

Słowo

Studia językoznawcze

NR 2/2011



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu Rzeszowskiego
RZESZÓW 2011

Recenzowała

prof. dr hab. MARIA WOJTAK

REDAKTOR NACZELNY/EDITOR IN CHIEF

prof. dr hab. KAZIMIERZ OŻÓG

KOMITET REDAKCYJNY/SCIENTIFIC COMMITTEE

dr hab. Jadwiga Lizak, prof. UR

prof. dr hab. Bogusław Nowowiejski, UwB

dr hab. Anna Piotrowicz, prof. UAM

prof. dr hab. Renata Przybylska, UJ

dr hab. Małgorzata Witaszek-Samborska, prof. UAM

prof. dr hab. Maria Wojtak, UMCS

dr Maria Krauz, UR

dr Robert Słabczyński, UR (sekretarz Redakcji)

dr Bożena Taras, UR

Opracowanie redakcyjne i korekta

KRYSTYNA STRYCHARZ

Korekta tekstów angielskich

JOANNA MAZUR-OKALOWE

Opracowanie techniczne

KRYSTYNA BARAN

Projekt okładki

GRZEGORZ WOLAŃSKI

ISSN 2082-6931

823

WYDAWNICTWO UNIwersYTETU RZESZOWSKIEGO

35-959 Rzeszów, ul. prof. S. Pigonia 6, tel. 17 872 13 69, tel./fax 17 872 14 26

e-mail: wydaw@univ.rzeszow.pl; <http://wydawnictwo.univ.rzeszow.pl>

wydanie I; format B5; ark. wyd. 10; ark. druk. 11,5; zlec. red. 44/2012

Druk i oprawa: Drukarnia Uniwersytetu Rzeszowskiego

SPIS TREŚCI

Słowo od Redakcji	5
-------------------------	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Joanna Golonka, Walka na słowa – walka o słowa w dyskursie politycznym	7
Izabela Łuc, Modne słowa w kulturze konsumpcyjnej	23
Barbara Misztal, Operatory metatekstowe wskazujące na źródło informacji w tekstach internetowych forów dyskusyjnych	39
Marek Paduch, The Core and Peripheries of the Concept of Happiness in American English and in Polish: A Cross-cultural Communication Approach	60
Robert Ślabczyński, <i>Superwykon</i> – o wartościowaniu w telewizyjnych programach z gatunku <i>talent show</i>	72
Przemysław Wiatrowski, Grzeczność papieska. Akty etykiety językowej w listach prywatnych Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich	88
Beata Żywicka, Nowe społeczeństwo w ponowoczesnej rzeczywistości, czyli jak zmienia się językowo-kulturowy obraz społeczeństwa we współczesnej polszczyźnie	109

DEBIUTY NAUKOWE

Anna Antas, Metafory poetyckie jako przejaw literackości w tekstach zespołu punkrockowego Włochaty	126
Katarzyna Woś, Duch zabawy w serwisie informacyjnym Fakty TVN	142

POLEMIKI

Kazimierz Ożóg, Współczesne problemy kształcenia humanistycznego (zarys problematyki)	153
---	-----

KRONIKA NAUKOWA

Maria Krauz, Sprawozdanie z obrad VIII Forum Kultury Słowa „Kultura zachowań językowych Polaków”, które odbyło się 20–22.10.2011 r. w Rzeszowie	167
Wskazówki dla Autorów	179

SŁOWO OD REDAKCJI

Zależności między językiem a kulturą są zawsze mocne i dwustronne. Z jednej strony język stanowi najbardziej oczywistą część każdej kultury i jej fundament, z drugiej zaś kultura wpływa na język przez tendencje, mody, kulty i fascynacje.

W polecanym Czytelnikowi drugim numerze „Słowa” autorzy zajmują się współczesnymi relacjami między językiem a kulturą. Pokazują te związki głównie w języku polskim, choć jeden artykuł dotyczy języka angielskiego i kultury amerykańskiej. I tak: artykuł Joanny Golonki wskazuje na ważność słowa w dyskursie politycznym, kiedy słowo jest pierwszą i najważniejszą bronią. Izabela Łuc pisze o modzie językowej na przykładzie tekstów z kultury konsumpcyjnej. Z kolei Barbara Misztal zajmuje się zależnościami metatekstowymi w nowym typie komunikacji internetowej. O językowym i kulturowym rozumieniu szczęścia w kulturze amerykańskiej pisze Marek Paduch. Nowe sposoby wartościowania w telewizyjnych programach są przedmiotem analizy Roberta Słabczyńskiego. Przemysław Wiatrowski pisze o aktach grzeczności językowej w listach prywatnych Jana Pawła II. Główną część „Słowa” kończy szkic Beaty Żywickiej o językowo-kulturowym obrazie społeczeństwa polskiego w rzeczywistości ponowoczesnej.

Część numeru poświęcona jest debiutom naukowym. Zamieszczono w niej dwa artykuły, pierwszy Anny Antas o metaforze poetyckiej w tekstach punkrockowych, drugi Katarzyny Woś o zabawie słownej w serwisie informacyjnym „Fakty TVN”, programie oglądanym przez miliony Polaków i narzucającym wzory publicznego mówienia.

W części ostatniej znajduje się skłaniający do dyskusji artykuł Kazimierza Ożoga o współczesnych problemach kształcenia humanistycznego. Numer kończy tekst Marii Krauz o odbytych w Rzeszowie VIII Forum Kultury Słowa.

Ufamy, że przedstawiany numer „Słowa” przyczyni się do rozpoznania współczesnych relacji między językiem a kulturą.

Kazimierz Ożóg

Joanna Golonka

Uniwersytet Rzeszowski

WALKA NA SŁOWA – WALKA O SŁOWA W DYSKURSIE¹ POLITYCZNYM

1. Wstęp

U podstaw poniższych analiz leży banalna w swej istocie obserwacja, że w tej samej sprawie i na ten sam temat różni ludzie, zależnie od ich poglądów, wyrażają się w czasami skrajnie różny sposób, używając do tego zgoła odmiennych słów. Stąd wziął się pomysł zanalizowania artykułów z prasy codziennej różnych opcji politycznych z dnia, w którym relacjonowały one jakieś istotne, ale nie jednakowo oceniane wydarzenia polityczne.

Analizie poddano łącznie 52 artykuły z siedmiu gazet, głównie o zasięgu krajowym (z jednym wyjątkiem), z 6 kwietnia 2009 r. Były to: „Gazeta Wyborcza” (8 artykułów), „Rzeczpospolita” (8 artykułów), „Dziennik” (18 artykułów), „Fakt” (5 artykułów), „Trybuna” (6 artykułów) i „Nasz Dziennik” (5 artykułów) oraz lokalne „Nowiny” (2 artykuły). Wydarzeniami w nich opisywanymi i komentowanymi były:

- a) szczyt NATO w Strasburgu i wybór nowego sekretarza generalnego Sojuszu (3 i 4.04.2009),
- b) przemówienie prezydenta Obamy w Pradze (5.04.2009) oraz
- c) spotkanie Obama – Kaczyński – Tusk (5.04.2009).

Wydarzenia te implikują wiele aspektów i zdarzeń jednostkowych, przy czym dominujący i najczęściej relacjonowany i komentowany był spór obozu rządowego i prezydenckiego w związku z wyborem nowego szefa Sojuszu Północnoatlantyckiego, z którym wiązały się takie tematy szczegółowe jak sam wybór Rasmussena, przedstawienie jego osoby, sprawa weta Turcji, kwestia niezgłoszonej kandydatury Radosława Sikorskiego i ocena jego szans, sprawa instrukcji (słownej i pisemnej)

¹ Dyskurs ujmuję tutaj szeroko, opierając się na socjologiczno-filozoficznej koncepcji Foucault i zgodnie z definicją Adamzik [2001: 254], jako otwarty zbiór odnoszących się do siebie wypowiedzi powiązanych tematycznie.

MSW dla prezydenta, zwłaszcza dyspozycja zwleknięcia z decyzją i „podpięcia się” pod weto tureckie, poparcie Lecha Kaczyńskiego dla duńskiego kandydata już podczas piątkowej kolacji prezydentów państw członkowskich NATO, linia obrony polskiego prezydenta i jego zarzuty wobec premiera i MSZ (w tym incydent związany z nocnym telefonem Kaczyńskiego do Tuska), krytyka prezydenta ze strony obozu rządowego i odwrotnie itd. Przedstawia je tabela 1.

Tabela 1. Tematyka analizowanych artykułów

I Szczyt NATO w Strasburgu (piątek 3.04.2009 / sobota 4.04.2009)	
1	wybór nowego sekretarza generalnego
	np. poparcie dla Andersa Fogha Rasmussena ze strony USA, RFN, Francji, pochwała oraz krytyka Rasmussena, przedstawienie jego osoby, pochwała dla Obamy za przełamanie sprzeciwu Turcji
2	tureckie weto
	np. powód niezgody Turcji wobec Rasmussena, negocjacje z tureckim prezydentem i premierem, gratyfikacje dla Turcji za wycofanie weta itd.
3	spór na linii prezydent – premier (Polski) w związku z wyborem nowego szefa NATO
	np. instrukcje MSZ dla prezydenta, dyspozycja „podpięcia się” pod weto Turcji i zwleknięcia z decyzją, przedwczesne poparcie Lecha Kaczyńskiego dla Rasmussena, niezgłoszona kandydatura Radosława Sikorskiego i ocena jej szans, linia obrony prezydenta i krytyka działań MSW, zarzuty obozu rządowego wobec prezydenta, (wyważona) krytyka obu stron konfliktu, domniemanie o tym, co straciła Polska i jak całą sprawę widzą Polacy, podkreślenie „polsko-polskiej” wojny itd.
4	nowa strategia NATO
	np. w Afganistanie, przyjęcie nowych członków do NATO, nowe stosunki transatlantyckie, potwierdzenie deklaracji o bezpieczeństwie członków Sojuszu, nowe relacje z Rosją itd.
II Wydarzenia w Pradze (niedziela 5.04.2009)	
1	spotkanie Obama – Kaczyński – Tusk
	np. prestiż, cel spotkania, podział tematów do omówienia pomiędzy polskiego prezydenta i premiera, sprawa tarczy antyrakietowej, polityka energetyczna oraz ochrona klimatu itd.
2	przemówienie prezydenta Obamy na Hradczanach
	np. pochwała dla Czech i Polski za odwagę, problem likwidacji broni jądrowej, zagrożenie ze strony Iranu oraz Korei Północnej, zagrożenie (i walka z) terroryzmem, ocieplenie klimatu, kryzys finansowy, sprawa więźniów z Guantanamo itd.

Poszczególne tytuły koncentrowały się w różnym stopniu na wspomnianych właśnie zdarzeniach, co wykazują w tabeli 2.

Widzimy, że poszczególne gazety różnie rozkładają akcenty, na przykład „Nasz Dziennik” koncentruje się prawie wyłącznie na temacie wyboru nowego szefa NATO i konflikcie rząd – prezydent przy tej okazji (podobnie „Rzeczpospolita”), zaś „Fakt” poświęca uwagę głównie praskiemu przemówieniu Baracka Obamy.

Tabela 2. Poszczególne tematy omawiane w analizowanych gazetach

	GW (8)	RZ (8)	DZ (18)	F (5)	T (6)	ND (5)	N (2)	Σ (52)
I/1	2	6	7	1	3	5	1	25
I/2	1	1	1	0	0	1	0	4
I/3	5	3	7	1	2	5	0	23
I/4	1	0	2	0	3	0	0	6
	1							
II/1	1	1	2	1	1	0	1	7
II/2	2	2	5	4	2	1	0	16

2. Analiza

Przyjrzyjmy się **wybranym aspektom języka analizowanych artykułów**. Język jest od zarania dziejów istotną domeną wyrażania władzy, okazywania wyższości społecznej. Przy pomocy określonych, starannie dobranych wyrażen językowych autorzy tekstów mogą nie tylko przedstawiać (odtwarzać), ale też konstruować (kreować) rzeczywistość zgodnie z tym, jak oni sami lub ich zleceniodawcy ją widzą. Prasa codzienna służy informacji o bieżących wydarzeniach, wyrażeniu poglądów ich autorów (zgodnych z reprezentowaną przez nich opcją polityczną), w nie mniejszym stopniu jednak też kształtowaniu opinii publicznej, ocen i sądów na temat opisywanych zdarzeń i przedstawianej rzeczywistości społecznej. W dzisiejszych czasach obserwujemy wciąż nowe wydarzenia na scenie politycznej², następujące po sobie w coraz bardziej zawrotnym tempie, tak że coraz trudniej przychodzi nam orientować się w tej kompleksowej rzeczywistości, a tym bardziej zachować zdrowy osąd tego, co się wokół nas wydarza. By rzecz sobie ułatwić, korzystamy – zwykle bardzo wybiórczo – z pomocy profesjonalistów, dziennikarzy, którzy wraz z informacjami wsączają w nas przez swoje teksty własne sądy, opinie i oceny, własne widzenie rzeczywistości. Czynią to poprzez język i ukształtowanie tekstu.

Podczas analizy wspomnianych powyżej artykułów zwróciły moją uwagę zwłaszcza następujące aspekty:

1. Jak nazywani są poszczególni politycy?
2. Jakimi czasownikami (*verba dicendi* i pokrewne) określane są ich wypowiedzi?
3. Jak często i w jaki sposób są one przytaczane?
4. Ile wyrażen z użyciem negacji zawiera dany tekst i czemu one służą?
5. Jak często autor sięga do różnorodnych obrazowych, nacechowanych emocjonalnie i w większym lub mniejszym stopniu wartościujących wyrażen?

² Z drugiej strony nie sposób odmówić słuszności znanemu stwierdzeniu z biblijnej Księgi Koheleta (1,9), że *To, co było, jest tym, co będzie, a to, co się stało, jest tym, co znów się stanie, więc nic zgola nowego nie ma pod słońcem* (Biblia Tysiąclecia, wyd. 5 z 2003 r.).

Przedstawiam je poniżej jedynie fragmentarycznie, gdyż na ich szczegółowe omówienie nie pozwalają ramy niniejszego artykułu.

2.1. Określenia poszczególnych polityków

Słowa, jakimi określani bywają w tekstach prasowych główni aktorzy istotnych, ale niejednoznacznie ocenianych wydarzeń politycznych, zdradzają między innymi poglądy autorów tych tekstów. W analizowanych artykułach następujący politycy odgrywają główne role: polski prezydent Lech Kaczyński, polski premier Donald Tusk (w mniejszym stopniu minister spraw zagranicznych Radosław Sikorski i inni politycy Platformy Obywatelskiej) oraz prezydent USA Barack Obama.

W temacie polskiego konfliktu przy okazji wyboru nowego sekretarza generalnego NATO najważniejszą osobą – i równocześnie samotnym graczem – jest polski prezydent. Lech Kaczyński jest też rzeczywiście najczęściej przywoływany w analizowanych artykułach prasowych (z wyjątkiem „Faktu”, który koncentruje się głównie na przemówieniu prezydenta Obamy). Tabela 3 pokazuje, jak jest on nazywany. Neutralne zwężone określenie *prezydent* występuje najczęściej (wyjątkiem są tu „Nowiny” i „Fakt”, które często używają określeń pełniejszych – *prezydent Kaczyński*, *prezydent Lech Kaczyński*, *Lech Kaczyński*). Samo nazwisko prezydenta – jako bardzo potoczne – spotykamy rzadko i nigdy w prasie, w której dominuje opcja proprezydencka. Odwrotnie jest w przypadku wzniosłych określeń. Właśnie ich użycie wydaje się ciekawe i dlatego przytaczam poniżej kilka przykładów. W sześciu przypadkach wysoko wartościujące wyrażenia zostały użyte w krytycznych wobec strony rządowej komentarzach, w pięciu przypadkach Lech Kaczyński mówi tak o samym sobie. Prawie zawsze chodzi tu o kwestię odebranej jako niestosowna instrukcji MSZ dla prezydenta.

- (1) *Nie można nazwać instrukcją dwóch zdań Radosława Sikorskiego – odpierał zarzuty Lech Kaczyński, dodając, że słowo „instrukcja” wobec **głowy państwa** jest co najmniej niestosowne.* (ND/1)
- (2) *Ustne dwuzdaniowe instrukcje, jakie, zdaniem prezydenta, przy wyjściu z samolotu miał mu przekazać minister Sikorski, nie mogą być zobowiązujące dla **głowy państwa**?* (ND/2)
- (3) *Według **głowy naszego państwa**, wszelkie sugestie, jakoby MSZ czy inni politycy mieli instruować prezydenta, są nie na miejscu.* (ND/3)
- (4) *Dzisiaj mówienie tu o jakichś instrukcjach dla prezydenta jest infantylną prowokacją pod adresem **głowy państwa** i obniżeniem konstytucyjnej rangi tego **najwyższego w państwie urzędu**.* (ND/4)
- (5) *Nie można nazwać instrukcją dwóch zdań Radosława Sikorskiego – odpowiadał na zarzuty Lech Kaczyński, zaznaczając, że słowo „instrukcja” wobec **najwyższego przedstawiciela Rzeczypospolitej** jest co najmniej niestosowne.* (ND/5)

- (6) *Ekipa rządząca nie ma za grosz profesjonalizmu, bo jak nazwać to, że notatkę dla **głowy państwa**, jakąś niby instrukcję, pisze średniej klasy urzędnik Ministerstwa Spraw Zagranicznych – mówi Karski. (RZ/1)*
- (7) *Stwierdził, że jako **głowa państwa** nie podlega żadnym instrukcjom, podkreślając, że tej ze strony rządu nie otrzymał. (T/4)*
- (8) *Rząd z prezydentem koncertowo pokłócili się o nieistniejącą kandydaturę polskiego ministra spraw zagranicznych na sekretarza generalnego NATO, o niby-instrukcję dla **głowy państwa** w tej sprawie oraz o udział szefa rządu w spotkaniu Lecha Kaczyńskiego z Barackiem Obamą. (GW/7)*
- (9) *O naiwność premiera nie posądzam, wychodzi zatem na to, że zagrał cynicznie, by zrobić **głowę państwa** w przegraną sprawę. (GW/7)*
- (10) *Postąpił zatem jak odpowiedzialna **głowa państwa**, a nie jak ktoś, kto „przeszkadza” w realizacji „praktycznych wyzwań w polskiej polityce” – jak całą sprawę określił premier. (GW/7)*
- (11) *– Nie widziałem na oczy tej instrukcji – bronił się Lech Kaczyński (60 l.). Stwierdził jednocześnie, że notatka z ministerstwa nie jest wiążąca dla **głowy państwa polskiego**. (F/5)*

Tabela 3. Określenia Lecha Kaczyńskiego w poszczególnych dziennikach (dane procentowe po zaokrągleniu)

	GW (59)	RZ (45)	DZ (77)	F (17)	T (26)	ND (38)	N (8)	Σ (270)
1. (polski) prezydent	38 (64%)	25 (56%)	43 (56%)	5 (29%)	14 (54%)	18 (47%)	2 (25%)	145 (54%)
2. prezydent (Lech) Kaczyński	6 (10%)	8 (18%)	9 (12%)	5 (29%)	4 (15%)	5 (13%)	3 (38%)	40 (15%)
3. Lech Kaczyński	11 (19%)	11 (24%)	15 (21%)	4 (24%)	4 (15%)	9 (24%)	3 (38%)	57 (21%)
4. Kaczyński	1 (2%)	–	10 (13%)	2 (12%)	3 (12%)	–	–	16 (6%)
5. Bardzo wzniośle (np. głowa państwa)	3 (5%)	1 (2%)	–	1 (6%)	1 (4%)	6 (16%)	–	12 (4%)

Dużo rzadziej jest wspominany polski premier (tabela 4), co wiąże się z tym, że na szczycie NATO reprezentowali go ministrowie Sikorski i Klich. Radosław Sikorski, wspomniany w sumie 50 razy, najczęściej nazywany jest tylko nazwiskiem (*Sikorski*, 30 razy), poza tym głównie neutralnie jako (*polski*) *minister spraw zagranicznych* (*Radosław Sikorski*) lub *szef (polskiego) MSZ* (*Radosław Sikorski*), dostojniej jako *szef polskiej dyplomacji* lub trochę ironicznie jako *swój minister* lub *tak już popularny minister*. Minister Bogdan Klich przywoływany jest tylko 13 razy, z czego w 5 przypadkach samym tylko nazwiskiem. Nazywanie obu ministrów (oraz np. Zbigniewa Chlebowskiego) jedynie z nazwiska może świadczyć o ekonomii języka, ale też odzwierciedla niższy status osób, o których jest mowa. W przypadku ówczesnego ministra sprawiedliwości An-

drzeja Czumy autor artykułu w „Gazecie Wyborczej” pozwala sobie na ironiczne miano *szeryfa Czumy*.

**Tabela 4. Określenia Donalda Tuska w poszczególnych dziennikach
(dane procentowe po zaokrągleniu)**

	GW (40)	RZ (15)	DZ (36)	F (8)	T (15)	ND (10)	N (2)	Σ (126)
1. <i>premier</i>	19 (48%)	3 (20%)	17 (47%)	—	7 (47%)	5 (50%)	—	51 (40%)
2. <i>premier (Donald) Tusk</i>	4 (10%)	4 (27%)	4 (11%)	2 (25%)	3 (20%)	3 (30%)	1 (50%)	21 (17%)
3. <i>Donald Tusk</i>	4 (10%)	5 (33%)	8 (22%)	2 (25%)	1 (7%)	1 (10%)	1 (50%)	22 (17%)
4. <i>Tusk</i>	12 (30%)	2 (13%)	7 (19%)	1 (13%)	3 (20%)	—	—	25 (20%)
5. <i>inne*</i>	1 (2,5%)	1 (7%)	—	3 (38%)	1 (7%)	1 (10%)	—	7 (6%)

* *pan premier* (ND), *premier Polski* (RZ), *kandydat na prezydenta Donald Tusk* (T, trochę ironicznie), *premier poważnego kraju* (GW, ironicznie), *polski premier* i *premier RP Donald Tusk* (F)

Ciekawe są wspólne wzmianki o prezydencie i premierze, którzy nazywani są nie tylko neutralnie i zarazem nieco poufale *nasi politycy* czy *obaj panowie*, ale też z dozą krytycznej ironii: *najwyżsi rangą urzędnicy dużego europejskiego państwa*, *dwaj najważniejsi politycy z Polski*, *nasi szanowni przywódcy* lub (ogólniej) *rozrochocone dwa ośrodki władzy*.

- (12) Powtarzam: **obaj panowie** powinni się porozumieć. We Francji jakoś ta kohabitacja funkcjonowała. **Obu politykom** radziłbym, żeby spróbowali przezwyciężyć urazy.
- (13) Dyplomaci piszą za to dziś z Warszawy o tym, że **najwyżsi rangą urzędnicy dużego europejskiego państwa** nie są w stanie razem zawalczyć o ważne międzynarodowe stanowisko, bo nie mają czasu porozmawiać przez pół godziny. (GW/3)
- (14) Zamiast polskiej polityki zagranicznej mamy **rozrochocone dwa ośrodki władzy**, które wycinają sobie numery na arenie międzynarodowej. (GW/7)

Bardzo często w omawianych artykułach przywoływana jest osoba prezydenta Stanów Zjednoczonych Baracka Obamy. W większości tytułów jest o nim mowa rzadziej niż o polskim prezydencie, jednak dość często (tabela 5). Wyjątkiem jest tu „Fakt”.

**Tabela 5. Frekwencja wzmianek o prezydencie Polski i prezydencie USA
w analizowanych gazetach**

	GW	RZ	DZ	F	T	ND	N	Σ
<i>prezydent RP</i>	59	45	77	17	26	38	8	270
<i>prezydent USA</i>	39	31	61	44	14	10	5	204

Najczęstszą formą określającą amerykańskiego prezydenta jest proste użycie jego nazwiska (*Obama*, 73 razy, co daje w poszczególnych gazetach średnio 36% odniesień), które tutaj (o czym decyduje kontekst i ton tekstów) nie jest odbierane negatywnie (nie umniejsza prestiżu jego osoby), lecz służy wyłącznie ekonomii języka. Poza tym jest głównie mowa o *Baracku Obamie* (59), o *prezydencie Obamie* (21), *amerykańskim prezydencie* (17), *prezydencie USA* (11), *prezydencie Baracku Obamie* (8). Również w 8 przypadkach użyte jest słowo *przywódca*. Najbardziej pozytywnym określeniem amerykańskiego prezydenta jest fraza *prezydent największej potęgi militarnej na świecie* (ND). Przekrój określeń Baracka Obamy pokazuje tabela 6.

Tabela 6. Określenia prezydenta USA

<i>Obama</i>	73 (36%)	głównie DZ, F, GW
<i>Barack Obama</i>	59 (29%)	głównie DZ, F, RZ
<i>prezydent Obama</i>	21 (10%)	głównie GW i F
<i>amerykański prezydent</i>	17 (8%)	głównie RZ
<i>prezydent USA</i>	11 (5%)	głównie DZ, też T
<i>prezydent Barack Obama</i>	8 (4%)	wszystkie tytuły, głównie T i DZ
<i>(przywódca)</i>	8 (4%)	głównie F i DZ

2.2. Użyte *verba dicendi* i pokrewne

W analizowanych artykułach znajdujemy wiele odniesień do tego, co mówili, myśleli, co pochwalali lub krytykowali aktorzy wszystkich trzech zdarzeń; również do tego, co autorzy tekstów sądzili na temat poszczególnych bohaterów opisywanych wydarzeń lub o ich wypowiedziach. Istotną rolę odgrywają w tym względzie czasowniki mówienia, oceniania i im pokrewne.

Mogą być one neutralne w swym tonie lub jako takie użyte, np. *mówić*, *powiedzieć*, też *dodać*, *wspomnieć*, *zauważyć*, *stwierdzić*, *ocenić*, *(s)komentować* itp. Mogą być nacechowane pozytywnie, nadawać wypowiedzi wręcz uroczysty, podniosły ton, np. *oznajmić*, *podkreślić*, *zapewni(a)ć*, *zaznaczyć*, *ogłosić*, *przemawiać/przemówić*. Niekiedy nadają one przytaczanym opiniom wydźwięk negatywny, a przy okazji wnoszą też bardziej specyficzne znaczenia, np. *twierdzić*, *(s)krytykować*, *zarzucać/zarzucić (komu)*, *zarzekać się*, *sugerować* itp.

Często omawiane czasowniki wyrażają więcej niż po prostu wprowadzenie do przekazu jakichś treści lub określonych opinii. Zróżnicowane (też nadające nacechowanie pozytywne lub negatywne, czasem zależnie od kontekstu i osoby) znaczenia mają na przykład następujące czasowniki:

- a) *pochwalić (kogo/co)*, *obiet(yw)ać*, *zachęcać/zachęcić (kogo)*, *zgodzić się* (pozytywne w treści niezależnie od kontekstu);

- b) (za)pytać, odpowiedzieć, wyjaśni(a)ć, przyznać, zapowiadać/zapowiedzieć, przekonywać, (po-)informować, przypominać/przypomnieć (komu o czym), przeprosić, (za)proponować, odnieść się (do czego) (neutralne w swej wymowie);
- c) sugerować, tłumaczyć, argumentować, ripostować, dowodzić, zaprzecza(y)ć, sprzeciwić się, (za)deklarować, żartować, ostrzegać/ostrzec (zależne w swej wymowie od kontekstu);
- d) zarzekać się, zarzucać (komu), oskarżać, (z)ganić, odciąć się, wtórować (komu) (negatywne w tonie niezależnie od kontekstu) i wiele innych.

Uzupełniane bywają one przez cytaty bezpośrednie (*argumentował następująco: ...*) lub przytoczenia pośrednie (*stwierdził, że ...*), przez rzeczowniki odczasownikowe, odrzeczownikowe i im podobne (*odpowiedział na pytanie, zadeklarował gotowość, wyjaśnił tę kwestię*).

- (15) – *Nie chcemy być dłużej patronem Europy, ale jej partnerem – **zapewniał** na szczycie. Ale też i **ostrzegał**: – Jest bardziej prawdopodobne, że Al-Kaida będzie w stanie przeprowadzić poważny atak terrorystyczny w Europie niż w Stanach.* (DZ/15)
- (16) *Obama **mówił**, że zamierza doprowadzić do znacznej redukcji arsenału broni jądrowej i do tego samego **zachęcał** państwa posiadające już broń masowego rażenia.* (F/2)
- (17) *Dotychczasowy szef Paktu Północnoatlantyckiego Jaap de Hoop Scheffer **poinformował** na konferencji prasowej w Strasburgu, że nowym sekretarzem Sojuszu zostanie duński premier.* (ND/5)
- (18) – *Rząd polski nie przedstawił żadnej kandydatury. A kandydatura Rasmussena była oficjalna i cieszyła się poparciem wszystkich mocarstw – **tłumaczył** Lech Kaczyński. Prezydent twierdzi, że premier nie chciał się z nim spotkać przed szczytem, a rząd nie miał żadnego stanowiska.* (RZ/7)
- (19) *Prezydent **ripostował**, że były to dwa zdania rzucone między dowcipami.* (GW/2)
- (20) ***Zarzucają** oni prezydentowi oddanie stanowiska sekretarza bez walki i niedostosowanie się do instrukcji, którą wcześniej otrzymał od rządu.* (N/2)
- (21) *Gdybyśmy się przedwcześnie nie zgodzili, to dzisiaj konsultacje prowadzone byłyby z dwoma krajami – **wtórował** mu szef MSZ.* (GW/4)

Spotykamy też frazy w podobnej funkcji: *wygłosić deklarację, wyrazić nadzieję, użyć argumentacji, dać do zrozumienia, kłaść nacisk, ponowić atak, dojść do porozumienia, zastosować szantaż, podjąć decyzję, mieć za złe, dolać oliwy do ognia itp.*

- (22) *... i dał do zrozumienia, że losy tarczy nadal się ważą i na pewno będzie to tematem dalszych rozmów.* (F/2)

Poza tym specyficzny ton wypowiedzi mogą nadawać dodane do czasowników **okoliczniki**, np. *powiedział, nie bez pewnej dozy uszczypliwości, minister Sikorski* (ND/5). Pozytywny lub negatywny wydźwięk zależy często od kontekstu, odniesienia do osoby, reprezentowanej opcji. Zwykle służy zresztą jej prezentacji.

W przeanalizowanych przeze mnie artykułach użyte *verba dicendi, existimandi* i im pokrewne pełnią kilka funkcji. Na przykład:

1. Podkreślają lub marginalizują zdanie konkretnej opcji politycznej (w sposób ilościowy lub jakościowy). I tak w „Naszym Dzienniku” dominują odniesienia do Lecha Kaczyńskiego i jego ludzi, tę opcję prezentują też autorzy tekstów. W stosunku do prezydenta Obamy użyte w całym korpusie czasowniki – poza jednym wyjątkiem – służą afirmacji jego zamierzeń.
2. Charakteryzują aktorów wydarzeń i przypisują im określone role (obrony, ataku itp.). Baracka Obamę użyte w analizowanych artykułach czasowniki przedstawiają bardzo pozytywnie, a polskich polityków raczej negatywnie. Np. jest mowa o tym, że polski prezydent i premier *tuż przed rozmową z Barackiem Obamą* [...] *zdzężyli ustalić, kto będzie o czym mówił* (F), że *pokłócili się* (o instrukcje) (GW), że przed szczytem NATO *nie zamienili ani słowa* (na temat strategii przy wyborze nowego sekretarza generalnego) (F), że *rząd z Platformą zaatakował prezydenta* (F), a PiS *odpowiedziało oskarżeniem o nieskuteczność polityki zagranicznej* (T). Czytamy, że Radosław Sikorski *zarzekął się, że nie jest i nie był kandydatem na szefa NATO* (GW), a potem *wtórował* (szefowi MON-u, krytykując przedwczesne poparcie prezydenta dla Rasmussena) (GW). Dowiadujemy się też, że prezydent *odciął się*, krytykując rząd, że *zamiast polityki jest tutaj tylko PR, reklama i marketing* (DZ), że *wiele się bronił* (np. F) i *tłumaczył* (np. DZ), że *ganił* (politykę rządu) (DZ) oraz że *dał się podpuścić komentatorom* (GW). Gdzie indziej tekst mówi, że Jarosław Kaczyński *bronił* (prezydenta), a premier *oskarżył* (go) (F) lub *rozповідаł, że sprawę powierza prezydentowi, bo ufa w jego talenty* (GW). I tak dalej.
3. Wartościują daną wypowiedź jako prawdziwą, wątpliwą, ważną lub nieistotną, pozytywną albo negatywną, np. jako krytykę, utyskiwanie, zarzut, oskarżenie, przypuszczenie, twierdzenie, apel, obietnicę, podpięcie się pod cudzą opinię.

2.3. Odniesienia do wypowiedzi polityków

Sens, ton i wymowa cytatu zależą w dużej mierze od wprowadzających go czasowników, które właśnie omówiłam. Istotna okazuje się też ilość odniesień do słów danej osoby (czy też ogólnie do osób z danej opcji) oraz to, w jakim kontekście autor te odniesienia umieszcza, czy i w jaki sposób je komentuje. Wielość odniesień zwykle oznacza utożsamianie się autora artykułu z opiniami reprezentowanymi przez polityków danej opcji. Spotykamy się jednak w tym względzie też z wyjątkami – gdy na przykład autor celowo odwołuje się do wypowiedzi pewnych osób, aby je ośmieszyć, podać w wątpliwość itd.

Nie bez znaczenia jest też forma przytoczeń oraz rodzaj tekstu – np. w wywiadach czy krótkich notkach informacyjnych odniesień prawie nie spotykamy, zaś w (mniej lub bardziej szczegółowych) relacjach z wydarzeń i w komentarzach zwykle ich nie brak.

W przypadku analizowanych przeze mnie artykułów wyraźnie widać w tym względzie różnice między artykułami poruszającymi poszczególne tematy (por. tabela 1). Dlatego pokrótce omówię teraz rodzaje i funkcję odniesień w wybranych artykułach na tematy I/1 i I/3, II/1 i II/2.

Temat konfliktu na linii prezydent i premier RP przy okazji wyboru nowego sekretarza generalnego NATO (I/3) dominuje w prasie z 6 kwietnia tego roku (patrz tabela 2). W „Naszym Dzienniku” prawie tylko to zdarzenie jest opisywane i komentowane, przy czym przywoływane, często w formie dosłownych cytowań, są niemal wyłącznie słowa Lecha Kaczyńskiego. Nawet jeśli w artykule piątym znajdujemy też wypowiedzi ludzi ze strony rządowej, to zwłaszcza końcowy komentarz nie pozostawia złudzeń, komu przypisywana jest w tym sporze racja. Liczne komentarze autorów służą w artykułach tego dziennika podkreśleniu jednej (uznanej za słuszną) oceny opisywanych wydarzeń. Przykładem niech będą zdania kończące w artykule pierwszym i piątym, obydwu autorstwa Waldemara Maliszewskiego:

(23) *Bez względu na to, kto ma rację w tym sporze, faktem jest, że Polak nie będzie pełnił przez następną kadencję funkcji sekretarza generalnego NATO, chociaż szczerze należy powiedzieć, że z kularowych rozmów na szczycie na temat tego stanowiska wynikało, że Sikorski od początku był raczej bez żadnych szans. (ND/1 i 5)³*

W pierwszym artykule w „Rzeczpospolitej” znajdujemy wprowadzić więcej odniesień do strony rządowej, jednak użyte czasowniki wartościują je trochę negatywnie: *(rząd) twierdzi i ma za złe prezydentowi i zarzucił [mu], że ..., (Sikorski) oznajmił, Chlebowski stwierdził wręcz, że ...* itd. (RZ/1). Podobny ton ma siódmy artykuł „Gazety Wyborczej”.

Długi czwarty artykuł w „Trybunie” zawiera wiele odniesień, głównie do wypowiedzi polityków ze strony rządowej. Dominujący ton mają jednak – mniej liczne – krytyczne słowa komentarza Grzegorza Napieralskiego i Janusza Zemke z SLD. Jako przykład zacytuję kończący akapit tego artykułu:

(24) *W ocenie szefa SLD Grzegorza Napieralskiego, w sobotę byliśmy świadkami „efektownego pogrzebu pana Sikorskiego”. Znowu dwóch ważnych polityków nie dogadało się i stąd dzisiejsza sytuacja na arenie międzynarodowej. Znowu okazało się, że Polska prowadzi dwie polityki zagraniczne – jedną premier, drugą prezydent – ocenił [Grzegorz Napieralski]. (T/4)*

W czwartym artykule „Gazety Wyborczej” prezydent (rzadziej przytaczany niż przedstawiciele opcji rządowej) wyraźnie postawiony jest w pozycji obrony – jest mowa o tym, że Lech Kaczyński *bronił się, ripostował, argumentował, zaprzeczył [że otrzymał instrukcję MSZ]*, a jego brat, prezes PiS-u, *broniał go, żądając, by Chlebowski cofnął słowa o Trybunale Stanu*. Podobny ton obserwujemy w piątym artykule „Faktu”.

³ Formy i poprawności tego zdania nie będę tutaj komentować.

Z kolei w pierwszym artykule w „Dzienniku” premier pokazany jest w roli oskarżyciela prezydenta – czytamy, że go *oskarżył*, że *grzmiał na obradach rady krajowej PO*.

(25) *Prezydent poparł innego kandydata niż popieranego przez rząd – grzmiał [Donald Tusk] na obradach rady krajowej PO. (DZ/1)*

Ciekawe jest, iż nawet artykuł mający być możliwie wierną rekonstrukcją tamtych wydarzeń (DZ/6) między innymi za sprawą (niemal dwa razy liczniejszych) przytoczeń przedstawia punkt widzenia prezydenta i PiS-u. Podkreślają go np. następujące zdania z (podwójną) negacją:

(26) *Aż do wspólnej samolotowej podróży na szczyt NATO prezydenta i szefa MSZ **nikt z rządu nie** rozmawiał z Lechem Kaczyńskim o polskim planie rozegrania finiszu wyborów nowego sekretarza generalnego. (DZ/6)*

(27) *Nawet we wtorek podczas szczytu społecznego w pałacu prezydenckim premier i prezydent **nie** zamienili na ten temat **ani** słowa. (DZ/6)*

(28) *Ale **nikt** jeszcze wówczas **nie** mówi o złamaniu instrukcji. (DZ/6)*

Wszystkie prawie – z jednym wyjątkiem (F/4) – relacje z praskiego wystąpienia Baracka Obamy bardzo przychylnie, wręcz entuzjastycznie, oceniają słowa amerykańskiego prezydenta. To, co mówił, przytaczane jest najczęściej dosłownie, a użyte w tych odniesieniach czasowniki nadają przemówieniu Baracka Obamy autorytet, powagę, wiarygodność, znaczenie. Poza wspomnianym artykułem w „Fakcie” brak tu choćby minimalnej dozy krytycyzmu czy ostrożności. To dziwi – dziennikarze są zwykle tak krytyczni. Nie dziwmy się jednak, gdyż tak samo ufni w potęgę amerykańskiego prezydenta okazali się kilka miesięcy potem członkowie komisji przyznającej pokojowego Nobla, którego Obama otrzymał – wydaje się – za dobre chęci, obietnice i zamiary. Poniżej przytaczam w całości tekst drugiego artykułu w „Dzienniku”.

(29) *Obama: tarcza w Polsce możliwa*

Zaskakująca deklaracja Baracka Obamy. Wczoraj w Pradze prezydent USA zapowiedział, że Stany Zjednoczone będą kontynuowały budowę bazy tarczy antyrakietowej w naszym kraju.

– Tak długo, jak utrzyma się zagrożenie ze strony Iranu, zamierzamy rozwijać systemy obrony rakietowej, które są skuteczne i oszczędne – mówił do 20 tys. ludzi zgromadzonych na Hradczanach. – Czechy i Polska były na tyle odważne, aby zgodzić się na ich przyjęcie – dodał. To samo powtórzył kilka godzin później prezydentowi Lechowi Kaczyńskiemu i premierowi Donaldowi Tuskowi podczas półgodzinnego spotkania.

Od kiedy Obama wprowadził się do Białego Domu, większość komentatorów była przekonana, że poświęci tarczę na ołtarzu porozumienia z Rosją. Jednak już w środę w Londynie odrzucił propozycję Dmitrija Miedwiediewa włączenia systemów obrony rakietowej do traktatu o rozbrojeniu jądrowym START, który Waszyngton i Moskwa chcą zawrzeć do końca roku. Stanowcze stanowisko wobec Iranu to część ogłoszonej wczoraj przez prezydenta USA zupełnie nowej strategii bezpieczeństwa, która ma w długiej perspektywie doprowadzić do całkowitej likwidacji broni jądrowej na świecie.

Kolejny temat to spotkanie Obama – Tusk – Kaczyński. Charakterystyczny jest tu piąty artykuł w „Dzienniku”, który przedstawia Baracka Obamę jako stanowczego, poważnego polityka z autorytetem, zaś polskiego prezydenta i premiera jako małych, skłóconych polityków, którzy z trudnością zdołali uzgodnić między sobą, kto o czym będzie mówił na tym spotkaniu. A przecież spotkało ich tak wielkie wyróżnienie. Oto fragment tego tekstu:

- (30) *Baza tarczy antyrakietowej powstanie w Polsce, ale tylko jeśli Iran nadal będzie starał się zdobyć broń jądrową – takie zapewnienie usłyszeli wczoraj od Baracka Obamy polscy prezydent i premier. Podczas szczytu w Pradze Lech Kaczyński i Donald Tusk po raz pierwszy spotkali się z nowym prezydentem USA.*
- (31) *Niewiele ponad 30 minut rozmowy w sześcioro oczu w odrębnym saloniku. Dla Polski to wyróżnienie. (DZ/5)*

2.4. Użycie wyrażen z negacją

Częstość stosowania zaprzeczeń w tekstach perswazyjnych (reklamowych) zwróciła moją uwagę w trakcie analiz tekstów reklamowych. Okazuje się, że również w tekstach prasowych, mających wpływać na opinię publiczną, zwłaszcza gdy chodzi o tematy czy wydarzenia budzące kontrowersje, przy których ścierają się przeciwstawne oceny i zdania, ich autorzy nie stronią od używania tego środka językowego. Chodzi między innymi o przypadki, gdy ta sama treść prościej dałaby się wyrazić w sposób niezanegowany, np. w zdaniu:

- (32) *Przeciw pomysłom Tuska buntują się koalicjanci, partyjni koledzy, a nawet bliscy współpracownicy. I nie bez powodu. (GW/8)*

W związku z powyższym wydaje się zrozumiałe, że szczególnie dużo negacji zawierają artykuły na temat polsko-polskiej wojny na szczycie NATO w Strasburgu. Zaprzeczenia wzmacniają krytyczny ton komentarzy, dezaprobatę wobec zachowań negatywnie ocenianych polityków, czynią szyderstwo bardziej żywym itd. Potęgują poza tym emocjonalną atmosferę komentarzy, a także uwiarygodniają argumentację. Przez użycie negacji autor zdaje się potwierdzać bowiem, że ma trzeźwe, nie bezkrytyczne podejście do relacjonowanych wydarzeń i opinii. Przykładem niech będzie dłuższy fragment z drugiego artykułu w Rzeczpospolitej:

- (33) *A przecież prawdziwym problemem szczytu NATO nie był ten czy inny ruch prezydenta, lecz to, że polska dyplomacja się nie sprawdziła w promowaniu kandydatury Sikorskiego. Że Andersa Rasmussena wybrano na szefa Sojuszu za naszymi plecami. Że uczyniono to nie za plecami „złych Kaczyńskich”, tylko Platformy, która rzekomo miała uwieść Europę. Nikogo nie uwiedliśmy, za to Rosja nakłoniła Niemców i Francuzów, by wybrali kogoś, kto się Kremlowi nie kojarzy źle. (RZ/2)*

Inną funkcję pełnią zaprzeczenia w artykułach relacjonujących praskie przemówienie Baracka Obamy (II/2) oraz na temat nowej strategii NATO (I/4). Rów-

niez tu służą one wzmocnieniu argumentacji oraz emocjonalizacji wypowiedzi. Przede wszystkim jednak nadają przekazowi wiarygodność i powagę – w swoim przemówieniu oraz przed przywódcami państw NATO prezydent Obama mówi przecież o rzeczach najistotniejszych, zwykle o wymiarze globalnym, o zagrożeniach i o wizji zapewnienia światu bezpieczeństwa, tak w kwestii broni jądrowej, walki z terroryzmem, jak też ocieplenia klimatu, problemu energetycznego czy kryzysu finansowego. Czasem służą zaprzeczenia także pochvale amerykańskiego prezydenta (np. w porównaniu z jego tak krytykowanym poprzednikiem):

- (34) *(Al Kaida zapowiedziała, że chce uzyskać broń jądrową). I nie będzie miała skrupułów, żeby jej użyć. (GW/1)*
 (35) *Barack Obama powiedział w Strasburgu, że USA nie mogą same dźwigać ciężaru wojny afgańskiej, ale – jak widać – decyzje szczytu NATO nie ulżą Ameryce. (T/5)*
 (36) *Jego poprzednik George Bush tego nie zrobił. (GW/1)*

Negacja ma bardzo różne formy. Zwykle dominują zaprzeczenia treści zdania, dość często przez użycie czasowników o treści negującej. Raczej rzadkie okazują się w praktyce (możliwe w języku polskim) przykłady, gdy negacja wyrażona jest dwu-, a nawet trzykrotnie:

- (37) *Przegrywamy naszą pozycję w Europie (RZ/2, tytuł)*
 (38) *Padły też sformułowania, że nic złego nie stałoby się, gdyby Polska zablokowała wybór sekretarza generalnego na strasburskim szczycie. (GW/7)*
 (39) *(Przypominam, że kiedy przeprowadzano reformę dowództw sojuszu w latach 2002–2005, Polska otrzymała Centrum Szkolenia Sił Połączonych w Bydgoszczy) i nikomu nie stawialiśmy wtedy żadnego weta. (T/3)*

Czasem autor używa – dla wzmocnienia efektu – negacji podwójnej:

- (40) *Gdy podczas kolacji Lech Kaczyński poparł w swoim wystąpieniu Rasmussena, wielu przywódców nie kryło zaskoczenia. (DZ/6)*
 (41) *(Przeciw pomysłom Tuska buntują się koalicjanci, partyjni koledzy, a nawet bliscy współpracownicy). I nie bez powodu. (GW/8)*

W miarę częste są przykłady negacji wyrazowej, np.

- (42) *Zdominowały go jednak dyskusje nad niedoszłą kandydaturą Radosława Sikorskiego na szefa NATO. (ND/1) lub*
 (43) *Dlaczego najwyżsi urzędnicy działają wbrew interesom swojego państwa? (RZ/8, pytanie w wywiadzie)*

Czasem niepełna negacja dobrze służy argumentacji:

- (44) *Takie sprawy niekoniecznie trzeba rozwiązywać na gruncie prawnym. (RZ/8)*
 (45) *Trudno się oprzeć wrażeniu, że burza wokół zlekceważenia przez prezydenta Kaczyńskiego słynnych instrukcji została wykorzystana przez rząd do medialnego przykrycia porażki Radosława Sikorskiego. (RZ/2)*

2.5. Wyrażenia ewaluatywne (obrazowe, potoczne, z dużym ładunkiem emocjonalności)

Wyrażeń tego typu (np. idiomów, ciekawych porównań, zwrotów potocznych, nierzadko dosadnych, metafor itp.) znalazłam w analizowanych tekstach wiele, zwłaszcza w artykułach o charakterze komentarza. Także część zaprzeczeń należy do tej grupy. Szczególnie liczne są wyrażenia „oceniające” w artykułach (głównie w komentarzach) na temat sporu premiera i prezydenta (I/3). Częste są tutaj metafory ataku, walki, wojny, ale też gry i wiele innych dosadnych, przesadnych i uogólniających sformułowań. Również sami cytowani politycy sięgają do nich chętnie. Oto kilka przykładowych zdań z takimi wyrażeniami:

- (46) *Złudzenia co do tego [szans kandydatury Sikorskiego] zostały definitywnie rozwiane dzień wcześniej w Strasburgu. (ND/I)*
- (47) *– Jak nie poprę Rasmussena, będę postrzegany jako rozbijacz NATO. Jak nie przedłużę sprawy Sikorskiego, będzie, że nie popieram polskiego kandydata. To jest proste jak budowa cepa. (ND/I, słowa Lecha Kaczyńskiego)*
- (48) *Najtrudniej jest nauczyć się przegrywać. Gratulacje, które minister Sikorski składał Rasmussenowi, pełne były ironii – to błąd. To nie służy ani polskiemu interesom, ani interesom ministra Sikorskiego, bo wszyscy zamiast zapamiętać, że walczyliśmy, mogą zapamiętać, że nie umieliśmy przegrać. I to się może zemścić w innych podobnych sytuacjach. (ND/2)*
- (49) *– To klęska polskiej dyplomacji. Ekipa rządząca nie ma za grosz profesjonalizmu... (RZ/I)*
- (50) *Hasło „prezydent nie słuchał instrukcji” ma dla spin doctorów Platformy wiele zalet: przykrywa porażkę rządu, upokarza prezydenta wyczulonego na punkcie swoich kompetencji oraz wskrzesza lansowany przez PO wizerunek Lecha Kaczyńskiego jako „dyplomatycznego psuja”. (RZ/2)*
- (51) *Powinien podobnie jak Turcy podjąć grę o uzyskanie dodatkowych korzyści dla Polski. (RZ/7)*
- (52) *Wart Pac pałaca, a pałac Paca (RZ/8, tytuł wywiadu z Wiesławem Chrzanowskim)*
- (53) *Lepiej swoją pozycję, swoje wpływy [...] załatwiać w formie myślenia pozytywnego, a nie na zasadzie liberum veto. (T/3)*
- (54) *Rząd z Platformą zaatakował prezydenta, PiS odpowiedziało oskarżeniem [...]. (T/4)*
- (55) *W ocenie szefa SLD Grzegorza Napieralskiego, w sobotę byliśmy świadkami „efektownego pogrzebu pana Sikorskiego”. Znowu dwóch ważnych polityków nie dogadało się. (T/4)*
- (56) *Jesteśmy śmiesznym, skłóconym wewnątrz krajem, z którego zdaniem nie trzeba się liczyć i z którym nie prowadzi się poważnych dyplomatycznych gier. (GW/3, pierwsze zdanie artykułu-komentarza)*
- (57) *Najlepiej byłoby trzasnąć pięścią w stół i przywołać polityków do porządku. (GW/7, pierwsze zdanie)*
- (58) *Zamiast dobrze rozegranej batalii o wysokie stanowisko międzynarodowe rząd PO – PSL dał popis złego przygotowania do takiej batalii i wodzenia za nos polskiej opinii publicznej. (GW/7)*
- (59) *– Prezydent powinien być w pracy trzeźwy – mówił [Chlebowski]. (DZ/I)*
- (60) *Co powinien zrobić prezydent? Rzucić się pod drzwi i krzyczeć, że nie pozwala? (DZ/3)*
- (61) *Przedwczesna zgoda prezydenta na Rasmussena była wycofaniem naszego kraju z meczu, który się jeszcze nie skończył. (DZ/9, wstęp)*

Bardzo dużo jest wyrażeń ewaluatywnych też w dwóch artykułach „Faktu” o Obamie: pierwszym, na stronie tytułowej, bardzo krótkim, będącym apeteozą amerykańskiego przywódcy i krytyką Europejczyków, i czwartym, ostrzegającym

przed pokładaniem w nim zbyt wielkich nadziei. Poniżej przytaczam krótki artykuł pierwszy⁴ i początkowy fragment czwartego.

(62) *Apelujemy do Baracka Obamy:*

Zostań prezydentem naszej Europy

Silny, zdecydowany, nieugięty. Takiego przywódcę potrzebuje dziś Europa. Jej sklócenie, małostkowi politycy nie potrafią zapewnić swoim obywatelom poczucia bezpieczeństwa w obliczu kryzysu. Mamy już dość słabości europejskich instytucji, niekończących się swarów i ciągłego targowania się naszych rażących bylejałością przywódców. Potrzebujemy kogoś, kto sprosta wyzwaniom ciężkich czasów, a Barack Obama taki, jakim pokazał się wczoraj na szczycie USA – UE w Pradze, spełnia te oczekiwania z dużą nawiązką. (F/I)

(63) *Obama w Europie*

Europejskie rządy przyjęły wybór Baracka Obamy na prezydenta USA z historycznym wręcz entuzjazmem. Niektórzy analitycy ostrzegali, że rozczarowanie będzie tym boleśniejsze.

Podczas szczytu G-20 w Londynie, szczytu NATO w Strasburgu i Kłel oraz szczytu USA – UE w Pradze bardzo dobrze było widać, gdzie leżą różnice. Na szczycie NATO Obama, zgodnie z przewidywaniami, domagał się od europejskich sojuszników zwiększenia ich zaangażowania w Afganistanie. [...] (F/4)

Najmniej wyrażen obrazowych, potocznych zawiera większość artykułów, których głównym bohaterem jest Barack Obama. Jednoznacznie wynika to z faktu, że był on wtedy oceniany w Europie (prawie) wyłącznie bardzo pozytywnie, a więc i jego słowa traktowano z należytą powagą.

Zakończenie

Artykuł mój pragnę zakończyć kilkoma wnioskami:

1. Jego pomysł zaczerpnęłam z obserwacji, że ludzie o odmiennych poglądach w różny sposób mówią o tych samych sprawach. Obserwacja ta bez wątpienia jest prawdziwa, jednak analiza artykułów prasowych pokazuje, że wszyscy ich autorzy stosują bardzo podobne, a często identyczne strategie i środki językowe. Różnice wynikają tu przede wszystkim z intencji piszących: czy chcą oni (rzeczowo) informować, czy raczej komentować opisywane zdarzenia.
2. Drugi wniosek daje się streścić w popularnym polskim przysłowiu: „Cudze chwalicie, swego nie znacie. Sami nie wiecie, co posiadacie”. Podobnie jak wielu Polaków, autorzy analizowanych artykułów wiele miejsca poświęcają przedstawieniu polskich sporów, nieporozumień, walki na racje pomiędzy ważnymi politykami z własnego kraju. Wielokrotnie podkreślają, zarazem wyolbrzymiając jego wagę, fakt, że nasi politycy są skłonni raczej zwalczać się nawzajem niż współpracować ze sobą i połączyć to, co w nich cenne, połączyć siły i swoje mocne strony dla budowania pozytywnego wizerunku kraju i jego dobrej pozycji w Europie. Jednocześnie w bezkrytyczny sposób pozytywnie

⁴ Trudno go traktować poważnie.

prezentują postać amerykańskiego prezydenta, który w tamtym czasie mógł pochwalić się co najwyżej wieloma dobrymi chęciami.

3. Johann Wolfgang Goethe powiedział kiedyś: *Nie widzimy tego, co widzimy; raczej to, co wiemy*. Od Annaïs Nin zaś pochodzi obserwacja, że *widzimy rzeczy nie takimi, jakimi są, lecz takimi, jakimi my sami jesteśmy*. Dokonana analiza potwierdza oba te spostrzeżenia. Myśl Goethego można by jednak uzupełnić – *widzimy często to, co sądzimy, że wiemy (o rzeczach), lub to, co chcemy zobaczyć*. Zawsze chcemy bowiem zachować pozytywny, zgodny z własnymi życzeniami, obraz samych siebie. Nawet jeśli nie w pełni odpowiada on prawdzie.
4. Mój ostatni wniosek wyraża fraza „braki w komunikacji”. Najczęściej opisywany przez prasę 6 kwietnia 2009 r. był spór polsko-polski, który w sposób ewidentny powstał na skutek niedogadania się polskiego prezydenta i premiera. Następujące postawy zdają się charakteryzować ten konflikt: niedopowiedzenia, przerost asertywności nad empatią, stawianie własnych racji ponad wspólną sprawę, niezdolność do współdziałania, niezupełnie czyste intencje, brak szacunku dla partnera oraz nieuwzględnianie jego dyspozycji i poglądów, przerzucanie na partnera winy i obarczanie go odpowiedzialnością za porażkę połączone z samousprawiedliwianiem się i umywaniem rąk, chowanie uraz, a czasem nawet infantylnie, niedojrzałe zachowania.

Literatura

Adamzik K., 2001, *Sprache. Wege zum Verstehen*, A. France Verlag, Tübingen / Basel.

Teksty źródłowe

„Gazeta Wyborcza”
 „Rzeczpospolita”
 „Dziennik”
 „Fakt”
 „Trybuna”
 „Nasz Dziennik”
 „Nowiny”

FIGHTING WITH WORDS – FIGHTING FOR WORDS IN THE POLITICAL DISCOURSE

Summary

The basis of this essay is the simple consideration that people with different (political) attitudes will talk differently about the same topic or the same event and will also name and characterize things, facts and persons differently. A detailed analysis of 52 newspaper articles of one single day (6.04.2009) confirms this observation. It is a description of five selected linguistic aspects, e.g. the use of various negated expressions.

Izabela Łuc

Uniwersytet Śląski, Cieszyn

MODNE SŁOWA W KULTURZE KONSUMPCYJNEJ

Wprowadzenie

Przedmiotem przyjętej tu analizy są sposoby tworzenia reklamowych wypowiedzi, informujących konsumentów o atrakcyjnych (prze)cenach, promocjach i korzystnych usługach².

Materiał analityczny, pochodzący z reklam rozpowszechnianych przez media w latach 2009–2011, odpowiednio pogrupowano, dokonując jego selekcji podporządkowanej wyodrębnieniu **modnych słów**³ w kulturze konsumpcyjnej. Słowa te, wkomponowane w odpowiednie syntaktyczno-semantyczne struktury wypowiedzi (głównie w akty asertywów, ekspresywów, deklaratywów, dyrektywów, komisywów), ilustrują nieograniczone możliwości tworzenia perswazyjnych komunikatów nakłaniających odbiorców do zakupu produktu bądź skorzystania z promocyjnej oferty.

Analiza pragmatolingwistyczna, nawiązująca również do kognitywnych metod badawczych, odnosi się do czterech kluczowych pojęć uznanych przez autorkę jako modne (popularyzowane) w konsumpcyjnej kulturze języka reklamy. Są nimi leksemy: **cena, okazja, promocja, wyprzedaż** (oraz ich synonimy), wytyczające zakres i charakter ujęć interpretacyjnych.

Zachowania użytkowników języka wykazują, że moda na prowadzenie gier komunikacyjnojęzykowych⁴ realizuje się na różnych płaszczyznach

¹ Reklamę interpretuję jako „typ zachowania się znakowego, mającego na celu nakłonić odbiorcę do zakupu towaru lub skorzystania z płatnej usługi” [Lewicki 1996: 111].

² Warto dodać również, że wypowiedzi te w sposób szczególnie wpisują się w kulturę ponowoczesności, w której wartość pieniądza zyskuje na znaczeniu, a komfort życia i wolność jednostki (w rzeczywistości – iluzoryczna) zyskują szczególnie wymiar we wszystkich płaszczyznach życia społecznego.

³ Używając formuły „modne słowo”, uwzględniłam szczególnie ekspozowanie owego słowa, wyrażające się w częstotliwości użycia.

⁴ Pojęcie gry językowej interpretuję jako „szczególny sposób organizacji środków z różnych poziomów systemu językowego, uwzględniający także cały kulturowy polsystem ich możliwych – pośrednich lub bezpośrednich – odniesień ekstrapunktualnych.

języka i jego odmian. W jej obrębie można mówić o modzie na pewien specyficzny typ i sposób kreowania form wypowiedzi – jej kompozycji, generowania w niej osobliwych składników swoistych dla mniejszych grup dyskursywnych, realizowanych na płaszczyźnie indywidualnego bądź lokalnego kontaktu, a rozszerzając zakres rozważań, można mówić o zjawisku mody w komunikacji – charakterystycznym i popularnym (z jakiegoś powodu) ekwiwalencie komunikowania, podejmowanym w praktyce komunikacyjnej, a upowszechnianym za pomocą oficjalnych kanałów (medialnych). W takim ujęciu moda w komunikacji odnosi się: 1) do procesu wprowadzania w społeczny obieg pewnych wybranych elementów, specyficznych z jakiegoś powodu jednostek języka, które są popularne, lub też 2) do aktualizacji leksemów (m.in. w postaci archaizmów albo rozmaitych form stylizacji), które już wyszły z użycia, a którym ponownie przywraca się ich wartość czy znaczenie. W obrębie funkcjonowania modnej komunikacji można mówić o modzie na pewne konwencje, stylizacje, kreacje innowacyjnych twórców gatunkowo-stylowych [Łuc 2010: 175]. Owe tendencje komunikacyjne przejawiają się również we współczesnej kulturze konsumpcyjnej, obejmującej komercyjny język promocji i reklamy.

Modne słowa i ich znaczenie w kulturze konsumpcyjnej

Kazimierz Ożóg wykazuje, że modne wyrazy, wyrażenia oraz frazy, zawierające komponent semantyczny ‘duże natężenie danej cechy, dodatnie wartościowanie, maksimum czegoś’, pojawiające się powszechnie w obsługującej sferę reklamy i handlu współczesnej polszczyźnie konsumpcyjnej, „oddają skłonność współczesnej kultury do wyrażania ekstremów” [Ożóg 2004: 95]. Przemysłane konstrukcje leksykalne (oraz ich zestawienia) sytuowane w odpowiednim kontekście i intencjonalnie wspomagane grafiką lub obrazem filmowym współtworzą odpowiednio skonfigurowany przekaz „modelujący siatkę oddziaływania perswazyjnego” [Loewe 2004: 34]. Tworzenie i dobór tego rodzaju komercyjnych komunikatów wynika z praw rynku – podaży i popytu, o czym pisze m.in. Tadeusz Sztucki 1999: 17 (por.: „swoboda wyboru przez nabywców dowolnego produktu oraz miejsca i czasu zakupu powodują konieczność ciągłego zabiegania o ich aprobatę dla oferowanych towarów i usług”). W odniesieniu do tego typu perswazyjnych zachowań nakierowanych na odbiorcę tworzy się rozmaite rodzaje marketingowych

Dzięki temu zostaje lub może zostać uruchomiona dodatkowa (tzn. poza znaczeniem wnoszonym za pomocą jednostek i reguł kodu językowego) sfera znaczeń wtórnych, warunkowanych związkami języka i kultury. Odkrycie i rozpoznanie sensu takich zabiegów jest warunkiem odczytywania tych „naznaczeń”, a tym samym spełnienia zakładanej funkcji owej gry oraz aktywnego, satysfakcjonującego poznawczo i estetycznie uczestnictwa w swoistej [...] zabawie, jaką nadawca tekstu proponuje odbiorcy” [Jędrzejko 1996: 222–228].

informacji, ujmowanych w charakterystyczny dla tego typu wypowiedzi sposób. Wśród nich na szczególną uwagę zasługują komunikaty dotyczące składania ofert, przecen czy promocji.

Wyzwania współczesności determinują charakter i specyfikę tworzonych tekstów reklamowych, w których akcentuje się atrybut niskiej ceny, stanowiącej prymarny bodziec motywujący odbiorcę do skorzystania z oferty. Konstruując wypowiedzi omawianego typu, stosuje się szereg zabiegów, w obrębie których wpisuje się swoiste (często innowacyjne) formy semantyczno-syntaktycznych połączeń (zestawień czy wyrażen), wpłatanych w część początkową lub finalną tekstu. W ten sposób powstają charakterystyczne twory, między innymi metafory⁵ (np. antropomorfizacje, metonimie), wyszukane (nietypowe) derywaty odnoszące się do prezentowanych przedmiotów i usług bądź wyrazowe konstrukcje, przyjmujące niekiedy postać neologizmów identyfikujących produkt.

Do znamiennych środków perswazyjnego wyrazu należy przede wszystkim zaliczyć przymiotniki, które nie tylko impresywnie obrazują, posiadając moc gradacyjną, ale i efektywnie wartościują [Laskowska 2008: 219–226]. Zadaniem przymiotników wpisanych w omawiany typ komunikatów jest nie tylko zainteresować odbiorcę, zaskoczyć nietypowością przekazu, lecz również zapisać się w jego pamięci jako niebywała sposobność wywołująca bezwzględna konieczność skorzystania z oferowanej promocji⁶. W działaniu nadawcy świadome wyzyskanie przymiotników (jako ogniw reklamowych komunikatów) ma na celu nie tylko zachęcanie klienta, ale również mobilizację do działania – skorzystania z wyjątkowej, unikatowej okazji zakupu lub otrzymania czegoś na niebywale korzystnych warunkach. Perswazyjna konstrukcja informacji zawartych w reklamie ma wytworzyć w umyśle odbiorcy przekonanie, że jedynym niesprzyjającym determinantem owej niepowtarzalnej okazji jest czas. Biorąc pod uwagę owe aspekty, twórcy reklam w dalszym etapie perswazji tworzą przekazy odwołujące się do racjonalnego myślenia. One bezwa-

⁵ E. Lewandowska-Tarasiuk [2005: 52], omawiając rozmaite formy perswazyjnego oddziaływania na odbiorcę, pisze, że „językowa ekspresja wypowiedzi prezentera zależy od jego umiejętności obrazowania, tj. sposobu konstruowania przedstawień odwołujących się do wyobraźni odbiorcy i stanowiących spójny system opisywanego czy relacjonowanego zjawiska. Szczególną rolę w kreowaniu tych przedstawień odgrywa metafora, która jako świadomie wprowadzone przekształcenia wzbogaca wypowiedź o dodatkowy sens, ukazując zaskakujące, niestereotypowe skojarzenia i nowe konteksty sytuacyjne”.

⁶ Strategie ta dotyczy sugestywnego informowania klienta o ograniczonym czasie promocji: *Last minute*. mix electronics; *Końcówki serii*. Bricoman; *Ograniczona ilość* (produktów). Jysk; *Liczba sztuk ograniczona*. Promocja euro.com.pl; *Ostatnie sztuki*. Vobis Digital; *Oferta ważna do wyczerpania zapasów*. Aldi; *Tylko do wyczerpania zapasów*. RTVEuroAGD, czy wyjątkowości oferty (por.: niebywała okazja / sezonowa wyprzedaż, obniżka cen do wyczerpania zapasu), bezwarunkowo zapisującego się w pamięci odbiorców jako niepowtarzalna szansa: *Dzisiaj płacisz tylko połowę! Resztę za pół roku!* Media Markt; *Ostatnia szansa. Rabat 30–70% na artykuły ogrodowe*. Jysk; *Ostatnia szansa na przełomową ofertę Fiata; Najtaniej i na raty 0%*. Media Expert; *Ostatnie dni wyprzedaży –70%*. Endo; o funkcji kontaktowo-więziotwórczej: *Zobacz, ile oszczędzisz!* Makro.

runkowo nakazują, by w trybie natychmiastowym nabyć produkt, gdyż składane oferty są nie tylko ulotne i mogą się w przyszłości nie powtórzyć, ale tak atrakcyjne (a ilość asortymentu ograniczona), że mogą zainteresować wielu innych klientów, których należy wyprzedzić w działaniu [Łuc, Bortliczek 2011: 292].

Wszystkie wspomniane zabiegi są sztucznym tworem marketingowego rynku, rządzącego się własnymi prawami, wykorzystywanymi w celach perswazyjno-komercyjnych przez media.

1. Cena

Zebrany materiał wskazuje, że najpopularniejszym słowem kultury konsumpcyjnej jest *cena*. Fakt ten poświadcza nie tylko duża frekwencja pojawiania się tego wyrazu wśród zebranych reklam, lecz także częstotliwość tworzonych i używanych jego derywatów. Teksty zawierające w swej strukturze leksem *cena* ujawniają, że pokaźną ich część (ok. 40%) zajmują wypowiedzi cechujące się pewnego rodzaju schematycznością (powtarzalnością) konstrukcji, wyrażającą się w specyfikacji treści oraz doborze środków wyrazu. Te komercyjne komunikaty zawierają identyczne (synonimicznie wymienne) lub podobne znaczeniowo jednostki językowe bądź ich połączenia tworzące serię określeń i określników – dubletów omawiających cenową atrakcyjność oferty. Formuły te, jako ogniwa reklamowej perswazji, tworzą pewien typ siatki nominacyjnej „wypełniającej przestrzeń komunikacyjną” języka konsumpcji – promocji i reklamy⁷.

Najliczniej reprezentowane są przykłady reklam, w których przekazuje się informacje o niskich cenach. Wśród nich wynotowano jedno- lub dwuskładnikowe wypowiedzenia: *Cenomania*. RTVEuroAGD; *Niskie ceny*; *Cena spadła*; *Super ceny*. Jysk; *Dzień w dzień niskie ceny*. Media Markt; *Supercena*⁸. Selgos. Cash&Carry; *Ceny na pół*. Media Expert; *Za pół ceny*. Neonet; *Korzystna cena*.

⁷ W większości performatywnych wypowiedzi reklamowych podejmujących temat ofert można zauważyć intencjonalnie dokonywany dobór rozmaitych środków stylistyczno-językowych (np. epitetów, elips): *Dobre ceny – dobry nastrój*. Deichmann; lub ich wariantywnych kombinacji, zawierających wyselekcjonowane wyrazy łączone w odpowiednie związki wyrazowe lub przyjmujące postać zestawień: Real: *Codziennie niska cena gwarantowana*; *Najtańszy w rankingu tygodnika Polityka*; *Codziennie nowe okazje*. Avans; *Codziennie gwarantujemy niskie ceny*; *Dzień po dniu niskie ceny*. Castorama; *Gwarancja niezmienności ceny*. Itaka; Biedronka: *Niższe ceny na co dzień*; *Codziennie niskie ceny w Biedronce*; *Lepsze niskie ceny na co dzień*; *Promocje mijają, niskie ceny zostają w Biedronce*; *Stale niska cena*. Ikea; *Tak tanio jeszcze nie było*. limango.pl.

⁸ Jak pisze Przybylska [1995: 106]: „charakterystyczna dla *super* kumulacja funkcji syntaktycznych – może on być prefiksem, przysłówkiem, przymiotnikiem, jest nieodmienny – powoduje, że potencjalnie ma nieograniczoną łączliwość i z łatwością tworzy różnorodne związki”, w związku z czym „w wielu przypadkach trudno stwierdzić, czy *super* to człon złożenia, czy człon atrybutywny”; o tym fakcie świadczą m.in. wahania w pisowni (por. *Super oferta* / *superoferta*; *super tani* i derywat *supertaniłość*).

Makro; *Produkty w dobrej cenie*. Natura; *Piekielnie niskie ceny*. mix electronics, również w formie gradacyjnego wyliczenia: *Jeszcze więcej niskich cen!* Pepco⁹ czy użycia przymiotnika w stopniu wyższym: *Nowa niższa cena*. Mitshubishi Motors. Popularne są też złożone akty wypowiedzi typu: *Hity cenowe Simplusa*; *Cenowe hity Spara*; *Cenowy hit należy do Euro*; *Letnie hity*. Modell.pl; *Do kompletu niska cena*. Dacia; *Jakość i cena w Sparze*; *Doskonała cena*. wysylkowa.wp, konstruowane m.in. w postaci asertywów (w grupie tej przeważają formy zawierające wartościujący przymiotnik nowe): *Nowe, niższe ceny od Mustela*; *Nowe, niższe ceny telefonów Nokia*. Orange, deklaratywów: *Hit cenowy*. Netto czy dyrektywów: *Najwyższy czas na najniższe ceny!* Media Markt; *Skorzystaj z atrakcyjnych cen*. Chewrolet; *Sprawdź równie atrakcyjne ceny na inne modele*. Opel Astra. Wśród odnotowanych przykładów reklam wyróżnić można komunikaty odwołujące się do frazeologii potocznej. Tego typu przekazy zastosowała m.in. sieć handlowa Media Markt: *Lepiej liczyć się z najlepszymi cenami; Łap okazje, bo CENY lecą w dół!*¹⁰

Namawiając do skorzystania z cenowych okazji, odwoływano się też do komisywów: *Możesz liczyć na dobre ceny*. Abra; *Schlecker obniża ceny!*; *Gwarancja niskiej ceny*. Markab; *Gwarancja najniższej ceny* (identyczna formuła zastosowana przez firmy: Agata meble, mix electronics, Itaka). Sieć marketów Kaufland, mówiąc o korzystnych cenach, zapewnia: *Setki produktów w obniżonych cenach*. Media Expert stosuje zaś obietnicę: *Nasza obietnica na 2010: Niskie ceny na wszystkie artykuły!*

W innych wypowiedziach eksponuje się jakość produktu oferowaną za niewielką cenę (por. wypowiedzi odwołujące się do tradycji: *Niższe ceny to nasza tradycja*. Fashion House, oraz *Niskie ceny – wysoka jakość to znak rozpoznawczy firmy Deichmann od kilkudziesięciu lat*). Z tej grupy wypowiedzi wynotowano też deklaratywy typu: *Dobra jakość jeszcze taniej*. Jysk; *Dobra jakość w niskiej cenie*. Kaufland; *Dobra jakość za niewielką cenę to dopiero coś! Nasze produkty poddajemy wielu testom, byś miała gwarancję, że bez zarzutu sprawdzą się w Twoim domu*. IKEA; *Numer jeden w najniższych cenach*. Media Expert; *Wyższa klasa. Niższa cena*. Dodge. Chrysler. Jeep; *Super-Jakość Teraz w Super Cenie*. Huggies [pieluszki]; *Niskie ceny! Najwyższa jakość usług*. Schlecker; *Dobre ceny blisko domu*. Gwarantowana jakość. Społem; formy paronomazji: *Zasada Aldi*. *Jakość ponad wszystko – ceny non stop nisko* oraz elipsy: *Najlepsze ceny*. *Najlepszy wybór*. Toyota. Por. też zasady Lidla: *Podnosimy jakość, obniżamy ceny; Odpowiadamy za udany zakup*. Komputronik.

⁹ Por. też: *Tanio*. *Taniej*. *Najtaniej*. mix electronics.

¹⁰ W równie sugestywny sposób nakłaniają do zakupu inne wypowiedzi odnoszące się skojarzeniowo do niskiej ceny, a zawierające wartościujący przymiotnik *taniej*: *Nie przepłacaj! Kup taniej!* Euro.com.pl; *Kupuj taniej!* mix electronics oraz Tesco; *Kup teraz!* / *Tylko teraz*. Media Markt; *Im wcześniej, tym taniej!* Itaka; *Świadomie kupuj taniej!* Makro.

Analizowane formuły precyzowały również miejsca, w których cena jest najniższa, informując o jej zasięgu: *Sprawdź okazje cenowe w okolicy!* Home Broker; *Gwarantujemy najniższe ceny w mieście, Najniższe ceny w mieście* oraz *A w Kaliszu jest najtaniej...* Media Markt; *Najniższe ceny w Polsce.* Fotojoker; *Najlepsza cena w Polsce!* Makro; *Najtaniej w Polsce.* mix electronics, bądź wskazywały na rodzaj promowanych produktów: *Najniższe ceny na agd.* Auchan.

W kolejnych reklamach z omawianej grupy oferent, mówiąc o obniżce cen, używa wykrzyknienia *Uwaga!*, pełniącego funkcję fatyczną: *Uwaga! Spadające ceny w salonach Škody*¹¹; *Uwaga na spadki cen w salonach Škody; Uwaga! Uwaga! Rabaty!* Jysk; *Uwaga! Niskie ceny.* Deichmann; *Uwaga przecena -50%.* Cropp Town; *Uważaj na okazje!* geloo.pl. Reklamy te zamykają klasyfikacyjny rejestr popularnych sposobów nakłaniania klienta do zakupu produktu oraz możliwości skorzystania z promocyjnej oferty.

Wśród reklam informujących o wyjątkowych cenach wynotowano wiele reklamowych komunikatów charakterystycznych dla danej marki, typu produktu bądź usług, które staną się przedmiotem szczegółowych omówień.

Spora część tych reklam, realizując temat atrakcyjnych ofert, odwołuje się do typu produktu: *Dobrze wysmażona niska cena* [patelni]. Ikea; *Dobrze skrojona cena* [zestaw do szycia]. Klub dla Ciebie; *Budując niskie ceny.* psb Mrówka [hurtownia materiałów budowlanych]. Ta sama intencja towarzyszy komunikatom zawierającym różnego typu metafory: *Kumulacja najniższych cen.* Media Expert; *Zamrażamy ceny* oraz *Schłodzimy z cenami.* Neonet [reklama lodówkozamrażarki]; *Orzeźwiająco niskie ceny!*; *Ceny dobrze schłodzone.* Neonet¹².

Rymowanki odnoszące się do asortymentu, czasu promocji, jakości oferty, jej rozmiarów oraz wartości promocyjnej: *Truskawkowy szok cenowy.* Danone; *Styczniowy boom cenowy!* Neckermann; *Niskie ceny nie schodzą ze sceny.* Carrefour; *Nie rób sceny. Liczą się ceny!* Media Markt; *Misja sknera. Najtaniej tu i teraz!* Saturn; *Cena na do widzenia.* Rossmann; *Weekendowy bzik cenowy!* Media Markt, otwierają kolejny segment klasyfikacyjny reklam zawierających wyszukane formy i sposoby informowania odbiorców o korzystnych cenach produktów.

Do oryginalnych sposobów oddziaływania na odbiorcę można zaliczyć też kolejne reklamowe przekazy z wpisaną funkcją memoryzacyjną¹⁴, tworzące oryginalne akty wypowiedzi. Odnoszą się one do deklaracji dotyczącej niezmienności

¹¹ Por. również: *Dobra wiadomość: Obniżyliśmy ceny Škody Fabia i Škody Roomster z rocznika 2010. Zła wiadomość: Ostatnie sztuki z rocznika 2009 z upustem do 11 000 zł. Nie zwlekaj, skorzystaj z promocji!*

¹² Reklamy chłodziarkozamrażarki ewokujące skojarzenia typu 'ugasić czyjeś pragnienie' → neosemantyzacja → *pragnienie* niskich cen; por. też: *orzeźwiać* – *dawać ulgę; przywracać siły witalne.*

¹³ Por. też: *Jesień niskich cen.* Black Red White; *Zapał się do zakupów. Niskie ceny na przeboje jesieni.* azonka.pl

¹⁴ Ta konstrukcja treści umożliwia łatwe zapamiętanie.

niskich cen: *Nikommu nie pozwolimy pobić naszych cen!* Castorama; *Cenobicie w sklepach Euro. Setki produktów w supercenach; Niskie ceny biją wszystkie inne.* Neonet; *VAT rośnie. Nasze ceny NIE. NON STOP TANIO.* InterMarche, odwołują się do aktu przeprosin, rad lub powitań: *Przepraszamy za niskie ceny drzwi.* Clas-sen; *Lepiej liczyć się z naszymi cenami.* Media Markt; *Witamy w świecie niskich cen!* Kaufland. Kolejne zaś reprezentują ekspresywne akty wypowiedzi ujęte w formę wyznania miłosnego wobec niskich cen: *I ♥ najniższe ceny!* Media Expert; *AMO-Ralnie niskie ceny.* mix electronics, eksponujące jeden spośród wielu walorów konkretnych sieci handlowych czy marketów – stałość cen.

Immanentny typ reklam produktów wysokiej jakości za niską cenę reprezentują komunikaty zastosowane przez dyskont Biedronka. Bazując na wyrażeniach pochodzących ze slangu młodzieżowego i frazeologii potocznej, zamieszczono w nich żartobliwe komunikaty, wspomagając się odpowiednimi obrazami produktów: *Niska cena do przelknięcia w znacz. do przyjęcia, do akceptacji; Wysoka jakość, niskie ceny. To nasz chleb powszedni (chleb); Wysoka jakość w niskiej cenie to dla nas bułka z masłem (bułka z masłem w znacz. to dla nas nie problem; łatwe do wykonania); Wyciskamy wysoką jakość z niskiej ceny (połówka soczystej pomarańczy); Wysoka jakość w niskiej cenie to dla nas pestka (rozkrojona brzoskwinia); Coś się kroi w Biedronce. Wysoka jakość w niskiej cenie (plastrowany schab); Wyższa jakość w niższej cenie. Czarno na białym (na czarnym tle usytuowano szklankę mleka; czarno na białym w znacz. 'dowodzenie rzeczy / zjawiska w sposób niebudzący wątpliwości')¹⁵.*

Godne uwagi są reklamy zawierające presupozycje, między innymi skonstruowane w formie antytez (por.: *Gorąca zima – zmrożone ceny!* Hotel Novotel. Hotel Mercure. Hotel Ibis. Hotel Orbis. Hotel Etap; *Letnie chłodzenie cen.* OBI), metafor znaczeniowo odnoszących się do zmian temperatury – emocji związanych z promocją (por.: *Ceny topnieją na maxa!!!; Zrobiło się gorąco. Ścinamy ceny.* Era¹⁶; *Cenowy żar zakupów.* RTVEuroAGD; *Gorąca promocja.* mix electronics; *Oczekiwanie premiery. Szokujące ceny.* amazonka.pl), lub z zastosowaniem zabiegów polisemicznych: *Zimowy zjazd cenowy. Superniskie ceny w KDC.pl; Ceny leżą plackiem (jak opalająca się kobieta); Ekstremalny zjazd cenowy.* RTVEuroAGD.

Mówiąc o okolicznościowych terminach nabycia produktów za niższe ceny, używa się swoistych środków wyrazu (m.in. zestawiając różne struktury językowe, kompilując style i formy wypowiedzi), zyskując rozbudowany (polisemiczny) wymiar interpretacyjny. Wśród reklam z tej grupy najpopularniejsze okazują się

¹⁵ Por. też: *Drapnij super ceny.* Real; *Wielkie otwarcie na niskie ceny.* mix electronics; *Najniższe ceny w grze.* Media Expert; *Niskie ceny to nasz psi obowiązek!* Media Markt; *Cenowe Ła!!!* Auchan; *Najniższe ceny na wagę złota oraz Najniższe ceny to największy skarb.* Biedronka; *U nas najlżejsze ceny* [w tle tekstu reklamy baloniki]. Statoil.

¹⁶ Por. też: *Włączamy niskie ceny.* Media Expert oraz gry słów *Nocne przeceny.* Media Markt [nocne < mocne]; *Sromotnie niskie ceny.* Media Markt [w sensie: zabójczo niskie].

reklamy świąteczne i karnawałowe, zawierające aluzyjno-ekspresywny zwrot do adresata (kon)tekstualnie wyzyskujący frazem¹⁷: *Kurs na najniższe ceny*. Media Markt, lub metaforyczne formuły: *Gwiazdy w letnich cenach*. L'Oréal; *Wiosenne cięcie cen*. Metabo, czy *Wiosną tniemy ceny*. Saturn; *morze niskich cen*. Media Expert. Mogą one występować również w skontaminowanej formie uosobienia: *Zapoluj na drapieżne zniżki*. Galeria Askana, w formie rymowanej: *Mikołajowy odlot cenowy*. RTVEuroAGD; *Ka(rna)wał dobrej ceny*. RTVEuroAGD¹⁸, w formie porównania: *Jesienią ceny spadają jak liście*. Księgarnia Gandalf, lub nawoływania do porównań: *Axa Direct. Nie boimy się porównań. Sprawdź ceny naszych ubezpieczeń*.

Reklamy wielkanocne odwołują się często w sposób żartobliwy do atrybutów tych świąt: *Kokorzystne ceny!*; *Rewelacyjne produkty w ko-korzystnych cenach!* NEONET; *Tylko do 3 kwietnia. Takie ceny bez jaj! Szukaj w sklepach produktów oznaczonych na żółto*. Media Markt; *Robimy jaja* (w znaczn. żartujemy sobie; nie bierzemy poważnie) *z każdą ceną*. Partner Agd-Rtv.

Częstym motywem uzasadniającym obniżki cen są okazje jubileuszowe – urodziny punktu sprzedaży, sieci czy dyskontów, co m.in. poświadczają przykłady, w których zastosowano reduplikację głosek wyrazu: *Urodzinowe przeeee... ceny*. mix electronics, rymowanki: *Urodzinowa demolka cenowa! od 10 lat nokautujemy ceny*, czy frazemy: *10 lat w Częstochowie. Urodzinowy stan wyjątkowy*. Media Markt; *Tniemy ceny w promocji urodzinowej*. Era.

Sieć Neonet, realizując slogan *U nas najdroższy jest klient*, stworzyła kilka oryginalnych komunikatów ogłaszających cenowe obniżki. W reklamach tych odwołano się do kreacji swoistych określeń typu: *Mocno tniemy ceny. 80 produktów nabiło-wych po niższych cenach*. Auchan; *Ultra niskie ceny; Sezon ultra niskich cen!*; *Cięcie do 25% taniej; Tniemy ćwiartkę*¹⁹, wspomaganych gramami graficznymi: *Mamy! Hit-y cenowe mamy!* (reklama pralki); *Ka(rna)wał dobrej ceny*. RTVEuroAGD; *RarytASY cenowe*. Neonet; *PREZENTujemy najniższe ceny*. Media Expert, w których w obrębie jednej wypowiedzi „przemycono” dwa semantycznie różne przekazy.

Konstruując komunikaty reklamowe zawierające leksem „cena”, stosuje się również formy hipokorystyczne: Neonet: *Pół cenki, Zero ratki, Takie okazje, że cenka opada i Cenka pęka*. RTVEuroAGD, oraz rozmaite komponenty stylistyczne, m.in. w formie onomatopei wyrażających zachwyt i zdziwienie dzięki zabiegowi przedłużenia głoski (por. np. slogany: *Strrrrasznie niskie ceny*. Media Markt; *Krrrruszmy ceny*. RTVEuroAGD; *Nie daj się wwwkręcić. U nas najtaniej*. Saturn). Wśród reklam oddziałujących na emocje odbiorcy wynotowano też takie, w których za-

¹⁷ Usytuowane w tekstach reklamowych frazemy nie tylko uatrakcyjniają przekaz informacji, ale wartościują opisywane produkty / usługi, służą jako element porównania, wyrażając ocenę prezentowanej sytuacji. Por. Rodak 2000: 187–198.

¹⁸ Por. *Rekin wigilijny. Cenojad*. RTVEuroAGD.

¹⁹ Por. też: *Pihujemy ceny*. RTVEuroAGD.

warte słownictwo emocjonalnie nacechowane (m.in. brutalizmy i wulgaryzmy), realizując funkcję ekspresywną języka, pełni kluczową rolę perswazyjną w komercyjnym komunikacie. Odwołując się do owej funkcjonalności, firma House wyzyskała obsceniczny napis łamiący tabu językowe: *Mamy gdzieś wysokie ceny*.

W składanych odbiorcy reklamowych ofertach lub atrakcyjnych prezentacjach produktów i usług stosuje się połączenia rzeczowników z innymi rzeczownikami lub z przymiotnikami tworzącymi metaforyczne (metonimiczne) znaczenia eksponujące okazjonalny wymiar oferty: *PraktikoMania. Atak superCen!* Praktiker; *Rekordowo niskie ceny*. Neonet; *Epoka niskich cen*. RTVEuroAGD; *Niepoważnie małe ceny i raty; Tu rządzi bezcen i raty 30% x 0%*. RTVEuroAGD; *Cenowy strzał w Foto i RTV*. Media Markt. Według tych metaforycznych ujęć atrakcyjne i wyjątkowe oferty przyciągają tłumy, przybierając ludyczny charakter: *Bazar cenowy*. Nomi; *Cenowe szaleństwo w mieście; Strefa niskich cen*. Media Expert; *Bazar niskich cen*. Praktiker; *Majówka szalonych cen*. Neonet. Na podobnej zasadzie zachęca się do skorzystania z ofert przyrównywanych do udziału w imprezach masowych: *Festiwal cen*. Leroy Merlin; *Letni festiwal niższych cen*. Gerber; *Bal cenowy*. RTVEuroAGD, tworząc zarazem sposobność wygranej: *Triumf niskiej ceny*. RTVEuroAGD oraz gwarantując niesamowitość doznań estetycznych: *Światne premiery w niskich cenach*. Gandalf. Metaforycznie zachęcając do zakupu, podkreśla się również jego dostępność – w znaczeniu ‘cena na każdą kieszeń’: *Naturalne ceny*. Bliska, uwzględniając jednocześnie jakość oferowanego produktu: *Mistrzowie lekkich cen*. Spar; *Okazje na medal*. Media Markt; *Diskontowe ceny*. Tesco; *Elektryzująca wyprzedaż do -50%*. Plejada. Centrum Handlowe Sosnowiec; *Elektryzujące ceny i raty*. RTVEuroAGD; *Cenowa rekreacja*. Saturn.

Mówiąc w reklamach o ofertach i obniżkach, wyzyskuje się też różne fleksyjno-syntaktyczne połączenia czasowników z różnymi częściami mowy. Ten typ semantycznej kompozycji potwierdzają wybrane przykłady reklam, np. sugestywnie wspomagana obrazem reklama firmy RTVEuroAGD: *Cena nie podskoczy i raty 30 x 0%*, w której zawarto wizerunek mężczyzny wyzywającego (przy pomocy symbolicznego gestu) konkurencję na cenowy pojedynek, oraz *Wyciskamy ceny* (metonimia semantyczno-ikoniczna – *jak cytrynę*).

Swoistymi przykładami antropomorfizowania cen są również przywołane w trzech reklamach sposoby skutecznej walki i zastraszania: *Nokautujemy ceny*. Schlecker (drogeria); *Uwaga! Nadchodzi nokaut cenowy!* Mango; *Dajemy cenom wycisk*. Vademecum oraz nacechowana ekspresywnie i impresywnie komenda: *Cena – leżeć! Rata – bierz ją!* RTVEuroAGD.

Zawarte w analizowanych komunikatach elementy potoczne języka organizują polisemiczny wymiar interpretacyjny wypowiedzi (por.: *Najniższe ceny się do nas przykleiły; Coś cię gryzie? Nie łam się! Weź kurs na najniższe ceny!* Media Markt; *Budując niskie ceny*. Art.-Decor.psb) odnoszący się do oferowanego asortymentu produktów: *Dobre ceny to nasza robota*. Modell.pl; *Wiosenne wymiatanie cen*. Cropp

Town [slang. wymiatać znacz. przewyższać kogoś w czymś / czymś; zaskakiwać czy zadziwiać precyzją, wyjątkowością; eliminować jakością]. Wśród reklam informujących o korzystnych cenach wynotowano też krótkie komunikaty, w których strukturze jednocześnie zawarto leksemy charakterystyczne dla języka reklamy i socjolektu młodzieżowego: *Totalny zjazd cenowy*. Jeep. Chrysler; *Dokręcamy śrubę cenom!* RTVEuroAGD; *Spadamy z cenami*. Lewiatan; *Spadające ceny*. Real; *Cena spadła*. Decathlon; *Tniemy ceny*. Ford; *Ceny nurkują w Orange* [spadać w sensie: 1) slang. – odchodzić; 2) czas. spadać ← opadać ← maleć ← obniżać].

Mówiąc o obniżkach cen, wyzyskuje się również inne czasownikowe połączenia przybierające w konkretnych (kon)tekstach reklamowych postać wieloznacznych komunikatów. Przykładowo firma Avans zastosowała komunikat *Poniżamy ceny*²⁰, polegający na wyzyskaniu polisemii wyrazu „poniżać”²¹. W spoście telewizyjnym tej firmy dyrektor sieci Avans szkoli przyszłych pracowników, jak należy „poniżać” ceny. Osoby, które przejdą owe szkolenie, będą w stanie zapewnić klientowi najniższą cenę i zostaną pracownikami sieci. Kampania ta miała na celu zakomunikowanie, że to właśnie Avans negocjuje najlepsze ceny dla swoich klientów²².

Poniżej dokonano prezentacji wielu innych wykorzystanych w podobnym celu czasowników tworzących nowe sensy zdań informujących o obniżce cenowej, np. *Ceny w dół*. Auchan, oraz rozbudowany wariant: *Ceny jadą w dół*. Real. Kolejne przykłady reklam zawierające w strukturze leksem „cena” poszerzają klasyfikacyjny rejestr o nowe typy, np. konstrukcje o charakterze eliptycznym: *Nie musimy ciąć cen, żeby były niskie. U nas zawsze są niskie ceny*. Biedronka, jak również wypowiedzi zawierające rozmaite metafory – głównie metonimie. Owe metafory – jako istotne ogniwa komunikatów reklamowych – pełnią w tekście funkcję estetyczną. Poświadczają to teksty przywołujące skojarzenia z atrakcyjnością oferty: *Ostra cenówka*. RTVEuroAGD; *Cenowy strzał w RTV*. Media Markt; *Cenowy żar zakupów*. RTVEuroAGD; *Olimpiada cen*. Media Expert; *Zimowe igrzyska niskich cen*. Mango; *Zimowe igrzyska cenowe*; *Odjazdowa formuła cenowa*. mix electronics (reklama wyprzedzająca wiosenny sezon Formuły1).

Cały kompleks promocyjnych reklam okolicznościowo i tematycznie odnosił się do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej: *Mistrzowskie ceny w Auchan*; *Cenowe mistrzostwo świata*. RTVEuroAGD; *Zwycięstwo niskich cen*. Media Expert; *Mistrzostwa Świata w najniższych cenach*. Media Expert. W treść dwóch cytowanych jako

²⁰ Por. też: *Ograniczyliśmy ceny*. Telepizza.

²¹ Por. *poniżać* w znaczeniu ‘traktować kogoś pogardliwie / lekceważąco; zranić czyjąś godność / upokorzyć’ a fonetyczne podobieństwo między leksemami *poniżać* – *obniżać*.

²² Odmiennie leksemy zostały wykorzystane w kolejnych spotach reklamowych tej samej sieci sklepów. Dotyczą one identycznego czasownika informującego o przecenach, np.: *Bijemy ceny / Nasze ceny nie dają się pobić / Nikomu nie damy pobić naszych cen* oraz *Zbijamy ceny zawodowo*. Auchan.

ostatnie reklam wpisano symbole mistrzostw: bramki i piłki, natomiast w innych komercyjnych tekstach tego typu: *Wysokie ceny wypadają z gry. Szukaj w marketach setek produktów oznaczonych czerwoną kartką*. Saturn; *GOOOLimy ceny. Co za okazja! Obniżamy ceny po mistrzowsku!* Neonet; *Cenowy finał i raty 30 x 0%*. RTVEuroAGD – czerwonej kartki – w pierwszym, piłkarza na murawie w posiadaniu piłki – w drugim, kibica – w trzecim. Wszystkie nakłaniające do zakupu telewizorów (z pośrednią sugestią – by móc oglądać wydarzenia sportowe w nowej jakości)²³.

Odmienny typ przekazu, umożliwiający wieloznaczną interpretację, zawarto w komunikatach typu: *Grad niskich cen i Raty 30 x 0%*. RTVEuroAGD; *Szkola cen*. mix electronics i w ujętym w formie dyrektywnej komunikacie: *Daj się porwać magii cen*. Oriflame.

Stylizowaną na język poetycki wypowiedź magiczną zastosowała firma Ikea: *Niskie ceny pod przykrywką pięknych wzorów*, sugerując wysoką jakość wyjątkowych produktów za niewielką cenę. Firma RTVEuroAGD, chcąc omówić ofertę cenową, posiłkowała się neologizmem słowotwórczym *cenolamacz* w znacznym *łamiący ceny – obniżający je*.

2. Okazja

Swoiście pod względem formalnego i funkcjonalnego zróżnicowania prezentują się reklamy obejmujące zarówno schematyczne, jak i wyszukane sposoby perswazyjnego oddziaływania na odbiorcę i nakłaniania go do zakupu bądź skorzystania z promocyjnych ofert nazywane *okazjami* lub *ofertami*.

Do schematycznych wypowiedzi reklamowych tego typu zaliczyć można cyklicznie pojawiające się formuły *ekstra*, *hiper*, *mega*, *super* lub ich połączenia tworzące z modnymi wyrazami kultury konsumpcyjnej dubletowane zestawienia, złożenia, wyrażenia: *Super promocja!* Fotojoker; *Superoferta*. Praktiker; *Superokazje*. Leroy Merlin; *Super okazja*. poloMARKET; *gorąca promocja; promocja diabelska; Mega gorąca promocja w Tak-Taku*. W analogiczny sposób mówi się o *promocjach*: *Trwa promocja*. Makro; *Promocja na maxa*. max oraz o *ofertach* specjalnych: *Oferta specjalna*. Leroy Merlin; *Oferty specjalne*. Tesco; *Gorąca oferta*. Jysk; *30% oferta specjalna*. Soraya; *Co tydzień w sklepie nowe wspaniałe oferty!* Tesco; *Zawsze dobra oferta świąteczna – po prostu zapytaj; Świeża oferta – promocyjne ceny*. Makro, o *okazjach*: *Super okazja* (komunikat zastosowany przez: BricoMarche; poloMarket; RTVEuroAGD); *Start sezonu. Superokazje*. Leroy Merlin; *Niepowtarzalna okazja*. Tesco; *Maxi okazja*. Super-Pharm; *Czysta okazja*. Torino. W reklamach z tej grupy silnie akcentuje się ograniczoność w czasie oferty

²³ Do okolicznościowej reklamy skierowanej do klientów w okresie przedkomunijnym (w maju) zaliczyć można wypowiedź: *Łap cenowe okazje na świetną komunię*. Avans [gra słowna: *świętna komunია* ← *święta komunია*].

specjalnej, co wzmacnia perswazyjnie komunikat, por.: *Oferta specjalna. Strzał w dziesiątkę. 10 rat 0%. Raty za darmo. Tylko 10 dni. AGD Bonus RTV; Oferta specjalna. Black Red White tylko teraz do 35% taniej. Abra.*

Szczególne miejsce (ze względu na dużą frekwencję) wśród wypowiedzi reklamowych mówiących o okazjach / ofertach zajmują reklamy tematycznie związane z promocjami okolicznościowymi: *Urodziny. Mega okazje. Brico Marche; Poznaj noworoczną ofertę kredytów hipotecznych; Świąteczna oferta specjalna. Pepco; Okazja czyni Mikołaja. RTVEuroAGD; Na Mikołaja włączamy ceny do – 50%! Media Expert; Liczą się ceny. Nawet Mikołaj nie ma takich okazji. Media Markt; Wielkanocne rabaty. Jysk; Lato wyjątkowych okazji. Billa; Styczniowa oferta specjalna. Nie przegap okazji!; Gorąca oferta weekendowa. Selgros Cash&Carry; Okazje tygodnia. KDC.pl. Obok nich pojawiły się bardziej wyszukane formy namawiania klienta do skorzystania z okazji, m.in. z użyciem metafor, fonetycznych podobieństw czy z odwołaniami do leksyki potocznej: *Świąteczna inwazja okazji! Saturn; Wielka mocna oferta. RTVEuroAGD, oraz WielkaMOCNA promocja. mix electronics; O choinka co za okazje! (reklama świąteczna).**

Przegląd kolejnych reklam dowodzi, że produktywne są też wypowiedzi, w których czasowniki wieloznacznie odnoszą się do leksyki potocznej: *Takiej okazji nie wypuszcza się z ręki*²⁴. Media Markt; *Amore mija... a okazja pozostaje. Media Expert, a zawarte w komunikatach dyrektywy mają za zadanie przekonać odbiorcę do zakupu: Łap najlepsze wakacyjne okazje!; Złap telefoniczną okazję. Era; Znajdź najlepszą okazję tylko na Ebay; Daj okazjom się upolować. IKEA; por. również zwrot metaforyczno-adresatywny: Lepszej okazji nie wykopiesz! Media Markt.*

Część reklam tego typu (dzięki zawartym środkom perswazji) wartościuje. Tendencja ta dotyczy zarówno aktu wartościowania odbiorców: *Tysiące ofert dla oszczędnych. Media Expert, okazji: Okazje na medal. Media Markt, i jej wymiaru: Lawina okazji. RTVEuroAGD, jak i jakości oferowanych produktów: Mistrzowska oferta. Citroën.*

Trzy ostatnie reklamy zamykają klasyfikacyjny rejestr komercyjnych wypowiedzi zawierających leksemy *okazja / obniżka*. W dwóch pierwszych popularyzowany leksem *okazja* wpisano w sugestywne metafory: RTVEuroAGD: *W szponach okazji; Drapieżne okazje. RTVEuroAGD, w ostatniej zaś – reduplikując samogłoskę, poinformowano odbiorców o wymiarze korzyści płynących z zakupów: Taaaakie obniżki. Era.*

3. Promocja

Leksem *promocja* został zaliczony przez Kazimierza Ożoga do najczęstszych wyrazów współczesnej polszczyzny konsumpcyjnej, w której „wszystkie zabiegi

²⁴ To przykład zamierzonej deleksykalizacji kontekstowej frazeologizmów.

językowe z ceną zwracają uwagę na to, że towar jest dodatkowo wartościowany także przez jego przystępność” [Ożóg 2004: 128].

Ze względu na fakt, iż leksem ten był już przedmiotem językoznawczych analiz, ograniczono się tu do ogólnego przeglądu sposobów wpisywania tego wyrazu w teksty reklamowe.

Powszechny sposób składania oferty odsłaniają spoty reklamowe, które odwołują się do określenia czasu promocji. Owe perswazyjne formy reklamowe, licznie reprezentowane, poświadczają schematyczność ich użycia w strukturze wypowiedzi. Składane oferty dotyczą czasu trwania promocji, por. *Nowe promocje Vattenfal*; *Promocja od piątku 22 stycznia od siódmej rano*; *Promocja tygodniowa. 18.01.–24.01.2010. Allianz III Direct*; *Noworoczne promocje. nHDTV. Telewizja nowej generacji*; *Jesienna promocja. Hörmann*; *Najlepsza promocja tej jesieni, czyli akcja Cool kulki w sieci Real!*

W tej grupie wypowiedzi reklamowych wynotowano również bardziej wyszukane formy odwołujące się m.in. do metafor, innych tekstów, leksyki potocznej i slangu młodzieżowego, dyrektyw: *Od 22 marca kwitną promocje!* perfumeria internetowa kokai.pl; *Promocjami jesień się zaczyna. Avans*; *Festiwal promocji cenowych. mix electronics*; *Bal promocji i upustów. RTV Euro AGD*; *Gorączka wiosennych promocji. Jakość jeszcze taniej. Jysk*; *Prawdziwy desant promocji... Honda*; *Bombowa promocja. Pizza Hut*; *Promocja masowego wrażenia. RTVEuro AGD*; *Oblędnie wysokie wiosenne promocje. księgarnia internetowa Gandalf*; *Zjeżdżamy z cenami. Kupuj najtaniej w odjechanej promocji. KDC.pl*; *Szykuj się na jeszcze bardziej szaloną promocję. LOT*, określające nie tylko wymiar promocji: *XXL promocje. Auchan*, ale informujące pośrednio o jakości, cechach czy charakterze świadczonej usługi: *Mocna promocja. Okocim*; *Wystrzałowa promocja. RTVEuroAGD*; *Ostra promocja w Getin Banku*.

4. Wyprzedaż

Ostatnie z tzw. modnych słów kultury konsumpcyjnej informuje o nieograniczonych możliwościach wykorzystania owego leksemu w (kon)tekście reklamowym, o czym świadczą m.in. sposoby przekazywania informacji odwołujące się do uczuć i emocji, a także racjonalnej kalkulacji odbiorców.

Zastosowane w analizowanych przykładach reklam środki stylistyczne i językowe oraz inne, m.in. komunikacyjne, wyrażające się głównie w postaci konsytuacyjnych czy graficznych gier, ilustrują zakres perswazyjnego oddziaływania na odbiorców. Do środków tych zaliczyć można m.in. akty wpisania innych komercyjnych słów w komunikat informujący o wyprzedaży: *Aaaaaa... w empik.com mega wyprzedaż!!!*; *Totalna wyprzedaż. Media Markt*; *Totalna wyprzedaż –20% –30%. Media Markt*, zastosowanie zwrotów adresatywnych: *Mężczyzno*,

bądź pierwszy na wyprzedaży! –30% na promocyjny towar. Cropp Town, czy użycie specyficznych kompilacji leksykalnych: *Padaka trafiła ceny* oraz *Przeceniola dla młodego krejzola* – Cropp Town, jak również liczne próby metaforyzowania wypowiedzi: *Najgorętsze wyprzedaże zimowe tego roku w zasięgu Twojej ręki!* okazje.pl.

Do najbardziej rozpowszechnianych komunikatów dotyczących wyprzedaży zaliczyć można informacje o asortymencie objętym wyprzedażą oraz o jego specyfice: *Seryjna wyprzedaż telefonów*. Play mixtura; *Wyprzedaż artykułów bożonarodzeniowych*; *Wyprzedaż zestawów świątecznych* –25%. Super-Pharm; *Wyprzedaż ekspozycji*. Media Markt; *Posezonowa wyprzedaż*. Biedronka; *Szał wyprzedaży*. Tylko do wyczerpania zapasów. Quelle; o czasie trwania: *Wielka wyprzedaż trwa*. Carrefour; *Wielka styczniowa wyprzedaż*. Reactor [komputery i laptopy]; *Wyprzedaż tylko w styczniu*. Nissan; *Zimowa wyprzedaż do 75% taniej!* Merlin.pl; *Wielka zimowa wyprzedaż!* Makro; *Zimowa wyprzedaż nawet do –70% zniżki*. Focus; *Zimowe wyprzedaże*. okazje.pl; *Wielka wyprzedaż 28 sierpnia od godziny 7.00*. Media Markt; *Po Mikołaju wyprzedaż czas zacząć*. Orange; konkurencyjności: *Taniej niż na jakiegokolwiek wyprzedaży*. Elektro.pl oraz korzyści: *Podwójna wyprzedaż*. Auchan.

Odwołując się do emocji odbiorcy, sięga się po różne ekspresywne środki wyrazu, stosując przemysłane operacje językowe, m.in. zabiegi słotwórcze (por. pomieszczone w komunikatach reklamowych formy podlegające derywacji redukcyjnej²⁵ – Simplus: *Wielka Wyprz* i *Wielka Oszcz woła wielkimi literami*. 584 zł oszczędności teraz w Plusie i Mixplusie).

W innej reklamie z tej grupy zawarto kilka zabiegów komunikacyjnojęzykowych – od semantycznej gry na granicy wyrazu (por. *Sam bardzo*; samba – brazylijski taniec-symbol) po odwołanie do karnawału w Rio i naśladowanie elementów języka portugalskiego (por. spot telewizyjny: *Sam bardzo chciałbyś mieć takie telefoneiros? Teraz w karnawałowej promocji Ery możesz je mieć już od złoteiros; Telefoneiros już od 1 zł* oraz reklamę prasową: *Karnawałowa wyprzedaż w Erze! Fantástico modele po favor*. Era). Reklama ta zamyka rejestr komercyjnych wypowiedzi zawierających w swej strukturze modne wyrazy kultury konsumpcyjnej.

* * *

Przytoczone teksty wyselekcjonowanych reklam z jednej strony ujawniają perswazyjne strategie informowania o promocjach, wyprzedażach, ofertach cenowych i obniżkach, z drugiej – ilustrują, w jaki sposób współcześnie kształtuje się konsumpcyjna postawa człowieka do rzeczywistości, do świata wartości i języka [por. Łuc, Bortliczek 2010: 286–293].

²⁵ Zaprezentowane redukcje słotwórcze to również przejaw tendencji do skrótu – cechy charakterystycznej dla polszczyzny konsumpcyjnej.

Prezentowany materiał dowodzi również, że najskuteczniejszymi sposobami podawania informacji o obniżkach cen, aktualnych promocjach na towary lub usługi okazują się kreacje innowacyjnych pod jakimś względem konstrukcji werbalnych. Proces ten dotyczy zarówno pojedynczych komponentów – ogniw reklamowych, których cechą dystynktywną jest oryginalna struktura, funkcje (kon)tekstowe, konotowane treści, jak i połączeń semantycznych, zestawień czy odniesień (m.in. rozmaitych konotacji, kompilacji czy dubletów znaczeniowych). Reklamy te obrazują, że jeden wyraz, łącząc się z innymi, nie tylko z charakterystycznymi dla polszczyzny konsumpcyjnej leksemami, może tworzyć ciągi synonimów kontekstowych (por. *cenka opada, diabelsko niska cenka, supercenka, cenowe rewolucje, Superoferta, Supertaniość, superokazja, Supercena, Superpromocja, supernowa wyprzedaż*). Ta sama intencja towarzyszyła wyzyskaniu rozmaitych modulantów, np. temporalnego kwalifikatora (lub przysłówka) *zawsze*: *Zawsze mamy najniższe ceny*. Agata meble; *Zawsze niskie ceny*. Jysk; *Podwójna warstwa ochronna zawsze w przystępnej cenie!* Pampers; *Zawsze najtaniej*. Aro; deklaratywu: *Nic na chwilę. Niskie ceny na zawsze*. Heyah; wyróżniająco-identyfikującego tylko: *Tylko teraz super cena*. Makro; *Takie niskie ceny tylko w Pepco oraz nigdzie: Nigdzie nie kupisz taniej*. Tesco, lub też zestawień sytuacyjnych: *Dzieci rosną, ceny maleją*. Tesco; *Przyzwyczaj się płacić mniej*. Bricoman.

Przywołane przykłady pozwalają stwierdzić, że innowacyjne semantycznie i formalno-funkcjonalnie połączenia leksykalne nie tylko stanowią dublety czy ciągi znaczeniowe podejmujące ten sam problem, ale też ilustrują zmiany samego języka.

Bogaty rejestr reklamowych wypowiedzi poświadcza, że omawiany typ reklam, związany z osobliwym aktem przekazywania informacji, wyróżniając się oryginalną formą mówienia o produkcie, jego zaletach, jakości, gwarantowanej skuteczności czy innych profitach płynących z jego zakupu, zawierać może kilka przeplatających się strategii wywierania wpływu na odbiorcę (dotyczy to połączeń tzw. modnych w kulturze konsumpcyjnej słów wpisanych w jedną wypowiedź reklamową: *Super Makro oferta cenowa*. Makro; *Łap cenowe okazje*. Avans; *Niepowtarzalne okazje cenowe!* Pepco; *Promocyjne ceny sprzedaży*. Makro; *Wyprzedażowe okazje*. Nomi; *Cenowe okazje*. Mediaexpert; *Wyjątkowe okazje cenowe*. Real; *Wyprzedażowe okazje*. Nomi).

Zgromadzony korpus materiałowy potwierdza też stanowisko T. Szuckiego [1999: 69], że „podstawową funkcją reklamy nie jest opisywanie produktu, lecz pobudzanie percepcji nabywców dla motywowania zakupów”. W efekcie zaś cyklicznego oddziaływania komunikatów promocyjnych omawianego typu, niejednokrotnie przybierających postać wypowiedzi performatywnych i presupozycji, odbiorcy przypisuje się nowe – odmienne role komunikacyjne, wyznaczając mu nowe miejsce w komunikacyjnym modelu konsumpcji oraz komercyjno-perswazyjnych zachowań.

Literatura

- Jędrzejko E., 1996, *Elementy gry językowej w literackich nazwach własnych* [w:] 12. *Slovenská onomastická konferencia A.6. Seminár „Onomastika a škola”*, red. M. Majtán, F. Ruščák, Prešov, s. 222–228.
- Laskowska E., 2008, *Wartościowanie jako środek perswazji* [w:] *Język, społeczeństwo, wartości*, red. E. Laskowska, I. Benenowska, M. Jaracz, Bydgoszcz, s. 219–226.
- Lewandowska-Tarasiuk E., 2005, *W teatrze prezentacji. O sztuce perswazji*, Warszawa.
- Lewicki A.M., 1996, *Styl oficjalny i styl potoczny w reklamie* [w:] *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*, red. J. Miodek, Wrocław, s. 111–121.
- Loewe I., 2004, *Definicje i definiowanie w reklamie*, „Język Polski” LXXXIV, z. 1, s. 29–34.
- Łuc I., 2010, *Współczesne gry komunikacyjnojęzykowe*, Katowice.
- Łuc I., Bortliczek M., 2011, *Język wpisany w ponowoczesność*, Katowice.
- Ożóg K., 2004, *Poliszczyna przelomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, wyd. 2, Rzeszów.
- Przybylska R., 1995, *Super*, „Język Polski” LXXV, z. 2, s. 104–107.
- Rodak R., 2000, *Frazemy jako ematywne operatory interaktywne*, „Język a Kultura”, t. 14: *Uczucia w języku i tekście*, red. I. Nowakowska-Kempna, A. Dąbrowska, J. Anusiewicz, Wrocław, s. 187–198.
- Szucki T., 1999, *Promocja. Sztuka pozyskiwania nabywców*, wyd. 3, Warszawa.

TRENDY WORDS IN CONSUMER CULTURE

Summary

The subject at hand, as indicated by the title, focuses on contemporary methods of expression to create means of advertising in order to inform customers of (re)pricing schemes, sales as well as the benefits of using a given service. The article includes a description of persuasive mechanisms designed to capture the consumer's attention and thereby spurring him/her into action (i.e. purchase of a product or use of a service). These aforementioned mechanisms are found within advertising messages through the use of trendy words (repeated, popularized and spread) such as reduction, bargain, sale, price reduction, and their derivatives characteristic of modern consumer culture.

Barbara Misztal

Uniwersytet Rzeszowski

OPERATORY METATEKSTOWE WSKAZUJĄCE NA ŹRÓDŁO INFORMACJI W TEKSTACH INTERNETOWYCH FORÓW DYSKUSYJNYCH

Wstęp

Przedmiotem opisu w niniejszym artykule są elementy leksykonu metatekstowego, które wskazują na relacje intertekstualne. Źródłem badań są teksty wybranych forów dyskusyjnych w internecie, zgromadzone w latach 2007–2011. Najogólniej przedstawiając definicję samego metajęzyka, należy powiedzieć, że jest to język mówiący o samym języku [Jakobson 1960: 438–439], metatekst natomiast jest tekstem traktującym o innym tekście. Wypowiedź bardzo często stanowi „dwutekst”, zawierający tekst właściwy i komentarz do niego, który nadawca wprowadza za pomocą operatorów należących do drugiej płaszczyzny – płaszczyzny „meta” [Wierzbicka 1971: 106; Ożóg 1990: 5–9; Kawka 1990: 15–16]. Wyrażenia metatekstowe pełnią wiele ról w komunikacji: ułatwiają podtrzymanie rozmowy, hierarchizują wypowiedź, wprowadzają przeformułowanie, również za ich pomocą nadawca sygnalizuje, skąd uzyskał wiedzę na dany temat.

Argumentowanie w prowadzeniu dyskusji wiąże się ze znalezieniem odpowiedniego i wiarygodnego materiału źródłowego. Nadawca może przytaczać treści, opierając się na osobistych doświadczeniach, i wówczas źródłem wiedzy jest po prostu autopsja i opinia samego nadawcy (*moim zdaniem, z mojego doświadczenia*). Wielokrotnie bywa tak, że posiłkuje się on autorytetami, przytaczając czyjś punkt widzenia, zdanie konkretnej osoby ze środowiska specjalistów lub określonej grupy społecznej czy zawodowej (*według X, jak powiedział X*). W artykule zebrano także przykłady operatorów, które wskazują na powszechność informacji, gdzie źródłem wiedzy jest ogólna wiedza człowieka. W grupie tej można wy-

różnić wyrażenia sygnalizujące powszechność rzeczy i zjawisk (*wiadomo, że*) oraz takie, które stosowane są przy wprowadzaniu faktów, o których powszechnie mówi się w pewnych środowiskach, a mianowicie w sferze plotkarskiej (*chodzą słuchy, że*). Nie można pominąć tu źródła, jakim jest tzw. mądrość ludowa, będąca genezą leksykonu reprezentującego formuły typu *przysłowie mówi*.

1. Operatory przedstawiające opinię własną

1.1. W rozmowach na forum internetowym, w każdej polemice w świecie rzeczywistym, podczas codziennych rozmów, w trakcie ważnych debat i dyskusji panelowych, w procesie nauczania, w komunikacji nauczyciel – uczeń, w każdej z wymienionych sytuacji nadawca wyraża swoją opinię. Ocenę i wyrażenie światopoglądu najczęściej poprzedza następującymi operatorami: *sądzę, że / nie sądzę, że; uważam, że; moim zdaniem; na mój gust; myślę, że; według mnie; wydaje mi się, że; widzę, że; przyznaję, że; muszę przyznać; z tego, co mi wiadomo*.

Wyrażenia te są niezbędne do tworzenia spójnych wypowiedzi, w których podkreśla się stanowisko nadawcy, jego wiedzę, doświadczenie i przede wszystkim sposób myślenia, samodzielne wnioskowanie oraz indywidualne odczucia. Interlokutorzy, posługując się elementami tego leksykonu, zazwyczaj argumentują swój wybór. Typowym operatorem pozwalającym na sygnalizowanie własnej opinii jest wyrażenie *moim zdaniem*:

- (1) *A: Nie możemy po 100x odpisywać na to samo pytanie. Po to jest forum, żeby raz zadane pytanie znalazło odpowiedź i każdy mógł ją przeczytać. Konrad*
B: dlatego, moim zdaniem, na podstawie tych wszystkich pytań i odpowiedzi powinno powstać FAQ. (urz)
- (2) *Szkodliwym jest jedynie nawyk czytania „na wyścigi” i bezrefleksyjnego chłonięcia informacji. Dlatego moim zdaniem szybkie czytanie to metoda bardziej wartościowa niż techniki pamięciowe. (kogn)*

1.2. Spójnik *dlatego* podkreśla chęć argumentowania i wskazania sposobu umotywowania swojej opinii. Źródło informacji jest u samego nadawcy, który przekonuje o swojej racji. Synonimem wyrażenia *moim zdaniem* są zwroty *według mojego gustu, zgodnie z moim gustem, jak na mój gust*, które jeszcze bardziej wskazują na indywidualizację poglądów (por. częste powiedzenie *O gustach się nie dyskutuje, bo ile głów/ludzi, tyle opinii*, powstałe z dwóch łacińskich maksym: *De gustibus non est disputandum* oraz *Quot homines, tot sententiae*):

- (3) *A: mamy 1000 zł na mebelki dla synka. Który zestaw byście wybrały i dlaczego? synek ma 2 latka, ale te mebelki muszą mu troszkę posłużyć. Mi chyba najbardziej podobają się te białe niebieskie i te z ikei. Chodzi mi o szafę na ubrania i komodę lub regał, pokoik jest mały, więc tylko tyle się zmieści*
B: jak na mój gust zielone 1, ale jestem uczulona na wszystkie odcienie niebieskiego :). (dm)

- (4) *A: w przypadku podłączania mikrofonu do miksera oprócz samego mikrofonu kapitalne znaczenie dla brzmienia wokalu ma jakość kabla mikrofonowego.*
B: Jak na mój gust to słowo „kapitałnie” brzmi tu dość szumnie i ze zbyt dużym rozmachem.
(szan)

1.3. Leksem *według* wyraża powołanie się na autora treści wypowiedzenia lub fakt, że coś dzieje się zgodnie z czymś planem, jakąś instrukcją. Mówiąc czy pisząc (*a*) *według mnie*, nadawca ukazuje, że należy do grupy opiniotwórców, jest jednym z całej rzeszy dyskutantów, pośród których opinii może być tyle samo, co rozmówców. Jak potwierdza poniższy materiał, operator *według mnie* otwiera pole informacyjne, w którym następuje wydanie osobistej opinii na zwyczajne tematy, przedstawienie własnego punktu rozumowania, ale także opiniowanie istotnych zagadnień przy użyciu tzw. mocnych argumentów. Jak wskazują rosyjscy językoznawcy, *wydaje mi się*, podobnie jak *sądzę*, nie pojawia się nigdy przy odsyłaniu do informacji pochodzącej z drugiej ręki, formuły te wyrażają własny sąd autora i co ważne – sąd ten nie pretenduje do uniwersalności [Czapiga 2006: 207]. Oto przykłady z sieci:

- (5) *A według mnie kolejne, często wulgarne, albo po prostu głupie zwrotki działają na naszą niekorzyść. Nie chcę być kojarzony z pijanymi gówniarzami śpiewającymi na tą melodię kolejne plody swoich chorych umysłów. Autorzy niektórych zwrotek kwalifikują się według mnie na kozetkę psychoanalityka, bo mają poważna problemy...* (szan)
- (6) *Piszesz: „Intelekt i intuicja zawsze będą się ścierać”. Według mnie, to poważny błąd kognitywistyczny. One się uzupełniają. Intuicja, lub jeszcze bardziej „gut feeling” przeciwstawia się chłodnej kalkulacji (nie zawsze racjonalnej).* (kogn)

1.4. Do operatorów sygnalizujących źródło informacji pochodzącej od samego autora wypowiedzenia należą również czasowniki psychologiczne i czasowniki aktywności intelektualnej. Zwroty *myślę, że; uważam, że; moim zdaniem; sądzę, że; według* należą do operatorów z grupy tzw. silnej hipotezy, czyli wysokiego stopnia pewności. Tę pewność daje nadawcy prywatne źródło informacji. Opinia oparta jest na indywidualnym doświadczeniu i własnej wiedzy. Operatory te często otwierają pole przestrzeni polemicznej, dyskusyjnej. Dlatego szczególnie warto zaakcentować tu wyrażenia rozpoczynające się od *A ja...:*

- (7) *A co do podpisu to myślę, że niech to będzie podpis a nie obrazki i to pewnie nie wiadomo jak wielkie. Myślę, że można go powiększyć do 200x100, ale to moja propozycja.* (urż)
aha jeśli chodzi o rankingi to wg mnie są zbędne. (urż)
- (8) *studiuję m.in. pedagogikę w ramach MISHu na UMK w Toruniu. Ostatnio zainteresowało mnie wykorzystywanie zdolności mózgu w pedagogice. Uważam że w każdej szkole powinno uczyć się jak wykorzystywać zasoby mózgu, jak się skutecznie uczyć – a więc metod zapamiętywania, szybkiego czytania itp.* (kogn)
- (9) *A ja uważam, że Forum jest suuuuuper. Gratuluję!! Po prostu super. Admin, „ok” atmosfera na forum jest ok. Ważne jest to że administracja słuchoa co ludzie mówią i jak trzeba to*

robią co trzeba. I szatna graficzna, forum to chociaż nie wygląda jak większość innych i to się chwali, jest ogólnej ok. (urz)

- (10) *A ja myślę, że dzięki takiej tablicy uczniowie chętniej będą chcieli się czegoś uczyć, ponieważ korzystają z komputera na co dzień a taka forma nauki może im tylko umilić edukację. (szk)*
- (11) *Nie sądzę aby ludziom się tyle chciało pisać. Niektórym ciężko napisać posta z tytułem filmu w bitwie. (mov)*
- (12) *Ale jeśli faktycznie 4 linijki to dużo, to równie dobrze mógłbym stwierdzić, że nie sądzę, żeby ludziom chciało się klikać w aż cztery opcje ankiety na raz, więc nie róbmy opcji wielokrotnego wyboru. (mov)*
- (13) *[...] a co do wątku nie zgodziłabym się tutaj że kognitywistyka ma mało do zaoferowania. A w szczególności kognitywistyka rozumiana jako psychologia poznawcza i neronauka. Znakę mechanizmy lepiej możemy wykorzystać mózg. Sądzę że te wszystkie obecne techniki to dopiero wstęp, tak jak błędzenie po omacku, coś się znajdzie tu i tam, ale tak naprawdę nie wiadomo o co chodzi. (kogn)*
- (14) *Zgadzam się z dwójką przedmówców. Nie sądzę, żeby brak spisanych w śpiewnikach wszystkich zwrotek był powodem do załamania! W końcu, tak na dobrą sprawę, liczą się nie słowa, a ten głębszy sens, to „coś” co sprawia, że kochamy tę muzykę. (szan)*

1.5. We wszystkich omówionych formułach warstwa metatekstowa wskazuje również na subiektywizm nadawcy. Ponadto zwroty te poprzedzają informację albo o charakterze polemicznym względem dyskutantów, albo wyrażają aprobatę wcześniej wypowiedzianych opinii i jednogłośnie z rozmówcą, por.:

1) *Myszę/sądzę/uważam/że ...* (tak samo, jak mój przedmówca, nawiązując do argumentów przedmówcy)

2) *(A ja) myślę/sądzę/uważam/że ...* (inaczej niż sądzi mój przedmówca)

Nawiązanie do przedmówcy, zgoda z wyrażoną przez niego tezą, poparcie jego argumentów, wszystko to wpływa na informację o źródle. Łącząc własne doświadczenie z wiedzą rozmówcy, sygnalizujemy, że wydajemy opinię z jednej strony subiektywną, z drugiej zaś zasugerowaną przez członka czy członków dyskusji:

- (15) *Uważam że obowiązkiem Szantymaniaków jest wspomóc go w borykaniu się z codziennością. Sądzę (za pomysłem Grzywy) że należałoby wspomóc Lucjusza np organizując kolejną edycję koncertów – jako że stan jego – z tego co zrozumiałam jest permanentny – jeden koncert nie zmienił pewnie wiele. (szan)*
- (16) *Też jestem tego zdania, że na ten rok już ich starczy. Można te zabawy kontynuować od II połowy stycznia. Chciałbym zrobić roczne podsumowania filmowe tylko jeszcze dokładnie muszę pomyśleć nad podziałem i nad formułą. (mov)*

Choć istnieją w badanych fragmentach typowe zwroty wskazujące na wydawanie opinii zgodnie z własnym doświadczeniem, np.:

- (17) *Tylko, że powinniśmy starać się podnosić poziom a nie równać w dół. Jestem jak najbardziej zażywieniem dyskusji bo nie licząc już nawet bitew coraz gorzej z tym na forum. Widzę to zresztą po sobie bo kiedyś po każdym obejrzanym filmie coś pisałem, a teraz często to olewam. (mov)*

1.6. Czasami nadawcy zamiast odwołać się do konkretnego źródła, cytatu, osoby, autorytetu, odwołują się do własnych wcześniej podanych wypowiedzi. To

one stanowią źródło dla kolejnego zagadnienia podejmowanego przez autora. Jak obrazują podane przykłady, funkcja metatekstowa realizuje się na kilka sposobów w jednym wyrażeniu, np. wyrażenie *jak już mówiłem*: po pierwsze, hierarchizuje tekst, służy tworzeniu logicznego porządku zdania, po wtóre, sygnalizuje źródło informacji, po trzecie, eksplicytnie wyraża czynność mówienia (w przypadku komunikacji przez internet czynność pisania, choć w tego rodzaju komunikacji użycie *mówić* występuje na przemian z *pisać*). Przykłady można mnożyć:

- (18) *jahcob*, więc wpisujesz -> Ankieta **AND** osobowa <- i szukas. A później marudzicie że moderacja i administracja się buntuje i piekły za offtopy. **Tak jak pisałam** w szutboksie – gdyby panowała zupełna samowolka nikt by nic nie znalazł. (urz)
- (19) *ja nie chcę się kłócić z Tobą, ale nadal wyskakuje wynik REKRUTACJA 2009, bo jak już mówiłem*, to tam znajdują się zarówno pytania jak i odpowiedzi na nurtujące kandydatów pytania. (urz)
- (20) Czy serial jest historycznie poprawny, na pewno nie w 100%. Zreszta **jak mowilam**, nie ma 100% prawdziwych historycznie filmow. (mov)

1.7. Do operatorów wyrażających postawę subiektywną należą również zwroty *wydaje mi się/nie wydaje mi się i dla mnie*. Pierwszy z nich określany jest jako operator średniego stopnia pewności, co może sugerować, że źródło, do jakiego odsyła autor wypowiedzi, nie jest przekonujące. Przypuszczenia, jakich dokonujemy w codziennych rozmowach, są naturalną cechą komunikacji potocznej, inną rolę pełnią w wypowiedziach o charakterze naukowym. Warto ponownie podkreślić, że odniesienie się do własnego doświadczenia i aktywności myślowej nie pretenduje do uniwersalności. Nie jest tu celem nadawcy narzucać opinię, ale zwyczajnie ją przedstawiać, dzielić się wiedzą, z jednoczesnym wskazaniem (na poziomie metatekstu) na siebie jako na źródło informacji:

- (21) *Wydaje mi się*, że zmiana hasła to czynność, którą wykonuje się bardzo rzadko. Dlaczego od razu trzeba wieszać psy na zabezpieczeniach skoro one wcale nie utrudniają życia użytkownikom, a nam moderacji wręcz go ułatwiają? Można np. włączyć captcha ale i w tym przypadku znajdują się ludzie, którym będzie to przeszkadzało, więc dla dobra ogółu musimy utrzymać zabezpieczenia przeciw botom. (urz)
- (22) *Ja musiałam wrócić do pracy zaraz po macierzyńskim – córeczka skończyła 4 m-ce. Ale nie wydaje mi się* żeby była przerzucana z rąk do rąk. Zajmuje się nią moja mama – jak to dobrze, że babcia jest tak blisko :) (pol)

Forma przecząca dodatkowo wnosi element polemiki, gdyż *(ale) nie wydaje mi się* zazwyczaj wyraża wprowadzenie przeciwnej opinii względem wypowiedzi interlokutora, występuje w tego typu strukturze: 'sądzę, że A, ale nie wydaje mi się, że B, tak jak powiedział mój przedmówca'. Por.:

- (23) *no i nie wydaje mi się*, żeby wracał do mnie po 4 miesiącach żeby się mnie pozbyć, bo wszystko przecież zaczyna się od początku i rozstanie i przeżywanie tego... (pol)
- (24) *Nie wydaje mi się*, aby liczba rowerzystów wzrastała. Drogi rowerowe świecą pustkami. Czasami przemknie taką jakiś starszy pan na działkę... Mam taką drogę niemal pod oknem

i widzę jak mało jest wykorzystywana. Ostatnio były piękne, słoneczne dni. Idealne na rower. I co? Ani nic... (gaz)

- (25) *dla mnie to przesada jak nie mogę wyjść do kina. przecież tak samo może mi się coś stać w drodze do szkoły czy do sklepu nieprawdaż? (znaj)*
- (26) *Ja mam nie jestem ale dla mnie szczęśliwa kobieta jest również dobra mama. Dobra mama to kobieta która kocha swoje dziecko ponad wszystko, jest gotowa oddać za nie życie, stara się mu wszystko co najlepsze i robić wszystko co w swoich siłach aby wyrosło na dobrego człowieka. (dm)*

1.8. Wskazanie siebie jako źródła informacji występuje również w strukturach modalnych, może też wyrażać zgodę z czyjąś opinią. Użycie zwrotu **muszę przyznać** sygnalizuje nie tylko wprowadzenie sądu, ale także informuje o samej potrzebie prezentacji stanowiska na dany temat. Nierzadko wiąże się to z wpływem emocji na kreowanie wypowiedzi:

- (27) *wiem że dam sobie radę ponieważ pomagałam siostrze po porodzie, znaczy ona spała a ja robiłam wszystko za nią spałam z małą, karmiłam, przebierałam, nosiłam pół nocy gdy miała kolke... i **muszę przyznać** że był to najlepszy okres w moim życiu, ale niestety dziecko nie jest moje tylko siostry... :((dm)*
- (28) *Przeglądałem fora różnych uczelni w Polsce i **muszę przyznać**, że URka posiada na serio bardzo porządne i poukładane tematycznie forum ☺ (urż)*
- (29) *A: Jeżeli ktoś z was chce się nauczyć tejskiego masażu to tutaj jest pokazany ☺ Jak wam się podoba :-? B: heh ☺ widziałem to wcześniej i **muszę przyznać** że bym się na takie coś skusił ale nie wiem czy wytrzymałbym to leżąc spokojnie ☺ (znaj)*

Zgodnie z badaniami z zakresu socjologii, w rozmowach internetowych opinii może być tyle co rozmówców, jak również sądy i problemy indywidualne urastają do tematów uniwersalnych, sprawy pojedynczych ludzi stają się publicznymi. Nie zmienia to jednak faktu, że we wspólnie omawianych zagadnieniach wyraźnie zaznacza się indywidualizm rozmówcy. Zwróćmy uwagę na zwroty bezpośrednio ten indywidualizm i subiektywizm wyrażające:

- (30) *A: [...] ...chodzi o to czy wierzyć w przyjaźń damsko-męską?? **Ja osobiście** nie wierzę w takie coś a to dlatego, że ilekroś miałabyś to przyjaźń to zawsze jedna strona się zakochiwała. Czy jest coś takiego według was możliwego, że jednak żadna ze stron nie poczuje czegoś więcej? Wiecie o co mi chodzi? :) B: **A ja **muszę przyznać****, że wierzę w taką przyjaźń. W mojej najlepszej przyjaciółce się nie podkochuje, ona we mnie też nie. (szk)*
- (31) *[...] myślimy również by po ślubie zacząć starać się o dziecko, oboje bardzo tego chcemy, lecz **dużo osób uważa**, że 20 lat jak na matkę to stanowczo za mało. **Ja uważam** inaczej wiem że dam sobie radę. A wy jak myślicie? (dm)*

1.9. Kolejnym odniesieniem do swojej osoby jako do źródła informacji jest czasownik **widzę, że**. Nadawca dzieli się własnym doświadczeniem i bezpośrednimi spostrzeżeniami o zjawiskach, które go otaczają, i na podstawie tego wydaje opinie lub po prostu stwierdza jakiś fakt:

- (32) *Choroba, właśnie spojrzalam w kalendarz i widzę, że 11 kwietnia to dzień, który mi niestety nie pasuje, kurza (sorki, Robert ☹) stopa... no, ale tak czy siak, na pewno się kiedyś zobaczymy! (mov)*
- (33) *nie wiem, ja mam ustawiony męski avatar, a widzę, że przy odpowiedziach widnieję jako baba. (dm)*

Do ciekawych sformułowań o charakterze metatekstowym należy zwrot *z tego, co mi wiadomo*. Wyrażenie to uważam za interesujące, gdyż w rzeczywistości nie niesie ze sobą żadnej dokładnej informacji, skąd daną wiedzę autor wypowiedzi posiada. Posługując się powyższym operatorem, 'mówię, że coś wiem/na podstawie tego, co wiem, wyrażam swoją opinię'. Nie ma tu jednak żadnego odniesienia, skąd nadawcy jest coś wiadome, co jest źródłem jego wiedzy. Nadal, tak jak w powyższych przykładach, źródło to sprowadza się tylko do nadawcy:

- (34) *z tego co mi wiadomo to najlepszą dietą oczyszczającą jest dieta złożona wyłącznie z surowych warzyw. (dm)*
- (35) *Hmmm... nie wiem czy w związku z powyższą odpowiedzią Marcina jest sens odpowiadać na owo zapytanie, ale myślę, że może ktoś jeszcze ma taki problem i kwestia papug i płodu go interesuje dlatego zabiorę jednak głos. Jako pedagog studiowałam biomedykę i z tego co mi wiadomo papugi mogą powodować u płodu tzw. papuzicę, czyli chorobę płuc. Jednakże papugi stanowią zagrożenie tylko dla płodu, a nie dla już narodzonego dziecka. Być może więc wystarczy ograniczyć kontakt z papużkami tylko w okresie ciąży. (par)*

2. Operatory wskazujące na konkretną osobę lub grupę reprezentującą jakąś dziedzinę

2.1. Wiarygodność argumentów wzrasta, gdy nadawca wskazuje na konkretną osobę jako na źródło informacji, którą podaje. Z fragmentów tekstów forów dyskusyjnych wyekscerpowano następujące operatory metatekstowe: *X sądzi, że; X uważa, że; zdaniem X; według X; zgodnie z tym, co mówi/pisze X; jak powiedział(a); odnosząc się do X; przywołując słowa X; powołując się na...*

Zastosowanie metatekstowych konstrukcji syntaktycznych, za pomocą których nadawca odsyła swojego odbiorcę do innych tekstów i autorytetów w danej dziedzinie, wiąże się z terminem „intertekstualność”. Definicję tę wprowadziła J. Kristeva, pisząc, że każdy tekst wchłania inne teksty, przekształca je, a ten nabiera kształtu jako mozaika cytatów [za: Gajewska 2004: 34].

R.A. Beaugrande i W. Dressler wymieniają siedem kryteriów tekstowości: kohezję (*cohesion*) i koherencję (*coherence*), dotyczące struktury tekstu; intencjonalność (*intentionality*), określającą relację tekst – autor; akceptabilność, czyli dopuszczalność (*acceptability*), i informatywność (*informativity*), dotyczące relacji tekst – odbiorca; sytuacyjność (*situationality*) – relacja tekst – rzeczywistość, i wreszcie intertekstualność (*intertextuality*). Interesujące nas ostatnie kryterium odnosi się do relacji tekst – tekst. W rozdziale poświęconym intertekstualności

lingwiści wskazują, że tworzenie i percepcja danych tekstów zależy od wiedzy twórców innych tekstów. Wprowadzają termin „mediacja” jako model sytuacji komunikacyjnej. Im większa jest przestrzeń czasowa pomiędzy użyciem współczesnego tekstu a wcześniejszymi tekstami, tym większy stopień mediacji¹.

Autorzy *Introduction to Text Linguistics* wskazują również, że intertekstualność nie powinna być pomijana jako czynnik w badaniach na tekstach lub w przekazywaniu wiedzy przez teksty. Komunikacja dostarcza wielu celów pod wszelkiego rodzaju warunkami, ale przy zaskakująco ekonomicznych środkach i z małą liczbą zakłóceń oraz nieporozumień. Z jednej strony nie możemy dokonywać prób definicji funkcji elementów języka dla wszystkich możliwych kontekstów, z drugiej zaś nie można stwierdzić, że każdy kontekst jest tak wyjątkowy, że nie można ustalić jakichś systematycznych reguł. Głównym zadaniem dla nauki tekstów jest raczej znalezienie zasad, zgodnie z którymi tradycyjne funkcje są albo ponownie potwierdzone, albo adaptowane w obecnym użyciu. Całkowita koncepcja tekstualności może zależeć od odkrywania wpływu intertekstualności jako kontroli ogólnej nad czynnościami komunikacyjnymi².

2.2. W niniejszym opisie należy przytoczyć również fragmenty z działaniami mownymi określanymi jako „cytowanie” oraz „przyczacanie wypowiedzi”. Istotą przyczacania tego, co zostało powiedziane/napisane, jest to, że ktoś w rozmowie z kimś relacjonuje następnemu innemu daną rozmowę, powtarza, co usłyszał/przeczytał. Warto jeszcze przypomnieć, że wypowiedź podstawowa przekazywana jest podczas odtwarzania, co można wyrazić w różny sposób. „Mowa niezależna” jest językową formą dosłownego cytowania, gdzie cytujący przejmuje odpowiedzialność za to, że osoba cytowana wyraziła orzeczenie w dosłownym brzmieniu. „Mowa zależna” jest formą językową służącą odtwarzaniu treści. Nadawca, który powołuje się na daną wypowiedź, przejmuje odpowiedzialność za prawdziwość tego, co zostało przekazane [Bünting 1989: 261–262].

Jeśli chodzi o teksty naukowe i popularnonaukowe, zawsze wchodzą one w dialog z innymi tekstami [Gajewska 2004: 36]. Również w komunikacji potocznej bardzo często powołujemy się na wiedzę z wielu źródeł. Zależnie od wypowiadanych treści przeciętny użytkownik języka w prowadzonych rozmowach dzieli się wiedzą, szuka argumentów, które będą przemawiały za wyrażoną przez niego opinią. W ustnej odmianie nie spotyka się często przytoczenia niezależnego, nadawca odwołuje się do cudzych słów za pomocą mowy zależnej i wyrażen parenetycznych. W codziennej rozmowie potocznej rzadko posługujemy się cytatem właściwym z oczywistych względów. Nie dysponujemy bowiem w naszej pamięci obszerną literaturą na wszystkie tematy, na które możemy dyskutować na co dzień. Tym różni się rozmowa na forum internetowym, która, po pierwsze,

¹ R.A. de Beaugrande, U.W. Dressler, *Introduction to Text Linguistics*, http://www.beaugrande.com/introduction_to_text_linguistics.htm [dostęp 10.2011].

² Jw., <http://www.beaugrande.com/Intro1981Nine.htm>

może rozciągać się w czasie, po drugie, podczas tworzenia wypowiedzi internauta ma dostęp do różnych źródeł informacji, które odszukuje w zasobach wirtualnych.

2.3. Dlatego też nadawcy internetowi powołują się na potrzebne im źródła wiedzy przy użyciu cytatu właściwego. Może to być oczywiście cytat, który jest nadawcy znany, niewymagający poszukiwania źródła w celu skopiowania tekstu do swojej wypowiedzi, co, jak możemy przypuszczać, ilustruje poniższy przykład:

- (36) *Dla wielu rodzimych gitarzystów pojęcie np. otwartych strojów jest czarną magią dlatego twierdzą, że gitara akustyczna... jest u nas ciągle nie odkrytym instrumentem. A przecież jak powiedział Al Di Meola „Prawdziwego gitarzystę poznaje się po jego grze na akustyku”. Dlatego pragnę przedstawić paru zagranicznych gitarzystów, którzy wywarli na mnie spore wrażenie swoją grą na gitarze akustycznej. (szan)*

Może to być również długie przytoczenie niezależne, wymagające już czynności potocznie określanej jako „kopiuj-wklej”, z podaniem źródła w postaci adresu bibliograficznego lub jak w poniższym przykładzie – adresu internetowego i tzw. hiperłącza, np.:

- (37) *Chciałbym wam pokazać coś co znalazłem dzisiaj w wiadomościach:*

Cytat:

*Nasylenie tlenem pierwotnej atmosfery ziemskiej 2,5 mld lat temu miało związek przede wszystkim z „podmuchami” wulkanów. W mniejszym stopniu i dopiero w drugiej kolejności przyczyniły się do tego cyjanobakterie, tzw. sinice zdolne do tlenowej fotosyntezy. Do takiego wniosku doszli francuscy naukowcy z Institut des Sciences de la Terre w Orleanie, zespołem kierował dr Fabrice Gaillard. Wyniki ich badań publikuje „Nature”. www.rp.pl/arttykul/325670,732621.html **Wiadomo, że do powstania życia na ziemi przyczyniło się wiele czynników. Dla mnie osobiście bardzo prawdopodobne jest to, że taki wulkan mógł przyczynić się w dużym stopniu do zasilenia atmosfery dużymi ilościami tlenu. (rac)***

Przykład 37 ukazuje, że oprócz przytoczenia i wskazania na źródło wiedzy nadawca ustala wspólną wiedzę dla nadawcy i odbiorcy (*Wiadomo, że*) oraz wyraża opinię własną wywnioskowaną m.in. na podstawie podanych wiadomości (*Dla mnie bardzo prawdopodobne jest*). Ponadto formuła metatekstowa *prawdopodobne jest* określa stopień pewności określany przez nadawcę względem podawanej przez niego informacji. Powyższa wypowiedź mocno poprządkowana niemi metatekstu wcale nie wydaje się nim przytłoczona. Każdy operator dobrze spełnia swoją rolę w konstruowaniu spójnej wypowiedzi.

2.4. Jeśli mówimy o mowie niezależnej, należy zwrócić uwagę na zjawisko hipertekstu³ w internecie, gdyż za pomocą tego typu organizacji tekstu w przestrzeni

³ „Hipertekst” to organizacja danych w postaci niezależnych leksji połączonych hiperłączami. Hipertekst cechuje nielinearność i niestrukturalność układu leksji. Oznacza to, że nie ma z góry zdefiniowanej kolejności czytania leksji, a nawigacja między nimi zależy wyłącznie od użytkownika. Najbardziej znanym systemem hipertekstowym jest sieć WWW, chociaż posiada ona pewne ograniczenia w stosunku do innych systemów, takich jak HyperCard czy Storyspace (np. nie są przewidziane połączenia leksji/stron jeden do wielu). Według Teda Nelsona, autora terminu „hi-

wirtualnej odnosimy się do wielu innych tekstów. To specyficzny rodzaj cytowania wymagający od odbiorcy aktywnego poruszania się po zapisie elektronicznym. W poniższym przykładzie [poczytać tutaj](#) jest hiperłączem do innego tekstu, do wiedzy, którą chce posłużyć się nadawca. Odbiorca musi przejść do innej leksji, jeśli wyraża chęć zaznajomienia się z cytowanym w ten sposób fragmentem. Ten z kolei może zawierać odniesienia do dalszych źródeł:

- (38) *To spróbuj [poczytać tutaj](#). Jeśli abstrakt Cię zainteresuje pełen tekst jest do pobrania jako pdf. Dotyczy badań u ślimaka *Aplysia* – często wykorzystywanego do takich celów z uwagi na budowę układu nerwowego. (kogn)*

Utworzenie hiperłącza traktowane jest również jako dołączenie do wypowiedzi aneksu, załącznika, informacji, która albo uzupełnia przekazywane treści, albo je ilustruje:

- (39) *Załączony artykuł „[Postrzeganie, świadomość, samoświadomość, inteligencja](#)” dowodzi, że umiejętność zaspokojenia własnej ciekawości, a co za tym idzie posiadanie samoświadomości jest nie tylko warunkiem koniecznym ale i wystarczającym bycia inteligentnym w szerokim sensie tego pojęcia. (kogn)*

Zagadnienie hipertekstu kieruje naszą uwagę do problemu ujęcia hipertekstów w świetle kryteriów tekstualności stosowanych wobec tekstów tradycyjnych. Jednakże stopień przystawalności niektórych kategorii do analiz hipertekstu powinien być weryfikowany w oparciu o zróżnicowane hiperteksty [Maciejewski 2009: 301–324]. Nie było tu celem ani dokładne definiowanie pojęcia hipertekstu, ani opis jego konkretnych gatunków. Podkreślę, że w tym miejscu interesują nas relacje intertekstualne oraz intermedialne.

2.5. Zauważa się też, że uczestnicy rozmów na internetowych forach dyskusyjnych cytują się wzajemnie, aby konkretnie odnieść się do wybranych fragmentów poszczególnych wypowiedzi interlokutorów. Możliwość elektronicznego komunikowania się i łatwość zamieszczania kopii swoich przedmówców we własnych postach spowodowały, że mowa niezależna jest bardzo często obecna w elektronicznej rozmowie pisanej. Powszechnym zwyczajem w tego typu komunikacji jest odnoszenie się do treści podawanych przez jednego rozmówcę przez rozczłonkowanie jego wypowiedzi, cytowanie jej we fragmentach, po których następują repliki odnoszące się do kolejnych zagadnień:

- (40) *Ghoran » 2010-07-04, 21:55*

indy napisał(a): Kto według Ciebie stworzył człowieka? Kto według Ciebie tak zaprogramował nasz organizm? Bóg. Zażalenie Ghoran do Pana Boga.

Nie wiem skąd założenie, że moim zdaniem Bóg. Akurat to nie prawda 😊

pertekst”, WWW jest mocno ograniczoną, nieudaną próbą zastosowania idei hipertekstu, którą on sam stara się realizować, pracując nad Xanadu. Zob.: Wikipedia, <http://pl.wikipedia.org/wiki/Hipertekst> [dostęp 10.2011].

indy napisał(a): *Wzajemnie, musiałbyś we mnie siedzieć żeby zrozumieć, że mimo dużego poczucia humoru akurat ta ironia którą zastosowałeś dla mnie nie jest zabawna.*

Bywa. Po prostu uważam za lekką hipokryzję twierdzenie: nie zabijajmy bo to boli i jedzenie mięsa.

indy napisał(a): *Ale spokojnie bez urazy rozumiem, że Ty nie rozumiesz :)*

I vice versa ☹️ (szan)

2.6. Często praktyką jest zjawisko, w którym na ekranie wydzielona jest wypowiedź danego nadawcy, gdzie widnieją wyodrębnione fragmenty kilku uczestników forum z podaniem pseudonimu autora cytowanego fragmentu, pod każdym fragmentem nadawca nawiązuje do każdej z wypowiedzi, odnosząc się do konkretnego zagadnienia:

- (41) *ja tez niestety nie mam kabłówki ani nawet satelitarnej ☹️ a w tv sama kiszka... czasem coś dobrego dadzą w „Kocham kino” ale to z kolei jest tak późno ze dramat ... pozatym tam niema moich czarno białych filmidelek; (a jeśli chodzi o*

Cytuję:

BoB-terian (2004-02-19)

kiebska jest to kiebska podruba 7 wspanilych. Film bez żadnych ciekawych scen. Dół to był komentarz oczywiście pod filmem Siedmiu samurajów (1954) Shichinin no samurai

to nie wiem czy sie śmiać czy płakać ☹️ (już nie mówiąc o ortografii) 😊 Wstyd... panie prezesie TVP WSTYD ☹️☹️

adolat:

I tak cię olej! Bo oni bazują na sondażach grupy reprezentatywnej a tak się składa że kinomaniaków w niej chyba nie ma! Za to są panie które całe dni oglądają telezakupy i klan a telexpresu nie rozumieją ☹️

hehe 😊 to prawda ... niestety ☹️ (mov)

Cytowanie w powyższym przykładzie posłużyło też wskazaniu niedoskonałości języka, jakim posługuje się przedmówca, wytknięciu błędów, skrytykowaniu sposobu pisania i wypowiadania się.

2.7. W badanym materiale istnieją również przykłady cytowania bez podania autora komentowanych wypowiedzi, gdzie istotna przypuszczalnie jest treść cytatów, a nie ich twórca:

- (42) Cytuję:

Czy uważacie ze klasyka moga byc tylko starsze filmy

tu w tym temacie właśnie o takie chodzi, bo te wyżej wymienione to żaden problem dostać w wypożyczalni czy w jaimś sklepie, a są pewne tytuły klasyczne, aż do bólu, których nie uraczysz w tv czy wypożyczalniach i one właśnie chodzi no i jak sam tytuł mówi

Cytuję:

Ja chce stare filmy!! (mov)

Zdecydowanie łatwiej jest nadawcy skopiować fragment zamieszczony w internecie, podać źródło, niżeli, po pierwsze, pisać samodzielnie wypowiedź, po drugie, dokonywać przeformułowania danego tekstu, skoro wymaga to czasu i wysiłku umysłowego, por.:

(43) *Czy to prawda?*

Cytat:

Przykładowo uczenie się trudnych czynności motoryczno-wzrokowych, takich jak żonglowanie, zwiększało pojemność kory mózgowej w okolicach związanych z uwagą wzrokową o 3%. Taka plastyczność nie występuje we wszystkich częściach mózgu, ale przykład z żonglowaniem sugeruje, że zajmowanie się trudnymi problemami i rozwijanie zdolności psychicznych może wpływać na zwiększenie objętości istoty szarej.

Źródło⁴ (kogn)

Zacytowanie konkretnych wypowiedzi ma również na celu wyszczególnienie pośród wielu postów, wymianę replik tylko między dwoma lub kilkoma wybranymi rozmówcami. Takie „wyłowienie” interesujących wątków, opinii, zagadnień spośród dużej liczby wypowiedzi świadczy o budowaniu świadomej dyskusji, zaangażowaniu interlokutorów. Wskazaniu jednego z rozmówców i odniesieniu się do jego konkretnych argumentów służy możliwość graficznego wyróżnienia. Ten zabieg łącznie z wyrażeniem *cytuję*, *cytat* ma zdecydowanie metatekstowy charakter.

2.8. U. Gajewska opisała bardzo obszerny leksykon wyrażen metatekstowych wskazujących na źródło informacji w tekstach naukowych, uznając je za szczególnie istotne i widoczne, zwłaszcza w tym stylu języka [Gajewska 2004: 34–52]. B. Boniecka wskazuje, że również wypowiedzi potoczne, a w tym i dziecięce, są w wysokim stopniu intertekstualne. Lingwistka pisze, że pojęcie intertekstualności jest według niej ogólniejsze od takich pojęć jak: „paratekstualność” (wyróżnienie tekstu właściwego i tekstu komentującego, np. tytuł, podtytuł, wprowadzenie, wtrącenia), „metatekstualność” (dany tekst służy do komentowania innego tekstu), „hipertekstualność” (różne postacie kontynuacji danego tekstu), „architekstualność” (rozpoznawanie gatunków tekstów i ich przynależności do danej serii). „Intertekstualność upatruję w formalnej i treściowej zależności kształtowanej wypowiedzi od innych wypowiedzi, pochodzących z innych źródeł, z innego poziomu strukturyzacji czy z innej płaszczyzny myślowej, także w zależności od wiedzy uczestników aktu komunikacyjnego o różnych typach wypowiedzi” [Boniecka 1996: 87–110; 1999: 181–235].

W internetowych tekstach potocznych zauważa się odniesienia do tekstów literackich, naukowych, do opublikowanych badań, ankiet, do teorii naukowców. Wskazany nazwiskom towarzyszą następujące czasowniki: *X postuluje*, *X uważa*, *X udowadnia*, *X powiedział*. Przykładów jest wiele:

- (44) *Dr Komedziński postuluje, żeby w ogóle nie używać terminu pedagogika, jeśli chodzi o interdyscyplinarne spojrzenie na edukację. Ja też się tym interesuję. Mam trochę materiałów; jeśli chcesz skontaktuj się za mną na pw – mogę się z Tobą podzielić* ~ (kogn)
- (45) *Co do literatury, to propozycja dra Tomasza Komedzińskiego wydaje się rzeczywiście interesującą propozycją na tłumaczenie, jak chodzi o adeptów neuroobrazowania. Znalazłem też niezłe propozycje w języku polskim.* (kogn)

⁴ Słowo „Źródło” jest aktywnym łączem do artykułu, z którego pochodzi cytata.

- (46) *Legge uważa, że ze względu na pojemność uwagi wzrokowej, przekroczenie granicy 300 słów na minutę jest niemal niemożliwe. (kogn)*
- (47) *Według autorów kilku studiów, których wyniki opublikowano w aktualnym wydaniu pisma **Journal of Vision**, szybkie czytanie to złudzenie. Naukowcy podpierają swoje twierdzenia budową ludzkiego oka. Oczy działają bowiem jak reflektory rampowe, „podświetlające” tylko część sceny, tutaj strony. (kogn)*
- (48) *To, że świadomość (a konkretniej jeden z jej elementów: rozumienie) nie jest procesem, który można symulować obliczeniowo (a więc za pomocą znanego algorytmu) **udowadnia Penrose**. (kogn)*
- (49) *Jaki sens ma porównywanie silnika samochodowego z komputerem? Żaden. Gdybyśmy na chwilę założyli, że silniki samochodowe potrafią myśleć, mają swoją jakąś „silnikową” świadomość i podobne założenie poczynilibyśmy dla komputerów, czy silnik potrafiłby pojąć komputer? **Wittgenstein powiedział**, że gdyby lew zaczął mówić nie zrozumielibyśmy go, nawet rozumiejąc poszczególne słowa. Dlaczego uparcie chcemy się wypowiadać na temat świadomości maszyn, której najprawdopodobniej nie będziemy w stanie pojąć? (kogn)*
- (50) *W przypadku nawet najbardziej abstrakcyjnych i wydumanych problemów, jak (żeby nie szukać daleko) „czy istnieje Bóg”, „czy możliwy jest kontakt z obcą cywilizacją”, itd. możemy sobie przynajmniej wyobrazić jak mogłoby wyglądać konkluzywne rozwiązanie. W przypadku tzw. „świadomości” nie potrafimy nawet wskazać jak ew. „wyjaśnienie” miałoby wyglądać. **Nie mam pod ręką cytatu z Matta Webba** od „Mind Hacks”, bo wywiady nie zostały jeszcze przywrócone z poprzedniej wersji strony, **ale on to ujął najlepiej**. (kogn)*

B. Boniecka twierdzi, że przywołuje się inne osoby i ich teksty z przeświadczeniem, że są ważniejsze, mądrzejsze, lepiej, bardziej interesująco, zabawniej, atrakcyjniej formułujące myśl [Boniecka 1999: 223]. Jest to kwestia autorytetu, jeśli mowa o sprawach naukowych i zagadnieniach specjalistycznych.

2.8. Jeśli nadawca nie powołuje się na konkretne nazwisko, próbuje posiłkować się wypowiedziami typu: **według wielu znawców, ze statystyk wynika, badacze mówią, według badań** itp.:

- (51) ***Według wielu znawców**, twórcom udało się uchwycić prawdę o współczesnej Polsce. „Ferdek Kiepski to nasz narodowy, ponadczasowy bohater” – możemy przeczytać krótką analizę telewizyjnego hitu na łamach „Dziennika”. (mov)*
- (52) *A: mam pytanie, a mianowicie: po jakim czasie rozpuszczają się szwy? od mojego porodu minęły już 3 tygodnie i ciągle tam są a miały być rozpuszczalne więc zaczynam się zastanawiać czy może coś jest nie tak. jak myślicie?
B: u mnie tak **jak powiedział lekarz** 7 dni nie mogą dyc za długo powinnaś iść do lekarza na dziecie nawet po operacjach zdejmują po tyg. (dm)*
- (53) *Natomiast tutaj, w Anglii kiedy poszłam do **dentysty** z moim synkiem, **ten powiedział** że to się stało od picia napojów słodzonych no i że to jakieś przebarwienia i wogóle opowiadał coś co wiem że nie dzieje się z zębami mojego dziecka, na koniec pozmarował zabki fluorem i kazał standardowo nie jeść mu nic 2 h ☹️ **a no i powiedział jeszcze** że jak zabki beda go boleć to usmia dziecko i wyrwa zabki. (GB)*
- (54) ***Jak wykazują statystyki**, to właśnie wakacje są porą najczęściej wybieraną na ucieczki z domów. Dlaczego? Bo najłatwiej przetrwać, na ogródkach działkowych można się najeść, a z noclegiem też nie ma problemu, bo wystarczy namiot. [wiadomości TVP1] **Ze statystyk wynika**, że każdego roku w Polsce na ucieczkę z domu decyduje się ponad 6 tys. młodych ludzi. (znaj)*

- (55) *Badacze mówią o co najmniej dwóch klasach świadomości: świadomość rdzeniowa (Damasio) czy samoświadomość (Korzeniewski) czy też jak to tam zwał, a z drugiej strony wiele 'świadomości czegoś'. (kogn)*
- (56) *AR z krakowa prowadzi w Koszarach zamojskich SUM z ZiM-u z w ogłoszeniach podaje że rekrutacja jest na ekonomie ale jak to jeden z wykładowców powiedział na piewych zajeciach że to chwyt marketingowy!! bo kto poszedłby na sum z ZiM-u a tak przyjmujemy każdego po ekonomii z każdej szkolki pod warunkiem przejścia rozmowy kwalifikacyjnej. (gaz)*

Ponownie odniosę się do wypowiedzi B. Bonieckiej: „Cytowanie innych ma to istotne znaczenie, że świadczy o wyjściu mówiącego poza obręb własnego »ja«, poza teren własnych eksploracji” [Boniecka 1999: 223]. Nadawca, nawiązując do wypowiedzi swoich współrozmówców, udowadnia, że „słucha” innych, interpretuje ich argumenty, czerpie z wiedzy interlokutorów, uczy się od nich, zgadza się z nimi. Jednym zdaniem, inspirowane się prowadzonymi rozmowami w internecie. Porównajmy przykłady:

- (57) *Witam. Po pierwsze, chciałbym podziękować Janowi za jasność wyводу. Czy obrazki się podobają? No fajne, ale dla mnie, jak już napisał Sławek, nie niosą one na razie żadnej informacji. Co więcej w kontekście wypowiedzi Jana Wójcika:*
Cytat:
Problem w tym, że EEG i ERPy nie mówią, gdzie w mózgu zaszła taka reakcja, skąd pochodzi mierzony sygnał. To, że rejestruje go, powiedzmy, elektroda przytwierdzona z tyłu głowy, jeszcze nie znaczy, że sygnał pochodzi z okolic potylicznych [...].
– Mam obawy, czy „obrazki” tego typu w ogóle cokolwiek znaczą. (kogn)
- (58) *Biorąc pod uwagę wymowę Waszych komentarzy (przeważnie słusznych), trzeba by zmienić temat tego wątku. Sformułowanie „skandal” jest w tym przypadku mylące i niedorzeczne. A tak na marginesie – i gwoili wyjaśnienia: według tego, co udało się do tej pory ustalić (a nie jest to takie trudne), dyskutowane ogłoszenie nie dotyczyło Świadców Jehowy. Na przyszłość sprawdzajcie informacje, zanim zaczniecie się burzyć na forum. (urż)*
- (59) *Według mnie ucieczka to nie jest sposób. Młodym ludziom chodzi właśnie, by pokazać rodzicom, że mogą wszystko, tak jak napisała to Anii09. Nie zdają sobie czasem sprawy, jak bardzo źle może się skończyć taki wyskok. Młodzi ludzie plamują wszystko impulsywnie, a dopiero potem się zastanawiają, jak już jest za późno. (znaj)*

2.9. Znaczna liczba przykładów, które zawierają odniesienia do cudzych wypowiedzi, to fragmenty z nawiązaniem do charakterystycznych powiedzeń osób bliskich. Oto przykłady:

- (60) *Nieprędko pójść do pracy choć bardzo bym chciała i niby mogła, ale w naszym popapranym kraju i w mojej sytuacji to się nie oplaca. Jak mawia mój mąż ima słuszość niestety. Gdybym poszła teraz do pracy nie zarobię więcej jak 1200zł. w najlepszym wypadku, a stracę zasiłek rodzinny 450zł.; dodatek mieszkaniowy 250zł.; muszę wysłać dwoje dzieci do przedszkola 400zł. ico mi zostanie? 100zł. (pol)*
- (61) *Moja mama mówi że pierwsze dziecko przychodzi(przeważnie) na świat 2 tyg przed terminem lub 2 tyg po terminie. U mnie to się sprawdziło - urodziłam 2 tyg. po terminie. (dm)*

2.10. Należy też dodać, że w badanych fragmentach, szczególnie na forach o tematyce naukowej, które rozmówcami są osoby zaangażowane w działalność

akademicką, występuje również cytowanie siebie, odnoszenie się do własnych prac. Powoływanie się na osobisty dorobek naukowy może mieć wiele przyczyn. Jedną z nich jest chęć dzielenia się wiedzą, poza tym promocja własnej działalności naukowej. Ponadto sięganie do gotowych argumentów ułatwia udział w dyskusji:

(62) *Tak jest! Oczywiście, popełniłem błąd. Potrzeba poznania nie musi być uświadamiana. Wręcz nie jest, jeśli chodzi o pamięć fizyczną. Przecież piszę o tym w moim eseju w taki sposób:*

Cytat:

Ciekawość dotycząca obserwowanych obiektów, obrazów, wrażeń oraz ich reprezentacji mentalnych przywoływanych z pamięci odpowiada ciekawości perceptualnej (według Berlyne) lub fizycznej (Dewey). Powyższa interpretacja jej funkcjonowania nadaje definicji Dewey'a nowy sens. [...]

Jednakże cała dalsza argumentacja pozostaje w mocy. Piszę wyżej:

Cytat:

A jeśli chodzi o „poczucie” wyodrębnionego „Ja” to napisałem o tym w Samoświadomości Maszyn i we wpisach w poprzednich wątkach. Zachęcam do lektury. (kogn)

Podsumowując, posłużę się twierdzeniami B. Bonieckiej, która pisze, że intertekstualność zakłada użycie wzorców tekstowych pewnych klas tekstów. Dialogom potocznym nie stawia się rygorystycznych wymogów w zakresie spójności, jak dyskusjom naukowym [Boniecka 1996: 98]. Różnorodność ta widoczna jest więc w samym leksykonie wyrażen metatekstowych służących odniesieniom intertekstualnym.

3. Operatory wprowadzające powszechną znajomość danych informacji

3.1. Nierzadko w dyskusji w świecie rzeczywistym interlokutorzy wprowadzają informacje, które uznają za oczywiste i znane współrozmówcom, z jednej strony podkreślając identyfikowanie się z odbiorcami, z drugiej zaś ustalając pewną wspólną wiedzę osób rozmawiających. Do częstych wyrażen metatekstowych wprowadzających powszechną wiedzę należą: *wiadomo; jak wiadomo; z tego, co wiadomo (dotyczące nie wiedzy ogólnej o świecie, ale odnoszące się do konkretnych sytuacji); chodzą słuchy; doszły mnie słuchy; gadają, że; powiadają, że; mówią, że; wiemy, że; z... wynika, że; jak mówi przysłowie*. Podobne zjawisko zauważa się w rozmowie internetowej.

3.2. Podstawowym czynnikiem kształtowania wypowiedzi językowych, a w tym dialogów – pisze A. Starzec – jest specyficzna asymetria wytworzona między wiedzą rozmówców. Lingwistka przywołuje terminy wprowadzone przez W. Labova określające tę wspólną nadawcy i odbiorcy wiedzę: A-events, odnoszące się do zdarzeń i rzeczy, o których wie interlokutor A, oraz B-events – do zdarzeń znanych rozmówcy B. Jeśli nadawca chce wprowadzić do wypo-

wiedzi nową wiedzę, musi ustalić wiedzę wspólną, która stanowi podstawę do prowadzenia i poszerzania dyskusji. Ustalenie tej wiedzy jest łatwe w dialogu mówionym, natomiast w tekście pisanym, a szczególnie w popularnonaukowym, nadawca jedynie zakłada obszar wiedzy, którą może posiadać odbiorca [Starzec 1994: 63–64]. W rozmowie internetowej ustalenie tej wiedzy jest równie proste jak w dialogu w świecie rzeczywistym, gdyż możliwa jest tu interakcja. Przywołaniu wspólnej dla nadawcy i odbiorców wiedzy często służy czasownik bezosobowy *wiadomo*. W poniższych fragmentach dystrybuuje on różne treści. Po pierwsze, informuje, że pewne fakty i zdarzenia znane są wszystkim rozmówcom:

- (63) *Tak więc RAM nie jest jedyną przyczyną zwalniania systemu choć wiadomo, że im go więcej tym lepiej. Szkoda, że nie piszesz jaką masz konfigurację łącznie z programami obciążającymi system jak np. program antywirusowy. (znaj)*
- (64) *Jak wszystkim wiadomo AGH to oprócz niesamowitej renomy w Polsce, to coraz częściej rozpoznawana „marka” na Świecie. (kr)*
- (65) *Ja stosuje dietę kopenhaską, trwa 13 dni. Myślałam że nie dam rady bo wydawało mi się że będę ciągle głodna ale tak wcale nie jest, schudłam w pierwszym tygodniu 4,5 kg. jeszcze tylko trzy dni. Jest jeden warunek, potem się pilnować bo wiadomo – efekt jojo. (dm)*
- (66) *Wiadomo, że nie można jej długo stosować, samym ryżem człowiek nie wyżyje :) [...] Wypróbowałam tę dietę jakiś czas temu przez kilka dni, nawet nie tydzień. Efekty były, chociaż teraz muszę bardzo dbać, żeby ich nie zaprzepaścić. (pol)*
- (67) *od dawna wiadomo że najlepszym i najtanszym sposobem jest moneybookers ☺ szczególnie jesli chodzi o mbank (BRE Bank) i lloyds (moneybookers ma konta w tych bankach) (GB) – o przelewach pieniędzy do Polski od dawna wiadomo że za darmo przelewy oferuje tylko paypal. Sam korzystam i polecam. (GB)*

Po drugie, w niektórych sytuacjach odbiorca posługuje się tym samym operatorem co nadawca w celu potwierdzenia tego, że omawiany fakt jest mu znany, wiadomy. Oprócz ustalania wspólnej wiedzy występuje tu również funkcja faktyczna, mająca na celu wyrażenie zgodności co do treści wypowiedzianych przez nadawcę, podtrzymanie rozmowy, np.:

- (68) *A: Witam, chcialem sie zapytac czy podczas Juwenaliow zajecia na uczelni odbywaja sie normalnie??*
B: z tego co wiadomo to sa od wtorku do czwartku wlaczenie, na wszystkich uczelniach, ktore sa zaangażowane w juwenalia czy jakos tak ☺
C: tak, wiadomo... we wtorek sa rektorskie od 15 a w srode i czwartek caly dzien. (urz)

Czasownik bezrefleksyjny *wiadomo* otwiera również pole dla wnioskowania. Dany fakt jest znany uczestnikom rozmowy również wtedy, gdy wiedza wynika z przedstawionych przez nadawcę treści. Zilustrować można to następującym schematem: 'Mówię, że A, **wiadomo, więc**, że B'. Stwierdzenie „B” jest informacją, która została wywnioskowana na podstawie informacji „A”. Informacja ta pozwala ustalić wspólną wiedzę dla nadawcy i odbiorcy:

- (69) *Jeżeli była to rada rodziców złożona z rodziców tych maturzystów – to co w tym nie fair? 99% maturzystów i tak jest utrzymywanych przez rodziców, wiadomo więc czyje były te pieniądze. A skoro właściciele kasy się zgodzili – w czym problem? (szk)*

Również wyrażenie *z tego, co mi wiadomo* sygnalizuje, że nadawca nie stosuje operatora ustalającego wiedzę wspólną, ale powołuje się na źródło własne, np.:

- (70) *Z tego co mi wiadomo tak wykonawcom IV Akademickiej Gieldy Piosenki Żeglarskiej -- przemilczanej przez Szantymaniaka i Szanty24.pl (ale nie przemilczanej przez forowiczów) -- jak i wykonawcom w stosunku do których były wcześniejsze zaległości z roku 2008 -- wypłacono wszystkie należne pieniądze. (szan)*

3.3. Jak sugeruje A. Starzec, równoważne znaczeniowo czasownikowi *wiadomo* są jego niektóre formy osobowe, np. *wiemy, że*. Formy te jeszcze bardziej podkreślają wspólnotę rozmówców, ustalenie danego poziomu wiedzy. Przykład 71, wyekscerpowany z portalu tematycznego gromadzącego wspomnianą grupę naukowców, doskonale ukazuje to zagadnienie:

- (71) *Chociażby proste zjawisko przymowania (torowania). Wiemy, że pewne bodźce aktywują w nas rozbudowane skojarzenia, choć nie jesteśmy ich świadomi. Np. słowo „kolumna” aktywuje w nas skojarzenia z kolumną dorycką, ale i głośnikiem, czy kolumną wojska, co można zbadać np. czasem decyzji, czy „głośnik” lub „wojsko” to słowa (decyzja będzie o ułamek sekundy szybsza, niż dla niezwiązanych słów podobnej długości i częstotliwości występowania w języku). (kogn)*

Wysoka frekwencja wyrażenia *wiadomo* może być wynikiem manieri językowej i indywidualnych nawyków użytkownika języka. Jednakże prawdą jest również, że nadawca przez jego częste użycie chce uwiarygodnić swoją wypowiedź, zaznaczając, że to, o czym mówi, jest oczywiste, wiadome, a zatem też prawdziwe, niebudzące wątpliwości:

- (72) *mam problem, ponieważ mam w domu papugi faliste, jak wiadomo papugi strasznie brudzą, spodziewam się dziecka i nie wiem czy pióra przypadkiem nie uczulą mojej malej, wiadomo że jak się ma papugi należy często sprzątać nie wiem czy nie zaszkodzi malej takie ciągłe używanie różnych środków które używam do dezynfekcji a poza tym bakterie które się tworzą przy papugach. Jestem trochę przewrażliwioną młodą przyszłą mamą. (par)*

3.4. Powoływanie się na wiedzę powszechnie znaną może mieć też związek z rozpowszechnianiem pogłosek, informacji niepewnych i niesprawdzonych. Zarówno w życiu codziennym, jak i w różnorodnych dyskusjach w przestrzeni internetowej każdy człowiek wykazuje większe lub mniejsze tendencje do „przekazywania dalej zaślyszanych informacji”. W warstwie metatekstowej powstaje sygnał, że takie treści zostaną przekazane, a źródło jest nieokreślone. Jednym z często używanych operatorów wprowadzających informacje o charakterze plotki czy pogłoski jest operator: *chodzą słuchy*. Jego znaczenie jest bardzo wymowne, ‘mówiąc *chodzą słuchy*, mówię, że wprowadzę wiadomości niesprawdzone, informacje, które mogą być nawet negatywne i obraźliwe’. To wyrażenie metatekstowe pozwala całkowicie odciąć się od wskazania siebie jako autora przekazywanej

treści. Nadawca posługujący się formułą *chodzą słuchy*, podobnie jak *ludzie mówią, gadają, mówi się że*, jest tym, który tylko powtarza to, z czym się zapoznał, jednocześnie nie bierze odpowiedzialności za słowo. Ma to znaczenie szczególnie wtedy, gdy wypowiedź ma charakter obraźliwy, dotyczy osób nieobecnych podczas rozmowy. W przypadku zwrotu *chodzą słuchy* możemy sugerować treść o zabarwieniu emocjonalnym. Mimo że nadawca wyraźnie odżegnuje się od autorstwa podanej informacji, to wyraża chęć przekazywania jej dalej.

Można by pokusić się o stwierdzenie, że operator metatekstowy *chodzą słuchy* otwiera przestrzeń dla plotki. Należy zatem przywołać jej definicję, aby okazało się, że nie każdy przykład obrazuje powyższe stwierdzenie. Jak wskazuje E. Błachowicz w książce poświęconej zjawisku plotki w świetle teorii aktów mowy i zasad etycznych w komunikacji, termin „plotka” bardzo trudno jest zdefiniować. Powszechnie przez plotkę rozumie się niepotrzebne rozgłaszanie nowin z życia prywatnego innych ludzi. Plotka to zniekształcona informacja o zachowaniu ludzi, o zdarzeniach, powstająca poprzez subiektywne, niekontrolowane nastawienia, świadomie przekręcane treści, celowe wprowadzanie w błąd. W plotce odbija się i ujawnia fantastyczny świat ludowego folkloru, bajki, podania kontrastujący z informacją rzeczywistą i sprawdzoną. I wreszcie plotka pojawia się tam, gdzie informacja jest niepełna, ale atrakcyjna, a nawet sensacyjna [Błachowicz 2010: 18–43].

Podane przez internautów informacje zazwyczaj nie są sprawdzone, niektóre z nich, jak w przykładzie 74, dotyczą tematów uznawanych jeszcze przez niektórych za tabu, kontrowersyjnych, wstydlivych, budzących sensację. Należy podkreślić, że operator *chodzą słuchy* otwiera również pole dla informacji według nadawcy niepewnej, ale pozbawionej ekspresji i atmosfery skandalu. Por.:

- (73) *chodzą słuchy że alianz odchodzi z końcem sezonu z czego wy bedziecie zyc? za co stadion wybudujecie? (gaz)*
- (74) *Ja zaproponuję może polski pierwiastek. Człowiek, który gdy się uśmiecha, dosłownie mięknie mi kolana. Jego dołeczki w policzkach są cudowne. Jego głos jest zniewalający. No i chodzą słuchy, że jest gejem, ale ciężko mi w to uwierzyć. (mov)*
- (75) *ja wczoraj miałem urodzinki, więc dopiero dzisiaj obejrzałem i doszły mnie słuchy, że Move ma wyjść w zestawie z ps3, to sobie fundnę, a za rok InFamous'a 2, który będzie wspierany tym kontrolerem, może wtedy zobaczymy jak to cudeniko działa na porządnym grach akcji, bo narazie te gry, to tak na poka zrobione, żeby zaprezentować to urządzenie, ale i tak jest extra pozdrawiam i czekam na prezentację studia (gry)*
- (76) *A: Dziewczyny! Macie już jakieś informacje na temat nowej porodówki w MSW i A na Markwarta w Bydgoszczy?*
B: a tam jest jakas porodowka??? nie slyszalam nic takiego... kiedys porodowke mial szpital wojskowy, potem ja zlikwidowali, ale chodza jakies sluchy ze wlasnie w wojskowym ma byc na nowo porodowka... a o MSAiA nic nie wiem... (dm)
- (77) *A: narazie wiem tylko tyle, że ma się coś pozmieniac w cenie wykupy, bo do tej pory było jakoś, że za 5% wartości się wykupowało mieszkania od nich, a teraz podobno ma wejść, że za 40% wartości, ale tego na 100% to niewiem jak będzie, takie tylko chodzą u nas słuchy.*
B: No u nas jest identycznie i też chodzą słuchy o wyższej cenie mieszkań. Mam nadzieję, że my zapłacimy starą cenę, bo wpłatę i wnioski nam zatwierdzili. (dm)

3.5. W przypadku gdy stosujemy operatory *mówi się, jak to się mówi*, odwołujemy się często do tzw. mądrości życiowej i ludowej. Wyrażenia te mogą łączyć się z powszechnie znanymi powiedzeniami i przysłowiami, jak przedstawia jeden z poniższych przykładów:

- (78) *Moja siostra karmiła ok 2 lat, bo **mówi się**, że im dłużej tym lepiej dla dziecka – oczywiście bez przesady! No ale cóż, nie ochroniło to malej od chorób.* (pol)
- (79) *A ja słyszałam że możesz jeszcze beda, ale to jest nie sprawdzona informacja **wiec** nie robcie sobie nadziei jesli nie będzie szkoda ze data taka mało sprzyjajaca ale **jak to sie mówi dla chcącego nic trudnego** hey.* (urz)

Wiedza zawarta w przysłowiach przekazywana z pokolenia na pokolenie nie ma jednolitego źródła. Mimo iż istnieją księgi przysłów i aforyzmów, ich żywotność tkwi w przekazie ustnym. Jako że dyskusje na forach internetowych mają wiele cech rozmowy (świadczą o tym operatory z eksplicitnie wyrażonym komponentem *mówię*), frekwencja operatorów wprowadzających powszechnie znane treści oparte na wierzeniach ludzkich i przysłowiach jest wysoka:

- (80) *To jak większość facetów. Ja zobaczyłem parę odcinków drugiego sezonu, i to nie ze swojej inicjatywy. Ale to wystarczyło, aby stwierdzić, że nie jest to typowy serial. Ci, **którzy gadają**, że Desperatki to taka Dynastia, czy Moda na sukces najwyczejniej w świecie **nie wiedzą o czym mówią*** (mov)
- (81) *Od koleżanki kot, nawet się mocno przestraszył, i najeżył sierść patrząc w coś czego nie widać. **Powiadają że rzekomo** zwierzęta widzą duchy, ale czy to jest prawdą, czy coś takiego i wam się przydarzyło?* (may)
- (82) ***Stare wiejskie powiedzenie mówi**, że jeśli jakiś gospodarz je zanim zje jego rodzina i zwierzęta to jest marnym gospodarzem :) Wydaje mi się, że do normalnego domu też to można odnieść.* (dm)
- (83) *Jak trafi się ciekawy gość, który ma coś do powiedzenia to jest jeszcze co oglądać, w pozostałych przypadkach Wojewódzki dwoi się i troi żeby było zabawnie ale zazwyczaj jego żarty ograniczają się do homoseksualizmu, seksu, podrywania gościa (nieważne jakiej płci) lub ewentualnego alkoholizmu gościa a **jak mówi staropolskie przysłowie**, co za dużo to niezdrowo.* (mov)

Podsumowanie

Podsumowując, badany materiał ukazuje, że wypowiedzi zamieszczane w przestrzeni wirtualnej są wysoko intertekstualne. Powoływanie się na różne źródła informacji świadczy o różnorodności podejmowanych tematów podczas internetowych rozmów. Odwoływanie się do tekstów naukowych świadczy o poziomie intelektualnym dyskusji i o szerokich zainteresowaniach interlokutorów. Niektóre operatory metatekstowe wskazują na wzajemne identyfikowanie się rozmówców w dążeniu do ustalenia wspólnej wiedzy. Wysoką frekwencję przypisać można też wyrażeniom pozwalającym wprowadzać subiektywne treści i wyrażać własne zdanie. Zarówno dzielenie się własnymi spostrzeżeniami, jak i odwoływanie się do innych tekstów poszerza przestrzeń komunikacyjną, pozwala na wymianę informa-

cji i uczenie się od innych, od spraw drobnych i codziennych po informacje istotne dla funkcjonowania w społeczeństwie, a także ważne dla rozwoju intelektualnego jednostki. Omówione operatory metatekstowe i zacytowane fragmenty świadczą o tym, że internauci prowadzą rozmowy mające charakter intertekstualny

Wykaz skrótów

dm	–	www.dobramama.pl
gaz	–	www.forum.gazeta.pl
GB	–	www.gbritain.net/forum
gry	–	www.gry-online.pl/forum
kogn	–	www.forum.kognitywistyka.net
kr	–	www.arkrakow.fora.pl
may	–	www.maysay.com
mov	–	www.movieforum.pl
pol	–	www.forum.polki.pl
rac	–	www.racjonalista.pl
szan	–	www.forum.szantymaniak.pl
szk	–	forum.szkoła.net
urz	–	www.forum.urz.pl
znaj	–	www.znajomi.biz

Literatura

- Beaugrande R.A. de, U.W. Dressler, *Introduction to Text Linguistics*, http://www.beaugrande.com/introduction_to_text_linguistics.htm [dostęp 10.2011]
- Błachowicz E., 2010, *Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej*, Rzeszów.
- Boniecka B., 1996, *Interekstualny charakter wypowiedzi dziecięcych* [w:] *Tekst i jego odmiany*, red. T. Dobrzyńska, Warszawa, s. 87–110.
- Boniecka B., 1999, *Lingwistyka tekstu. Teoria i praktyka*, Lublin.
- Bünting K., 1989, *Wstęp do lingwistyki*, tłum. E. Tomczyk-Popińska, Warszawa.
- Czapiga Z., 2006, *Rosyjskie operatory metatekstowe i ich polskie odpowiedniki*, Rzeszów.
- Gajewska U., 2004, *Metatekstemy w języku nauk ścisłych*, Rzeszów.
- Grochowski M., 1983, *Metatekstowa interpretacja parentezi* [w:] *Tekst i zdanie*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 139–148.
- Jakobson R., 1960, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki”, z. 2, s. 431–473.
- Kawka M., 1990, *Metatekst w tekście narracyjnym na przykładzie współczesnych utworów literatury dla dzieci*, Kraków.
- Maciejewski M., 2009, *Hipertekst jako przedmiot polskich i niemieckich badań tekstologicznych* [w:] *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław, s. 310–324.
- Miształ B., 2010, *Rola operatorów metatekstowych w kreowaniu wypowiedzi nacechowanych emocjonalnie w tekstach komunikacji elektronicznej* [w:] *Od miłości do nienawiści. Językowe mechanizmy kreowania emocji*, red. W. Kochmańska, B. Taras, Rzeszów, s. 171–182.

- Misztal B., 2010, *Strategie metadyskursywne w internecie*, „Studia Medioznawcze”, nr 3(42), s. 114–129.
- Misztal B., „Szkoda klawiatury strzepić” – operatory metatekstowe z komponentem „mówię” w dyskursie internetowym, Lublin (w druku).
- O spójności tekstu, 1971, red. M.R. Mayenowa, Wrocław.
- Ożóg K., 2009, *Druga linia tekstu – metatekst w języku polityki* [w:] *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Wrocław, s. 81–94.
- Ożóg K., 1990, *Leksykon metatekstowy współczesnej polszczyzny mówionej*, Kraków.
- Ożóg K., 1991, *Elementy metatekstowe ze składnikiem „mówię” w polszczyźnie mówionej* [w:] *Język a Kultura*, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova, Wrocław, s. 183–194.
- Ożóg K., 2004, *Operatory metatekstowe w polszczyźnie potocznej* [w:] *Tekstologia*, cz. 2, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, Lublin, s. 134–144.
- Starzec A., 1994, *Metatekst w tekstach popularnonaukowych i naukowych*, „Zeszyty Naukowe WSP w Opolu”, Językoznawstwo XV, s. 55–79.
- Wierzbicka A., 1971, *Metatekst w tekście* [w:] *O spójności tekstu*, red. M.R. Mayenowa, Wrocław, s. 105–121.

METATEXTUAL OPERATORS INDICATING THE SOURCE OF INFORMATION IN ONLINE TEXTS ON THE DISCURSIVE FORUMS

Summary

The electronic conversations led on the discursive forums have many features which characterize spoken communication in the real world. The opportunity of using the Internet resources is one of the reasons of the high level of intertextuality in texts online. The aim of the article is to analyse the metatextual elements that indicate the source of information. Metatextual operators allow the interlocutor to introduce particular subjects with a reference to his/her personal experience (e.g. *I think, from my experience*). The authors often quote specialists' points of view using expressions such as *according to, as X said*. Furthermore, the article provides examples of operators which indicate commonness of information when the source of facts is human being's general knowledge (e.g. *it is known that*). The lexes used during implementing the gossips (e.g. *rumour has it*) have been also described in the article. Finally, wisdom, known as folk wisdom as well, appears as an interesting source of information. It is a genesis of the lexicon of formula like *the proverb says*.

Marek Paduch

Uniwersytet Rzeszowski

**THE CORE AND PERIPHERIES OF THE CONCEPT
OF HAPPINESS IN AMERICAN ENGLISH
AND IN POLISH: A CROSS-CULTURAL
COMMUNICATION APPROACH****Introduction**

The main purpose of the present article is firstly to define the core and peripheries in the semantics of the concept of happiness referring to three components accounting for its meaning – universal, cultural and individual. Secondly, it aims to illustrate its cultural semantics in respective American and Polish cultures by means of a contrastive analysis of chosen aphorisms in American English and in Polish. It is to reveal the existing culture-motivated differences, which have been explained by assigning them to the already widely known dimensions of cultural diversity from the model of culture proposed by Geert Hofstede [1994]. It thus continues the research in cross-cultural semantics, which because of its pragmatic value has resulted in many publications [cf. the works of Nessa Wolfson 1981, Anna Wierzbicka 1999 and Anna Lubecka 2000].

Referring to the above claim, we posit that the core or universal meaning derives from various philosophical doctrines. In the case of both European and American cultures, they have been mainly created by Greek, Roman and Christian philosophers and thinkers. Their doctrines serve to define the basic values which are essential for the concept of happiness found in all languages and cultures. In turn, the periphery or rather peripheries are constituted by culture-specific dimensions of the notion which become conspicuous when we analyse its semantics in different languages. The second component of the peripheries are individual and subjective meanings of the term, which, however, are kinds beyond the scope of the present research. The reason is that they escape any strict classification and their influence on the social semantics of happiness is rather small.

Aphorisms have been chosen as the linguistic material to investigate culture-specific differences in the concept of happiness. Thus they are the most conspicuous use of language whose meanings are socially, not individually constructed. As such aphorisms belong to sociolect and are carriers of culture-specific semantics.

The choice of American and Polish cultures as well as their corresponding languages has been accounted for by the characteristic traits of postmodern global culture. Its often used synonym, Americanisation, means that the model of American culture has been found attractive and widely accepted all over the world. Similarly, English as a modern *lingua franca* imposes a certain worldview and understanding of reality. After 1989 Poland has become a part of the global culture, which has resulted in some changes in Polish cultural ethos. Thus, an indirect objective of the present article will be to show to what extent the periphery of the concept of happiness as developed in Polish culture reflects the world-wide changes.

Language, philosophy and culture

Philosophy and culture are united by language which conveys meaning and serves as a means of communication. Similarly to Wierzbicka's 'linguistic trio' [1999] where it is stressed an undeniable relevance among language, mind and culture in perceiving and understanding the world, another sensible relation can be formed, this time involving language, philosophy and culture. While analysing the concept of happiness, we posit that philosophy appears to be a conceptual game played in the field of culture by means of language.

Philosophy as a discipline of science belongs to humanities and is claimed to be an important outcome of both culture and, on a more general level, civilisation. For example, American and Polish cultures are part of Western civilisation that displays a set of universal values with their roots in Greek, Roman and Christian philosophical ethics and expressed by means of language. As Hofstede claims culture is the software of the mind, which appears to have a significant effect on people's thinking, which results in the universal and abstract concept of happiness becoming language- and culture-specific. Consequently, there do exist differences in its perception in national cultures and its expression in national languages.

Moreover, as posited by Hofstede [1994: 8–9] the difference between particular cultures are due to different systems of values proper to each of them. They do not appear at random but create patterns with an implied hierarchy and can be classified into four basic dimensions of cultural diversity: high/low power distance, individualism/collectivism, masculinity/femininity, high/low risk avoidance. Thus what makes an individual assign a final meaning to particular universal concepts is the order of values typical of their mother culture as well as a dimension of cultural diversity his/her culture belongs to. Let me repeat after Hofstede that culture as

a programming of people's mind accounts for the way reality and also the concept of happiness are defined in particular speech and culture communities.

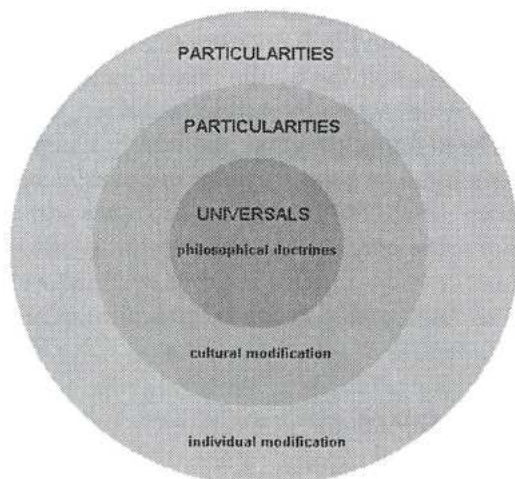


Fig. 1. Three levels of understanding the concept of happiness

The mutual dependence among language, philosophy and culture applied to the concept of happiness could be shown in the onion graph above (Fig. 1). It illustrates a distinction between its two complementary spheres – core and periphery, where the second term consists of both culture-specific as well as individual components.

Philosophical background on the concept of happiness

The concept of happiness has always been high on the agenda of philosophers and thinkers. Since the very beginning of the European culture every philosophical school and most philosophers have made an attempt to define this emotional category. Naturally, it is impossible to refer to all of them because their contribution is of different value and importance. Their short review given below focuses, first of all, on the input of hedonists, epicureans, stoics and Christian thinkers. They have been explored till modern times and are found in the concept of happiness which is used today. Holowchak [2004: XIII] seems to be right saying that ancient Greek ethical thinking was 'robust and integrative' – that is it had a deep concern for problems that touched the everyday lives of everyday people. This, in large part, is why the Greek philosophers are still worth reading today. There are always difficulties inherent in the study of cultures that are long past. These difficulties notwithstanding, there is the promise of substantial reward: As with the study of any

different culture, past or present, the immediate pay off is a greater understanding of human nature through the common thread of our shared humanity.'

De vita beata? or what is happiness? is the question which has been asked since antiquity. A possible answer to it is offered by the Greek concept of eudemonia, which when directly translated into English means happiness or good fortune.

Eudemonia is an ethical doctrine claiming the pursuit of happiness to be the highest good and the only right condition of moral conduct. It also stresses a close connection between an investigation of the sense of life and the concept of happiness. At this point it is right to mention Aristotle whose ethic focuses on understanding happiness as good life in which natural needs of man are obtained. The philosopher states that for some people happiness means pleasure, wealth, recognition, for others – success or power. However, following the distinction by Robert C. Solomon and Kathleen M. Higgins [1996: 85], they cannot constitute true happiness since they depend on other people's good or bad will while the true nature of happiness is absolutely independent and virtuous behaviour, in accordance with the mind. Virtue or in Greek *arête* is the basic value for the Greek concept of happiness. Thus, Aristotle believes that a happy life must be an active one filled with virtues understood as such general features of man like bravery, justice, truth, beauty, friendship or even a sense of humour.

In modern society there can easily be identified Greek philosophical doctrines, often epitomised in proverbs, sayings and other types of linguistic expressions dealing with the perception of happiness and an approach to life in general. The saying 'Eat, drink and be merry' seems to suitably reflect one of the most paramount definitions of happiness formulated by hedonism that was supposedly founded by Aristippus of Cyrene in the 4th century BC. As follows from its name – *hedone* means pleasure in Greek – hedonists state that the only sense of life is pleasure, believed to be the sole intrinsic good in life. Moreover, the main aim and the highest human good is the pursuit of pleasure and self-gratification that should be a driving force of one's action. Interestingly enough, the understanding of happiness via the criteria of hedonism may be simplified to a metaphorical concept of happiness, that is, happiness is pleasure where the concept of happiness is partially understood in terms of the concept of pleasure¹. Consequently, a hedonist is a person whose aim is to experience as much pleasure as possible and to avoid any kind of pain at the same time.

Epicureanism, another philosophical school of thought, whose name derives from Epicurus (341BC – 270 BC) is claimed to be a form of hedonism. Epicureans assign the main role to common sense in the pursuit of happiness in life. The peace and pleasures of mind and also friendship or contentment are central to their doctrine. Epicurus considers them as better, that is, higher forms of happiness in comparison to sex, eating or drinking, since the latter are not free of pain or

¹ For further details concerning the semantic function of metaphor in defining concepts in accordance with cognitive criteria, see Paduch 2009.

suffering. 'Happiness, it seems to me, consists of two things: first, in being where you belong, and second – and best – in comfortably going through everyday life, that is, having had a good night's sleep and not being hurt by new shoes'².

A totally different view on the sense of life and the concept of happiness is created by the Stoics. Stoicism as an ancient school of philosophy most probably founded by Zeno of Citium (334 BC – 262 BC) stresses virtue, independence and freedom from personal emotions and desires. Furthermore, the Stoics claim that some kind of isolation from the outer world is necessary to avoid emotional disturbances of the mind. The pleasures of life do not bring happiness, so people should not pay too much attention to them. Tolerance, patience, passiveness and endurance appear obligatory for someone who strives to be happy.

Apart from the ancient Greeks' philosophical views on happiness whose terminology reflects their ideas and vividly exists in modern languages, there are also other schools of philosophy which have played a prominent part in establishing some universal groundwork for understanding the concept. For example, the Christian vision of happiness is directly connected with God and his conception of man and universe. Following the doctrine the only true happiness can be obtained in heaven in the afterlife. As such it has little to do with everyday pleasures. Interestingly enough, Christian philosophers like Saint Augustine and Saint Thomas Aquinas rely on the Greek ethics: the former makes use of Plato's idealistic philosophy of life and the latter makes reference to Aristotle's comprehension of happiness.

Interestingly enough, in the twentieth century two Polish scholars, Władysław Tatarkiewicz and Andrzej Banach, touched on the problem of happiness and endeavoured to define its nature. In fact, their definitions seem to tally with the thesis of the present research and confirm its rightness. Combining the visions of happiness by both thinkers, one can easily identify its core and peripheries. Tatarkiewicz [1985] tends to focus mostly on the universal meaning of happiness whereas Banach [1988] is particularly concentrated on the cultural and individual perceptions of the notion.

A semantic analysis of the concept of happiness in American English and in Polish – a cross-cultural communication approach

An analysis of a number of chosen aphorisms³ on happiness in American English and in Polish allows us to examine culture-motivated differences in

² Theodor Fontane, a German writer, is the author of this aphorism (1819–1898).

³ All the American aphorisms are taken from the following websites: <http://www.quote-garden.com/happiness.html>, <http://www.wisdomquotes.com/topics/happiness>, and <http://www.thinkexist.com/quotations/happiness/4.html>

American vs Polish views on it, its concepts and linguistic expressions. The aphorisms belong to writers, actors and politicians.

The first one, 'Happiness is a butterfly which, when pursued, is always just beyond your grasp, but which, if you will sit down quietly, may alight upon you' has been assigned to an outstanding American writer Nathaniel Hawthorne (1804–1864). He implies that happiness does not seem to be easy to acquire. It is particularly inaccessible when people insist on searching for it. If seeking happiness becomes an obsessive target in one's life, it is unlikely to be found. The metaphorical concept of happiness has a lot to do with the stoic philosophy of its understanding: you are advisable not to hunt for it as it does not belong to things that can be acquired in this way. You need to be patient and calm, and wait for your happiness as it can be neither bought nor borrowed or taken at your most convenient time. Happiness is not a deliberate action performed in order to grasp it.

For Harrison Ford, a top American actor, 'Being happy is something you have to learn. I often surprise myself by saying "Wow, this is it. I guess I'm happy. I got a home I love. A career that I love. I'm even feeling more and more at peace with myself." If there's something else to happiness, let me know. I'm ambitious for that, too'. His understanding of happiness seems to be typical of an average American who is fond of living a comfortable life. The warmth of family, a prestigious job, inner calm and also a professional success are a part of the concept. It relates to the idea of American Dream, so deeply rooted in American culture and in the mind of each American.

A very pragmatic understanding of happiness has been offered by Andrew Carnegie, an industrialist, businessman and philanthropist (1835–1919). For him, 'If you want to be happy, set a goal that commands your thoughts, liberates your energy, and inspires your hopes'. His definition, which can be called normative, reflects typical American values, individualism and low risk avoidance seen as a visionary action focused on creating a better future. In order to be happy, you need to go your own way, to create your own path of achieving success which can be obtained only through your mind. It is to guide you to fulfill your dreams, expectations and hopes. You are the creator of your own happiness.

A similar concept of happiness, closely connected with an individual attitude to life, belongs to Abraham Lincoln, the 16th American president (1809–1865). He believes that 'Most folks are about as happy as they make up their minds to be'. Thus happiness lies in a mental ability to find satisfaction as well as in eagerness to engage in definite activities making dreams come true. Obviously, if your approach to life is optimistic, you are likely to succeed in various spheres of life. If not, you should not be surprised to fail as your mental inclination matters a lot and decides on your ultimate level of happiness.

Also Ralph Waldo Emerson, an American poet, lecturer and essayist (1803–1882) shares the idea of Lincoln. Claiming that 'Nothing can bring you happiness

but yourself', he stresses the role of an individual in creating his/her own happiness as each person thinks, feels and acts in his/her unique way. She or he also has his/her own way to understand happiness. Thus, if one wants to be happy, one needs to do one's best and make effort to accomplish the goal.

'Happiness is having a large, loving, caring, close-knit family in another city' is an aphorism of happiness by George Burns (1896–1996), an actor and a writer. His words can be attributed to an average American who cherishes such values as privacy, personal independence or career which are often more important than family and family life. Masculinity and individualism are Hofstede's categories of cultural diversity which are reflected in the aphorism.

American pragmatism and a rather materialistic attitude to life are reflected in the saying by Joan Rivers, an actress and a popular television personality. She states that 'People say that money is not the key to happiness, but I always figured if you have enough money, you can have a key made'. Especially in the American society dominated by the culture of consumption, money appears an effective tool for obtaining happiness. The statement has also a lot to do with the concept of American Dream which entails extensive desire for success, recognition, power and wealth. Money and comforts of life are in the centre of every American attention.

A feminine version of the previous aphorism has been provided by Marilyn Monroe, a Hollywood movie star of the 1950s and 1960s, who once said that 'Money does not bring happiness, only shopping does'. Surely enough, women love spending huge sums of money on extravagant outfits in order to look beautiful, glamorous and sexy. Obviously, money, clothes and attractive looks make them sufficiently content, which also tallies with a pragmatically oriented American philosophy of success and happiness.

The same pragmatic but also humorous approach to happiness is found in its concept by Ernest Hemingway (1899–1961) for whom 'Happiness is simply good health and a poor memory'. It is a cognitive definition where the target domain is partly defined via the source domains, good health and a poor memory. Good health is the most precious asset of human life while poor memory facilitates our forgetting bad things and moments of unhappiness.

Examples of Polish aphorisms⁴ dealing with happiness in Polish culture are many. Their authors are also famous writers, people of culture, public persons. For Magdalena Samozwaniec (1894–1972), a successful woman writer, 'Szczęście podobne jest do motyla – nigdy nie goni za człowiekiem, tylko człowiek za nim' ('Happiness resembles a butterfly – never does it chase a man, a man pursues it instead.'). Happiness is elusive, and, like a butterfly, it goes its own way without

⁴ All the aphorisms come from the following websites: <http://www.cytaty.info/temat/szczęście>, <http://www.cytaty.eu/motywy/szczęście>, and <http://www.pl.wikiquote.org/wiki/szczęście>. The English translation of each Polish quotation is provided by the author of the article himself.

meeting people's dreams and expectations. The picture of a butterfly, very feminine and fragile, but also beautiful, is very romantic and spiritual.

Polish spiritualism and religiosity account for the concept of happiness by Józef Tischner (1931–2000), a philosopher and a priest for whom 'Bóg jest Miłością – to znaczy, że Bóg jest tym gniazdem człowieka, w którym czeka na niego oswojone szczęście. Szczęście oswojone to szczęście, które nie ucieka. Jest wieczne' ('God is Love – it means God is this nest for man in which he can find tamed happiness. Tamed happiness is the one that does not escape. It is eternal.'). Unlike in the first aphorism, his happiness is built on solid fundamentals – God, and thus it is eternal. It is free from any traps, betrayals, disappointments or simply temporary moments of being happy because it is secured by God's love. Tischner's concept of happiness corresponds with its Christian ideal where earthly happiness cannot be compared to the sort of happiness God has prepared for man. In fact, many Poles would approve of this definition of happiness since over 90% of them are declared Catholics.

The aphorism which deals with a definite aspect of happiness has been created by Stefan Wyszyński (1901–1981), a Catholic cardinal and Primate of Poland who builds it on the Catholic ethos and the value of family and children in it. A child is a symbol of God's love to people and an extension and continuum of the Lord's design. A child as a human being is also the highest value of all. Consequently, Stefan Wyszyński deeply believes that 'Największym szczęściem jest dziecko! Może stu inżynierów postawić tysiące kombinatów fabrycznych, ale żadna z tych budowli nie ma w sobie życia wiecznego' ('The child is the greatest happiness! A hundred engineers may build thousands of factories, but none of these buildings contains eternal life.').

An emotional aspect has become a core of the aphorism of happiness created by Wacław Buryła (1954–), a priest and a poet: 'Czasami trzeba usiąść obok i czyjąś dłoń zamknąć w swojej dłoni, wtedy nawet łzy będą smakować jak szczęście' ('Sometimes it is necessary to sit down next to and close someone's hand in yours – then even tears may taste like happiness.'). Friendship which implies a close relationship, trust, affection, security and empathy is a special form of relationships, especially appreciated when we are faced with life hardships. The same emotional component can be also found in the concept of happiness by Jarosław Iwaszkiewicz (1884–1980), a novelist, poet and essayist. Saying that 'Szczęście jest wówczas pełne, gdy światło poranka budzi dwoje ludzi do dnia pełnego wspólnych czynów i rozmów' ('Happiness is only full when the morning light wakes up two people ready to live a day full of mutual deeds and talks.'). he believes in the power of people who, if they get together, can do a lot. He stresses the importance of mutual cooperation and dialogue in achieving success. When people do not act alone, the likelihood of being happy is definitely increasing. When they are together, every morning they can stand a good chance to start something special, which may bring

them real happiness. Such universal values as faith, hope and love, appear crucial to understand the meaning of the concept of happiness.

The same values are essential for the concept of happiness by a poet and a writer, Józef Bliziński (1827–1893) when he asks the following question: 'Czy wiesz, jak ja sobie wyobrażam szczęście? Oko utopione w oku, w którego głębiach obietnice raju, dłoń w dłoni, której dotknięcie wzbudza bicie mojego serca' ('Do you know how I imagine happiness? Eye drowned in eye in whose deepest part – promises of paradise, hand hidden in another hand whose touch makes my heart beat'). Again, the definition of happiness is focused on a close tie between two people. And again, the person proves to be in the centre of understanding of the notion.

Hope, a typical Polish value testified in painful moments of Polish national history, is found essential for the concept of happiness by Aldona Różanek (1960–), a writer and a journalist. She believes that 'Droga do szczęścia jest ciemna i ciernista, lecz oświeca ją nadzieja' ('The road to happiness is dark and thorny, but it is lit by hope.'). Hope is a virtue which guides the Poles to a given target despite any burden, trouble or obstacles that may appear on different walks of life. It also seems to have a lot in common with religious dimension and the purpose of human existence. For those who follow Christian beliefs and rules, earthly pleasures of life are of minor importance; what does count is the final destination of people's journey, that is, heaven.

Moderation and satisfaction with even the smallest material goods is a condition of happiness for Władysław Grzeszczyk (1935–), a satirist and an aphorist. He posits that 'Szczęście to nie tylko to, co los daje, ale i to, czego nie zabiera' ('Happiness is not only what fate gives, but also what it does not take away.'). People are more likely to become happy if they are able to appreciate what they possess and be satisfied with it. The statement also refers to the ethos of moderation found as a basic Catholic virtue.

The concept of happiness where happiness has a temporary value and is associated with youth appears in its aphorism by a contemporary writer, Wiesław Myśliwski (1932–). He claims that 'Jedynie krótki czas młodości uzmysławia nam, jak mogłaby wyglądać szczęśliwa wieczność' ('Only a short time of youth makes us aware what eternal happiness could look like.'). The power of youth derives from its being cheerful, carefree, strong, fit, attractive to the other sex, with no serious duties and responsibilities. It seems to be based on the author's personal experience and relates to the individual level of defining the concept of happiness.

Conclusion

Happiness is found to be a universal value, but its semantics is culture-specific, which accounts for an existence of its many various definitions. In all of them there

can be distinguished two mutually complementary components. The first one, a core, consists of universally recognised values, which stem from philosophical doctrines originated mainly from the Greek antiquity. This part of the concept is general and found across all cultures. The second one, a periphery, shows the impact of national cultures and consists in a practical implementation of the values envisaged by the philosophical doctrines into an everyday understanding of the term.

Consequently, a linguistic and cultural analysis of chosen American and Polish aphorisms has shown differences in the way both the Americans and Poles conceptualise and perceive happiness. The differences are visible in the peripheries while the core is the same. The core embraces such values as family, work and professional career, easy, successful and satisfactory life, friendship, spiritual self-fulfilment, religion, good health. The differences are seen when particular general values are analysed against a cultural background which gives them some specific and detailed meaning. Let us focus on the concept of family and their cultural models in respective American and Polish cultures. In Polish culture children constitute its biggest value and also its *raison d'être*. Such a picture of Polish family is transmitted by the aphorism of Wyszyński. It is indirectly completed by the pictures emerging from the aphorisms by Tischner, Iwaszkiewicz and Bliziński, for whom happiness is others as well as the relationships we create with them. Others give a purpose to our life, help overcome difficulties, create a feeling of familiarity and belonging. They account for personal well-being and life satisfaction in the sense that they allow for sharing both good moments and difficulties. Others, but first of all family and friends, inspire positive emotions which enrich the experience of oneself and of the world.

Spiritual life, little concern for material values, lack of daily pragmatism replaced with hope in pursuing happiness together with a strong belief that a locus of happiness is external as its final source is God and religion belong to other features of the Polish concept of happiness. It is also important to stress that for Polish people happiness is an ability to find joy in petty aspects of life. When the wheel of fortune stops and hardships start, people should not lose their hearts because they are not alone. They find support in God and friends.

As for Americans, the relationship with family is less personal, close and emotional. If necessary, family has to be given up to have other priorities met, e.g. good job opportunities. Weekend families have become a norm in the American society, which is referred to by Burns. Pragmatism and materialistic values, money and consumption, and more exactly shopping, are referred to as necessary conditions of happiness in the aphorism by Rivers and Monroe. According to Ford, happiness can be learnt and success in becoming happy depends on how ambitious we are. For Carnegie, in turn, it is a goal in life which can be achieved by means of hard work, determination and perseverance. His ideas are shared by Lincoln and Emerson who deeply believe that happiness depends on the willingness of each individual to achieve

it. It does not result from external forces, it is not a destiny but a personal decision as well as an individual predisposition to take risk while searching for it.

The American concept of happiness embodies the values built into the American Dream. Its main determinants are freedom, individualism, materialism and consumption as well as an active attitude towards it consisting in hard work to achieve it. In contrast, the Poles tend to view and depict the notion of happiness in terms of religious, spiritual and interpersonal values. They are also more passive in searching for it and dominated by external circumstances in their quest.

The concepts of happiness as viewed through their culture-specific values are consistent with the dimensions of cultural variability by Hofstede. First of all, it closely refers to American individualism and Polish collectivism. A less direct relation can be detected considering chosen aspects of American masculinity and Polish femininity, first of all conspicuous in the emotional and spiritual versus pragmatic, materialistic and consumption-oriented components. A relatively low power distance proper to American culture and a rather high power distance found in Polish culture have also had an impact on perceiving happiness. Low power distance, typical of American culture, can be understood as a belief in the personal right to happiness because its locus is in each individual. More high power distance oriented Poles only hope for happiness as it does not depend on them but most often on God. Consequently, Americans are more adventurous in their efforts to become happy. They will take risk more often and more eagerly to have their goals met, while the Polish people will be more passive waiting for happiness to become a part of their life. The latter behaviour is supported by the dimension from Hofstede's model, namely risk avoidance, which is low for American culture and rather high for Polish culture.

The research should be continued to find more evidence in favour of the today widely accepted statement that culture belongs to important determinants of the use of language.

References

- Banach A., 1988, *O szczęściu*, Kraków.
- Hofstede G., 1994, *Cultures and Organisations: Software of the Mind*, London.
- Holowchak M.A., 2004, *Happiness and Greek Ethical Thought*, New York.
- Lubecka A., 2000, *Requests, Invitations, Apologies and Compliments in American English and Polish. A Cross-Cultural Communication Perspective*, Kraków.
- Paduch M., 2009, *Metaphorical Dimension of the Conceptualisation of Love* [in:] *Linguistics in Focus*, eds G. Kleparski, R. Kiełtyka and E. Więclawska-Szymańska, Mielec, pp. 67–87.
- Solomon R.C., Higgins K.M. (eds), 1996, *A Short History of Philosophy*, Oxford.
- Tatarkiewicz W., 1985, *O szczęściu*, Warszawa.
- Wierzbicka A., 1999, *Język, umysł, kultura*, Warszawa.
- Wolfson N., 1981, *Compliments in cross-cultural perspective*, 'TESOL Quarterly 15', pp. 117–124.

**CENTRUM I PERYFERIA POJĘCIA „SZCZĘŚCIE” W AMERYKAŃSKIEJ ODMIANIE
JĘZYKA ANGIELSKIEGO I W JĘZYKU POLSKIM: Z PERSPEKTYWY KOMUNIKACJI
MIĘDZYKULTUROWEJ**

Streszczenie

Artykuł jest próbą określenia, co tworzy centrum i peryferie pojęcia „szczęście” w odniesieniu do trzech poziomów jego rozumienia: uniwersalnego, kulturowego i indywidualnego. Analiza semantyczna dokonana na materiale wybranych amerykańskich i polskich aforyzmów dobitnie ukazuje różnice w konceptualizacji tego pojęcia silnie związane z kulturami narodowymi oraz odmienności w jego językowym obrazowaniu.

Robert Słabczyński

Uniwersytet Rzeszowski

**SUPERWYKON – O WARTOŚCIOWANIU
W TELEWIZYJNYCH PROGRAMACH
Z GATUNKU TALENT SHOW**

1. Język jako narzędzie komunikacji międzyludzkiej kumuluje w sobie i utrwała doświadczenia społeczne, których podstawą są wielorakie relacje między człowiekiem a tym wszystkim, co składa się na otaczającą go rzeczywistość. Owo utrwalone w języku doświadczenie społeczne sprawia, że poprzez język człowiek może nie tylko doraźnie orzekać o formach istnienia tejże rzeczywistości, ale może ją także wartościować [Tokarski 2001: 343].

Wartościom i wartościowaniu poświęcono w literaturze naukowej wiele publikacji, które prezentują je z punktu widzenia różnych metodologii badawczych. Spośród wielu opracowań z zakresu językoznawstwa należy wyróżnić publikacje J. Puzyniny *Język wartości* [1992], K. Ożoga *Wartościowanie w polskich kampaniach wyborczych* (rozdział pracy *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku* [2004]), tom pod red. G. Falkenberga, N. Friesa i J. Puzyniny *Wartościowanie w języku i w tekście na materiale polskim i niemieckim* [1992b], na gruncie lingwistyki edukacyjnej tom pod red. J. Ożdżyńskiego i S. Śniatkowskiego *Wartościowanie w dyskursie edukacyjnym* [1999], S. Grabiasa *Wartościowanie w socjolektach* [1999], U. Wieczorek *Wartościowanie. Perswazja. Język* [1999], G. Ożdżyńskiego *Wartościowanie w mówionym tekście komentarza telewizyjnego na przykładzie transmisji sportowej* [1994]. Moje opracowanie dotyczące wartościowania w telewizyjnych programach z gatunku *talent show* wpisuje się więc w nurt badań nad językiem wartości.

2. Wartościowanie jest czynnością psychiczną człowieka polegającą na stwierdzaniu, jakie (i w jakim stopniu) wartości pozytywne lub negatywne właściwe są – zdaniem osoby wartościującej – danym cechom, stanom rzeczy, a pośrednio przedmiotom [Puzynina 1992a: 83]. Słowo „wartość” w języku polskim występuje w trzech podstawowych znacze-

niach: a) matematyczno-logicznym, b) ekonomicznym, c) aksjologicznym [por. Puzynina 1992a: 68]. Ciekawą typologię wartości przedstawił S. Grabias [1999: 61–62], który zaproponował następujący podział:

A. Wartości transcendentne: ostateczne dobro – ostateczne zło;

B. Wartości egzystencjalne:

- witalne, związane z instynktem samozachowawczym: życie, śmierć;
- odczuciowe, pozwalające interpretować rzeczywistość w kategoriach doznań fizycznych i psychicznych: fizyczna przyjemność, poczucie szczęścia – fizyczna nieprzyjemność, poczucie nieszczęścia.

C. Wartości kulturowe:

- moralne: dobro człowieka – krzywda człowieka;
- poznawcze: wiedza o świecie – brak wiedzy o świecie;
- estetyczne: piękno – brzydota;
- obyczajowe: zgodność z obyczajem – brak przystosowania do obyczajów.

3. Niektórzy językoznawcy zwracają uwagę na różnicę między terminem „wartościować” a jego bliskoznacznym odpowiednikiem „oceniać”. Oceniać (ocenić) znaczy ‘wydać opinię, wypowiedzieć sąd o czym albo o kim, uznać wartość czego lub kogo; zakwalifikować, osądzić, docenić’ [MSJP: 477]. Według Stróżewskiego ocenianie to przede wszystkim ujęcie wartości w aspekcie jakiegoś przyjętego z „zewnątrz” wzorca, hierarchii czy skali, do której się odnosi [Stróżewski 1981: 118]. Na różnicę między wartościowaniem a ocenianiem wskazuje Puzynina [1981], która uważa, że termin pierwszy jest bardziej wieloznaczny i mniej ograniczony składniowo niż termin drugi. U. Wieczorek podkreśla natomiast, iż wartościowanie jest pojęciem bardziej ogólnym niż ocenianie i mającym większy związek z aksjologią, wskazuje ponadto na związek oceny z różnymi aspektami psychiki człowieka, podczas gdy ocenianie ma swoje źródło tylko w emocjach [por. Wieczorek 1999: 22]. Ze względu na synonimiczny charakter obu terminów w niniejszej pracy będę posługiwał się nimi wymiennie.

4. Jednym z zewnętrznych przejawów wartościowania – oprócz gestykulacji, mimiki, postawy ciała – jest werbalne wyrażenie tego, co wiąże się z przedmiotem rozpatrywanej czynności psychicznej. Należy szczególnie wyróżnić ten aspekt wartościowania, który łączy się z mechanizmami referencji, tzn. odniesienia wyrażen językowych do rzeczywistości, mechanizmami, które pozwalają wiązać komunikaty językowe i ich składniki z pozajęzykowymi obiektami, sytuacjami, zdarzeniami, faktami, stanami rzeczy w świecie realnym. Referencja to odniesienie do indywidualnych i za każdym razem nowych obiektów i sytuacji. Referencja najpełniej realizuje się w trakcie aktu mowy [por. Padučeva 1992: 11–13].

Wypowiedzi wartościujące (jako odrębna grupa aktów) całkowicie zostały pominięte w klasyfikacjach aktów mowy zaprezentowanych przez Austina i Searle’a. Emocjonalne nacechowanie aktów wartościujących sprawia, że zbliżają się one do

ekspresywów, czyli aktów wyrażających emocje (żał, smutek, radość). Należy jednak zaznaczyć, iż akty wartościowania ukierunkowane są od słowa do świata (albo odwrotnie), w ekspresywach natomiast ukierunkowanie takie nie jest wyrażone. Sądy aksjologiczne stanowią więc odrębny typ illokucyjny, który można nazwać aktami ewaluatywnymi. Celem illokucyjnym aktu wartościowania jest wyrażenie stosunku nadawcy do sądu zawartego w dopełnieniu w kategoriach etycznych: dobry – zły, a nie w kategoriach prawdy lub fałszu [por. Kalisz 1993: 49].

Interesujący podział aktów wartościujących przedstawia Urszula Wieczorek [1999: 42]. Dzieli je na akty wartościujące pozytywnie i negatywnie (w zależności od tego, czy nadawca ujmuje dany stan rzeczy pozytywnie czy negatywnie), jak również na ekspresywne i perswazyjne (zależnie od orientacji – bądź na nadawcę, bądź na odbiorcę). Por. poniższy schemat:

AKTY MOWY WARTOŚCIUJĄCE	
Negatywnie	Pozytywnie
Nakierowane na nadawcę – ekspresywne	
negatywne emocje:	pozytywne emocje:
żał, smutek	radość
przykrość, złość	zadowolenie, wzruszenie
niezadowolenie	podziękowanie
skarga	życzenia, gratulacje
krytyka, dezaprobata	aprobata, komplement
napomnienie, nagana	pochwała, pocieszenie
wymówki	zachęta, rada
ostrzeżenie, groźba	usprawiedliwienie
Nakierowane na odbiorcę – perswazyjne	

Wspomniana autorka jednocześnie zwraca uwagę na to, że takie rozróżnienie ma charakter umowny, gdyż wiele aktów ma naturę neutralną. Dopiero w konkretnej sytuacji komunikacyjnej stają się np. asercją pozytywną czy negatywną [por. Wieczorek 1999: 40–42]. Akty wartościowania zawsze stanowią kontaminację sądów wartościujących i elementów emotywnych, a także często kontaminację różnych intencji komunikacyjnych. Zjawiska te można zilustrować, odwołując się do podstawowych składników aktu mowy:

a) wartościowanie pozytywne, np.

- (1) *...fantastyczny występ... (MT)*
- (2) *...chyłę czoła przed Joasią... (TVOP)*
- (3) *Arys, ty naprawdę robisz świetny happening... dajesz ludziom radość, masz bardzo fajną komunikację z ludźmi... (TVOP)*

- aspekt illokucyjny: pozytywna ocena występu;
- aspekt perlokucyjny: podwyższenie samooceny u odbiorcy, zachęta do kontynuacji takich działań, zadowolenie, radość;

b) wartościowanie negatywne, np.

- (4) ...*Kamil, pomysł był straszny, straszny, to było tak złe, że aż, aż mi się serce zatrzymało* (MT)
- (5) ...*to był słaby występ...* (MT)
- (6) ...*kompletna kłapa, kłapa słuchajcie... wszystko poszło na marne, niestety...* (MT)

- aspekt illokucyjny: negatywna ocena występu;
- aspekt perlokucyjny: obniżenie samooceny u odbiorcy, mobilizacja do większego wysiłku, niezadowolenie, smutek.

5. Wypowiedzenie wartościujące stanowi zaktualizowaną werbalizację sądu wartościującego, na którego strukturę składają się: subiekt (podmiot mówiący lub piszący), akt sądenia, obiekt wartościowania, predykat wartościujący, kryterium wartościowania (punkt odniesienia do wzorca aksjologicznego), nacechowanie emocjonalne wypowiedzi [por. Puzynina 1992a]. Pozostałe elementy wartościowania, choć kategoryalnie różniące się od wcześniej wymienionych, to cel, perspektywa (komunikowana wyrażeniami typu *moim zdaniem, stosunkowo* itp.) i intencja wartościowania, nośnik wartościowania [por. Fries 1992: 38]. Analiza każdej wypowiedzi wymaga przedstawienia całego kontekstu pragmatycznego, który niewątpliwie wpływa na jej interpretację.

Materiał będący przedmiotem analizy pochodzi z telewizyjnych programów o charakterze rozrywkowym: *Must be the music. Tylko muzyka* (Polsat), *Mam talent* (TVN), *The Voice of Poland* (TVP2). Programy te mają formę konkursu, którego celem jest wyłonienie najlepszego artysty. Wszystkie konkursy są kilkietapowe. O przejściu uczestnika programu do następnego etapu decydują przede wszystkim jurorzy (odstępstwa od tych zasad stanowią programy: *Must be the music*, w którym do finału przechodzi uczestnik „z dziką kartą”, zdobytą dzięki głosom widzów na Facebooku, a także *Mam talent*, gdzie w półfinale o awansie decydują również widzowie, którzy za pomocą SMS-ów mogą głosować na swoich faworytów). W swojej pracy skoncentrowałem się wyłącznie na wypowiedziach wartościujących, które były formułowane przez jurorów po każdym występie artystycznym i kierowane przede wszystkim do uczestników konkursu, głównie ludzi młodych, prezentujących swoje możliwości artystyczne m.in. w dziedzinie tańca, śpiewu, akrobacji, sztuki cyrkowej. Należy zaznaczyć, że czas przeznaczony na ocenę występów w każdym z wymienionych programów jest ograniczony i dlatego sądy wartościujące często sprowadzają się do lakonicznych komunikatów (krótkich wyrażań i kilkudziesięciu wypowiedzi). Programy nagrywane są z udziałem publiczności, która nierzadko (w przypadku niesprawiedliwej – w jej mniemaniu – oceny) głośniejszymi okrzykami domaga się od jurora zmiany werdyktu. W kontekście analizowanych aktów ważne jest również to, kto wartościuje, ponieważ autorytet nadawcy w dużej mierze decydować będzie o skuteczności aktu. Wśród osób oceniających występy uczestników programu znajdują się m.in. znani z występów w mediach wokaliści, aktorzy, krytycy muzyczni, czyli osoby upoważnione do formułowania tego typu wypowiedzi.

6. Wypowiedzi wartościujące to wszystkie te wypowiedzi, w których autor wyraża ocenę jakiegoś przedmiotu (orzeka o nim, że jest on dobry / zły), oraz wypowiedzi, z których wynikają jako wnioski (nie zawsze obligatoryjne) pewne oceny [Pawelec 1991: 106]. Wartościowanie może być więc wyrażone bezpośrednio za pomocą słów nazywających pozytywne lub negatywne cechy bądź pośrednio, co wymaga dodatkowych działań interpretacyjnych. Por. poniższe przykłady:

- w formie potocznej metafory:

(7) *...byłeś pół długości końskiego łba przed zespołem [o wokaliście] ...kompletnie nie do przyjęcia... chociaż to nie przeszkadzało, kiedy się na was patrzyło [por. Nie śpiewasz w rytmie. Twój śpiew nie pokrywa się z rytmem piosenki]... (TVOP)*

- w kontekście wartościowania potocznego (wulgarnego):

(8) *...słuchajcie, no co tutaj widzieliśmy, dupy nie wywała [por. Nie zachwyca]... (MT)*

- w kontekście potocznej oceny pozytywnej:

(9) *...jej barwa po prostu mnie zmiotła [por. Twoja barwa głosu mnie zachwyca, fascynuje]... (TVOP)*

- z przysłówkiem *absolutnie*, podkreślającym niepodważalność, kategorię oceny:

(10) *...absolutnie urodziłaś się, by śpiewać [por. Jesteś urodzoną śpiewaczką. Masz talent wokalny]... (MT)*

7. W analizowanym materiale przeważają akty wartościowania estetycznego. Według R. Ingardena wartość estetyczna to zdolność jakiegoś zjawiska do wywoływania przeżyć estetycznych, czyli doznawania przez perceptor „przyjemności” (albo „przykrości”) rozumianej jako pewien określony stan lub przeżycie psychiczne doznawane przez perceptor podczas obcowania z danym dziełem czy występem artystycznym. Im większa jest ta „przyjemność”, tym wyższą wartość przyznaje osoba oceniająca przedmiotowi wartościowania [por. Ingarden 1966: 142]. Ma to swoje odzwierciedlenie w doborze słownictwa, często nacechowanego emocjonalnie, ukazującego intensywność przeżyć. Por. poniższe przykłady:

- z przymiotnikiem *piękny* w zn. 1. ‘wywołujący przyjemne wrażenia estetyczne’;
2. ‘wyróżniający się najlepszymi cechami, właściwościami w swoim gatunku, w swojej klasie, będący czymś doskonałym’ [SJPd: 746]:

(11) *...chciałam powiedzieć, że to był piękny występ... (MT)*

(12) *...piękna muza, superenergia... naprawdę... gratulacje, no... (MBTM)*

(13) *...piękny numer, piękny utwór, pięknie zagrany, pięknie zaśpiewany... (MBTM)*

Akty przedstawiające wyższą intensywność przeżyć:

- z przymiotnikami *wspaniały* ‘budzący najwyższy podziw, skłaniający do najwyższej oceny; doskonały, świetny, wyjątkowo dobry’ [SJPd: 1250];

(14) ...wspaniała aranżacja, wspaniały występ... (MBTM)

- z przymiotnikiem *fantastyczny* w zn. ‘niesłychany, nadzwyczajny, wyjątkowy’ [SJPD: 247];

(15) ...to był fantastyczny występ... (MT)

- z przedrostkiem *naj-* tworzącym stopień najwyższy przymiotników i przysłówków:

(16) ...ja powiem, że to był najpiękniejszy występ, jaki w życiu widziałem... (MT)

- z przysłówkiem *kosmicznie* [por. *wspaniale, pięknie*]:

(17) ...wyglądało to kosmicznie... to było nieprawdopodobne... (MT)

- z przysłówkiem *zajebiście*, por. *zajebisty* ‘taki, który się komuś bardzo podoba’:

(18) ...robisz to [śpiewasz] po prostu zajebiście [wspaniale, pięknie]... (VOTP)

Jak pokazują powyższe przykłady, akt wartościowania składa się z dwóch komponentów: intelektualnego (dotyczącego stanu zjawisk) i emocjonalnego (informującego o stanie emocjonalnym nadawcy). Aleksy Awdiejew zaproponował następującą presupozycję pragmatyczną dla tego typu aktów: „Nadawca ocenia (p) jako zjawisko pragmatyczne (pozytywne/negatywne) i jednocześnie nadawca wyraża stosunek (pozytywny/negatywny) do (p)” [por. Awdiejew 1983: 68–72]. Emocja w tego rodzaju aktach stanowi pewną nadwyżkę, której celem jest pomoc mówiącemu w przekonaniu odbiorcy (osoby występującej i publiczności zgromadzonej w studio oraz przed telewizorami, która będzie głosować na wybranych przez siebie wykonawców) do przyjęcia proponowanej oceny, ponieważ na mocy konwencji wymagającej solidarności uczuć odbiorca nie ma możliwości odrzucenia wyrażonej emocji z taką łatwością, z jaką odrzuciłby samą ocenę niepopartą emocją. Akt emotywny można więc zdefiniować następująco: „Stosując A_j , nadawca zabezpiecza przyjęcie przez odbiorcę oceny towarzyszącej emocji” [por. Awdiejew 2004: 117].

8. Wartościowania emocjonalnego nie można rozpatrywać niezależnie od wiedzy faktycznej nadawcy, pośredniczy ono bowiem między wiedzą faktyczną nadawcy a jego potrzebami [por. Fries 1992: 27]. Wartościowanie w sferze emocji dotyczy różnych stanów uznawanych za pozytywne lub negatywne, np. uczucia radości, zadowolenia, żalu, niechęci (w kategoriach *lubię, nie lubię, podoba mi się, nie podoba mi się*). Por. poniższe przykłady:

- *podobał mi się*, por. *podobać się* ‘wywierać na kimś korzystne wrażenie, wydawać się komuś ładnym’ [SJPD: 778]:

(19) ...*podobał mi się twój występ, ponieważ to był nie tylko pokaz siły, ale precyzji i koncentracji... i to że jesteś piękną dziewczyną... przede wszystkim masz ten błysk w oku, który jest ujmujący...* (MT)

(20) ...mi podobał się niebanalny aranż tej piosenki, fajny numer... (MBTM)

- w potocznym wartościowaniu z członem *super*:

(21) ...to było super [nadzwyczajne, niezwykle] przyjemne... wielkie gratulacje... (MBTM)

- *jestem zachwycona*, por. zn. *zachwyt* ‘uczucie podziwu, uznania dla kogoś lub czegoś; zauroczenie kimś lub czymś’ [SJPD: 1306]:

(22) ...jestem zachwycona całą tą grą, wszystkim tym, co widziałam na scenie... (MBTM)

- z czasownikiem *lubić* ‘czuć sympatię do kogoś, czegoś’:

(23) ...lubię ciebie za to, że ty jesteś taka bezpośrednia... (MT)

- z zaprzeczonym czasownikiem *lubić*:

(24) ...ja po prostu tego rodzaju grania nie lubię... (MBTM)

- z czasownikiem *uwielbiać* ‘oddawać bezgraniczną cześć komuś, zachwycać się’ [SJPD: 1197]:

(25) ...chłopaki, uwielbiam takie zespoły, które się bawią muzyką... (MBTM)

- *ja jestem zalamana*, por. *zalać się* – *zalać się* ‘przeżywać załamanie nerwowe, ulegać depresji psychicznej, pogrążyć się w rozpacz’ [SJPD: 1321];
- wartościowanie w kategoriach osobistej porażki, rozczarowania występem, z zaimkiem *ja* wyrażonym na powierzchni, podkreślającym subiektywizm, indywidualność sądu:

(26) ...ja jestem zalamana, bo powiem ci teraz tak, jak czuję... smród został po twoim występie... ja powiem tak, uciekło wszystko, za co cię pokochaliśmy... to jest dla mnie osobiście dramat, bo jak wiesz, ja po prostu czekałam na twój występ, tęskniłam za tobą... nagle z tej dziewczyny, która dla mnie... którą ja osobiście pokochałam za tą refleksyjność, za tą zadumę, za tą charyzmę, nagle mamy bango-enggo enggo-enggo... no wiesz, ja nie wiem, ja po prostu tego nie czuję... (MT)

9. Odrębną grupę stanowią akty wartościowania artystycznego. Wartość artystyczna – w przeciwieństwie do estetycznej – to jakość, która występuje w samym przedmiocie oceny, jest niezależna od przeżyć czy stanów psychicznych człowieka, jakich doznaje podczas obcowania z przedmiotem wartościowania (nie jest także elementem, który służy wywoływaniu takich przeżyć). Wartości artystyczne wiążą się np. z kunsztem, pomysłowością, zręcznością wykonawcy, co powoduje, że dany przedmiot wartościowania ma swoje cechy, które odróżniają go od innych [por. Ossowski 1966: 282]. Por. poniższe przykłady:

- z przymiotnikiem *niebanalny* w zn. ‘korzystnie odbiegający od stereotypowych wyobrażeń, norm; oryginalny, nietuzinkowy’ [SJPD: 586]:

(27) ...mi podobał się niebanalny aranż tej piosenki... fajny numer... (MBTM)

• w wartościowaniu podkreślającym wysoki poziom artystyczny występu:

- (28) *...wszystko jest bezbłędne... i to jest fuzja teatru, ruchu, tańca, wszystkiego razem i to jest po prostu przedstawienie, krótkie, ale chciałabym być na waszym występie, ...no... to jest wszystko razem bardzo dobre, inteligentne, muzyczne, ...no ze wszystkiego czerpie się radość... (MBTM)*
- (29) *...to był naprawdę wysmakowany [oryginalny, z poczuciem harmonii] występ... (MT)*

• w wartościowaniu podkreślającym brak oryginalności:

- (30) *...Jakubie, jesteś przesympatycznym człowiekiem... nie wiem, czy specjalnie to zrobiłeś, ale ta fryzura bardzo mi przypomina Jamesa Deana... James Dean był wyjątkowy, był niezwykle utalentowany, ponieważ był oryginalny, a ja tej oryginalności w twoim dzisiejszym występie nie ujrzałam... to był fajny występ, ale nie oryginalny... ja szukam oryginalności... (MT)*

10. Sądę, iż na potrzeby niniejszego opracowania można przetransponować definicję wartościowania prezentowaną na gruncie teorii literatury, która w kontekście analizowanych aktów wydaje się szczególnie przydatna, ponieważ odnosi się do wielu ważnych pragmatycznych aspektów wartościowania: „Wartościowanie to sąd stwierdzający występowanie w dziele określonych wartości (w analizowanym materiale głównie wartości estetycznych), dzięki którym jest ono pod jakimś względem dla odbiorcy (przede wszystkim jurorów oceniających występ, a także publiczności zgromadzonej w studio telewizyjnym) bardziej lub mniej cenne od innych dzieł tej samej lub podobnej kategorii, a zarazem w mniejszym lub większym stopniu odpowiada uznawanym przez niego ideałom i standardom. Wartościowanie w podwójny sposób relatywizuje dzieło: z jednej strony określa jego położenie w jakimś zbiorze dzieł pokrewnych, z drugiej zaś strony wyznacza jego odległość od akceptowanej normy” [por. STL 1976: 481]. Ten sam występ artystyczny może wywoływać w różnych osobach rozmaite „przyjemności” albo nie wywoływać ich wcale. Wartościowanie estetyczne wiąże się więc z subiektywnością oceny, dane zjawisko dla jednego odbiorcy może mieć dużą wartość estetyczną, a dla drugiego może nie mieć jej wcale [por. Ingarden 1966: 142]. Subiektywizm wartościowania odzwierciedla gusta, wrażliwość, preferencje, ideały i przekonania tego, kto dokonuje wartościowania. Perspektywa wartościowania często sygnalizowana jest przez czasownik wyrażony w pierwszej osobie liczby pojedynczej, w formie zaimków *ja*, *mi*, *mnie* oraz wyrażań, np. *moim zdaniem*, podkreślających przez mówiącego odrębność własnej oceny. Por.:

- (31) *...fantastyczny występ... moim zdaniem... (MT)*
- (32) *...dla mnie jesteście wspaniałe... (MBTM)*
- (33) *...Panie Romanie, może czas na karierę, wielką karierę, moim zdaniem... skoro Wojciech Smażowski debiutował przed czterdziestką i robił to genialne filmy, to ja myślę, że pana kariera będzie się podobnie toczyła... bardzo gratuluje... (MBTM)*
- (34) *...dobry warsztat, za duże vibrato [falowanie częstotliwości i natężenia dźwięku uzyskiwane przez śpiewaka lub instrumentalistę] według mnie również... (MBDM)*

10.1. Rzadko wartościowanie wyrażane jest z perspektywy MY inkluzywnego, formy, za pomocą której nadawca może wypowiadać się w imieniu pozostałych

członków jury, włączać ich w obręb własnych przemyśleń i narzucać im w ten sposób swoją ocenę przedmiotu wartościowania. Por.:

(35) *...jesteśmy zachwyceni, jak widać... jest energia, jest muzyka bardzo oryginalna... chce się słuchać, chce się patrzeć i żeby było jeszcze więcej... (MBTM)*

11. Nieliczną grupę stanowią akty wartościowania szczegółowego, merytorycznego, związanego np. z technicznymi aspektami wykonywanych piosenek, układów tanecznych czy akrobatycznych, por.:

- w kontekście oceny pozytywnej:

(36) *...uwagam, że śpiewasz bardzo czysto... i ten ton wysoki, frazowanie... (MBTM)*

(37) *...jesteście odtrutką dla korporacyjnego ucisku, konsekwentni, świetni, gustowni... wszystko okay... na bardzo trudnym instrumencie zagrane czysto wszystkie dźwięki, konsekwentne ruchy, no i jest, jak trzeba... (MBTM)*

- w wyliczaniu mocnych i słabych stron występu:

(38) *...Pani Ewo, co mi się nie podobało... nie podobało mi się trochę przesadne vibrato i nie podobała mi się maniera w wymawianiu, w wymowie angielskiej, taka splaszczona... natomiast pani ma wspaniały mocny wokół, świetnie dobrana piosenka, dobry warsztat... (MBTM)*

- w kontekście negatywnej oceny występu wokального:

(39) *...czynnik wizualny dominuje nad muzycznym... bez dwóch zdań... (MBTM)*

11.1. Specyficznym sposobem wartościowania negatywnego jest nie ocena zawartych w programie artystycznym godnych wyróżnienia elementów, lecz wskazywanie na pewne braki, elementy, których występ nie zawierał, a powinien je mieć, zdaniem osoby oceniającej. Por. akty informujące o:

- braku humoru:

(40) *...nie śmieszyło mnie to... nie śmieszyło mnie to tym razem... (MT)*

- braku widowiskowości:

(41) *...za mało było show, my wiemy, że wy potraficie walczyć... to jest program rozrywkowy... (MT)*

- braku płynności ruchu:

(42) *...przypominałaś elfa, który zaczyna piękne bajki, lecz ta bajka dzisiaj nie podobała mi się do końca, ponieważ w tej bajce, w twoim występie zabrakło mi płynności... (MT)*

12. Ciekawą grupę stanowią akty wartościowania dotyczące różnych stopni pewności wyrażanego sądu. Zaliczmy do nich akty, których centralnym elementem są predykaty mentalne, odsyłające wyłącznie do wewnętrznych doświadczeń człowieka, a jednocześnie osadzone na jakimś podstawowym, semantycznie prostym predykatcie epistemicznym [por. Danielewiczowa 2000: 229]. Wśród nich możemy wyróżnić predykaty hipotetyczne oraz opinie.

12.1. Predykaty hipotetyczne to takie, w których podmiot zajmuje jakieś stanowisko wobec prawdziwości konotowanego przez dany czasownik zdania, ale których nadawca zawiesza swój sąd w tym względzie [por. Danielewiczowa 2000: 242–243], np.

- *myślę na średnim stopniu wyrażania pewności sądu* [Bralczyk 1978: 35] z zaimkiem *ja* wyrażonym na powierzchni, który jest używany wówczas, gdy nadawca chce podkreślić subiektywizm, indywidualny charakter swojego sądu:

(43) *...ja myślę, że mi się podobało... (TVOP)*

- subiektywizujące *wyduje mi się* (‘nie jestem pewien’), modalizowane w kategoriach niepewności sądu [por. Bralczyk 1978: 44]. Celem tych aktów jest uniemożliwienie lub znaczne ograniczenie weryfikacji przez odbiorcę prawdziwości wyrażonego sądu. Blokowanie weryfikacji prawdziwości lub trafności oceny może mieć następującą definicję: „Stosując A_j , nadawca tu i teraz uznaje za zbędną możliwą weryfikację przez odbiorcę prawdziwości (p) lub trafności (q)” [Awdiejew 2004: 143]:

(44) *...Filip, kurcze, to jest tak, że sam nie wiem, czy mam słuszność czy nie, wypowiadając te słowa, wydaje mi się, że w tym, co robisz, a jesteś świetny w tym, nie potrzebny ci ten program... (TVOP)*

(45) *...mam takie przemyślenia, że Ewelina zaproponowała troszkę inne rozwiązania w tej piosence, niż chodzi o melodię... i te wszystkie rozwiązania wydały mi się naprawdę udane... (TVOP)*

- w kontekście rywalizacji związanej z formułą programu:

(46) *...wyduje mi się, że tę walkę przegralście [por. wasz występ był nieudany]... (MT)*

12.2. Opinie zawierają argument zdarzeniowy, który nie podlega weryfikacji ze względu na pewną interpretację rzeczywistości dokonywaną przez podmiot epistemiczny. Czasowniki tej grupy aktów mogą się wydawać podobne do predykatów hipotetycznych, ale należy podkreślić, iż opinie odnoszą się do interpretacji, a nie faktów [Danielewiczowa 2000: 244]:

- *uważam* ‘sądzę’, ‘mniemam’, ‘takie jest moje zdanie’, ‘jestem przekonany’; silnie subiektywizujące o dużej pewności sądu [por. Bralczyk 1978: 42]:

(47) *...ja z kolei uważam, że ty mnie bardziej, po prostu, nie wiem, jak to nazwać, ujęłaś po prostu, mi się to bardziej podobało... (TVOP)*

- w potocznym wartościowaniu ambiwalentnym, o małej pewności sądu:

(48) *...no nie wiem, ja zgłupiałem na maksa... nie wiem, czy mi się to podobało czy nie... mam wrażenie, że mój mózg został zgwałcony... i tak w sumie to grało, ale nie wiem, czy traktować was w kategorii „Ich troje” czy inaczej... słuchajcie, nie wiem, ale było to tak interesująco dziwne, wszystko w całości, że musiałem dać „tak”... (MBTM)*

13. Wartościowanie może również oznaczać odniesienie pewnej wartości do jakiegoś obiektywnego wzorca, porównanie go z nim i określenie co „dobre”,

a co „złe”, „prawdziwe” lub „fałszywe” [por. Puzynina 1992a]. Wartościowanie nie jest procesem poznawczym, jest procesem odnoszenia pewnych obiektów do pewnej skali przy wykorzystaniu systemów kryteriów pozwalających przyporządkować obiekty zróżnicowane pod względem ocenianej cechy w różne miejsca skali odniesienia [Nęcki 2000: 113]. Stwierdzenie to może oznaczać subiektywne preferencje pewnych stanów rzeczy. Punktem odniesienia tej relacji wyboru jest inny przedmiot: „Y wartościuje” znaczy tyle co „Y woli X1 od/niż X2” [Terminińska 1983]. Por.:

- (49) *...dla mnie to nie jest ewidentne, że Ola była lepsza, bo Dominika yyy w blandzie zaprezentowała się od takiej strony soulowej i nie podejrzewałam ją, że podejmie takie wyzwanie zaśpiewania bardziej rockowo i słyszałam te wszystkie niuansy w twoim głosie, tą chrypkę... to mi się bardzo podobało... (TVOP)*
- (50) *...to, co robisz z głosem, to mi się zaczęło podobać... ja bym na ciebie stawiał w tym turnieju... (TVOP)*
- (51) *...krótko mówiąc, dzisiaj lepiej dla mnie zaśpiewał, lepszą miał barwę i jakby bardziej panował nad głosem i nad melodią Krzysiek... (TVOP)*

14. Akty wartościowania często mają strukturę złożoną z różnych celów illokucyjnych. Akt wartościowania możemy więc nazwać makroaktem z dominującą funkcją oceniania, który w swej strukturze zawiera różne mikroakty, np. gratulacji, podziękowania, aluzji. W kontekście oceny pozytywnej możemy wyróżnić następujące mikroakty:

14.1. Mikroakt gratulacji – *gratulować* znaczy 'kierować do kogoś wyrazy uznania, wyrażać radość z powodu jego sukcesu lub szczęśliwego wydarzenia' [SJPD: 287]. A. Wierzbicka eksplikuje akt gratulacji następująco: „Gratuluje = Wiedząc, że spowodowałeś dla siebie coś dobrego, zakładając, że jesteś z tego powodu zadowolony, chcąc spowodować, żebyś wiedział, że ja także jestem zadowolony, mówię: ja także jestem z tego powodu zadowolony” [Wierzbicka 1973: 216]. Por.:

- (52) *...ja bym chciał pogratulować wspaniałej relacji, którą macie, nie mieliśmy jeszcze takiego występu dotychczas w naszym programie... (MBTM)*

• z czasownikiem performatywnym:

- (53) *...Leno, masz bardzo interesujący głos, gratuluje ci odwagi, że zechciałaś zaśpiewać bardzo trudną piosenkę... (MT)*
- (54) *...ja tobie po prostu ufam, wiesz, jako artystce, wokalistce... jesteś taka czysta, bez podtekstu... i gratuluje ci dzisiejszego występu... (MT)*

14.2. Mikroakt podziękowania. Mikroakt grzecznościowy *dziękuję* zawiera w swoim znaczeniu wyrażenie wdzięczności. ‘Mówimy *dziękuję*, aby w uprzejmy sposób: 2.1. wyrazić wdzięczność za coś, co ktoś zrobił dla nas [...] 2.2. przyjąć coś albo odmówić przyjęcia czegoś, co ktoś nam daje albo proponuje [...] 2.3. odpowiedzieć na czyjąś uprzejmość, np. komplement, konwencjonalne pytanie o zdrowie lub na odpowiedź, której ktoś nam udzielił’ [ISJP I: 358]. A. Wierzbicka [1973:

216] eksplikuje go następująco: „Dziękuję = Wiedząc, że spowodowałeś dla mnie coś dobrego, chcąc spowodować, żebyś wiedział, że oceniam to, mówię: jestem ci wdzięczny”. Por.:

(55) ...trzymam za ciebie kciuki... dziękuję, że byłeś z nami... to było fenomenalne... (MT)

(56) ...to, co ja dzisiaj słyszałem, to był jeden z najlepszych wykonów w *Must be the music*... wspa-
niale!... dziękuję... (MBTM)

14.3. Mikroakt życzeń. Życzyć znaczy ‘chcieć dla siebie lub dla kogoś dobrze’ [SJPD: 1391]. A. Wierzbicka [1973: 217] akt życzenia przedstawia następująco: „Życzę ci Z = Chcąc, żebyś miał Z, wiedząc, że nie mogę tego spowodować, mówiąc to, mówię: chcę dla ciebie Z” (por. przykład nr 57).

14.4. Mikroakt komplementu. *Komplement* to ‘uprzejma, często przesadna lub zalotna pochwała’ [MSJP: 292]. Przytoczmy także definicję A. Wierzbickiej: „mówię: można o tobie powiedzieć coś dobrego
czuję z tego powodu podziw dla ciebie
mówię to bo chcę żeby było ci przyjemnie” [Wierzbicka 1983: 130]. Por.:

(57) ...ja powiem, że to był najpiękniejszy występ, jaki w życiu widziałem... jesteście nieziemskie... pokazałyście naprawdę, co oznacza dążenie do perfekcji... jesteście genialne... wiem, że dla śpiewaków operowych szczytem marzeń jest wystąpić w *Metropolitan Opera* w Nowym Jorku, a dla artystów w waszej dziedzinie wystąpić na scenach w *Las Vegas*... trzymam za was kciuki... życzę wam, abyście wygrały ten program... jesteście tego warte i żebyście kiedyś podbiły *Las Vegas*... (MT)

W kontekście wartościowania negatywnego możemy wymienić:

14.5. Mikroakt aluzji. Aluzja jest aktem, w którym nadawca w sposób zamierzony nie przekazuje całej informacji interakcyjnej, lecz tylko zaznacza jej pewne elementy, które powinny wystarczyć odbiorcy do odczytania założonej intencji komunikacyjnej [Awdiejew, Habrajska 2006: 28]. Por. aluzję dotyczącą zespołu występującego na wieczorach panieńskich:

(58) ...uważam, że to była popelina... panowie, jesteście w przemyśle ślubnym... to jest żyła złota... panny młode będą się o was biły... my daliśmy wam ogromną reklamę [por. Wasz występ nie ma żadnej wartości, pozostanie więc w branży ślubnej, w której czujecie się dobrze. Skorzystajcie z tego, że dzięki występom w telewizji zostaliście zespołem rozpoznawalnym w Polsce...] (MT)

14.6. Mikroakt argumentacji. Wartościowanie negatywne często wiąże się z argumentacją, czyli szeregiem elementarnych asertywnych aktów illokucyjnych prowadzących do uzasadnienia oceny [por. Kalisz 1993: 51–52]. Argumentacja jest istotnym składnikiem aktu wartościowania, ponieważ decyduje o jego skuteczności, przekonaniu odbiorcy o słuszności przedstawionej oceny występu. Często tego typu akty pełnią również funkcję perswazyjną, implikują wskazówki dotyczące przyszłych występów prezentujących się artystów. W kontekście prezentowanych mikroaktów warto więc przytoczyć formułę definiującą wyjaśnienie przedstawioną przez A. Wierzbicką [1983: 132]:

„sądzę że nie rozumiesz X
sądzę że chciałbyś to rozumieć
mówię: ...
mówię to bo chcę żebyś to rozumiał”. Por.:

- (59) *...to był bardzo słaby występ... waszą słabą stroną jest banalna choreografia... przetaczaliście się po tej scenie z dużym hukiem, ale absolutnie bez żadnego sensu... macie problem z koncentracją... było bardzo nierówno... moim zdaniem jesteście najsłabszym ogniwem tego półfinału... (MT)*
- (60) *...absolutnie zgadzam się z Małgosią, zgadzam się z Robertem [ich negatywnymi ocenami] ...powiem jeszcze jedno... Michał, nie wyciągnąłeś żadnych wniosków... to jest team... gdyby twój zespół nazywał się „HD Michał Studio”, to ty możesz gwiazdorzyć, natomiast jesteś jednym z... i ciągle starasz się być największą gwiazdą teamu... zabijasz tym całą siłę całego zespołu... występ słaby, staliście w miejscu, a miałam tak ogromne nadzieje związane z waszym występem... (MT)*

14.7. Mikroakt rady. Podstawowym warunkiem zastosowania funkcji rady jest przeświadczenie interlokutorów, iż powstały problem jest bardzo poważny dla interlokutora, który sam nie jest w stanie wybrać efektywnego sposobu jego rozwiązania. A. Awdiejew sens pragmatyczny rady przedstawia następująco: „Stosując A_j, nadawca ma na celu zaproponowanie korzystnego dla odbiorcy działania lub zaniechania niekorzystnego dla odbiorcy działania w warunkach, kiedy sam odbiorca nie jest w stanie wybrać samodzielnie takiego postępowania i/lub nie jest w stanie przewidzieć jego wyników [Awdiejew 2004: 138]. Przedstawmy także eksplikację A. Wierzbickiej: „Radzę ci, zrób to = mówię ci, że sądzę, że dobrze będzie dla ciebie to zrobić, bo chcę, żebyś wiedział, co masz robić” [Wierzbicka 1971: 192]. Por.:

- (61) *...słuchaj, ty to jesteś dopiero dziwoląg, śpiewasz chwilami świetnie, kompletnie nie wiesz o czym... coś w tobie jest tak fajnego, taka radość, ale weź sobie może jakiś inny repertuar... (MBTM)*

• z czasownikiem performatywnym *radzę*:

- (62) *...Natalia, jesteś prześlizgniętą dziewczyną, masz kawał głosu i robisz z tym głosem coś tak potwornego, że nie da się tego słuchać... jeżeli ktoś chce się popisować i będzie od początku do końca walił w forte, to wszyscy się rozłożą na łopatki i ty to właśnie zrobiłaś... ty patetyczną piosenkę zaśpiewałaś megapatetycznie i to zaczyna być śmieszne, kabaretowe... umiesz śpiewać i radzę ci posłuchać wybitnych wokalistek... i posłuchać, jak one dozują piano, forte, szmer, pauza, a nie tylko ful dźwięk od początku do końca... to było okropne... (MBTM)*

15. Niektóre akty wartościowania składają się z oceny właściwej (dotyczącej występu) i fakultatywnej oceny wyglądu uczestnika programu (zawsze pozytywnej) albo jego predyspozycji artystycznych. Ocena fakultatywna nastawiona jest na stworzenie atmosfery uprzejmości, grzeczności, która sprawi, iż uczestnik programu łatwiej przyjmie krytyczne uwagi dotyczące jego występu. Por.:

- (63) ...*masz piękny i silny głos, niestety, przekombinowałeś tę piosenkę... z pięknej piosenki zrobiłeś coś bardzo przeciętnego... uważam, że to był słaby występ...* (MT)
- (64) ...*panowie, oszalamiający [nadzwyczajny; wywierający silne wrażenie] występ, ale powiem tak, był taki artysta Andy Warhol, który kicz podniósł do rangi sztuki... moim zdaniem wy zostaliście przy kiczu... [por. kicz 'sztuka małowartościowa, pozbawiona smaku artystycznego, łatwa w odbiorze, skierowana do przeciętnych, niewymagających odbiorców']* (MT)
- (65) ...*wokalista jest fest, wokal brzmi bardzo dobrze, solówka bardzo fajna, ale cała kompozycja jakoś do końca mi nie leżała [por. Taka muzyka mi nie odpowiada] ...to takie odgrzewane poprockowe stare granie polskie i ja nie łykam takiego grania [por. Nie znoszę, nie rozumiem takiej muzyki. Ten utwór mi się nie podobał, nie jest w moim guście]...* (MBTM)

16. Akty ewaluatywne stanowią kontaminację różnych funkcji pragmatycznych (np. podziękowania, gratulacji, życzenia, argumentacji, aluzji) z nadrzędną funkcją wartościowania. W zależności od m.in. kryteriów wartościowania, przedmiotu wartościowania, perspektywy wartościowania, od orientacji aktu (bądź na nadawcę, bądź na odbiorcę) możemy wyodrębnić akty wartościowania negatywnego i pozytywnego, bezpośredniego i pośredniego, estetycznego, artystycznego, emocjonalnego, preferencyjnego, podkreślające subiektywizm oceny i prezentujące różne stopnie pewności wyrażanego sądu. Najważniejszą cechą wartościowania w programach z gatunku *talent show* jest znaczna przewaga aktów oceniających występy artystyczne w sposób bardzo ogólny, wykorzystujących wyrazy o szerokim zakresie użycia, które mogą odnosić się do każdego przedmiotu wartościowania (por. *piękny, wspaniały, fest, fajny, dobry, bardzo dobry, fantastyczny*), nad aktami oceny szczegółowej, odnoszącej się do konkretnych właściwości artystycznych czy estetycznych. Należy podkreślić również częste wartościowanie w kategoriach estetycznych oraz emocjonalnych, które w dużym stopniu uzależnione są od natury człowieka, jego osobistych doświadczeń. Zwracamy też uwagę na nośnik wartościowania. Sytuację, w której wystąpiły analizowane akty, możemy zaliczyć do sytuacji oficjalnej, wymagającej więc oficjalnej odmiany języka. Analizowane wypowiedzi wartościujące charakteryzują się natomiast dosyć dużym nasyceniem elementami potocznymi (por. *fajny, morda się śmieje, przekombinować*), czy nawet wulgarnymi (por. *zajebisty, do dupy, dupy nie wywala*). Ich pojawienie się w wypowiedziach jury może wynikać z chęci zmniejszenia dystansu pomiędzy nadawcą a odbiorcą, zastąpienia sytuacji oficjalnej nieoficjalną. Zabiegi te mają przyczynić się do zwiększenia skuteczności formułowanych ocen.

Literatura

- Awdiejew A., 1983, *Klasyfikacja funkcji pragmatycznych*, „Polonica” IX, s. 53–87.
- Awdiejew A., 2004, *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków.
- Awdiejew A., Habrajska G., 2006, *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask.
- Bralczyk J., 1978, *O leksykalnych wykładnikach prawdziwościowej oceny sądów*, Katowice.

- Danielewiczowa M., 2000, *Główne problemy opisu i podziału czasownikowych predykatów mentalnych* [w:] *Studia z semantyki porównawczej (nazwy barw, nazwy wymiarów, predykaty mentalne)*, cz. I, red. R. Grzegorzczakowa, K. Waszakowa, Warszawa, s. 227–248.
- Falkenberg G., Fries N., Puzynina J. (red.), 1992, *Wartościowanie w języku i w tekście na materiale polskim i niemieckim*, Warszawa.
- Fries N., 1992, *Wartościowanie. Aspekty językowe i pojęciowe* [w:] *Wartościowanie w języku i tekście na materiale polskim i niemieckim*, red. G. Falkenberg, N. Fries i J. Puzynina, Warszawa, s. 25–44.
- Grabias S., 1999, *Wartościowanie w socjolektach* [w:] *Wartościowanie w dyskursie edukacyjnym*, red. J. Ożdżyński, S. Śniatkowski, Kraków.
- Ingarden R., 1966, *Przeżycie – dzieło – wartość*, Kraków.
- Kalisz R., 1993, *Pragmatyka językowa*, Gdańsk.
- Nęcki Z., 2000, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków.
- Ossowski S., 1966, *U podstaw estetyki*, Warszawa.
- Ożdżyński G., 1994, *Wartościowanie w mówionym tekście komentarza telewizyjnego na przykładzie transmisji sportowej*, „Poradnik Językowy”, nr 8, s. 24–36.
- Ożdżyński J., Śniatkowski S. (red.), 1999, *Wartościowanie w dyskursie edukacyjnym*, Kraków.
- Ożóg K., 2004, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku*, Rzeszów.
- Pađučeva E.V., 1992, *Wypowiedź i jej odniesienie do rzeczywistości (Referencyjne aspekty znaczenia zaimków)*, przeł. Z. Kozłowska, Warszawa.
- Pawelec R., 1991, *O metodach badania osobniczego języka wartości* [w:] *Język a kultura*, t. 3, Wrocław, s. 103–117.
- Puzynina J., 1981, *O znaczeniu czasownika „oceniać” we współczesnym języku polskim*, „Studia Gramatyczne” IV, s. 113–126.
- Puzynina J., 1992a, *Język wartości*, Warszawa.
- Puzynina J., 1992b, *O wartościach i wartościowaniu. Koreferat do referatu N. Friesa „Wartościowanie”* [w:] *Wartościowanie w języku i tekście na materiale polskim i niemieckim*, red. G. Falkenberg, N. Fries i J. Puzynina, Warszawa, s. 45–55.
- Stróżewski W., 1981, *Istnienie i wartość*, Kraków, s. 112–118.
- Termińska K., 1983, *Czasownikowe wyrażenia wartościujące* [w:] *Z problematyki czasownika słowiańskiego*, red. W. Pianka, Katowice, s. 63–72.
- Tokarski R., 2001, *Słownictwo jako interpretacja świata* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin.
- Wieczorek U., 1999, *Wartościowanie. Perswazja. Język*, Kraków.
- Wierzbicka A., 1971, *Kocha – lubi – szanuje. Medytacje semantyczne*, Warszawa.
- Wierzbicka A., 1973, *Akty mowy* [w:] *Semiotyka i struktura tekstu*, red. M.R. Mayenowa, Wrocław.
- Wierzbicka A., 1983, *Genry mowy* [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 125–136.

Rozwiązanie skrótów

Słowniki

- ISJP – *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, t. 1–2, Warszawa 2000.
- MSJP – *Mały słownik języka polskiego*, red. S. Skorupka, H. Auderska, Z. Łempicka, Warszawa 1969.
- SJPD – *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996.
- STL – *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Warszawa 1976.

Inne

- TVOP – *The Voice of Poland* (program emitowany na antenie TVP2)
MT – *Mam talent* (program emitowany na antenie TVN-u)
MBTM – *Must be the music. Tylko muzyka* (program emitowany na antenie Polsatu)

**SUPERWYKON – ABOUT VALUATION IN TELEVISION PROGRAMMES
OF A TALENT SHOWKIND**

Summary

Evaluative speech acts occurring in television programmes of a *talent show* kind constitute contamination of different pragmatical functions (e.g. thanking, congratulating, wishing, alluding) with a superior evaluating function. Depending on, inter alia, valuation criteria, an object of valuation, valuation perspectives, direction of speech acts (to a sender or to a receiver) we can distinguish acts of negative and positive valuation, direct and indirect, aesthetic, artistic, emotional, preferential, emphasising subjectivism of evaluation and presenting different degrees of certainty of an expressed opinion. An important feature of the presented speech acts is considerable predominance of general valuation over detailed evaluation.

Przemysław Wiatrowski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

**GRZECZNOŚĆ PAPIESKA.
AKTY ETYKIETY JĘZYKOWEJ
W LISTACH PRYWATNYCH JANA PAWŁA II
DO MARKA I ZOFII SKWARNICKICH**

Krzysztofowi Kowalskiemu poświęcam

Wprowadzenie

Spuścizna pisarska Karola Wojtyły (Jana Pawła II) obejmuje zróżnicowane gatunkowo wypowiedzi, m.in. encykliki, adhortacje, konstytucje apostolskie, listy pasterskie, homilie, przemówienia, a także rozprawy naukowe i literaturę piękną. Wiele spośród wymienionych typów tekstów (które przypisać trzeba oficjalnej sferze komunikacji) było już przedmiotem językoznawczego oglądu. Dla przykładu można wymienić prace Jana Miodka [zob. 1984], Doroty Zdunkiewicz [zob. 1991], Anetty Ceglińskiej [zob. np. 1996, 2000], Marii Kamińskiej [zob. np. 2001], Danuty Bieńkowskiej [zob. np. 2004], Władysława Makarskiego [zob. 2005], Elżbiety Laskowskiej [zob. np. 2001, 2005, 2010], Bogdana Walczaka [zob. np. 2001, 2004, 2009], Kazimierza Ożoga [zob. np. 2005a, 2010], Anny Piotrowicz [zob. np. 2007], Marii Wojtak [zob. np. 2010]. Ze względu na brak stosownych [opublikowanych] źródeł nie rozpatrywano do niedawna pod kątem analiz tekstologicznych czy też językowostylistycznych komunikatów Karola Wojtyły o charakterze nieoficjalnym, prywatnym, do których zaliczyć należy twórczość epistolarną. Dopiero publikacja w 2001 r. kilkunastu listów Karola Wojtyły do Mieczysława Kotlarczyka otworzyła lingwistom drogę do wspomnianych badań. W 2004 r. ukazał się na łamach „Języka Polskiego” artykuł Renaty Przybylskiej *Uwagi o języku listów Karola Wojtyły do Mieczysława Kotlarczyka* [2004]. Przedstawiła w nim autorka „te cechy języka listów Wojtyły, które charakteryzują go jako twórczego użytkownika kulturalnej

polszczyzny lat trzydziestych dwudziestego stulecia” [2004: 81]. Badaczka opisała formuły grzecznościowe, zwroty adresatywne, formuły pożegnania i pozdrowienia oraz omówiła zjawiska fleksyjne, składniowe, leksykę i wybrane środki stylistyczne. Eksploracją materiałową objęła zaledwie 16 listów.

W 2005 r. pojawiła się na rynku wydawniczym książka *Pozdrawiam i błogosławię* [zob. Jan Paweł II 2005]. To zbiór 110 różnej długości listów kierowanych przez Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich w latach 1978–2005 (wyjątek stanowi wypowiedź sporządzona w 1973 r.)¹. Ich warstwa językowa była już przedmiotem moich analiz. W dotychczasowych szkicach skupiłem uwagę na strukturze papieskiej korespondencji [2007c], wykładnikach nadawcy i odbiorcy [2007b], elementach stylu religijnego [2007a] oraz sposobach wyrażania i komunikowania emocji [w druku].

Uwagi teoretyczno-metodologiczne

Niniejsze opracowanie ma charakter materiałowo-interpretacyjny. Jego celem jest opis wyekscerpowanych z listów Jana Pawła II językowych zachowań grzecznościowych², czyli takich, „których w danej sytuacji mówienia zaniechać nie wypada” [Marcjanik 2007: 8; zob. także 1997: 7, 2001a: 282, 2001b: 18]. Interesuje mnie to, które z funkcjonujących w polszczyźnie grzecznościowych celów komunikacyjnych pojawiają się w korespondencji papieża i w jaki sposób zostały te cele zwerbalizowane. Z drugim zagadnieniem wiąże się próba odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu (jeśli w ogóle) status społeczny nadawcy (czyli jeden z istotnych parametrów socjolingwistycznych), urząd, który sprawuje, wpływa na kształt językowy aktów grzeczności.

Grzeczność (etykieta) językowa obejmuje przyjęte w danej społeczności wzory językowych zachowań grzecznościowych na mocy zwyczaju przyporządkowanych konkretnym sytuacjom pragmatycznym [zob. Marcjanik 2001a: 281, 2007: 8; także Huszcza 2006: 180].

Polska grzeczność językowa jest przejawem akceptowanego społecznie modelu grzeczności³, który fundują – zdaniem Małgorzaty Marcjanik – dwie podstawowe normy:

¹ Obszerniejszą charakterystykę papieskich listów zawarłem w studium: Wiatrowski 2007c.

² Poza grzecznością językową wyróżnia się także grzeczność niewerbalną obejmującą etykietę ponadjęzykową (fonetyczne cechy mowy) i pozajęzykową (kod proksemiczny, kod kinetyczny). W wariancie ustnym komunikacji językowej grzeczność werbalna sprzężona jest bardzo często z grzecznością niewerbalną [zob. Marcjanik 2007: 13–14]. Na temat grzeczności/etykiety językowej istnieje bogata literatura. Zob. np. Tomiczek 1983; Ożóg 1990, 2001, 2005b; Anusiewicz, Marcjanik 1992, 1997, 2001a, 2001b, 2002, 2007; Dąbrowska, Nowakowska 2005; Sikora 2010, a także artykuły pomieszczone w tomach: Szpila 2002, 2005.

³ Pojęciem modelu grzeczności posługuje się Kazimierz Ożóg. Zdaniem badacza model ten to „system społecznie zaaprobowanych i powszechnie przyjętych w danej społeczności (grupie, wspól-

1. okazywanie szacunku rozmówcy z jednoczesnym umniejszaniem roli własnej osoby;
2. przejawianie zainteresowania sprawami ważnymi dla interlokutora oraz jego najbliższej rodziny [zob. 2001a: 281, 2001b: 31].

Kazimierz Ożóg wśród najistotniejszych zasad stanowiących fundament konwencji grzecznościowej widzi zasadę zakładającą autonomiczność, godność, ważność każdego człowieka oraz zasadę życzliwości [zob. 2001: 76–77, 2005b: 11]⁴.

Realizacji powyższych norm/zasad służą formuły (zwroty, wyrażenia) grzecznościowe, które dzielą się na dwa główne typy. Do pierwszej grupy należą autonomiczne akty etykiety, czyli „wyrażenia o mocy predykatywnej (orzekającej), sprowadzające się do wskazywania podyktowanych konwencją grzecznościowych relacji między partnerami komunikacji językowej. W rozwoju języka wykształciły się takie grzecznościowe akty mowy, które użytkownicy języka bez trudu rozpoznają i jednoznacznie określają. Są to podziękowania, powitania, pożegnania, przeproszenia, życzenia, pozdrowienia, gratulacje, kondolencje, toasty, przedstawianie się (przedstawianie kogoś komuś), dedykacje” [Marcjanik 2001a: 282, zob. także 2001b: 32–33]. Formuły grzecznościowe drugiego typu stanowią etykietałną obudowę innych aktów. Są to „wyrażenia same na ogół nie mające mocy predyktywnej, będące jedynie składnikami aktów, których przedmiotem orzekania są inne relacje niż relacje grzecznościowe między partnerami komunikacji” [Marcjanik 2001a: 282, zob. także 2001b: 33]. Zespół omawianych elementów językowych konstytuują przede wszystkim formy adresatywne, czyli formy zwracania się do odbiorcy, nadto części orzeczeń złożonych (np. *Pozwolę sobie zaznaczyć, że uwielbiam smoki; Bądź tak uprzejmy i podaj mi smoczy ołówek; Ośmielę się zapytać, czy lubisz wilki*), jednostki składniowe wchodzące w skład wypowiedzi złożonych (np. *Jeżeli pan pozwoli, zaczekam; Czy nie sprawiłoby pani kłopotu, gdybym przyszedł później?*) czy też niektóre modalne konstrukcje syntaktyczne (np. *Czy może mi pani podać majonez?; Czy mogłaby mi pani podać majonez?; Czy nie mogłaby mi pani podać majonezu?*) [zob. Marcjanik 2001a: 282–283, także 2001b: 33–34].

Dalsza stratyfikacja językowych zachowań grzecznościowych obejmuje akty bezpośrednie i pośrednie. Bezpośrednimi aktami etykiety są akty, których funkcja (np. przeproszenie, zaproszenie, życzenie) wyrażona jest eksplicytnie w samej ich formie. Do pośrednich aktów etykiety zalicza się takie akty, których funkcja

noście) zasad, norm określających pewien usankcjonowany sposób zachowania, także werbalnego, członków tej społeczności w kontaktach między sobą” [2005b: 10, zob. także 1990: 12, 2001: 75].

⁴ Interesujący zestaw polskich zasad grzeczności podaje Jolanta Antas. Brzmiały one następująco: ponarzekajmy; udzielię ci rady, nawet jeśli o to nie prosisz, tzn. powiem ci, co powinienes zrobić, myśleć i czuć; Polak nie chwali, bo chce, on chwali, bo musi; dotąd będę nalegał, aż ulegniesz; kajaj się i służ; należy udawać, że się zna tych, których powinno się znać; Polak, kiedy jest chwalony, wbrew maksymie grzecznościowej „zgadzania się” stosuje skwapliwie zaprzeczanie, po to, by być jeszcze bardziej pochwalonym [zob. 2002: 347–361].

nie jest wyrażona wprost, lecz interpolowana przez odbiorcę czy to na podstawie znajomości zwyczaju językowego, czy to na podstawie konkretnej sytuacji mówienia [zob. Marcjanik 2001a: 285]. Wskazane rodzaje aktów mogą mieć charakter powielanej powszechnie formy językowej z przypisaną do niej na stałe określoną funkcją grzecznościową (akty szablonowe) bądź występować w nieutralowanej strukturze językowej (akty nieszablonowe) [zob. Marcjanik 2001a: 285].

Zróznicowanie polskich językowych zachowań grzecznościowych wiąże się także z innymi aspektami. Kształt aktów etykiety determinowany może być rozmaitymi czynnikami, do których należą: rodzaj sytuacji mówienia (oficjalna, nieoficjalna, neutralna), rodzaj kontaktu (bezpośredni, pośredni), hierarchia partnerów (zawodowa, społeczna, intelektualna, intymna, okazjonalna), miejsce zamieszkania interlokutorów (duże miasto, miasteczko, wieś), wiek i płeć rozmówców, liczba adresatów (jeden, kilku, audytorium), obecność bądź nieobecność świadków, dystans konwersacyjny, miejsce mówienia, cele mówienia, cechy indywidualne uczestników i świadków mówienia [zob. Marcjanik 2001a: 287]. „Tego typu kryteria (rozmaicie hierarchizowane w konkretnych sytuacjach mówienia) każdorazowo wyznaczają uczestnikom grzecznościowych interakcji ściśle określone role i strategie” [Marcjanik 2001a: 287].

Mowne działania grzecznościowe służą nadrzędnemu celowi – efektywnej współpracy uczestników językowej interakcji [zob. Marcjanik 2007: 20; także Ożóg 1990: 12, 2005b: 9].

Grzeczność papieska – analiza materiału

List jest typem wypowiedzi o spetryfikowanym modelu gatunkowym, charakteryzuje się bowiem określonym porządkiem i wyrazistymi segmentami bez trudu identyfikowanymi jako właściwe tej formie tekstu [zob. Data 1989: 145; Kałkowska 1982: 22]. Do składników szczególnie nacechowanych grzecznościowo, odznaczających się nagromadzeniem aktów etykiety, należą formuły terminalne: człony inicjalne (zwrot do adresata, segment wstępny) oraz rozwiązujący kontakt [zob. Kałkowska 1982: 51–64]. Teksty epistolarne Jana Pawła II wpisują się w ten etykietałny schemat, choć nie brak w analizowanych listach językowych zachowań grzecznościowych wypełniających także inne elementy kompozycyjne (człon główny, postscripta).

1. Zwroty adresatywne

Przegląd papieskich aktów etykiety rozpoczynam od zwrotów adresatywnych, które w tekstach epistolarnych pełnią funkcję powitania [zob. Kałkowska 1982: 53].

Każdorazowo ma ono charakter pośredni. Brak bowiem w strukturze językowej analizowanych formuł eksplicytnego elementu wskazującego na tę funkcję komunikacyjną. Przekazują one jednak adresatowi treść: „chcę, żebyś wiedział, że ja cię witam” [Ożóg 1990: 20]⁵.

A oto pełna lista poświadczonych w materiale badawczym zwrotów adresatywnych inicjujących epistolarny dialog (wraz z liczbą wystąpień):

Drogi Panie Marku/Drogi Panie Marku! (65);
Drodzy Państwo/Drodzy Państwo! (27);
Drodzy Państwo: Zofio i Marku/Drodzy Państwo, Zofio i Marku (8);
Drodzy Państwo – Jubilaci! (1);
Drodzy Państwo, Czcigodni Jubilaci (1);
Drodzy Państwo, Zosiu i Marku (1);
Drodzy Złoci Jubilaci! (1);
Droga Pani Zofio (1);
Droga Pani Zofio i Panie Marku (1);
Droga Pani Zofio! Panie Marku! (1);
Drogi Panie Marku! Pani Zofio! (1);
Drogi Panie Redaktorze (1).

Zbiór stosowanych przez Jana Pawła II zwrotów adresatywnych jest w zasadzie jednolity⁶. Wypełniają go przede wszystkim konstrukcje nominalne mające status tytułów złożonych. Obligatoryjny (poza jednym wypadkiem) komponent centralny tych zwrotów stanowi tytuł standardowy, czyli struktura oparta na jednostkach *pan/pani/państwo*⁷. Fakultatywną obudowę tytułu standardowego konstytuują najczęściej imiona odbiorców (78 listów). Przybierają one niemal zawsze postać oficjalną, pełną. W jednym z nagłówków zwraca uwagę zabieg derywacji hipokorystycznej, któremu podlega imię adresatki (*Zosiu*). Modyfikacja słowotwórcza antroponimu pełni funkcję ekspresywną. Służy wyrażeniu uczuć sympatii.

Do rzadko goszczących na kartach papieskiej korespondencji elementów, które służą dodatkowej identyfikacji odbiorcy zbiorowego, należą tytuły okolicznościowe (*Jubilaci* – 2 listy). W jednej wypowiedzi dochodzi do redukcji tytułu standardowego na rzecz okolicznościowego (*Drodzy Złoci Jubilaci!*).

Charakter hapaks legomenon ma w badanym materiale formuła złożona z tytułów standardowego i profesjonalnego (*Panie Redaktorze*). Drugie miejsce na liście frekwencyjnej papieskich zwrotów adresatywnych zajmuje grupa przymiotnikowo-

⁵ Małgorzata Marcjanik ustnym powitaniem przypisuje taką eksplikację: „Mówię, że rozpoczynam kontakt z tobą” [1997: 13].

⁶ Tylko w jednym liście (z 29 IV 1990 r.) brak typowego dla tej formy gatunkowej wołaczowego zwrotu adresatywnego. Jego miejsce zajmuje wpleciony w pierwsze zdanie tekstu nagłówek w postaci celownika: *Drogiemu Panu Markowi i Jego Żonie Zofii, Bóg zapłać za życzenia wielkanocne*.

⁷ Odwołuję się do klasyfikacji form adresatywnych Eugeniusza Tomiczka [zob. 1983].

-rzeczownikowa z nadrzędnym kolektywnym tytułem standardowym (*Państwo*) oraz wyrażającym szacunek i sympatię adiectivum *Drody*. Należy zauważyć, że rozwijanie zarówno tytułów prostych, jak i złożonych innymi elementami językowymi to w papieskiej korespondencji zjawisko regularne. Członem występującym w każdym zwrocie adresatywnym jest waloryzujący przymiotnik *drogi / droga / drodzy*. W dwóch tekstach epistolarnych pojawiają się dodatkowo określenia *Złoci* (czyli obchodzący pięćdziesiąt rocznicę ślubu) oraz *Czcigodni*⁸.

Nieczęsto Jan Paweł II operuje zwrotami adresatywnymi w innych niż nagłówki częściach listu. Kilka zaledwie fragmentów poświadcza omawianą sytuację: *W środku tych życzeń jest Pańskie zdrowie, Marku* (Boże Narodzenie 1987)⁹; *Nie traćmy nadziei, Panie Marku* (8 VII 1991); *Panie Marku, ciesz się, widząc Pańskie artykuły w różnych pismach* (26 VI 1993); *Panie Marku. Bardzo dziękuję Panu oraz Pani Zofii za pamięć w modlitwie* (1 XI 1993); *Dziękuję Panu, Panie Marku, za Jego ostatni list [...] Panie Marku, stąd też moje życzenia dla Pana i Jego Małżonki oraz młodszego pokolenia w rodzinie Skwarnickich* (6 XII 1993); *Panie Marku, dla Was Obojga z Żoną serdeczne życzenia błogosławieństwa Bożego* (15 VI 1995). W zacytowanych wypowiedziach przeważa tytuł standardowy obudowany imieniem adresata. Tylko w jednym tekście występuje samodzielnie imię odbiorcy.

Przy okazji warto nadmienić, że niektóre odnotowane zwroty adresatywne współwystępują z honoryfikatywnym zaimkiem¹⁰ 2. osoby *pan*, np.: *Dziękuję Panu, Panie Marku*. Może on także funkcjonować samodzielnie, np.: *Jak Pan widzi i ja się rozписаłem wbrew moim obyczajom* (6 XII 1993); *Bardzo dziękuję za życzenia na rocznicę moich urodzin, przesłane w dniu, kiedy i Pan obchodził swoje 73-lecie* (6 V 2003). Zdarza się często, że papież całemu tytułowi adresatywnemu nadaje funkcję zaimka, np.: *Pan Marek pracuje wiele i przygotowuje wspomnienia z tych „ciekawych czasów”* (13 VIII 1998); *Pani Zosia w lekturze mistyków szuka ukojenia w przeżywaniu dramatu Krzysztofa* (25 VII 2003); *Ufając w zbawienne owoce tych dni, przesyłam serdeczne pozdrowienia dla Pani Zosi, Pana Marka i z serca błogosławię* (27 VI 1997).

W zależności od zastosowanego zaimka (oznaczającego pojedynczego odbiorcę bądź adresata zbiorowego)¹¹ odmienna jest korelacja składniowa tego leksemu

⁸ Jan Paweł II konsekwentnie przestrzega grzecznościowej konwencji zapisywania jednostek językowych odnoszących się do adresatów wielkimi literami. Dotyczy to zarówno elementów identyfikujących odbiorców (m.in. imion, tytułów standardowych, okolicznościowych, profesjonalnych, zaimków, a także współwystępujących z wymienionymi strukturami dodatkowych określeń), jak i konstrukcji oznaczających inne osoby (w tym najbliższą rodzinę adresatów).

⁹ W nawiasie podaję ujednoliconą datę sporządzenia listu.

¹⁰ Na temat zaimków honoryfikatywnych zob. np. Huszcza 2006; Łaziński 2006.

¹¹ Na kartach analizowanej korespondencji obecne są także inne struktury językowe referujące adresatów: *Ufam, że zobaczymy się przy najbliższym Pańskim pobycie w Rzymie* (26 X 1978); *Bardzo dziękuję za życzenia imieninowe od Niego i Jego Bliskich* (11 XI 1985); *Zbliżamy się do*

i form czasownikowych. Odnoszące się do pojedynczego adresata zaimki 2. osoby łączą się z czasownikami w 3. osobie liczby pojedynczej, np. *Jestem Panu również wdzięczny za to, że **podjął** się udziału w przygotowaniach „Brata naszego Boga” w Teatrze Słowackiego* (16 XII 1980); *Pani Zofii dziękuję zwłaszcza za to wszystko, co **napisała** po śmierci śp. Ireny Pfeiffer* (5 IX 1996). Z kolei niosące znaczenie mnogości zaimki 2. osoby sąsiadują z formami czasowników w 3. osobie liczby mnogiej, np. *Państwo także **obchodzili** 44-tą rocznicę ślubu* (14 IX 1998), czasem z verbami w 2. osobie liczby mnogiej, np. *Będę się również bardzo cieszył, jeżeli Państwo kiedyś tu się **zjawicie*** (25 II 1994).

2. Autonomiczne akty grzeczności

Występujące w tekstach epistolarnych Jana Pawła II grzecznościowe konstrukcje o funkcji predykatywnej realizują kilka celów komunikacyjnych. Ich lista przedstawia się następująco:

1. dodatnie wartościowanie partnera,
2. gratulacje,
3. podziękowanie,
4. pozdrowienie,
5. prośba,
6. wyrazy współczucia,
7. zaproszenie,
8. życzenia.

Największą liczbą poświadczeń odznaczają się podziękowania. Niezwykle często wypełniają one pierwsze zdania (a więc segment wstępny) papieskiej korespondencji. Spośród 110 jednostek epistolarnych aż 94 zawierają formułę początkową, której nadaje autor kształt omawianego aktu mowy.

dni poświęconych czci św. Marka i św. Zofii – czyli Drogim Solenizantom należy przesłać także serdeczne życzenia imieninowe [...] (15 IV 1986); *Serdecznie dziękuję za wspólny list Skwarnickich: Zofii i Marka* (30 III 1991); *Na razie dziękuję za tekst (jeszcze nieprzeczytany) i za dobre słowo od Autora* (28 V 1992); *Otrzymałem życzenia, opłatek i dwa listy, jeden od Męża, drugi od Żony* (8 XII 1992); *Jeżeli On się wycofał, to jest w tym jakieś signum* (1 XI 1993); *Pozdrawiam Wszystkich i błogosławię Zacnych, Drogich Jubilatów [...]* (26 VII 1994); *Zapraszacie mnie na duchowy udział w Waszej osobistej Uroczystości 40-lecia Małżeństwa [...]* (26 VII 1994); *Pani Zofia jedzie torem swego pielgrzymkowego apostołstwa, a za pamięć w modlitwach i „obgadywanie” Papieża w gronie Przyjaciół – niech Jej Pan Jezus nagrodzi* (31 X 1994); *Z serdecznymi życzeniami dla Zofii, Marka [...]* (Boże Narodzenie 1994); *Niech Chrystus Zmartwychwstały wspiera swą łaską i błogosławieństwem Rodziców [...]* (13 IV 1996); *Niech Wam towarzyszy opieka Matki Bożej Ostrobramskiej* (16 II 1999); *Także książeczka „Drogi Krzyżowe” będzie pożyteczna w tych dniach. Dziękuję Ofiarodawcy, który umieścił na niej swą dedykację* (16 II 1999); *Pelen ufności polecam Chórą opiece Matki Najświętszej, tej z Ostrej Bramy i Św. Faustynie, której domek odwiedziła w czasie ostatniej pielgrzymki na Litwę* (7 VIII 2000).

Jak zaznacza Małgorzata Marcjanik, podziękowanie „należy do nielicznych w polskiej etykiecie językowej aktów, które mają charakter reaktywny. Oznacza to, że akt podziękowania nie jest nigdy aktem inicjującym interakcję werbalną, tak jak na przykład akt powitania. Podziękowanie jest zawsze reakcją na bodziec werbalny lub niewerbalny (bądź jednocześnie werbalny i niewerbalny) pochodzący od osoby będącej adresatem aktu podziękowania” [2001b: 109]. Strukturę semantyczną podziękowania można oddać ogólną formułą: „Mówię, że jestem ci wdzięczny za zrobienie dla mnie X” [Marcjanik 2001b: 185]¹².

Ze względu na rodzaj bodźca, który wywołuje omawianą reakcję grzecznościową, papieskie podziękowania stanowią zbiór nie nazbyt zróżnicowany. Sporą grupę konstituują podziękowania za otrzymaną korespondencję: listy, pocztówki, np.: *Dziękuję za list z 19. bm.* (29 IX 1985); *Bardzo Panu dziękuję za list wielkanocny* (Wielkanoc 1986); *PS Dziękuję za piękną pocztówkę* (6 IV 1988); *Dziękuję za list z 15.9.: list o sprawach „TP” i Polski na obecnym trudnym, choć obiecującym etapie* (6 X 1990); *Dziękuję za list „już polski”, choć w treści jeszcze „amerykański”* (8 VII 1991); *Dziękuję za list z pustelni św. Rozalii* (15 IX 1991); *Dziękuję Panu, Panie Marku, za Jego ostatni list* (6 XII 1993); *Bardzo dziękuję za oba listy* (25 II 1994); *Pragnę serdecznie podziękować za list z 27 sierpnia* (5 IX 1996).

Papież dziękuje odbiorcom także za otrzymane upominki, przede wszystkim książki (utwory literackie Marka Skwarnickiego, tłumaczenia dzieł Karola Wojtyły i in.), np.: *Chciałem bardzo serdecznie podziękować za „Tajemnice Kalwaryjskie”, które zawsze pozostają mi bliskie i drogie* (niedatowany, 1988); *B. dziękuję za „Drogę Krzyżową”* (15 I 1989); *Dziękuję za „Psalterz”: przekład „stary”, ale jeszcze „żywy”*. Znalazłem to wraz z dedykacją – więc i za nią też *dziękuję* (1 XI 1990); *Bóg zapłać za „Misterium”* (28 V 1992).

Są też w badanych tekstach podziękowania za życzenia przesyłane przez Skwarnickich z różnych okazji, np.: *Bardzo dziękuję za życzenia imieninowe od Niego i Jego Bliskich* (11 XI 1985); *Z kilkudniowego pobytu wielkanocnego w Castel Gandolfo przesyłam podziękowanie za życzenia, które do mnie dotarły od Pana i Żony* (6 IV 1988); *Z całego serca dziękuję za życzenia świąteczne z Pewli Malej – oraz z Wilna* (6 I 1990); *Drogiemu Panu Markowi i Jego Żonie Zofii, Bóg zapłać za życzenia wielkanocne* (29 IV 1990); *Dziękuję za życzenia na rocznicę Pontyfikatu i dzień św. Karola* (31 X 1994), nadto za modlitwy, otrzymane wsparcie, życzliwe słowa, refleksje adresatów na rozmaite tematy czy określoną aktywność (m.in. odwiedziny), np.: *Bóg zapłać za dobre słowo* (26 X 1978); *Serdecznie dziękuję za spostrzeżenia z Katholikentagu i z „Europejskiego Forum Laikatu” w Dublinie* (7 VIII 1984); *Panu Markowi dziękuję za dalszy ciąg analizy „sytuacyjnej” Tygodnika* (24 IV 1994); *Jeszcze raz dziękuję Panu Markowi za odwiedziny* (Boże Narodzenie 1995); *Dziękuję za modlitwy obejmujące przygotowanie do podróży mojej za kilka miesięcy do Polski*

¹² Eksplikacji aktu podziękowania podjęli się także Anna Wierzbicka [zob. 1983: 130] i Kazimierz Ożóg [zob. 1990: 36].

(Boże Narodzenie 1996); *Jestem wdzięczny za list* zapewniający o duchowej łączności i modlitwie w intencji mego powrotu do zdrowia (Wielkanoc 2005).

Bardzo często dochodzi do skumulowania informacji na temat doznanego dobra, np.: *Za list „brukselski” i „Zmierzch” z Autorską dedykacją serdecznie dziękuję* (7 III 1980); *Jestem bardzo wdzięczny za ostatni list z „Pieśniami pokutnymi”, które przeczytałem jako doskonałą lekturę adwentową. Jestem Panu również wdzięczny za to, że podjął się udziału w przygotowaniach „Brata naszego Boga” w Teatrze Słowackiego* (16 XII 1980); *PS Bardzo dziękuję za przypomnienie Kalwarii i za „Ecce Homo”* (Wielkanoc 1986); *Dziękuję za podzielenie się ze mną obserwacjami, spowodowanymi ukazaniem się tłumaczonej przez Panią Zofię książki, którą i mnie obdarzyła. Dziękuję Jej za to serdecznie, jak i Panu Markowi za dopisek do Jej listu* (15 IV 1986); *Bardzo dziękuję za list z 1. bm. i załączony do niego „koncept” dla kard. Poupard* (13 VII 1986); *Dziękuję za list i opłatek z Melbourne* (21 XII 1986); *Dziękuję za krakowskie wydanie „Australijskiej wiosny” („Znaku”). Dziękuję również za list, tak bardzo osobisty – z uwagi na przypomnienie o Mauthausen* (1 VI 1988); *Dziękuję za list z pustelni św. Rozalii. [...] Dziękuję też za modlitwę* (15 IX 1991); *Serdecznie dziękuję za list z 28 I. Dziękuję szczególnie za wiersze [...]. A oprócz tego dziękuję za „Brata naszego Boga”* (18 II 1992); *Bóg zapłać za „Pieśni” i za list* (26 VI 1993); *Pani Zofia jedzie torem swego pielgrzymkowego apostołstwa, a za pamięć w modlitwach i „obgadywanie” Papieża w gronie Przyjaciół – niech Jej Pan Jezus nagrodzi* (31 X 1994).

Analiza stosowanych przez Jana Pawła II podziękowań pozwala stwierdzić, że są to w zdecydowanej większości akty bezpośrednie, najczęściej zawierające na powierzchni pierwszoosobowy czasownik performatywny *dziękuję*, który otwiera miejsce na dopełnienie (schemat: *dziękować + za + dopełnienie* – także z inwersją komponentów: *za + dopełnienie + dziękować*). Pojawia się też w listach papieskich gerundium *podziękowanie* (*przesyłam podziękowanie*). Do innych eksplicytnych wykładników podziękowań należy konstrukcja analityczna *jestem wdzięczny*. Wśród struktur złożonych znajdują się także takie formuły, jak: *pragnę serdecznie podziękować, chciałem bardzo serdecznie podziękować*. Stanowią one przykłady autonomicznych aktów grzeczności (*podziękować*) zawierających obudowę etykietalną (*pragnę, chciałem*). Nierzadko leksemom komunikującym podziękowanie towarzyszą przysłówki stopnia (*bardzo, z całego serca, serdecznie, bardzo serdecznie*) bądź inne modyfikatory (*szczególnie*), które służą zwiększeniu mocy illokucyjnej. Na ogół stanowią jednak wytarty treściowo szablon.

Niewiele poświadczeń mają w analizowanym korpusie tekstowym podziękowania pośrednie (o dużym stopniu konwencjonalizacji). Przybierają one postać motywowanych religijnie życzeń (*Bóg zapłać, niech Pan Jezus nagrodzi*).

Drugim pod względem częstości występowania na kartach papieskiej korespondencji językowym zachowaniem grzecznościowym są życzenia będące „aktami realizowanymi ze względu na okazję. Okazją może być zarówno okoliczność o cha-

rakterze uroczystym, która zwyczajowo jest bodźcem do składania życzeń (np. święta indywidualne, kościelne, rocznice zawodowe, prywatne), jak i okoliczność, która przez nadawcę życzeń subiektywnie kwalifikowana jest jako bodziec do takiego właśnie grzecznościowego zachowania” [Marcjanik 2001b: 187]. Akty życzeń można przedstawić za pomocą ogólnej formuły definiującej: „Mówię, że chcę dla ciebie dobra (X)” [Marcjanik 1997: 64].

W badanych wypowiedziach akty życzeń formułowane są zarówno z uroczystych okazji (święta kościelne, imieniny, urodziny, jubileusze małżeństwa adresatów i in. – informuje o tym odpowiednie słownictwo: *życzenia imieninowe*, *życzenia świąteczne*, *na Wielkanoc* *serdeczne życzenia*, *szczęść Boże na Nowy Rok* itp.), np.: *Już teraz przesyłam serdeczne życzenia świąteczne, które w Jubileuszowym Roku Odkupienia nabierają szczególnego wyrazu* (14 III 1983); [...] *Drogim Solenizantom należy przesłać także serdeczne życzenia imieninowe* [...]. (15 IV 1986); *Niech Chrystus będzie z Wami w tajemnicy swego Narodzenia na ziemi. Niech Jego pokój udzieli się Wszystkim ludziom dobrej woli* (Boże Narodzenie 1987); *Polecam się modlitwie, życząc błogosławieństwa Bożego Panu, Małżonce, Rodzinie i Środowisku* (1 VI 1988); *Życzę Panu i Małżonce błogosławieństwa Bożego na Nowy Rok, a w szczególności zdrowia w Rodzinie* (15 I 1989); *Na Wielkanoc serdeczne życzenia dla Pana, Pani Zofii i całej Rodziny* (25 III 1989); *Szczęść Boże! na Nowy Rok dla Państwa i całej Rodziny* (Boże Narodzenie 1995), jak i ze względu na subiektywnie interpretowane okoliczności, np.: *Ponieważ słyszę, że musiał Pan pójść do szpitala, zatem życzę powrotu do zdrowia i polecam Pana „Uzdrowieniu chorych”* (8 XII 1973); *W związku z powrotem Pana do dawnej działalności publicystycznej i twórczej, życzę serdecznie pomocy Matki Najświętszej* (7 VIII 1984); *Najlepsze życzenia dla Pana i Małżonki – zwłaszcza jeżeli chodzi o pełną rekonwalescencję* (niedatowany, 1988); *Niech Bóg wspiera w dalszych poczynaniach (m.in. w rzymskiej Drodze Krzyżowej)* (1 XI 1988); *Życzę więc Szczęść Boże na dalszą twórczość* (Wielkanoc 1989). W ostatnim fragmencie zastosowanie performatywnego życzeń dubluje niejako niewyrażoną bezpośrednio (*Szczęść Boże*) funkcję komunikacyjną zawartą w pozostałej części aktu.

Niektóre składane przez Jana Pawła II życzenia to wyraźne repliki wcześniejszych identycznych zachowań werbalnych adresatów. Świadczą o tym obecne w strukturze językowej analizowanych aktów jednostki *odwzajemniam* czy *również*, np.: *Ja również przesyłam serdeczne życzenia wielkanocne dla Państwa i całej Rodziny* (Wielkanoc 1984); *Życzenia odwzajemniam z całego serca. Niech tajemnica paschalna pozwoli Panu i Pani Zofii, a także Dzieciom i Wnukom, dawać świadectwo Temu, który „ukrzyżowan był i zmartwychwstał”* (Wielkanoc 1989); *Odwzajemniam serdeczne życzenia wielkanocne. Życzę głębokiego udziału w Tajemnicy Męki i Zmartwychwstania Pańskiego, z których płyną łaski, wzbogacające siły ducha na codzienny trud. Niech Maryja napelni serce miłością, pokojem i ufnością w Jej opiekę* (Wielkanoc 2005).

Część odnotowanych aktów życzeń to sformułowania kliszowane, pozbawione raczej indywidualnego charakteru, lapidarne, np. *Życzę serdecznie zdrowia i mocy ducha* (18 II 1992); *Życzę zdrowia!* (3 IX 1994). Przeważają jednak wypowiedzi w formie bardziej urozmaiconej, nieszablonowej, które często uwzględniają aktualną sytuację oraz rzeczywiste potrzeby i dążenia odbiorców, np. *Panu Markowi życzę zdrowia, dalszej działalności w Apostolstwie świeckich – oraz tournée polonijnego po Australii. Również dla Żony i całej Rodziny życzę błogosławieństwa Bożego* (13 VII 1986); *To nie tylko św. Jan od Krzyża napisał, że Pan Jezus nam w noc betlejemską ukazał, że tam, gdzie nie ma miłości, „trzeba zaszczerpić miłość, ażeby miłość znaleźć”. I to są moje życzenia dla Pana i dla całego tego środowiska, z którym wciąż staram się nie rozstawać, także w modlitwie* (6 XII 1993); *Życzę spełnienia się pragnienia, aby doczekać zjednoczenia z prawosławiem, wszyscy tego pragniemy i o to się modlimy* (13 XI 1995); *Dla Pani Zofii serdeczne życzenia imieninowe. Niech trwa radość łask paschalnych i niech promieniuje na codzienne życie Państwa pod płaszczem opieki Najświętszej Matki* (4 V 2000).

Zauważyć należy, iż niektórych tekstów Jan Paweł II nie wypełnia wyliczeniem dobra, którego życzy adresatom. W takich wypadkach leksem *życzenia* nie jest uzupełniany określeniami (przydawkami) wskazującymi na to dobro. Punkt ciężkości spoczywa wówczas na przymiotniku *serdeczne*, np.: *Jeszcze raz – serdeczne życzenia dla Państwa i Rodziny na Czas wielkanocny* (29 IV 1990); *Z serdecznymi życzeniami dla Zofii, Marka i całej Rodziny* (Boże Narodzenie 1994).

Skład leksykalny sporej części papieskich życzeń świadczy o ich religijnym wymiarze (np. *Boże błogosławieństwo, Bóg, Chrystus, Matka Boża, Św. Rodzina, Łaska Boża, łaski paschalne, Zmartwychwstanie*). Spostrzeżenie to dotyczy zarówno życzeń przesyłanych z okazji świąt, jak i formułowanych z okazji „świeckich”.

Kryterium formalne pozwala w zbiorze papieskich życzeń wyodrębnić cztery ich typy:

1. budowane wokół centralnego czasownika behawitorywnego *życzę* (zwerbalizowany przedmiot życzeń może znajdować się w post- lub prepozycji wobec verbum performativum i przybierać kształt dopełnienia lub zdania podrzędnego dopełnieniowego),
2. bazujące na imiesłowie przysłówkowym współczesnym *życząc* (forma imiesłowa pozwala zasygnalizować symultaniczność życzeń i innego aktu mowy),
3. oparte na rzeczowniku *życzenia*,
4. stanowiące konstrukcję składniową z analityczną formą trybu rozkazującego czasowników (*niech...*),
5. zawierające wyrażenie *Szczęść Boże* (pośredni akt życzeń)¹³.

¹³ Akt religijny *Szczęść Boże* jest w polszczyźnie obciążony kilkoma funkcjami komunikacyjnymi. Konstytuuje akty powitań bądź życzeń, które to życzenia mogą pełnić wtórną funkcję pożegnania [zob. Marcjanik 1997: 253].

Struktury konstytuujące papieskie życzenia sąsiadują niekiedy z waloryzującymi elementami typu *serdeczne, serdecznie, z całego serca* lub jednostkami stanowiącymi obudowę etykietalną życzeń, np.: ***Proszę przyjąć i moje życzenia przede wszystkim zdrowia, które nie jest najlepsze, jak Państwo piszą*** (27 III 1998).

I jeszcze jedna uwaga. Formuły życzeń pojawiają się w różnych częściach papieskich listów. Wypełniają segmenty: wstępny, główny, rozwiązujący kontakt, a w jednym liście także postscriptum. Życzenia występujące na końcu wypowiedzi pełnią wtórną funkcję aktu pożegnania¹⁴ (po nich pojawia się papieski podpis), np. ***Życzę błogosławieństwa Bożego*** (1 XI 1988); ***Niech Bóg błogosławi Państwu i całej Rodzinie*** (15 IX 1991); ***Z serdecznymi życzeniami dla Zofii, Marka i całej Rodziny*** (Boże Narodzenie 1994); ***Szczęść Boże!*** (Boże Narodzenie 1996).

Pozostałe akty grzeczności odznaczają się o wiele mniejszą liczebnością niż omówione do tej pory podziękowania i życzenia. Rama finalna tekstów epistolarnych papieża, a dokładniej rzecz ujmując, człon rozwiązujący kontakt, przybiera bardzo często kształt aktu pozdrowień, który przez Annę Wierzbicką eksplikowany jest następująco: „Mówię to, bo chcę spowodować, żebyś wiedział, że będąc z daleka od ciebie, myślę o tobie” [1983: 211]. Wербalizowanie pozdrowień należy do kanonu epistolarnych formuł będących znakami końca [zob. Kałkowska 1982: 63]. Papieskie pozdrowienia są jednak obecne również w innych częściach listów. Współwystępują zazwyczaj z innymi aktami mowy. Kierowane są nie tylko do adresatów (choć tak jest najczęściej), lecz także do innych osób (najbliższej rodziny Skwarnickich, wspólnych znajomych, środowiska skupionego wokół „Tygodnika Powszechnego”).

Oto kilka egzemplifikacji niestowarzyszonego aktu pozdrowień: ***Bardzo serdecznie pozdrawiam*** (8 XII 1973); ***Proszę przyjąć serdeczne pozdrowienia, również dla Pańskiej Małżonki i Rodziny*** (18 IX 1979); ***Dla Żony i Jej Matki, no i dla Pana Marka – serdeczne pozdrowienia*** (11 XI 1985); ***Przekazuję te pozdrowienia w dniu Wniebowzięcia dla Pana, Żony, Rodziny i Środowiska*** (15 VIII 1992); ***Pozdrawiam serdecznie*** (16 II 1999); ***Serdeczne pozdrowienia dla Państwa obojga*** (30 IX 2002). W celu eksplicytnego zwerbalizowania tego aktu Jan Paweł II odwołuje się do dwóch podstawowych struktur słownych: pierwszoosobowego czasownika performatywnego *pozdrawiam* oraz rzeczownika *pozdrowienia*. Czasem pozdrowienie uzyskuje ceremonialną formę za pomocą dodatkowej obudowy grzecznościowej (*proszę przyjąć serdeczne pozdrowienia*).

Wskazany kształt językowy powielany jest także w wypowiedzeniach spajających pozdrowienia z innymi aktami (życzeniami, błogosławieństwem), np.: ***Szczegółne pozdrowienia i błogosławieństwo wraz z pamięcią w modlitwie dla Pańskiej Rodziny, zwłaszcza Żony i Jej Matki*** (29 VII 1980); ***Serdecznie pozdrawiam i błogosławię*** (31 III 1982); ***Z błogosławieństwem i pozdrowieniami dla jutrzejszego Solenizanta i Jego Małżonki, która też wkrótce będzie czcić swoją Patronkę*** (24 IV 1994); ***Wszyst-***

¹⁴ Są zatem nośnikami ogólnej treści: „Mówię, że kończę kontakt z tobą” [Marcjanik 1997: 243].

kich *serdecznie pozdrawiam* i *błogosławię* (7 VIII 1984); *Pozdrowienia łączę z serdecznym błogosławieństwem* (13 XI 1995); *Pozdrawiam serdecznie: Szczęść Boże!* (13 IV 1996); *Pozdrawiam, serdecznie* życząc opieki Matki Najśw. na zbliżający się Nowy Rok 1997 (Boże Narodzenie 1996); *Serdecznie pozdrawiam Panią Zosię, Pana Marka i* życząc Bożego błogosławieństwa w 2002 roku dla całej Rodziny (26 I 2002); *Życząc zdrowia, serdecznie pozdrawiam* i *błogosławię* (16 XI 2002); *Z serdecznym wielkanocnym pozdrowieniem i błogosławieństwem* (Wielkanoc 2004). Rzadkie są wypadki sytuowania adresata w roli pośrednika w przekazywaniu pozdrowień innym osobom, np.: *Proszę i Ks. Pralatowi Andrzejowi Bardeckiemu przekazać moje serdeczne myśli i pozdrowienia* (14 X 1999). Jak wynika z przywołanego wyimka, akt pozdrowień wpisany został w formułę prośby.

W obu wydzielonych typach pozdrowień (stowarzyszonych i niestowarzyszonych) bezpośrednie wykładniki tego aktu rzadko funkcjonują w izolacji, tzn. pozbawione są dodatkowych modyfikatorów. Zwykle sąsiadują ze strukturami słownymi identyfikującymi odbiorców pozdrowień (schematy: *pozdrawiam X-a, pozdrowienia dla X-a*) i/lub określeniami waloryzującymi typu *serdecznie, bardzo serdecznie, serdeczne, szczególne*, czy też uwypuklającymi dodatkowe okoliczności (*wielkanocne pozdrowienie*).

Kolejnym papieskim aktem grzecznościowym jest prośba. Ten akt mowy zalicza się do aktów dyrektywnych, czyli mających na celu oddziaływanie na zachowanie odbiorcy. Na tle innych dyrektywnych aktów mowy, takich jak na przykład rozkaz, nakaz, polecenie, zakaz, prośba wyróżnia się mniejszą kategorycznością. Zdaniem Renaty Grzegorzczukowej omawiany akt mowy nie zawiera – tak jak rozkaz czy zakaz – składników znaczeniowych wskazujących na nadrzędną pozycję nadawcy względem odbiorcy oraz stan zobowiązania [zob. Grzegorzczukowa 2001: 128–129]. Małgorzata Marcjanik do konstytutywnych komponentów semantycznych prośby zalicza takie elementy: „adresat prośby wie, że czynności, o którą prosi nadawca, wykonać nie musi (w wypadku jej niewykonania nie grożą mu sankcje); nadawca prośby wie, że adresat czynności, o którą prosi nadawca, wykonać nie musi (wykonania jej może odmówić)”. W efekcie konstruuje ogólną eksplikację: „Mówię, że chcę, żebyś zrobił to dla mnie + mówię, że wiem, że zrobić tego nie musisz” [Marcjanik 1997: 157–158; także Komorowska 2002: 372]. Aleksy Awdiejew w zaproponowanej definicji prośby uwzględnia z kolei możliwość zastosowania przez nadawcę sankcji moralnych w wypadku odmowy adresata [zob. 2004: 132]¹⁵.

W korespondencji Jana Pawła II odnaleźć można prośby o zróżnicowanej formie i mocy illokucyjnej. Najwyższą frekwencją odznaczają się prośby wplecione w wypowiedzenia oznajmujące z obecnym na powierzchni *verbum performativum*¹⁶. Realizują one następujący schemat składniowy: *proszę* + bezokolicznik,

¹⁵ Definicje prośby zawierają ponadto prace: Wierzbicka 1983: 129; Masłowska 1992: 83.

¹⁶ O różnych funkcjach komunikacyjnych tego czasownika zob. np. Labocha 1985; Masłowska 1992; Kominek 1992.

np.: **Proszę** też powiedzieć Leszkowi Nowosielskiemu, że będę pamiętał o jego śp. Matce (25 II 1994); Pani Zofia pisze o rodzinie własnej i szerszej. **Proszę** powiedzieć, że będziemy się modlić za Anię Tyczyńską, a także za wszystkie sprawy wspomniane w liście (24 IV 1994); W zamian za otrzymany „parafialny opłatek” posyłam opłatek „watykański”. **Proszę** się nim podzielić przy wigilii ze Wszystkimi, którzy będą z Wami, przy Waszym stole albo w domu (Boże Narodzenie 1995); Nie znam kompozytora muzyki sakralnej Pana Profesora Jerzego Brauna, **proszę** jednak wyrazić Mu moje słowa uznania i wdzięczności wraz z serdecznym błogosławieństwem i modlitwą o łaskę zdrowia (27 VI 1997); Wdzięczny jestem za podarek urodzinowy Pana Marka „Wiersze warszawskie” i wzruszony „odą na osiemdziesiąte urodziny” napisaną przez P. Czesława Miłosza. **Proszę** Autorowi przekazać moją wdzięczność (4 V 2000). Taka forma prośb charakteryzuje – zauważa Małgorzata Marcjanik [1997: 171] – kontakty, w których interlokutorzy są na pan, pani.

Drugi kontekst składniowy dotyczący performatywnego *proszę* to struktura: *proszę* + o co, np.: Wszystkich **bardzo proszę** o modlitwę (30 III 1991). Wykładnikowi prośby towarzyszy w przywołanym wyimku intensyfikator (w postaci przysłówka stopnia). Podobną formę syntaktyczną nadaje papież prośbie zawierającej rzeczownik, np.: Z **prośbą** o modlitwę (6 X 1990).

Śladowe poświadczenia mają w badanym materiale akty oparte na analitycznym (z użyciem modulantu *niech*) trybie rozkazującym czasownika denotującego przedmiot papieskiej prośby, np.: Nie byłem natomiast w Medjugorje, lecz również patrzę w tamtą stronę. **Niech** Pan powie o tym Żonie (6 XII 1993). Większą kategoryczność przypisać trzeba prośbie zwerbalizowanej z użyciem czasownika modalnego *musieć*, np.: Liczę też na to, że gdy Pan już powróci do zdrowia, będziemy mogli pomówić o... poematach. **Musi** Pan rozwiązać pewne moje wątpliwości w tej sprawie (8 XII 1973). Kontekst komunikacyjny pozwala zacytowaną wypowiedź odczytać nie jako akt żądania, lecz prośby. Pośredni akt prośby zawarty jest również w następnym fragmencie: **Polecam się modlitwie**, życząc błogosławieństwa Bożego Panu, Małżonce, Rodzinie i Środowisku (1 VI 1988).

Wysokim stopniem nasilenia grzeczności cechuje się prośba formułowana za pomocą trybu pytającego, np.: O śp. Zbigniewie Herbercie czytałem w prasie i w Tygodniku. Chętnie przeczytałbym jego poezje, gdybym je otrzymał. **Czy mógłbym prosić** Pana Marka o przysłanie mi ich? Naturalnie, **jeśli to nie sprawiłoby zbyt wielkiego kłopotu** (14 IX 1998). Szczególną atmosferę grzeczności buduje tutaj orzeczenie złożone składające się z pierwszoosobowego czasownika modalnego w formie trybu przypuszczającego oraz bezokolicznika. Ująć uwagi nie może ponadto etykietalna obudowa aktu prośby (w postaci zdania podrzędnego warunkowego) zwiększająca jego moc illokucyjną. Taką funkcję pełnią także składniki orzeczenia złożonego w kolejnym fragmencie: **Niech Pan będzie łaskaw** rzucić okiem na teksty, które przekaże Mu p. dr Wanda Półtawska (30 IX 2002).

Z zaprezentowanego przeglądu wynika, że papież prosi adresatów najczęściej o przekazanie komuś określonej wiadomości (*proszę powiedzieć, proszę przekazać moją wdzięczność, proszę wyrazić słowa, niech Pan powie*), o modlitwę, także inne czynności (podzielenie się opłatkiem, konsultacje literackie, przysłanie książki).

Pewne fakty stają się niekiedy okazją do wyrażenia pozytywnej oceny odbiorców, czyli przekazania treści: „Mówię, że podoba mi się coś w tobie lub coś z tobą związanego (przedmioty, osoby)” [Marcjanik 1997: 117]. Wskazana wartość semantyczna leży u podstaw aktów dodatniego wartościowania partnera. W analizowanych listach można zaobserwować akty oceniające walory wewnętrzne adresata (Marka Skwarnickiego), przede wszystkim wiedzę, umiejętności (zwłaszcza talent pisarski), doświadczenie w pewnych dziedzinach, np.: *Bardzo dziękuję za „Słowo wstępne”, którego tekst przywiózł ks. Andrzej. Jest bardzo piękne* (18 IX 1979); *Jestem bardzo wdzięczny za ostatni list z „Pieśniami pokutnymi”, które przeczytałem jako doskonałą lekturę adwentową* (16 XII 1980); *Chciałem bardzo serdecznie podziękować za „Tajemnice Kalwaryjskie”, które zawsze pozostają mi drogie i bliskie. Bardzo Pan pięknie połączył Drogę Krzyżową z drogą do Emmaus* (niedatowany, 1988); *B. dziękuję za „Drogę Krzyżową”. Posiada te właściwości, o których mowa w Pańskim liście: jest krótka i uniwersalna – dodałbym jeszcze: jest prosta, a przez to też piękna, prostota graniczy z głębią* (15 I 1989); *Dziękuję za „Psalterz”: przekład „stary”, ale jeszcze „żywy”* (1 XI 1990); *Chętnie spoglądam na ostatnią stronę [„Tygodnika Powszechnego” – uzup. P.W.]. Zawsze się tam coś znajdzie interesującego, podpisanego Pańskim nazwiskiem* (31 X 1994); *„Tryptyk rzymski” zawdzięcza Panu bardzo wiele, poczynając od tytułu. Nie ujrzałby prawdopodobnie światła dziennego, gdyby nie Pańskie doświadczenia i wiedza o tym, czym jest poezja* (19 II 2003).

Formą dodatniego wartościowania odbiorcy bywa również aprobowanie jego działań, przyznawanie mu racji: *Ma Pan rację, gdy pisze w ostatnim liście, że wszystko poniekąd kończy się na Jerzym Turowiczu oraz ks. Tischnerze [...] oraz na M. Ziębie [...]* (6 XII 1993); *Jeśli chodzi o „Renesansowy psalterz” to oczywiście, że przypominam sobie ten utwór i myślę, że Panowie razem z Jerzym Turowiczem dobrze postąpiliście, nie umieszczając go ani w pierwszym, ani w drugim wydaniu „Poezji i dramatów”* (10 XI 1998); *Pan Marek po pielgrzymce do Aten i Damaszkum oraz intensywnej pracy nad tekstem „Apostoła Narodów” czuje się zmęczonym. Słusznie, że myśli o należnym odpoczynku, tym bardziej że czeka Go nowa praca oferowana przez Wydawnictwo Dolnośląskie* (20 VII 2001); *Dobrze, że wybieracie się Państwo do sanatorium w Druskiennikach na Litwie* (6 V 2003).

Wyrażaniu sądów wartościujących służą różne jednostki językowe: słownictwo waloryzujące prymarnie, leksemy opisowo-oceniające, także środki wartościujące konotacyjnie i tekstowo.

Kilka razy Jan Paweł II przesyła Markowi Skwarnickiemu gratulacje. Czyni to w sytuacji, gdy w życiu odbiorcy (w sferze prywatnej bądź zawodowej) wyda-

rzyło się coś dobrego, co papież interpretuje jako fakt dla adresatów korzystny. Waloryzowane pozytywnie zdarzenie (dobro) jest konsekwencją działań adresata gratulacji [zob. Marcjanik 1997: 73]. Formułując gratulacje, Jan Paweł II przekazuje interlokutorom treść: „Mówię, że cieszę się razem z tobą ze zdarzenia X” [Marcjanik 1997: 74]. Bogatszą w składniki semantyczne eksplikację zaproponowała Anna Wierzbicka:

„wiem że stało się coś co jest dla ciebie dobre
sądzę że stało się to bo ty coś zrobiłeś
sądzę że cieszysz się z tego powodu
mówię: i ja cieszę się z tego powodu
mówię to bo chcę żeby ci było przyjemnie” [1983: 130]¹⁷.

Wszystkie wyekscerpowane z papieskiej korespondencji gratulacje to akty z wyrażonym jawnie celem illokucyjnym. Jego nośnikiem jest performatywny czasownik *gratulować*, który przybiera kształt 1. osoby liczby pojedynczej, np.: *Gratuluje szóstego Wnuczka Pawelka, którego chrzciny miały miejsce 22 czerwca, gdy ja byłem w Niemczech* (24 VI 1996); *Bardzo dziękuję za serdeczne słowa życzeń wielkanocnych, do których dołączona została książeczka o św. Stanisławie. Już ją przeczytałem i gratuluje Autorowi wierszy opatrzonych wymownymi rysunkami* (27 III 1998); *Dziękuję za urodzinowe życzenia i prezent, jakim jest nowo wydany „Psalterz Tyniecki”*. *Gratuluje Autorowi przekładu, który się „nie zestarzał” mimo 25 lat istnienia* (21 V 2001); *Cieszę się łaskawym czasem dla „Spodka” i gratuluje literackiej nagrody w Białymstoku* (Boże Narodzenie 2002); *Panu Markowi znów gratuluje nowych albumów, wydanych z Adamem Bujakiem „Tajemnice Ziemi Świętej” i „Znak, któremu sprzeciwić się będą”* (Wielkanoc 2005).

Okazją do złożenia gratulacji są narodziny wnuka, wydanie książki, otrzymanie nagrody. Schemat papieskich gratulacji da się ująć w formule: [dopełnienie (odbiorca gratulacji)] + *gratuluje* + dopełnienie (przedmiot gratulacji) [zob. Ożóg 1990: 60], przy czym możliwa jest inwersja członu identyfikującego adresata (szyk postpozycyjny wobec performatywu – ten w badanych listach dominuje) lub jego redukcja (fakultatywność tego elementu oznaczyłem nawiasem kwadratowym). W jednym z przykładów aktowi gratulacji towarzyszy akt pozytywnej (implikowanej) oceny Marka Skwarnickiego, dokładniej: wytworu czynności wykonanej przez adresata (*Gratuluje Autorowi przekładu, który się „nie zestarzał” mimo 25 lat istnienia*).

Reaktywny charakter mają także wyrazy współczucia, które Jan Paweł II składa, dzieląc z odbiorcami smutek spowodowany negatywnymi zdarzeniami w ich życiu (ogólna definicja współczucia: „Mówię, że smucę się razem z tobą z powodu zdarzenia X” – Marcjanik 1997: 78). Takie niekorzystne zdarzenia to głównie zły stan zdrowia, kłopoty rodzinne: *Współczuję w dolegliwościach chorobowych*

¹⁷ Eksplikację aktu gratulacji podaje też Kazimierz Ożóg [1990: 60]: „MÓWIĘ CI, ŻE CHCĘ, ABYŚ WIEDZIAŁ, ŻE CI GRATULUJĘ, ŻE CIESZĘ SIĘ RAZEM Z TOBĄ”.

(13 XI 1995); *Dobrze, że i Państwo czerpią w Sanktuarium Łagiewnickim siły do cierpień z powodu problemów rodzinnych. Współczuję serdecznie i łączę się z Panią Zofią i Krzysztofem w modlitwach do Bożego Miłosierdzia* (9 II 2004). W jednym liście nadawca werbalizuje kondolencje, czyli akt będący reakcją na śmierć bliskiej odbiorcom osoby¹⁸: *Proszę pozdrowić Panią Zosię, współczuję po stracie śp. Matki (i „requiem” za Jej duszę)* (6 X 1990). W innym tekście Jan Paweł II łamie schemat dotyczący adresatów omawianego aktu, kieruje bowiem wyrazy współczucia wobec pokrzywdzonych przez los dzieci: *Druga część listu podaje wiele cennych informacji z pielgrzymki do Medziugorje na 15 sierpnia, w której uczestniczyła P. Zofia. Są to więc wrażenia bezpośredniego Świadka, czyli wiarygodne pod każdym względem. Bóg zapłać! Trudno nie czytać tych słów bez serdecznego współczucia dla owych biednych sierotek i wszystkich mieszkańców tamtejszej krainy* (3 IX 1994).

Komunikując współczucie, papież stosuje performatywny czasownik *współczuję* oraz rzeczownik *współczucie*. Wymienionym częściom mowy mogą towarzyszyć oceniające leksemy *serdecznie*, *serdeczny*. Zastąpienie eksplicytnego wykładnika współczucia przysłówkiem *przykro* powoduje, że mamy do czynienia z aktem pośrednim: *Przykro mi, że nie układają się dobrze sprawy z „Tygodnikiem Powszechnym”* (4 III 2001). Pośrednie akty współczucia stosowane są – jak odnotowuje Małgorzata Marcjanik [1997: 78] – w sytuacjach mniej dramatycznych. Obserwację tę potwierdza przytoczony fragment papieskiej wypowiedzi.

Niewieloma poświadczeniami tekstowymi charakteryzują się zaproszenia. Ich funkcja komunikacyjna sprowadza się do treści: „Mówię, że chcę przebywać w jakimś miejscu razem z tobą (i robić coś razem z tobą) + mówię, że chcę coś dla ciebie zrobić, żeby było nam razem dobrze” [Marcjanik 1997: 101]. Okazją do sformułowania przez papieża zaproszenia jest m.in. chęć skonsultowania się z Markiem Skwarnickim w sprawie napisanego *Tryptyku rzymskiego*¹⁹ (ogólny cel zaproszenia wyrażony jest okolicznikiem miejsca, szczegółowy – implikują zdania poprzedzające akt zaproszenia): *Niech Pan będzie łaskaw rzucić okiem na teksty, które przekaże Mu p. dr Wanda Półtawska. Nie wiem, czy ma to coś wspólnego z poezją, od której właściwie odszedłem, ale która od czasu do czasu wciąż mnie kusi. Najchętniej bym Pana zaprosił do Rzymu, ale nie wiem, czy warunki zdrowotne na to Panu pozwalają* (30 IX 2002). Papieskie zaproszenie ma nietypową formę ze względu na zastosowany tryb warunkowy performatywu. Jego użycie determinowane jest okolicznościami opisanymi w dalszej części wypowiedzi. W ten sposób nadawca sygnalizuje niepewność co do możliwości zajścia pożądanego zdarzenia. Tak skonstruowane zaproszenie ma słabszą od standardowego moc illokucyjną. Wypowiedzeniu, w którym performatyw występuje, przypisać chyba można wtórną funkcję perswazyjną – nadawca pragnie uzyskać od adresata wiedzę

¹⁸ Formułę definiującą kondolencje zbudowała Anna Wierzbicka [1983: 130].

¹⁹ Wnioskuję na podstawie załączonego do cytowanego listu komentarza Marka Skwarnickiego.

na temat możliwości zajścia pożądanego zdarzenia. W innych wypowiedziach pojawiają się akty pośrednie: *Będę się również bardzo cieszył, jeżeli Państwo kiedyś tu się zjawicie* (25 II 1994); *Skoro w planach jest droga do Rzymu, to może i do Papieża poprowadzi?* (29 IX 1995); *Chętnie zobaczę się z Nim, kiedy będzie mógł tutaj przyjechać* (16 XI 2002)²⁰.

Podsumowanie

Będące przedmiotem rozważań grzecznościowe akty mowy obecne w listach Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich charakteryzują się różną częstością występowania. Frekwencyjnie przeważają podziękowania i życzenia. Pozostałe akty etykiety odznaczają się mniejszą okurencją. Większość językowych zachowań grzecznościowych papieża replikowana jest za pomocą szablonów. Uwaga ta odnosi się przede wszystkim do zwrotów adresatywnych, podziękowań, pozdrowień, gratulacji, prośb, wyrazów współczucia. Jan Paweł II nieszablonową formę nadaje zazwyczaj aktom życzeń. I to głównie w tych formułach zaznaczają swą obecność jednostki językowe determinowane statusem społecznym nadawcy, przynależnością do stanu duchownego. Chodzi tu o elementy wprowadzające czytelnika w krąg stylistyki religijnej.

Językowe zachowania grzecznościowe papieża to najczęściej akty bezpośrednie z eksplicytnym wykładnikiem funkcji komunikacyjnej. Pośrednie akty mowy stanowią znacznie mniejszą grupę. Oba typy zachowań etykietałnych zajmują w obrębie gatunku względnie ustabilizowane, przewidziane konwencją pozycje.

W celu zwiększenia mocy illokucyjnej aktów etykiety nadawca wykorzystuje czasem dodatkowe struktury językowe intensyfikujące (na ogół przysłówki stopnia) bądź wprowadzające szczególną atmosferę grzeczności.

Przegląd poszczególnych aktów etykiety pozwala wysnuć wniosek, że mają one na ogół charakter oficjalny, niekiedy wręcz ceremonialny. Ich głównym – jak się zdaje – determinantem są (poza takimi czynnikami jak sytuacja komunikacyjna, pośredni kontakt, konkretne cele i okoliczności sporządzania korespondencji) niesymetryczne relacje między partnerami związane z ich odmienną hierarchią społeczną.

Bibliografia

- Antas J., 2002, *Polskie zasady grzeczności* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków, s. 347–363.
Anusiewicz J., Marcejanik M., 1992, *Język a Kultura*, t. 6: *Polska etykieta językowa*, Wrocław.

²⁰ Interpretację tej wypowiedzi jako aktu zaproszenia wspomaga poczyniona do cytowanego listu uwaga Marka Skwarnickiego: *List zapraszający mnie do Watykanu*.

- Awdiejew A., 2004, *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków.
- Bieńkowska D., 2004, „Tryptyk rzymski” Jana Pawła II. Rozważania semantyczno-stylistyczne, „Zeszyty Naukowe KUL”, nr 3, s. 23–30.
- Ceglińska A., 1996, *Stylizacja biblijna w dramacie „Jeremiasz” Karola Wojtyły*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN”, t. 41, s. 5–32.
- Ceglińska A., 2000, *Piękno papieskiego słowa. O stylu encyklik Jana Pawła II*, Łódź.
- Data K., 1989, *Struktura tekstu listowego*, „Język Polski”, z. 3/5, s. 142–152.
- Dąbrowska A., Nowakowska A. (red.), 2005, *Język a Kultura*, t. 17: *Życzliwość i agresja w języku i kulturze*, Wrocław.
- Grzegorzczkowska R., 2001, *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*, wyd. 3 popr. i rozszerzone, Warszawa.
- Huszcza R., 2006, *Honoryfikatywność. Gramatyka. Pragmatyka. Typologia*, Warszawa.
- Jan Paweł II, 2005, *Pozdrawiam i błogosławię*, oprac. M. Skwarnicki, Warszawa.
- Kałkowska A., 1982, *Struktura składniowa listu*, Wrocław.
- Kamińska M., 2001, *Piękno papieskiego słowa. Wybrane problemy stylu Jana Pawła II* [w:] *Język w komunikacji*, t. 2, red. G. Habrajska, Łódź, s. 5–10.
- Kominek A., 1992, *Funkcje grzecznościowe „proszę” we współczesnej polszczyźnie* [w:] *Język a Kultura*, t. 6: *Polska etykieta językowa*, red. J. Anusiewicz, M. Marcjanik, Wrocław, s. 89–95.
- Komorowska E., 2002, *Prośba niejedno ma imię, czyli o wykładnikach prośby w języku rosyjskim i polskim* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków, s. 371–379.
- Labocha J., 1985, *Sposoby wyrażania żądania we współczesnej polszczyźnie mówionej (cz. I)*, „Polonica”, t. XI, s. 119–146.
- Laskowska E., 2001, *Wartościowanie w wypowiedziach Jana Pawła II*, „Język Polski”, z. 1–2, s. 20–23.
- Laskowska E., 2005, *Językowy obraz nadawcy wypowiedzi w tekstach Jana Pawła II (wygłoszonych podczas pielgrzymki do Polski w roku 1999)* [w:] *Język religijny dawniej i dziś II. Materiały z konferencji. Gniezno 3–5 czerwca 2004*, red. S. Mikołajczak, T. Węclawski, Poznań, s. 82–87.
- Laskowska E., 2010, *Wartościowanie w homiliach Jana Pawła II wygłaszanych podczas pielgrzymek do Polski* [w:] *Karol Wojtyła – Jan Paweł II. Słowa prawdy i życia. Szkice lingwistyczne*, red. K. Ożóg, B. Taras, Rzeszów, s. 107–116.
- Łaziński M., 2006, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*, Warszawa.
- Makarski W., 2005, *Onimiczny kształt „Tryptyku rzymskiego” Jana Pawła II*, „Język Polski”, z. 3, s. 161–170.
- Marcjanik M., 1997, *Polska grzeczność językowa*, Kielce.
- Marcjanik M., 2001a, *Etykieta językowa* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 281–291.
- Marcjanik M., 2001b, *W kręgu grzeczności. Wybór prac z zakresu polskiej etykiety językowej*, Kielce.
- Marcjanik M., 2002, *Proces wartościowywania polskiej grzeczności językowej* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Kraków, s. 391–396.
- Marcjanik M., 2007, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa.
- Masłowska E., 1992, *Proszę, dziękuję, przepraszam* [w:] *Język a Kultura*, t. 6: *Polska etykieta językowa*, red. J. Anusiewicz, M. Marcjanik, Wrocław, s. 81–88.
- Miodek J., 1984, *Osobliwości stylu Jana Pawła II*, „Język Polski”, z. 3, s. 173–176.
- Ożóg K., 1990, *Zwroty grzecznościowe współczesnej polszczyzny mówionej (na materiale języka mówionego mieszkańców Krakowa)*, Kraków.

- Ożóg K., 2001, *Uwagi o współczesnej polskiej grzeczności językowej* [w:] tegoż, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów, s. 73–84.
- Ożóg K., 2005a, *Ojczyzna polszczyzna – z niej się wylaniam, w niej się zakorzeniam. Karol Wojtyła a język polski* [w:] *Znaleźć źródło. Twórczość literacka Karola Wojtyły – Jana Pawła II*, red. Z. Andres, J. Pasterska, Rzeszów, s. 44–62.
- Ożóg K., 2005b, *Współczesny model polskiej grzeczności językowej* [w:] *Język a Kultura*, t. 17: *Życzliwość i agresja w języku i kulturze*, red. A. Dąbrowska, A. Nowakowska, Wrocław, s. 9–15.
- Ożóg K., 2010, *Karola Wojtyły „Znak, któremu sprzeciwić się będą. Rekolekcje w Watykanie” z roku 1976. Kształt językowy i horyzont aksjologiczny (wybrane zagadnienia)* [w:] *Karol Wojtyła – Jan Paweł II. Słowa prawdy i życia. Szkice lingwistyczne*, red. K. Ożóg, B. Taras, Rzeszów, s. 117–131.
- Piotrowicz A., 2007, *Kilka uwag o słowie w tekstach Jana Pawła II* [w:] *Język religijny dawniej i dziś III. Materiały z konferencji. Poznań 24–26 kwietnia 2006*, red. P. Bortkiewicz, S. Mikołajczak, M. Rybka, Poznań, s. 79–87.
- Przybylska R., 2004, *Uwagi o języku listów Karola Wojtyły do Mieczysława Kotlarczyka, „Język Polski”*, z. 2, s. 81.
- Sikora K., 2010, *Grzeczność językowa wsi*, cz. I: *System adresatywny*, Kraków.
- Szpila G. (red.), 2002, *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, Kraków.
- Szpila G. (red.), 2005, *Język trzeciego tysiąclecia III*, t. 1: *Tendencje rozwojowe współczesnej polszczyzny*, Kraków.
- Tomiczek E., 1983, *System adresatywny współczesnego języka polskiego i niemieckiego. Socjolingwistyczne studium konfrontatywne*, Wrocław.
- Walczak B., 2001, *Jan Paweł II a język polski* [w:] *Jan Paweł II – człowiek i dzieło*, red. B. Walczak, Poznań, s. 157–164.
- Walczak B., 2004, *Jan Paweł II a sztuka słowa* [w:] *O człowieku w późnej nowoczesności. Jan Paweł II – osoba, życie, pontyfikat*, red. B. Walczak, Poznań, s. 67–77.
- Walczak B., 2009, *Kilka uwag o języku i stylu encyklik Jana Pawła II* [w:] *Jan Paweł II – Wychowawca Młodych. Materiały z sesji naukowej zorganizowanej z okazji VIII Dnia Papieskiego*, red. M. Rybka, Poznań, s. 173–181.
- Wiatrowski P., 2007a, *Elementy stylu religijnego w listach prywatnych Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich* [w:] *Język religijny dawniej i dziś III. Materiały z konferencji. Poznań 24–26 kwietnia 2006*, red. P. Bortkiewicz, S. Mikołajczak, M. Rybka, Poznań, s. 131–139.
- Wiatrowski P., 2007b, *Nadawca i odbiorca w listach prywatnych Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich, „Poradnik Językowy”*, z. 3, s. 13–24.
- Wiatrowski P., 2007c, *Struktura listów prywatnych Jana Pawła II do Marka i Zofii Skwarnickich* [w:] *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XVI, red. Z. Krączyńska, Z. Zagórski, Poznań, s. 141–153.
- Wiatrowski P. (w druku), *Prywatny świat emocji Jana Pawła II. Spojrzenie językoznawcy*.
- Wierzbicka A., 1983, *Genry mowy* [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 125–137.
- Wojtak M., 2010, *Wybrane przemówienia papieskie w analizie genologicznej* [w:] *Karol Wojtyła – Jan Paweł II. Słowa prawdy i życia. Szkice lingwistyczne*, red. K. Ożóg, B. Taras, Rzeszów, s. 97–106.
- Zdunkiewicz D., 1991, *Językowe środki perswazji w homiliach (na przykładzie tekstów Jana Pawła II)* [w:] *Język a Kultura*, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkowska, Wrocław 1991, s. 149–157.

**POLITENESS AND THE POPE. LINGUISTIC ETIQUETTE ACTS
IN THE PRIVATE LETTERS OF JOHN PAUL II TO MAREK
AND ZOFIA SKWARNICKI**

Summary

The article presents linguistic acts of politeness found in 110 private letters of John Paul II to Marek and Zofia Skwarnicki published in a collection "Pozdrawiam i błogosławię" ("I Greet and Bless You"). The analysed letters were written in the years 1978–2005 (one letter comes from 1973). The analysis focuses on the autonomous acts of politeness and linguistic formulaic acts. In the letters under study, approached as a separate genre, the following issues are being discussed: address forms and such etiquette acts as positive judgment of a partner, congratulations, thanks, greetings, requests, condolences, invitations, wishes.

Beata Żywicka

PWSW Przemysł

NOWE SPOŁECZEŃSTWO W PONOWOCZESNEJ RZECZYWISTOŚCI, CZYLI JAK ZMIENIA SIĘ JĘZYKOWO-KULTUROWY OBRAZ SPOŁECZEŃSTWA WE WSPÓŁCZESNEJ POLSZCZYŹNIE

Przeobrażenia w Polsce po roku 1989 w różnych dziedzinach życia narodu znalazły swoje odzwierciedlenie w języku, który w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat bardzo się zmienił. *Społeczeństwo* należy do grupy słów określanych mianem „wykładników”, „nośników”, czy też po prostu „nazw wartości”¹, które odegrały niebagatelną rolę w kształtowaniu się nowej postkomunistycznej rzeczywistości. Celem artykułu jest pokazanie, jak na język i świadomość aksjologiczną młodych ludzi wpłynęła nowa sytuacja społeczna, ekonomiczna, gospodarcza i polityczna zaistniała po obaleniu systemu komunistycznego w 1989 r., a także lub przede wszystkim, jakie zmiany zaszły w rozumieniu słowa *społeczeństwo* w ciągu ostatnich 20 lat, w czasie kształtowania się polskiej demokracji i odnawiania idei społeczeństwa obywatelskiego.

Jak dokumentują słowniki etymologiczne, leksem *społeczeństwo*, podobnie jak *społeczność*, *społecznik*, *uspołecznici*, pochodzi bezpośrednio od rzeczownika *spółka*, oznaczającego ‘wspólne działanie, wspólnotę interesów, zamierzeń’. Od XVI w. *spolek* (*spólek*) znaczyło tyle co ‘towarzystwo, społeczność, wspólnota’; *społu* czy *pospołu* ‘razem z innymi, wspólnie’. Przymiotnik *społeczny* (od XVI w.) to ‘wykonywany, realizowany przez ogół, zbiorowy, ogólny’, dawniej ‘ogólny, wspólny’ [SEJP 2005: 569–570].

¹ Romualda Piętkowa słowa będące wartościami w sensie rozszerzonym, wzbogaconym o wartościowanie przestrzeni, nazywa „wykładnikami” bądź też „nośnikami wartości”, Anna Wierzbicka mówi o „słowach kluczach”, Walery Pisarek stosuje określenie „słowa sztandarowe”, „pojęcia flagowe”, „wyrazy ważne”, Michael Fleischer pojęcia te kojarzy z symbolami kolektywnymi”, zaś Jerzy Bartmiński proponuje termin „nazwy wartości”.

Spoleczeństwo w słownikach języka polskiego jest definiowane jako: 1. 'ogół ludności pozostający we wzajemnych stosunkach, wynikających z ich udziału w procesach produkcyjnych i w życiu kulturalnym, ogół obywateli danego kraju, okręgu, miasta itp.'; 2. 'ludzie poszczególnych środowisk zawodowych, społecznych; klasa społeczna, środowisko'; 3. daw. a) 'towarzystwo, kompania, obcowanie, przebywanie z kimś', b) 'wspólność, wspólnota' [SJP 1966: 585]. W nowszych opracowaniach leksykograficznych *spoleczeństwo* to: 1. 'ogół ludzi mieszkających w jakimś kraju lub regionie, połączonych więzami wynikającymi np. z warunków życia, podziału pracy i ustalonych norm postępowania' [ISJP 2000: 654].

Derywaty ujawniają takie cechy społeczeństwa, jak: wspólnotowość (ludzie/grupa osób/członkowie społeczeństwa), zorganizowanie, przynależność do jakiejś grupy zawodowej, religijnej, wiekowej lub etnicznej, zamieszkiwanie na jakimś terenie, zajmowanie się sprawami społecznymi, prowadzenie działalności, zwłaszcza bezinteresownej dla dobra jakiejś społeczności, por.: *społeczny* 1. 'odnoszący się do społeczeństwa; powstający, tworzący się w społeczeństwie; realizowany w społeczeństwie, związany ze społeczeństwem'; 2. 'utworzony, nagromadzony dla społeczeństwa, do obsługiwanego społeczeństwa, do zaspokajania jego potrzeb; pracujący dla społeczeństwa, dla dobra ogółu'; 3. 'wykonywany, realizowany przez ogół; zbiorowy, ogólny'; 4. daw. 'wspólny' (SJP); *społeczny* to taki, który 1.1. 'dotyczy społeczeństwa, np. jego charakteru, sposobu organizacji lub miejsca, jakie zajmują w nim poszczególni jego członkowie'; 1.2. 'dotyczy postaw lub działań większości członków społeczeństwa'; 1.3. 'został wytworzony przez społeczeństwo i jest jego wspólną własnością'; 1.4. 'służy zaspokajaniu potrzeb i poprawie warunków życia społeczeństwa' (ISJP);

społecznie 1. 'pod względem społecznym, w odniesieniu do społeczeństwa, do ogółu; z punktu widzenia społecznego, ogólnego'; 2. 'mając na uwadze społeczeństwo, zgodnie z założeniami społecznymi; dla społeczeństwa, z całym społeczeństwem';

społeczność 'wszelka zbiorowość zorganizowana do celów współżycia' (SJP); 'ludzie mieszkający na jakimś terenie lub należący do jakiejś grupy zawodowej, religijnej, wiekowej lub etnicznej' (ISJP);

społecznictwo 'działalność, praca społeczna' (SJP);

społecznik 'człowiek zajmujący się sprawami społecznymi, bezinteresownie pracujący/działający dla dobra społeczeństwa; działacz społeczny' (SJP; ISJP);

społecznicza 'kobieta zajmująca się sprawami społecznymi, działaczka społeczna';

społecznikostwo 'zajmowanie się sprawami społecznymi, bycie społecznikiem' (SJP); 'bezinteresowne działanie dla dobra jakiejś społeczności' (ISJP);

Korelatami *społeczeństw* mogą być całe kraje (*społeczeństwo Polski, Francji*), ich regiony (*społeczeństwo Małopolski, powiatu tarnobrzeskiego*), a także mieszkańcy większych miast (*społeczeństwo Lublina, Krakowa*), bo kiedy chodzi

o mieszkańców małych miasteczek czy wsi, pojawiają się wyrażenia typu *społeczność Pszczelej Woli*, a nie *społeczeństwo Pszczelej Woli*. Społeczność to – jak pisze J. Puzynina – „także zbiorowość ludzka powiązana bliżej nie określonymi regułami życia i wzajemnymi zależnościami, z tym że w jej treści ważniejszy wydaje się element poczucia wspólnoty. Od społeczeństwa różni się też *społeczność* częściowo ograniczeniami selekcyjnymi: nie mówimy o społeczności całych krajów [...], mówimy z kolei o społecznościach w odniesieniu do grup religijnych, zawodowych, wiekowych, rodzinnych, grup mniejszości narodowych (np. *społeczność muzułmańska w Białostockiem*, *społeczność służby zdrowia*, *pisarzy polskich, nastolatków*)” [Puzynina 1997: 390].

Związki frazeologiczne dowodzą, że członkowie społeczeństwa muszą podporządkować się pewnym określonym regułom, zasadom moralnym i etycznym, które porządkują życie społeczne, np. *wyrzutek społeczeństwa* ‘człowiek odrzucony, wzgardzony przez ogół; wyrodek, zakała społeczeństwa, niegodny należenia do społeczeństwa’, *znaleźć się poza nawiasem społeczeństwa* ‘zostać potępionym przez ogół i odsuniętym od wszystkich, nie móc brać udziału w życiu ogółu’ (SJP) czy *margines społeczny* ‘część społeczeństwa nie akceptowana przez ogół ze względu na niski poziom moralny lub działalność przestępczą i pozostająca na uboczu życia społecznego’ (PSF).

Jadwiga Puzynina twierdzi, że „*społeczeństwo* to leksem, który – w odróżnieniu od narodu – ma w zasadzie znaczenie stabilne, choć nieostre. Ustabilizowane jest nie tylko *genus proximum* (inaczej człon główny): „ludzka zbiorowość”, ale i jego cechy istotne: – to, że chodzi o ludzi żyjących na jakimś terytorium w tym samym (mniej więcej) czasie, tj. że w przeciwieństwie do *narodu społeczeństwo* ujmowane jest tylko synchronicznie (por. *społeczeństwo polskie XVI wieku*, ale *naród polski w XVI wieku*); – to, że chodzi o zbiorowość ludzką żyjącą na pewnym terytorium [...] i o ludzi żyjących na tym samym terytorium przez dłuższy czas i powiązanych z innymi jakimiś związkami życia społecznego” [Puzynina 1997: 389]. Nieostrość pojęcia *społeczeństwo* wiąże się według J. Puzyniny z brakiem precyzyjnego określenia, „na jakich terytoriach, a ściślej – w jak dużych skupiskach ludzkich możemy mówić o społeczeństwach [...] i jak długo muszą w danej zbiorowości przebywać ludzie, aby mogli być zaliczeni do danego społeczeństwa [...], a także na czym mają polegać ich związki z resztą grupy” [Puzynina 1997: 389]. Dlatego proponuje ona własny opis słownikowy omawianego leksemu, zgodnie z którym *społeczeństwo* to „zbiorowość ludzka żyjąca w tym samym okresie czasu na określonym terytorium (może nim być kraj, jego region, miasto, raczej nie małe miasteczko, nie wieś ani też gmina), powiązana różnymi zależnościami i regułami życia społecznego, które mogą być różnie ujmowane, m.in. ze względów ideologicznych. W wielu użyciach *społeczeństwo* ma dodatnie nacechowanie wartościujące” [Puzynina 1997: 301].

Nieco inny obraz społeczeństwa wyłania się z badań empirycznych² przeprowadzonych w środowisku akademickim młodych ludzi – studentów.

SPOŁECZEŃSTWO według ASA 90

N = 105, W = 310, D = 120, Ws = 15,48%

określona grupa ludzi (S); 32/ 10,32%

zbiorowość 3; ludzie 2; grupa ludzi połączona wspólnym terytorium 2; ludzie zamieszkujący jedno państwo 2; grupa ludzi zamieszkała na określonym terytorium; grupa ludzi; ludność danego kraju; zbiorowość ludzka o pewnej strukturze wewnętrznej; wszyscy ludzie

stanowi jedność (S); 16/ 5,16%

jedność 6; zwarte 3; spójność; integralność

ma poczucie wzajemnej więzi (A); 15/ 4,84%

poczucie więzi 9; silna więź; zbiorowość ludzka o pewnych więzach; więź emocjonalna; między ludźmi istnieje więź społeczna

realizuje wspólne cele (A); 12/ 3,87%

wspólne cele 4; łączy je wspólny cel 3; wspólnota ludzi połączona dążeniem do jakiegoś celu 2; realizacja celów społecznych

między członkami społeczeństwa panuje zrozumienie (A); 12/ 3,87%

zrozumienie 4; zgrane 3; zgodność; wzajemna życzliwość; brak konfliktów między ludźmi

posiada własne prawa i podlega im (S); 10/ 3,23%

posiada własne prawa; ludzie, którzy podporządkowują się prawom; prawa poszczególnych jednostek; wielość osób podlegająca określonemu, jednemu prawu; wspólne prawa

ma specyficzną kulturę (K); 10/ 3,23%

wspólna kultura 2; poczucie wspólnoty kulturowej; kultura; odrębna kultura; właściwa tylko jemu kultura

² Badania ankietowe (w skrócie ASA, czyli Ankieta słownika aksjologicznego) mają charakter cykliczny i są przeprowadzane systematycznie co 10 lat wśród studentów lubelskich uczelni państwowych, czyli UMCS, UM, AR, PL. Pierwsze badania odbyły się w 1990, kolejne w roku 2000. Zebrany materiał ankietowy został opublikowany w formie „częstkowego i surowego” raportu w tomie *Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. J. Bartmiński, Lublin 2006. Ostatnie badania przeprowadzono w roku 2010. W ASA zamieszczono jedno pytanie: Podaj, co według Ciebie stanowi o istocie „prawdziwego” X? Za X podstawiano odpowiednie nazwy wartości z listy 100 haseł wybranych do słownika aksjologicznego. Swoje zdanie co do haseł, które powinny znaleźć się w słowniku, w formie pisemnej sprecyzowało wielu wybitnych humanistów, m.in.: Irena Bajerowa, Andrzej Bogusławski, Renata Grzegorzycowa, Michał Głowiński, Andrzej Maria Lewicki, Jadwiga Puzynina, Józef Tischner, Anna Wierzbicka. Ostatecznie projekt listy haseł po uzupełnieniach i modyfikacjach przedstawiły Ewa Borowiecka i Bogusława Kaczyńska w Kazimierzu 28 lutego 1988 r. Publikacja tych haseł ukazała się w: *Język a Kultura*, t. 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Puzynina i J. Bartmiński, Wrocław 1991.

jego członkowie służą sobie wzajemną pomocą (A); 9/ 2,90%
*wzajemna pomoc 5; chęć pomocy drugiemu człowiekowi 2; chęć pomagania
 bezinteresownie ludziom, którzy tej pomocy potrzebują*

solidarność (S); 8/ 2,58%
solidarność 4; solidarne 4

patriotyzm (I); 8/ 2,58%
patriotyzm 4; umiłowanie ojczyzny; zdolność do poświęceń na rzecz ojczyzny swojej

jego członkowie szanują drugiego człowieka (A); 7/ 2,26%
*szacunek dla człowieka 3; wzajemne poszanowanie 2; poszanowanie drugiego
 człowieka*

jest podzielone na klasy, warstwy społeczne (S); 7/ 2,26%
podział na klasy 5; podział na warstwy społeczne; hierarchiczność

ma wspólny język (K); 6/ 1,96%
język; jeden język; wspólny język; charakterystyczny język

kultywuje tradycje (K); 6/ 1,96%
*przywiązanie do tradycji 2; ludzie kultywujący tradycje 2; ludzie, których łączy
 wspólna tradycja 2*

ma określone obowiązki (S); 5/ 1,61%
obowiązki poszczególnych jednostek; poczucie obowiązku; wspólne obowiązki

jest zorganizowane (S); 5/ 1,61%
wewnętrzna organizacja 2; zorganizowanie; dobra organizacja życia społecznego

tolerancja (S); 5/ 1,61%
tolerancja 4; tolerowanie człowieka przez drugiego człowieka

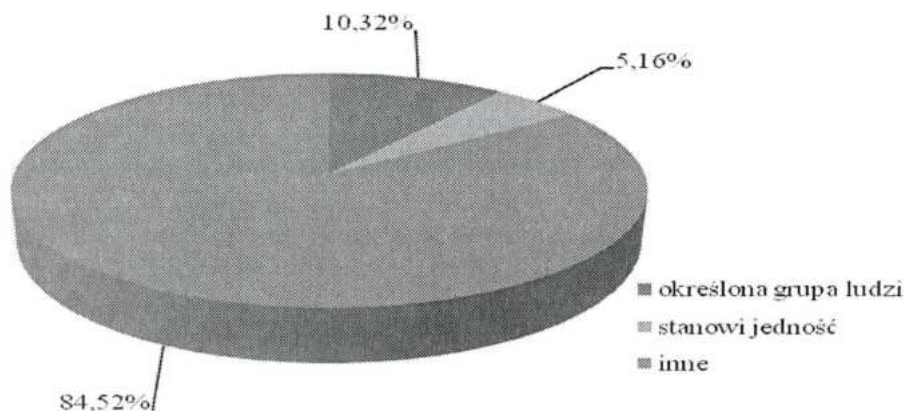
ma wspólne interesy (B); 4/ 1,29%
wspólne interesy 4

Według ASA 90 „prawdziwe” społeczeństwo to (1) określona grupa ludzi, która (2) stanowi jedność. W odpowiedziach ankietowanych takie rozumienie społeczeństwa pojawiało się najczęściej. Wskaźnik stereotypizacji nazwy oparty na częstotliwości występowania tych dwóch wymienionych cech wyniósł 15,48%.

Ponadto „prawdziwe” społeczeństwo (3) ma **poczucie wzajemnej więzi**, (4) jest **solidarne**, (5) **zorganizowane** i (6) **podzielone na klasy/warstwy społeczne**. (7) Jego członkowie służą sobie wzajemną pomocą, (8) realizują **wspólne cele i interesy**. (9) **Między członkami społeczeństwa panuje zrozumienie**, (10) **tolerancja** i (11) **poszanowanie drugiego człowieka**. „Prawdziwe” społeczeństwo (12) **ustala własne prawa i przestrzega ich**, ma także (13) **określone obowiązki**. Kolejnymi eksponowanymi cechami „prawdziwego” społeczeństwa jest (14) **specyficzna kultura**, (15) **język** i (16) **wspólne tradycje**. „Prawdziwemu” społeczeństwu respondenci przypisywali też (17) **patriotyzm**, co zapewne wynika z nałożenia na społeczeństwo obrazu, koncepcji narodu.

W roku 1990 w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa dominował aspekt społeczny, na który wskazało 44,52% ankietowanych, w dalszej kolejności pojawił się

aspekt psychospołeczny, ze znacznie mniejszą liczbą wskazań, bo tylko 24,84%, i kulturowy, który uzyskał 8,06%. Młodzi ludzie postrzegali „prawdziwe” społeczeństwo także przez pryzmat aspektu bytowego (7,42%), zwracając głównie uwagę na wspólne interesy, możliwość podejmowania pracy, sporadycznie pojawiały się wypowiedzi, w których ujawniała się roszczeniowa postawa wobec państwa związana z domaganiem się zagwarantowania życiowego minimum, pomocy materialnej, udogodnień czy poczucia bezpieczeństwa bytowego. Być może ma to związek z faktem, na który zwrócili uwagę socjologowie Marek Ziółkowski, Krzysztof Zagórski i Jadwiga Koralewicz, pisząc, że „Polacy silniej nastawiają się obecnie na poszukiwanie ułatwień i zapewnienie sobie przynajmniej minimum [...] Trudniej jest obecnie jednostce żądać od kogoś innego (państwa, przedsiębiorstwa, nie mówiąc już o komitetach partyjnych) zagwarantowania jej życiowego minimum, ułatwień czy bezpieczeństwa socjalnego; w większym stopniu skazana jest ona sama na siebie” [Ziółkowski, Zagórski, Koralewicz 2001: 241–242].



**Schemat 1. Cechy „prawdziwego” społeczeństwa
o najwyższym wskaźniku stereotypizacji w roku 1990**

Na odległych pozycjach znalazły się aspekty: ideowy (4,52%) i polityczny (3,55%), skupiający przede wszystkim cechy kojarzone z umiłowaniem ojczyzny, z poświęceniem się dla niej, a więc z szeroko rozumianym patriotyzmem i dążeniem do demokracji.

Patrząc na cały zespół użytych wyrażen od strony ich charakteru treściowego, można zrekonstruować mentalny wizerunek społeczeństwa polskiego oparty przede wszystkim na cechach psychospołecznych, które obejmują zachowania, emocje związane z wymiarem społeczno-wspólnotowym człowieka, cechach psychicznych i etycznych determinujących zachowania emocjonalne, uczucia, normy etyczne, zasady moralne i wartości.

społeczeństwo

wymiar społeczno-wspólnotowy
communio personarum{określona grupa ludzi/zbiorowość/zbiorowość ludzka/
ludzie/ludność}spójność, integralność, więź społeczna, chęć pomocy, zorganizowanie, własne prawa, którym się podlega, obowiązki, hierarchiczność, solidarność, tolerancja, zrozumienie, życzliwość, zgranie, zgodność, realizacja wspólnych celów
i interesów, szacunek dla człowiekawymiar jednostkowo-indywidualny
homo/persona socialis

silna więź emocjonalna, poczucie przynależności, patriotyzm, wspólne zasady, normy i wartości, szczerość

Schemat 2. Mentalny portret społeczeństwa w roku 1990

Mentalny obraz społeczeństwa jest konsekwencją spojrzenia na społeczeństwo z dwóch punktów widzenia: człowieka społecznego (*homo/persona socialis*), który współistnieje, współdziała, współpracuje z innymi, bo przecież „człowiek *zależy* od grupy społecznej i grupa społeczna *zależy* od człowieka”, co przekłada się z kolei na jego podstawowe relacje i doświadczenia [por. Mycek 2006a, 2006b: 129–131, 2009]. Z punktu widzenia wspólnoty osób (*communio personarum*) społeczeństwo jawi się zaś jako konkretna grupa, zbiorowość ludzka osadzona w określonym czasie i przestrzeni, powiązana różnymi relacjami, więziami i prawami życia społecznego i jest ujmowane w wymiarze synchronicznym [por. Kowalczyk 1990: 283–287; Puzynina 1997: 389–391].

SPOŁECZEŃSTWO według ASA 2000

N = 100, W = 324, D = 92, Ws = 17,60%

określona grupa ludzi (S); 39/ 12,04%

ludzie 3; grupa ludzi żyjących na określonym terytorium 2; grupa ludzi zamieszkująca określony obszar geograficzny (miasto, wieś, kraj) 2; grupa ludzi zamieszkująca jakiś obszar; grupa mieszkańców tego samego państwa; grupa mieszkańców tego samego regionu; ludzie mieszkający we wspólnym kraju; członkowie społeczeństwa; zbiorowość ludzka

stanowi jedność (S); 18/ 5,56%

jedność 5; poczucie jedności 2; jedność społeczeństwa; integracja; świadomość jedności

posiada określone prawa (S); 15/ 4,63%

prawa 3; określone prawa 2; wspólne normy 2; znajomość norm; grupa ludzi powiązanych normami prawnymi; wspólnota ludzi, których łączy prawo

ma wspólny język (K); 13/ 4,01%

wspólny język 3; grupa ludzi, których łączy język 2; język; jednakowy język; jeden język

realizuje wspólne cele (A); 12/ 3,70%

wspólne cele 3; określone cele 2; dążenie do określonych celów 2; potrzeba realizacji wspólnych celów

jest wspólnotą (S); 12/ 3,70%

wspólnota 4; poczucie wspólnoty; wspólnota ludzi mieszkających na danym obszarze; współlistnienie

jego członkowie służą sobie wzajemną pomocą (A); 11/ 3,40%

pomoc 3; wzajemna pomoc 3; umiejętność niesienia wzajemnej pomocy

łączy je wspólna historia (H); 11/ 3,40%

grupa ludzi mająca wspólną historię 4; wspólna historia 2; dzieje społeczeństwa

potrafi współpracować (S); 10/ 3,09%

współpraca 6; współpraca między ludźmi 2; współdziałanie

ma specyficzną kulturę (K); 9/ 2,78%

kultura 3; jednakowa kultura; wspólny dorobek kulturowy

terytorium, które zamieszkuje (L) 8/ 2,47%

miejsce zamieszkania 2; wspólne terytorium; zamieszkiwanie określonego terenu

ma wspólne wartości (E); 7/ 2,16%

wspólne wartości 2; wspólnota ludzi wyznających wspólne wartości; preferowane wartości; wartości narodowe

kultywuje obyczaje (K); 7/ 2,16%

wspólne obyczaje 2; znajomość obyczajów 2; przestrzeganie obyczajów

solidarność (S); 6/ 1,85%

solidarność 4; solidaryzowanie się między sobą

równość (S) 6/ 1,85%

równość 5; równość wszystkich warstw społecznych

ma poczucie wzajemnej więzi (A); 6/ 1,85%

więzy międzyludzkie 3; zgromadzenie ludzi połączonych wspólną więzią

wspólnota narodowa (X); 5/ 1,54%

więź narodowa 2; wspólnota narodowa, która kultywuje swoje tradycje

tolerancja (S); 5/ 1,54%

tolerancja 5

ma świadomość wzajemnej odpowiedzialności (A); 5/ 1,54%

odpowiedzialność; świadomość wzajemnej odpowiedzialności za siebie; świadomość wzajemnej odpowiedzialności za wizerunek społeczeństwa

jest troskliwe (S); 5/ 1,54%

troska o dobro innych współobywateli; troska o wspólne bezpieczeństwo

kultywuje tradycje (K); 4/ 1,23%

kultywowanie wspólnej tradycji; ogół ludności powiązanej wspólną tradycją

jego członkowie szanują drugiego człowieka (A); 4/ 1,23%

szacunek do innych 3; grupa ludzi szanująca się wzajemnie

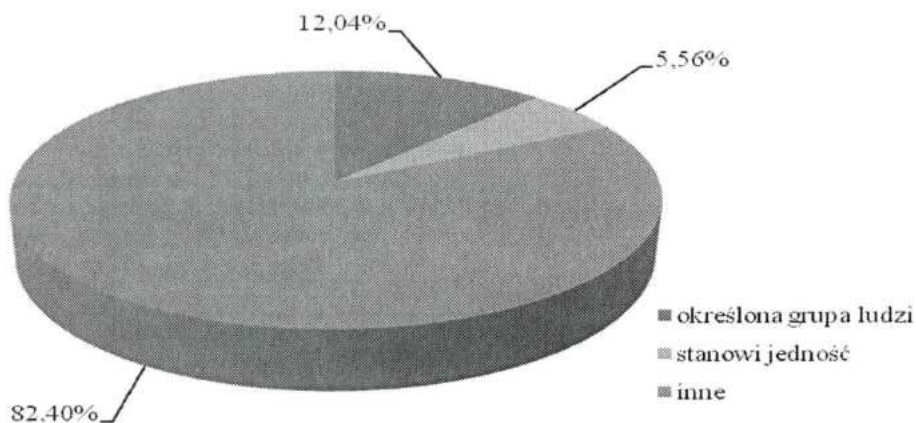
praca (B); 4/ 1,23%

praca; pracowitość

podporządkowanie władzy (T); 4/ 1,23%

podporządkowanie władzom, które zajmują się wykonywaniem interesów wyborców; władza

W ASA 2000 w sferze jądrowej znaczenia nie zaszły żadne zmiany. Cechy tworzące dominantę semantyczną pojęcia pozostały te same. „Prawdziwe” społeczeństwo to, tak jak 10 lat wcześniej, określona grupa ludzi, która wyróżnia się jednością, a wskaźnik stereotypizacji tych dwóch najczęściej wymienianych cech wyniósł 17,60%.



**Schemat 3. Cechy „prawdziwego” społeczeństwa
o najwyższym wskaźniku stereotypizacji w roku 2000**

Jednak obraz „prawdziwego” społeczeństwa w roku 2000 jest znacznie bogatszy i zróżnicowany. Przede wszystkim pojawiło się wiele nowych charakterystycznych cech, które w ogóle nie wystąpiły w odpowiedziach respondentów w roku 1990 bądź pojawiły się z minimalną liczbą wskazań – poniżej czterech. I tak respondenci kojarzyli „prawdziwe” społeczeństwo (18) ze wspólnotą, (19) wzajemną współpracą, (20) wspólnym życiem. „Prawdziwe” społeczeństwo łączy (21) wspólna historia. Ankietowani uznali, że istotną cechą „prawdziwego” społeczeństwa jest (22) terytorium, które zamieszkuje. Ponadto „prawdziwe” społeczeństwo (23) wyznaje wspólne wartości, (24) ma świadomość wzajemnej odpowiedzialności i (25) jest troskliwe/ (26) opiekuńcze. Zwracano także uwagę

na (27) równość (m.in. równość wszystkich warstw społecznych) oraz (28) podporządkowanie władzy.

Podobnie jak 10 lat wcześniej respondenci patrzyli na „prawdziwe” społeczeństwo zdecydowanie przez pryzmat aspektu społecznego, jego ranga wzrosła nieznacznie do 45,06%. Za to wyraźnie spadła rola aspektu psychospołecznego, bo wskazało na niego zaledwie 16,36% ankietowanych, oraz bytowego (2,4%).

Dla młodych ludzi w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa bardzo istotny okazał się wymiar kulturowy, a wśród cech fundamentalnych respondenci wyszczególnili: znajomość i przestrzeganie wspólnych obyczajów, kultywowanie wspólnej tradycji, porozumiewanie się jednym językiem oraz posiadanie wspólnego dorobku kulturowego.

Podniosła się nieco ranga aspektu ideowego (5,56%) i etycznego (4,32%).

społeczeństwo	wymiar społeczno-wspólnotowy <i>communio personarum</i>
{określona grupa ludzi/ludzie/zbiorowość ludzka/grupa mieszkańców/członkowie społeczeństwa}	jedność, integracja, <u>wspólnota</u> , <u>wspólnota narodowa</u> , więzy międzyludzkie, umiejętność niesienia pomocy, <u>współdziałanie/współpraca</u> , znajomość norm i praw, równość, solidarność, tolerancja, <u>odpowiedzialność</u> , <u>troskliwość</u> , <u>opiekuńczość</u> , zrozumienie, życzliwość, zgranie, zgodność, realizacja wspólnych celów, <u>wspólne terytorium</u> , szacunek dla człowieka, <u>podporządkowanie władzy</u>
wymiar jednostkowo-indywidualny <i>homo/persona socialis</i>	silna więź emocjonalna, poczucie przynależności, patriotyzm, wspólne wartości, wartości narodowe, preferowane wartości, szczerość

Schemat 4. Mentalny portret społeczeństwa w roku 2000

W świadomości młodych ludzi na obraz „prawdziwego” społeczeństwa składają się także cechy związane z płaszczyzną historyczną (3,38%), z dziejami społeczeństwa, wspólną historią. Ankietowani docenili również wartość więzi narodowych, przynależności do wspólnoty narodowej. Świadczy o tym wprawdzie niezbyt wysoka ranga aspektu narodowościowego (niecałe 2%), ale biorąc pod uwagę fakt, że w roku 1990 w ogóle się nie pojawił w wypowiedziach studentów, należy wyeksponować jego ważność w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa. Zdecydowanie wzrosło przekonanie u młodych ludzi, że bycie i życie w społeczności wiąże się także ze wspólnym zamieszkiwaniem na określonym terenie. Dlatego też w widzeniu społeczeństwa ważny okazał się aspekt lokatywny, na który wskazało 3,38% ankietowanych.

Portret mentalny społeczeństwa nie uległ większym przeobrażeniom. Pojawiło się jednak kilka nowych cech, które wzbogaciły wizerunek społeczeństwa, zwłaszcza na płaszczyźnie społeczno-wspólnotowej, a należą do nich: *równość, więź narodowa, odpowiedzialność, troska o dobro innych współobywateli, opiekuńczość i podporządkowanie władzy, która zajmuje się dbaniem o interesy wyborców, współdziałanie/współpraca, wspólne zamieszkiwanie określonego terenu.*

Powyższe cechy przybliżają obraz społeczeństwa do koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego”.

SPOŁECZEŃSTWO według ASA 2010

N = 84, W = 206, D = 75, Ws = 15,53%

stanowi jedność (S); 19/ 9,22%

jedność 11; zjednoczenie; zjednoczenie obywateli; jedność w narodzie

jest wspólnotą (S); 13/ 6,31%

wspólnota 5; ma poczucie wspólnoty 5; wspólnotowość; więzi wspólnotowe; tworzy pewien rodzaj wspólnoty

jego członkowie służą sobie wzajemną pomocą (A); 13/ 6,31%

wzajemna pomoc 9; chęć pomocy innym; umiejętność bezinteresownego niesienia pomocy drugiej osobie; wsparcie

określona grupa ludzi (S); 8/ 3,88%

ludzie 3; ludzkość; grupa ludzi czymś ze sobą związanych; grupa osób, których łączą szczególne relacje

działa dla wspólnego dobra (A); 7/ 3,40%

walczy o dobro wspólne 2; działa dla dobra ogółu

solidarność (S); 7/ 3,40%

solidarność 6; solidarność, szczególnie w trudnych sytuacjach

między członkami społeczeństwa panuje zrozumienie (A); 7/ 3,40%

zrozumienie 2; życzliwość 2; empatia 2; zrozumienie drugiego człowieka

ma poczucie wzajemnej więzi (A); 7/ 3,40%

więzi 3; więzi społeczne 3; więzi międzyludzkie

ma wspólne wartości (E); 6/ 2,91%

wspólne wartości 3; wyznawanie podobnych wartości; przestrzeganie podstawowych norm i zasad moralnych przyjętych przez społeczeństwo

potrafi współpracować (S); 6/ 2,91%

współpraca 4; wzajemna współpraca; umiejętność współdziałania

patriotyzm (I); 6/ 2,91%

patriotyzm 2; patriota; miłość do ojczyzny; miłość do państwa; wierność swojemu krajowi

tolerancja (S); 5/ 2,42%

tolerancja 5

łączy je wspólna historia (H); 5/ 2,42%

historia 3; trudna historia; dorobek historyczny

poczucie przynależności (A); 5/ 2,42%

poczucie przynależności 2; przynależność do grupy; świadomość tego, że należy się do danego społeczeństwa; tożsamość

jego członkowie szanują drugiego człowieka (A); 5/ 2,42%

wzajemny szacunek 2; szacunek; szacunek do ludzi; szacunek poszczególnych jednostek do reszty społeczeństwa

kultywuje tradycje (K); 4/ 1,94%

tradycje 2; wspólne tradycje 2

demokracja (T); 4/ 1,94%

demokracja 3; umiejętność wykorzystania demokracji

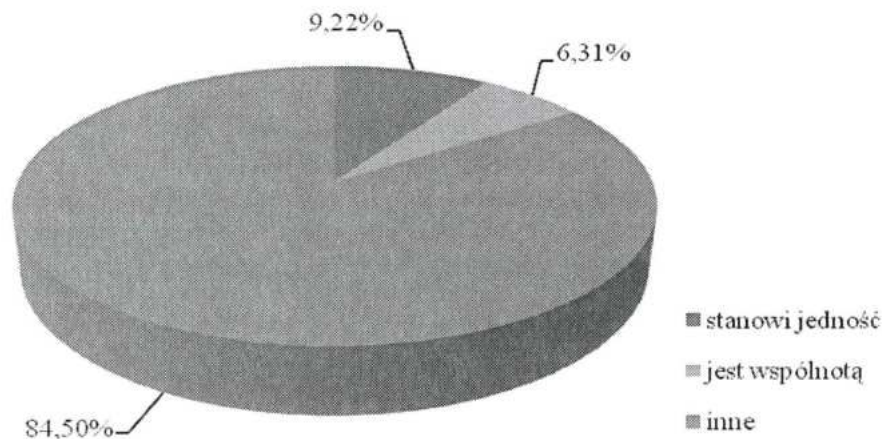
jest zorganizowane (S) 4/ 1,94%

organizacja życia społecznego 3; określony sposób jego zorganizowania

równość (S); 4/ 1,94%

równość 3; równe traktowanie wszystkich członków

Obraz „prawdziwego” społeczeństwa w ASA 2010 wyraźnie zmierza do wyeksponowania cech podkreślających wspólnotowość i solidarność określonej zbiorowości ludzi. W tej koncepcji wyraźnie dominują cechy społeczeństwa, które charakteryzuje jedność i wspólnotowość. Wskaźnik stereotypizacji nazwy oparty na częstotliwości występowania tych dwóch cech wynosi 15,53%.



Schemat 5. Cechy „prawdziwego” społeczeństwa o najwyższym wskaźniku stereotypizacji w roku 2010

Obok cech znanych pojawiło się kilka nowych, które wzbogaciły obraz „prawdziwego” społeczeństwa szczególnie w wymiarze psychospołecznym i politycznym. I tak respondenci w roku 2010 wyeksponowali umiejętność współpracy, (29) (współ)działania dla dobra ogółu oraz podkreślali (30) umiejętność wykorzystania demokracji.

Podobnie jak w roku 1990 i 2000 obraz „prawdziwego” społeczeństwa zdominowały cechy społeczne (46,03%), zgodnie z którymi społeczeństwo to grupa ludzi tworząca wspólnotę i stanowiąca jedność, potrafiąca ze sobą współpracować, posiadająca zorganizowane życie społeczne oparte na równości wszystkich jej członków, wyróżniająca się solidarnością i tolerancyjnością. Zdecydowanie wzrosła rola cech psychospołecznych charakteryzujących społeczeństwo i relacje wewnątrzspołeczne, takich jak: poczucie przynależności, wzajemne więzi, szacunek dla innych, zrozumienie drugiego człowieka, służenie wzajemną pomocą i działanie dla wspólnego dobra. Obraz „prawdziwego” społeczeństwa opisywano także przez pryzmat cech etycznych, podkreślając wspólne wartości, przestrzeganie podstawowych norm i zasad moralnych, w dalszej kolejności pojawiły się cechy historyczne, ukazujące wpływ historii, wydarzeń historycznych na kształtowanie się społeczeństwa, ideowe, związane z patriotyzmem, miłością do ojczyzny, wiernością swojemu krajowi, i polityczne, eksponujące wpływy demokracji na możliwości rozwoju społeczeństwa.

Mentalny obraz społeczeństwa został wzbogacony o kilka nowych znaczących cech zarówno w wymiarze społeczno-wspólnotowym, jak i jednostkowo-indywidualnym. Są to: aktywność społeczna, empatia, rodzinność, rozwijanie się, przyjaźń, miłość, otwartość, serdeczność, lojalność, uczciwość, samorządność, nieprzeszkadzanie sobie nawzajem.

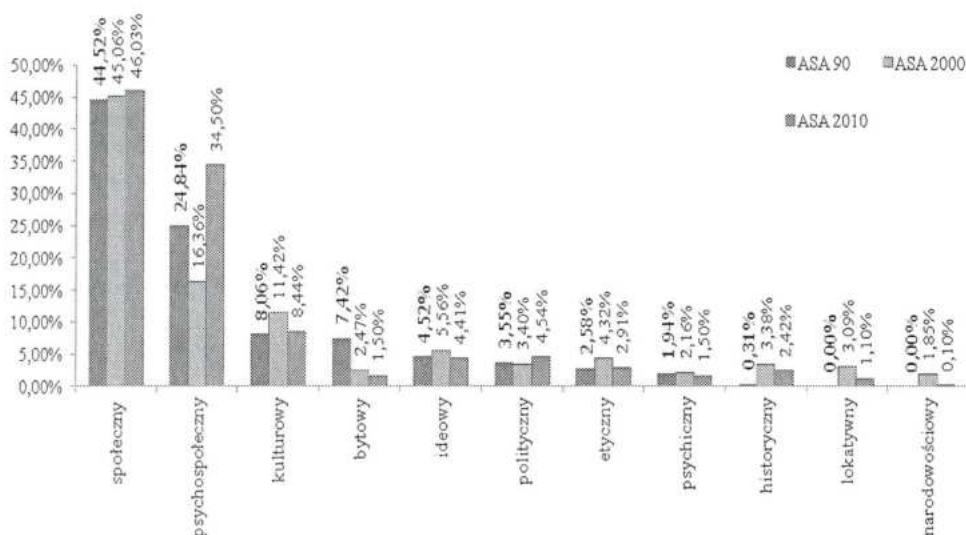
Schemat mentalnego portretu społeczeństwa w roku 2000 przedstawia się następująco:

społeczeństwo	wymiar społeczno-wspólnotowy <i>communio personarum</i>
{określona grupa ludzi/ludzie/zbiorowość ludzka/grupa mieszkańców/członkowie społeczeństwa}	jedność, integracja, wspólnota, wspólnota narodowa, więzy międzyludzkie, umiejętność niesienia pomocy, współdziałanie/współpraca, znajomość norm i praw, równość, solidarność, tolerancja, odpowiedzialność, troskliwość, opiekuńczość, zrozumienie, życzliwość, zgranie, zgodność, <u>otwartość</u> , <u>lojalność</u> , <u>serdeczność</u> , <u>przyjaźń</u> , realizacja wspólnych celów, <u>rozwijanie się</u> , <u>aktywność społeczna</u> , wspólne terytorium, szacunek dla człowieka, <u>władza (instytucje obywatelskie, konstytucja, rząd, samorządność)</u>
wymiar jednostkowo-indywidualny <i>homo/persona socialis; homo novus</i>	silna więź emocjonalna, poczucie przynależności, patriotyzm, <u>wierność</u> , wspólne wartości, wartości narodowe, preferowane wartości, <u>przestrzeganie norm i zasad moralnych</u> , <u>uczciwość</u> , <u>miłość</u> , <u>szczerłość</u>

Schemat 6. Mentalny portret społeczeństwa w roku 2000

Wyeksponowane cechy pokazują ścisły związek ludzi tworzących społeczeństwo z potrzebą działalności, aktywności społecznej i przedsiębiorczości (aktywność społeczna, rozwijanie się, przedsiębiorczość), możliwością wpływania na sprawy swojego środowiska (instytucje obywatelskie, samorządność) oraz dokumentują wzrost świadomości ludzi, że są podmiotami praw i obowiązków panujących w społeczeństwie (odpowiedzialność społeczna, opiekuńczość, solidarność, otwartość, realizacja wspólnych celów, niesienie pomocy) [por. Grabowska, Mocek, Wnuk-Lipiński 2001: 151; Mycek 2006: 77].

Powyższe cechy jeszcze bardziej zbliżają obraz społeczeństwa do koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego”.



Schemat 7. Zestawienie i porównanie aspektów „prawdziwego” społeczeństwa w ASA 90, ASA 2000 i ASA 2010

Obraz społeczeństwa w ciągu badanych 20 lat uległ pewnym przeobrażeniom. Chociaż w jądrze znaczeniowym „prawdziwego” społeczeństwa zachowały się trzy cechy – bycie jednością, bycie wspólnotą i bycie określoną grupą osób, to pozostałe cechy tworzące strefę pozajądrową pojęcia wyraźnie zmieniły swoje miejsce.

W 1990 r. respondenci znacznie częściej kładli akcent na aspekt bytowy. W roku 2000 i 2010 zdecydowanie częściej patrzono na społeczeństwo jak na wspólnotę ludzi umiejących współpracować ze sobą, mających świadomość wzajemnej odpowiedzialności, troszczących się o dobro innych. Obok jedności, solidarności, tolerancji i zrozumienia eksponowano zorganizowanie, równość, posiadanie określonych praw, a w roku 2010 akcentowano aktywność społeczną i przedsiębiorczość. A zatem w nowej strukturze społecznej istotne miejsce obok

homo socialis zajmuje *homo novum* – człowiek nowy, przedsiębiorczy, świadomy swojej wartości, asertywny, rzutki i dość bezwzględny. O pojawieniu się i roli „nowego człowieka” w nowym społeczeństwie wspominała Teresa Bogucka, zastanawiając się nad miejscem inteligencji w strukturze nowego polskiego społeczeństwa, gdy „wracamy do Europy, do normalności” [Bogucka 1992].

W roku 1990 „prawdziwego” społeczeństwa nie odróżniano od narodu i kojarzono je z patriotyzmem, rozumianym jako umiłowanie ojczyzny. Inaczej było w roku 2000; wtedy tę cechę odnotowano w odpowiedziach zaledwie 2 osób, zaś w roku 2010 na patriotyzm wskazało niewiele więcej, bo 6 osób. W dużym stopniu różnice odnoszą się do strefy psychospołecznej, najczęściej dokumentowanej w roku 2010. Młodzi ludzie częściej podkreślali ważność relacji społecznych, aktywnego i świadomego uczestniczenia w życiu społecznym. Dalsze różnice w nieco mniejszym stopniu odnoszą się do płaszczyzny historycznej i kulturowej, zdecydowanie częściej eksponowanej w roku 2000. W takim ujęciu „prawdziwe” społeczeństwo rozumiane jest jako grupa ludzi, których łączy wspólna historia, język, tradycje i obyczaje. Historia jest fundamentem, na którym wzrosło i wzrasta społeczeństwo – napisała jedna osoba. Również w roku 2000 częściej niż w 2010 wskazywano na aspekt lokatywny i tak istotne cechy, zgodnie z którymi ludzie tworzący społeczeństwo zamieszkują na jakimś terytorium. W roku 1990 cecha ta w ogóle się nie pojawiła w wypowiedziach respondentów. Inna różnica dotyczy spojrzenia na społeczeństwo przez pryzmat cech politycznych, zwłaszcza w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa w roku 2000 i 2010. Młodzi ludzie eksponowali w roku 2000 podporządkowanie władzy, zaś w roku 2010 wymieniali oprócz demokracji silny rząd oraz aktywność polityczną na szczeblu nie tylko państwowym, ale i samorządowym. Socjologowie twierdzą, że opisane powyżej zmiany można zlokalizować w sferze podmiotowości lokalnej. „Respondenci są obecnie bardziej skłonni oddawać decyzje w wielu sprawach w ręce wybranych przez siebie i z bardzo bliska niekiedy obserwowanych władz lokalnych. [...] Rezygnacja z własnej podmiotowości indywidualnej oznacza jednocześnie wzrost zaufania do władz lokalnych [...] w opozycji do darzonych znacznie mniejszym zaufaniem władz centralnych. Jest to jeszcze jedno potwierdzenie faktu, że polskie społeczeństwo zaakceptowało ideę reformy samorządowej, a własną, indywidualną autonomię polityczną realizuje poprzez wspólnotę lokalną i jej wybranych przedstawicieli” [Ziółkowski, Zagórski, Koralewicz 2001: 242–243]. Kolejna różnica zaznaczająca się w sposobie pojmowania społeczeństwa przez młodych ludzi wiąże się z wyznacznikiem: w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa w roku 2000 znalazły się wyznawane wspólne wartości oraz podobne zasady moralne i etyczne.

Biorąc pod uwagę wyniki trzech ankiet od strony współzależności semantycznej między cechami, można stwierdzić, że zarówno w roku 1990, 2000, jak i 2010 studenci utożsamiali „prawdziwe” społeczeństwo ze **wspólnotą** – ten syndrom zajął czołowe miejsce. Na drugim, równie ważnym miejscu w roku 1990 znalazł

się syndrom **społeczeństwa partnerskiego** (48). W dalszej kolejności opisywano „prawdziwe” społeczeństwo w kategorii **społeczeństwa refleksyjnego** (38). Nieco słabiej pokazywano syndrom społeczeństwa **prawo- i samorządne** (35).

W roku 2000 syndromowi **społeczeństwa wspólnotowego** towarzyszył z nieco mniejszą liczbą wskazań syndrom **społeczeństwa refleksyjnego** (51). Następnie charakteryzowano „prawdziwe” społeczeństwo jako **prawo- i samorządne** (41). W tle wyżej wymienionych syndromów pozostawał syndrom **społeczeństwa partnerskiego** (32) i zupełnie nowy syndrom **społeczeństwa opiekuńczego** (10).

W roku 2010 w obrazie „prawdziwego” społeczeństwa nie pojawiły się cechy skupione w syndromie **społeczeństwa opiekuńczego**. Za to wzrosła ranga syndromu **społeczeństwa prawo- i samorządne** (50). Jedną z niższych pozycji zajął syndrom **społeczeństwa refleksyjnego** (41). Najrzadziej wskazywano syndrom **społeczeństwa partnerskiego**.

Ireneusz Krzemiński twierdzi, że przemiany, które nastąpiły po 1989 r., dotyczyły nie tylko ustroju, instytucji, ale wniknęły od początku w codzienne życie ludzi, „zmieniając je nawet wtedy, gdy w odpowiedzi na ankiety twierdzili, że zmiany ich osobiście nie dotknęły. Ale niemal wszyscy dostrzegli je wokół siebie. Były one zgodne z pragnieniami i oczekiwaniami większości Polaków [...], a największy optymizm w ocenie przemian wykazała młodzież. Pod koniec lat 90. najmłodsi Polacy, nawet żyjący w małych miastach i będący w złej sytuacji, oceniali pozytywnie nowy ustrój: wierzyli ponadto, że ich sytuacja ulegnie w przyszłości poprawie” [Krzemiński 2000: 556, 558]. Chociaż z wypowiedzi młodych ludzi wyłania się idealny obraz społeczeństwa, to mają oni świadomość, że stabilność i jakość realnego świata społecznego i istota społeczeństwa zależy w dużej mierze od spontanicznego, swobodnego i odpowiedzialnego współdziałania ludzi.

Bibliografia

- Bogucka T., 1992, *Nieuchronna normalność*, „Gazeta Wyborcza”, 28–29 XI.
- Grabowska M., Mocek S., Wnuk-Lipiński E., 2001, *Wybrane instytucje obywatelskie i polityczne* [w:] *Pierwsza dekada niepodległości. Próba socjologicznej syntezy*, red. E. Wnuk-Lipiński i M. Ziółkowski, Warszawa.
- Kowalczyk S., 1990, *Zarys filozofii człowieka*, Sandomierz.
- Krzemiński I., 2000, *Spór o Polskę 1989–99. Wybór tekstów prasowych*, wstęp, wybór i układ P. Śpiewak, Warszawa.
- Mycek S., 2006a, *Człowiek i odpowiedzialność*, Sandomierz.
- Mycek S., 2006b, *Etyka jako odpowiedzialność*, Sandomierz.
- Mycek S., 2009, *Persona socialis. Teologiczne wymiary człowieka w społeczeństwie*, Sandomierz.
- Puzynina J., 1997, *Słowo – wartość – kultura*, Lublin.
- Wnuk-Lipiński E., Ziółkowski M. (red.), 2001, *Pierwsza dekada niepodległości. Próba socjologicznej syntezy*, Warszawa.

Ziółkowski M., Zagórski K., Koralewicz J., 2001, *Wybrane tendencje przemian świadomości społecznej* [w:] *Pierwsza dekada niepodległości. Próba socjologicznej syntezy*, red. E. Wnuk-Lipiński i M. Ziółkowski, Warszawa.

Rozwiązanie skrótów

- SJP – *Słownik języka polskiego*, t. VIII, red. W. Doroszewski, Warszawa 1966.
ISJP – *Inny słownik języka polskiego*, t. II, red. M. Bańko, Warszawa 2000.
SEJP – *Słownik etymologiczny języka polskiego*, red. W. Boryś, Kraków 2005.
PSF – *Praktyczny słownik frazeologiczny*, red. I. Puchalska, Kraków 2004.

A NEW SOCIETY IN POSTMODERN REALITY, THAT IS HOW A LINGUO-CULTURAL PICTURE OF A SOCIETY IN CONTEMPORARY POLISH IS CHANGING

Summary

In the article, the author attempts to show what changes have taken place within the meaning of the word society over the past 20 years, at the time of the evolution of Polish democracy and the renewal of the concept of civil society, as well as of the language and awareness of axiological young people affected by the new social, economic, business and political situation existing after the overthrow of the Communist regime in 1989.

The basis for the analyses constitute the system of data and surveys collected in 1990, 2000 and 2010 (the ACE 90, 2000 and 2010). Their analysis leads to the conclusion that society is seen primarily as a specific group of people, the community, having a sense of unity, governed by certain rules and laws. However, over the last 20 years the role of psychosocial factors and living has increased. Definitely we more often look over on society as a community of people interacting to cooperate with each other, having a sense of strong social ties and common values. Next to unity, solidarity, mutual assistance, tolerance and understanding of exhibit organisation, equality, have certain rights, and in 2010 stressed the social activity and entrepreneurship. Thus, in the new social structure and significant place next to the homo socialis is homo novum is the of the new, entrepreneurial, aware of its value, assertive, brisk, and rather absolute man.

Anna Antas

Uniwersytet Rzeszowski

**METAFORY POETYCKIE JAKO PRZEJAW
LITERACKOŚCI W TEKSTACH ZESPOŁU
PUNKROCKOWEGO WŁOCHATY****Tekst rockowy jako problem badawczy**

Badanie języków subkultur polega na studiowaniu tematycznym czasopism, forów i wywiadów. Równie ważnym źródłem wiedzy są teksty piosenek, w których ujawnia się specyficzna leksyka danego ruchu oraz określony stosunek do rzeczywistości.

Tekst rockowy cechuje się tak dużą odrębnością w stosunku do tekstów innych gatunków muzycznych, że doczekał się swojej definicji, np. w *Encyklopedycznym słowniku języka polskiego*: „Tekst rockowy – odmiana piosenki związanej z młodzieżową subkulturą. Wywodzi się z bluesa, muzyki country i rock and rolla. Jako komunikat pełni harmonii osiąga ze słowem, muzyką i wykonaniem. W Polsce t.r. zaistniał pod koniec l. 70. jako twórczość wtórna wobec takich gwiazd, jak J. Morrison czy I. Pop. Rodzime teksty rockowe w l. 80. pisali m.in. G. Ciechowski (Republika), Kora Jackowska (Maanam), L. Janerka i J. Skubikowski. T.r. cechuje bunt wobec autorytetów, antyelitarność, ludyczność, powszechność uczestnictwa jako znak wyalienowania młodego człowieka zafascynowanego cywilizacją śmierci” [Olinkiewicz, Radzymińska, Styś 2000: 637]. Definicja ta jest nieprecyzyjna. Autorki wyraźnie utożsamiają tekst z piosenką, niemniej jednak warte zauważenia są tu te elementy, które łączą większość tekstów rockowych, a zatem m.in. buntowniczość oraz niechęć do elitarności.

Bardziej ścisła wydaje się definicja sformułowana przez Jerzego Wertensteina-Żuławskiego: „Tekst rockowy jest specyficzną dziedziną twórczości – oddziałuje razem z muzyką i niekiedy jego istotny przekaz może ograniczać się do jednego słowa wielokrotnie z siłą powtarzanego i podkreślanego samą muzyką. Słowo to może mieć

rangę symboliczną dla rozumiejącego kontekst audytorium, zaś niewiele mówi innym. Jest to więc język uwikłany w przekaz niewerbalny, a oczywiście jest, jak bogate treści może nieść ze sobą sama muzyka” [Wertenstein-Żuławski 1993: 77].

Tekst piosenki, zwłaszcza rockowej, może pełnić ważne funkcje ideologiczne: „Tekst piosenki jest oczywiście jedną z części utworu rockowego i jego znaczenie winno się rozpatrywać z odniesieniem do warstwy melodycznej. Uzależnienia kulturowe w naturalny sposób wyraźniej sytuują się w werbalnym tekście piosenki niż w rozwiązaniach czysto muzycznych z tej prostej przyczyny, że tekst werbalny bardziej niż awerbalny odkrywa ideologię. Jeśli przyjąć, że muzyka jest asemiotyczna, tekst piosenki byłby głównym nośnikiem ideologii [Pęczak, Wertenstein-Żuławski 1991: 256].

Badacz wyraźnie podkreśla, iż w piosence rockowej słowo współistnieje z muzyką, ma ono nawet symboliczną rangę. Podobnie jak socjolekt jest zrozumiałe przede wszystkim w tej grupie, która się nim posługuje, daje poczucie więzi pomiędzy wykonawcą a publicznością. Obydwie definicje wskazują na to, iż teksty zawarte w utworach rockowych przeznaczone są dla określonego odbiorcy, którym jest przeważnie młody, zbuntowany człowiek, przyjmujący postawę opozycyjną względem zastanej rzeczywistości.

Rola tekstu w muzyce rockowej wzbudza także zainteresowanie językoznawców. Halina Zgółkowa zauważa, że na muzykę rockową składają się kolejno dźwięk, sprzęt elektroniczny oraz tekst. Zdaniem badaczki ten ostatni element nieprzypadkowo znajduje się na końcu, bowiem to aparatura elektroniczna stanowi tę część rocka, która w nim dominuje. Pośród wielu składników utworu rockowego (m.in. pomysłu melodyczno-rytmicznego, sposobu wykonania) tekst nie pełni najistotniejszych funkcji, co wynika z faktu, iż „często bywa on realizowany w sposób nie dający słuchaczowi szans na jego zrozumienie” [Zgółkowa 1988: 62]. W innym artykule, napisanym wspólnie z Krzysztofem Szymoniakiem, językoznawczyni formułuje jeszcze bardziej krytyczną opinię na temat miejsca tekstu w obrębie gatunku rockowego: „Wyznawcom polskiego rocka wystarczają półprawdy, ćwierćsensy i przebliski świadomości, przede wszystkim jednak wystarcza im tekst, z którego ostają się tylko przebojowe szlagwerty, będące na ogół niezdaniowymi strzępami składniowymi, łatwo wpadającymi w ucho. Są one szczytem rockowej kondensacji, pełniąc jednocześnie rolę tytułów wielu popularnych piosenek” [Zgółkowa, Szymoniak 1986: 30].

Powyższe rozważania ukazują swoisty zamęt, który panuje w kwestii rangi tekstu rockowego. Rodzi to kolejny ciąg pytań – tym razem o utwór rockowy jako całość oraz jego związku z literaturą.

Utwór rockowy jako przekaz wielokodowy

Zespoły rockowe i punkrockowe jako formacje muzyczne wykonują na scenie piosenki. Anna Barańczak zauważa, że piosenka to przekaz wielokodowy, bowiem korzysta zarówno ze znaków należących do kodu słownego, jak i muzycznego. Na jej tekst mogą składać się znaki, które odwołują się do trzech kodów: gestycznego, kostiumowego i mimicznego, istotną rolę odgrywać może nadto miejsce wykonania (np. lokal) lub środek przekazu (np. megafon). Piosenka to także – mówiąc w uproszczeniu – przekaz słowno-muzyczny. Łączy on z tekstem muzycznym tekst literacki, który zwykle przyjmuje formę wierszowaną. Piosenkę można uznać za obiekt kultury masowej nastawiony na dużą popularność. Sukces gwarantuje posługiwanie się pewnymi konwencjami, w myśl których odbiorca nie musi zbyt angażować się refleksyjnie i poznawczo [Barańczak 1983: 7, 11, 65].

Za przekaz wielokodowy należy uznać również utwór rockowy. Leszek Wesołowski dostrzega, że istnieje on w warstwie muzycznej, tekstowej i wykonawczej, a każda z nich jest nacechowana semantycznie. „W celu przekazania treści – pisze badacz – każda z tych warstw posługuje się odpowiednim kodem: muzycznym, słownym oraz gestycznym, mimicznym, kostiumowym itd. Utwór rockowy jako komunikat jest elementem złożonej sytuacji komunikacyjnej: funkcjonuje w określonym kontekście (kulturowym, socjologicznym, historycznym itp.), posiada określonego nadawcę i odbiorcę, a także wykorzystuje charakterystyczne dla siebie formy kontaktu” [Wesołowski 1993: 3]. Będąc komunikatem, przekazuje również informację mającą pewne znaczenie. Ponieważ zwykle warstwa słowna utworu nie jest zbyt skomplikowana, dlatego też nietrudno jest owo znaczenie odszyfrować. Wielu problemów przysparza natomiast kwestia semantyczności muzyki. Wesołowski zgadza się z opinią, iż muzyka odsyła do znaczeń pozamuzycznych, czyniąc to w specyficzny dla siebie sposób i przy użyciu środków, które tylko jej są przypisane. Sprawia to, że znaczenie muzyczne potrafi wywołać określone emocje u słuchacza, ale nie wskazuje na określony desygnat. Muzyka może mieć także wpływ na ludzką fizjologię. Metrum 4/4 kompozycji rockowych wpływa uspokajająco na odbiorcę, gdyż jest zgodne z rytmem bicia serca, zaś szybkie tempo wzbudza przyspieszenie jego akcji. Utwór rockowy należy zatem traktować jako integralną całość, która w procesie komunikacji wykorzystuje wiele kodów [Wesołowski 1993: 23].

Także zdaniem Wojciecha Siwaka utwór rockowy funkcjonuje w trzech warstwach: muzycznej, tekstowej oraz w sposobie prezentacji podczas koncertu, a zatem w warstwie scenicznej. Każda z nich może być osobnym przedmiotem analizy, ale to w ich współistnieniu wyraża się jego właściwa struktura. Zjawisko to można zaobserwować szczególnie wyraźnie podczas koncertów. „Rozpoznanie zależności wszystkich warstw i skonstruowanie w oparciu o to rozpoznanie siatki

znaczeń stanowi podstawę uzyskania właściwych kryteriów oceny artystycznej” [Siwak 1993: 51]. Najbardziej dominującym komponentem utworu rockowego jest muzyka. Przez nią zdominowane są inne warstwy i ze względu na muzykę wyodrębnia się poszczególne style [Wesołowski 1993: 23].

Problem wielokodowości przekazu rockowego wciąż jest interesujący badawczo. Według najnowszych teorii, formułowanych m.in. przez Marcina Rychlewskiego, o mnogości kodów w obrębie rocka można mówić od drugiej połowy lat sześćdziesiątych, kiedy to płyta długogrająca stała się zasadniczym nośnikiem wypowiedzi rockowej. Wyparła singiel, a omawiany gatunek muzyczny zaczął coraz bardziej przejawiać ambicje artystyczne. Komunikat rockowy należy wobec tego uznać za semantyczno-stylistyczny związek czterech elementów: muzyczno-dźwiękowego, słowno-tekstowego, ikoniczno-okładkowego oraz ikoniczno-scenicznego. Rock jest także zjawiskiem wewnętrznie skomplikowanym, a poszczególne kody nie są wobec siebie równorzędne. Podobnie jak Siwak, Rychlewski uważa, iż najważniejszym z kodów jest muzyka, pozostałe mają nadprogramowy charakter i aktywizuje się je w różnym stopniu. Aby móc oceniać rock w sposób całościowy, należy uwzględnić również istotne zmiany, które wciąż dokonują się w kwestiach technologicznych (nagrywanie i odtwarzanie dźwięku) oraz socjokulturowych (powstawanie subkultur oraz nowych mód) [Rychlewski 2003: 66, 75, 78].

Literackość tekstów rockowych jako przedmiot badań

Osobny problem badawczy zajmuje kwestia literackości tekstów rockowych. To, czy ten rodzaj twórczości należy nazywać tekstem literackim, czy też nadać mu odrębną rangę, znalazło swoje odbicie w pracach socjologów, literaturoznawców i kulturoznawców. Marta Mizuro broni stanowiska, w którym zakłada liryczność rocka: „U podstaw rockowego (i nie tylko) tekstu leży – muzyka. Jeśli nie ona pełni inspirującą [rolę – przyp. aut.], odgrywa ją tak zwany szlagwort, stanowiący lub składający się z reguły na refren powtarzany kilkakrotnie wers, który dowolnie się obudowuje. Dorabia filozofię. Ale to pierwsze, podstawowe zdanie czy słowo, skąd się bierze? Nie jest niczym innym, tylko impresją zamienioną w piosenkę. Połączenie szlagwortu z refleksyjną »otoczką« daje w rezultacie zapis autentycznego przeżycia. Czymże innym jest poezja?” [Mizuro 1993: 47]. Bywa, że teksty rockowe mogą przynależeć do ambitniejszej twórczości i stąd w pełni uprawnione wydaje się określanie ich autorów mianem „poetów rocka”. Słowa niektórych piosenek wydawane są w formie poezji, by wymienić chociażby te autorstwa Boba Dylana czy Jima Morrisona. Niemniej jednak wielu twórców tekstów z dziedziny rocka nie traktuje swych dzieł jak literaturę [Siwak 1993: 57–58].

Mirosław Pęczak i Jerzy Wertenstein-Żuławski zauważają z kolei, że w przypadku tekstów rockowych należy założyć nieliterackość, nawet jeśli przedmiotem

rozważań uczyni się twórczość ambitniejszą, np. Lecha Janerki. Nie wyklucza to jednak obecności elementów literackich, które świadczą o zależności tekstów rockowych od kultury. Badacze wspominają o silnych wzorcach młodopolskich, nawiązaniach do baśniowości Johna R.R. Tolkiena, motywach apokalipsy i eksperymentach językowych bliskich dadaistom. Wykorzystywanie przez autorów tekstów pewnych elementów literackich może być niezamierzone, wynikać ze stereotypu „literackości” oraz „poetyckości” bądź ze świadomej prowokacji. Odwołania do motywu Ikara, poezji Jana Kasprowicza, wątków obozów koncentracyjnych lub do *Medalionów* Zofii Nałkowskiej świadczą w dużej mierze o powielaniu szkolnych schematów edukacyjnych [Pęczak, Wertenstein-Żuławski 1991: 257–258].

Podobne zdanie na temat literackości utworów rockowych ma Marcin Rychlewski. W jego opinii tekst poetycki istnieje w sposób samodzielny, służy do recytacji bądź do lektury. Determinuje go tylko i wyłącznie rzeczywistość językowa, odznacza się większą autotelicznością, zorientowany jest na sam fakt wypowiedzania się. Tymczasem tekst rockowy autonomiczności nie posiada. Jest on ściśle związany z muzyką, co powoduje, że w oderwaniu od niej wydaje się nieudolny, nawet grafomański. Mimo to traktowanie tego rodzaju twórczości wedle podobnych kryteriów jak teksty poetyckie prowadzi do jednostronnych i z góry określonych rezultatów [Rychlewski 2003: 69–70].

Kwestię literackości porusza także Tomasz Szmajter [2003]. Zauważa, iż od połowy lat sześćdziesiątych XX w. tekst rockowy stał się tworem odznaczającym się większą złożonością. Można zatem w jego przypadku mówić o zjawisku wielostylowości, a przede wszystkim – intertekstualności, bowiem odwołuje się on do licznych dzieł literackich i innych tekstów rockowych. Aby można było mówić o intertekstualności, autor tekstu musi w sposób całkowicie świadomy odwołać się do innego dzieła, zwanego intertekstem. W obrębie rocka da się wyróżnić odwołania do twórczości cudzej i własnej; ostatni typ odniesień można określić mianem autotekstualności. Zakładając wielokodowość przekazu rockowego, nie da się zaprzeczyć, iż najwięcej nawiązań o charakterze międzytekstowym dotyczy kodu słowno-tekstowego. Jak przekonują tezy Szmajtera, dzieła literackie bywają źródłem inspiracji dla całej płyty, innym razem rockowcy inspirować się środkami formalnymi typowymi dla danej epoki (jednak głównie w warstwie muzyczno-dźwiękowej). W przypadku twórczości rockowej sformułowany przez Julię Kristevę termin „intertekstualność” należy rozumieć nie tylko jako inspirację tekstami literackimi, ale także wszelkimi innymi tekstami kultury. Muzycy rockowi inspirować się obrazami (np. piosenka *The Night Watch* zespołu King Crimson i obraz Rembrandta *Straż nocna*), filmami (*To nie był film* – Myslovitz i film Olivera Stone’a *Urodzeni mordercy*) i innymi tekstami rockowymi [Szmajter 2003: 82–106].

Problem literackości tekstu rockowego zainteresował również językoznawców, przede wszystkim Halinę Zgólkową i Krzysztofa Szymoniaka. Wyniki ich prac przekonują, że przed badaczem takich tekstów staje wiele trudności, gdy

trzeba określić ich status literacki. Wpływa na to różnorodny poziom warsztatu pisarskiego członków zespołów. Uчени wyróżniają w tej materii trzy typy twórców. Pierwszy typ to tekściarze profesjonaliści (m.in. Andrzej Mogielnicki, Bogdan Olewicz), którzy mają pełną świadomość swojego warsztatu i tworzą teksty młodzieżowe, mimo iż już od dawna nie przynależą do młodzieży. Drugi typ autorów stanowią osoby pełniące w zespołach funkcję wokalisty i kompozytora, które można określić mianem showmanów (m.in. Beata Kozidrak, Olga Jackowska i zmarły już Grzegorz Ciechowski). Ostatnią grupę tworzy – jak to określają badacze – rockowa „siecza” literacka, którą charakteryzuje brak estetyki i bylejakość. Za element łączący te wszystkie skrajnie różne typy twórczości można uznać muzyczność i młodzieżowość. Widać zatem, że określenie stopnia literackości tekstów rockowych nastrocza dużych problemów, zwłaszcza przy olbrzymiej ilości materiału. Sami rockmani niejako „utrudniają” kwalifikację swych dzieł, raz traktując tekst jako element niezbędny w utworze rockowym, lecz drugorzędny, innym razem jako przypadkowy nośnik muzyki [Zgółkowska, Zgółka, Szymoniak 1991: 5]. Mimo to badacze nadają temu gatunkowi cechę poetyckości. Dostrzegają w badanych tekstach organizację brzmieniową, rytmizację oraz różnorodne środki artystycznego wyrazu. Choć ten typ twórczości obfituje w wulgaryzmy, można go uznać za specyficzną odmianę poezji śpiewanej, która zawsze jest na usługach muzyki.

Teksty rockowe zawierają w sobie mnóstwo pierwiastków literackich. Do dziś funkcjonuje wiele przysłów, szlagwortów oraz aforyzmów, które z nich pochodzą, np. „za osiem lat – adres w bloku i mały fiat” (*Wszystko, czego dziś chcę*, Izabela Trojanowska), „nie płacz, Ewka” (*Nie płacz, Ewka*, Perfect), „kto milczy, ten nic nie znaczy” (*Nie znaczyś nic*, Turbo). Można w twórczości rockowej doszukać się wielu fragmentów wskazujących na inspirację różnymi gatunkami charakterystycznymi nie tylko dla literatury, np. wywiadem, przepowiednią, autobiografią, wyznaniem wiary, listem, przemówieniem, ewangelią i modlitwą [Zgółkowska, Szymoniak 1986: 29–30].

Teksty rockowe łączy z poezją również ich konstrukcja, na co wskazuje obecność refrenów i strof. Pojawiają się w nich także typowe dla poezji metafory, ale w przypadku tego gatunku skupione wokół poczucia bezsilności, buntu, prowokacji, ukazywania rzeczywistości Polaków żyjących w latach osiemdziesiątych oraz estetyki turpistycznej. Dużą częstotliwością odznaczają się też porównania [Zgółkowska 1989b: 28, 31–32; 1988: 76–78]. Badania frekwencyjne wykazują, iż spośród dwudziestu najpopularniejszych rzeczowników występujących w tekstach rockowych aż dwanaście można spotkać na podobnej liście wykonanej dla prozy artystycznej. Są to: „czas”, „ręka”, „dzień”, „ludzie”, „oko”, „lato”, „głowa”, „dom”, „twarz”, „słowo”, „droga” i „życie” [Zgółkowska 1994: 21].

Teksty należące do omawianego gatunku można zatem zaliczyć do artystycznej odmiany polszczyzny, ale pod warunkiem, iż pojęcie „artystyczność” stosować

się będzie nie w trybie waloryzującym, lecz sprawozdawczym, czyli w podobny sposób jak do odmiany tej włącza się twórczość waloryzowaną jako grafomańska bądź epigońska [Zgólkowa 1989a: 442–443].

Z językoznawczego punktu widzenia literackość piosenek zainteresowała także Aleksandrę Niewiarę [Niewiara 2004]. Po przestudiowaniu słowników genologicznych badaczka dochodzi do wniosku, iż w ich świetle piosenka to gatunek o proveniencji literackiej. Cechą charakterystyczną piosenek jest swoiste unieważnianie słów, co sprawia, iż nie poddają się one etapowi piśmienności. Nosząc cechę oralności, piosenka nie potrafiła w pełni dostosować się do kultury piśmiennej i stała się tym samym manifestacją kultury masowej. Zdaniem Niewiary skrajnym przykładem powrotu do kultury oralnej jest kształt piosenki rockowej. Wynika to z charakteru koncertu, który sprowadzony jest do dziejącego się tu i teraz misterium z muzykami jako szamanami na czele. Przeżyciu czegoś poza intelektem pomaga krzyk, wulgarny tekst, prowokacyjna tematyka, co sprawia, iż ten rodzaj piosenki nosi jeszcze jedną istotną cechę kultury oralnej – agonistyczność. I tutaj, zdaniem badaczki, dochodzi do unieważnienia słowa [Niewiara 2004: 198–205].

Przedstawienie pokrótce poglądów badaczy z różnych dziedzin na zagadnienie literackości tekstu rockowego pokazuje, jak bardzo niejasna jest ta kwestia. Biorąc jednak pod uwagę to, iż poezja współczesna w swej formie ucieka od tradycyjnej wersyfikacji i stylistyki, a także porusza najróżnorodniejsze tematy, można uznać teksty rockowe za zbliżone do poezji lub nazwać je tworamii quasi-literackimi.

Punk i punk rock

Problem literackości utworu rockowego nabiera szczególnego znaczenia w przypadku twórczości zespołów punkrockowych. Subkultura punków, której początków należy szukać pod koniec lat sześćdziesiątych XX w. w Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych, od samego początku raziła swą antyestetyką. Związana była z wyglądem (wojskowe ciężkie buty, tzw. glany, podarte spodnie, irokez, nabijane ćwiekami bransolety), obrazoburczymi tekstami piosenek szkalującymi Kościół, rodzinę, szkołę, państwo i politykę oraz z hasłami, w których dawano upust kontrowersyjnej ideologii. Za protoplastów muzyki punkrockowej uważa się brytyjską formację Sex Pistols, której członkowie szokowali swym niechlujnym wyglądem, specyficzną manierą śpiewania, a nade wszystko – bardzo bulwersującymi tekstami, w których krytykowali m.in. królową brytyjską. Ku zgorszeniu starszego pokolenia młodzi ludzie pokochali ten zespół, szybko podchwytyjąc styl ubierania się jego członków i sposób wyrażania ekspresji. Do Polski punk dotarł pod koniec lat siedemdziesiątych. W czasach komuny i cenzury ideologia punków wydawała się szczególnie interesująca, zwłaszcza dla młodzieży pragnącej wolności, swobody i wyrwania się spod jarzma ZSRR. To spowodowało niemal

lawinowy wysyp formacji punkrockowych, wśród których należy wymienić m.in. Tilt, Siekiere, Moskwę i Dezertera [Kielak-Adamowicz 1991; Pęczak 1992].

Zespół Włochaty – rys historyczny

Początki zespołu Włochaty, którego teksty poddano analizom, sięgają roku 1985, kiedy to podczas szkolnej wycieczki grupa młodych chłopców ze Szczecina wpadła na pomysł założenia własnej formacji muzycznej [Gołębiewski, Markiewicz 2009: 29]. Początkowo w skład zespołu wchodziło trzech członków: Fagas (gitara i wokale), Billy (perkusja) oraz Jeź¹ (gitara basowa i wokale). Jak przyznają sami muzycy, z nazwą ich zespołu nie wiąże się żadna szczególna historia. Pewnego dnia Fagas przyszedł do szkoły i oznajmił swym kolegom, że ich zespół mógłby nazywać się Włochaty Odkurzacze. Jak stwierdza Jeź, „Po kilku latach postanowiliśmy się ograniczyć do pierwszego członu. Zrobiliśmy to z kilku powodów: raz, że nazwa wydawała nam się za długa; dwa, że nie chcieliśmy być kojarzeni z jakimiś wesołkami; trzy – każdy wywiad zaczynałby się od pytania o nazwę, co na dłuższą metę byłoby nie do zniesienia” [Gołębiewski, Markiewicz 2009: 30]. W jednym z wywiadów muzyk podaje także inne przyczyny rezygnacji z drugiego członu nazwy: „zmieniły się trochę czasy, minął »bum« na nazwy typu »szelest spadających papierków« czy »latająca maszyna do szycia«” [Gołębiewski, Markiewicz 2009: 74]. Pierwszy koncert zespołu odbył się 1 maja 1987 r. w Szczecinie. W 1990 r. muzycy wysłali do Jarocina kilka swoich utworów, ale bez odzewu ze strony organizatorów imprezy. Swoją pierwszą płytę muzyczną nagrali w roku następnym, czego owocem była kasetka *For Sale*. Postanowili ponownie wysłać niektóre piosenki do Jarocina, ale znów nie spotkali się z odpowiedzią. W 1992 r. udali się tam na przesłuchanie – kolejny raz bez sukcesów. Ostatnią próbę muzycy postanowili podjąć rok później. Zespół nie tylko został przyjęty, ale i wyróżniony, otrzymując możliwość sporządzenia dwóch nagrań i dodatkowo występu na dużej scenie. Mimo to jego członkowie zrezygnowali z grania na dużej scenie, wybierając koncert na małej. Przez kolejne lata grupa koncertowała, wydawała płyty i działała bez zastoju. Z powodów osobistych od 2001 r. zespół miał ponadroczną przerwę. Działalność wznowił w roku 2002. 18 maja 2002 r. Włochaty świętował piętnastolecie swojej działalności; z tej okazji odbył się koncert pod hasłem „15 lat zmagania z systemem” [Gołębiewski, Markiewicz 2009: 51–58]. Po pięciu latach muzycy mogli rozpocząć przygotowania do świętowania swojego dwudziestolecia na scenie muzycznej. Zespół odbył wówczas trasę koncertową pod nazwą „XX lat buntu i nadziei”. Na 2012 r. przypada kolejny okrągły jubileusz – dwudziestopięciolecie działalności. Na dzień dzisiejszy formacja liczy pięciu członków: Jeża (wokalistę

¹ Na oficjalnej stronie internetowej zespołu oraz w książkowej historii grupy nie znajdują się pełne dane członków Włochatego. Dlatego podano tylko ich pseudonimy.

i basistę), Skodę (wokalistę i gitarzystę), Billy'ego (perkusistę), Grabę (wokalistę) oraz Wichra (odpowiadającego za pomoc literacką). Do tej pory zespół wydał czternaście różnych materiałów muzycznych: *For sale*, *Włochaty Live*, *Włochaty EP*, *Włochaty – kasetą*, *Włochaty LP²*, *Bank Światowy*, *Wojna przeciwko ziemi*, *Droga oporu*, *Zamiana pieniędzy na rebelię*, *Zmowa*, *Triumf anarchii nad tyranią*, *Dzień gniewu*, *Bunt i miłość* oraz *Wbrew wszystkiemu* [por. <http://www.wlochaty.most.org.pl/>].

Metaforyka w tekstach zespołu Włochaty

Badania lingwistyczno-stylistyczne przeprowadzone na 135 tekstach szczecińskiej formacji anarchofunkowej Włochaty wpisują się w ten nurt badań, które dowodzą, iż teksty grup punkrockowych, choć obrazoburcze i prowokacyjne, mają bogatą, niemal poetycką szatę stylistyczną.

W fachowej literaturze wyróżnia się kilkanaście rodzajów metafor poetyckich. Są to m.in. animizacje, personifikacje, metonimie, synekdochy, peryfrazy, eufemizmy i ironie [Kida 1998: 146–178]. Niemal wszystkie rodzaje przenośni występują w twórczości wspomnianej formacji rockowej.

Animizacja (ożywienie) polega na nadaniu przedmiotom martwym cech istot żywych, zaś personifikacja na przedstawieniu twórców nieożywionych, zwierząt lub roślin jako działających postaci ludzkich [Kida 1998: 147–150]. Podane egzemplifikacje dowodzą, iż w tekstach tak bardzo ideologicznej grupy, jaką jest Włochaty, występują powyższe rodzaje metafor: „Komu³ Potrzeba Paliw Kopalnych / Gdy Przecież Słońce Nigdzie Nie Odchodzi” (*Ktoś wysadził Amerykę*); „Ziemia Kompletnie Wyniszczona, Wymięta, Zgwałcona” (*Ziemi poświęcone*); „Bóg Dolar Nie Przyszedł Z Odsieczą” (*Dorwać skurwysyna*); „Moje Serce Pieśni Śpiewa” (*Dla Karioki*); „Dlaczego Muszą Ciągłe Się Zbroić / Pukając Śmierci Do Drzwi?” (*Hiroshirac*). Wymienione przenośnie są podporządkowane głoszeniu ideologii punkowej, stąd pojawiają się w nich wątki związane z ochroną środowiska bądź wyzyskiem.

Synekdochy polegają na zastosowaniu nazwy całości bądź ogółu przedmiotów na oznaczenie części lub całości jednego przedmiotu i odwrotnie [Kida 1998: 153]. Używanie tego rodzaju środka stylistycznego także wynika z chęci zwrócenia uwagi słuchacza na określone problemy: „Ktoś Kiwnięciem Głowy Skazuje

² LP, z ang. *long play*, to ‘album muzyczny’. Por. Fliciński, Wójtowicz 2007: 99.

³ We wszystkich cytatach zachowano oryginalną pisownię. Teksty piosenek zostały skopiowane z oficjalnej strony internetowej zespołu (www.wlochaty.most.org.pl). Sposób ich zapisu (pisanie każdego wyrazu wielką literą) również pozostawiono bez ingerencji. Jedynie teksty z płyty *Wbrew wszystkiemu* autorzy napisali w całości wielkimi literami, co zostało ujednolicone na wzór pozostałych piosenek. Wszelkie pogrubienia pochodzą od autorki niniejszego artykułu.

Tysiące / Ktoś Machnięciem Ręki Decyduje Za **Miliony**" (*Sweet A*); „Prosiliśmy O Pokój A Oni Ogłosili Wojnę / Środowiska Niezależne – **Wróg** Państwowego Ładu?" (*Przesłanie*); „Ziemia W Zgliszczach / Domy W Ogniu / **Bracia Z Kulą W Głowie**" (*Rewolucja kamieni*). Synekdochy występują tutaj jako środek do sygnalizowania istotnych problemów społecznych. Stosowanie nieprecyzyjnych danych („Tysiące”, „Miliony”) ukazuje swoistą bezsilność całych mas ludzkich wobec polityki silniejszych. Wszelkie subkultury, jako buntujące się przeciwko takiej sytuacji, zostają połączone w jeden leksem „Wróg”, podkreślający ich wspólnotowość. Także wszelka przemoc i stosowanie broni ulega ujednoliceniu, stąd ludzie mają „Kulę”, a nie „kule w głowach”.

Metonimia to kolejny rodzaj metafory występujący w badanej twórczości. Polega ona na zastępowaniu nazwy jakiegoś przedmiotu inną nazwą. Stosując ją, używa się wyrazu, który pozostaje w istotnym związku z pojęciem, o które chodzi, np. „kwitnący ogród” zamiast „kwiaty kwitnące w ogrodzie”; „suszyć komuś głowę” zamiast „ustawicznie dokuczać”; „całe miasto zbiegło się” zamiast „mieszkańcy miasta” [Miodońska-Brookes, Kulawik, Tatara 1972: 216; Kida 1998: 153]. W podanym poniżej fragmencie stosuje się metonimię na zastąpienie słów „wszyscy ludzie / klienci”: „Sukces Dyplomacji, **Wszystkie Knajpy Już Pijane**" (*Bonzo rusza na Bitburg*). Podobne wnioski można wysnuć na podstawie innego cytatu. Tu również leksem „ludzie” zastępuje się innymi określeniami: „To **Miasto Mnie Zabija** / Ten **Kraj Mnie Wyniszcza**" (312 tys. km² gówna). Za rodzaj zamienni uznaje się także stosowanie związków frazeologicznych: „Najbardziej Ze Wszystkiego Łakniesz Pieniędzy / Tylko To Zaprzęta Twoją Głowę A Im O To Chodzi / Więc **Kłują Twe Oczy Przepychem I Luksusem** / By Twe Myśli Nie Zbacały Za Daleko" (*Uderzaj teraz*); „Lasy Tropikalne Znikające **W Mgnieniu Oka**" (*Ziemi poświęcone*). Powyższe frazeologizmy, skupione wokół wyrazu oko, stosuje się jako urozmaicenie tekstu. Są one stosowane potocznie i trafiają do słuchaczy bardziej niż ich mniej przenośne zamienniki.

W piosenkach Włochatego szczególnie ciekawe są peryfrazy, eufemizmy i hiperbole, czyli związane ze sobą odmiany metafor. Peryfraza występuje wówczas, gdy zamiast jednego wyrazu pojawia się szereg innych słów stanowiących jego równoważnik znaczeniowy. Polega ona na zastąpieniu danego słowa opisem. Omówienia o charakterze peryfrastycznym często przechodzą w hiperbole, czyli w figury retoryczne, które polegają na wyolbrzymianiu i potęgowaniu wyglądu, działania i znaczenia danych zjawisk. Eufemizm z kolei to odmiana peryfrazy, którą zwykle stosuje się w celu złagodzenia wypowiedzi lub uniknięcia wulgaryzmu, np. „niemądry” zamiast „głupi”, „mijanie się z prawdą” w miejsce „kłamstwo” [Kida 1998: 154–156]. Zdaniem Anny Dąbrowskiej „eufemizmem jest każdy zastępczy środek językowy używany zamiast takiego wyrazu, wyrażenia lub zwrotu, który z różnych względów nie może być wprowadzony do wypowiedzi” [Dąbrowska 1991: 131]. W innym miejscu autorka zaznacza, że

eufemizmy mogą przybierać formę peryfraz [Dąbrowska 1991: 134]. W badanych utworach pojawia się kilka zwrotów, które można uznać za przykład peryfrazy, hiperboli lub eufemizmu. I tak w utworze *Nim się to stanie* padają słowa: „Rano Zamykają Twoje Myśli W Autobusie / I Wywożą Do **Miejsca Cierpienia**”. Ustalono wcześniej kwestie terminologiczne skłaniają raczej do uznania słów „Miejsce Cierpienia” za peryfrazę służącą ukazaniu wrogiego stosunku osoby mówiącej do pracownika. Oto inny przykład: „**Duma Oppenheimera** Zabłyśła Nad Hiroszimą / **Dziecko Einsteina** Zebrało Swoje Ponure Żniwo / Dzisiaj **Japońskie Miasta Śmierci** Nikogo Już Nie Straszą / [...] / Twoje Protesty I Tak Zostaną Zignorowane / Jeżeli Tego Nie Zrozumiesz Zostaniesz Surowo Ukarany / [...] / Za To, Że Jesteś Przeciwno **Śmiercionośnej Energii**” (*Hiroshirac*). Wyekscerpowany fragment również należy uznać za peryfrazę. Określając bombę atomową mianem „Duma Oppenheimera” lub „Dziecko Einsteina”, uzyskuje się efekt wzbogacenia tekstu o ciekawe, nieszablonowe epitety. Z drugiej strony swoiste ukrycie frazy „Bomba Atomowa” pod zagadkowymi określeniami zbliża ją do sfery tabu, zatem powyższe słowa zdają się mieć charakter eufemistyczny. Warto przyrzeć się kolejnemu fragmentowi: „Na Półkach W Supermarketach / **Kawałki Ciał Ociekające Bólem**” (*A to Polska właśnie*). Cytat ten można zaliczyć zarówno do peryfraz, hiperbol, jak i do eufemizmów. Za peryfrazą przemawia opisowość, nagromadzenie kilku określeń uzmysławiających obrzydzenie, jakie towarzyszy wegetarianom podczas codziennych zakupów. Umieszczenie tego cytatu w grupie eufemizmów podyktowane jest podobnymi względami jak w poprzednim przykładzie: „Mięso” to leksem, który w subkulturze punków przynależy do sfery tabu, wobec czego używa się na jego określenie innych wyrażań. Można jednak ów cytat uznać za hiperbolę, bowiem osoba mówiąca opisuje leżące na sklepowej półce mięso w sposób wyolbrzymiony, przesadny. Podobnie należy traktować następny fragment: „Nad **Wielkim Jabłkiem Boski Wiatr Allacha** / **Betonową Szklarnię Zdmuchnął** Z Wielkim Echem / Bóg Dolar Nie Przyszedł Z Odsieczą **Wujku Samie** / **Apostole** Zabity Przez Swą **Ewangelię Śmierci**” (*Dorwać skurwysyna*). W zawołowanej formie mówi on o zamachu terrorystycznym, który miał miejsce 11 września 2001 r. w Nowym Jorku. Miasto to określa się tu mianem „Wielkiego Jabłka”, a samolot, który wleciał w World Trade Center, nazwano „Boskim Wiatrem Allacha”. „Boski Wiatr” budzi skojarzenia z japońskimi lotnikami-samobójcami, o których mowa w książce Bohdana Arcta *Kamikadze – boski wiatr*. W równie zaszyfrowanej formie pojawia się WTC określane w tekście jako „Betonowa Szklarnia”, która nie została zburzona, zniszczona lub powalona, ale zdmuchnięta. Stany Zjednoczone również nie występują tu pod swoją właściwą nazwą, ale pod potoczną, nieco żartobliwą „Wujek Sam”, która nabiera ironicznego zabarwienia, podobnie jak „Apostoł”. Polityka prowadzona przez to państwo zostaje na koniec przyrównana do „Ewangelii Śmierci”, co szczególnie uwypukla wrogość punków do Stanów

Zjednoczonych. Zdając sobie sprawę z okoliczności, o których traktuje ten utwór, wymieniony fragment tekstu można uznać za bogaty w eufemizmy i peryfrazy. Za pierwszym tropem przemawia poruszenie tematu tabu, który zaszyfrowano pod kilkoma metaforami. Poczyniono to w sposób prowokacyjny, jakby niełatwo udało się uniknąć wulgaryzmów. O peryfrastyczności świadczy opisowość oraz niesztampowe ujęcie tematu.

Ukazane tu przykłady uzmysławiają, iż jednoznaczne zakwalifikowanie poszczególnych leksemów do eufemizmów, hiperbol bądź peryfraz nie jest proste. Wynika to z faktu, iż w subkulturze punków wulgaryzmy i wyrazy dosadne należą do częstych, zatem nie istnieją wyraźne przesłanki, by konkretne wyrazy ukrywać za formami eufemistycznymi. Z drugiej strony leksemy „polityka”, „mięso”, „bomba atomowa” to wyrazy wzbudzające niechęć w środowisku punków, co może skłaniać autorów tekstów do zastępowania ich innymi. Często czyni się to w taki sposób, by przesłanie płynące z piosenki jak najcelniej dotarło do słuchacza, do czego przydatne okazuje się stosowanie peryfraz i hiperbol.

Inną odmianą metafory jest patos. Ta kategoria estetyczna polega na specyficznym przedstawianiu tych zjawisk, które uznano za wyjątkowe, wzniosłe bądź charakteryzujące się dużymi walorami uczuciowymi [Kida 1998: 158]. Oto przykład z twórczości Włochatego: „Bo Tam Gdzie Kwiat Może Na Nowo Zakwitnąć / Tam Pewnego Dnia Wyrośnie Ich Tysiąc / Po Stronie Życia, Po Stronie Światła / Przeciwno Śmierci, Wbrew Ciemnościom / Wszyscy Miłujący Światłem Ociemniałych / Nie Potrzeba Oczu, Żeby Dostrzec Życie / **Nie Potrzeba Walczyć, Aby Zginać / My Musimy Walczyć, By Żyć** / [...] / Tysiące Razy Oszukani / **Błądzący W Cieniu, Błądzący W Ciemności / Szukający Drogi Do Własnej WOLNOŚCI**” (*Nie chcę przeminąć*). Przytoczone patetyczne słowa mówią o licznych niebezpieczeństwach, na które może być narażony przedstawiciel subkultury punków. Osoba mówiąca przyrównuje swoją sytuację do walki. Uczucie wzniosłości wzmacnia użycie pierwszej osoby liczby mnogiej, podkreślające jedność.

Następny rodzaj metafory to amplifikacja. Mianem tym określa się nagromadzenie wyrazów bliskoznacznych lub pleonazmów [Kida 1998: 159]. Przykładem tego rodzaju metafory będzie chociażby następujący fragment pochodzący z utworu *My wszyscy*: „Ale Nawet Teraz, **Przytłumiony I Stłamszony / Zrównany, Sponiewierany** I Znający Swoje Miejsce / Pytam: Kim Jestem? Kim Jestem?”. Wypowiadane przez osobę mówiącą słowa mają charakter synonimiczny. Takie nagromadzenie służy zintensyfikowaniu uczuć odbiorcy, który może identyfikować się z jej nieszczęśliwym losem. Bardzo widoczna amplifikacja występuje w innej piosence: „**Nielad / Bezholowie / Bezkrólewie / Interregnum / Dwuwładza / Rozprzężenie / Bezprawie / Bezrząd** / Anarchia Czy Chaos? / **TWÓJ RUCH!**” (*Anarchia czy chaos*). Nagromadzenie wyrazów bliskoznacznych jest tutaj zupełnie świadome. Użyte synonimy, skumulowanie wokół leksemu „anarchia”, są wyrazem negatywnego stosunku władzy do wszelkich przewrotów społecznych. Podane

sformułowania mają pejoratywny wydźwięk także w polszczyźnie potocznej. Ową wyliczankę kończy pytanie retoryczne, które nasuwa odbiorcy odpowiedź: opowiedz się za anarchistami.

Gradacja to figura stylistyczna polegająca na semantycznym szeregowaniu wyrazów bądź wyrażeń, które mają coraz silniejsze lub coraz słabsze nasycenie emocjonalne [Kida 1998: 160]. Poniższy fragment stanowi przykład gradacji rosnącej, dzięki której buduje się napięcie u słuchacza: „A To, Że Moje Ręce Są Przez Ciebie Związane / To, Że Zasłaniasz Mi Oczy I Kneblujesz Mi Usta / To, Że Odwracasz Się Do Mnie Plecami, Sprawia, Że Jeszcze Bardziej / CHCĘ WALCZYĆ O SVOJE ŻYCIE!” (*Uderzaj teraz*). I tym razem metafora to środek służący do określania światopoglądu. Osoba mówiąca uwypukla tutaj poczucie wewnętrznej siły, która towarzyszy jej w obliczu zagrożenia jakże wszechobecnego w twórczości punków.

Kolejny rodzaj przenośni – superlatywizm, umożliwia ukazanie zachwyty nad kimś bądź nad czymś [Kida 1998: 161]. Wymieniony poniżej fragment to przykład szacunku do Ziemi, który w proekologicznej subkulturze punków występuje bardzo często: „Niewyobrażalnie Piękna / Nieskończenie Doskonała / Bezgranicznie Zadziwiająca / Do Końca Niepojęta / Niemożliwie Dzielna / Nieustannie O Życie Walcząca / Ziemio, Bezbronna Jak Dziecko” (*El Nino*).

Następnym rodzajem metafory obecnym w twórczości zespołu Włochaty jest alegoria, która polega na przypisaniu danemu pojęciu innego znaczenia. Drugi termin, do którego odsyła alegoria, ma ważniejszą rolę [Miodońska-Brookes, Kulawik, Tataru 1972: 227]. Dobrze ilustruje to podana egzemplifikacja: „Możesz Działać Sam, Ale W Grupie Zrobisz Więcej, / **Wiele Kamieni Wywołuje Lawinę, / Wiele Kropel Wody / Tworzy Fale** / Pojedynczo Żadna” (*Wstrzymajcie ogień*). W alegorycznej formie ukazano tu rolę siły, jaką daje działanie w grupie. „Kamienie” i „Krople” wody są alegorią jednostek, zaś „Lawina” oraz „Fale” odwołują do grupy, w której bycie oznacza większą moc i skuteczność działania.

Ironia to ostatnia odmiana przenośni, którą można wskazać w piosenkach formacji Włochaty. Zasada się na pewnej sprzeczności pomiędzy dosłownym znaczeniem wypowiedzi a właściwym, lecz niewypowiedzianym wprost [Miodońska-Brookes, Kulawik, Tataru 1972: 227–228; Kida 1998: 174]. W tekstach Włochatego ironia często służy podkreślanu negatywnego stosunku do otaczającej rzeczywistości: „Myślisz, Że Dzięki Pieniądzom Będziesz Mógł Dopiero Żyć Godnie / Czy Pieniądze Sprawia, Że Staniesz Się Człowiekiem? / Czy Sprawia, Że Będziesz Chciał Ich Wciąż Więcej I Więcej? / A Może, Dając Je Żebrakowi, Stałbyś Się Człowiekiem? / A Może Budując Nowy Kościół? / A Może Konstruując Nową Broń I Opłacając Zbrodnie? / Wojna To Przecież Złoty Interes” (*Uderzaj teraz*). Osoba mówiąca formułuje tu pytania, których część ma wyraźnie ironiczne zabarwienie. Pytając o kwestie związane z konstruowaniem broni, opłacaniem zbrodni i budową nowego kościoła, tylko z pozoru je aprobuje, co dodatkowo

podkreśla stwierdzenie, iż „Wojna To Przecież Złoty Interes”. Wiadomo, jakie są poglądy punków na wojnę, wobec tego sarkazm jest tu oczywisty.

Tradycyjna stylistyka, jak się wydaje, zarezerwowana jest wyłącznie dla utworów artystycznych wysokich lotów, autorstwa „prawdziwych” poetów. I zwykle tak bywa, że to właśnie w tego typu twórczości możliwe jest odnalezienie całej gamy środków artystycznego wyrazu, także tych o charakterze składniowym. Muzyka punkrockowa, choć tworzona jest przez ludzi o różnym warsztacie artystycznym, zawiera w sobie wiele pierwiastków literackich nie tylko w warstwie tekstowej; szeroka paleta nawiązań intertekstualnych wzbogaca utwory, dowodząc odczytania ich autorów bądź osłuchania z muzyką. Interesujące nas metafory z całą pewnością świadczą o literackości tekstów rockowych, choć oczywiste, że nieraz daleko im do wysublimowanych, przemyślanych przenośni doświadczonego poety. Nie zmienia to jednak faktu, iż metafory te wyodrębniono, stosując się do ich definicji wypracowanych już od wielu dekad, zatem przemawia to znów za ich statusem literackim. Pełen obraz ich literackości powinien jednak zawierać także informacje o tym, co czyni je specyficznymi, jednostkowymi i tak bardzo różnymi od tych, do jakich przywykliśmy dzięki literaturze. Warto w tym miejscu zwrócić nieco uwagi na aspekt lingwistyczny owych przenośni, a zatem na ich budulec leksykalny. Biorąc pod uwagę podział słownictwa rockowego na grupy tematyczne zastosowany przez Zgółkową [Zgółkowa 1989a: 446–447; 1989b: 30–32], można dojść do wniosku, iż widoczne to jest w badanych metaforach. Da się w nich wyodrębnić m.in. słownictwo odnoszące się do zjawisk związanych z niszczeniem, śmiercią, agresją („Zgwałcona”, „Wyniszcza”, „Miasta Śmierci”, „Śmiercionośna Energia”, „Ociekające Bólem”), słownictwo militarne („Odsiecz”, „Kula”, „Walczyć”) i słownictwo określające stany psychiczne człowieka („Przytłumiony”, „Stłamszony”, „Sponiewierany”). Treści wymienionych pól leksykalnych wskazują na silne powinowactwo zespołu Włochaty z różnymi nurtami ideologicznymi, co już nieraz podkreślaliśmy. Metafory wyłonię z tekstów grupy ukazują świat jako miejsce pełne zagrożeń, w którym człowiek traci poczucie bezpieczeństwa. W każdej chwili może stać się ofiarą przemocy, by nie powiedzieć – katastrofy nuklearnej. Jednak jako istota zamieszkująca i w efekcie niszcząca Ziemię sam ponosi winę za wiele zła, stąd pojawia się tu metaforyka o zabarwieniu ekologicznym. Motywy ideologiczne decydują nadto o obecności przenośni z kręgu politycznego, czego dowodzą fragmenty traktujące o Stanach Zjednoczonych. Warto również wspomnieć o frazach inspirowanych wegetarianizmem („Kawałki Ciała Ociekające Bólem”), pacyfizmem („Zostaniesz Surowo Ukarany / [...] / Za To, Że Jesteś Przeciwno Śmiercionośnej Energii”) bądź ogólnie postawami antysystemowymi (niechęć do pracy, wielkich, bogatych państw). Badane środki stylistyczne w swoisty dla muzyki punkrockowej sposób wartościują rzeczywistość; to, co dla większości osób jest neutralne (np. kościół, praca, mięso), wartościują negatywnie, z kolei słownictwo, które u przeciętnego czytelnika wzbudza negatywne uczucia

w każdym kontekście (np. „Chaos”, „Rozprężenie”, „Anarchia”) – wartościowane jest tu w sposób pozytywny [por. Matyka 2010]. Możemy powiedzieć, że twórczość zespołu Włochaty jest specyficzna także w odniesieniu do innych formacji o orientacji punkowej. Wizja świata, która uwidacznia się w metaforach, wyraźnie czyni język narzędziem, które służy do głoszenia określonych przekonań i które zawsze jest w służbie idei.

Muzyka punkrockowa, z zasady prowokacyjna i nonkonformistyczna, wymyka się, jak widać, wszelkiego rodzaju jednoznacznym klasyfikacjom. Teksty tworzone przez muzyków przynależących do tego nurtu, pełne wulgaryzmów, leksyki potocznej, dalekie od poetyckiego obrazowania, poddają się jednak tradycyjnym analizom stylistycznym. Choć w piosenkach Włochatego istotny jest czynnik ideologiczny, pomysłowość i liryczność „poetów punków” potrafi zaskakiwać.

Bibliografia

- Barańczak A., 1983, *Słowo w piosence. Poetyka współczesnej piosenki estradowej*, Wrocław.
- Dąbrowska A., 1991, *Kwalifikowanie eufemizmów przez niektóre współczesne słowniki języka polskiego* [w:] *Język a Kultura*, t. 1: *Podstawowe pojęcia i problemy*, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, Wrocław, s. 131–136.
- Fliciniński P., Wójtowicz S., 2007, *Hip-hop słownik*, Warszawa.
- Gołębiewski Ł., Markiewicz M. (red.), 2009, *Włochaty. Dopisać swój wers...*, Warszawa.
- Kida J., 1998, *Stylistyka, styl i język artystyczny w edukacji polonistycznej*, Rzeszów.
- Kielak-Adamowicz M., 1991, *Polski punk* [w:] *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane zjawiska*, red. J. Wertenstein-Żuławski, M. Pęczak, Wrocław, s. 237–252.
- Matyka M., 2010, *Wartościowanie negatywne w polskiej piosence punkrockowej* [w:] *Od miłości do nienawiści. Językowe mechanizmy kreowania emocji*, red. W. Kochmańska, B. Taras, Rzeszów, s. 68–78.
- Miodońska-Brookes E., Kulawik A., Tatara M., 1972, *Zarys poetyki*, Warszawa.
- Mizuro M., 1993, *Poeci rocka*, „Za Pozwoleniem”, nr 12, s. 45–48.
- Niewiara A., 2004, *Piosenka – gatunek ewoluujący?* [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice, s. 198–207.
- Olinkiewicz E., Radzymińska K., Styś H., 2000, *‘tekst rockowy’* [w:] *Słownik encyklopedyczny. Język polski*, red. W. Głuch, Wrocław.
- Pęczak M., 1992, *Mały słownik subkultur młodzieżowych*, Warszawa.
- Pęczak M., Wertenstein-Żuławski J., 1991, *Tekst piosenki rockowej. Stopnie zależności od kultury dominującej i treści przekazu* [w:] *Spontaniczna kultura młodzieżowa. Wybrane zjawiska*, red. J. Wertenstein-Żuławski, M. Pęczak, Wrocław, s. 253–267.
- Rychlewski M., 2003, *O wielokodowości rocka* [w:] *Miedzy duszą a ciałem: a po co nam rock*, red. W.J. Burszta, Warszawa, s. 65–81.
- Siwak W., 1993, *Estetyka rocka*, Warszawa.
- Szmajter T., 2003, *Po co rockowi tekst? Po co rockowi literatura? O intertekstualności rockowego przekazu* [w:] *Miedzy duszą a ciałem: a po co nam rock*, red. W.J. Burszta, Warszawa, s. 82–106.

- Wertenstein-Żułowski J., 1993, *Między nadzieją a rozpaczą. Rock, młodzież, społeczeństwo*, Warszawa.
- Wesołowski L., 1993, *Utwór rockowy na przykładach polskiej twórczości z lat 80-tych*, „Literatura Ludowa”, nr 3, s. 3–25.
- Włochaty. Oficjalna strona internetowa zespołu, <http://www.wlochaty.most.org.pl>
- Zgółkowa H., 1988, „*Miny na pokaz, czyny za grosz...*”. *O tekstach polskiego rocka* [w:] *Język zwierciadłem kultury, czyli nasza codzienna polszczyzna*, red. H. Zgółkowa, Poznań, s. 60–83.
- Zgółkowa H., 1989a, *Językowy obraz pokolenia, czyli o języku tekstów rockowych*, „Polonistyka”, nr 6, s. 441–449.
- Zgółkowa H., 1989b, „*Sztuczne myśli sztuczne słowa*”, czyli słownictwo rockowych tekstów, „*Poezja*”, nr 5, s. 26–34.
- Zgółkowa H., 1994, *Słowa charakterystyczne w subkulturze rockowej*, *Język a Kultura*, t. 10: *Języki subkultur*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 20–28.
- Zgółkowa H., Szymoniak K., 1986, *Teksty rockowe: schematy myśli i języka*, „*Nurt*”, nr 5, s. 1, 29–31.
- Zgółkowa H., Zgółka T., Szymoniak K., 1991, *Słownictwo polskich tekstów rockowych. Listy frekwencyjne*, Poznań.

POETIC METAPHORS AS AN INDICATION OF LITERARITY IN LYRICS OF PUNKROCK BAND WŁOCHATY

Summary

A problem of literarity of rock songs is a concern of researchers from various disciplines (e.g. linguistics, literary studies, sociology, history, study of culture) and still they are unable to solve it. Some scholars assume programmed illiterarity of such works and point at their vulgarity, kinship with oral culture and primarily, total dependence on music; others argue that lyrics of rock songs abound in stylistic means, they have rhymes, strophic construction and a great number of intertextual references, and lastly – they are issued in a form of poetic volumes. The undefined status of literarity is amplified by the fact, that rock song is a certain enteriety which, contrary to poems, is a multi-code message including a musical-sound, verbal-lyrical, iconical-cover and iconical-scenic code. It is particularly difficult to regard punkrock lyrics as literary due to their vulgarity, rebelliousness and catchphrases with strong agitative, propagative, and ideological message. Such shape of lyrics is a result of strictly defined worldview of the punk subculture, which entails hostility towards politics, the Police, school, the Church, family, work, army and other institutions supervised by the State. An outfit (bovver boots, leather jacket, mohawk hairstyle) is also a specific form of communication in the punk movement. However, the objective of this article was to argue that punkrock lyrics can be analysed according to the rules of traditional stylistics and that they contain a lot of metaphors which, despite their subjection to ideology, situate those lyrics near to the poetry.

Katarzyna Woś

Uniwersytet Rzeszowski

DUCH ZABAWY W SERWISIE INFORMACYJNYM FAKTY TVN

Telewizja to obecnie jedno z głównych źródeł informacji na temat wydarzeń krajowych i ogólnoswiatowych. Bezpośredni wpływ na kształt współczesnych polskich mediów miały wydarzenia 1989 r. Przemiany społeczno-polityczne, zniesienie cenzury i ustanowienie wolności słowa, likwidacja instytucji kontrolujących media wpłynęły korzystnie na sposób przekazywania informacji, wygląd graficzny oraz zbliżyły je do standardów europejskich. Konkurencja na rynku wymusza coraz większą dbałość autorów programów o zainteresowanie odbiorcy. Telewizja zaś dysponuje wręcz nieograniczonymi możliwościami audiowizualnymi [Magdoń 1995: 15].

Pierwszy kontakt między nadawcą a odbiorcą odbywa się przez „zajawkę” (z ros. zawiadomienie). W żargonie dziennikarskim słowo to oznacza zapowiedź publikacji w gazecie, czasopiśmie czy serwisie informacyjnym [Słownik... 2006]. W Faktach zajawka pojawia się w formie krótkiego napisu, w momencie gdy dziennikarz rozpoczyna ustną informację na temat kolejnego materiału w danym wydaniu serwisu; zajawka jest krótka, zwykle składa się z dwóch lub trzech wyrazów. W obrębie jednego serwisu występuje kilka zajawek, opatrzonej jest nią każdy nowy temat.

Podstawową funkcją zajawki jest informowanie odbiorcy o treści materiału, który zapowiada. Zajawka jest jakby jego wizytówką. Powinna przykuwać uwagę, zaskakiwać, intrygować, skłaniać do refleksji, polemiki. Służą temu rozmaite zabiegi językowe, wśród których szczególnie miejsce zajmują gry językowe. I właśnie analizie gier językowych stosowanych w zajawkach serwisu informacyjnego Fakty poświęcony jest niniejszy artykuł.

Zanim jednak przejdziemy do szczegółowego badania zarówno pod kątem formalnym, jak i ze względu na zastosowane zabiegi retoryczne wybranych przykładów zebranych w roku 2009, spróbujemy pokrótce wyjaśnić samo zjawisko gry językowej i omówić zabiegi, które się w nim

wykorzystuje. Wyjaśnienia pojęcia podejmowali się zarówno polscy, jak i światowi uczeni, jednak dotąd nie udało się ustalić jednego terminu na określenie tego zjawiska; równolegle funkcjonują terminy: *gra językowa*, *gra słów*, *żart językowy*, *humor językowy*, *zabawa słowna* (ang. *wordplay*, *word games*, niem. *Sprachspiel*).

W badaniach językoznawczych sięga się po koncepcję gry językowej Ludwiga Wittgensteina. Definiował on grę językową jako proces używania słów, mówienie, stosowanie systemu językowego [Wittgenstein 1972: 50–53]. Wittgenstein uznał pojęcie gry za przykład kategorii o rozmytych brzegach (*fuzzy – edged concept*). Według tego badacza nie da się ustalić cechy wspólnej wszystkich gier: „Nie znamy granic, bo ich nie wytyczono”, a „każde wyjaśnienie ogólne może być źle zrozumiane. Tak właśnie gramy w tę grę” [Wittgenstein 1972: 50–53]. Już sam proces używania słów, mówienie, system językowy, jak i jego zastosowanie stanowić mogą swego rodzaju grę.

Z taką koncepcją gry językowej polemizowała Anna Wierzbicka, twierdząc, że możliwe i wykonalne jest ustalenie podstawowych składników semantycznych pojęcia „gra” [Wierzbicka 1971: 127–147]. Warunkiem obligatoryjnym powodzenia gry jest wspólna wiedza autora tekstu i jego odbiorcy [Szczerbowski 1994].

Analizując różne definicje gry językowej, można przyjąć za Ewą Jędrzejko i Urszulą Żydek-Bednarczuk, że jest ona zespołem zabiegów stylistycznych w różnym stopniu przekraczających reguły kodu językowego w warstwie strukturalnej i semantycznej [Jędrzejko, Żydek-Bednarczuk 1997: 123–124]. Podstawową funkcją gry jest uchwycenie takich zabiegów i zadowalająca relacja między nadawcą a odbiorcą. Zatem mianem gry językowej określamy różne zabiegi językowe i operacje stylistyczne skłaniające odbiorcę do swoistego wysiłku intelektualnego, odwołujące się jednocześnie do jego emocji i wykorzystujące jego wyobraźnię. Zasadą gier językowych są różne operacje formalne i semantyczne. Celem zaś oryginalne uatrakcyjnienie, zaintrygowanie, niejednokrotnie zaszokowanie w celu sprowokowania odbiorcy do wejścia w grę. Owa prowokacja jest osiągnięta na wiele sposobów.

Ewa Jędrzejko wśród mechanizmów gier językowych wyróżnia: transformację lub modyfikację elementów struktury formalnej i semantycznej tekstu, intersemiotyczność, różnorodne nawiązania pozajęzykowe [Jędrzejko 1997: 66]. Gra jest udana tylko wówczas, gdy jej uczestnicy mają pewną wspólną wiedzę o świecie z zakresu życia codziennego, dorobku kulturowego, reguł językowych itd., a przekaz nie jest odczytywany dosłownie i odbiorca ma świadomość uczestniczenia w grze. Grą językową będą zatem wszystkie intencjonalnie ukierunkowane językowe działania nadawcy, który zakłada, że odbiorca odczyta przekaz nie tylko dosłownie, ale odbierze też jego intencje. Tym, co odróżnia grę językową od innych gier, jest brak pierwiastka współzawodnictwa. Jeżeli odbiorca odpowiednio odczyta intencje nadawcy, obaj są zwycięzcami.

Gry językowe mają w literaturze przedmiotu różne klasyfikacje, np. Bartłomiej Guz [2001: 9–20] dzieli je na tekstowe i intertekstualne. Gry tekstowe to te,

które wykorzystują możliwości systemu fonicznego, leksykalnego czy graficznego. W zakresie systemu fonicznego mamy zatem ciekawe połączenia wyrazowe oparte na zastosowaniu rymów, aliteracji, dźwiękonaśladownictwa, wyrazów obcych. Wśród zabiegów leksykalnych najczęściej wykorzystywane to: polisemia, homonimia, używanie oksymoronów, paradoksów, okazjonalne tworzenie neologizmów czy reinterpretacja etymologiczna [Szczerbowski 1994]. W obrębie warstwy graficznej mamy do czynienia z wyróżnieniem poszczególnych liter, celowym eksponowaniem błędów (zwykle ortograficznych), ze stosowaniem nawiasów.

Analizując mechanizmy wykorzystywane do wywołania efektu gry językowej w zajawkach serwisu informacyjnego Fakty, zauważamy kilka dominujących grup. Charakterystyczne jest stosowanie frazeologizmów i ich modyfikacji. Liczne są przykłady defrazeologizacji¹, czyli użycia „stereotypowego połączenia w kanonicznej postaci w specjalnie skonstruowanym kontekście, który uruchamia oscylowanie między znaczeniem realnym a strukturalnym związku” [Stawnicka 2000: 210–211]. Tego typu zabiegi występują, przykładowo, w poniższych zajawkach:

- *trzęsienie ZUS-u* – wizyta pracowników ABW w oddziałach ZUS-u podejrzanych o korupcję
- *ładny pasztec*² – o podjęciu decyzji dotyczącej utylizacji dwudziestosześcioletniej żywności sprowadzonej ze Szwecji (z której w Polsce produkowano wyroby garmażeryjne)
- *kropka nad zet* – o tym, że MSWiA postanowiło zmienić nazwę miejscowości „Wola Zarczycka”, która od lat funkcjonuje we wszystkich urzędach, choć zapis „Żarczycka” pojawiał się tylko w dokumentach MSWiA
- *pod murem*³ – w kłopotliwej sytuacji postawił sam siebie Nicolas Sarkozy, twierdząc, że pod murem berlińskim zadał kilka ciosów młotem, co ma potwierdzać jedno ze zdjęć; prezydent Francji był wyśmiewany po tym, jak specjaliści udowodnili, że fotografia, mimo że jest autentyczna, to pochodzi z innego okresu

W przykładzie „kropka nad zet” zastosowano defrazeologizację idiomu *kropka nad i*⁴. W obrębie wyrażenia jeden z leksemów został zamieniony przez inny, zasygnalizowano w ten sposób treść materiału przez odwołanie do postaci kanonicznej związku przy jednoczesnym wskazaniu na absurdalność urzędniczych poczynąń. Podobny zabieg zastosowano w przykładzie pierwszym – „trzęsienie ziemi”⁵ zostało zmodyfikowane w taki sposób, by podkreślić wagę problemu i zwrócić uwagę na negatywny aspekt wydarzeń. Modyfikację skracającą wykorzystano natomiast

¹ Szerzej o defrazeologizacji i jej typach pisze m.in. Bartłomiej Guz [2001: 9–20].

² *Piękny pasztec* – nieprzyjemność, kłopot, trudna sytuacja [Słownik..., t. I, 1996: 653].

³ *Być przypartym, przyciśniętym do muru* – być zmuszonym (okolicznościami lub warunkami) do czego, do wyjaśnienia prawdy; nie dać się komu wykręcić [Słownik..., t. I, 1996: 462].

⁴ *Postawić kropkę nad i* – doprowadzić myśl do końca, sformułować ją tak, żeby była całkowicie jednoznaczna, żeby to, co było aluzją, stało się zupełnie jasne [Słownik..., t. I, 1996: 358].

⁵ *Trzęsienie ziemi* – drgania tektoniczne skorupy ziemskiej [Słownik..., t. II, 1996: 805].

w sformułowaniu „pod murem”, gdzie stałe połączenie wyrazowe *postawić kogoś pod murem*, *znaleźć się pod murem*, czyli w sytuacji bez wyjścia, skrócono do formy *pod murem*, przy czym zachowano pierwotny sensu frazeologizmu.

Bardzo często w zapowiedziach informacji występujących w Faktach pojawia się oryginalna forma frazeologizmów:

- *na własną rękę*⁶ – o wykryciu ośrodka fałszerskiego, który wprowadzał do obiegu fałszywe pieniądze
- *gra na czas*?⁷ – pytanie o wyniki pracy i dalsze losy komisji ds. badania afery hazardowej
- *czule słówka*⁸ – o przylocie amerykańskiego wiceprezydenta Joe Beidena do Polski w celu przedstawienia nowych propozycji dotyczących budowy tarczy antyrakietowej w Polsce; w rzeczywistości okazało się, że wizytę należy traktować jedynie jako polityczny gest
- *jednym słowem*⁹ – użyte w przemówieniu Lecha Wałęsy podczas uroczystości upamiętniających upadek muru berlińskiego w Berlinie słowo „dyrdymały” wprawilo w zakłopotanie niejednego tłumacza, który relacjonował na żywo wystąpienie polskiego polityka; trudno znaleźć odpowiednik słowa „dyrdymały” w danym języku, jeśli nie zna się jego znaczenia
- *droga krzyżowa*¹⁰ – o masowym proteście we Włoszech oraz rosnącej fali krytyki w Polsce po tym, jak Trybunał w Strasburgu wydał wyrok dotyczący usunięcia krzyży ze szkół
- *lanie wody*¹¹ – o wynikach badań, które wykazały, że przeciętnie mięsa w mięsie jest zaledwie 10%, reszta to woda
- *pieskie życie*¹² – o pracownikach schroniska dla zwierząt w Elku znęcających się nad potrąconym psem, do którego zostali wezwani

Odrębną grupę stanowią tzw. gry intertekstualne, czyli występowanie tekstu w tekście. Mogą to być odniesienia do innych istniejących już tekstów kultury (utworów literackich, muzycznych, malarstwa, filmów i programów telewizyjnych) w postaci dosłownego czy zmodyfikowanego cytatu, aluzji lub parafrazy. Z przytoczeniem oryginalnych tytułów dzieł filmowych i literackich mamy do czynienia w poniższych przykładach:

- *ostry dyżur* – będący w konflikcie z dyrektorem personelu szpitala w Krośnie uwięził dyrektora na trzy godziny w jego gabinecie (serial „Ostry dyżur”)

⁶ *Na swoją, na własną rękę (co robić)* – samodzielnie [Słownik..., t. I, 1996: 26].

⁷ *Grać na zwłokę* – dla własnych korzyści, opóźniać decyzję [Słownik..., t. II, 1996: 883].

⁸ *Piękne, słodkie słówka* – frazesy, czeche obietnice [Słownik..., t. II, 1996: 147].

⁹ *Jedno słowo* – krótkie powiedzenie [Słownik..., t. II, 1996: 144].

¹⁰ *Droga krzyżowa* – określenie życia pełnego trosk, udręczeń, problemów, trudności [Słownik..., t. I, 1996: 188].

¹¹ *Lanie wody* – mówienie lub pisanie niekonkretne, przydługie i niekompetentne [Słownik..., t. II, 1996: 593].

¹² *Pieskie życie* – nędzne, marne [Słownik..., t. I, 1996: 675].

- *zmiennicy* – o człowieku, który spędził w więzieniu kilka lat po tym, jak policja wzięła go za kogoś innego; prawdziwego przestępcę złapano, gdy we włoskim konsulacie próbował złożyć wniosek o polski paszport (serial „Zmiennicy”)
- *warto rozmawiać* – o ujawnieniu nagrania rozmowy klienta z windykatorem Eurobanku; pracownik w sposób niezwykle upokarzający traktował dłużnika i jak się okazało, była to przemyślana i notorycznie stosowana praktyka (program J. Pospieszalskiego „Warto rozmawiać”)
- *I kto tu rządzi?* – o absurdalnej dwuwładzy w TVP: odwołany „stary” prezes nie chce oddać władzy, nowego już wybrano i zgodnie z prawem ma prawo rządzić (komedia „I kto tu rządzi?”)
- *szklana pogoda* – o piątej rocznicy powstania programu „Szkło kontaktowe” (tytuł piosenki „Szkłana pogoda” zespołu Lombard)
- *Quo vadis?* – pytanie o przyszłość Andrzeja Olechowskiego, który teoretycznie jest bezpartyjny, w polityce „bywa”, słynie z tego, że bierze udział w każdych wyborach prezydenckich, natomiast jego elektorat chyba niekoniecznie... (tytuł książki H. Sienkiewicza „Quo vadis”)
- *ludzie bezdomni* – Polakom na Białorusi decyzją sądu zabrano Dom Polski (tytuł książki S. Żeromskiego „Ludzie bezdomni”)
- *co powie ryba?* – o serii unijnych absurdów; jeden z nich to uznanie przez unijnych urzędników ślimaka za rybę po to, by hodowcy ślimaków otrzymali dotacje unijne przysługujące rybakom (tytuł piosenki „Co powie ryba?” zespołu Elektryczne Gitary)

Aby zaskoczyć odbiorcę, często wykorzystuje się modyfikację tekstu pierwotnego w obrębie składu leksykalnego, co obrazują przykłady poniżej:

- *O dwóch takich...* – o planowanej debacie dwóch kontrkandydatów PO na prezydenta RP – B. Komorowskiego i R. Sikorskiego (skrócenie tytułu filmu „O dwóch takich, co ukradli księżyc”)
- *Czterej pancerni i Żagań* – o powstaniu filmu dokumentalnego o kręceniu filmu „Czterej pancerni i pies”; główne sceny kręcono w Żaganiu (modyfikacja tytułu „Czterej pancerni i pies”)
- *ciemno wszędzie* – o planowanej na 17.12.2009 r. akcji zgaszenia wszystkich świateł o 20.30 w ramach projektu ekologów WWF „godzina dla Ziemi” (skorzarzenie z II części „Dziadów” A. Mickiewicza)
- *być albo nie być...* – wątpliwości D. Tuska dotyczące kandydowania na prezydenta; według kolegów z PO jest on niezbędny w rządzie, z kolei rezygnacja z kandydowania byłaby dla opozycji przejawem strachu (odwołanie do zdania z „Hamleta” W. Szekspira)
- *szlachetne zdrowie* – zapowiedź rzecznika praw obywatelskich Janusza Kochanowskiego, że pozwie rząd polski o symboliczną złotówkę, dlatego że nie kupując szczepionki przeciw wirusowi AH1N1, nie zapewnił obywatelom wystarczającej opieki (cytat z fraszki „Na zdrowie” J. Kochanowskiego)

- *trzy kolory* – *Justyna* – powitanie na Okęciu Justyny Kowalczyk, która wracała z Olimpiady w Vancouver z trzema medalami – złotym, srebrnym i brązowym (aluzja do cyklu filmów K. Kieślowskiego „Trzy kolory...”)

W przykładach z analizowanej grupy przez eliminację lub zastąpienie jednego członu tytułu nowym albo trawestację pewnego leksemu oryginalnego cytatu uzyskano nowe związki wyrazowe o zupełnie innych znaczeniach.

Osobnego komentarza wymaga zapowiedź, która pojawiła się w obrębie omawianej grupy – nie stanowi ona modyfikacji oryginalnego tekstu, lecz jest aluzją do irlandzkiej grupy rockowej „U2”, którą łącznie z jej dorobkiem artystycznym można uznać za pewnego rodzaju tekst kultury:

- *polityczne U2* – o porównaniu relacji premiera D. Tuska z marszałkiem G. Schemtyną do relacji między członkami zespołu U2, którzy spotykają się tylko na scenie i tylko po to, by zagrać koncert, prywatnie się nie widują i nie spędzają razem czasu.

Powyższe przykłady pokazują, jak ważna dla sukcesu gry językowej jest wspólnota wiedzy graczy, czyli nadawcy i odbiorcy zajawki. Nie wystarcza tu sama znajomość kodu językowego, potrzebne są szersze umiejętności komunikacyjne. Nawiązania do istniejących już tekstów, szczególnie tych powszechnie znanych, są wykorzystywane przez dziennikarzy często.

Odniesienia do przysłów, powiedzeń i potoczizmów oraz ich modyfikacje mające na celu zachęcenie do obejrzenia serwisu przez zaskoczenie i zaintrygowanie to kolejna grupa dająca się wyodrębnić po analizie zajawek Faktów TVN. Oto wybrane przykłady:

- *teraz Polska* – o obchodach upamiętniających upadek muru berlińskiego oraz roli, jaką w tamtych wydarzeniach odegrali Polacy z Lechem Wałęsą na czele; w Niemczech doceniono to bardziej niż w Polsce (aluzja do hasła reklamowego z 1992 r. podkreślającego, że kiedyś byli różni inni, teraz czas na to, co polskie)
- *Polak potrafi* – o tym, jak inspektorzy nadzoru budowlanego sprawdzają wymiary altan na ogródkach działkowych, w przypadku nadmetrażu trzeba zmniejszać powierzchnię, by uniknąć zarzutu samowoli budowlanej, gdyż rekreacji nie można utożsamiać z budownictwem jednorodzinnym (hasło wiszące na budowie stalowni Huty Katowice w 1975 r., wykorzystywane powszechnie dla oddania stereotypu Polaka – człowieka, który potrafi wszystko zepsuć)
- *nie chce, ale musi?* – o stwierdzeniu Donalda Tuska, że nie chce kandydować na prezydenta, jednak będzie musiał, bo takie są oczekiwania społeczne; według opozycji jest zupełnie odwrotnie – nie musi, ale chce (odwołanie do zdania „Nie chcem, ale muszem” wypowiedzianego w 1990 r. przez Lecha Wałęsę, informującego o tym, że nie chce kandydować na prezydenta, ale kandyduje)
- *by żyło się lepiej* – według rankingu ONZ Polska znajduje się na 41. miejscu wśród krajów, w których żyje się jak w raju, pierwsze miejsce zajmuje Norwegia (odwołanie do hasła wyborczego jednej z partii politycznych)

- *tak cię widzą* – o protestach przeciw wprowadzonym na niektórych lotniskach europejskich nowoczesnym urządzeniom skanującym, przed którymi nie da się nic ukryć, nawet silikonu w biuście (modyfikacja powiedzenia „Jak cię widzą, tak cię piszą” odnotowanego przez M. Reja w 1566 r.)
- *satysfakcja gwarantowana?* – według statystyk policyjnych, dotyczących m.in. wypadków śmiertelnych, prognozy co do przyszłego roku można określić jako „próg satysfakcji” (hasło reklamowe)
- *palenie szkodzi* – o wykryciu nielegalnej produkcji papierosów w Polsce (napis ostrzegawczy na opakowaniach papierosów)
- *szerokości* – dyrektor TOPR-u podjął decyzję o poszerzeniu nartostrad (nawiązanie do pozdrowienia kierowców korzystających z CB radia)
- *gość w dom...* – o kontrowersjach co do zaproszenia do Polski na obchody 70. rocznicy wybuchu II wojny światowej Władimira Putina (ironiczna aluzja do powiedzenia „Gość w dom, Bóg w dom” odnotowanego przez S. Rysińskiego w 1618 r.)
- *na sępa* – o boisku z prawdziwego zdarzenia wybudowanym w Chojnicach; inwestycję w całości sfinansowali mieszkańcy, dyrektor szkoły „wysepił” część środków z Urzędu Miasta; po tym jak nie zakwalifikowano się na rządowy program pomocy „Orlik”, boisko przewrotnie nazwano „Sępić” (wykorzystanie młodzieżowego slangu, w którym „sepić” to pejoratywne określenie znaczące tyle co „żebrać”, „wyłudzać”)
- *z Bogiem...* – o księdzu zaprzyjaźnionym z posłanką Jolantą Szczypińską, który po ujawnieniu zdjęć z ich spotkania w jednej z galerii poprosił o przeniesienie do innej parafii (pożegnanie katolickie)

W analizowanym materiale jako gry leksykalne często wykorzystywane są oksymorony i paradoksy, głównie w celu podkreślenia absurdałnego charakteru i niedorzeczności przedstawianych zjawisk:

- *ucieczka do przodu?* – o rezygnacji USA z budowy tarczy antyrakietowej w Polsce
- *jawna kradzież* – o dyskusji na temat ochrony twarzy złodziei, po tym jak krakowska prokuratura pokazała zdjęcie kobiety-kieszonkowca
- *obrona obrońców* – o uchyleniu oskarżenia wobec dwóch lekarzy Lwa Rywina, którzy wydawali mu fałszywe zaświadczenia lekarskie
- *wielcy mali ludzie* – o wręczeniu przez parę prezydencką odznaczeń dzieciom, które wykazały się zimną krwią i wielkim czynem, a które cechuje odwaga i skromność
- *zima w zimie* – o dużych opadach śniegu w całej Polsce, które spowodowały fatalne warunki na drogach

Do tekstowych gier leksykalnych należą także okazjonalizmy, czyli wyrazy tworzone na potrzebę zapowiedzi danego materiału, a wśród nich neologizmy i zwroty obcojęzyczne:

- *czasówka* – o nakazie płatności do siedmiu dni mandatu otrzymanego od straży miejskiej
- *hako-logia* – o wzajemnych hakach polityków na polityków
- *załatwiacze* – o zatrzymaniu przez ABW pięciu osób nielegalnie załatwiających dopłaty unijne
- *re-faktura* – o zatrzymaniu podejrzanego o fałszowanie faktur
- *Mr Przepraszam* – o tym, jak szef największego koncernu motoryzacyjnego (Toyoty) przeprasza klientów za niedogodności, na które zostali narażeni właściciele aut wyprodukowanych z wadliwym pedałem gazu
- *onkodramat* – o dezorientacji i strachu na oddziałach onkologii w kraju; z powodu decyzji NFZ-u o likwidacji części oddziałów wielu pacjentów straciło możliwość dalszego leczenia
- *wc-antyk* – o zabytkowym dworcu i należącym do niego szalecie w Grabowie k. Poznania, które wstrzymują budowę obwodnicy, gdyż nie ma możliwości usunięcia tych „budynków” wpisanych do krajowego rejestru zabytków
- *the end* – o tym, jak po trzydziestogodzinnej obławie w Czechach złapano przestępcę uciekającego z żoną, która odbiła go z konwoju; żona zginęła po strzale od policjanta
- *homocentrum* – o zgodzie na paradę homoseksualistów w Warszawie
- *eurodonos* – o donosie do europarlamentu na Donalda Tuska, który nie dopełnił formalności, odwołując jednego z posłów

Dość często w badanym serwisie wykorzystuje się grę formą foniczną i graficzną. Przykłady tego typu stanowią zajawki, w których występują litery w nawiasie wewnątrz jakiegoś wyrazu:

- *Obraz(a)?* – nazwane dziełem sztuki malowidło w metrze przedstawiające baranki wywołało oburzenie części społeczeństwa zarówno tytułem „Baranki Boże”, jak i formą przypominającą gadzety z sex-shopu.

Użycie nawiasu w powyższym przykładzie powoduje zmianę znaczenia wyrazu, w zależności od kontekstu można go odczytywać dwojako.

Kolejne przykłady pokazują graficznie wyróżnione litery, które akcentują skrót nazwy partii politycznej – Platformy Obywatelskiej (PO):

- *co PO banku?* – Jan Krzysztof Bielecki odchodzi ze stanowiska prezesa PKO SA, jednocześnie wszystko wskazuje na to, że powrót posła PO do polityki to więcej niż plotka
- *POkuta?* – Janusz Palikot (poseł PO) nie został ukarany przez władze partii za publiczne obrażenie Radosława Sikorskiego

Ciekawy przykład osiągnięcia dwuznaczności wyrazu przez zastosowanie myślnika mamy poniżej:

- *Wiktor-ia* – o drugiej części wyborów na Ukrainie, w pierwszej Wiktor Janukowycz miał ogromną przewagę nad Julią Tymoszenko

Użyty wyraz możemy odczytywać jako imię polityka oraz rzeczownik „wiktorja”, czyli „zwycięstwo”. Podobnie jest w kolejnym przykładzie, gdzie użycie dywizu powoduje, że podany napis odczytujemy nie tylko jako „rokowania” w rozumieniu „prognozy”, ale zaakcentowany wyraz „rok” zwraca naszą uwagę na rocznicę omawianych wydarzeń:

- *rok-owania* – prognozy co do przyszłości światowego kryzysu gospodarczego w pierwszą rocznicę upadku amerykańskiego banku L. Brothers

Z kolei grę formą foniczną (rym) – zabawę słowną w celu przyciągnięcia uwagi i zaciekawienia widza, wykorzystano w poniższej zapowiedzi:

- *mina Putina* – o komentarzach co do gestów W. Putina podczas wizyty w Polsce; według specjalistów zajmujących się mową ciała u polityka można było wyczytać zdenerwowanie, niechęć i agresję

Do gier formą graficzną zaliczamy także przykłady z charakterystycznym użyciem znaków interpunkcyjnych:

- *o, choroba!* – o niespełnionych obietnicach wyborczych Donalda Tuska z 2007 r., które dotyczyły ochrony zdrowia
- *oj, nieładnie...* – o wynikach ankiety przeprowadzonej przez jeden z duńskich portali, według której polscy mężczyźni znaleźli się w czołówce najmniej atrakcyjnych mężczyzn świata
- *bez jaj!* – o ostrzeżeniach producentów jaj, że ich produkt niedługo będzie rarytasem, gdyż wielu farmerów nie będzie w stanie spełnić rygorystycznych norm unijnych
- *„pomocna” dłoń¹³* – absurdałne zainteresowanie Urzędu Skarbowego gdańską fundacją charytatywną „Dary” działającą od ponad dwudziestu lat

W ostatnim przykładzie zastosowano grę między znaczeniem związku frazeologicznego *pomocna dłoń* odnoszącym się do charytatywnego charakteru działalności fundacji a znaczeniem, które przymiotnik „pomocna” zyskuje po ujęciu go w cudzysłów, co łącznie w kontekście sugeruje bezsensowną i szkodliwą działalność Urzędu. Wykorzystanie znaków interpunkcyjnych nadaje cytowanym zjawkom charakter emocjonalny, może też oznaczać dystans do informacji, które mają być za chwilę prezentowane. Warto zwrócić uwagę, że w każdej z tych wypowiedzi pojawia się słowo klucz, które mówi, o czym będzie dany materiał: *choroba*, *nieładny*, *jaja*.

W powyższych przykładach zauważamy różnego typu gry formą graficzną i foniczną: znaki zapytania, wykrzykniki, wielokropki, nawiasy, oryginalne rymy, wyodrębnienie w wyrazach określonych liter. Celem tych zabiegów jest podkreślenie emocjonalnego stosunku nadawcy do przekazywanych treści, a także nadanie zjawce charakteru metaforycznego i ironicznego.

¹³ *Pomocna dłoń, dłoń bratnia, przyjazna, przyjacielska, życzliwa* – pomoc, przyjaźń, życzliwość [Słownik..., t. I, 1996: 170].

Przedstawiony w niniejszym artykule zarys analizy gier językowych stosowanych w zajawkach „Faktów TVN” pokazuje, jak różne mechanizmy są wykorzystywane w celu osiągnięcia skutecznej gry. Jak wspomniano we wstępie, konkurencja na rynku jest ogromna, w związku z tym rosną również wymagania widza. Aby sprostać oczekiwaniom odbiorców, trzeba sięgać po coraz bardziej oryginalne chwyt. Dziennikarzom stacji TVN to się udaje. Interpretując przykłady wykorzystane w niniejszym artykule, widzimy dbałość o kształt i wymowę zajawek. Zgodnie z zamysłem dziennikarzy zajawki pełnią nie tylko pierwotną funkcję informacyjną, ale także równie ważną, a niekiedy dominującą, funkcję impresywną – narzucając określoną interpretację opisywanego zjawiska, zaciekawiają, intrygują, szokują, zmuszają do refleksji, wywołują ironiczny uśmiech na twarzach widzów. Przy czym warto zaznaczyć, że niekiedy owe gry odbywają się na granicy dobrego smaku.

Ukazane w artykule mechanizmy wykorzystywane w zajawkach wpisują się we współczesną manierę językową. Tego typu zabiegi językowe stanowią bowiem strategię współczesnego języka publicystycznego, zauważane są w formułowaniu nagłówków prasowych, pojawiają się też często w obrębie tekstów.

Literatura

- Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), 2000, *Język mediów masowych*, Warszawa.
- Dupel M., 2010, *Gry językowe i zabawy słowne w zajawkach Faktów TVN-u*, „Słowo. Studia językoznawcze”, nr 1, s. 152–163.
- Guz B., 2001, *Język wchodzi w grę. O grach językowych na przykładzie sloganów reklamowych, nagłówków prasowych i tekstów graffiti*, „Poradnik Językowy”, z. 10, s. 9–20.
- Jędrzejko E., 1997, *Strategia tekstotwórcza a gry językowe w literackich nazwach własnych* [w:] *Gry w języku, literaturze i kulturze*, red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk, Warszawa, s. 66–75.
- Jędrzejko E., Żydek-Bednarczuk U., 1997, *O pojęciu gra i jego leksykalnych wykładnikach w aspekcie składni semantycznej* [w:] *Gry w języku, literaturze i kulturze*, red. E. Jędrzejko i U. Żydek-Bednarczuk, Warszawa, s. 121–127.
- Magdoń A., 1995, *Duch zabawy w mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4, s. 15–28.
- Majkowska G., Satkiewicz H., 1999, *Język w mediach* [w:] *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiąclecia*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 181–196.
- Słownik frazeologiczny języka polskiego*, 1996, t. I–II, red. S. Skorupka, Warszawa.
- Słownik terminologii medialnej*, 2006, red. W. Pisarek, Kraków.
- Stawnicka J., 2000, *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych* [w:] *Język trzeciego tysiąclecia. Język a komunikacja I*, red. G. Szpila, Kraków, s. 207–214.
- Szczerbowski T., 1994, *O grach językowych polskiego i rosyjskiego kabaretu lat osiemdziesiątych*, Kraków.
- Wierzbicka A., 1971, *Porównanie – gradacja – metafora. Struktura semantyczna komparatiwu*, „Pamiętnik Literacki” LKII, z. 4, s. 127–147.
- Wittgenstein L., 1972, *Dociekania filozoficzne*, Warszawa.
- Wojtak M., 2006, „*Płyknij hipko!*”, czyli o przeobrażeniach gatunków prasowych [w:] *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. K. Ożóg, E. Oronowicz-Kida, Rzeszów, s. 179–190.

THE SPIRIT OF FUN IN THE NEWS BULLETIN FAKTY

Summary

The article is devoted to some plays on words present in the previews of the news bulletin Fakty. The previews have a form of a short text, consisting of two to three words.

The analysis of a number of works concerning the term 'play on words' makes it possible to define it as a series of linguistic and stylistic operations which require a specific intellectual effort from a viewer. The outline of the play on words presented in this article shows a variety of mechanisms used in order to achieve a desired effect: the use of phraseologisms and their modifications, referring to proverbs, sayings and colloquial speech, the use of oxymorons, play on the phonic and graphic form of words, etc. All of them serve to match the viewers' expectations: they raise interest, intrigue, shock or inspire to reflection.

Kazimierz Ożóg

Uniwersytet Rzeszowski

WSPÓŁCZESNE PROBLEMY KSZTAŁCENIA HUMANISTYCZNEGO (ZARYS PROBLEMATYKI)

1. Uwagi wstępne

Tematyka niniejszego artykułu dotyczy kształcenia humanistycznego i została wybrana nieprzypadkowo. Otóż współcześnie, na przełomie XX i XXI w., jesteśmy także w Polsce świadkami i uczestnikami nowej kultury, radykalnie różniącej się od tej nawet sprzed kilkunastu lat [Dyczewski 2001]. Ta nowa kultura przez swoje tendencje, uznawaną hierarchię wartości, narzucane sposoby pracy i rozrywki, różnorakie mody, „kulty” i fascynacje mocno działa na nauczycieli, ale o wiele bardziej na uczniów, wychowanych już po roku 1989, zmieniając, niekiedy bardzo gwałtownie, sposoby przyswajania i przekazywania wiedzy, narzucając nową wizję świata z nowym systemem aksjologicznym. Pedagog zawsze działa w określonym kontekście kulturowym, a nowe tendencje wpływają na edukację, zwłaszcza na edukację humanistyczną. Trzeba zatem te kwestie choć w części poznać. Trzeba nad nimi dyskutować nie tylko w gronie specjalistów naukowców, ale zwłaszcza wśród nauczycieli, którzy na co dzień doświadczają różnych trudności związanych z edukacją młodzieży w nowych warunkach kulturowych.

Instytucjonalna edukacja szkolna, praca wychowawcza, nauczanie są zawsze pochodną aktualnych prądów cywilizacyjnych, preferowanych tendencji filozoficznych i sposobów myślenia w danej epoce. Często do tego dochodzą jeszcze sprawy polityczne związane z tym, która partia czy koalicja sprawuje władzę, co powoduje, że kolejne ekipy rządzące wprowadzają rozwiązania, które za niedługo są wycofywane, np. słynna amnestia maturalna czy sprawa mundurków szkolnych. Czynniki te stanowią najogólniejszy fundament każdego systemu oświatowego.

Rozpoznanie tych zjawisk, szukanie dróg wyjścia z kryzysu nauczania (uczenia się) jest zadaniem wszystkich nauczycieli, zwłaszcza humanistów, nie tylko tych pracujących na wyższych uczelniach, ale zwłaszcza uczących w szkołach, którzy codziennie w czasie lekcji stykają się z nowymi problemami edukacyjnymi, z trudnościami rzeczywistymi, a nie teoretycznymi, zza biurka, czy wydumanymi w chłodzie gabinetów decydentów bądź naukowców.

Od roku 1989 polska szkoła jest nieustannie reformowana. Najpierw było to usuwanie pozostałości systemu komunistycznego. Kolejno przyszły zmiany wywołane potrzebą unowocześnienia procesu nauczania czy modnymi tendencjami współczesnej edukacji (por. odejście od encyklopedyzmu, zwracanie szczególnej uwagi na podmiotowość ucznia, eksponowanie partnerstwa, dialogu, nadmiernego poczucia wolności, pokonywanie opresyjności, dominacji szkoły). Reformy te powodują często frustrację, niepewność, zagubienie tak uczniów, jak i nauczycieli. Uczniowie umieją wykorzystać nadmierną wolność i przysługujące im prawa, które, niestety, przy poprawności politycznej przepisu nie zawsze działają na korzyść młodej osoby, która przecież nie jest dojrzała, a tak ją traktujemy. Programowo większą uwagę zwraca się na prawa uczniów aniżeli na prawa nauczycieli. Ten fakt powoduje zanik kategorii autorytetu nauczyciela. Stabilizacji przemian nie sprzyja częsta zmiana osób, zwykle niespecjalistów, sprawujących z klucza politycznego funkcje w Ministerstwie Edukacji Narodowej. Kolejne etapy reformy, realizowane z takim trudem, zwłaszcza wprowadzenie gimnazjum, trzyletniego liceum, nowych sposobów oceniania, są krytykowane i nie sprawdzają się w życiu. Ostatnio wiele się mówi o kryzysie polskiej szkoły.

Bardzo ważna w całokształcie wysiłków edukacyjnych jest formacja humanistyczna. Słowo „humanizm” w swoim głównym znaczeniu oznacza cel wysiłków każdej szkoły. Nauczyciele humaniści wiodą prym w szkole. Przypomnijmy znaczenie tego nacechowanego w historii kultury wyrazu za słownikiem języka polskiego: **humanizm** to ‘postawa moralna i intelektualna skoncentrowana przede wszystkim na człowieku, jego dobru, pomyślności, szczęściu, charakteryzująca się poszanowaniem godności i wolności człowieka’ [Dunaj (red.) 1996: 311]. Natomiast **humanistyczny** to ‘skoncentrowany na człowieku, jego wartościach, zdolnościach, możliwościach, osiągnięciach’ oraz ‘charakteryzujący się troską o człowieka, związany z postawą moralną, intelektualną proponowaną przez humanizm...’ [311]. Kształcenie humanistyczne ma za zadanie, po pierwsze, przekazanie uczniowi bogatych treści kulturowych, którymi żyła i żyje cywilizacja kręgu Zachodu od tysiącleci, a więc wiadomości z filozofii, historii, literatury, sztuki; po wtóre, ma ukazać swoistość kultury, języka, literatury polskiej na tle burzliwych dziejów narodu; po trzecie wreszcie, ma przekazać formację humanistyczną jako godną naśladowania, aby uczeń mógł znaleźć się we współczesności, aby mógł określić najpierw siebie jako osobę, aby poznał w pełni swoją tożsamość jako człowiek żyjący we wspólnocie lokalnej, we wspólnocie narodowej – właśnie w Polsce, a także

w zjednoczonej Europie. Formacja ta jest związana z wykształceniem pewnego typu myślenia o człowieku, wartościach i kulturze. W ogóle nauczanie myślenia jest także zadaniem tej edukacji. Takie wielkie, ale realne zadania kształcenia humanistycznego przeżywają obecnie kryzys.

Dzisiaj słowo „kryzys” coraz częściej pojawia się w różnych domenach życia. Dużo się mówi o kryzysie cywilizacji europejskiej, którego symptomami jest chociażby kryzys demograficzny czy odcinanie się Europy od tych wartości, głównie chrześcijańskich, które tę kulturę fundowały i przez stulecia były jej siłą napędową. Co pewien czas świat doznaje skutków kryzysu ekonomicznego, jak chociażby ostatniego, który rozpoczął się w roku 2008 w Stanach Zjednoczonych jako kryzys finansowy i szybko rozlał się na cały glob. Współczesny Polak ma także poczucie kryzysu. Dzieje się tak mimo wielkiego postępu politycznego i cywilizacyjnego w Polsce po roku 1989, mimo okrzepnięcia demokracji i ugruntowania wolności ojczyzny. Wymieńmy tylko kilka modnych połączeń tego wyrazu, a zatem powszechne jest przekonanie o kryzysie elit politycznych (mamy nawet słowa *lże-elity*, *wykształciuchy*), podkreśla się kryzys warstwy inteligencji, zderzamy się z kryzysem szkoły, rodziny, kultury wysokiej, przeraża nas postmodernistyczny kryzys wartości, ostatnio dołączył jeszcze kryzys finansowy. Czyżby kryzys był symptomem naszych czasów? Dobrze przystaje tu opinia Stanisława Gajdy, który tak pisał o tych sprawach w najnowszej publikacji: „Użyty tu termin *kryzys* oznacza utratę równowagi przez kulturę współczesną, wytrącenie jej z dotychczasowego stanu, zanik sił spajających i pojawienie się tendencji przynoszących istotne zmiany. Kryzys należy więc uznać za pewien naturalny etap rozwoju złożonych systemów, etap przebudowy i dostosowania się do nowych warunków. Ludzkie kultury przechodziły w przeszłości wiele kryzysów. Niektóre kończyły się klęską, degradacją czy wręcz zagładą. Z innych wychodziły odnowione, wkraczając w nowe stadium rozwojowe. Za naturalny należy uznać towarzyszący kryzysowi stan psychiczny ludzi, przejawiający się w poczuciu zagubienia i chaosu” [Gajda 2007].

Kształcenie humanistyczne ma za zadanie formowanie człowieka w jego wszystkich wymiarach: duchowym, intelektualnym, moralnym, wspólnotowym, narodowym, także europejskim. Z niepokojem obserwujemy obecnie kryzys tego kształcenia. Kryzys ten ma kilka przyczyn, z których najważniejsze to, paradoksalnie, rozwój nowoczesnych form komunikowania się ludzi, współczesny relatywizm oraz obecny stan kultury, zwłaszcza kultury masowej, konsumpcjonizm i medialność. Współczesna pedagogika przejawia wielkie zainteresowanie humanistycznymi aspektami kształcenia w nowej kulturze. Wystarczy wymienić z ostatniego okresu tomy pod reakcją m.in. Jolanty Szempruch, Janusza Gajdy, Alicji Szerłąg, Józefa Kozielskiego, Eugenii Iwony Laski (por. bibliografię na końcu artykułu). Nasz tom nawiązuje do tych badań.

Artykuł jest dwuczęściowy. W części pierwszej próbuję postawić diagnozę współczesnej sytuacji kulturowej, która – jak różnie to rozumiemy – sprzyja (łatwy

dostęp do internetu, ogromna wymiana informacji) bądź nie sprzyja (rozwój niskiej kultury popularnej, odejście od kultury pisma do kultury obrazu, konsumpcjonizm itp.) zdobywaniu wiedzy humanistycznej.

W części drugiej zastanawiam się nad sposobami wyjścia z kryzysu. Są to, rzecz jasna, bardzo ogólne, częściowe propozycje pracy nad budowaniem formacji humanistycznej we współczesnej polskiej szkole.

2. Nowy świat kultury, kryzys nauczania humanistycznego

Nasza nowa kultura, właśnie ta, w której żyjemy, przechodzi najgwałtowniejszą chyba w dziejach cywilizacji zmianę związaną z ogromnym w XX w. rozwojem nauk przyrodniczych i nieograniczonym postępem technicznych środków komunikacji, zwłaszcza mediów elektronicznych. Obecny postęp cywilizacyjny jest tak wielki, a zmiany w kulturze tak radykalne, że istotnie człowiek przełomu XX i XXI w. może być przekonany o wyjątkowości epoki, w której żyje i tworzy nową kulturę społeczeństwa postprzemysłowego, nastawionego na konsumpcję i informację. Współcześnie, w epoce przesilenia kulturowego i spazmatycznej – jak to określają niektórzy badacze – komunikacji komputerowej ludzie mówią, piszą i czytają w inny sposób niż dawniej, zatem zupełnie inaczej uczestniczą w kulturze.

Wielu autorów, opisując współczesny stan kultury, podkreśla fundamentalne znaczenie mediów masowych, zwłaszcza tych nowych, elektronicznych. Rola mediów w procesie powstawania i ewolucji kultury współczesnej jest fundująca i podstawowa [Hopfinger (red.) 2005]. Dzisiejszy świat kultury to przede wszystkim kultura masowa, kultura popularna, kultura medialna i cyberkultura.

Dyskusja o specyfice kultury masowej, która przetoczyła się nie tylko przez Polskę, ale rozwijała się zwłaszcza na Zachodzie, zwróciła uwagę z jednej strony na to, że upowszechnia ona na niespotykaną dotąd skalę znaki różnych typów kultury: wysokiej, niskiej, elementy różnych subkultur, czyli swoiście demokratyzuje dostęp do kultury różnego rodzaju. Z drugiej zaś strony podkreśla się niski poziom intelektualny, estetyczny, moralny produktów tej kultury, schlebianie niskim gustom odbiorców, pospolitość, wulgaryzację, prymitywizm, zbytnią emocjonalność, skłonność do efektów, nadmierną ludyczność, skłonność do bawienia odbiorców [Myrdzik, Morawska (red.) 2007]. Przeciętny Polak, także uczeń różnego typu szkół, obcuje przede wszystkim z kulturą masową, która kieruje do niego niepoliczalną wprost ilość znaków kulturowych transmitowanych przez media masowe. Tak wiele różnych atrakcyjnych propozycji powoduje, że coraz częściej koncentrujemy naszą uwagę na tym, co początkowe, co pierwsze, co jest na początku danego programu, filmu, artykułu. Cechą współczesnej kultury jest to, że odbiorca ślizga się jedynie po powierzchni znaczeń. Zanika pogłębiona lektura i dogłębna percepcja [Miczka 2005]. Odbiór każdego produktu kultury staje się

chwilowy, niespokojny, odbiorca szybko czuje się znudzony i szuka natychmiast odmiany. Te zachowania, ugruntowane zwłaszcza wśród młodych, przenoszą się na inne sfery życia, zwłaszcza na naukę. Uczeń jest niespokojnym, niecierpliwym, ciągle rozproszonym, szybko się nudzącym odbiorcą treści różnych przedmiotów. Współczesny młody człowiek nie może się zdobyć na wielki wysiłek. Trudno mu skupić dłużej uwagę na jakimkolwiek zagadnieniu. Obfitość innych propozycji medialnych ciągle ten niepokój zwiększa.

Dominacja w świecie współczesnym kultury masowej, przekazywanej głównie przez obraz i dźwięk, które płyną z ekranów i różnego typu odbiorników, powoduje rozmaite skutki. Kultura obrazu (obraz na ekranie telewizora, komputera, wideoklip, obraz na komórce, kolorowe zdjęcie, szkic, film, symulacja itd.) zaczęła wypierać pismo, zwłaszcza tekst drukowany. W tej cywilizacji ekranu współczesny człowiek głównie ogląda i słucha, a nie czyta. Widzieć zastąpiło rozumieć. Ogólny ogląd wiedzy, zjawisk, faktów zastąpił ich rozumienie [Sartori 2007].

Taki stan powoduje masowe odejście od książki i w ogóle od tekstu drukowanego i nazywany jest **kryzysem czytania**. Ma to wielkie konsekwencje dla kształcenia humanistycznego, które od kilku tysięcy lat, od cywilizacji starożytnej Grecji, opierało się na uważnym studiowaniu różnych tekstów pisanych. Praca z tekstem pisany, uzupełniana wykładem, była podstawową metodą zdobywania wiedzy. Od tych metod dziś powszechnie się odchodzi i korzysta się z metod multimedialnych, głównie audiowizualnych.

Obecnie na każdym szczeblu tego kształcenia, może z wyjątkiem nauczania w klasach początkowych, mamy do czynienia z powszechną wśród uczniów, a także studentów niechęcią do czytania książek, artykułów, jakiegokolwiek literatury, zwłaszcza naukowej i popularnonaukowej. Młodzież nie chce czytać, bo czytanie wymaga wysiłku intelektualnego i fizycznego. Dane są przerażające. Według badań Stanisława Bortnowskiego z Uniwersytetu Jagiellońskiego lektury szkolne (całe książki) czyta 10–15% uczniów [Bortnowski 2006]. Reszta zadowala się mniejszymi czy większymi opracowaniami. Ich rynek jest obecnie większy niż rynek lektur. Powszechny staje się zatem kryzys czytelnictwa. Nasi uczniowie, wychowani już w kulturze medialnej, odrzucili czytanie tekstów, zwłaszcza dłuższych książek. Zanika coraz bardziej umiejętność pracy z tekstem pisany, np. jego rozwijanie, skracanie, tworzenie planu, komentarza, wydobywanie sensu, określanie słów kluczowych, streszczanie, parafrazowanie, redagowanie.

Kryzys czytania powoduje kolejne złe konsekwencje. Uubożeje język uczniów, maleje zasób słownictwa, którym się posługują, gwałtownie obniża się poziom ortografii i interpunkcji. Wiedza przyswajana za pośrednictwem komputera, internetu czy telewizji (czyli przez ekran) jest wiedzą powierzchowną, nieugruntowaną, chaotyczną. Nie wspominam już o wypracowaniach, pracach magisterskich, licencjackich, referatach „ściąganych” przez młodych ludzi z internetu, które nie mają żadnej wartości, jeśli chodzi o pomnożenie rzeczywistej wiedzy ucznia czy

studenta. Są tylko oczywistym znakiem cwaniactwa, okłamywania siebie i nauczyciela.

Obecnie rozwija się potężnie globalna cyberkultura, rozpowszechniana przez internet. Sieć góruje nad książką, gdyż stwarza doskonałą okazję do korzystania z nieskończonej ilości różnych tekstów, obrazów, znaków kulturowych. Byłaby to rzecz wspaniała, gdyby uczniowie korzystali z internetu z namysłem, dokładnie studiując zdobywane treści. Jednak tak nie jest, uczniowie coraz częściej wyręczają się internetem bez głębszego zrozumienia podawanych wiadomości. Współczesne media, zwłaszcza media elektroniczne, proponują niezliczoną ilość różnych tekstów (znaków) kultury. Wobec tego istnieje ich nadprodukcja, która niczym potop zalewa współczesne społeczeństwa. Odbiorca nie może ogarnąć tego nowego świata znaków. Nowy świat kultury jest zresztą często bardzo banalny, ludyczny, pospolity, wulgarny, nastawiony na używanie, kosmopolityczny, konsumpcyjny, bo to wszystko się sprzedaje. Wobec tego koncentrujemy naszą uwagę na tym, co pierwsze, przeglądamy szybko gazetę, oglądając zdjęcia i czytając nagłówki, przerzucamy szybko kanały telewizyjne czy sięgamy nerwowo do różnych witryn internetowych. Chcemy od razu znać sens całego tekstu, programu czy komunikatu medialnego. Nawet krótkie teksty nie są czytane dokładnie, do końca. Uczniowie popełniają liczne błędy, np. w odpowiedziach maturalnych, na skutek banalnego niedoczytania polecenia do końca. Ma to ogromne konsekwencje dla wiedzy humanistycznej, gdyż młodzi przyswajają ją dzisiaj wyrywkowo, chaotycznie, „po łebkach”. Ta prawidłowość dotyczy także i innych przedmiotów.

Kryzys uczenia się. Proponowane przez kulturę współczesną wzorce uznające szybki sukces za naczelną kategorię aksjologiczną powodują niechęć młodzieży do dłuższego wysiłku intelektualnego. Media utwierdzają przekonanie, że różne dobra kultury współczesnej zdobywa się lekko, łatwo, bez większego wysiłku. Rodzi to brak systematyczności w uczeniu się. Obserwuje się przy tym powszechną nieumiejętność uczenia się do egzaminów, sprawdzianów, kolokwii. Młodzi nie umieją stworzyć małego systemu przyswajania wiedzy z określonego zakresu, uczą się chaotycznie, wyrywkowo, nie potrafią wskazać na najważniejsze treści, elementy ważne i mniej ważne, obca jest im hierarchizacja zdobywanej wiedzy, nie potrafią twórczo w kilku operacjach logicznych połączyć różnych faktów. Jeśli uczeń czy student ma przygotować referat (artykuł) na podstawie literatury „pozainternetowej”, to uderza nieumiejętność wyselekcjonowania artykułów czy książek, a potem bezradność w ich opracowaniu. Młodzi uczą się tak, jak odbierają wideoklip – pośpiesznie, niespokojnie, emocjonalnie, bez głębszego zrozumienia.

Kryzys czytania i uczestnictwo w kulturze ekranu, brak koncentracji w odbiorze różnych znaków kultury powodują powszechny wśród Polaków **kryzys rozumienia tekstów**. Zależność jest prosta, jeśli niewiele się czyta i nie pisze się wypracowań, nie tworzy się samemu tekstu, tylko korzysta się z tekstów podsuwanych przez serwery internetowe, jeśli odbiór tekstu pisanego jest szybki,

niespokojny, chaotyczny, to nie rozumie się sensu wielu zdań, nie rozróżnia się znaczeń istotnych leksemów. Wielu z nas, jeśli już zmusi się do czytania, to nie rozumie ważnych pojęć w tekście. Według danych OECD aż 75% Polaków nie rozumie czytanego tekstu (dane z końca lat dziewięćdziesiątych XX w.) [Ożóg 2007]. Kolejne egzaminy gimnazjalne, sprawdziany wiadomości, matury obnażają stopień niezrozumienia ważnych terminów. Zjawisko to ciągle się pogłębia. Młodzież nie rozumie prostych poleceń formułowanych przez nauczyciela nie tylko na przedmiotach humanistycznych, ale i na ścisłych czy przyrodniczych. Część niepowodzeń egzaminacyjnych jest wynikiem chaotycznego czytania poleceń.

Następny kryzys wywołany przez dominację obrazu w kulturze współczesnej to dotyczący wielu z nas **kryzys budowy zdania**. Przejawia się on w tym, że coraz więcej Polaków nie potrafi mówić w odmianie oficjalnej języka pełnymi zdaniami, a pisanie całych, skończonych zdań także przysparza wielu kłopotów. Zupełnie zatracą się piękno tekstów tak mówionych, jak i pisanych. Kryzys zdania jest spowodowany również przez kryzys myślenia. Tutaj głównym winowajcą są media, które w swoich produktach, w narzucanych znakach odzwyczajają odbiorców od myślenia, zwłaszcza przyczynowo-skutkowego, przedkładając odbiór emocjonalny. W odbiorze współczesnych produktów kultury masowej najbardziej liczą się emocje, a taki odbiór nie sprzyja budowaniu zgrabnych, intelektualnie celnych zdań [Mrozowski 2001]. Zwróćmy uwagę, jak wiele jest słów emocjonalnych i wyrazów określających emocjonalny odbiór: *emocje sięgają zenitu, rozgrzani w emocjach do czerwoności, coś za emocje!* A gdzie nie ma emocji, natychmiast wchodzi kategoria nudy. Gdzie nie ma emocji, młodzi szybko się nudzą (por. znakomity tom *Nuda w kulturze*). I tę tendencję uczniowie przenoszą podświadomie na przyswajanie, na „odbior” wiedzy. A przecież pomnażanie wiedzy humanistycznej i każdej innej odbywa się przez poznawanie faktów i łączenie odpowiednich zjawisk w ciągi przyczynowo-skutkowe, przez poszukiwanie różnych związków logicznych. Emocja ma tu, owszem, znaczenie, ale drugorzędne, np. te treści, do których podchodzimy emocjonalnie, łatwiej są przyswajane właśnie w operacjach intelektualnych. Kryzys myślenia widać na powierzchni w dominacji wyrażen emocjonalnych, budowaniu prymitywnych zdań, ubogich pod względem składników, w unikaniu łączenia różnych treści, w omijaniu większości polskich spójników, które wyrażają różne związki logiczne.

Do kryzysu zdania przyczyniają się także testy. To specyficzna forma sprawdzania wiedzy wyrwykowej, chaotycznej, niepowiązanej strukturalnie. Z moich badań wynika, że studenci, jeśli piszą – co czynią z niechęcią – dłuższe, oryginalne, swoje, nieinternetowe teksty, to bardzo rzadko stosują zdania złożone. Dzisiaj zdanie wielokrotnie złożone w tekstach uczniów czy studentów jest wielką rzadkością. Akapity i całości informacyjne są już w zupełnym odwrocie. Nie umiemy mówić pełnymi zdaniami, zanika umiejętność narracji, czyli pięknego opowiadania. W tekstach mówionych dodajemy moduły informacji bez precyzyjnego

uporządkowania logicznego, często w niechlujnej organizacji fonetycznej. Przeraża nas publiczne mówienie, widać to wyraźnie po bełkocie niektórych polityków.

Najchętniej pisze się sposobem mejlów: jedne informacje dodaje się do innych bez większego powiązania logicznego. Duży wpływ mają także esemesy. Obecnie młodzi dążą do bardzo skrótowego, zwięzłego przekazu informacji, często przy pomocy jednego wyrazu, jednego zdania.

Kryzys ortografii i interpunkcji. Okres przemian po roku 1989 zachwiał także normą językową. Upowszechniane przez media złe wzorce bardzo szybko się przyjmują w języku uczniów. Obserwuje się nasilenie błędów językowych: fonetycznych, słownikowych, frazeologicznych, stylistycznych, składniowych. Uczniowie nie rozróżniają poziomów stylistycznych. Szczególną ekspansję w piśmnie, co zrozumiałe, wykazują elementy stylu potocznego.

W czasie ostatnich dwudziestu lat gwałtownie obniżył się poziom sprawności ortograficznych uczniów. Dawniej błędy ortograficzne na maturze od razu dyskwalifikowały rozprawkę. Tymczasem obecnie jest to sprawa drugorzędna. Zaliczane, według klucza, są teksty wypracowań maturalnych pisanych z błędami i nie na temat. To negatywne zjawisko jest także wywołane głębokimi przemianami cywilizacyjnymi i kulturowymi dwóch ostatnich dekad. Główną przyczyną jest bierne uczestnictwo Polaków, zwłaszcza młodych, w kulturze popularnej (masowej) proponowanej przez media, w których słowo uległo degradacji i zastąpione jest obrazem (por. videoklipy, komiksy, filmy akcji, gry komputerowe). W latach dziewięćdziesiątych XX w. katastrofalnie obniżył się stan czytelnictwa dzieł literatury pięknej. Społeczeństwo polskie weszło w fazę kultury politerackiej. Uczestnictwo w tej kulturze nie wyrabia sprawności ortograficznej. Jeśli dodamy do tego lenistwo wielu młodych, brak ćwiczeń ortograficznych, to nierzadkim wyjściem z sytuacji wydaje się zaświadczenie o dysgrafii. W proponowanej przez kulturę konsumpcyjną ortografii spotykamy się często z wariantowością ortograficzną (por. *tekst* i *text*, *comfort* i *komfort*). W pisaniu mejlów i esemesów obowiązują zupełnie rozchwiane normy. Nikt nie przejmuje się błędami ortograficznymi, brakiem znaków diakrytycznych, niedostatkiem interpunkcji. Idąc za tą bardzo tolerancyjną nową konwencją, niektóre subkultury młodzieżowe, np. ziny, programowo przeciwstawiają się polskiej ortografii, por. *niepóbblikowane*, *nufki*, *xiądz*, *antysexizm*. Młodzież coraz częściej hołduje zasadzie, że nie potrzeba pisać zgodnie z ortografią, nie ma sensu zastanawiać się nad doborem liter i słów, skoro i tak można oddać wymaganą treść. Takie myślenie nieobce jest zresztą pewnej części polskich dziennikarzy, gdyż od czasu do czasu pojawiają się prowokacyjne artykuły nawołujące do radykalnej reformy polskiej ortografii. Oskarża się polskie przepisy ortograficzne, że są nadmiernie trudne. Obowiązująca ortografia według tych koncepcji jest staroświecka, nienowoczesna. Porównajmy wypowiedź z „Wprost”: „To, że posługujemy się nienowoczesnym językiem, sprawia, że myślimy, działamy i żyjemy nienowocześnie” [„Wprost”, 10.07.2001].

Obserwujemy u uczniów **kryzys pamięci**. Pamięć, jak wykazują to wieki doświadczeń pedagogicznych, jest bardzo ważnym czynnikiem procesu uczenia się (nauczania). Uczeń musi zapamiętać różne fakty, zdarzenia, daty, stany, procesy, prawa, wyjątki, prawidłowości. Musi w domenach różnych nauk wydzielić systemy, określić ich elementy, ustalić relacje zachodzące między nimi. Pamięć musi być zatem ćwiczona różnymi technikami. Jednak powszechny dziś dostęp do informacji zwalnia uczniów z jej ćwiczenia. Pamięć staje się krótkotrwała, ulotna, nie potrafimy myśleć całościowo, ujmując systemowo dane zjawisko.

Dla rozwoju pamięci istotną rolę odgrywa rozwój języka ucznia. Obecnie często mamy do czynienia z niedostateczną pamięcią semantyczną. Ten rodzaj pamięci jest ściśle powiązany z językiem, a ściślej – z jego słownictwem. Pamięć semantyczna jest to rozumienie słów, terminów, zwrotów, różnych wyrażen. Operując tą pamięcią, możemy używać języka, a każdy leksykon, wszystkie wyrazy języka coś znaczą i te znaczenia musimy zapamiętać. Małe dziecko między 1. a 3. rokiem życia uczy się języka w ramach akwizycji. I wtedy uczymy się w sposób bezwysiłkowy, naturalnie wielu znaczeń. Jednak później, kiedy dorastamy, przyswajamy język już z większym trudem, jego nauka zostaje przesunięta z domeny natury do domeny kultury. Tu już musimy ćwiczyć pamięć semantyczną.

Następny kryzys, jaki dziś dotyka uczniów, to **kryzys wyobraźni**; mówiąc dokładniej, jest to ujednolicenie wyobraźni kształtowanej obecnie na wzór popularnych produkcji medialnych. Przerwany zostaje krąg wyobraźni tworzonej i modyfikowanej przez wcześniejszą literaturę, popularne baśnie, legendy, opowiadania starszych członków rodziny (por. takie chociażby teksty, które wpływały mocno na kształtowanie wyobraźni pokoleń młodych Polaków: *M. Konopnickiej O krasnoludkach i sierotce Marysi*, *Baśnie Andersena*, *Serce Amicisa*, *W pustyni i w puszczy* H. Sienkiewicza). Wyobraźnia sprzyja każdej twórczości, jest zawsze podstawą nowatorskich rozwiązań, tworzy nowe kategorie myślenia o świecie. Tymczasem nowa wyobraźnia młodych jest zdominowana przez obrazy medialne, jest płaska, zuniformizowana, pełna przemocy, seksu, kiedy często zło programowo góruje nad dobrem, a wchodzi do niej takie nośne i atrakcyjne elementy jak technologiczna fantastyka, sensacyjna kreacja świata w grach komputerowych (por. takie znaki jak: *batman*, *gumisie*, *Matrix*, *Schrek*, *Harry Potter*).

Kryzys wyobraźni jest mocno powiązany z **kryzysem myślenia historycznego oraz pojmowania i uczenia (się) historii**. Dziś zastanawia i budzi niepokój powszechna wśród młodego pokolenia niechęć do zdobywania wiedzy historycznej. Nasi uczniowie nie znają często podstawowych dat z historii Polski. Następuje w ogóle zanik myślenia historycznego, młodzi ludzie nie potrafią połączyć w ciąg przyczynowo-skutkowy różnych zjawisk historycznych i procesów dziejowych, historia jest wycyfrowana z różnych etapów kształcenia. Zanik myślenia historycznego i powszechna wśród młodego pokolenia niechęć do poznawania dziejów jest także rezultatem ponowoczesnej wizji czasu. W tej wizji przekazywanej codziennie przez

media i wszechobecne reklamy najważniejsza jest terażniejszość. Liczy się tylko *teraz*. Nawet przyszłość jest widziana przez pryzmat *teraz*. Historia została całkowicie zdominowana przez terażniejszość, która dla przeciętnego obywatela globalnej wioski jest ciekawsza, bardziej atrakcyjna i ciągle emocjonująca jednodniowymi sensacjami, przekazywanymi przez tyle programów medialnych. Zmiany w wartościowaniu historii powodują zanik, obumieranie korzeni, z których wywodzi się każda wspólnota, zwłaszcza narodowa. Gloryfikacja terażniejszości w społeczeństwie konsumpcyjnym prowadzi do zaniku wartości narodowych, zawsze powiązanych z przeszłością. Edukacja humanistyczna ma także formować patriotyzm uczniów [Janiga (red.) 2006]. Patriotyzm współczesny, szeroko rozumiany, bez ksenofobii czy ciasnych stereotypów, ale patriotyzm mądry, stawiający wyraźnie dobro wspólnoty narodowej nad interesem prywatnym, patriotyzm wynikający z poznania tej ziemi, jej tradycji, języka, kultury duchowej, historii, myśli, kultury materialnej.

3. Szukamy dróg wyjścia

Zasygnalizowałem wyżej niektóre tylko trudności, które rodzą się w kulturze współczesnej i zagrażają kształceniu humanistycznemu. Jak wobec tego wyjść z tego wielorakiego kryzysu? Czy w ogóle jest to możliwe w nowej sytuacji kulturowej, w epoce przesilenia, kiedy – powtarzam to raz jeszcze – ludzie mówią, piszą i czytają inaczej niż dawniej? A może tak jest, że my, pochodzący z dawnej kultury i na niej wychowani, nie potrafimy ogarnąć zupełnie nowej jakości widzenia człowieka i świata proponowanej przez dzisiejsze tendencje kulturowe, że nowy stan jest już stanem nieodwracalnym, że trzeba się nauczyć żyć, działać, zdobywać wiedzę, uczestniczyć w świecie kultury według nowych paradygmatów? Może jest to obrona starej kultury, która może budzić skojarzenie z okopami Świętej Trójcy. Tak czy inaczej, moim zadaniem jest danie choć kilku propozycji, które może osłabią poszczególne kryzysy.

Można te propozycje opisać, analizując trzy podstawowe składniki edukacji, a zatem kwestie związane z nauczycielami, z uczniami i z rzeczywistością szkolną. Wyczerpujący opis postulatów wymagałby wielkiego artykułu. Tu podam krótko niektóre z nich. Mogą stanowić one punkt wyjścia do kolejnych warsztatów.

Kwestie związane z nauczycielem. Nauczyciel stanowi w procesie edukacyjnym bardzo ważne ogniwo. Dobry, działający z pasją pedagog potrafi porwać swoich uczniów i przekazać im o wiele więcej niż tego wymagają szkolne standardy. Zawód nauczyciela jest także powołaniem. Należy to z całą mocą przypominać w dzisiejszym stechnicyzowanym i medialnym świecie. Każdy z nas, nauczycieli, realizuje to powołanie w trudnych warunkach kulturowych, w których do podstawowych kategorii należy relatywizm i upadek autorytetów. Nauczyciel musi ten autorytet posiadać. Musi się o niego starać chociażby przez konsekwentne

postępowanie w procesie dydaktycznym, cechy osobowości, takie jak życzliwość, otwartość, poczucie humoru, sprawiedliwe ocenianie, egzekwowanie zadań, wielką wiedzę merytoryczną, umiejętność, mądre postępowanie wychowawcze [Laska (red.) 2007]. Trzeba mocno podkreślić, że każdy nauczyciel jest wychowawcą, a działanie wychowawcze jest nieustanne. Uczniowie muszą się do tego autorytetu odwoływać i muszą go szanować. Trzeba i w dzisiejszych okolicznościach przywracać relację mistrz – uczeń. Nauczyciel musi na bieżąco doskonalić swoją wiedzę merytoryczną [Bańkowska, Mikołajczuk (red.) 2006]. Nie można zatrzymywać się na poziomie wiedzy wyniesionej ze studiów czy kolejnych stopni specjalizacji. Młodzież natychmiast wyczuwa braki merytoryczne, z podziwem zaś odnosi się do szerokich wiadomości nauczyciela. Zatem powinniśmy ciągle studiować, rozszerzać wiedzę przez nieustanne czytanie, korzystanie z internetu, wyszukiwanie w internetowych księgarniach najnowszych pozycji książkowych, czynne uczestnictwo w konferencjach, także tych odbywanych we własnym gronie pedagogicznym, które często są traktowane jako pusty rytuał. Dobry nauczyciel zaraża uczniów pasją czytania. Należy doskonalić swój warsztat metodyczny. Dzisiejszy uczeń jest zupełnie innym „materiałem” do kształtowania niż ten sprzed kilkunastu lat. Trudno utrzymać mu uwagę na lekcji, szybko się nuży i nudzi, jest niecierpliwy. Zatem od nas, nauczycieli, zależy, czy lekcje będą odpowiednio zorganizowane, atrakcyjne, ciekawe. Należy tu szukać różnych sposobów dotarcia do ucznia. Nie można ciągle powtarzać schematów lekcji, które się prowadzi jednakowo od wielu lat. Musimy być ofensywni w programach autorskich. Realizując program (słynne minimum programowe), możemy być oryginalni, twórczy w doborze różnych treści i w sposobie ich przekazywania. Czasopisma specjalistyczne, poradniki metodyczne dają aż nadto różnych propozycji. Możemy, owszem, z nich skorzystać, ale przecież sami możemy stworzyć nowe, lepsze rozwiązania metodyczne.

Szczególną uwagę należy zwrócić na język kontaktu z uczniem i na aspekty komunikacyjne, gdyż dzisiaj w komunikacji szkolnej kładzie się nacisk na partnerstwo, na stosowanie różnych technik perswazyjnych. Skończyły się proste, w dawnym stylu nakazy, dziś perswazja musi być rozwinięta, mniej dyrektywna, bardziej delikatna.

Ogromną rolę w procesie edukacyjnym odgrywają zajęcia pozalekcyjne. Musimy być otwarci na tego typu pracę z młodzieżą. Ta praca daje znakomite wyniki pedagogiczne. Kółka zainteresowań, redagowanie gazetki szkolnej, zespoły teatralne, grupy miłośników historii, przygotowywanie konkursów i olimpiad – oto bezcenne pokłady pracy nad formacją humanistyczną. Należy je ciągle rozwijać i urozmaicać.

Kwestie związane z uczniem. Uczniowie muszą zrozumieć, że proces edukacji nie jest działaniem opresyjnym szkoły, ale służy ich dobru. Z wielu stron dochodzą dziś głosy, że szkoła ogranicza wolność ucznia, zatem trzeba to „szkodliwe” ograniczenie zmniejszyć. Uczniowie są w tym utwierdzani głównie przez środo-

wiska mieniające się – nawet samozwańczo – ich rzecznikami. Dyskutuje się więc publicznie o zakazie pytania przy tablicy, przywołuje się jako rzekomo niezgodną z prawem kwestię zadawania prac domowych. Ze strony ucznia musi być chęć do rzetelnego wypełniania obowiązków szkolnych w zakresie dyscypliny i nauki tak w szkole, jak i w domu. Musimy wszyscy zdać sobie sprawę, że wiele sprzysięgło się, aby uczeń tych obowiązków rzetelnie nie wykonywał. Rozbudza się nadmierne poczucie wolności, przekonuje się, że wrogiem ucznia jest nauczyciel, wreszcie proponuje się młodzieży ciekawsze niż nauka formy spędzania czasu, zwłaszcza korzystanie z mediów, bo przecież – jak twierdzą niektóre środowiska – młody człowiek ma prawo wyboru. Edukacja jest procesem długim i złożonym, składa się bowiem z wielu kroków i współistniejących elementów, które tworzą bardzo misterny system. Badania dowodzą, że tylko niewielką część wiedzy uczeń przyswaja w szkole. Zresztą nie trzeba tu wielkich badań, wystarczy zwykła, potoczna informacja. Zadawane prace domowe, a więc czytanie, studiowanie, pisanie, uczenie się na pamięć, prace konstrukcyjne, praca nad tekstem, rozmaite ćwiczenia, rozwiązywanie zadań – oto główne elementy ugruntowywania i rozszerzania wiedzy zdobytej w szkole. Gdyby z tej formy nauki zrezygnować i ograniczyć się tylko do edukacji szkolnej, licząc, że uczeń z własnej woli, jako w pełni wolny człowiek, raczy w domu coś przeczytać, pogłębić zdobyte wiadomości, to łatwo przewidzieć, że efekty byłyby małe. Nie byłoby przyswajania wiedzy, bo uczniowie z własnej woli wybraliby ciekawsze formy spędzania czasu. Większość uczniów z własnej, nieprzymuszonej woli nie robiłaby niczego, co łączyłoby się ze szkołą. Młodzi spędzaliby czas – w majestacie prawa – korzystając z mediów. Banalnie, łatwo, wesoło, bez wysiłku, bez stresu.

Uczeń jest osobą, której należy się pełny szacunek. Charakter tej osoby dopiero się kształtuje przez odpowiedni system praw i obowiązków. Dobry nauczyciel to ten, który szanując osobę ucznia, równocześnie wiele od niego wymaga. A jak można wymagać, pozwalając na lenistwo? Często obowiązki z punktu widzenia ucznia są nużące, wymagają ciężkiej pracy, cierpliwości (o którą tak trudno współczesnemu człowiekowi), pokonywania różnych stresów. Ale w takim trudzie kształtuje się charakter, wyrabia się odporność, młodzi lepiej przygotowują się do życia. Nie można młodego człowieka, niedojrzałego emocjonalnie, zwalniać w imię jego rzekomego dobra z obowiązków pracy domowej, także z wielu obowiązków w szkole, bo wyrządza się mu krzywdę. Nauczyciele powinni zachęcać do twórczego korzystania z mediów, powinni polecać czytanie, pisanie i publiczne przemawianie. Studiowanie tekstu pisanego (drukowanego) ciągle jeszcze jest głównym sposobem zdobywania wiedzy.

Szczególną wagę należy przykładąć do rozwoju umiejętności językowych ucznia. Język jest bowiem kluczem do formacji humanistycznej. Każdy język jest oknem na świat posługującego się nim człowieka, jest jego ośrodkiem myślenia, umożliwia wejście do kultury wspólnoty narodowej [Synowiec 2006]. Uczymy się

języka polskiego i każdego obcego z wielu powodów, a najważniejsze są trzy: język jest ważny dla człowieka ze względów osobistych, gdyż jest jego pierwszą legitymacją i umożliwia zdobywanie każdej wiedzy, istotne są względy grupowe, bo język jest najdoskonalszym instrumentem działania w grupie, wreszcie podkreśla się względy narodowe, gdyż kultura narodu istnieje głównie przez język. Dlatego należy rozwijać u uczniów nie tylko sprawność mówienia i pisanie w ojczystym języku, ale i w językach obcych.

Uczniowie muszą znaleźć swoje miejsce w zajęciach pozalekcyjnych. Sami powinni atakować nauczycieli swoimi pomysłami. Trudny do przecenienia jest ich udział w różnych zawodach, konkursach, olimpiadach przedmiotowych.

Czynniki związane z rzeczywistością szkolną. Jeden z postulatów wielkiej reformy edukacyjnej lat ostatnich mówi o odejściu od encyklopedyzmu na rzecz dokonywania operacji wiedzą. Formuła „odejście od encyklopedyzmu” stała się etykietką, w ramach której wyrzuca się wiele treści z programów szkolnych. Wyniki tej „radosnej twórczości” są bardzo złe. Otóż uczniowie nie mają często elementarnej wiedzy. Każda operacja wiedzą, a więc łączenie faktów w system, wydzielanie opozycji, grupowanie faktów i zjawisk ze względu na zadane kryterium, stosowanie praw, reguł matematycznych czy fizycznych itd., odbywać się musi na przyswojonej wiedzy, bez której nie można prowadzić operacji. Uczniowie są tu bezradni, gdyż nie mają na czym „zahaczyć” swoich analiz. Hasło odejścia od encyklopedyzmu miało w założeniu sprzyjać uczeniu myślenia. Tymczasem okazuje się, że uczniowie, nie znając faktów (zjawisk, koncepcji, reguł, praw), nie mogą sobie poradzić z elementarnymi operacjami logicznymi. Nie można porządnego poznawania faktów nazywać złym encyklopedyzmem. Każdy dobry nauczyciel wie, które treści – ze względu na system budowanej wiedzy – są ważne (obligatoryjne), a które są mniej istotne (fakultatywne). A myślenia nie nauczymy bez znajomości faktów.

Czynniki decydujące o polskiej edukacji muszą zrewidować kilka dotychczasowych rozwiązań samego procesu nauczania. Musi być przerwane nieporozumienie w zdawaniu matury z języka polskiego. Obecnie matura może – według klucza egzaminacyjnego – być zdana przy bełkocie treściowym pytań otwartych, przy pierwszorzędnym błędach ortograficznych i zupełnym niestosowaniu znaków interpunkcyjnych. Musimy przywrócić wagę nauczania historii i gramatyki języka polskiego.

Pojawiają się koncepcje kolejnej reformy polegającej na ścisłej specjalizacji w liceach. Może to wywołać wielkie zagrożenie dla formacji humanistycznej, gdyż godziny przedmiotów humanistycznych mogą być dla wielu uczniów drastycznie okrojone. Akurat jest to odwrotna tendencja niż stosowana coraz częściej w Unii Europejskiej humanizacja wiedzy ścisłej czy technicznej.

Należy ciągle postulować zwiększenie funduszy na szkolnictwo, na pensje nauczycielskie, na gabinety szkolne, biblioteki, zajęcia pozalekcyjne, wycieczki

szkolne, stypendia, rzeczywiste, a nie tylko formalne programy wyrównywania szans. Ale to już zadania dla polityków i samorządowców, którzy muszą zrozumieć, że każda złotówka wydana na edukację procentuje w przyszłości.

Takie Rzeczpospolite będą, jakie ich młodzieży chowanie. Wielką rolę w kształceniu i wychowywaniu musi mieć formacja humanistyczna.

Literatura

- Bańkowska E., Mikołajczuk A. (red.), 2006, *Kompetencje nauczyciela we współczesnej szkole*, Warszawa.
- Bortnowski S., 2006, *Czy koniec epoki czytania lektur?* [w:] *Kompetencje nauczyciela polonisty we współczesnej szkole*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa, s. 205–214.
- Dunaj B. (red.), 1996, *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa.
- Dyczewski L., 2002, *Trwałość i zmienność kultury polskiej*, Lublin.
- Hopfinger M. (red.), 2005, *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, Warszawa.
- Gajda J. (red.), 2000, *O nowy humanizm w edukacji*, Kraków.
- Gajda S., 2007, *Język polski we współczesnej europejskiej przestrzeni kulturowo-językowej*, „Prace Filologiczne”, LIII, s. 205–214.
- Janiga W. (red.), 2006, *Wychowanie do patriotyzmu*, Przemyśl – Rzeszów.
- Kozielecki J. (red.), 1999, *Humanistyka przełomu wieków*, Warszawa.
- Laska E.I. (red.), 2007, *Nauczyciel między tradycją a współczesnością. Teoria i praktyka*, Rzeszów.
- Miczka T., 2005, *Kultura w stylu KISS. Pierwsze, czyli proste – Keep it simple, stupid!* [w:] *Nowe media – nowe w mediach*, t. 1: *W kulturze pierwszych stron*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław, s. 87–96.
- Mrozowski M., 2001, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa.
- Myrdzik B., Morawska I. (red.), 2007, *Czytanie tekstów kultury. Metodologia, badania, metodyka*, Lublin.
- Ożóg K., 2007, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, wyd. III, Rzeszów.
- Sartori G., 2007, *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Kraków.
- Synowiec H., 2006, *O sytuacji języka ojczystego w zreformowanej szkole* [w:] *Kompetencje nauczyciela polonisty we współczesnej szkole*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa, s. 125–136.
- Szempruch J. (red.), 2006, *Edukacja wobec wyzwań i zadań współczesności i przyszłości*, Rzeszów.
- Szerląg A. (red.), 2004, *Edukacja ku wartościom*, Kraków.

CONTEMPORARY PROBLEMS OF HUMANITIES STUDIES – AN OVERVIEW

Summary

The aim of humanities studies is to shape a person in all of his or her aspects: spiritual, intellectual, moral, national and European. The crisis of this type of education is of concern to us. There are a number of causes of the crisis, and surprisingly the most important ones are: the huge development of modern means of communications, the state of mass culture, consumerism, media presence. The article analyses those issues in the context of Western cultural trends.

Maria Krauz

Uniwersytet Rzeszowski

**SPRAWOZDANIE Z OBRAD
VIII FORUM KULTURY SŁOWA
„KULTURA ZACHOWAŃ JĘZYKOWYCH
POLAKÓW”, KTÓRE ODBYŁO SIĘ 20–22.10.2011 R.
W RZESZOWIE**

Uniwersytet Rzeszowski był w roku 2011 współorganizatorem i gospodarzem **VIII Forum Kultury Słowa**. Fora są ogólnopolskimi cyklicznymi konferencjami poświęconymi komunikacji językowej w dobie przemian, na których spotykają się przedstawiciele różnych dyscyplin naukowych: językoznawcy, przedstawiciele nauk społecznych, zainteresowani językiem i komunikacją reprezentanci nauk niehumanistycznych oraz dziennikarze. Są organizowane cyklicznie co 2–3 lata przez Radę Języka Polskiego przy Prezydium PAN oraz uczelnię będącą w danym roku gospodarzem spotkania. VIII Forum odbyło się 20–22 października 2011 r. w Rzeszowie pod honorowym patronatem Marszałka Województwa Podkarpackiego dra Mirosława Karapyty, a obrady prowadzone były w dużej auli Uniwersytetu Rzeszowskiego. Tematem ostatniego spotkania była kultura zachowań językowych Polaków.

W czasie trzydniowych obrad uczestnicy wysłuchali interesujących referatów zebranych w spójne grupy tematyczne. Pierwsze wystąpienia rozpoczynające obrady i dyskusję ułożone w bloku „Kultura zachowań językowych w ujęciu historycznym, politycznym i antropologicznym” poświęcone były grzeczności językowej w szerokim ujęciu. Profesor **Stanisław Dubisz** w referacie *Od dialogu do polilogu – czyli o tym, jak rozmawiał kmiotek z żoną, pan z wójtem i plebanem, rodak z rodakiem, a Polak z Polakiem* omówił ewolucję kultury zachowań językowych w dziejach polskiej wspólnoty, wskazując ich zmienność w czasie i uzależnienie od ewolucji systemu językowego, podkreślając, iż kultura zachowań językowych jest uzależniona od form komunikacji charakterystycznych dla danej wspólnoty. W dziejach polskiej wspólnoty wyróżnił sześć głównych okre-

sów: 966–1513 – dominacja kultury mówionej i elitarność komunikacji pisanej początkowo wyłącznie w języku łacińskim, 1513–1863 – równoważność komunikacji mówionej i pisanej w wyższych warstwach społecznych, 1863–1920 – funkcjonalne zróżnicowanie komunikacji mówionej i pisanej, 1920–1960 – współwystępowanie obu typów komunikacji oraz demokratyzacja komunikacji mówionej dzięki upowszechnieniu się nowego środka przekazu – radia, 1960–2000 – równowaga form i typów komunikacji mówionej i pisanej w całej wspólnocie. Od roku 2000 następuje rozwój wszelkich form komunikacji, w tym intensywny rozwój komunikacji elektronicznej. Analiza dialogów prowadzi autora do wyróżnienia trzech zasadniczych faz rozwojowych: fazy staropolskiej obejmującej kształtowanie się wzorców, średniopolskiej, szlachecko-sarmackiej, o rozwiniętej formułczości i konwencjonalizacji, oraz nowoczesnej, charakteryzującej się zwiększeniem zakresu polilogu i typów dyskursu, prowadzącej do „uśrednionej” grzeczności.



Fot. 1. Rektor Uniwersytetu Rzeszowskiego prof. Stanisław Uliasz otwiera obrady VIII Forum Kultury Słowa. W Prezydium prof. Kazimierz Ożóg i prof. Andrzej Markowski – organizatorzy forum.

Kolejny referat zatytułowany „– Kucharko, gdzieście? – Otom tu, Panno Dośko, co waszeć każesz?”. Czego cudzoziemcy mogli się dowiedzieć o polskiej etykietce językowej w XVII i XVIII wieku wygłosiła profesor **Anna Dąbrowska**. Autorka mówiła o języku polskim nie jako ojczystym, ale o nauczaniu języka polskiego

jako obcego. Ogląd z perspektywy historycznej dotyczył zawartości wybranych podręczników do języka polskiego wprowadzonych w szkołach na pograniczu polsko-niemieckim. Podstawę materiałową stanowiły rozmowy oficjalne i dialogi stylizowane na potoczne zawarte w podręcznikach z XVII i początku XVIII w., z których do analizy autorka wybierała formuły adresatywne, tytuły honoryfikacyjne, służące uzyskaniu odpowiedzi na pytanie, jakie wzorce zachowań grzecznościowych mogły być przejęte przede wszystkim przez Niemców uczących się z tych opracowań. Szczegółowe omówienie przykładów pokazało wielość form grzecznościowych i ich dużą wariantywność, szczegółową znajomość przez autorów wzorca etykiety oraz wpływ etykiety wzorcowej na przejęcie przez mieszczan wyższej normy szlacheckiej.

Zainteresowanie słuchaczy i dyskutantów wzbudził tekst profesor **Malgorzaty Marcjanik** *Przełomy polityczne a przełomy w grzeczności językowej*. Autorka omówiła bezpośredni bądź pośredni wpływ zmian politycznych i ekonomicznych w różnych okresach – wiek XIX i początek XX, okres po 1918 r., po II wojnie światowej oraz ostatnie zmiany po 1989 r. – na stan obyczajów grzecznościowych Polaków. Początkowo tempo życia było wolne, a elitarna kultura dworu stopniowo przenikała do reszty społeczeństwa, głównie warstw najwyższych. W XIX w. wzrósł prestiż pracowników umysłowych, a szczególnym szacunkiem cieszyły się wolne zawody: lekarze, adwokaci, profesorowie wyższych uczelni. I wojna światowa położyła kres procesom demokratyzacyjnym, a autorzy podręczników *savoir-vivre'u* kodyfikowali wysokie wzorce, dostosowując je do współczesnych zmienionych realiów. Kolejne przemiany obyczajowe połączone z bardziej swobodnymi zachowaniami językowymi i niejęzykowymi to domena lat trzydziestych, jednak autorzy poradników dobrego wychowania nie umieli przeciwdziałać negatywnym zjawiskom. II wojna światowa i zmiana polityczna przyniosła odwrócenie kierunku oddziaływania wzorów grzecznościowych, a dawne obyczaje stały się dla klasy robotniczo-chłopskiej wrogimi, burżuazyjnymi. Zerwano z tradycyjną rolą rodziny, funkcje wychowywania i przekazywania norm grzecznościowych pełniła szkoła, a jedynymi wystąpieniami na temat obyczajów grzecznościowych były felietony Jana Kamyczka (czyli Janiny Ipohorskiej). Dalsza liberalizacja zachowań, demokratyzacja obyczajów polegająca głównie na równości partnerów interakcji i wprowadzaniu obcych, przede wszystkim amerykańskich, wzorów, wolność słowa w mediach i polityce, ekspansja potoczności każe autorce oceniać stan współczesnych obyczajów jako rewolucję znoszącą tradycyjne polskie wzory grzeczności. Zmiany, które początkowo wpływały na uproszczenie etykiety z zachowaniem tradycyjnych wzorców, dziś prowadzą do zerwania z tradycją i naśladowania wzorów zachodnich sprzecznych z polską kulturą.

Część popołudniowa poświęcona była kulturze zachowań językowych w komunikacji władzy ze społeczeństwem, a referaty opatrzone tytułami mającymi postać wypowiedzi pytających skłoniły uczestników forum do rozmowy i po-

lemiki. Profesor **Kazimierz Ożóg** w referacie *W co grają politycy? O rytuałach grzecznościowych w języku polityków* pokazał nową próbę oglądu etykiety językowej polityków, szybko zmieniającej się w ostatnich latach. Zaznaczył, iż zmiany w dyskursie politycznym: odrzucenie nowomowy komunistycznej, budowa nowej komunikacji politycznej opartej na zasadzie pluralizmu, odbywają się również przez słowa, a język musi odzwierciedlać bogactwo życia politycznego. Badacz rozpatrywał rytualne zachowania grzecznościowe w kategoriach gier komunikacji. Szczegółowo omówił trzy rodzaje gier: *gdyby nie ty*, tłumaczącą wiele zachowań antyetykietalnych, uniwersalną grę *moje jest lepsze*, czyli stosowanie wysokich norm grzecznościowych wobec polityków, którzy podzielają wizję świata nadawcy, i łamanie etykiety wobec przeciwników politycznych, oraz grę wyborczą, polegającą na używaniu w celach pragmatycznych, głównie w tekstach wyborczych, wysublimowanych form grzecznościowych.

Doktorzy językoznawca **Rafał Zimny** i politolog **Przemysław Żukiewicz** – autorzy kolejnego wystąpienia *Ciemny lud to kupił? O językowych typach przywództwa politycznego po 1989 roku. Spojrzenie z perspektywy etycznej*, zainteresowali uczestników obrad kategorią nieobecną dotąd w polskim dyskursie naukowym – językiem przywództwa politycznego. Wydzielili dwa jego podtypy: komunikację przywódczą sensu stricto oraz komunikację agitacyjną obliczoną na pozyskanie nowego wyborcy. Omawiając proces komunikacji przywódczej, zanalizowali różnice w sposobie wypowiedzania się w kilku wymiarach: potwierdzenia wspólnoty, wskazania sposobu działania oraz zapewnienia o prawdziwości przekazu. Istotne różnice ilustrowali wypowiedziami z kampanii wyborczych w latach 2007 i 2011 liderów dużych ugrupowań politycznych Donalda Tuska i Jarosława Kaczyńskiego.

Ostatni referat w tym bloku tematycznym zatytułowany *Jak sądy i trybunały komunikują się z obywatelami?* przedstawili prawnicy doktor **Agnieszka Choduń** i profesor **Maciej Zieliński**. Głównym przedmiotem rozważań były trzy zagadnienia: status sądu i trybunału rozumianych jako organy władzy sądowniczej, omówienie przestrzeni, w której odbywa się komunikacja, charakterystyka uczestników, ich zachowań werbalnych i niewerbalnych oraz pełnionych przez nich ról. Szczegółowa analiza wszystkich składników prowadzi do wniosku, że komunikacja organów władzy sądowniczej z obywatelami jest sformalizowana, o wysokim stopniu zrytualizowania, mającego źródła w normach prawnych, które wyznaczają modelowy wzorzec zachowań, a naruszenie norm wyznaczających sposób komunikowania się pociąga za sobą określone skutki prawne.

W drugim dniu obrady poświęcone były kulturze zachowań językowych w różnych środowiskach, a wygłoszone teksty dotyczyły komunikacji w środowiskach medycznym, duchowieństwa i przedstawicieli handlowych. Profesor **Jan Doroszewski** wygłosił referat *Komunikacja personelu medycznego z pacjentem – aspekt językowy, psychologiczny i etyczny*. Przedstawił koncepcję komunikowania się personelu medycznego z pacjentem na płaszczyźnie indywidualnej, twarzą

w twarz, jednostka z jednostką. Jest to model postulowany, przedstawiający dobrą komunikację, taką, jakiej uczą się studenci medycyny, której cechami są poprawność, zgoda z prawdą, zrozumiałość, zwięzłość, skuteczność, uczciwość, szczerłość, przyjazny stosunek do pacjenta, czyli maksymy dobrego współdziałania językowego. Profesor, przedstawiając ogólny model komunikowania, schemat informatywno-etyczny, wymienił etapy postępowania w czasie rozmowy z pacjentem, pokazał przykłady przekładania języka medycznego na potoczny, możliwości składniowe. Ważnym aspektem porozumienia jest konsensus komunikacyjny, czyli zgodność między tym, co przekazuje lekarz, a tym, co odbiera pacjent.

Profesor **Elżbieta Umińska-Tytoń** i doktor **Elżbieta Kucharska-Dreiss** wygłosiły tekst *Z badań nad sposobami zwracania się do osób duchownych w Polsce*. Zbierając materiał do publikacji książkowej *Wielebny, Przewielebny, Najprzewielebniejszy... O sposobach zwracania się do osób duchownych w Polsce*, prowadziły liczne konsultacje, rozmowy i wywiady z przedstawicielami różnych wspólnot wyznaniowych. W badaniach uwzględnione zostały religie monoteistyczne, a spośród różnych wspólnot te, które są reprezentowane w Polskiej Radzie Ekumenicznej. Wybrane do omówienia problemy związane z użyciem form adresatywnych dotyczyły najważniejszych dla użytkowników języka kwestii: przyporządkowania duchownych do właściwej im wspólnoty, umiejscowienia ich w hierarchii tej wspólnoty oraz znajomości tytułatury przysługującej osobie duchownej. Autorki podkreśliły, że właściwe użycie tytułów identyfikujących ze względu na funkcję lub godność, tytułów standardowych, symbolicznych i atrybutywnych wymaga od użytkowników szczegółowej wiedzy o różnych wspólnotach.

Profesor **Halina Zgółkowa** w referacie *Strategie komunikacyjne w rozmowach przedstawicieli handlowych z klientami* omówiła techniki z zakresu komunikacji interpersonalnej stosowane w kontaktach bezpośrednich między kupującym a sprzedającym. Autorka zaprezentowała kilkanaście strategii głównych i ich odmian, między innymi: skonwencjonalizowane strategie powitania i pożegnania, strategie skrajnej familiarności, prywatne, lojalnościowe, nastawione na podtrzymanie kontaktu w przyszłości, strategie usługowego demonstrowania, przyznawania bonusów, komplementowania, degustacji, strategie grosika oraz takie, które są połączeniem elementów behawioralnych z językowymi, ilustrując podawane przykłady wieloma zwrotami i fragmentami dialogów.

Ostatni dzień forum poświęcony był kulturze komunikacji niewerbalnej oraz stosunkowi Polaków do normy językowej. W pierwszym wystąpieniu *Kultura komunikacji niewerbalnej polityków, czyli miny, znaki i oznaki* autorzy profesor **Jolanta Antas** i doktor **Jakub Pstrąg** przedstawili niewerbalne zachowania polityków. Szukali znaków przyjaźni i wrogości, a znaleźli tylko znaki dezaprobaty i pogardy. Znaki niewerbalne należą do poziomu interpersonalnego języka, wyrażają stosunek do osób uczestniczących w procesie komunikacji. Gesty interakcyjne, do których oprócz gestów zaliczane są mimika i elementy

parajęzykowe, wyrażają rzeczywisty stosunek do rozmówcy, zdradzając intencje nadawcy. Autorzy podkreślali, że każda wypowiedź i wystąpienie publiczne jest w pewnym stopniu ujawnianiem siebie, odsłanianiem części samego siebie, „zdejmowaniem maski”, a każde zachowanie niewerbalne należy rozpatrywać razem z wypowiedzianym słowem, ponieważ gest stanowi integralną część aktu werbalnego. Gesty nie są znakami słów, ale znakami pojęć, idei, wyrażają te myśli, które są źródłem informacji zarówno dla odbiorców w studiu, jak i przed telewizorem. Ujawnianie samego siebie może być celowe, jak i mimowolne. Omawiane wypowiedzi publicznych polityków i towarzyszące im gesty są znakami mentalnej niezgody z przedstawianymi treściami i braku porozumienia, niosą sygnały niechęci, zniecierpliwienia, znudzenia, politowania, dezaprobaty dla partnera interakcji. Autorzy, analizując i ilustrując najczęściej pojawiające się gesty, dochodzą do wniosku, iż smutny jest obraz polskiej debaty politycznej, ponieważ gesty nie są symboliczne, nie służą uatrakcyjnieniu wypowiedzi ani obrazowaniu idei, o której się mówi, ale sugerują, iż obojętnie, co powie uczestnik komunikacji, można go lekceważyć, bo on sam jest godny lekceważenia.

Zainteresowanie – również dziennikarzy – wzbudził referat doktor **Jagody Bloch** *Intonacja współczesnych serwisów informacyjnych – zmiany, tendencje rozwojowe*. Autorka podkreśliła rolę brzmienia ludzkiego głosu i intonacji w procesie rozumienia i przyswajania informacji. Mówienie medialne, uznawane za mówienie o charakterze publicznym, na ogół uznawane jest przez odbiorców za wzór wymowy. Nie zawsze jednak wymowa, intonacja i ekspresja dziennikarzy są wzorcowe. Autorka przeanalizowała głównie te zagrożenia, które są odstępstwami od logiki wypowiedzi, zaliczając do nich płaskość intonacyjną i mówienie beznamiętne, niepoprawne frazowanie, burzące logikę tekstu, przeakcentowanie, czyli zbyt mocne akcentowanie każdego wyrazu, wypowiadanie tekstu z linią antykadencyjną, sugerującą, iż wypowiedź będzie jeszcze kontynuowana, pośpiech w czytaniu oraz nieadekwatne zabarwienie głosu w stosunku do przekazywanej informacji.

Stałym, ciekawym punktem obrad forum jest dyskusja panelowa. Panel, którego temat brzmiał: „Poprawność polityczna a potrzeba wyrazistości w komunikowaniu się”, poprowadził profesor **Jerzy Bralczyk**, a uczestniczyli w nim również profesor **Mirosław Karwat**, politolog zajmujący się pograniczem semantyki i polityki, jego prace dotyczą komunikacji politycznej i społecznej, doktor **Katarzyna Kłosińska**, która zajmuje się językiem polityki i jego użyciem, oraz redaktor **Jerzy Sosnowski**, który zaprezentował stanowisko praktyczne dziennikarza wiedzącego, jakie ma (chciałby mieć) ograniczenia w mówieniu i pisaniu. Rozmowa panelowa dotyczyła potrzeby wyrazistego, przyciągającego uwagę odbiorców nazywania rzeczywistości przy jednoczesnym zachowaniu poprawności politycznej. Zastanawiano się, czy te dwa pojęcia „poprawność” i „wyrazistość” się kłócą, do jakiego stopnia powinniśmy być poprawni i czy stopień instytucjonalności tej poprawności stawia przed użytkownikami nowe wyzwania. Rozważano kwestie utożsamiania wyrazistości

z ekspresywnością, sugestywnością i spontanicznością, dyskutowano zależności między etykietą i poprawnością, przywołując dawne znaczenie słowa „polityczny”, czyli grzeczny. Przywoływano różne interpretacje terminu „poprawność polityczna”, która z jednej strony oznacza nieszerzenie stereotypów i nieranianie bliźnich (czyli projekt pokoju społecznego), z drugiej odbiera pewien rodzaj naturalności komunikatom. Domaganie się poprawności politycznej nie powinno prowadzić do pozbawienia naszych opinii ocen. Pytano, czy idea poprawności politycznej wnosi coś nowego w stosunku do zasady etyki słowa, by drugiego człowieka, mając inne zasady polityczne, nie niszczyć, nie upokorzyć, nie zranić. Padła też propozycja, by na sprawę poprawności politycznej popatrzeć jak na technikę budowania pozytywnych relacji z partnerem interakcji. Kończąc dyskusję, redaktor Jerzy Sosnowski zaproponował, by poprawność polityczną rozumieć jako regułę użycia języka polskiego w sytuacjach publicznych, wliczając w to internet.

Równie ciekawa była długa i rozwijająca dyskusja po każdej grupie wystąpień, której poświęcono tyle samo czasu co na referaty, ponieważ referenci i dyskutanci występują na forum na równych prawach. Wszystkie głosy w dyskusji opublikowane zostaną w tomie pokonferencyjnym.

Uzupełnieniem obrad były prezentacje i warsztaty poświęcone trzem zagadnieniom: zanikającej sztuce polskiej kaligrafii, zastosowaniom Narodowego Korpusu Języka Polskiego oraz prezentacji nowej polskiej czcionki o dźwięcznej nazwie *Apolonia*. Wszystkie warsztaty skupiły duże grono zainteresowanych tymi różnorodnymi poświęconymi kulturze i komunikacji językowej spotkaniami.

Warsztaty kaligraficzne o tematyce „Polska kaligrafia i lekcje ładnego pisania” poprowadziły **Stanisława Wojciechowska, Agata Hącia i Magdalena Majdak**, a chętni poznali nie tylko tajniki tej sztuki, ale wzięli również udział w lekcjach ładnego pisania. Mogli dowiedzieć się, że nauka kaligrafii jest nie tylko sztuką ładnego kreślenia liter, ale również dotyczy utrzymania właściwej postawy ciała, odpowiedniej odległości kartki od oczu, prawidłowego trzymania pióra czy ołówka. Pani Stanisława Wojciechowska, nauczycielka pracująca w Szkole Podstawowej w Świętoniowej, której uczniowie od wielu lat zdobywają główne nagrody w konkursach ładnego pisania, zapoznawała uczestników warsztatów z poszczególnymi elementami liter, ich połączeniami i cieniowaniem. Estetyczny tekst to również umieszczenie liter na kartce, zachowanie marginesów i uwzględnienie światła. Nauczycielka podkreśliła, że nauka kaligrafii jest też formą terapii w przezwyciężaniu dysgrafii, ćwiczy nie tylko rękę, ale kształci umysł. Panie Agata Hącia i Magdalena Majdak omówiły na zakończenie zawartość publikacji dotyczącej historii kaligrafii, wzorców kaligraficznych, uwarunkowań ładnego pisania, która zostanie opublikowana przez Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.

Z kolei doktor **Tomasz Welna** zaprezentował nową polską czcionkę, której jest twórcą, a prezentacja zatytułowana została *Apolonia – czcionka polska od a do ż*. *Apolonia*, ponieważ to piękne imię kobiece, zawiera w sobie fragment polonia,

więc nawiązuje do polskości, a A na początku nazwy powoduje, że *Apolonia* ma przewagę w alfabetycznym spisie czcionek w komputerze. T. Wełna podkreślił potrzebę opracowania nowej polskiej czcionki narodowej (jako alternatywy np. dla *Times New Roman*), specjalnie dostosowanej do języka polskiego, o eleganckim kroju pisma, uwzględniającej m.in. głoski nosowe i środkowojęzykowe, typowo polskie ligatury, połączenia znaków cz, rz, sz, dzięki którym można wyeliminować niekorzystne dziury między literami. Każdy mógł także spróbować sił w tworzeniu nowych czcionek, a zamysłem prowadzącego prezentację było również pobudzenie do refleksji, że wybór czcionki w komputerze jest bardzo ważny.

Stanowisko trzecie „Gramatyczne, leksykalne i socjolingwistyczne zastosowania Narodowego Korpusu Języka Polskiego” poprowadzili profesorowie **Rafał Górski** i **Marek Łaziński**, twórcy korpusu. Korpus liczy około 1,5 miliarda słów i stanowi reprezentację całej polszczyzny, gdyż każda odmiana językowa jest bogato reprezentowana. Większość źródeł stanowią teksty pisane (ok. 3 tysięcy książek, kilka milionów artykułów prasowych), w mniejszym stopniu występują teksty mówione (ok. 2 milionów słów). Zrównoważony reprezentatywny podkorpus, stanowiący zbiór stały i zamknięty, liczy ok. 300 milionów słów, a 1 milion słów liczy korpus ręcznie wprowadzony. Autorzy przedstawiali sposoby korzystania z korpusu, sposoby odczytywania informacji leksykalnych i gramatycznych, możliwości ograniczania badań do określonego stylu, typu tekstu, czyli gatunku, a także lat. Omówili funkcje korpusu i zapoznali zainteresowanych z najkrótszą instrukcją obsługi.

Zainteresowanie uczestników VIII Forum wzbudził wyjazd do Muzeum-Zamku w Łańcucie, zwiedzanie komnat i biblioteki z unikatowymi zbiorami, a całość wieczoru zakończył Koncert Muzyki Polskiej w wykonaniu Agnieszki Hoszowskiej-Jabłońskiej – fortepian i Jacka Ścibora – tenor. W sali Balowej zamku rozbrzmiały piękne pieśni polskich kompozytorów: Stanisława Moniuszki, Fryderyka Chopina, Ignacego Jana Paderewskiego i Jana Galla, w niezapomnianej interpretacji artystów.

Profesor Andrzej Markowski, podsumowując obrady, podkreślił różnorodną tematykę wystąpień oraz pobudzającą dyskusję o języku, co wyróżnia spotkania na forum. Zaprosił na kolejne spotkanie, które będzie organizowane przez Uniwersytet Szczeciński za dwa lata.



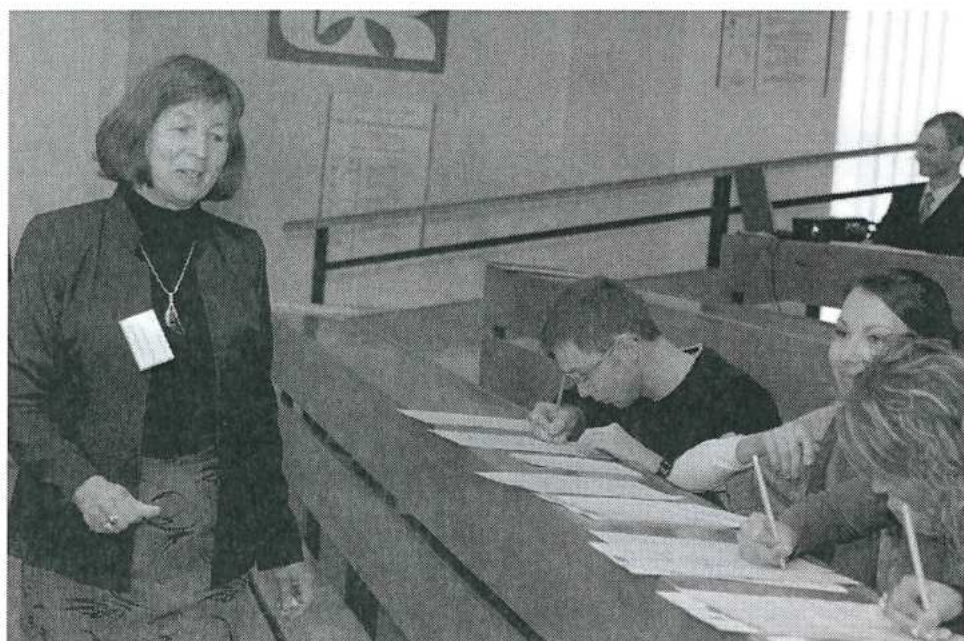
Fot. 2. Uczestnicy obrad zebrani w auli uniwersyteckiej



**Fot. 3. Licznie zebrani uczestnicy VIII Forum Kultury Słowa.
W pierwszym rzędzie: prof. Jerzy Bralczyk, mgr Iwona Rządecka- Mikołajczyk
i dr Maria Krauz (jedna z organizatorów forum)**



Fot. 4. Referenci i goście obrad.
Na pierwszym planie prof. Stanisław Dubisz i prof. Małgorzata Marcjanik



Fot. 5. Mgr Stanisława Wojciechowska prowadzi warsztaty kaligraficzne



Fot. 6. Prowadzący dyskusję plenerową: prof. Jerzy Bralczyk, prof. Mirosław Karwat, dr Katarzyna Kłosińska i red. Jerzy Sosnowski



Fot. 7. Obrady w małej auli – referenci, goście i pracownicy Zakładu Języka Polskiego



Fot. 8. Prof. Jerzy Bralczyk, dr Katarzyna Kłosińska (jedna z organizatorów forum), dr Agnieszka Choduń oraz prof. Maciej Zieliński

**A REPORT ON PROCEEDINGS OF VIII FORUM ON WORD CULTURE
„CULTURE OF A LANGUAGE BEHAVIOUR OF POLISH PEOPLE”,
WHICH TOOK PLACE FROM 20TH UNTIL 22ND OCTOBER 2011 IN RZESZÓW**

Summary

From 20th until 22nd October 2011 at the University of Rzeszów was held VIII Forum on Word Culture devoted to culture of a language behaviour of Polish people. It was organised by the Council for the Polish Language at the Presidium of the Polish Academy of Science and the University of Rzeszów. The conference was an important intellectual event, giving an opportunity to have an interesting discussion about a language communication in Poland in the era of transformation. The discussion concerned: a culture of behaviour in historical, anthropological and political context, language communication in different social circles, communication strategies, a language etiquette and a language of politics. The varied, but coherent subject matter created an opportunity to have a discussion for each of the Forum participants, because speakers and disputants participated in sessions on equal terms.

About 300 people took part in the sessions of the Forum. The speakers were the most outstanding experts on the discussed subject matter, inter alia: Prof. Anna Dąbrowska, Prof. Małgorzata Marcjanik, Prof. Halina Zgólkowa, Prof. Jolanta Antas, Prof. Elżbieta Umińska-Tytoń, Prof. Stanisław Dubisz, Prof. Jan Doroszewski, Prof. Kazimierz Ożóg, Jagoda Bloch, PhD, Jakub Pstrąg, PhD, Rafał Zimny, PhD, Przemysław Żukiewicz, PhD, Agnieszka Choduń, PhD, Elżbieta Kucharska--Dreiss, PhD. A panel discussion was conducted by: Prof. Jerzy Bralczyk, Prof. Mirosław Karwat, Katarzyna Kłosińska, PhD, edit. Jerzy Sosnowski, and sessions in sections were conducted by: Prof. Andrzej Markowski, Prof. Anna Dąbrowska, Prof. Walery Pisarek, Prof. Zofia Bilut-Homplewicz, Prof. Kazimierz Ożóg. The sessions were very popular among students and language enthusiasts from Rzeszów.

WSKAZÓWKI DLA AUTORÓW

Informacje ogólne

1. Pismo „Słowo. Studia językoznawcze” jest wydawane przez Uniwersytet Rzeszowski jako rocznik. Artykuły zamieszczane w tomie powinny być przygotowane w języku polskim i opatrzone streszczeniem w języku polskim i angielskim (w j. ang. również tytuł artykułu) – każde ze streszczeń o objętości ok. połowy strony A4.

2. Do druku przyjmowane są niepublikowane dotychczas artykuły, polemiki, recenzje, tłumaczenia tekstów obcych z odpowiadającego pismu zakresu tematycznego, a także informacje, sprawozdania i wspomnienia związane z życiem naukowym środowiska językoznawców.

3. Tekst pracy wraz z bibliografią (złożony standardowo – w formacie A4, w Wordzie, czcionką Times New Roman 12 pkt, odstęp między wierszami 1,5, tekst wyrównany do lewego i prawego marginesu, wcięcie akapitowe 0,67) o objętości nieco ponad 40 tys. znaków ze spacjami (1 arkusz autorski) z wersją elektroniczną na płycie CD należy przekazać lub przesłać do Redakcji w dwóch egzemplarzach. Wraz z tekstem należy podać dane o autorze (imię i nazwisko, stopień naukowy, miejsce zatrudnienia, numer telefonu i adres internetowy).

4. Po wstępnym zakwalifikowaniu tekstów do numeru przesyłane są przez Wydawnictwo UR do recenzji zewnętrznej.

5. Po recenzji autorzy (jeśli jest taka potrzeba) nanoszą poprawki zgodnie z sugestiami opiniującego.

6. Po pierwszej korekcie redakcyjnej autor otrzymuje pracę do korekty autorskiej, po czym w terminie do dwóch tygodni odsyła ją do Redakcji.

7. Za prace ogłoszone drukiem autorzy nie otrzymują honorarium. Przysługuje im natomiast 1 bezpłatny egzemplarz pisma.

8. Prac drukowanych oraz niezamawianych ani ich wersji elektronicznych Redakcja autorom nie zwraca.

9. Prace należy przysyłać pod adresem:

Redakcja „Słowa. Studiów językoznawczych”

Uniwersytet Rzeszowski

Instytut Filologii Polskiej

35-959 Rzeszów, al. Rejtana 16 c

e-mail: sekfp@univ.rzeszow.pl

Ważniejsze ustalenia dotyczące tekstu głównego

1. Tytuły książek, artykułów, utworów literackich, muzycznych, obrazów wyróżniamy kursywą.
2. Tytuły wystaw, konferencji, sesji naukowych, konkursów podajemy antykwą w cudzysłowie.
3. Cytaty ze źródeł i literatury przedmiotu podajemy konsekwentnie antykwą w cudzysłowie, opuszczenia w cytatach – w nawiasach kwadratowych trzy kropki.
4. Przy pierwszym przytoczeniu osoby podajemy jej imię i nazwisko lub chociaż inicjał imienia i nazwisko, przy kolejnych użyciach – nazwisko.
5. Przy pierwszym wystąpieniu nazwy organizacji czy instytucji podajemy jej pełny zapis, dalej – ewentualnie skrót. W przypadku nazw powszechnie znanych (np. TMJP) dopuszcza się podanie skrótów bez ich rozwijania przy pierwszym użyciu.
6. Liczebniki piszemy słownie, jeśli można je zapisać jednym słowem, zwłaszcza gdy odnoszą się do osób. Przy wyliczeniu lub porównywaniu danych – cyframi. Stosujemy skróty: tys., mln, mld, jeżeli występują pełne tysiące (np. 47 tys.), w innym wypadku posługujemy się cyframi (np. 46 305). W liczebnikach pięciocyfrowych i wyższych wprowadzamy w zapisie spacje (np. 45 300, 4 400 433).
7. Stosujemy skróty i skrótownice słownikowe, takie jak: dr, tj., godz., FAMA, PTJ, DzURP itd. (według *Nowego słownika ortograficznego PWN* lub *Słownika skrótów i skrótownic* A. Czarneckiej i J. Podrackiego). W przypadkach zależnych takich skrótów jak dr, mgr, mjr itp. stosujemy zapis z kropkami (dr., mgr., mjr.).
8. Przyjmujemy następujący sposób zapisu dat w tekście głównym: 3 października 1961 r.
9. Stosujemy zapis: lata dziewięćdziesiąte (forma: lata 90-te jest błędna).
10. Zapisujemy: XX w., nie 20. w. czy dwudziesty wiek.
11. Okresy, np. 1939–1945, łączymy pauzą bez spacji, podobnie strony dzieła, np. s. 11–20. Liczbę wszystkich stron utworu (ma być podzielna przez 4) podajemy następująco: 420 ss.
12. Dywiz służy do zapisu nazwisk dwuczłonowych, np. Czerny-Stefańska, Ptaszyn-Wróblewski, złożień przymiotnikowych: biało-czerwony, literacko-artystyczny itp.; nie stosujemy dywizu w zestawieniach, gdzie drugi wyraz precyzuje znaczenie pierwszego, np. artysta muzyk, nauczyciel wychowawca.
13. Wyrażenia obcojęzyczne o dużym stopniu przyswojenia przez język polski piszemy tekstem prostym, np. notabene (łącznie), par exemple, expressis verbis itp., inne, zwłaszcza terminy naukowe niemające polskich odpowiedników, zapisujemy kursywą.
14. Unikamy stosowania cyrylicy – tytuły, fragmenty tekstów z języka rosyjskiego, ukraińskiego itp. podajemy w transkrypcji wydawniczej na łacinkę.

15. Respektujemy nowe zasady ortograficzne dotyczące łącznej pisowni „nie” z imiesłowami przymiotnikowymi, np.: niezrobiony, niezaczęty, niemający, oraz pisowni wielkimi literami nazw pism periodycznych – bez względu na możliwość lub brak możliwości ich odmiany.

Zasady cytowania literatury

1. W piśmie przyjęto stosowanie w tekście przypisów harwardzkich. Zapis taki powinien się składać z następujących elementów ujętych w nawiasie kwadratowym: nazwisko autora cytowanej pracy, rok wydania publikacji i strona / strony, np. [Kamińska-Szmaj 2007: 12–13] albo [Bartmiński, red. 2001]. Jeśli taki przypis pojawia się bezpośrednio po cytacie podanie stron cytatu jest konieczne.

2. W związku z takim sposobem cytowania literatury artykuły powinny zawierać odpowiednio zredagowaną bibliografię. Kolejność elementów w opisie bibliograficznym powinna być zachowana bez względu na to, ile składników opis zawiera.

a) Wydawnictwa zwarte (jedno- lub wielotomowe; dzieło jednego, dwóch lub trzech autorów; dzieło zbiorowe, tj. więcej niż trzech autorów):

- Nazwisko(a) i inicjał(y) imienia,
- Rok wydania pracy w przecinkach,
- Tytuł. Podtytuł (kursywą),
- Numer tomu i części (z dwukropkiem – t. 1.; cz. 1:),
- Tytuł tomu i części (kursywą),
- Przekład (tłum.),
- Współpracownicy (red., oprac.),
- Które wydanie (jeśli to jest istotne),
- Nazwa serii wydawniczej wielkimi literami kursywą, numer tomu w serii,
- Informacje dodatkowe (np. rkps, mps).

b) Artykuły w pracach zbiorowych:

- Nazwisko(a) i inicjał(y) imienia,
- Rok wydania,
- Tytuł artykułu (kursywą),
- [w:] (bez poprzedzającego przecinka)
- Tytuł pracy zbiorowej (kursywą),
- Redaktor / Redaktorzy,
- Miejsce wydania,
- Strona lub strony od–do.

c) Artykuły w czasopismach:

- Nazwisko(a) i inicjał(y) imienia,
- Rok wydania pisma,

- Tytuł artykułu. Podtytuł (kursywą),
- Tytuł czasopisma (antykwa, w cudzysłowie),
- Część rocznika (numer, zeszyt; numer podwójny: 1/2, numery kolejne: 1–2).
- Strona lub strony od–do.

Na przykład:

Literatura

- Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), 2000, *Język w mediach masowych*, Warszawa.
- Dubisz S., 1992, *Język i polityka*, Warszawa.
- Głowiński M., 1990, *Nowomowa po polsku*, Warszawa.
- Grybosiowa A., 2009, *Współczesne tendencje ograniczania wariantowości składniowo-semantycznej*, „Poradnik Językowy”, nr 9, s. 9–15.
- Ożóg K., 2004, *Język w służbie polityki*, Rzeszów.
- Szwast A., 2003, *Dukla – miejsce magiczne. Dukla – miejsce teatralne*, „Polonistyka”, nr 9, s. 534–539.
- Walczak B., 1994, *Co to jest język polityki* [w:] *Język a Kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, s. 15–20.

Poszczególne opisy bibliograficzne w bibliografii należy złożyć z wysunięciem 0,67 pierwszy wiersz, uszeregować alfabetycznie według nazwisk autorów, w obrębie prac tego samego autora – według lat wydania (od najstarszej publikacji do najnowszej). Tytuły dzieł obcych podajemy w języku oryginału; opis (red., oprac., t., cz.) – w języku polskim; miejsce wydania – w tym języku, w jakim zostało podane na karcie tytułowej.