

Sport osób niepełnosprawnych w semiotyczno-filozoficznej perspektywie badawczej

Sport of the disabled in the semiotic and philosophical research perspective

Numer DOI: 10.2478/v10109-011-0006-6

Tomasz Michaluk

Katedra Podstaw Fizjoterapii, Zakład Filozofii i Socjologii AWF we Wrocławiu
The Chair of Rudiments of Physiotherapy, The Faculty of Philosophy and Sociology,
The University of Physical Education in Wrocław

Streszczenie:

Artykuł jest próbą wstępnego określenia mechanizmów funkcjonowania sportu osób niepełnosprawnych w sferze znaczeń współczesnej kultury. Przyjęta metoda badawcza jest ufundowana na semiotyce C.S. Peirce'a, w szczególności na triadycznej i relacyjnej koncepcji znaku, dzięki której możliwe jest efektywne ujęcie ciągłości (synechizm) procesów interpretacyjnych, czyli semioz. Dowolny rodzaj sportu, szczególnie wyczynowego i profesjonalnego, jest dostępny przez wydarzenia sportowe (mistrzostwa, igrzyska olimpijskie), których znaczenie określa ich atrakcyjność dla uczestników kultury. Sport dostarcza znaków wiążących w relacje znaczące dowolne inne „wartości” transferowane w obrębie kultury (obecnie globalnej). Znaki wykorzystujące sport są atrakcyjne w odbiorze i nawykowo interpretowane. Szeroko rozumiany sport jest nośnikiem pozytywnych wartości aksjologicznych, reprezentuje patriotyzm, honor, dumę, sukces, szlachetne współzawodnictwo, aktywność fizyczną, atrakcyjność seksualną, by w dodatku dostarczać hedonistycznej rozrywki. Dyscypliny sportowe osób niepełnosprawnych generują mniej zróżnicowaną i bardziej wymagającą pod względem kompetencji interpretacyjnych ilość semioz niż zawody dyscyplin tradycyjnych. Sport niepełnosprawnych funkcjonuje w semiozach kulturowych o mniejszym zasięgu i uwadze medialnej niż dyscypliny tradycyjnie popularne (np. piłka nożna). Dzisiejsze media nie podejmują trudu kształtowania semiotycznych mechanizmów interpretacyjnych u odbiorcy, ponieważ znacznie łatwiej jest promować najprostsze schematy, które przez lata zostały ugruntowane komercyjnie (zawodnik-produkt-sukces). Dodatkowo medialna aksjologizacja sportu powoduje, że nawet medalowe sukcesy, np. podczas paraolimpiad, nie wpływają znacząco na szersze funkcjonowanie sportu niepełnosprawnych w naszej kulturze. Opisane zjawisko dotyczy również niektórych tradycyjnych dyscyplin (sporty lotnicze).

Słowa kluczowe: semiotyka, filozofia sportu, paraolimpiady, Peirce.

Abstract:

This article is an attempt at preliminary delineation of mechanisms of functioning of sport of the disabled in terms of modern culture. The adopted research method is founded on C.S. Peirce's semeiotics, and especially on triadic and relational concept of sign, thanks to which it is possible to grasp efficiently the continuity (synechism) of interpretative processes, or semioses. Any kind of sport, especially professional one, is available through sporting events (a championship, the Olympic Games), the meaning of which determines their attraction for participants of culture. Sport provides binding signs for relationships of any other "values" transferred within the culture (a global one at present). Signs that utilize sports are attractive in reception and habitually interpreted. Broadly understood, sport is a carrier of positive axiological values; it represents patriotism, honour, pride, success, noble competition, physical activity, sexual attractiveness and provides hedonistic entertainment as well. Sports undertaken by the disabled generate a number of semioses less diversified and more demanding as far as an interpretative competence is concerned than traditional sports. Sport of the disabled functions in cultural semioses on a smaller scale and attracting less attention of the media than traditionally popular sports (e.g. football). Nowadays the media do not undertake the burden of shaping the recipient's semiotic interpretative mechanisms, as it is much easier to promote the simplest schemes, commercially grounded over the years (competitor-product-success). Additionally, the axiologization of sport in the media results in the fact that even a medal-winning success e.g. during the Paralympic Games does not influence significantly the broader functioning of sport of the disabled within our culture. The above described phenomenon refers also to some traditional sports (e.g. air sports).

Key words: semiotics, philosophy of sport, the Paralympic Games, Peirce.

Wprowadzenie

„Czy nasi reprezentanci w ogóle zdobędą jakieś medale?” to pytanie często zadawane podczas znaczących międzynarodowych turniejów sportowych, szczególnie bezpośrednio,

Introduction

“Will the representation win any medals this time?” is a question often asked prior to major sport events, especially before and during the Olympic Games. The real question

przed jak i w trakcie trwania, igrzysk olimpijskich. Pytanie w zasadzie należy doprecyzować: „Czy nasi pełnosprawni reprezentanci w ogóle zdobędą jakieś medale?“, ponieważ Polacy startujący w paraolimpiadach, podobnie jak w innych międzynarodowych zawodach, są liczącą się od lat ekipą w świecie sportu wyczynowego. „Analizując wyniki uzyskane w Atenach w 2004 roku przez naszych sportowców, zarówno pełnosprawnych, jak i niepełnosprawnych, obliczyliśmy tzw. współczynnik medalowy wyrażający się ilorazem zdobytych medali przez paraolimpijczyków i olimpijczyków. [...] Polska znalazła się na 3. miejscu na świecie oraz na 1. miejscu w Europie” [1, s. 70]. W paraolimpiadzie w Pekinie 2008 (06-17.09.2008) polska reprezentacja, licząca 91 zawodników, zdobyła 5 złotych, 12 srebrnych i 13 brązowych medali. Dla porównania pełnosprawni sportowcy, których do Chin pojechało 263, miesiąc wcześniej w tradycyjnej olimpiadzie, zdobyli odpowiednio 3/6/1 medali. W tym kontekście powinno zaskakiwać, że o ile podczas tradycyjnych igrzysk olimpijskich zainteresowanie mediów fenomenem sportu osiąga kulminację, to paraolimpiady pojawiają się w wiadomościach rzadko i z reguły na zasadzie migawek podsumowujących zestawienia miejsc i ilości zdobytych medali, a spektakularne sukcesy naszych niepełnosprawnych reprezentantów bardzo krótko koncentrują na sobie uwagę mediów. Dlaczego tak jest?

Na mechanizm funkcjonowania dyscyplin sportowych w obszarze kultury, w tym również popularność, składa się szereg czynników o różnym znaczeniu i intensywności. Przyjmując, wydawałoby się dość oczywistą hipotezę, że sukces medalowy jest fundamentem popularności sportu wśród kibiców i mediów, powinniśmy uznać powyższe zestawienia medalowe za część procesu jej falsyfikacji. Zwróćmy uwagę, że hipotezą pomocniczą jest założenie, że igrzyska, lub inne wysokiej rangi turnieje osób pełnosprawnych i niepełnosprawnych, są porównywalnymi imprezami sportowymi pod względem formalnym, organizacyjnym i ideowym. Jeden z zarzutów, który można postawić wnioskodawcy negującemu konieczny wpływ znaczących osiągnięć medalowych na popularność, polega na zwróceniu uwagi na to, że dla części dyscyplin popularność kreuje się przed zaistnieniem wydarzenia sportowego, ponieważ zainteresowani kibice liczą na sukcesy swoich reprezentantów podczas nadchodzących zawodów. Tego typu oczekiwanie nie występuje powszechnie w przypadku mniej znanych i medialnie rozpoznawanych niepełnosprawnych zawodników. Tak więc nieustannie karmimy się nadzieją, że setki polskich sportowców znanych z prasy, radia, telewizji, mierząc się z reprezentantami innych krajów, zdobędą kilkadziesiąt medali, a nie kilka, jak to zwykle bywa. Szczególnie żarliwie oczekujemy, że nasi „sportowi celebryci”, czyli piłkarze, wyjdą z grup eliminacyjnych do fazy play-off finałów mistrzostw świata lub Europy, co ostatni raz miało miejsce w poprzednim stuleciu, w czasach PRL-u. Stale rozpamiętujemy nieliczne przypadki spełnienia naszych nadziei i oczekiwań, na przykład na Mistrzostwach Świata w Lekkoatletyce w Berlinie w 2009 roku polska reprezentacja w klasyfikacji medalowej zajęła 5 miejsce z dorobkiem 8 medali, w tym 2 złotych i rekordem świata A. Włodarczyk w rzucie młotem. Czy jednak pojawiające się raz na kilkadziesiąt lat wielkie sukcesy są na tyle liczne i częste, żeby podtrzymywać nieustanne zainteresowanie wybranymi dyscyplinami? W przypadku piłki nożnej obecne pokolenie 20-30-latków nie było naocznym świadkiem żadnych, nawet mało znaczących sukcesów polskiej reprezentacji, a jednak futbol zyskuje na znaczeniu i popularności, o czym świadczy ogólnonarodowa ekscytacja organizacją Euro 2012.

Nie sposób pominąć faktu, że względny brak zainteresowania zdobyciami medalowymi dotyka również dyscyplin uprawianych przez pełnosprawnych zawodników. Przykładem w Polsce może być samolotowe latanie precyzyjne, w którym nasi reprezentanci od początku lat 80. ubiegłego wieku rok w rok odnoszą sukcesy. W organizowanych od 1975 roku

should be: “Will our representation of able-bodied sportsmen and sportswomen win any medals this time?” as Polish Paralympics cadre are some of major players in high-performance sports for disabled. “Basing on the analysis of results achieved in 2004 in Athens by both able-bodied and disabled sportsmen, we have calculated a medal index expressed by the quotient of medals won by both groups of sportsmen. [...] Poland was in the third place in the world and in the first place in Europe” [1, pg. 70]. In 2008, in Beijing, Polish Paralympics cadre in the count of 91 competitors, won 5 gold, 12 silver and 13 bronze medals. For the sake of comparison – a month before the Beijing Paralympics Games 2008, 263 able-bodied sportsmen from Poland participated in Beijing Olympic Games and brought home 3 gold, 6 silver and 1 bronze medal. It is a kind of shock that while so much attention of the media is focused on the Olympic Games, the footage from Paralympics Games is rarely displayed, often being reduced to a wins and medals table, and spectacular successes of our disabled representatives receive so little attention from the media. What is the reason for this?

The mechanism of functioning of sport within the sphere of culture, including popularity, is affected by several factors of varied meaning and intensity. Assuming, it would appear, a quite obvious hypothesis that medal wins is a foundation of popularity of sports among supporters and the media, we should consider the aforementioned medal comparison as a part of the process of its falsification. We need to emphasise a useful assumption that the Olympic Games or other high rank sports events for able-bodied and disabled sportsmen are comparable in formal, organizational and ideological terms. One of the charges that can be made against the reasoning, which negates the necessary influence of significant medal wins on popularity of sport, consists in the fact that for some disciplines the popularity is created prior to the sports event, as the interested supporters count on medal winning performance of their representatives during the oncoming event. This kind of expectation does not occur in the case of less known and medially recognizable disabled sportsmen. Thus, we continuously feed the hope that hundreds of Polish sportsmen known in the media will win several tens of medals while competing with rivals from other countries, instead of getting decorated only several times as it usually happens. We expect so ardently that our “sport celebrities” i.e. footballers will pass eliminations and enter play-offs for European or World Championship, which for the last time happened in previous century, in communist Poland. So often do we brood over the occasional times, when our representations have lived up to our expectations, f.e. on World Athletics Championship in Berlin 2009, where Polish representation took the 5th place with 8 medals, including 2 gold and a world hammer throw record of A. Włodarczyk. However, are great successes that happen once in several tens of years enough to sustain continual interest of people in the chosen sport disciplines? The present generation of 20-30 year-olds have not witnessed any, even insignificant, successes of the Polish representation, yet great excitement with Euro 2012 shows that football itself is gaining on importance and popularity.

It is impossible to omit the fact that a relative lack of interest of the audience in medal wins often concerns disciplines of sport practiced by able-bodied competitors. For instance, precision flying – Polish representatives have been winning medals every year since the 1980's. Up until 2008, the FAI¹ have organized 18 editions of the World Championships in Precision Flying out of which 11 were individual and 12 team wins of Polish representatives. Polish gliding representation is equally strong and decorated. However, the successes of pilots might be mentioned even less often than the medal wins of the disabled sportsmen. Thus, the

przez Międzynarodową Federację Lotniczą (FAI¹) mistrzostwach świata (w samolotowym lataniu precyzyjnym) na osiemnaście zorganizowanych do 2008 r. edycji polscy piloci zdobyli indywidualnie 11, a drużynowo 12 złotych medali. Podobnie od lat mocną reprezentację mamy w szybownictwie. Jednak o sukcesach pilotów słyszymy być może jeszcze rzadziej niż medalach niepełnosprawnych sportowców. Tak więc problem funkcjonowania wydarzeń sportowych w sferze kultury nie dotyka w sposób szczególny sportu osób niepełnosprawnych, ale podporządkowany jest ogólniejszemu mechanizmowi, który łączy popularność sportu w większym stopniu z jego kulturowym znaczeniem niż np. widowiskowością czy nawet nakładami finansowymi i wysokimi honorariami dla sportowców.

Uchwycenie przyczyn rozdziewięku między wielkim zainteresowaniem tradycyjnymi zawodami sportowym a rywalizacją osób niepełnosprawnych, w której odnoszą one znaczące światowe sukcesy, jest efektywnie możliwe na płaszczyźnie semiotyczno-filozoficznej. Przyjęta przeze mnie metoda badawcza przenosi akcent rozumienia sportu jako aktywności spełniającej określone funkcje, np. realizującej cele zewnętrzne lub wewnętrzne podmiotu, czy też będącej rodzajem i formą gier (Huizinga [2], Calloisa [3]), na sport generujący – poprzez wydarzenia sportowe, czyli zawody, turnieje, mistrzostwa etc. – procesy znakowe (semiotyczne), które w różnym stopniu i na różnych płaszczyznach są znaczące w obszarze szeroko rozumianej kultury. Tego typu ujęcie w mniejszym stopniu odwołuje się do etosu sportu, jego historycznej ciągłości lub funkcji sakralnych, skupiając się na pragmatycznym efekcie wydarzeń sportowych w sferze znaczeń kulturowych [4, 5].

Podstawy metodologiczne

Sport poprzez zdefiniowane dyscypliny dostarcza formalnego systemu znaków, który dopiero w określonym kontekście kulturowym, poprzez konkretne wydarzenia sportowe wypełnia się rzeczowyściami znaczeniami. Dzięki temu sportem, oprócz oddanych kibiców, interesują się i pragmatycznie posługują politycy, duchowni, artyści, naukowcy, a także w różnym stopniu wszyscy inni uczestnicy kultury. Sport dostarcza znaków wiążących w relacje znaczące dowolne inne „wartości” transferowane w obrębie kultury, które dzięki znakom tego typu mogą być atrakcyjniejsze w odbiorze lub łatwiej interpretowalne. Szeroko rozumiany sport jest nośnikiem pozytywnych wartości aksjologicznych, reprezentuje patriotyzm, honor, dumę, sukces, szlachetne współzawodnictwo, aktywność fizyczną, atrakcyjność seksualną, by w dodatku dostarczać hedonistycznej rozrywki.

Zgodnie z semiotyką Charlesa S. Peirce'a (CSP) (1839-1914) znak jest relacją trzech korelatów: znaku (reprezentamenu², Pierwszego Firstness) – przedmiotu znaku (Drugiego Secondness) – interpretanta (Trzeciego Thirdness). Podkreślimy, że triadyczna relacja znakowa nie reifikuje znaku do jakiegokolwiek bytu świata zmysłowego. Tak więc wszystko może być znakiem bądź być interpretowane jako będące w relacji znakowej.

Synechizmem Peirce określa „...skłonność patrzenia na wszystko jako ciągłość” [6, s. 1 - tłum. T.M.] “I have proposed to make *synechism* mean the tendency to regard everything as continuous” Także we fragmencie CP³ 1.172 czytamy: „synechizm [...] doktryna, że wszystko co istnieje jest ciągłe”

problem of functioning of the sports events within the sphere of culture does not affect the disabled sport in a special way, yet it is subordinate to a general mechanism, which connects the popularity of sport with its cultural meaning in a greater degree than, for instance, with its spectacularity, considerable financial outlays or high remunerations for the sportsmen.

Defining the reasons of the rift in popularity of traditional sports and the sport competition of the disabled, who have significant successes worldwide, is effectively possible at a philosophical-semiotic level. The research method I have chosen transfers the meaning from sport as activity for achieving external or internal goals or being a kind of a game (Huizinga [2], Calloisa [3]) to sport as activity for generating semiotic processes through sports events (tournaments, games, championships), which in different degree and on different levels are meaningful for broadly understood culture. This kind of approach refers in a lesser extent to the ethos of sport, its historical continuity or sacral functions and concentrates on the pragmatic effect of sport events within the sphere of cultural meanings [4, 5].

Methodological foundations

Sport through defined disciplines provides a formal system of signs, which receive real meaning only within a defined cultural context and in the course of specific sport events. Due to that fact, sport is used pragmatically by politicians, clergy, artists, scientists and all other participants of culture with loyal and devoted supporters in the first place. Sport provides signs binding into relations any values transferred within culture, which thanks to signs can be more attractive in reception and easier for interpretation. Broadly understood sport is a carrier of positive axiological values; represents patriotism, honour, pride, success, noble competition, physical activity, sexual attractiveness, as well as provides hedonistic entertainment.

According to Charles S. Peirce (1839-1914) semiotics, a sign is a relation of three correlatives: sign (*representamen*², Firstness) – object of the sign (Secondness) – interpretant (Thirdness). We should underline that the triadic semiotic relation does not reify the sign to any kind of existence from the sensual world. Therefore, everything can be a sign or be interpreted as being in a sign relation.

Peirce defines *synechism* as follows: “I have proposed to make *synechism* mean the tendency to regard everything as continuous” [6, pg. 1]. Also in CP³ 1.172 fragment we read: “...*synechism* [...] the doctrine that all that exists is continuous”.

First in sign relation is the sign or *representamen*: “As it is in itself, a sign is either of the nature of an appearance, when I call it a *qualisign*; or secondly, it is an individual ob-

¹ Fédération Aéronautique Internationale / The World Air Sports Federation <http://www.fai.org> [26.05.2011].

² W zależności od kontekstu Peirce nazywał *znakiem* zarówno całą relację triadyczną jak i jej pierwszy element.

³ CP jest skrótem od *Collected Papers...* [7] najpopularniejszego wydania fragmentów pism źródłowych Peirce'a. Ten sposób odnoszenia się do źródeł jest powszechnie przyjęty w literaturze przedmiotu i zostanie zachowany w artykule.

¹ Federation Aeronautique Internationale/The World Air Sports Federation <http://www.fai.org> [26.05.2011]

² Depending on context Peirce called the entire triadic relation as well as its first element a *sign*.

³ CP stands for *Collected Papers...* [7] the most popular edition of Peirce's source papers. This mode of referring to the source papers is commonly acknowledged in the literature of the issue and will be retained in this paper.

[tłum – T.M.] “synechism [...] the doctrine that all that exists is continuous”.

Pierwsze relacji znakowej to znak lub też reprezentamen: „Sam w sobie znak albo ma naturę wyglądu, wtedy nazywam go *qualisignum*, albo, po drugie, jest indywidualnym przedmiotem bądź wydarzeniem, wtedy nazywam go *sinsignum* (przy tym sylaba *sin* to pierwsza sylaba *semel*, *simul*, *singular* itd.), albo, po trzecie, ma naturę ogólnego typu, wtedy nazywam go *legisignum* [...]” [8, s. 126]. “As it is in itself, a sign is either of the nature of an appearance, when I call it a *qualisign*; or secondly, it is an individual object or event, when I call it a *sinsign* (the syllable *sin* being the first syllable of *semel*, *simul*, *singular* etc.); or thirdly, it is of the nature of a general type, when I call it a *legisign*” [CP 8.334]. Upraszczając, znaczna ilość znaków generowanych podczas wydarzeń sportowych ma jako Pierwsze relacji znakowej zawodnika, który w późniejszych semiozach jest np. symbolem sukcesu, porażki czy też dowolnie innych wartości lub przedmiotów (np. w komercyjnie narzuconej interpretacji).

Drugie, czyli przedmiot znaku, może być dowolnym bytem, w tym elementem rzeczywistości pozaznakowej (empirycznej) wówczas jest tzw. przedmiotem dynamicznym, czyli przedmiotem samym w sobie (ang. *object in itself*). Tego typu przedmiot istnieje autonomicznie bez względu na jakąkolwiek wyrażoną w znakach wiedzę o nim. Wiedza o istnieniu przedmiotu dynamicznego wynika z istnienia znaku, który się do niego odnosi. Przedmiot dynamiczny jest dostępny tylko poznaniu poprzez przedmiot bezpośredni, determinuje znaki i nie podlega kształtowaniu przez znaki odnoszące się do niego. Natomiast przedmiot bezpośredni jest przedmiotem takim, jaki jest reprezentowany w znaku (ang. *object as it is represented*) i jest całkowicie zależny od przedmiotu dynamicznego. Przedmiot (obiekt) dynamiczny nie jest całkowicie i ostatecznie reprezentowany pod każdym względem przez znak lub znaki. Tak więc istnieje nieskończona ilość znaków mogących mieć ten sam przedmiot dynamiczny (rzeczywisty), ponieważ nie istnieje skończona ilość znaków w pełni reprezentujących rzeczywistość empiryczną. W sensie metodologicznym oznacza to, że każda możliwa reprezentacja rzeczywistości pozaznakowej może być zapośredniczana w nieskończoność poprzez kolejne znaki do niej się odnoszące. Jeśli, zgodnie z przyjętym powyżej przykładem, zawodnik jest Pierwszym relacji znakowej, to zwykle Drugim jest osiągnięty przez niego wynik. Jednak Drugim mogą być dowolnie inne przedmioty reprezentowane przez zawodnika, np. walka z ograniczeniami ciała, pokonanie własnych słabości etc.

Trzecie, czyli interpretant, jest innym znakiem, a cały proces semiozy zmierza do określenia coraz bardziej ogólnych interpretantów łączących znak (reprezentamen) z jego przedmiotem, co w efekcie konstytuuje relację triadyczną. Możliwość interpretacji jest koniecznym warunkiem bycia przez dowolny obiekt znakiem. Interpretant jest w podobnej relacji do Drugiego jak Pierwsze, przez co może zostać Pierwszym innej relacji triadycznej do tego samego Drugiego. Ważnym podziałem Peirce’a, w kontekście osoby interpretatora lub rzeczywistej semiozy, jest wyróżnienie interpretanta bezpośredniego (ang. *immediate interpretant*), dynamicznego (ang. *dynamic interpretant*) i ostatecznego (ang. *final interpretant*) [9, s. 109-111]. Co ciekawe, w szerokim rozumieniu pojęcia znaku, pojawiająca się w danej chwili interpretacja, lub dokładniej mówiąc interpretant, nie musi być innym znakiem. Interpretacja może przebiegać na poziomie działania, doświadczenia lub emocji, np. jako skandowanie podczas zawodów [4, s. 40-45].

Najprostsze semiozy łączą w relację znakową zawodnika z osiągniętym wynikiem, interpretacją w postaci zwycięstwa lub porażki. Nie istnieją jednak konieczne sposoby interpretowania wydarzeń sportowych czy też dowolnych ich elementów. Zawodnik może być połączony w relację „symboliczną”, której przedmiotem jest walka z przeciwnościami

object or event, when I call it a *sinsign* (the syllable *sin* being the first syllable of *semel*, *simul*, *singular*, etc.); or thirdly, it is of the nature of a general type, when I call it a *legisign* [...]” [CP 8.334] [8, pg. 126]. In other word, a significant number of signs generated during sport events holds the competitor as first in the sign relation, which in further semioses is f.e. a symbol of success, failure or any other given values or objects (especially in commercially forced interpretation).

The second – the object of a sign may be any existence including elements of empirical reality and then it is a dynamic object or an object in itself. This kind of object exists autonomically regardless of any knowledge of it expressed by signs. The knowledge of the existence of the dynamic object results from existence of the sign that refers to it. The dynamic object is available for empirical cognition through direct object; it determines signs and cannot be shaped by signs that refer to it. Whereas, the direct object is an object as it is represented by the sign and is utterly dependant on the dynamic object. The dynamic object is not entirely and ultimately represented in every respect by sign or signs. Therefore, there are an infinite number of signs that can have the same dynamic object (real), as there does not exist a finite number of signs that fully represent the empirical reality. Thinking methodologically it means that every possible representation of reality beyond signs may be infinitely mediated by consecutive signs that refer to it. If the competitor is the first of sign relation then usually their result is the second. However, the second can be any other subject represented by the competitor such as fight with disabilities or overcoming ones weaknesses.

The third, which is an interpretant, is another sign and the whole process of semiosis is heading towards defining more general interpretants binding a sign (*representamen*) with an object, which in effect constitutes the triadic relation. Possibility of interpretation is a necessary condition for any object to become a sign. The interpretant is in similar relation to Second and First, and thus it may become First of another triadic relation of the same Second. Peirce created an important division concerning the interpretant or real semiosis; he distinguished three kinds of interpretant: immediate, dynamic and final [9, pg. 109-111]. In broad understanding of the notion of sign, an interpretation that appears at a given moment or more precisely an interpretant does not have to be a sign. The interpretation can happen at the level of action, experience or emotion f.e. chanting during games [4, pg. 40-45].

The simplest semioses connect the player and his result into a sign relation in the form of victory or failure. However, there are no necessary ways of interpreting sport events or any of their elements. A competitor can be bound into a ‘symbolic’ relation, the object of which is overcoming one’s weaknesses, at which point the results are less important than the process of training, determination in achieving goals and participation in competition.

Unfortunately, in commercial and medial dimension of modern culture one can easily observe semioses, which present sportsmen as products connecting their success with a commercial brand. Intensive commercial actions cause their popularity to grow, making them attractive for the supporters. Below, we will attempt to answer the question why are disabled sports and some traditional sport disciplines (flying) are not visible in this process?

The relational character of the sign triad and synechism enable analysis of sign processes connected with sport with consideration for the interpretational continuity. Sport events function in collective consciousness in mediation with earlier signs, which were formed while the event was taking place. Application of research tools offered by semi-

losu czy też własnymi słabościami – wówczas mniejsze znaczenie mają np. konkretne wyniki, ale cały proces dojść do formy, determinacja w dążeniu do celu, uczestnictwo etc.

Niestety w komercyjnym i medialnym obszarze współczesnej kultury najłatwiej natknąć się na semiozy, w których sportowcy oznaczają produkty, próbując w ten sposób łączyć swój sukces z komercyjną marką. Za sprawą uporczywie emitowanych reklam dodatkowo zyskują na popularności, stając się dla kibica atrakcyjnymi uczestnikami zawodów. Poniżej spróbujemy przybliżyć się do odpowiedzi na pytanie, dlaczego sporty osób niepełnosprawnych oraz część tradycyjnych dyscyplin (lotniczych) nie uczestniczy w tym procesie w stopniu zauważalnym?

Relacyjny charakter triady znakowej oraz synechizm umożliwiają analizę procesów znakowych związanych ze sportem z uwzględnieniem ich interpretacyjnej ciągłości. Wydarzenia sportowe funkcjonują w świadomości zbiorowej w formie zapośredniczonej wcześniejszymi znakami, powstałymi bezpośrednio podczas ich trwania. Zastosowanie narzędzi badawczych oferowanych przez semiotykę umożliwia uchwycenie ciągłości pomiędzy sportem a całą sferą znaczeniową kultury, dzięki potraktowaniu wydarzenia sportowego jako procesu znakowego, którego właściwa interpretacja leży przede wszystkim w sferze znaczeń poza samym sportem.

Główne ustalenia

W trakcie trwania wydarzenia sportowego odbywa się proces interpretacji (konstituowanie interpretantów), który w momencie przewidzianego zasadami rozgrywki rozstrzygnięcia wiąże zawodnika (reprezentamen, Pierwsze relacji znakowej) z przedmiotem (Drugim), czyli przede wszystkim wynikiem, a za sprawą interpretacji (sędziowskiej) ze zwycięstwem lub też równie mocno z porażką. Proces ukonstytuowania znaku łączącego sportowca z przedmiotem spoczywa na odbiorcach wydarzenia i jest ustalany od momentu zakończenia rozgrywki. Przedmiotem dla części kolejnych relacji znakowych może zostać niepełnosprawny zawodnik połączony w procesie interpretacji (semiozy) z innymi znakami dowodzącymi, że niepełnosprawność nie dość, że nie wyklucza z aktywnego życia, to w dodatku umożliwia odnoszenie sukcesów w wyczynowym sporcie.

Ciągłość procesów semiotycznych odpowiadająca za popularność dyscyplin i rozpoznawalność zawodników, postulowany synechizm, jest dobrze widoczny we wspomnianych powyżej oczekiwaniach dotyczących danego zawodnika czy też zespołu. Najczęściej nie są one wynikiem wnikliwej wiedzy na temat formy i przygotowania sportowców, ale odnoszą się do wcześniej kulturowo ukonstytuowanych znaczeń i interpretacji. W większości medialnie transmitowanych zawodów uczestniczą sportowcy interpretowani we wcześniejszych semiozach jako znak zwycięstwa bądź jako nośnik istotnych kulturowo wartości pozasportowych, np. przynależności do danego narodu, sukcesu życiowego, zwycięstwa nad losem, chorobami. Nie mniej istotny jest kulturowy prestiż danych rozgrywek, ponieważ bardziej nas cieszy zdobycie złotego medalu podczas igrzysk olimpijskich, niż pobicie rekordu świata na jednym z wielu komercyjnych mitingów. Oczywiście sam rekord jest istotny, ale bycie mistrzem olimpijskim głębiej zapada w zbiorowej pamięci i jest bardziej semiotycznie generatywne niż bycie znakiem rekordu świata. Paraolimpiady odbywają się od 1960 r., czyli od czasu Rzymskich Igrzysk Olimpijskich, wpisując się w ideę nowożytnego olimpizmu oraz wykorzystując stworzoną dla potrzeb olimpijskich infrastrukturę. Jednak do dnia dzisiejszego nie obserwujemy utrwalonych kulturowo znaczeń, dzięki którym znaki generowane podczas paraolimpiad funkcjonowałyby samodzielnie na różnych płaszczyznach kultury w nasileniu umożliwiających ich łatwe odnalezienie i zdekodowanie. Jakże mogą być przyczyny takiego stanu rzeczy?

otics enables one to capture the continuity between sport and the entire semantic sphere of culture due to perception of the event as a semiotic process, which proper interpretation lies most of all in the semantic sphere beyond the sport itself.

Results

The process of interpretation (constituting of interpretants) takes place during the sport event and when the game is over it binds the player (*representamen*, First in sign relation) with the result - the object (Second) and by means of interpretation (referee) with victory or failure. The process of constituting a sign binding sportsman with an object lies with the recipients of the event and is decided by the result of the game. A disabled competitor may become an object for successive sign relations, who are bound through semiosis with other signs, showing that disability does not rule one out from active living and achieving successes in professional sports.

The continuity of semiotic processes responsible for popularity of sport disciplines and recognizability of competitors, postulated synechism, is well visible in the expectations of supports concerning a given competitor or team. These expectations are not a result of knowledge on the form and performance of sportsmen, yet they refer to meanings and interpretations constituted in culture. Sports events transmitted by media show players interpreted in earlier semioses as a symbol of victory or as a carrier of culturally important values such as nationality, success in life, overcoming of weaknesses etc. The cultural prestige of a given sport event is equally important, as we are all happier when a sportsman wins a gold medal at the Olympic Games than when they beat a world record at one of many commercial meetings. Naturally, the record is significant, yet being an Olympic champion stays in collective memory for longer and is more semiotically generative than being a symbol of world record. Paralympic games have been organized since 1960 – the time of Rome Olympic Games. However, until today we have not observed culturally constituted meanings, thanks to which the symbols generated during Paralympics would function independently on various levels of culture and would be easy to find and decipher. What are the reasons of this state of things?

Professional sport of the disabled generates a less diversified and more demanding in terms of interpretation number of semioses than traditional Olympic Games - similarly as flying sports and other less popular sport disciplines, where we have medal winning representations. Naturally, this does not only apply to Poland and its rep-

Sport wyczynowy osób niepełnosprawnych generuje mniej zróżnicowaną i bardziej wymagającą pod względem kompetencji interpretacyjnych ilość semioz niż igrzyska tradycyjne. Podobnie zresztą jak wspomniane powyżej sporty lotnicze i inne mniej popularne dyscypliny sportowe przynoszące naszym reprezentantom medalowe sukcesy i osiągnięcia. Oczywiście nie dotyczy to tylko Polski i jej reprezentantów. Procesy odpowiedzialne za fenomen popularności związane są raczej z szerszym kręgiem kulturowym niż z narodowością. Podkreślam, że nie jest moim zamiarem ocena, czy popularność danych dyscyplin sportowych jest czymś dobrym czy też złym, w rozumieniu: czy godne lub niegodne wyboru jest uprawianie danego sportu lub interesowanie się osiągnięciami zawodników, którzy go uprawiają w różnych kulturach, na różnych kontynentach, w przeszłości lub obecnie. Tego typu zabieg wartościujący sport z konieczności przyjmują, bardziej lub mniej świadomie, wybraną perspektywę aksjologiczną, postulując cele, które powinien realizować sport. W swoich badaniach staram się tego uniknąć, skupiając się na pragmatyczno-semiotycznym efekcie sportu na różnych płaszczyznach kultury.

W ostatnich dziesięcioleciach postępuje proces medialnej aksjologizacji sportu, czyli dziennikarskiego wartościowania przejawiającego się pozycjonowaniem w serwisach informacyjnych doniesień na temat wydarzeń sportowych według zasad bardzo luźno związanych z sukcesami (lub ich brakiem) naszych reprezentantów. Za sprawą medialnej aksjologizacji najpierw jesteśmy informowani o rozgrywkach drużyn z zagranicznych lig czy też sukcesach bramkowych światowych top piłkarzy, żeby na koniec dowiedzieć się o zdobyciu przez naszych reprezentantów medalowych miejsc w dyscyplinach, które osobom przygotowującym serwis wydały się mało znaczące. W dodatku mechanizm popularności wielkoskalowych tradycyjnych wydarzeń sportowych, pokroju igrzysk olimpijskich lub mistrzostw świata, jest samopodtrzymujący za sprawą skomercjalizowanych mediów, które inwestują w atrakcyjną oprawę i dynamikę treści przekazów, ponieważ zapewnia to widownię przed monitorami, przekładając się bezpośrednio na zyski z emisji reklam. W konsekwencji Polacy nawet nie muszą uczestniczyć w zawodach, żeby ramówki publicznych kanałów TV były przewrócone do góry nogami.

O wiele prościej, niż mało znane dyscypliny, i w dodatku z gwarancją powodzenia, jest propagować znaki zwycięstwa sportowego wiążące reklamowany produkt z sukcesem. Interpretacja zwycięstwa, bycia najlepszym, jest jedną z pierwszych semioz w sporcie, jest nawykowa i nie wymaga żadnej pogłębionej refleksji. Teoretycznie każdy z interpretatorów może być przekonany, że osiągnięcie podobnego efektu sportowego było, lub jest, w zasięgu jego możliwości jako istoty ludzkiej, oczywiście w odpowiednich warunkach i w życiu dedykowanym zawodowemu sportowi. Zakup sygnowanego produktu ma zastąpić bycie najlepszym lub zostać zinterpretowane jako element wspólny z najlepszymi zawodowcami. Pewną rolę w kampaniach reklamowych, szczególnie sprzedaży alkoholu, odgrywają również semiozy patriotyczne, choć nie zawsze są wiodące, a bywa, że w ogóle nie są inicjowane, szczególnie w wysociekomercyjnym sporcie, w którym nie ma znaczenia przynależność do danej grupy narodowej, a jedynie bycie np. mężczyzną z zarostem lub posiadaniem samochodu „potrzebującego” smarowideł. Dotyczy to super-sportowców będących najemnikami klubów i organizacji, które stać na ich zakup. Dodatkowo część „komercyjnych dyscyplin” sportowych ma swoje odmiany rekreacyjne, których uprawianie nie wymaga specjalnych środków i nakładów, dając poczucie więzi z najlepszymi zawodnikami, szczególnie jeśli zostaną wytworzone odpowiednie relacje znakowe, łączące gloryfikowanego sportowca z kolegą od „kopania piłki”, z którym wspólnie popija się określony napój chłodzący.

Processes beyond the phenomenon of popularity are rather connected with a cultural circle broader than nationality. It is not my intention to evaluate if popularity of given sport disciplines is something good or bad or in other words: is it commendable or not to practice a given sport discipline or being interested in results of competitors, who practice that sport in different cultures, on different continents, in the past or in the present. Such evaluations of sport by necessity assume less or more consciously a chosen axiological perspective, postulating goals that should be realized by sport. In my studies, I am trying to avoid such evaluations and concentrate on the pragmatic-semiotic effects of sport on various levels of culture.

In recent decades we observe the continuing process of medial axiologization of sport., i.e. journalistic evaluation manifested by positioning of reports on sport events in news services according to rules that take no or little consideration of successes (or lack of those) of our representatives. By means of medial axiologization, at first we are informed of games played by foreign teams or goals won by foreign top footballers and at the end we get to know that our representatives won medals, but in disciplines that seemed insignificant for the people who prepared the news report. Additionally, the mechanism of popularity of large-scale, traditional sport events such as Olympic Games or world championships is a self-sustaining one because of the commercialized media, who invest in attractive setting and dynamic content, as it ensures audience, which in turn brings profits from emissions of commercial spots. In consequence, it does not matter if Polish sportsmen take part in an event, the TV programme will be turned upside down anyway.

It is much simpler, than in case of less known disciplines, and with a warranty of success to propagate symbols of sport victory that bind the advertized product with success. Interpretation of victory, being the best, is one of the primary semioses in sport – it is habitual and requires no deep reflection. Theoretically each one of the interpreters may be convinced that achieving a similar sport effect was or is within their capacity of a human being provided that they have the conditions and devote their life to professional sport. Purchase of a signed product is a substitute for being the best or may be interpreted as an element common for the best professionals. Patriotic semioses play a certain role in some commercial campaigns, especially in those advertising alcohol, yet usually they are not prominent or even are not initiated. In highly commercial sport disciplines, it does not matter what nationality you are; what matters is being an unshaven or owning a car that need lubricants. This applies to the top-sportsmen, who are hired by clubs and organizations, who can afford to buy them. Additionally some of the “commercial sport disciplines” can be practiced recreationally, which does not require special means and financial outlays, giving the feeling of connection with the best players, especially when appropriate symbolic relations are formed, which bind the glorified sportsman with a football colleague, with whom you drink certain beverage during matches. Disabled sports cannot be practiced recreationally by able-bodied people. It, of course, does not mean that the effort made by a disabled sportsman to win a medal will be smaller than the effort of a fully fit sportsman.

From a semiotic perspective, the reasons of lower popularity of paralympic disciplines lie in the lack of uniform and habitual interpretational translatability of a success of a disabled sportsman on recreation or consumption possible for an average interpretant. A supporter, who is not in contact with disabled people on a daily basis, rarely connects semiotic chains that lead to disability in sport with

Brak natomiast w codziennym doświadczeniu i rekreacji możliwości uprawiania dyscyplin odpowiednio zmodyfikowanych dla osób niepełnosprawnych. Nie oznacza to oczywiście, że dla niepełnosprawnego sportowca osiągnięcie medalowego sukcesu na igrzyskach olimpijskich wiąże się z relatywnie mniejszym nakładem wysiłku niż dla pełnosprawnego zawodnika w sporcie zawodowym.

Z perspektywy semiotycznej przyczyny mniejszej kulturowej popularności dyscyplin paraolimpijskich leżą w braku jednoznacznej i nawykowej przekładalności interpretacyjnej sukcesu niepełnosprawnego sportowca na rekreację lub konsumpcję możliwą dla przeciętnego interpretatora. Kibic, który na co dzień nie ma do czynienia z osobami niepełnosprawnymi, rzadko kiedy łączy łańcuchy semiotyczne prowadzące w obszar niepełnosprawności z sukcesem w sporcie, ponieważ sport może być przez niego postrzegany jako np. kwintesencja zdrowia, co w przypadku zawodowstwa najczęściej mijają się z prawdą. W dodatku intencją większości reklamodawców nie wydaje się być skłonienie kibica do samodzielnego myślenia, czyli wytwarzania nowych interpretantów, ale do zakupu produktu, który w magiczny sposób uczyni go najlepszym i oczywiście najsprawniejszym na świecie.

Polskie media publiczne również nie podejmują wyzwania udostępniania transmisji z wydarzeń paraolimpijskich w atrakcyjnym czasie emisji, ponieważ wymuszałyby to, przynajmniej w minimalnym stopniu, uprzednie kształtowanie telewidza pod kątem zrozumienia różnic formalnych między dyscyplinami tradycyjnymi i zmaganiem osób niepełnosprawnych. Powyższe w zasadzie dotyczy również wspomnianego latania precyzyjnego, szybownictwa etc. Wymagają one od widza-kibica odpowiedniego „warsztatu semiotycznego”, który nie narasta na zasadzie bezrefleksyjnego nawyku, kształtującego się przez sam fakt biernego uczestnictwa w upstrzonej reklamami pop-kulturze.

Wnioski

Popularność dyscyplin i rozgrywek sportowych wynika z ich znaczenia w kulturze. W rzeczywistości nie istnieją jakościowe różnice, które dowodziłyby, że np. piłka nożna, skoki narciarskie lub wyścigi F1 są kulturowo istotniejsze (przenoszą jakiś szczególny rodzaj wartości) niż semiozy z obszaru mniej znanych sportów osób niepełnosprawnych. Na podstawie dokonanych analiz semiotycznych [por. 4, s. 66-79] jestem przekonany, że podstawowa różnica leży w stopniu intensywności procesów znakowych wytwarzanych i kształtowanych przez wszechobecne media, uzależnione od interesu reklamodawców. Medialna aksjologizacja sportu prowadzi do osobliwej sytuacji, w której najczęściej słyszymy o zagranicznych gwiazdach sportu, ponieważ wcześniej nieustannie oglądaliśmy je podczas transmitowanych zawodów, więc wg mediów, to one nas przyciągają przed odbiorniki. Przyzwyczajamy się do promowanych sportowców jak do często słyszanej melodii, która w końcu wpada nam w ucho, zaczyna się podobać, żeby w ostateczności być czymś przez nas oczekiwanym. Jeśli jednak dany artysta przestanie tworzyć utwory trafiające na listy przebojów, to zwykle popada w „medialne zapomnienie”, a zamiast niego ktoś nowy zyskuje szansę na sukces. Sport pod tym względem zaskakuje, nasi piłkarze nie mieli w ostatnich dziesięcioleciach żadnego „przeboju”, jednak ich zespół jest w nieustannym centrum uwagi, a państwo Polskie w dobie globalnego kryzysu ekonomicznego inwestuje setki milionów w obiekty piłkarskie. Osoby niepełnosprawne są młodymi gwiazdami sportu ze wspaniałymi medalowymi sukcesami, lecz media, w najlepszym razie, zauważają to pod koniec serwisów sportowych. Niewątpliwie istnieją dyscypliny „semiotycznie bezpieczne” wytwarzające łatwo interpretowalne znaki, przenoszące czytelny przekaz łączący sukces z promowanym produktem, nie oznacza to jednak, że owe dyscypliny są czymś szczególnym, np. w sen-

success in sport, since the sport is perceived as the essence of health, which in the case of professional sportsmen is rarely true. Additionally, it seems that the intention of majority of creators of commercials is not to make an average supporter to think independently or create new interpretants, but to encourage them to buy a product, which in a magical way will make them the best and fittest in the world.

Polish public media also do not undertake the challenge of transmitting paralympic events in the prime time, as they would be forced to prepare the audience for such a change by outlining formal differences between the traditional and paralympic sport disciplines. This challenge also applies to gliding and precision flying, both mentioned before. Both of those disciplines require proper semiotic preparation of the spectator, which cannot be developed on a basis of unreflected habit formed by the fact of taking part in commercial-specked pop-culture.

Conclusions

Popularity of sport disciplines and games results from their importance in culture. In reality, there are no qualitative differences, which would indicate that f.e. football, ski jumps or F1 racing are more significant (carry some special kind of value) for culture than other semioses from less popular fields of disabled sport. Basing on semiotic analyses [4, pg. 66-79], I am convinced that basic difference lies in the degree of intensity of symbolic processes created and shaped by omnipresent media, which depend on commercials. Medial axiologization of sport leads to a peculiar situation, where we most often hear about foreign sport stars because we have been watching them during TV transmissions, so the media believe that they are the reason we watch TV. We are getting used to the promoted sportsmen just as we are getting used to a melody that we often hear on the radio – the tune is catchy, we begin to like and ultimately we expect to hear it every time we turn on the radio. However, if the author of the tune can no longer create pieces that appear in the hit lists, then he usually sinks into medial oblivion and someone else takes their place and get a chance for success. Sport is full of surprises in that respect. Polish football players have had no major “hit” in past decades, however, Polish team is still at the center of attention and the Polish state invests hundreds of millions of Zlotys in football stadiums in the time of global economical crisis. Disabled people are young stars of sports with magnificent medal wins, yet the media at the best of times mention that only at the end of sport news. Undoubtedly there are sport disciplines that are “semiotically safe” and generate symbols that are easy to interpret and carry a clear message that connects success with the promoted product. However, this does not mean that those disciplines are some-

sie etycznie-moralnym, że przez to bardziej zasługują na swoją popularność niż np. paraolimpiady. Zmiana istniejącej sytuacji, tzn. intensywniejsza i szersza obecność sportu osób niepełnosprawnych we współczesnej kulturze, jest możliwa jako efekt przemian zmierzających do budowania społeczeństwa bez barier, jednak nie tylko architektonicznych, ale przede wszystkim aksjologicznych.

thing special in moral and ethical dimension or deserve more popularity than paralympic sports. Changing of this situation, i.e. broader presence of disabled sports in modern culture is possible as an effect of transformations heading towards building a society without barriers – architectural as well as axiological ones.

Piśmiennictwo References

- [1] Osolińska B., Sobiech K. A. *Czy nowa miara polskiego sportu?* Fizjoterapia, 2004, 12, 4, 70-72.
- [2] Huizinga J. *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*. Wyd. Aletheia, Warszawa 2007.
- [3] Caillois R. *Ludzie i gry*. Wydawnictwo Volumen, Warszawa 1997.
- [4] Michaluk T. *Semiotyczne i pragmatyczne zagadnienia teorii sportu*. Wydawnictwo AWF, Wrocław 2011.
- [5] Michaluk T. *Selected aspects of the semiotics of a sporting event*. Physical Culture and Sport. Studies and Research, 2007, 45, 148-154.
- [6] Peirce C. S. *The Essential Peirce*, vol. 2. Indiana University Press, Bloomington & Indianapolis 1998.
- [7] Peirce C. S. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, vols 1-8. Harvard University Press, Cambridge 1931-35, 1958.
- [8] Peirce, C. S. *Wybór pism semiotycznych, Znak – Język – Rzeczywistość*. Polskie Towarzystwo Semiotyczne, Warszawa 1997.
- [9] Peirce, C. S. *Semiotic and Significs. The Correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Indiana University Press, Bloomington & London 1977.

Adres do korespondencji: Address for correspondence:

Tomasz Michaluk
Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu
Katedra Podstaw Fizjoterapii
Zakład Filozofii i Socjologii
al. I. J. Paderewskiego 35
51-612 Wrocław
tel. 605-696-352
e-mail: tomasz.michaluk@awf.wroc.pl

Wpłynęło/Submitted: II 2011
Zatwierdzono/Accepted: III 2011