutaj niewątpliwie do czynienia z prośbą, ale zarazem żądaniem, a nawet rozkazem w formie apelu. Tę postawę wyraża leksykalnie orzeczenie w formie trybu rozkazującego, prozodycznie intonacja, a także w formie zapisanej znak interpunkcyjny w postaci wykrzyknika na końcu wypowiedzenia. Nie mniej ważny jest pierwszy segment sloganu, który nazywa adresata komunikatu, a zarazem podmiot, tj. tego, od kogo się czegoś żąda.<sup>22</sup> W hasło

<sup>17</sup> W ich obrębie Maciej Grochowski wyróżnia wykrzykniki parenetyczne (*cholera, kurwa, psiakrew*), onomatopeiczne (*bęc, chaps, pać*) oraz apelatywne (*jazda, won, wara*). Zob. M. Grochowski, *Wyrażenia funkcyjne. Studium leksykograficzne*, Kraków 1997, s. 12–14.

<sup>18</sup> Dla S. Jodłowskiego formy w rodzaju *precz, hajda, wara, huzia* to czasowniki niefleksyjne o funkcji impresywnej (pobudzającej). Zob. S. Jodłowski, *Podstawy polskiej składni*, Kraków 1975, s. 79.

<sup>19</sup> Formy typu *ciach, bęc, brzdęk* to inny rodzaj czasowników niefleksyjnych oznaczających czynności o charakterze momentalnym. Zob. Tamże.

<sup>20</sup> S. Urbańczyk, M. Kucala (red.), *Encyklopedia języka polskiego*, Wrocław 1999, s. 448, 450.

<sup>21</sup> Z. Klemensiewicz, *Zarys składni polskiej*, Warszawa 1957, s. 12.

<sup>22</sup> Według Z. Klemensiewicza jest to tzw. dodatkowy wyznacznik skierowujący, „(...) którego funkcja polega na skierowaniu komunikowanej treści ku słuchaczowi-odbiorcy”. Tamże, s. 27.



piłkarskim prośba skierowana jest do Polski, tutaj rozumianej w znaczeniu metonimicznym, jako narodowej drużyny piłkarskiej biorącej udział w mundialu, podmiotu gramatycznego w rzeczowniku z końcówką fleksyjną mianownika l. poj., użytego w funkcji wołacza. W sumie konstrukcja *Polska dawaj!* jest wypowiedzeniem o bardzo silnym zabarwieniu uczuciowym, z którego wyłania się „(...) osobisty stosunek mówiącego do przedmiotu, o którym mówi, oraz do odbiorcy wypowiedzenia”.<sup>23</sup>

Istotna w sloganie *Polska dawaj!* jest jego analiza na płaszczyźnie aktu komunikacji językowej. Niewątpliwie nadawca tego komunikatu w silnym rozkazie żąda od odbiorcy – narodowej reprezentacji – maksymalnego zaangażowania, które jest wyrażone konstrukcją eliptyczną *dawaj*. Ukryty nadawca komunikatu, którym są kibice piłki nożnej, ewokuje zbiorowego adresata, jakim jest cały naród. Jak zauważa Stanisław Barańczak, w piłkarskich hasłach i transparentach można zauważyć „rozdwojenie” odbiorcy na dosłownego adresata oraz „ukrytego” odbiorcę wirtualnego, pokrywającego się z tym faktycznym.<sup>24</sup> W istocie zatem tekst skierowany do piłkarzy obliczony jest na kibiców obecnych na stadionie oraz zasiadających przed telewizorami. Dominuje więc w nim funkcja impresyjna, polegająca na wywieraniu presji na samych piłkarzy obciążonych do osiągnięcia jak najlepszych wyników meczów, oraz faktyczna, mająca na celu podtrzymywanie poczucia narodowej wspólnoty w postaci emfaticznego zawołania, odwołującego się do postaw i uczuć patriotycznych.<sup>25</sup>

W analizie hasła *Polska dawaj!* ważne są jego bliższe i dalsze konotacje. Jak już wspomniano, z uwagi na drugi segment czytelne są jego związki z językiem rosyjskim. W języku ogólnym, ale przede wszystkim odmianie wewnątrzśrodowiskowej języka sportowego, piłkarskie hasło konotuje wulgaryzmy. Zarówno w okrzykach kibicowskich,<sup>26</sup> jak i w języku sportowców oraz trenerów związanych ze sportem<sup>27</sup> eksklamacje *dawaj, dawaj* są „ubarwiane” wulgaryzmem *kurwa*, który może występować w prepozycji lub supozycji.

<sup>23</sup> Tamże.

<sup>24</sup> Por. S. Barańczak, *Nasza wola – Polska gola*, „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” 1972, nr 1, s. 102.

<sup>25</sup> Tamże.

<sup>26</sup> O języku kibiców sportowych powstało w ostatnich latach kilkanaście publikacji. Zob. M. Koper, *Język sportu – problematyka badawcza* [w:] A. Czaplą, M. Koper (red.), *Język i sport*, Lublin 2016, s. 22–23.

<sup>27</sup> Okrzyki nawołujące, instruujące przybierają czasem wulgarny charakter. Są też znane powiedzenia przypisywane konkretnemu trenerowi. Spośród wielu autor odnotowuje jedno z łagodniejszych, którym posługiwał się trener piłkarskiej reprezentacji olimpijskiej – Janusz Wójcik. Przed meczem motywował swoich zawodników następującym okrzykiem: *Dobra panowie, kielbasy do góry i golimy frajerów!*

Co ciekawe, forma *dawaj* obecna jest również w tekstach polskich piosenek. Próżno szukać tego słowa w utworach Agnieszki Osieckiej, Wojciecha Młynarskiego czy Jacka Cygana, ale już z chęcią sięgają po nie twórcy z kręgu muzyki disco polo czy dance. Oto kilka przykładów pochodzących od wykonawców bądź zespołów: „Gesek”, „Diadem” oraz „Trinix”:

Balujesz do rana, dobra zabawa,  
Nie przestawaj, dawaj, dawaj.

Dawaj maleńka, dawaj, nie przestawaj,  
Ruszał swym ciałem, już się w Tobie zakochałem.

A więc dawaj, dawaj maleńka, nie przestawaj,  
Do domu Cię wezmę i będę powtarzał.  
A więc dawaj, dawaj kochanie, nie przestawaj,  
Do auta Cię wezmę, koleżankom opowiadaj.

Forma *dawaj* jest tutaj pobudzeniem do działania, ale też zdesemantyzowanym rytmicznym wypełniaczem i przyśpiewką. *Dawaj* to zachęta do tańca, jak i zaproszenie do domu bądź samochodu, gdzie konsyтуacyjne użycie *dawaj* nabiera już bardzo konkretnego znaczenia... Widać to w teledyskach tych zespołów, które ociekają wręcz seksem.

Prymitywizm tych tekstów bardzo dobrze oddaje piosenka w języku rosyjskim. Już w pierwszej zwrotce utworu *Давай, давай!* widać dystans jego twórcy (jest nim bliżej nieznanym autorowi niniejszego szkicu DJs Ju-vial) do tekstu, który sam skomponował:

Девочки, девчонки вы не уставайте  
Ручки все подняли, хлопайте давайте!  
Песенка простая, глупая такая  
Всё в ней очень складно  
Смысла нет, но ладно.

Porównując konotację hasła *Polska dawaj!* z tekstami polskiej muzyki disco polo oraz dance, należy zauważyć, że pod względem ukształtowania językowego reprezentują one podobną, tj. niską sferę języka. Nie powinien też już dziwić fakt, że po zwycięstwach polscy piłkarze śpiewają np. piosenkę Zenona Martyniuka pt. *Przez twe oczy zielone*, chociaż utwory tego wykonawcy na tle wyżej przedstawionych tekstów to „poezja” nieco wyższych lotów.

Wyłonione w trakcie konkursu hasło *Polska dawaj!* jest krótkie, zwarte, proste i rytmiczne. Podobieństwo do innych piłkarskich eksklamacji sprawia, że można je nie tylko skandować, ale też śpiewać. To niewątpliwe zalety tego sloganu. W zależności od interpretacji dobrą, ale też złą cechą może być jego intrygująca pojemność. Z uwagi na medialny rozgłos oraz ożywioną dyskusję wokół tego sportowego wypowiedzenia bliżej

nieokreślony twórca sloganu również osiągnął swój (nie)zamierzony cel. Hasło, stając się piłkarskim produktem dodanym do różnych gadżetów, wpisało się w szereg sloganów charakterystycznych dla świata reklamy, w których językowa szata jest jednym ze środków służących do osiągnięcia celów konsumpcyjno-marketingowych.<sup>28</sup> Pod względem stylistyczno-językowym oficjalnie zatwierdzone i zapisane na różnych przedmiotach hasło może jednak razić swoją potocznością, niepokoić wieloznacznością oraz gorszyć niezbyt dobrymi konotacjami. Wprawdzie wieloznaczność i ewokatywność to podstawowa cecha dobrej poezji, jednak w tym wypadku nie o taki rodzaj skojarzeń chodzi. Ponadto świadomie zastosowana stylizacja na język rosyjski jeszcze bardziej wzmacnia jego pospolity charakter. Na tle anglojęzycznej i poprawnej pod względem językowym postaci hasła *Go Poland!* polski odpowiednik tego sloganu jawi się jako konstrukcja nietrafiona, zdecydowanie mniej staranna, przekraczająca granice „świeżości stylistycznej” i grzeczności językowej.

Kończąc rozważania związane z hasłem *Polska dawaj!*, należy zauważyć, że jego twórcy nie uniknęli błędu interpunkcyjnego. Zgodnie z zasadami interpunkcji po formach rzeczownikowych w wołaczu stawiamy przecinek.<sup>29</sup> Reguła ta dotyczy również konstrukcji mianownikowych, które zastępują wołacz. Trudno ocenić, jakimi kryteriami kierował się twórca hasła, ale być może zwyciężyła tutaj jedna z interpretacji fonetycznych, zgodnie z którą w trakcie skandowania tego sloganu niepotrzebna jest pauza. Nie można też wykluczyć adideacji do innych piłkarskich eksklamacji, w których zapisie na różnych sportowych transparentach częstokroć trudno doszukać się jakichkolwiek norm interpunkcyjnych. Zapewne na skutek tych tendencji w hasle *Polska dawaj!* doszło do unifikacji formy zarówno pod względem graficznym, jak i ortograficznym.

W jednej z audycji telewizyjnych Katarzyna Mosiołek-Kłosińska, komentując analizowane hasło oraz brak formy wołacza w jego pierwszym członie, stwierdziła, że PZPN nie jest od tego, żeby zmieniać gramatykę. Ta jak najszlachetniejsza uwaga wymaga szerszej refleksji. Otóż, obserwując całościowo współczesną rzeczywistość (nie tylko sportową), można zauważyć, że wszelkie normy oraz kryteria poprawności językowej, przynajmniej w niektórych kręgach, istnieją tylko teoretycznie, praktyka zaś pokazuje częstokroć nie najlepszą kondycję współczesnej polszczyzny w różnych tekstach kultury masowej oraz brak troski o jej przyszłość.\*

<sup>28</sup> Zob. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Warszawa 1996.

<sup>29</sup> E. Polański (red.), *Nowy słownik ortograficzny PWN z zasadami pisowni i interpunkcji*, Warszawa 2002, s. CXII.

\* Z perspektywy czasu upoważniony wydaje się sąd, że językostatystyczny poziom tego hasła odpowiada wynikowi, który polska reprezentacja uzyskała podczas ostatnich mistrzostw świata w piłce nożnej – *Red*.