

Magdalena Steciąg
Uniwersytet Zielonogórski

WOKÓŁ MIĘDZYNARODOWEGO DNIA JĘZYKA OJCZYSTEGO

22 lutego 2016 roku w Pałacu Prezydenckim w Warszawie odbyły się obchody Międzynarodowego Dnia Języka Ojczystego. Towarzyszyła im debata „Język wobec zmian społecznych”. Wśród jej uczestników znaleźli się: prof. Uniwersytetu Śląskiego Danuta Krzyżyk, prof. Uniwersytetu Łódzkiego Andrzej Piotrowski, prof. Uniwersytetu Zielonogórskiego Magdalena Steciąg, prof. Uniwersytetu Warszawskiego Iwona Burkacka oraz dr Marek Kochan z Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Debatę poprowadził prof. Marian Bugajski z Uniwersytetu Zielonogórskiego.

Głos Magdaleny Steciąg z Instytutu Filologii Polskiej UZ dotyczył związków między zmianami społecznymi a językiem w środkach masowego komunikowania – prasie, radiu i telewizji. Poniżej jego zapis.

Język w zmianach społecznych – media masowe (głos w debacie prezydenckiej z okazji Międzynarodowego Dnia Języka Ojczystego)

W swoim wystąpieniu chciałabym krótko zarysować podstawowe zależności między zmianami społecznymi a językiem w mediach tradycyjnych, które uwybraźniły się w ostatnich latach. Prasa, radio, telewizja – choć podlegają tendencjom deregulacyjnym, specjalizacyjnym i odmasowieniu – wciąż ukazują, kreują, a także stanowią wzorce i normy używania polszczyzny w narodowej wspólnocie komunikacyjnej i w związku z tym są interesującym obiektem badawczym dla lingwistów zorientowanych zewnętrnie.

O przemianach języka w mediach dużo mówiono i pisano zwłaszcza w okresie rocznicowym: 20 i 25 lat po przełomie demokratycznym z 1989 roku. Odwołując się do wcześniejszych ustaleń, chciałabym jednak zasygnalizować, a nawet wyostrzyć wątki i poszlaki interpretacyjne. Mimo że współczesne media podlegają silnej konwergencji, proponuję spojrzeć na nie odrębnie, aby wyzyskać te cechy przekazu, które dominują w każdym z nich.

W obrębie języka w prasie zwracano przede wszystkim uwagę na spluralizowanie (wielogłosowość, polifoniczność, nasycenie pierwiastkami idiolektów) polszczyzny medialnej w warunkach wolności słowa i demokratyzacji debaty publicznej; z niepokojem obserwowano jej upotocznienie (także: kolokwializację, wulgaryzację, tabloidyzację), widząc w nim efekt tendencji egalitarnych czy wręcz antyelitarnych. Ten obraz

trafnie oddawała metafora Stanisława Gajdy medialnego tygla stylistycznego, w którym w dość przypadkowy sposób i na równych prawach zderzają się ze sobą i mieszają na wielu poziomach różne style: wysoki z niskim, potoczny z urzędowym czy artystycznym, socjolekt z regiolektem czy idiolektem itd. Na poziomie genologicznym dostrzec jednak można pewien relacyjny porządek różnych typów wypowiedzi prasowych, co skłania Marię Wojtak do mówienia o „mozaikowej naturze” dyskursu prasowego; oczywiście, cechuje ją przede wszystkim otwartość, absorpcyjność, ale nie jest całkiem chaotyczna i przypadkowa – jedne głosy są dopuszczane, inne – nie; jedne wypowiedzi są cytowane, inne – relacjonowane, a jeszcze inne – pomijane.

Porządki dyskursu prasowego można odkrywać z pomocą różnych optyk badawczych, jeśli jednak pozostaniemy przy genologii, to warto zauważyć, że gazeta w Polsce stała się w ostatnich latach głównie nośnikiem opinii, o czym decyduje rosnąca ilościowa dominacja gatunków publicystycznych nad informacyjnymi, a także coraz wyraźniejsze wycofywanie się z zasady o niełączeniu informacji z komentarzem na rzecz przedstawiania stanowisk. Gazety biorą czynny udział w polaryzacji debaty publicznej: mamy tytuły jawnie prawicowe/konserwatywne i lewicowe/liberalne. Co ciekawe, publicyści zdają się nie zajmować przekonywaniem nieprzekonanych, lecz raczej utwierdzaniem wiernego audytorium w poglądach. Naświetlają, ale także kreują nowe podziały społeczne – by przywołać choćby takie przykłady publicystycznych (nowo)tworów, jak lemingi, słoiki, lud smoleński – nieneutralne, nacechowane nazwy zbiorowości społecznych, które stają się pewnymi kategoriami poznawczymi. Z ich pomocą czytelnicy budują sobie obraz społeczeństwa. Trzeba jednak zaznaczyć, że nie są to kategorie wspólne. Artur Łukasiewicz, redaktor naczelny zielonogórskiego dodatku „Gazety Wyborczej” ze smutkiem przyznał na niedawnym spotkaniu ze studentami dziennikarstwa, które organizowaliśmy na Uniwersytecie Zielonogórskim, że odbiorcy spolaryzowanych gazet całkowicie się mijają, a obrazy świata kreowane w poszczególnych tytułach zupełnie się od siebie różnią. Tę sytuację uznał za porażkę swojego pokolenia – pokolenia dziennikarzy, którzy po 1989 roku współtworzyli nowy krajobraz medialny w Polsce.

Jeśli zechcemy spojrzeć na radio jako medium masowe, to trzeba zwrócić się ku stacjom komercyjnym. One już w połowie lat dziewięćdziesiątych wygrały wyścig o słuchaczy, a w ostatnich latach wciąż utrzymują wyraźny dystans dzielący je od radia publicznego. Ich przekaz słowny można określić jako uniwersum dialogu, specyficznego dialogu, a dokładniej – spreparowanej na potrzeby marketingowe interaktywności nadawczo-odbiorczej. Takie niby-spontaniczne rozmowy na antenie są stałym elementem strumienia radiowego i warto je obserwować, dlatego że naśladują one codzienną, niezobowiązującą konwersację, czy – by wyrazić się dosadniej – paplaninę „między wróblem a naleśnikiem” o dominującej funkcji fatycznej. Przejawiają się w niej takie zjawiska społeczne, jak: kult młodości z jego infantyлизacją i emocjonalizacją na gruncie



wypowiedzi, karnawalizacja stosunków społecznych – zwłaszcza ich równość i familiarność oraz konsumpcyjny styl życia. Globalna ekumena rozrywkowa – tak by o tej zbiorowości nadawczo-odbiorczej powiedziała Grażyna Majkowska. Kod językowy, którym się ona posługuje, można z kolei w nawiązaniu do terminu Roberta Philipsona określić jako *lingua frankensteinia* – zlepek wyrazów (najlepiej hybryd słowotwórczych z przedrostkami mega-, hiper-), stylów (z dominantą rozrywkową) i zgłokalizowanych tożsamości w „oparach anglojęzycznego powietrza”, czyli muzycznej otoczki radiowego przekazu słownego. Emanację tego zmediatyzowanego języka w wysokim stężeniu stylizacyjnym odnajdziemy w ostatniej powieści Doroty Masłowskiej *Kochanie, zabiłam nasze koty*. Autorka po raz kolejny udowadnia, że na środowiskowe odmiany polszczyzny ma wrażliwe ucho.

Na tym tle telewizja wypada dość nobliwie i sztucznie. Kreowane na przykład w popularnych serialach zwyczajnie językowe najliczniejszej społecznie klasy średniej (i aspirującej do średniej) zdają się przesadnie podążać za normą wzorcową. Bohaterowie *Klanu* czy *M jak miłość* realizują jej zalecenia nawet w codziennych rozmowach o błahych sprawach czy w momentach wzburzenia emocjonalnego, na przykład żona do męża: „Jerzy, czy uiściłeś opłatę za energię elektryczną?” lub (zatraskana o zdrowie syna) „Wezwij pogotowie”, „Pawełek ma torsje!” – przykłady cytuję za Moniką Grzelką i Agnieszką Kulą. Także w wypowiedziach prezenterów telewizyjnych, w takich powracających elementach strumienia neotelewizyjnego, jak zajawki i zapowiedzi programów, mamy zwykle do czynienia z językiem mówionym opracowanym, czy też – jak konstatowała przed trzydziestoma laty prof. Zofia Kurzowa – „językiem przez telewizję opracowanym”. Gdy ten wyidealizowany obraz komunikacji zderza się z niewybredną mową uczestników reality show typu *Warsaw Shore – Ekipa z Warszawy* czy podsłuchanymi w restauracji rozmowami polityków powstaje dysonans poznawczy, utwierdzający istniejące bądź inicjujący kolejne podziały, na przykład pokoleniowe, klasowe, centrum – peryferie.

Ale współczesna telewizja to także uniwersum polilogu, często przybierającego postać napastliwej dyskusji, której temperatura wyraża się w słowie skrzydlatym „Ja Panu nie przerywałem”. Produktem ubocznym zaludnienia anten telewizyjnych są znamienne przemieszczenia w stosowaniu form adresatywnych oraz ich coraz częstsze dyskredytujące użycie. Przykładem negocjacji tego typu była debata Jarosław Kaczyński – Donald Tusk z 2007 roku, w której po wymianie coraz bardziej nieformalnych zwrotów wskazujących na społeczną kategoryzację adwersarzy padło słynne: „Mów mi Donek”.

Ale niech nas nie zwiedzie ta bezpośredniość kontaktu i spłaszczenie hierarchii! Bo o ile w przekazie radiowym dominuje strategia wspólnotowa o charakterze inkluzywnym, o tyle telewizja zdaje się różnicować społeczeństwo – grubą kreską i za pomocą stereotypów, z których powtórkę serwuje odbiorcom w porze najwyższej oglądalności:

czy będzie to serwis informacyjny, a właściwie inforozrywkowy (tak spersonalizowany i udramatyzowany, że stanowi doskonałą ilustrację stwierdzenia, że wiadomości telewizyjne to opera mydlana dla mężczyzn), czy będzie to serial obyczajowy, czy inne widowisko o charakterze rozrywkowym, na przykład *Rolnik szuka żony* czy *Kto poślubi mojego syna*. Tu powstrzymam się przed cytowaniem fragmentów (są często bardzo wulgarne), oddam głos prof. Beacie Łaciak, która na zlecenie KRRiTV przygotowała ekspertyzę medioznawczą. Wyraz stereotyp jest w niej odmieniany przez wszystkie przypadki.

Obraz kobiety, jaki wyłania się z audycji, jest szalenie stereotypowy, uproszczony, a nawet szowinistyczny [...]. Audycja kreuje niezwykle tradycyjne i stereotypowe wizerunki idealnych małżonków [...]. Analizowana audycja zbudowana jest ze zbioru przerysowań, stereotypów, sztamp. Bohaterki audycji mają bardzo stereotypowe oczekiwania [...]. Dopełnieniem tego zbioru stereotypowych prezentacji są wizerunki młodych dziewcząt uczestniczących w audycji.

Nie trzeba dodawać, że stereotypy mieszkają w języku. Bohaterowie posługują się właściwie wyłącznie kliszami, wielokrotnie powtarzаныmi banałami i obiegowymi opiniami.

Poprzez upowszechnianie takich treści telewizja, która wciąż jest władczynią masowej wyobraźni, sankcjonuje niejako, co jest normatywne, co mieści się w sferze dozwolonych kontrowersji, a co marginalizować, zepchnąć do sfery dewiacji. W tym sensie – a także jako medium o dominującej pozycji ekonomicznej i symbolicznej – pozostaje ważnym narzędziem zarządzania społeczeństwem.