

PORADNIK JĘZYKOWY

7

(816)

2024



INDEKS 369616
ISSN 0551-5343
NAKLAD 200 egz.

TOWARZYSTWO KULTURY JĘZYKA
DOM WYDAWNICZY ELIPSA
WARSZAWA

PORADNIK JĘZYKOWY

MIESIĘCZNIK ZAŁOŻONY W R. 1901
PRZEZ ROMANA ZAWILIŃSKIEGO
ORGAN TOWARZYSTWA KULTURY JĘZYKA

7

(816)

2024

Zarząd Główny
ul. Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa
Wydział Polonistyki – Uniwersytet Warszawski
<http://www.tkj.uw.edu.pl>

TOWARZYSTWO KULTURY JĘZYKA
DOM WYDAWNICZY ELIPSA
WARSZAWA

KOLEGIUM REDAKCYJNE

dr hab. Wanda Decyk-Zięba (redaktor naczelny) (Instytut Języka Polskiego UW),
dr hab. Jolanta Chojak (Instytut Polonistyki Stosowanej UW),
dr hab. Monika Kresa (zastępca redaktora naczelnego) (Instytut Języka Polskiego UW),
dr Ewelina Kwapięń (Instytut Języka Polskiego UW),
prof. dr hab. Radosław Pawelec (Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii UW),
dr Marta Piasecka (Instytut Polonistyki Stosowanej UW)

RADA REDAKCYJNA

dr hab. Wanda Decyk-Zięba (przewodnicząca, Uniwersytet Warszawski),
doc. dr Mirosław Dawlewicz (Uniwersytet Wileński, Litwa),
prof. dr hab. Stanisław Dubisz (Uniwersytet Warszawski),
prof. dr hab. Alla Kozhinova (badacz niezależny, Białoruś),
prof. dr hab. Alla Kravchuk (Uniwersytet Lwowski, Ukraina),
prof. dr hab. Andrzej Markowski (Uniwersytet Warszawski),
prof. dr hab. Alicja Nagórko (Uniwersytet Humboldtów w Berlinie, Niemcy),
prof. dr Marta Pančiková (Uniwersytet Ostrawski, Czechy),
prof. dr hab. Józef Porayski-Pomsta (Uniwersytet Warszawski),
prof. dr hab. Danuta Rytel-Schwarz (Uniwersytet w Lipsku, Niemcy),
prof. dr Olga Shapkina (Uniwersytet Łomonosowa w Moskwie, Rosja),
prof. dr hab. Hélène Włodarczyk (Sorbonne Université, Francja)

Sekretarz Redakcji

dr Aleksandra Żurek-Huszcz

Redaktor naukowy zeszytu

dr hab. Monika Kresa

Redaktor językowy

Anna Sośnicka

Tłumacz

Marta Falkowska

Korektor

Halina Maczunder

Adres redakcji

00-189 Warszawa, ul. Inflancka 15/198

<http://www.poradnikjezykowy.uw.edu.pl>; e-mail: poradnikjezykowy@uw.edu.pl

Dział Handlowy DW ELIPSA: tel. (48) 22 635 03 01, e-mail: sklep@elipsa.pl

Księgarnia internetowa: <http://www.elipsa.pl>

Czasopismo afiliowane przy Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego

Czasopismo jest rejestrowane na listach ERIH PLUS i ICI Journals Master List,
indeksowane – w bazach Scopus, CEEOL, Pol-index, Scholar Google, EBSCO

Zeszyt opublikowany w wersji pierwotnej

Publikacja online jest bezpłatna. Wszystkie artykuły wydawane są na zasadzie wolnego dostępu
i na licencji CC BY 4.0 (Creative Commons – Uznanie autorstwa),
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.pl>.

Przesłanie artykułu do recenzji oznacza zgodę na jego udostępnienie na tej licencji

Wydawanie czasopisma w latach 2022–2024 jest dofinansowane przez Ministra Edukacji i Nauki
w ramach programu „Rozwój czasopism naukowych” (umowa nr RCN/SP/0607/2021/1)

Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego

Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego
pochodzących z Funduszu Promocji Kultury

PL ISSN 0551-5343

Ark. wyd. 8,6. Ark. druk. 6,8. Papier offsetowy 80 g/m²

W ZESZYCIE

Od kilku lat zarówno dyskurs filmowy, jak i język bohaterów filmów i seriali fabularnych coraz częściej stają się przedmiotem teoretycznych i materiałowych rozważań językoznawców i medioznawców. Wydaje się, że po wielu dziesięcioleciach marginalizacji zyskują należyte miejsce w szeroko rozumianej refleksji lingwistycznej i medioznawczej.

Niemiała w tym zasługa Bogusława Skowronka i jego wydanej w 2013 roku *Mediolingwistyki*. Ważnym (jeśli nie najważniejszym) dowodem na wyrazistość tak zakreślonej dziedziny są medialne dyskursy oraz multimodalność mediotekstów. Jednym z tych dyskursów jest niewątpliwie dyskurs filmowy.

Do jego opisu, podobnie jak do opisu innych dyskursów medialnych, służy szereg parametrów, wśród nich parametr ideacyjny, który jest podtrzymywany przede wszystkim przez akt autorskiej selekcji językowych i pozajęzykowych środków wyrazu. Jeśli w filmach danego twórcy się one powtarzają, można mówić o kinie autorskim. W polskim kinie epoki PRL-u mamy z nim do czynienia między innymi w wypadku komedii Stanisława Barei, które posługują się specyficznymi mechanizmami humoru werbalnego, opartymi na wszystkich podsystemach języka. Ich ważną warstwę stanowią substandardowe wykładniki fonetyczne, obecne w wypowiedziach bohaterów m.in. *Misia*, *Nie lubię poniedziałków*, *Co mi zrobisz, jak mnie złapiesz*.

Z fonetycznych wykładników ogólnogwarowych i mazowieckich jako mechanizmu kreacyjnego i indywidualizującego język bohaterów korzystali także twórcy *Rancza*. Ważnym elementem świata przedstawionego w tym jednym z najpopularniejszych polskich seriali XXI wieku są nazwy własne. Pozwalają one ukazać mentalność wiejskiego społeczeństwa mieszkającego w Wilkowyjach, które w pewnym momencie musiało się zderzyć z kulturą Zachodu.

Elementem tej kultury w latach sześćdziesiątych XX wieku stała się również lalka Barbie, która w 2023 roku po raz kolejny zyskała popularność dzięki filmowemu hitowi pt. *Barbie*. Film, który przez jednych był mocno krytykowany, w innych budzi pozytywne emocje, kreuje również za pomocą języka specyficzny model męskości i kobiecości.

Kiedy film *Barbie* wszedł na kinowe ekrany, stał się tematem licznych artykułów prasowych, również tych publikowanych w internecie. Nieodłącznym elementem tytułów prasowych artykułów internetowych jest niedomówienie, stanowiące retoryczny instrument wpływu na zainteresowanie czytelników.

Zarówno w tytułach, tekstach, jak i bardziej spontanicznych wypowiedziach, które możemy obserwować w mediach różnego typu, pojawia się wielowyznaczona jednostka leksykalna – *kamienie milowe*. Stanowi ona doskonały przykład ewolucji semantycznej determinowanej czynnikami zewnętrznymi, w tym wypadku kontekstem politycznym.

Słowa kluczowe: multimodalność – dyskurs medialny – dyskurs hipertekstowy – dyskurs mediów społecznościowych – mediolingwistyka – polszczyzna w filmie – wymowa w filmie – Stanisław Bareja – nazwy własne – onomastyka filmowa – serial polski – Ranczo – Barbie – dubbing – socjolekt – biolekt – aposiopesis – niedomówienie – propaganda – środki retoryczne – wpływ – kontakty językowe – neosemantyzmy – terminologia UE – idiomatyzacja – dezidiomatyzacja.

SPIS TREŚCI**ARTYKUŁY I ROZPRAWY**

<i>Iwona Loewe</i> : Dyskursy medialne oraz ich parametry. Wybrane zagadnienia mediolingwistyczne	7
<i>Jakub Bobrowski</i> : Substandardowe realizacje fonetyczne oraz ich funkcje w komediach Stanisława Barei	24
<i>Izabela Domaciuk-Czarny</i> : Co mówią nazwy własne o „tutejszym Zachodzie” w polskim serialu <i>Ranczo</i> ?	40
<i>Magdalena Trysińska</i> : Jak mówią Barbie i Ken? Analiza wypowiedzi filmowych postaci (w polskiej wersji językowej)	55
<i>Arkadiusz Cezary Sokolnicki</i> : Niedomówienie w tytułach internetowych artykułów prasowych	76
<i>Mirosław Bańko</i> : <i>Kamienie milowe</i> w polszczyźnie: od znaków podróżnych po warunki (nie) do spełnienia	89

SPRAWOZDANIA, UWAGI, POLEMIKI

<i>Agata Łojek</i> : „Podaj dłoń przyszłym pokoleniom”. Sprawozdanie z XI edycji warsztatów językowych „Dialog pokoleń” i ogólnopolskiej konferencji naukowej pt. „Dialog pokoleń w języku ogólnym i różnych odmianach polszczyzny” (Łosice, 22–29 lipca 2024 r.)	104
--	-----

CONTENTS

PAPERS AND DISSERTATIONS

<i>Iwona Loewe</i> : Media discourses and their parameters. Selected issues of media linguistics	7
<i>Jakub Bobrowski</i> : Substandard phonetic realisations and their functions in Stanisław Bareja’s comedies	24
<i>Izabela Domaciuk-Czarny</i> : What can proper names in the Polish TV series “Rancho” tell us about “our local West”?	40
<i>Magdalena Trysińska</i> : How do Barbie and Ken speak? An analysis of the speech of the movie characters (in the Polish-language version)	55
<i>Arkadiusz Cezary Sokolnicki</i> : Understatement in the titles of Internet press articles	76
<i>Mirosław Bańko</i> : <i>Milestones</i> in Polish: From roadside signs to conditions (not) to be met	89

REPORTS, COMMENTS, POLEMICS

<i>Agata Łojek</i> : “Lend a hand to future generations.” A report from the 11 th edition of linguistic workshop “Dialog pokoleń” [“Dialogue of generations”] and the scientific conference “Dialogue of generations across the standard Polish and its variants” (Łosice, July 22–29, 2024)	104
--	-----

Iwona Loewe

Uniwersytet Śląski

iwona.loewe@us.edu.pl

ORCID: 0000-0002-5959-8938

DYSKURSY MEDIALNE ORAZ ICH PARAMETRY. WYBRANE ZAGADNIENIA MEDIOLINGWISTYCZNE

Niniejszym tekstem chciałabym nawiązać do wypowiedzi językoznawców, które traktowały o statusie mediolingwistyki jako subdyscypliny językoznawstwa. Istnieje ona w tak czytelnej nazewniczo formie, odkąd w 2013 roku na rynku wydawnictw naukowych ukazała się wprowadzająca do zagadnienia monografia Bogusława Skowronka, która po dekadzie została przez autora przypomniana z komentarzem aktualizacyjnym oraz korygującym (Skowronek 2024). Spośród dyskusji polskich lingwistów na temat zakresu subdyscypliny albo przedmiotu jej badań tutaj przywołam wyselekcjonowaną listę tekstów. Tworzy ją charakterystyka zadań mediolingwisty dokonana przez Marię Wojtak (2014), deklaracja Danuty Kępy-Figury na temat możliwości mediolingwistyki otwartej (2023) i głos nieformalnego zespołu mediolingwistów, którzy opracowali stan badań w zakresie metod, obiektu oraz przedmiotów badań mediolingwistycznych w syntetycznej postaci – *Encyklopedii mediolingwistyki* (Loewe red. 2023). Mimo czasu, jaki upłynął od zaakcentowania pozycji subdyscypliny, trwają bowiem w niektórych kręgach badawczych dyskusje nad jej statusem naukowym, w tym rozmowy o metodach, granicach obiektu oraz przedmiotów badań.

Na medialnym polu badawczym w drugiej dekadzie XXI wieku Maria Wojtak dostrzegła istotną rolę lingwisty suwerena, którego wolność metodologiczna pozwala na przełamywanie żelaznych dotąd ram dyscypliny. Supremacja warsztatowa z jednej strony, a metodyczna z drugiej, właściwa hegemonowi, skutkowałą, jak przekonuje Wojtak, ogromem opracowań ortoeicznych powstałych na bazie błędów językowych i tekstowych popełnianych przez instytucjonalnych nadawców (wówczas jeszcze nie uczestników obu stron komunikacji) (Wojtak 2014: 164). W obszarze komunikacji medialnej tak nastawiony lingwista znajdował wystarczająco dużo materiału do analizowania, interpretowania i klasyfikowania innowacji oraz uchybień. Wspierały tę pracę cechy komunikowania medialnego, czyli powszechność, oficjalność oraz masowość. Wydana w roku 2023 *Encyklopedia mediolingwistyki* dowiodła

jednak, że polskie badania nad językiem w mediach w ostatnich czterech dekadach miały także inne niż tylko lapsologiczne orientacje metodologiczne. Tu wspomnę tylko, odsyłając Czytelnika do rzeczonyj encyklopedii, że lingwiści dostarczyli opracowań strukturalistycznych, pragmatycznych, tekstologicznych, stylistycznych czy też genologicznych. Z kolei egalitaryzm lingwisty suwerena, jak dowodzi lubelska badaczka, pozwolił mu uznać równość różnorodnych metod pracy, założeń metodologicznych, wieloznakowość mediotekstów oraz kreatywność językową nadawców medialnych. Kiedy te profile się spotkały i zaakceptowały, zaistniało pole do rozwoju nowych perspektyw oraz dostrzeżenia w komunikacji medialnej wielu nowych ciekawych badawczo środków wyrazu, celów tego dyskursu i uznawanych w tym dyskursie wartości. Za ważką konstatację wywodu autorki uznaję następującą: „Badania językoznawców odnoszące się do mediów nie mogą już być spychane na margines medioznawstwa ani pomijane czy rozumiane stereotypowo” (Wojtak 2014: 175).

Moje własne badania dyskursu medialnego wyrosły właśnie z dostrzeżenia marginesu naukowego, na którym sytuowano wnioski na temat tej komunikacji werbalizowane przez językoznawców. Za metodycznego i metodologicznego hegemoną na tym obszarze naukowym długo uznawano medioznawcę, to on uzurpował sobie pełnię wiedzy o trybie funkcjonowania mediów oraz treści dystrybuowanych medialnie i powszechnie. Tymczasem współczesny mediolingwista, lingwista – nareszcie suweren – chce, może i powinien zabrać głos w innym wymiarze, niż czynił to dotąd medioznawca. Zanim po raz kolejny pokażę, na czym polega ta wartość badawcza – choć w inny sposób, niż czyniłam to dotąd – odniosę się do projektu mediolingwistyki otwartej Danuty Kępy-Figury.

Lingwistka dołącza do poglądu o suwerenności znakowej tekstu medialnego, którego „warstwa werbalna [...] nie musi mieć dla mediolingwisty charakteru prymarnego” (Kępa-Figura 2022: 303). W rozległej perspektywie, jaką przyjmuje, autorka dostrzega także możliwości poznawcze aparatu lingwistycznego w sytuacji, gdy komunikat nie zawiera w ogóle znaków werbalnych. Takiej deklaracji nie składa Bogusław Skowronek, choć multimodalnemu obrazowi świata przypisuje kwalifikację hiperonimu wobec wszystkich pozostałych obrazów świata (językowego, dyskursywnego, medialnego i tekstowego), którymi porządkuje sobie swoje mediolingwistyczne *theatrum*. Pisze Skowronek tak: „W proponowanej idei multimodalnego obrazu świata podstawą [...] konceptualizacji byłyby [...] głównie teksty medialne, które wspólnie z językiem i innymi kodami tworzyłyby ów wielosemiotyczny obraz w umyśle” (Skowronek 2024: 71).

Wróćmy do projektu Kępy-Figury, który został oparty na następujących założeniach: mediolingwistyka zajmuje się badaniem mediów; jej przedmiotem jest tekst medialny (w oglądzie izolacjonistycznym lub interdyscyplinarnym, lub transdyscyplinarnym); celem jest opis a) gatunku medialnego, b) medialnego dyskursu, jaki reprezentuje tekst, oraz ostatecznie c) dążenie do zrozumienia komunikacji medial-

nej (Kępa Figura 2023: 64–65). Chciałabym zwrócić uwagę na poglądy badaczki, ponieważ jest to projekt autorski, zakrojony na większą syntezę. Czas pokaże, czy współcześni lingwiści po opublikowaniu szczegółów zdołają zrealizować badawczo wszystkie określone wyżej trzy cele łącznie oraz czy opracowania prowadzone w tym duchu pozwolą na kolejne rozstrzygnięcia.

Bogusław Skowronek, przypominając po dekadzie swoją koncepcję mediolingwistyki jako subdyscypliny, nadal sytuuje ją na „szerokim tle współczesnych nurtów językoznawstwa” (Skowronek 2024: 57) i podtrzymuje trzy fundujące ją paradygmaty: językoznawstwo kulturowe, semantykę kognitywną oraz krytyczną analizę dyskursu. To, co istotne w tym miejscu mojego tekstu, to fakt, że media jako przedmiot badania tej subdyscypliny Skowronek określa z perspektywy dyskursu, por.: „trzeba [...] poszczególne dyskursy medialne – i teksty w nich funkcjonujące – krytycznie badać, analizować ich konstrukcje, formy istnienia oraz sposoby oddziaływania” (Skowronek 2024: 57). Mediolingwista potrzebuje zatem dookreślonego i sprofilowanego obiektu obserwacji, z którego konstruuje modele, by stały się one następnie założeniami subdyscypliny; potrzebuje semiotycznych reprezentacji mediów i konkretnych praktyk dyskursywnych, a nie tylko mediów jako takich (czy to masowych, nowych, czy społecznościowych). Potrzebuje mediów ubranych w garnitur dyskursu (prasowego, radiowego, telewizyjnego, hipertekstowego), w którym nadawca konceptualizuje odbiorcy wybrane zjawiska, fakty i procesy, pozwala je swej publiczności rozumieć i każdorazowo te zjawiska, fakty i procesy wartościuje (Skowronek 2024: 75). Wreszcie autor wprost stwierdza, że przedmiotami analiz w mediolingwistyce nieodmiennie są dyskurs medialny oraz medioteksty, rozumiane jako multimodalne wytwory mediów (Skowronek 2024: 105).

Jak sądzę, ta dyskursowa perspektywa przedmiotu badań i analiz mediolingwisty pozwala w dużym stopniu na sukces dyferencjacji od innych dyscyplin (np. kulturoznawstwa, medioznawstwa, mediologii, komunikacji społecznej i mediów). Podkreślimy, że to w mediach odbywać się muszą praktyki komunikacyjne, których najmniejszą jednostką na płaszczyźnie wyrażania i realizacji jest mediotekst, największą zaś na płaszczyźnie abstrakcyjnej dyskurs medialny. Perspektywa dyskursowa należy do wyrazistego nurtu rozważań o technice. Carl Mitcham (1994) widział w jej opisie dwie możliwe ścieżki: nurt inżynierski i humanistyczny:

Pierwszy z nich punktem wyjścia miał czynić zrozumienie techniki takiej, jaką ona jest, by później z tą wiedzą poszukiwano zrozumienia jej wpływu na ludzi. Nurt humanistyczny zaś miał na celu analizę ludzkiej kondycji, z której wywodził uwagi o znaczeniu techniki (cyt. za: Sieńko 2012: 171).

Mediolingwista zdecydowanie realizuje się w nurcie humanistycznym, bo posiada do tego stosowne narzędzia, które odróżniają go od warsztatu pracy w innych dyscyplinach. Metody jego oglądu są znane tradycji lingwistycznej (np. analiza ilo-

ściowa, analiza jakościowa, analiza treści); ewoluują z tej tradycji (medialny obraz świata, analiza i synteza tekstologiczna, analiza i synteza genologiczna, dyskursywny obraz świata, analiza dyskursu) (Loewe 2022: 1107). Analizę multimodalną można określić jako swoistą dla mediolingwistyki, staje się ona wręcz emblematyczna dla dociekań tej subdyscypliny (por. Skowronek 2024: 112).

1. MEDIA MASOWE – CHRONOLOGIA I EWOLUCJA

Media masowe są „wyrazem zróżnicowanych praktyk kulturowych, a także ważnym antropologicznie sposobem budowania ustrukturyzowanych językowo konceptualizacji” (Skowronek 2013: 59). Można traktować je zatem „jako maszyny senso-twórcze, maszyny konstruujące znaczenia, kreujące [...] medialne obrazy świata” (Skowronek 2013: 12). Komunikowanie masowe zaś można zdefiniować jako „szybkie przesyłanie znaków i symboli w skali kraju, kontynentu i globu, a tym samym dostarczanie tych samych treści wielu ludziom w niemal jednakowym czasie [...]” (Skowronek, Rutkowski 2004: 17).

Epoka mediów analogowych została przełamana w roku 1989 przez usieciwienie komputerów osobistych i przeszła w epokę mediów cyfrowych. Tak powstały nowe media – jako cyfrowa (bitowa, digitalna) postać masowych mediów analogowych. Media masowe ewoluowały dzięki technologii w nowe media, mając do dyspozycji emisję cyfrową uwalniającą użytkownika od tradycyjnego odbiornika: gazety, radioodbiornika i telewizora. Z kolei ewolucja internetu w stronę medium społecznościowego wcielonego w nieustannie rozwijające się platformy (Facebook – 2004, YouTube – 2005, Twitter – 2006, Instagram – 2010, TikTok – 2020 i in.) wprowadziło innego niż dziennikarz nadawcę. Skutkowało to społecznym, a nie instytucjonalnym profilowaniem informacji jako ważnej, tym razem już nie masowo ważnej, lecz istotnej dla wspólnot gromadzących się w bańkach filtrujących czy też informacyjnych (*filter bubble*) (Pariser 2011; Szpunar 2018). Istotne w bańce fakty, zdarzenia, aktywności – najczęściej już z wartością dodaną komentarza i udostępnienia – stają się masowo istotne, bo cytowane są przez medium tradycyjne (remediacja). Generalnie informacja i komentarz pozostają w obiegu społecznym z woli albo dziennikarza profesjonalisty, albo prosumenta. Nowe nowe media dały więc „odbiorcy wolność i władzę, która nie istniała w rzeczywistości nowych mediów” (Levinson 2010: 15). W trzydziestoleciu XXI wieku współistnieją w rzeczywistości zglobalizowanego świata media masowe w odśłonach:

- 1) analogowej (gazeta papierowa z drukowanym tekstem, sygnał radiowy z nadajnika naziemnego, dystrybucja za pomocą ramówki),
- 2) cyfrowej (*nowe media* – ta sama gazeta dystrybuowana cyfrowo z bitowym tekstem, sygnał radiowy z nadajnika satelitarnego plus wersja radia do zobaczenia

na ekranie i usłyszenia przez słuchawki; dystrybucja częściowo za pomocą ramówki, częściowo za pomocą transmisji na żywienie),

- 3) społecznościowej (*nowe nowe media* – dystrybuowane tylko cyfrowo; platformy medialne udostępniające oficjalne profile mediów instytucjonalnych częściowo z wyselekcjonowanymi fragmentami ramówki, częściowo w formie symultanicznego dialogu reakcyjnego z publicznością).

Jestem przekonana o skuteczności kategorii dyskursu w porządkowaniu obiektu badań mediolingwistycznych.

Poniżej przedstawiam dyskursową charakterystykę mediów, które stają się obiektem, a w szczegółowych wątkach badawczych przedmiotem tej subdyscypliny. Dla zwiększenia wyrazistości opisu posłużę się parametryzacją, która uporządkuje poszczególne dyskursy medialne (zobacz: Tabela 1.). Tabela 1. zawiera kolumny odpowiadające definicyjnym właściwościom dyskursu medialnego (1), następane trzy kolumny mieszczą charakterystykę parametrów dyskursów mediów masowych (prasowego (2), radiowego (3) i telewizyjnego (4)); kolumny (5) i (6) to dyskursy dominujące współcześnie w klasyfikacji Bogusława Skowronka, czyli dyskurs hipertekstowy oraz społecznościowy; ostatnia kolumna to próba oddania poprzez parametry mediów charakterystyki dyskursu filmowego (7).

Dyskurs to narzędzie do spełniania ról społecznych, które daje dyspozycje (parametr normatywny) uczestniczącym w nim aktorom (parametr podmiotowy) oraz objawia ich preferencje (parametr interakcyjny). Moc każdemu dyskursowi nadają dopiero społeczności, nie zaś pojedynczy użytkownik reguł, norm, języka, kultury, społeczeństwa. To społeczność „w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści (parametr ideacyjny – przyp. autorski), konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych” (Wojtak 2019a: 52). Dla charakterystyki dyskursu medialnego wartościowe są także parametry chronemiczny i spacialny (Miczka 2002), określające czas i przestrzeń stosowanych w nich praktyk. Dyskurs jest bowiem rozciągnięty w czasie. Jednokrotny akt komunikacyjny nie czyni nigdy sytuacji komunikacyjnej dyskursem. To trwanie, powtarzalność, cykliczność wielokrotnych aktów komunikacyjnych zapewnia uczestnictwo w dyskursie, a wreszcie ów dyskurs stwarza. Scharakteryzuję pokrótce poszczególne dyskursy z punktu widzenia istotności dla mediolingwisty, a w sposób schematyczny udostępniam te dane w tabeli.

2. DYSKURS MEDIALNY

Dyskurs medialny był definiowany i uszczegóławiany przynajmniej przez kilka badaczek (Żydek-Bednarczuk 2013; Loewe 2014; Ślawska 2017) i w celu pozyskania uzgadnianych różnic między tymi projektami albo stanowiskami odsyłam do wspomnianych publikacji. Jak podkreśla Urszula Żydek-Bednarczuk, dopiero feno-

men dyskursu medialnego umożliwił badaczom realne wprowadzenie do praktyk badawczych medium z dominującymi w nim kodami nadania i kanałami odbioru. Zorientowanie dyskursowe pozwoliło na uruchomienie kontekstów: kulturowych, społecznych, politycznych czy instytucjonalnych (Żydek-Bednarczuk 2013: 187–188) w humanistycznej refleksji o mediach (*vide* nurt humanistyczny Mitchama). Za rudymen tarne cechy mediów masowych, które musiały znaleźć się w perspektywie kategorii dyskursu medialnego, uznaje się:

- instytucjonalny charakter nadawcy;
- masowość i anonimowość odbioru;
- jednokierunkowość nadania;
- niesymetryczność instancji stanowiących układ nadawczo-odbiorczy;
- periodyczność i schematyczność (zob. Goban-Klas 2002: 110–113).

Profil dyskursowy mediom masowym nadają cechy związane już z praktykami komunikacyjnymi. Do tych własności należą:

- pośredniość przekazu treści, do którego używa się medium masowego (gazety, czasopisma, radioodbiornika, ekranu telewizora i ekranów mediów cyfrowych);
- konieczność istnienia i użycia technicznych urządzeń nadawczo-odbiorczych;
- oficjalność (jawność i powszechna dostępność) nadania;
- kompetencja medialna odbiorcy, czyli umiejętność korzystania z mediów i ich użytkowania.

Sytuacyjne, pragmatyczne, społeczne i kulturowe warunki, które spełniają w tym dyskursie realizowane praktyki komunikacyjne, to:

- wybór reprezentacji przedstawianej rzeczywistości po stronie nadawcy (medialny obraz świata);
- umacnianie medialnego obrazu świata u odbiorcy przez powtarzalność i cykliczność;
- kształtowanie postaw odbiorcy wobec wyselekcjonowanej reprezentacji;
- sterowanie uwagą społeczną;
- aktualność treści;
- globalizacja podejmowanych tematów (balansowanie nadawcy między lokalnością nadania a globalizacją treści);
- użycie logiki mediów, czyli dążenie do maksymalizacji semiotycznych możliwości przekaźnika. Lokowanie i duplikowanie sensów we wszystkich możliwych dla medium znakach: sonosfera, ikonosfera i logosfera ze znaczącym brakiem akceptacji dla galenosfery (strefy ciszy) w mediach audialnych;
- wyodrębnienie ze względu na rodzaj transmisji danych: dyskursu prasowego, radiowego, telewizyjnego i hipertekstowego (Loewe 2014) oraz dyskursu mediów społecznościowych (Skowronek 2024).

Małgorzata Kita (2012), a za nią Urszula Żydek-Bednarczuk (2013), dodaje, że

- sens dyskursu medialnego podtrzymuje jego wpływ społeczny, czyli oddziaływanie;

- o dyskursie medialnym stanowią językowa tygłowość oraz szeroko rozłożony wachlarz gatunków medialnych.

Gdyby przyrzeć się zawartościom zakresowym takich fenomenów kulturowych, jak dyskurs kolejno prasowy, radiowy, telewizyjny, to byłyby to sytuacje komunikacyjne powstające w odpowiednich mediach masowych łącznie z ich cechami wspólnymi wymienionymi wyżej za Gobanem-Klasem. Cechami odróżniającymi byłyby właśnie technologie medialne z typowymi dla siebie kodami i kanałami. Oznacza to, że dyskurs prasowy zawiera komunikaty przeznaczone dla oka (kanał) z użyciem dwóch kodów: pismo i fotografia. Dyskurs radiowy składa się z komunikatów dla ucha z użyciem dominującego kodu dźwiękowego (mowa) oraz innych dźwięków asemantycznych. Dyskurs telewizyjny obejmuje komunikaty dla oka i ucha jednocześnie z użyciem synergicznym kodów słownego (mowa i pismo), dźwiękowego (znaczącego i nieznaczącego) i obrazkowego (nieruchomego i ruchomego). Z czasem zaś wszystkie wymienione komunikaty ze swoją złożonością nadawczo-odbiorczą przeniosły się do środowiska bitowego, by zaistnieć równocześnie jako swoje wersje internetowe. Tam zaszły zmiany zarówno w cechach wspólnych omówionych dyskursów, jak i w cechach je różniących.

Do przeglądu wynikającego z chronologii powstawania mediów należy dodać, że konstatacje te były zbieżne z rodzajem mediów zwanych masowymi. Z biegiem czasu ewoluowały one w media nowe, oparte na digitalności przekazu z najmniejszą jednostką informacji, jaką jest bit. To media, których rozwój zapewnił szerokopasmowy internet dostępny w zglobalizowanej części świata. Dalsza jego dywersyfikacja wytworzyła media społecznościowe oparte także technologicznie na cyfrowości, lecz dające udział w rynku już nie tylko nadawcy instytucjonalnemu (choć ciągle taki jest w nich obecny), lecz także nadawcy nieinstytucjonalnemu. Ten ostatni stał się zarazem konsumentem i producentem (stąd *prosument*). Bogusław Skowronek te dwa ostatnie rodzaje mediów kwalifikuje w roku 2024 jako media „dominujące”, a mediom masowym daje etykietę „towarzyszące” (Skowronek 2024: 120). Jego decyzja uwarunkowana została przez aktywność społeczeństwa w rodzaju medium i dynamikę działań w nim podejmowanych. Warto przypomnieć, że podobną zmianę opisywała już Janina Fras w 2013 roku. Oceniała ona, że „współcześnie bodaj największy wpływ na charakter tych relacji mają multimedia mobilne; zapewne można już, choćby w związku z rozwojem mediów społecznościowych i mobilnych — mówić o nowych jakościowo typach relacji społecznych z udziałem tychże mediów (publiczna prywatność, natychmiastowa dostępność, wielomedialność)” (Fras 2013: 14).

Sądzę, że ta obserwacja jest ucieleśnieniem teorii elektralności Gregory’ego Ulmera (Ulmer 2002, 2004). Charakteryzuje ona współczesną kulturę w opozycji do wcześniejszych środków – oralności i piśmienności. „[E]lektralność pozostaje ściśle związana z mediami cyfrowymi i narzuca kulturze własne wzorce i wartości” (cyt. za: Sieńko 2012: 168).

Za zmianami w praktykach dyskursywnych, które rzeczono wzorce i wartości zawierają, idą zmiany społeczne. Cywilizacja europejska znała już społeczeństwo przemysłowe, potem społeczeństwo wiedzy, obecnie nadszedł czas społeczeństwa medialnego oraz człowieka medialnego (*homo mediens*). U podstaw konstruktów takiego społeczeństwa leży założenie, że media i ich treści nie są zaledwie konsumowane, lecz całe społeczeństwo bierze za te treści pewną odpowiedzialność. Zarazem efektami obecności takiego społeczeństwa jako struktury dominującej są następujące fakty: media instytucjonalne kreują obrazy rzeczywistości, w których nacechowanie argumentacyjne ustępuje emocjonalnemu, a prezentowane zdarzenia podlegają nieustannej selekcji oraz uproszczeniu; medialność wyciska piętno w swojej postaci technologicznej oraz technicznej tak dalece, że relacje i procedury obywatelskie też wymagają kompetencji medialnych; merkantylizacja nadawców medialnych może prowadzić do spadku zaufania wobec obiegu informacji i jej wartości prawdziwościowej.

Spolaryzowanie postawy zarówno po stronie nadawców medialnych w mediach masowych, jak i prosumentów mediów społecznościowych przynosi określone skutki. „Dyskurs argumentacyjny, nastawiony na konkluzywność, rzetelny informacyjnie i normatywnie poprawny, coraz częściej jest zastępowany przez język binarnego podziału, język prostych emocji, jednoznacznych sądów i wyrazistych ocen” (Skowronek 2019: 100).

3. Dyskurs prasowy

Maria Wojtak przyznaje, że dyskurs prasowy ma swoiste cechy: informuje, bawi, absorbuje, łączy ze sobą sprzeczności. Prasę charakteryzuje zatem zjawisko *infotainmentu*, które obejmuje „następujące procesy: 1) fragmentację [...], 2) konkretyzację, 3) personalizację, 4) sensacjonizm (Mrozowski 2001: 254)” (Wojtak 2019b: 83). Dyskurs prasowy ma charakter absorpcyjny, bo „jest otwarty na inne dyskursy, które wchłania, czyniąc je przedmiotem prezentacji, a więc także źródłem tematyki, form przekazu i językowych środków” (Wojtak 2019b: 84). To skłania badaczkę do przyjęcia tezy, że zwłaszcza w prasie dominuje poetyka oksymoronu. Warto zauważyć, że literatura prasoznawcza porozumienie między czytelnikiem a dziennikarzem określa mianem paktu faktograficznego (Piekot 2006; Bauer 2008: 258). Sądzę, że w umowie medialnej obowiązującej w przypomnianych tu dyskursach aktualny jest pakt faktograficzny, „w ramach którego nadawca obiecywał odbiorcy dostarczenie istotnych dla niego i sprawdzonych informacji. [...] Obie strony w ramach zawartego paktu czerpały określone korzyści i ponosiły konsekwencje związane z jego przyjęciem” (Kępa-Figura 2012: 243). W dalszej części artykułu okaże się bowiem, że współczesne społeczeństwo medialne czuje się poinformowane oraz doinformowane przez platformy mediów społecznościowych (GAFA).

4. DYSKURS RADIOWY

Małgorzata Kita określa radio jako medium audialne, a tym samym awizualne, które – mimo że masowe – ma charakter indywidualny, osobisty. Dalej nadaje mu cechy egalitarności, bo służyć może każdemu (Kita 2013: 314–315). Przedmiotem dyskursu radiowego jest wspólna jego uczestnikom potrzeba informacji oraz rozrywki i jej zaspokojenie. Wyraża ją tęsknota za towarzyszeniem – w drodze, w domu, w wypoczynku. Stąd takie gatunki, jak wiadomości o pogodzie, raport drogowy, wywiady, monologi/dialogi prezenterki, piosenki oraz informacje o imieninach, urodzinach, nowościach muzycznych. Prezentowany wycinek rzeczywistości (fakty serwisów informacyjnych) jest tylko niewielkim obszarem tematyki ramówki. Spośród koniecznych środków potrzebnych do konsumpcji treści audialnych radio jest najmniej wymagające. Zorganizowanie radiostacji jako publicznej, prywatnej czy też społecznej przekłada się na płaszczyznę językową prezenterów i dziennikarzy (Steciąg 2006). Należą do niej narracja pierwszoosobowa i częste zwroty adresatywne do słuchaczy (Marcjanik 2009). „To medium więzi i bliskości ze słuchaczem” (Kita 2013: 315).

5. DYSKURS TELEWIZYJNY

Dyskurs telewizyjny jest wieloznakowy, transmisyjny i przechowuje zwyczaje wspólnoty dyskursywnej (Loewe 2018: 9). Jego przedmiot (parametr ideacyjny) to wspólna jego uczestnikom rzeczywistość. Jest ona ukazywana odbiorcy zawsze z perspektywy nadawcy, który ma we własnej wizji świata ulokowane swoje cele. Nadawca ze swojego punktu widzenia (re)prezentuje wycinek rzeczywistości (jakieś „tam”), uobecniając go widzowi („tu i teraz”) w postaci medialnej wizji świata. Na reprezentacyjność świata w dyskursie godzi się widzownia, ponieważ między uczestnikami istnieje porozumienie medialne. Należy do niego umowa o synergicznym użyciu kodów audiowizualnych, aktualność, transmisyjność (parametr interakcyjny) oraz pakt medialny (parametr normatywny). Ten ostatni oznacza, że „media stanowią raczej swoistą konwencję, w ramach której prezentują otaczający je świat. Można powiedzieć, że odbiorcy mediów swoimi codziennymi wyborami [...] przystają na ową konwencję, a swoje oczekiwania względem mediów lokują w ramach jej granic. [...] Konwencja, w ramach której funkcjonują media, wymusza na nich skrótowość, uproszczenia, nierzadko stereotypizację, a więc spłaszczanie różnych zjawisk, wydarzeń czy problemów” (Gackowski 2013).

Dyskurs telewizyjny konstytuuje publiczny charakter instancji nadawczej (parametr podmiotowy), tymczasem miejscem użytkowania tych powszechnie dostępnych treści jest sytuacja prywatna, domowa, w pojedynkę, najczęściej bez potrzeby

uświadamiania, że treści dotyczą konsumentów masowych i rozproszonych. Homogeniczne multimodalne treści są dostępne heterogenicznej widowni. Te dwa składniki czynią kontekst niestabilnym. W przekazie multimodalnym każdy z użytych kodów może być źródłem niezależnych przez nadawcę konotacji i referencji. Masowy charakter widowni z kolei nie może być podstawą profilowania komunikatów. Dlatego intencjonalnie nadawca telewizyjny przyjmuje swój punkt widzenia i projektuje wizję wspólnego dla niego i widza świata. Natomiast stałym elementem jest właśnie sytuacja dyskursywna. Wiadomo, że przekaz jest zapośredniczony, że przyjmuje kształt ramówki ograniczonej czasowo i porządkującej widzowi dzień. W dyskursie telewizyjnym zbiorowość jest po stronie obu uczestników zdarzeń dyskursywnych. Mnogość odbiorcy telewizyjnego jest horyzontalna – widoczna w rozproszeniu widowni (w wielu różnych miejscach, choć w tym samym czasie). Mnogość nadawcy jest wertykalna – wpisany jest on w kilka pięter.

6. Dyskurs hipertekstowy i dyskurs mediów społecznościowych

Jan Grzenia w środowisku komunikacji zapośredniczonej komputerowo wyróżnił trzy jego typy: konwersacyjny, korespondencyjny oraz hipertekstowy (Grzenia 2006: 43). Obniżenie kosztów szerokopasmowego internetu oraz doskonaląca się technologia (kultura aplikacji oraz interfejsów) zrobiła w tym dyskursie miejsce także na typy: transmisyjny oraz transakcyjny (Loewe 2016; Skowronek 2024). W pierwszym odbywa się symultaniczne, ale zapośredniczone przez ekran, udostępnianie zdarzeń zachodzących w realnej przestrzeni. W drugim realizują się potrzeby komercyjne społeczeństwa medialnego, czyli płatności, usługi, zakupy. Wagę hipertekstu – podstawowej formy podawczej dla tego dyskursu – podkreślał już ćwierć wieku temu Eugeniusz Wilk (2000), traktując go jako centralną fazę telepiśmienności (Wilk 2000:38). Zapoczątkowane rozmowy oraz wymiana korespondencji znane były człowiekowi już wcześniej, dlatego e-maile, SMS-y i czaty traktuję jako efekt ewolucji poprzedzających je gatunków listów, kartek pocztowych oraz potocznych rozmów. Cyfrowo zorganizowane portale oraz witryny internetowe noszą z kolei znamiona rewolucji. Mimo różnorodności gatunkowej, kodowej i kanałowej oraz wielu komplementarnych zjawisk komunikacyjnych w internecie Urszula Żydek-Bednarczuk określiła go poprzez antynomiczne pary: synchroniczność – asynchroniczność, publiczność – prywatność, oficjalność – nieoficjalność, pisaność – ustność, skrótość – narracyjność, woluntaryzm – komercyjność, lokalność – globalność, elitaryzm – egalitaryzm (2013: 347–407). Za jego wyróżniki uznaje ponadto interaktywność użytkowników, hipertekstualność wytworów i wirtualność rzeczywistości. Kulturę sieci Żydek-Bednarczuk zdecydowała się określić jako wolnościową i demokratyczną

(Żydek-Bednarczuk 2013: 372). Sposoby użytkowania jej interfejsów doprowadziły wszak do podważenia tych właściwości. Bogusław Skowronek za Janem Kreftem ocenił je krytycznie: „nie ma dzisiaj żadnych wątpliwości, że nadzór nad dyskursem mediów społecznościowych istnieje” (2024: 153; Kreft 2019: 132, 150, 162). Algorytmizacja właścicieli platform społecznościowych pozwala na obsługiwanie i korzystanie z danych, których użytkownik dostarcza zawsze (*datafikacja, daneizacja*) (Kreft 2019: 166). W logikę mediów społecznościowych wpisuje się konwergencja Henry’ego Jenkinsa (Jenkins 2007), pakt o uczestnictwie Danuty Kępy-Figury (Kępa-Figura 2012). Ta badaczka uważa bowiem, że czas interaktywnych technologii minął. Współcześnie społeczeństwa zglobalizowane żyją w kulturze uczestnictwa, a dyskurs mediów społecznościowych jest stanowiony przez pakt o uczestnictwie. „Najważniejszą konsekwencją *kultury konwergencji* – pisze też Skowronek – jest [...] semiotyczna aktywizacja użytkowników” (Skowronek 2019: 99). Platformy medialne dbają zaś o to, by to uczestnictwo (relację) podtrzymywać przez natychmiastową daneizację, automatyzację i symplifikację łączności uczestników, dostarczanie reklamodawcom użytkowników sieci (Kreft 2019: 165). Być może współcześnie żyjące społeczeństwa zglobalizowanego świata niestłusznie określa się jako *medialne*. Może są one już *algokracjami* czy *netokracjami*. Tak oto, choć dyskurs być może błędnie jest określany jako społecznościowy, w siłę rośnie czwarta władza – platformy i domy medialne. Na inną okoliczność zostawiam poglądy Stanisława Gajdy, który w pierwszej dekadzie XXI wieku obserwował, że:

za sprawą mediów tworzą się nowe formy istnienia i funkcjonowania społeczeństwa. Rodzą się medialne (sieciowe) wspólnoty, w których wszelkie stosunki międzyludzkie zostają zapośredniczone przez różnorakie akty komunikacji medialnej. Interaktywność w nowych mediach sprawia, że publiczność zyskuje podmiotowość i prawa, jakich dotąd nie miała – staje się V władzą (Gajda 2010: 27).

Sądzę bowiem, że pogłębione refleksje mogłyby dowodzić w istocie tej roli publiczności medialnej i uczestników dyskursu mediów społecznościowych. Skoro o biernego członka społeczeństwa medialnego warto było zabiegać w celach komercyjnych, to o aktywnego członka netokracji zabiegać warto tym bardziej, bo korzyści z tych zabiegów współcześnie tylko się zwiększają.

7. DYSKURS FILMOWY

Przez długi czas dyskurs filmowy nie był włączany do dyskusji nad dyskursami medialnymi (Loewe 2014; Ślawska 2017) czy też medialnymi odmianami (Malinowska, Nocoń, Żydek-Bednarczuk red. 2013), a wcześniej stylami (Gajda red. 1995) języka. Główny powód stanowił fakt niespełnienia przez film modelu transmisyjnego typowego dla wszystkich mediów masowych. Podawano też i drugi powód, jakim była

kreacyjność filmu fikcjonalnego, a więc zbliżenie wytworu dla kina do tekstu artystycznego wyrazu. Film nie pełni prymarnie funkcji informacyjnej, natomiast ma funkcję autoteliczną. Podważony w dyskursie filmowym zostaje pakt faktograficzny, a zmajoryzowany – pakt estetyczny (Skowronek 2020: 15–16). Jako prototypowy wytwór dyskursu filmowego Bogusław Skowronek uznaje „przedstawienie za pomocą ruchomych obrazów jakiejś historii” (Skowronek 2020: 16). Odbiorca winien zatem uzyskać wrażenie ruchomego obrazu w czasie późniejszym od jego powstania z możliwością wielokrotnego odtworzenia zapisu, a sama historia winna być wpleciona w relacje społeczne i komunikacyjne. Skowronek zdecydował się zaprezentować czytelnikom językowy dyskurs filmowy za pomocą parametrów. Generują one w analizie sens językowego przekazu filmu. Jest tych analitycznych parametrów osiem: odmianowy (w odniesieniu do języka), etniczny, lingwistyczno-kulturowy, przedmiotowy, genologiczny, narracyjny, przestrzenny i nadawczo-odbiorczy. Odrębny jest parametr metodologiczny, w którym autor projektuje w ogóle badanie fikcjonalnego filmu, czyli sytuuje go w perspektywie mediolingwistycznej.

Metodologiczna perspektywa oglądu dyskursu filmowego (nawet przy jego ograniczeniu do wykładników językowych) staje się możliwa do odtworzenia przez analogię za pomocą parametrów dyskursu telewizyjnego. Parametr ideacyjny jest podtrzymany w dyskursie filmowym przez dokonywaną autorską selekcję i wybór przedmiotu opisu (obrazowania). Odbiór filmów za pośrednictwem kina albo platform strumieniowych jest samotniczy i osobisty, a zarazem społecznościowy i masowy. Dzięki tej cesze filmy zyskują rozgłos. Parametr normatywny zostaje spełniony w przyjętej przez Skowronka społecznej i komunikacyjnej wspólnoty, która zapewnia porozumienie między twórcą a widzami. Parametr spacialny, o którym stanowi powszechna dostępność produktu kinowego, jest w tym dyskursie spełniony, aczkolwiek chronemiczny oraz interakcyjny już nie. Filmy nie są dystrybuowane cyklicznie, w umówionej ramówce, oraz nie muszą w żadnym razie spełniać warunku aktualności.

Zgodnie z zapowiedzią artykuł kończy tabela 1. podsumowująca wszystkie zaanonsowane dyskursy medialne, kolumny odpowiadają kolejnym dyskursom, a wiersze uporządkowane zostały według parametrów, które uznałam za narzędzie do ukazywania podobieństw i różnic między dyskursami będącymi obiektem badań mediolingwistycznych. Mam nadzieję, że artykuł dostarczył argumentów za sprawnością naukową mediolingwistyki jako subdyscypliny językoznawstwa, a zarazem uwyraźnił jej własności (metody, obiekty i przedmioty) odróżniające jej pozycję na tle innych dyscyplin.

Tabela 1. Parametry dyskursów medialnych

	Dyskurs medialny (1)	Dyskurs prasowy (2)	Dyskurs radiowy (3)	Dyskurs telewizyjny (4)	Dyskurs hipertekstowy (5)	Dyskurs mediów społecznościowych (6)	Dyskurs filmowy (7)
Parametr ideacyjny	reprezentacja wyselekcjonowanych zdarzeń z myślą o publiczności medialnej	medialny obraz świata, uobecnianie „tutaj” pewnego „kiedys”	medialny obraz świata, uobecnianie „teraz” pewnego „tam”	medialny obraz świata, uobecnianie „tutaj” pewnego „tam”	medialny obraz świata	dyskursywny obraz świata	twórcza wyobraźnia, artystyczna wizja świata
Parametr podmiotowy	rozproszona publiczność medialna, instytucjonalny złożony nadawca	czytelnicy prasy, dziennikarz, redaktor, komentator, reporter	sluchacze radiostacji, dziennikarz, prezenter, redaktor	widzowie i publiczność, dziennikarz, prezenter, twarz stacji	netizen, właściciel platformy medialnej, dziennikarz, reporter, blogger	prosument, cyfrowy tubylec, właściciel fanpejda/profilu/kanału, influencer, follower, wideoblogger	widzowie, wytwórnia filmowa, aktorzy
Parametr normatywny	pakt medialny / porozumienie medialne	pakt faktograficzny podporządkowanie regulom i domu medialnego	pakt faktograficzny podporządkowanie regulom dyskursu i domu medialnego	pakt faktograficzny podporządkowanie regulom dyskursu i domu medialnego	pakt faktograficzny podporządkowanie regulom dyskursu i domu medialnego	pakt o uczestnictwie podporządkowanie regulom platniny medialnej, anarchia	pakt estetyczny brak podporządkowania: wolność

Tabela 1. (cd.)

	Dyskurs medialny (1)	Dyskurs prasowy (2)	Dyskurs radiowy (3)	Dyskurs telewizyjny (4)	Dyskurs hipertekstowy (5)	Dyskurs mediów społecznościowych (6)	Dyskurs filmowy (7)
Parametr interakcyjny	jednokierunkowość	jednokierunkowość, bierność	jednokierunkowość, bierność, transmisyjność	jednokierunkowość, bierność, transmisyjność	dwukierunkowość, aktywność, interaktywność	wielokierunkowość, aktywność, interaktywność, interaktywność	jednokierunkowość
Parametr chronologiczny	dyskurs jest sprzężony z czasem, wielokrotnie powtarzane i cykliczne praktyki komunikacyjne zapewniają uczestnictwo w dyskursie obu stronom	powtarzalność, cykliczność	powtarzalność, cykliczność	powtarzalność, cykliczność	aktualność, symultaniczność	aktualność, symultaniczność	trwanie
Parametr spacialny	praktyki dyskursywne odbywają się w dostępnej dla innych uczestników życia społecznego przestrzeni, są przez innych poznawalne, publiczny i powszechny sposób dostępu do treści	łamy pisma, ograniczenie	fale eteru, podążanie za słuchaczem, głośnik/słuchawki, bez ograniczeń	interfejs telewizora/ekranu, ograniczenie	interfejs ekranu: maxi (telewizor), midi (tablet), mini (smartfon)	interfejs ekranu: maxi (telewizor), midi (tablet), mini (smartfon)	kino (wielki ekran), przestrzeń prywatna (telewizor), przestrzeń zarówno publiczna, jak i prywatna (smartfon)

Źródło: opracowanie własne.

Bibliografia

- Bauer, Z. 2008. *Gatunki dziennikarskie*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński. Kraków: Universitas.
- Fras, J. 2013. *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Gackowski, T. 2013. *Mediatyzacja polityki – rzecz o niesamowitości Internetu*. Online: <http://www.medioznawca.com/blogi/blog-medialny/41-mediatyzacja-polityki-rzecz-o-niesamowitosci-internetu> [dostęp: 20.07.2023].
- Gajda, S. 2010. *Nowe media z perspektywy lingwistycznej*. W: *Styl–dyskurs–media*, red. B. Bogułębska, M. Worsowicz. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Gajda, S. red. 1995. *Przewodnik po stylistyce polskiej*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Goban-Klas, T. 2002. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grzenia, J. 2006. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jenkins, H. 2007. *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kępa-Figura, D. 2012. *Performatywność komunikacji medialnej*. W: *Performatywne wymiary kultury*, red. K. Skowronek, K. Leszczyńska, s. 243–257. Kraków: Wydawnictwo Libron.
- Kępa-Figura, D. 2022. *Z perspektywy polskiej mediolingwistyki*. W: *Dyskurs, media, multimodalność*. Przyczynek do dialogu germanistyczno-polonistycznego, red. W. Czachur, A. Hanus, D. Miller, s. 299–307. Wrocław: Atut.
- Kępa-Figura, D. 2023. Gatunek jako kategoria mediolingwistyczna a działy mediolingwistyki otwartej. *Prace Językoznawcze* 25 (3), s. 61–73. DOI: 10.31648/pj.9182.
- Kita, M. 2012. *Czy istnieje medialna odmiana języka?* W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, s. 126–142. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kita, M. 2013. *Dyskurs radiowy*. W: *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, też, s. 313–346. Kraków: Universitas.
- Kreft, J. 2019. *Władza algorytmów*. U źródeł potęgi Google i Facebooka. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Levinson, P. 2010. *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka-Strączek. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Loewe, I. 2014. *Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych*. *Forum Lingwistyczne* 1, s. 9–16.
- Loewe, I. 2016. *Internet kak tehnologia i obsestvennoe prostranstvo*. W: *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil*, red. B. Tošovič, A. Wonisch, s. 127–135. Graz: Institut für Slavistik der Karl-Franzens-Universität Graz.
- Loewe, I. 2022. Status, historia, ludzie i organizacje polskiej mediolingwistyki. *Studia Medioznawcze* 23, s. 1101–1112. DOI: /10.33077/uw.24511617.sm.2022.1.674.
- Loewe, I. red. 2023. *Encyklopedia mediolingwistyki*. Kraków: Universitas.
- Malinowska, E., Nocoń, J., Żydek-Bednarczuk, U. red. 2013. *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Kraków: Universitas.
- Marcjanik, M. 2009. *Mówimy uprzejmie: poradnik językowego savoir-vivre’u*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Miczka, E. 2002. *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mitcham, C. 1994. *Thinking Through Technology: The Path between Engineering and Philosophy*. Chicago–London: The University of Chicago Press.
- Mrozowski, M. 2001. *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Aspra.
- Pariser, E. 2011. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. New York: Penguin Books.
- Piekot, T. 2006. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas.
- Sieńko, M. 2012. *Metapiśmiennosc jako narzędzie rozumienia i optymalizacji komunikacji*. W: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, s. 161–174. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM.
- Skowronek, B. 2013. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Skowronek, B. 2019. *Media społecznościowe – nowe oblicze komunikacji medialnej?* W: *Komunikacja ponad granicami. Prace dedykowane profesor Małgorzacie Kicie*, red. M. Czempka-Wewióra, A. Kalisz, M. Ślawska, s. 97–106. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Skowronek, B. 2020. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Skowronek, B. 2024: *Mediolingwistyka. Dekadę później*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej.
- Skowronek, K., Rutkowski, M. red. 2004. *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*. Kraków: Lexis.
- Steciąg, M. 2006. *Informacja, wywiad, felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*. Zielona Góra: Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego.
- Szpunar, M. 2018. *Koncepcja bańki filtrującej a hipernarcyzm nowych mediów*. *Zeszyty Prasoznawcze* 2 (234), s. 191–200. DOI: 10.4467/22996362PZ.18.013.9108.
- Ślawska, M. 2017. *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*. *Forum Lingwistyczne* 4, s. 15–29.
- Ulmer, G.L. 2002. *Internet Invention: From Literacy to Electracy*. New York: Longman.
- Ulmer, G.L. 2004. *Teletheory*. New York: Atropos.
- Wojtak, M. 2014. *Językoznawca na medialnym polu badawczym*. *Stylistyka* 23, s. 163–178.
- Wojtak, M. 2019a. *O lingwistycznych fundamentach badań medioznawczych – zarys problematyki*. W: *W poszukiwaniu fundamentów nauk o mediach*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Lewicki. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut.
- Wojtak, M. 2019b. *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*. W: *Język w prasie. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, s. 81–89. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Żydek-Bednarczuk, U. 2013. *Dyskurs internetowy*. W: *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, *taż.*, s. 347–380. Kraków: Universitas.

Media discourses and their parameters. Selected issues of media linguistics

Summary

The article uses a descriptive-heuristic method. The author undertook a task of describing the nature of media linguistics as a subdiscipline of linguistics, as seen from her own perspective, as well as in the light of views of a number of other linguists. The discussion about the methodology of media linguistics presented in the paper comprises arguments in favour of distinguishing it from other subdisciplines on the basis of research methods, research objects, and objects of analysis. The author argues that the strongest evidence for the distinctness of media linguistics is media discourses and not the media themselves, as well as the multimodality of media texts.

Keywords: multimodality – media discourse – hypertext discourse – social media discourse.

Adj. Marta Falkowska

Jakub Bobrowski

Instytut Języka Polskiego, Polska Akademia Nauk

jakub.bobrowski@ijp.pan.pl

ORCID: 0000-0002-1096-4677

SUBSTANDARDOWE REALIZACJE FONETYCZNE ORAZ ICH FUNKCJE W KOMEDIACH STANISŁAWA BAREI

1. WPROWADZENIE

Komédie Stanisława Barei, chociaż organicznie związane z realiami społeczno-politycznymi okresu PRL-u, cieszą się niesłabnącym powodzeniem wśród kolejnych pokoleń widzów, również tych, którzy nie mogą znać z własnego doświadczenia rzeczywistości Polski komunistycznej. Choć reżyser za życia nie cieszył się szczególnym uznaniem krytyków, a nadto spotykał się z niechęcią wielu kolegów po fachu (Replewicz 2009: 122–124), z upływem lat zyskał status twórcy kultowego, a jego dzieła na trwałe weszły do pamięci kulturowej Polaków. O powodzeniu filmów Barei decyduje zapewne fakt, że wrodzony talent komediowy reżyser doskonale łączył z obserwacją społecznych interakcji i rytuałów, mechanizmów władzy, wreszcie – zachowań werbalnych. Warstwa językowa stanowi element, bez którego trudno sobie wyobrazić humor twórcy *Misia*, a mimo to cieszyła się jak dotąd umiarkowanym zainteresowaniem lingwistów. Autorzy nielicznych prac na ten temat koncentrują się bądź to na śledzeniu frazeologizmów i skrzydlatych słów mających swój rodowód w twórczości reżysera (Połowniak-Wawrzonek 2021a, 2021b; Żmigrodzki 2016), bądź też na problemach translatorskich (Okła 2019). Na szczególną uwagę zasługuje rozprawa doktorska Agaty Barbary Figiel (2021), w której autorka podjęła próbę rekonstrukcji mechanizmów humoru werbalnego obecnych w komediach Barei za pomocą narzędzi gramatyki komunikacyjnej. Jest to ujęcie niezwykle interesujące i efektowne poznawczo, ale wybór metodologii spowodował, że badaczka skoncentrowała się raczej na ponadzdaniowej organizacji komunikatów niż na operacjach stylistycznych modyfikujących niższe poziomy systemu językowego. Sądzę, że szczegółowa analiza tych drugich również mogłaby ułatwić zrozumienie fenomenu Barejowskiego komizmu. Niniejszy artykuł stanowi skromną próbę realizacji wskazanego zadania poznawczego, jego przedmiotem są bowiem substandardowe, niezgodne

z normami ortofonicznymi współczesnej polszczyzny¹ struktury segmentalne wyrazów pojawiające się w kwestiach bohaterów komedii Barei. Postaram się najpierw scharakteryzować je pod względem językowo-stylistycznym, później zaś opisać ich funkcje w obrębie filmowych komunikatów. Ponieważ filmy jako tzw. medioteksty (por. Loewe 2018: 91–92; Skowronek 2020: 65) mają charakter multimodalny, a kod werbalny jest tylko jednym z modusów, mechanizmów sensotwórczych budujących przekaz, dane językowe analizuję w kontekście informacji zakodowanych za pomocą innych systemów semiotycznych. W sztuce filmowej kluczowe znaczenie ma oczywiście płaszczyzna wizualna (Kress, van Leeuwen 2001: 2).

Przedmiotem badań w niniejszym artykule jest wyłącznie materiał wyekscerpowany z klasycznych komedii kinowych, reprezentujących dojrzały, indywidualny styl Barei. Do grupy tej zaliczyłem następujące dzieła:

1. *Poszukiwany, poszukiwana* (PP)², 1972, scenariusz: Stanisław Bareja, Jacek Fedorowicz, produkcja: Zespół Filmowy Pryzmat.
2. *Nie ma róży bez ognia* (NMR), 1974, scenariusz: Stanisław Bareja, Jacek Fedorowicz, produkcja: Zespół Filmowy Pryzmat.
3. *Brunet wieczorową porą* (BWP), 1976, scenariusz: Stanisław Bareja, Andrzej Kill (Stanisław Tym), produkcja: Zespół Filmowy Pryzmat.
4. *Co mi zrobisz, jak mnie złapiesz* (CMZ), 1978, scenariusz: Stanisław Bareja, Stanisław Tym, produkcja: Zespół Filmowy Pryzmat.
5. *Miś* (M), 1980, scenariusz: Stanisław Bareja, Stanisław Tym, produkcja: Zespół Filmowy Perspektywa.

Jeśli chodzi o popularne seriale: *Alternatywy 4* (1983) i *Zmiennicy* (1986), uznałem, że uwzględnienie również tych obszernych (24 długie odcinki) produkcji nie jest możliwe w ramach jednego artykułu i powinny one stać się raczej przedmiotem odrębnego omówienia. Poza obszarem mojego zainteresowania znalazły się też dzieła reżysera należące do innych gatunków: kryminał *Dotknięcie nocy* (1961) i serial milicyjny *Kapitan Sowa na tropie* (1965). Nie zajmuję się tu również wcześniejszymi, konwencjonalnymi filmami (*Mąż swojej żony* (1960), *Żona dla Australijczyka* (1963), *Małżeństwo w rozsądku* (1965) i *Przygoda z piosenką* (1968)), w których oryginalność twórcza mistrza komedii nie doszła jeszcze w pełni do głosu. Notabene wstępny ogląd filmów z lat sześćdziesiątych pokazał, iż odstępstwa od wzorcowej, literackiej wymowy występują w nich bardzo rzadko. Materiał do badań pozyski-

¹ Identyfikując formy substandardowe, inspirowałem się rozstrzygnięciami wydawnictw normatywnych z czasów powstawania filmów Barei (Karaś, Madejowa red. 1977; Doroszewski red. 1980) oraz opisami zawartymi w literaturze naukowej (por. Bibliografia). Kategorię substandardowości traktowałem jednak elastycznie i uwzględniałem również zjawiska uznawane (zwłaszcza obecnie) za dopuszczalne w języku potocznym, założywszy, że w wymowie aktorskiej mają one charakter nacechowany.

² Podanymi skrótami posługuję się, cytując materiał. Po skrócie podaję zawsze zakres czasowy, w którym pojawia się dana kwestia filmowa.

wałem metodą audytywną, odsłuchową, źródło komizmu oraz innych efektów stylistycznych stanowić mogą bowiem tylko zjawiska, które są percypowalne dla przeciętnego odbiorcy.

Uwzględniając charakterystykę genetyczną i socjolingwistyczną substandardowych postaci fonetycznych wyrazów, postanowiłem podzielić je na następujące klasy:

1. Realizacje ewokujące kolokwialną niestaranność wymowy.
2. Realizacje o podłożu dialektalnym oraz z pogranicza gwar i języka potocznego.
3. Realizacje hiperpoprawne.
4. Realizacje wskazujące na obcość etniczną.
5. Realizacje wskazujące na wady wymowy i nieznamość wyrazów obcych.

Nie jest to oczywiście podział całkiem ścisły (szczególnie płynna wydaje się granica między zjawiskami potocznymi a gwarowymi), sędzę jednak, że dobrze się sprawdza jako forma wstępnego uporządkowania materiału. W dalszej części artykułu omawiam każdą z kategorii, zamieszczając pełną listę wyekscerpowanych przykładów. Staram się zawsze przytaczać szersze konteksty, w których wystąpienia analizowanych zjawisk zaznaczam pismem pogrubionym. W zapisie przykładów wykorzystuję sławistyczny alfabet fonetyczny, którego symbole, w połączeniu z zapisem półortograficznym, są zazwyczaj wykorzystywane w polskich pracach o nachyleniu stylistycznym (z publikacji poświęconych językowi w filmie por. np. Kresa 2019). Zasadniczo stosuję się do zasad przyjętych przez Danutę Ostaszewską i Jolantę Tambor w popularnym podręczniku akademickim (Ostaszewska, Tambor 2005), w związku z tym akceptuję również przedstawiony przez autorki opis fonetyczny polszczyzny. Niekiedy wprowadzam dodatkowe znaki, o czym informuję w odpowiednim miejscu rozważań. Kapitalikami podaję zwięzłą informację o kontekście sytuacyjnym, w którym dana kwestia się pojawia.

2. REALIZACJE EWOKUJĄCE KOLOKWIALNĄ NIESTARANNOŚĆ WYMOWY

Kolokwialne zaburzenia realizacji fonicznej wypowiedzi dotyczą przede wszystkim konsonantyzmu. Niejednokrotnie spotykamy się zatem z:

– zanikiem spółgłosek w pozycji interwokalicznej (dodatkowo może wystąpić redukcja jednej z samogłosek lub jej przejście w samogłoskę centralną [ə] albo geminacja w przypadku samogłosek identycznych): HYDRAULIK DO KLIENTKI W ROZMOWIE TELEFONICZNEJ [sãma soə (≤ sob'je) pãñi krãny | zakųadaɨ] (PP, 29:09–29:12), NAUCZYCIEL JAN FILIKIEWICZ DO GOŚCIA W MIESZKANIU [proə (≤ proše) pãna] (NMR, 4:11), NAUCZYCIEL JAN FILIKIEWICZ DO ŻONY [poznau od rau (≤ razu)] (NMR, 6:41), FRANCIK, SNOBISTYCZNY WARSZAWIAK, DO KOBIETY W AUTOKARZE [proə (≤ proše) pãñõŭ]

(NMR, 1:15:45), SZATNIARZ NA DANSINGU DO GOŚCIA [xcaɯby pãn se (≤ sob'je)] (NMR, 1:20:15), SPRZĄTACZKA DO MĘŻCZYZNY W MUZEUM [pãn se (≤ sob'je) tu čytel'ne užd'ňziɯ] (BWP, 29:41), SPRZĄTACZKA DO MĘŻCZYZNY W MUZEUM [každ'ën by se (≤ sob'je) tu] (BWP, 29:51), TAKSÓWKARZ DO PASAŻERA [v'iš (≤ v'iziš) pan] (BWP, 36:41), TAKSÓWKARZ DO KOLEGI MECHANIKA ['a pot'ëm (≤ pot'ëm) do ryška muv'i] (BWP, 38:58), KIEROWCA WYWROTKI DO WSPÓŁPRACOWNIKA [v'iš (≤ v'iziš) te vaɯxe] (BWP, 1:16:17), FOTOGRAF ROMAN FERDE W ROZMOWIE Z KOLEGĄ [pšež (≤ pšečež) v'iziš] (CMZ, 32:40), PRACOWNIK DROGOWY DO WSPÓŁPRACOWNIKA [sãm se (≤ sob'je) zap'iš] (CMZ, 42:02), DUDAŁA DO DYREKTORA KRZAKOSKIEGO [suɔ (≤ suɯɔ)] (CMZ, 1:03:20), DANUSIA, CÓRKA WYSOKIEGO DYGNIARZA, DO DYREKTORA KRZAKOSKIEGO ['a pot'ëm soɔ (≤ sob'je)] (CMZ, 1:09:34), KOBIETA SPRZEDAJĄCA MIĘSO DO SEKRETARKI W BIURZE [co m'i:ãm (≤ m'jauãm) ñe pšyjš'ć] (M, 15:31–15:32), AKTORKA ALEKSANDRA KOZEŁ DO GOSZCZĄCEGO W JEJ MIESZKANIU ZNAJOMEGO STANISŁAWA PALUCHA ['ũmyu'eš soɔ (≤ sob'je) guove]] (M, 59:13–59:14);

– uproszczeniami grup spółgłoskowych – [tš] ≥ [č]³: WRÓŻĄCA CYGANKA DO MĘŻCZYZNY, KTÓREGO POPROSIŁA O POMOC [popač (≤ popatš) no tylko] (BWP, 12:49), DZIEWCZYNA LAKIERNIKA W ZAKŁADZIE MECHANICZNYM, UŚMIECHAJĄC SIĘ I EKSPONUJĄC OBFITY BIUST [čy jest'ëm ješče počebna (≤ potšebna)] (BWP, 39:13–39:14), TAKSÓWKARZ DO PASAŻERA [pač (≤ patš) pãn] (BWP, 43:34), MILICJANT, UCZĄC SIĘ Z TRUDEM NA PAMIĘĆ Z KARTKI PYTAŃ ZADAWANYCH KIEROWCOM ['a gdyby tu byɯo nagle pšečkole (≤ pšetškole)] (M, 4:26–4:27); [fs'k] ≥ [s'k]: NAUCZYCIELKA WANDA FILIKIEWICZ DO MĘŻA [mal'inofs'ki (≤ mal'inofs'ki)] (NMR, 1:29:15), PREZES RYSZARD OCHÓDZKI W ROZMOWIE O INTERESACH Z PRODUCENTEM FILMOWYM HOCHWANDEREM [ty beňžeš rob'iɯ žados'ke (≤ žadofs'ke) ošč'ëndnošći] (M, 1:09:26–1:09:27); [fsk] ≥ [sk]: JERZY DĄBCZAK, OSZUST MIESZKANIOWY [to jest pãni korbačeska (≤ korbačefska)] (NMR, 1:22:59); [gɯb] ≥ [gb]⁴: LUSIA, CÓRKA BADYLARZA, DO GOŚCIA [mugby (≤ mugɯby) dostač] (NMR, 41:58); [pɯć] ≥ [pć]: PRACOWNIK DROGOWY DO KOLEGI [to še ruž'ňõũ ot šeb'je | pćõũ (≤ pɯćõũ)] (CMZ, 42:58–43:00);

– redukcją [ɯ] w sąsiedztwie samogłoski [u] – [uɯ] ≥ [u]: PROSTYTUTKA NA DANSINGU [v bugar'ji (≤ buɯgar'ji)] (NMR, 1:20:59); [ɯu] ≥ [u]: DUDAŁA DO DYREKTORA KRZAKOSKIEGO [suɔ (≤ suɯɔ)] (CMZ, 1:03:20);

– zanikiem spółgłosek w wygłosie (niekiedy towarzyszy mu geminacja poprzedzającej samogłoski): DYREKTOR DO GOSPOSI MARYSI [õñi m'i vypɯač'i dva tyš'õnce

³ Zmiana ta uznawana jest za typową dla południowego obszaru dialektalnego (Dejna 1973: 136–137), należy do wręcz stereotypowych właściwości wymowy krakowskiej (Dunaj 1989: 104–106). Jednak czynniki socjalno-sytuacyjne (miejsce akcji, pochodzenie bohaterów, a nawet pochodzenie aktorów) nie pozwalają na interpretację cytowanych przykładów jako nawiązań do gwary. Dlatego też uznałem, że mają one ewokować tylko potoczną niestaranność wymowy.

⁴ Uproszczenia grup z [ɯ] zaliczam do zmian spółgłoskowych za B. Dunajem (1985). W opracowaniach fonetycznych glajdy (półsamogłoski) są często klasyfikowane jako samogłoski (np. w znanym podręczniku B. Wierzchowskiej, 1971).

ośmset zꞛoty (≤ zꞛoty x) (PP, 1:09:39–1:09:40), LUSIA, CÓRKA BADYLARZA, DO GOŚCIA [t·a (≤ tak)] (NMR, 42:10), PRACOWNICY DO SZEFA BADYLARZA [t·a (≤ tak) ĩest] (NMR, 59:12), FRANCIAK, SNOBISTYCZNY WARSZAWIAK, DO MĘŻCZYZNY, KTÓREGO NIE CHCE WPUŚCIĆ DO AUTOKARU [možeš ĩej také gꞛꞛoty pleś (≤ pleść)] (NMR, 1:13:15–1:13:16), ZENEK, PROSTY, SILNY ROBOTNIK [tãĩ ĩest sprav'jedl'ivoś (≤ sprav'jedl'ivość)] (NMR, 1:26:09), MILICJANTKA WYPISUJĄCA MANDAT [dv'jěśće zꞛoty (≤ zꞛoty x) pãĩ zapꞛaćĩ] (CMZ, 26:29–26:30), SPRZĄTACZKA W SKLEPIE SPOŻYWCZYM, ODPOWIADAJĄC NA PROŚBĘ EKSPEDIENTKI [zara (≤ zaras)] (CMZ, 1:14:35), KIEROWCA DO KOLEGI [xo (≤ xoć) no | xo (≤ xoć) no] (M, 44:01–44:02), MILICJANT DO ZATRZYMYWANEGO WOŹNICY [t·a (≤ tak)] (M, 48:30), „KONIK” SPRZEDAJĄCY BILETY NA LOTNISKU DO POTENCJALNEGO KLIENTA [xo (≤ xoć) no pãĩ] (M, 1:30:32);

– upodobnieniem pod względem miejsca artykulacji na granicy międzywyrazowej: NAUCZYCIEL JAN FILIKIEWICZ DO UCZNIĄ NA LEKCJI [co ś ĩęb'je (≤ s' ĩęb'je) vyrośĩe] (NMR, 1:02:02–1:02:03), również połączonym z uproszczeniem grupy spółgłoskowej: PRACOWNIK FABRYKI DO KOLEGI [w gẽĩb'je to každy ĩe ĩsilny (≤ ĩest' ĩilny)] (CMZ, 22:18–22:19);

– upodobnieniem pod względem sposobu artykulacji w obrębie wyrazu: NAUCZYCIELKA WANDA FILIKIEWICZ DO BYŁEGO MĘŻA [to ty xceś tu čšỹmac (≤ tšỹmac) psa] (NMR, 20:59–21:00)⁵;

– antycypacją miękkości: ZENEK, PROSTY, SILNY ROBOTNIK, DO NAUCZYCIELA FILIKIEWICZA [to razẽĩ beže šeĩset (≤ šeśset)] (NMR, 56:28).

Wymienione zjawiska są wyraziste, dość mocno zwracające uwagę odbiorcy, tym bardziej że w autentycznej polszczyźnie kolokwialnej ich występowanie charakterystyczne jest zwłaszcza dla wymowy typu *allegro* (por. Dunaj 1985: 130, 1989: 40), podczas gdy w analizowanych filmach nie ma jednoznacznej zależności tego rodzaju – większość cytowanych kwestii jest realizowana w tempie raczej umiarkowanym, często zalecanym w klasycznej wymowie aktorskiej (por. Nowakowski 1997: 11–48).

W filmach Barei spotykamy się również z typowymi dla języka potocznego naruszeniami normy w zakresie posługiwania się tak zwanymi samogłoskami nosowymi *sensu largo*, to znaczy dyftongami ustno-nosowymi z półsamogłoską nosową [ũ] jako drugim składnikiem oraz wszelkimi brzmieniowymi odpowiednikami liter *q* i *ę*⁶. Najczęstsze zjawisko to (znane również w gwarach ludowych) upraszczanie grup

⁵ Podany przykład jest wprawdzie aprobowany przez wydawnictwa normatywne, ale wpisuje się w charakterystyczną dla filmów Barei tendencję do preferowania form uproszczonych, sprzeczną z zaleceniami klasycznej wymowy aktorskiej (Nowakowski 1997: 29; Wierzychowska 1971: 230).

⁶ Tak szerokie rozumienie umownego terminu *nosówki* przyjmuję za D. Ostaszewską i J. Tambora (2005: 61). Jest ono wprawdzie kontrowersyjne metodologicznie, ale uważam, że w pracy o nachyleniu stylistycznym umożliwiła przejrzyste przedstawienie materiału. Oczywiście z punktu widzenia fonetyki synchronicznej w formach czasownika *być* mamy do czynienia po prostu z grupą samogłoska + spółgłoska nosowa.

[ěň] i [ěň], odpowiadających ortograficznemu ě, w formach czasu przyszłego czasownika *być*:

ADMINISTRATOR OSIEDLA DO PETENTA [ńex pãň ñe bežě (≤ běňžě) žeckěm] (NMR, 23:43), PRACOWNIK FIZYCZNY DO SZEFA BADYLARZA [co tu beže (≤ běňže) potěm] (NMR, 54:06–54:07), ZENEK, PROSTY, SILNY ROBOTNIK, DO NAUCZYCIELA FILIKIEWICZA [to razěm beže (≤ běňže) šejset] (NMR, 56:28), WRÓŻĄCA CYGANKA DO JEDNEGO Z BOHATERÓW [ty zara· zaras | bo beže (≤ běňže) za pužno] (BWP, 13:12–13:13), MECHANIK W WARSZTACIE SAMOCHODOWYM DO MĘŻCZYZNY CZEKAJĄCEGO NA KIEROWCĘ [zaraz beže (≤ běňže) volny] (BWP, 41:23), TAKSÓWKARZ DO MECHANIKA W WARSZTACIE SAMOCHODOWYM, OPOWIADAJĄC PEWNĄ HISTORIĘ [ńe bede (≤ běnde) će lać] (BWP, 39:04).

Glajd [ǔ] występuje niekiedy w miejscu spółgłoski [n] na granicy międzywyrazowej, po samogłosce, a przed spółgłoską szczelinową: ZENEK, PROSTY, SILNY ROBOTNIK, OPOWIADAJĄC ANEGDOTĘ [těǔ (≤ těň) zav'jadofca] (NMR, 1:26:02), MĘŻCZYŻNA PODCZAS SEANSU FILMOWEGO W KINIE DO DZIEWCZYNY [a 'ǔǔ (≤ ǔň) ze štucerem po gurax] (BWP, 35:05–35:06), INKASENT DO MĘŻCZYŻNY, KTÓREMU OPOWIADA O SWOJEJ PRACY [co tylko pãǔ (≤ pãň) xce] (M, 1:24:29).

Z pewnością uwagę widza zwrócić może rażąco nienormalne naruszenie struktury dyftongu ustno-nosowego [ǔǔ] w śródgłosie. Jeden z bohaterów – właściciel dobrego samochodu, zajmujący prawdopodobnie wysokie stanowisko w państwowym przedsiębiorstwie – realizuje go jako sekwens [ãǔ]: [i zdãǔžã (≤ zdǔǔžã) na čas] (CMZ, 1:17:19), [i pãň zdãǔža (≤ zdǔǔža)] (CMZ, 1:17:23). Ewidentny błąd językowy popełnia również inny przedstawiciel niekompetentnej PRL-owskiej warstwy kierowniczej, dyrektor „z zawodu”, który, realizując dźwiękowy odpowiednik litery *q* w formie 1. osoby liczby pojedynczej czasu przeszłego czasownika, zamiast spodziewanego [o] wypowiada samogłoskę [e]: [dop'jero začeǔm (≤ začoǔm) robote] (PP, 1:04:22). Tego samego rodzaju naruszenie normy słyszymy również w wypowiedzi oszusta mieszkaniowego Jerzego Dąbczaka: [v'žeǔm (≤ v'žoǔm) go tylko na prube] (NMR, 21:01–21:02).

Jeśli chodzi o charakterystyczne dla niestarannej wymowy potocznej modyfikacje samogłosek ustnych, to są one nieliczne. Incydentalnie pojawia się nadmierne podwyższenie artykulacji samogłoski w pozycji interpalatalnej: KELNERKA W KAWIARNI DO KOLEŻANKI Z PRACY [jakaš oklapya jěstěm žišej (≤ žišãj)] (M, 31:31–31:32); także obniżenie artykulacyjne w raczej zleksykalizowanej formie **te**: MŁODY CHŁOPIEC ANTEK DO GOSPOSI [te (≤ ty) | sǔyšš] (PP, 38:38), BADYLARZ DO GOŚCIA W SZKLARNI [a v xurće to žěv'jěňć | t·e (≤ ty)] (NMR, 41:41–41:43). Zmiany towarzyszące redukcji spółgłosek wymienilem w odpowiednim miejscu wcześniej.

3. REALIZACJE O PODŁOŻU DIALEKTALNYM ORAZ Z POGRANICZA GWAR I JĘZYKA POTOCZNEGO

Idiolekty wielu postaci z filmów Stanisława Barei zabarwione są właściwościami fonetycznymi o podłożu dialektalnym. Jeśli chodzi o konsonantyzm, uwagę zwraca zwłaszcza realizacja twardego [l] w pozycji przed samogłoską [i]:

PIJANY KIEROWCA DO PASAŻERA [mńe xćeli (≤ xćel'i) barãny zmylić (≤ zmyl'ić)] (BWP, 38:17–38:18), STARSI KOLEĐNICY, ŚPIEWAJĄCY W DOMU JEDNEGO Z BOHATERÓW [pšyby'ježeli (≤ pšyby'ježel'i) do betlejem] (BWP, 46:36), STARSI KOLEĐNICY, ŚPIEWAJĄCY W DOMU JEDNEGO Z BOHATERÓW [na liže (≤ l'iže)] (BWP, 46:40), PRZECHODZIENIE NA WARSZAWSKIEJ ULICY, KOMENTUJĄC WYPADEK [zab'ili (≤ zab'il'i) čıov'jeka] (CMZ, 15:18), MĘŻCZYŻNA PRZYBYWAJĄCY Z KOCHANKĄ I BUTELKĄ WÓDKI NA LIBACJĘ [no to żeśmy śeńe spuźnili (≤ spuźn'il'i)] (BWP, 1:28:51–1:28:52), KIEROWCA DO MĘŻCZYŻNY NA BUDOWIE [jak tak dalej beńżemy stali (≤ stal'i)] (CMZ, 38:45), TRAGARZ, PRAGNĄCY ZOSTAĆ POCZĘSTOWANYM ALKOHOLEM PRZEZ WŁAŚCICIELA MIESZKANIA [ježeli (≤ ježel'i) pãn pozvoli (≤ pozvol'i) | s pšyjemnoścõm] (M, 10:08–10:10), SPRZĄTACZKA W TEATRZE DO KOLEŻANKI [pãni pozvoli (≤ pozvol'i)] (1:01:36), SPRZĄTACZKA W TEATRZE DO KOLEŻANKI [pãni myśli (≤ mysl'i)] (M, 1:01:57), FRYZJER DO KLIENTA [tuńe volno palić (≤ pal'ić)] (M, 1:07:48), OPERATOR HELIKOPTERA W GABINECIE PREZESA OCHÓDZKIEGO, ZACHWALAJĄC SWOJĄ PRACĘ [tak m'i žėjkovali (≤ žėjkoval'i) | žeńe v'ježeli (≤ v'ježel'i) | f co m'ńe caıovać] (M, 1:08:06–1:08:07).

Występowanie spółgłoski [l] w takim kontekście fonetycznym jest (lub było) charakterystyczne dla dialektu mazowieckiego, Kaszub i niektórych innych obszarów (Dejna 1993: 116), ale w potocznej świadomości językowej wydaje się kojarzone ściśle, wręcz stereotypowo z mową mieszkańców stolicy (Kucharzyk 2023: 211–213). Oprócz depalatalizacji [l] w mowie dwóch „warszawskich” bohaterów charakterystycznych: „konika” sprzedającego bilety pod kinem oraz robotnika odśnieżającego ulicę, spotykamy się jeszcze ze stwardnieniem spółgłosek wargowych w tym samym kontekście fonetycznym: [ostat'ni bilecik (≤ b'ilećik)] (BWP, 32:36), [ãmerykański film (≤ f'ilm)] (BWP, 32:39), [xfilečke (≤ x'ilećke) | 'a pãn skõnt] (BWP, 1:14:46).

W badanych komediach usłyszeć można również kilka innych typowych właściwości gwary miejskiej stolicy, choć ich frekwencja jest wyraźnie niższa. Należą tu:

– odmienna od ogólnopolskiej dystrybucja spółgłosek ś i ź (szadzenie, sikanie), pozostająca w genetycznym związku z mazurzeniem (Stasiewicz-Radecka 2005: 40): ROBOTNIK ODŚNIEŻAJĄCY ULICĘ [šekerki (≤ śećerki) | praga | vola] (BWP, 1:14:55–1:14:57), SPRZĄTACZKA, WOŁAJĄC MŁODSZĄ KOLEŻANKĘ [gźe śe ślajaś (≤ ślajaś)] (CMZ, 1:28:59), EKSTRAWAGANCKO UBRANA I WYMALOWANA KOBIETA, PRAGNĄCA ZOSTAĆ DUBLEREM FILMOWYM [u naś (≤ nas) v b'juże] (M, 38:54);

– przeinaczanie wyrazów obcego pochodzenia – na drodze przestawki spółgłosek płynnych lub zupełnej wymiany niektórych głosek – z powodu ich trud-

nego brzmienia i niezrozumiałości (por. Wieczorkiewicz 1974: 94–95): MECHANIK W WARSZTACIE [’ale iēs· torelāncyj̩na (≤ tolerāncyj̩na)] TAKSÓWKARZ [n·o | torelāncyj̩na (≤ tolerāncyj̩na)] jest] (BWP, 39:06–39:07), STRÓŻ PRZY BRAMIE DO WCHODZĄCYCH [ledykimac’ja (≤ legitymac’ja)] (CMZ, 1:23:26);

– obecność postpalatalnego [k̟] w miejscu twardego [k] na granicy międzymorfemowej przed [e]: TAKSÓWKARZ DO MECHANIKA W WARSZTACIE SAMOCHODOWYM, OPOWIADAJĄC PEWNĄ HISTORIĘ [’otprovač sfoj̩m koležānke (≤ koležānke) do tak-sufki] (BWP, 38:53–38:54), SALOWA NA KONKURSIE DLA MEDYKÓW, ODCZYTUJĄC Z KARTKI SWOJE „ŻYCZENIE” [p’josēnke (≤ p’josēnke) pāna ko | korača] (1:05:22–1:05:23);

– stwardnienie [m’] w formie zaimkowej *mi*: SPRZĄTACZKA W SKLEPIE SPOŻYWCZYM DO KIEROWNIKA [šćerke **my** (≤ **m’i**) vyrvaŋ] (CMZ, 1:15:04).

Inne osobliwości z zakresu konsonantyzmu o genezie dialektalnej nie należą już do tak wyrazistych ewokantów gwary warszawskiej. Kilukrotnie stykamy się ze spółgłoską [r] realizowaną w miejscu ortograficznego *rz* w formach czasowników *zrzucać/zrzucić*: ROBOTNIK ODŚNIEŻAJĄCY ULICĘ, OPOWIADAJĄC O SWOJEJ PRACY [do v’isŋy še zruca (≤ zžuca)] (BWP, 1:14:52), PRACOWNIK BUDOWY DO KIEROWCY CIĘŻARÓWKI zrucaŋ (≤ zžucaŋ) (CMZ, 39:37), BADYLARZ DO KIEROWCY CIĘŻARÓWKI [zruč (≤ zžuč) pān tu] (CMZ, 1:12:17). Postaci typu *zrucić* są rzeczywiście potwierdzone również dla dialektu mazowieckiego, choć ich zakres występowania jest znacznie szerszy (por. Dejna 1993: 246).

Okazjonalnie pojawia się jeszcze mazurzenie, przy czym kontekst sytuacyjny jego występowania jest wyraźnie „podstołeczny”. Charakteryzuje ono idiolekt upartego, niezbyt inteligentnego stróża, który nie chce wpuścić wczasowiczów na znajdujące się w okolicach Warszawy letnisko: [ja tu bēnde cytaŋ (≤ čytaŋ) | a pān mi vej’že bes tēn cas (≤ čas) ... [tak | w poźōntku | pān moze (≤ može) vej’šč] (CMZ, 1:23:38–1:23:30), a także starszej kobiety mieszkającej w podwarszawskiej wsi w ubogiej, drewnianej chacie: [pšed vojnōŋ tez (≤ tež) byŋ] (M, 46:48–46:49).

Na gruncie wokalizmu bardzo silnymi sygnałami naruszenia normy ortofonicznej polszczyzny ogólnej, pojawiającymi się często w ekscerpowanych filmach, są genetycznie gwarowe realizacje dyftongu ustno-nosowego [õŋ] w wygłosie w postaci samogłoski ustnej [o] lub grupy [õm]. Pierwszy typ uchodzi za charakterystyczny w przybliżeniu dla północno-wschodniej i wschodniej, drugi zaś – dla południowo-zachodniej części polskiego obszaru dialektalnego (Dejna 1993: 197–198), ale w gwarze miejskiej Warszawy stwierdzono występowanie obu wariantów wymowy z przewagą nosowości konsonantycznej (Stasiewicz-Radecka 2005: 42). W filmach Barei frekwencja obu wymienionych realizacji pozostaje zbliżona, por.:

– [õŋ] ≥ [o]: ROBOTNIK PRACUJĄCY W STUDZIENCE DO MĘŻCZYZNY PYTAJĄCEGO O DROGĘ [prosto | traso (≤ trasõŋ) ŋaženkofsko (≤ ŋaženkofskõŋ)] (PP, 1:17:37–1:17:32), WRÓŻĄCA CYGANKA [postaf _na gre l’ižbovo (≤ l’ižbovõŋ)] (BWP, 13:15), WRÓŻĄCA CYGANKA [iutro ra·no (≤ ra·nõŋ) poro (≤ porõŋ)] (BWP, 13:41), SPRZĄTACZKA

W MUZEUM DO NIEPROSZONEGO GOŚCIA [papatki mušo (≤ mušōŃ) m'jěž v'ilgoć] (BWP, 29:34), PIJANY MĘŻCZYŻNA NA ULICY DO KOLEGI [jaķe p'ijāne jěžžo (≤ jěžžoŃ)] (BWP, 1:12:45), ROBOTNIK ODŚNIEŻAJĄCY ULICĘ DO KOLEGI [pujže za tobo (≤ tobōŃ)] (BWP, 1:13:53), SPRZĄTACZKA, PLOTKUJĄC Z KOLEŻANKĄ W OBSKURNEJ TOALECIE [to za grāńico (≤ grāńicoŃ) jěst] (M, 17:26), SPRZĄTACZKA, PLOTKUJĄC Z KOLEŻANKĄ W OBSKURNEJ TOALECIE [s to (≤ tōŃ) ćotko (≤ ćotkoŃ) to teš Ńnepravda] (M, 17:42–17:43);

– [ōŃ] ≥ [ōm]: HANDLARKA NA TARGU DO GOSPOSI MARYSI [saŃate mām | śf'jěžōm (≤ śf'jěžōŃ)] (PP, 1:01:29–1:01:30), PROSTYTUTKA NA DANSINGU [za grāńicoŃ (≤ grāńicoŃ)] (NMR, 1:20:56); TAKSÓWKARZ DO MECHANIKI W WARSZTACIE SAMOCHODOWYM, OPOWIADAJĄC PEWNĄ HISTORIĘ [otprovać sfojōm (≤ sfojōŃ) koležāńke do taksufki] (BWP, 38:53–38:54), TRAGARZ, PRAGNĄCY ZOSTAĆ POCZĘSTOWANYM ALKOHOLEM PRZEZ WŁAŚCICIELA MIESZKANIA [jěželi pān pozvoli | s pšyĵemnośćōm (≤ pšyĵemnośćōŃ)] (M, 10:08–10:10), PRACOWNIK TECHNICZNY NA PLANIE FILMOWYM DO KOLEGÓW [pšyšetŃ s kob'itōm (≤ kob'itōŃ)] (M, 18:07), STANISŁAW PALUCH W ROZMOWIE Z KOLEGĄ WĘGLARZEM NA WOZIE [to nā mušōm (≤ mušōŃ) o-dać sāmoloť] (M, 1:07:12–1:07:13).

Ciekawe realizacje „nosówki” przedniej spotykamy w idiolekcie kobiety z podwarszawskiej wsi, epizodycznej bohaterki filmu M. W wyrazie *węgiel* następuje podwyższenie artykulacji segmentu samogłoskowego do [y], co rzeczywiście zdarza(ło) się niekiedy na niektórych obszarach Mazowsza (Dejna 1993: 191; Garczyńska 2010): [vyn'ĵel (≤ ven'ĵel) je ve v'josce] (46:45–46:46). Zupełnie zaskakuje natomiast brzmienie B. lp. rzeczownika *siekiera*: [b'jēr śékera] (M, 46:40), które wskazywałoby na typowo śląskie przejście staropolskiej nosówki krótkiej w [ã] (zdenazalizowane w wygłosie).

Innym zjawiskiem z zakresu wokalizmu o podłożu dialektalnym, obecnym również w gwarze miejskiej (w tym warszawskiej), jest pojawienie się kontynuantu samogłoski pochylonej [é], realizowanego jako [i]. W filmach Barei słycać go dość często, choć wyłącznie w formach zleksykalizowanych:

TAKSÓWKARZ DO KLIENTA [jaķe te kob'ity (≤ kob'jety) sōŃ] (BWP, 43:35), KIEROWCA AMBASADY W PARYŻU DO GOŚCIA Z POLSKI [a kob'ita (≤ kob'jeta) rozŃm'jěš pān] (CMZ, 6:26–6:27), PRACOWNIK FABRYKI DO ZNAJOMEGO [ōn kob'ity (≤ kob'jety) v uxo gryže] (ZMZ, 24:43–34:44), ROBOTNIK DROGOWY DO KOLEGÓW [ńi (≤ nie) ma co kōmb'inovać] (CMZ, 36:13), KIEROWCA DO FOTOGRAFA ŚLEDZĄCEGO KOBIETĘ [vŃasnōŃ kobite (≤ kob'jete) pān f'iluješ] (CMZ, 57:06–57:07), SPRZĄTACZKA DO KOLEŻANKI, KOMENTUJĄC POWRÓT DYREKTORA ZAKŁADU [do gab'inetu vl'ize (≤ vleže)] (CMZ, 1:34:48), PRACOWNIK TECHNICZNY NA PLANIE FILMOWYM DO KOLEGÓW [pšyšetŃ s kob'itōm (≤ kob'jetōŃ)] (M, 18:07).

4. REALIZACJE HIPERPOPRAWNE

Najbardziej wyraziste przykłady hiperpoprawności wiążą się z zasięgiem występowania dyftongu ustno-nosowego [ɛ̃ũ]. W badanych filmach można usłyszeć jego realizacje w pozycji wygłosowej z wyraźnie zachowanym, dobitnie brzmiącym [ũ]. Wskazany typ wymowy występuje w wypowiedziach następujących postaci: HISTORYKA SZTUKI STANISŁAWA MARII ROHOWICZA, KTÓRY PRÓBUJE UDAWAĆ PRZED ŻONĄ KOBIETĘ [šydeũkuiɛ̃ũ] (PP, 12:49); NAUCZYCIELA JANA FILIKIEWICZA, GDY ZWRACA SIĘ Z NIECHĘCIĄ DO PIERWSZEGO MĘŻA SWOJEJ ŻONY [čř· mogɛ̃ũ pãnu sũũžyc̣] (NMR, 17:31); BOGUSŁAWA POGANKA, LOKATORA BLOKU, ELEGANCKIEGO I NADMIERNIE UPRZEJMEGO DLA PIĘKNYCH KOBIET [prošɛ̃ũ vejšc̣] (11:37); CÓRKI BADYLARZA, LUSI, MARŻĄCEJ O PRZEPROWADZCE DO WARSZAWY I KARIERZE W TELEWIZJI [o | ženjũkuiɛ̃ũ] (NMR, 43:44); ELEGANCKIEJ PROSTYTUTKI, ZACZEPIAJĄCEJ KLIENTA [prošɛ̃ũ pãna | xoč tu] (NMR, 1:21:29); ROBOTNIKA ODSNIEŻAJĄCEGO ULICĘ, Z EMFAZĄ OPOWIADAJĄCEGO KOLEDZE W PRACY O POZNANIU PEWNEJ KOBIETY [podryva šɛ̃ũ dõ_mńe | 'i muv'i | my šɛ̃ũ skõnd'ž znãmy] (BWP, 1:13:40–1:13:43); NIEUPRZEJMEJ, OPRYSKLIWEJ KELNERKI W KAWIARNI, PRZYJMUJĄCEJ ZAMÓWIENIE [b'ijẽmy šɛ̃ũ o žũotõũ patelńe] (M, 30:29–30:30); ELEGANCKIEGO STARSZEGO PANA I STARSZEJ PANI, ZWRACAJĄCYCH UWAGĘ INNYM WIDZOM W TEATRZE [ńex še pãn z ȳaski sfojẽj otxyl'i trošzkɛ̃ũ | bo ja ñic_ńé v'izɛ̃ũ] (M, 1:01:08–1:01:10), [prošɛ̃ũ pana] (M, 1:01:26). U jednej z bohaterek, Lusi, skłonność do zachowywania wyrazistej „nosówki” w wygłosie skutkuje jej realizacją nawet w wyrazach, w których nie ma to uzasadnienia, co zostaje natychmiast zauważone i sparodiowane przez interlokutora dziewczyny, por.: LUŚKA [m'jãnov'ic̣ɛ̃ũ (≤ m'jãnov'ic̣e)] JERZY DĄBCZAK [m'jãnov'ic̣ɛ̃ũ šɛ̃ũ w tob'je zakoxaũẽm] (NMR, 1:06:18–1:06:20).

Wskazana maniera fonetyczna służy przeważnie podkreśleniu pretensjonalności postaci, połączonej z brakami w kompetencji językowej, które skutkują nadużywaniem wymowy właściwej dla sytuacji najbardziej oficjalnych, choć i w nich wygłosowa „nosówka” przednia nie powinna być nadużywana (Dunaj 1986). Wyraźnie odrębny charakter mają tylko wypowiedzi Rohowicza i Filikiewicza, którzy w cytowanych kwestiach świadomie eksponują rezonans nosowy, podkreślając ironiczny dystans do wypowiedzanej treści. Taka funkcja wygłosowego [ɛ̃ũ] została już przed laty zauważona przez Bogusława Dunaja (por. Dunaj 1989: 77).

W tym miejscu chciałbym jeszcze wspomnieć o dystrybucji [ɥ] przedniojęzykowo-zębowego. Wymawianie tej głoski nie należy wprawdzie do zjawisk hiperpoprawnych ani substandardowych, w pewnym sensie wykazuje jednak pokrewieństwo stylistyczno-pragmatyczne z realizacją [ɛ̃ũ] w wygłosie. Jak powszechnie wiadomo, posługiwanie się [ɥ] charakterystyczne było dla starszej normy scenicznej (Nowakowski 1997: 129), dlatego też może konotować sztuczny, pedantyczny sposób mówienia. Zapewne dlatego aktorzy w analizowanych filmach Barei wyraźnie unikają

tej głoski i preferują [ɥ]⁷. Pojawia się wszak jeden znaczący wyjątek – Malinowski, oszust mieszkaniowy, grany przez Wiesława Gołasa w NMR, konsekwentnie realizuje [t̪], por.: [tu stało moje łużečko] (4:21–4:22), [też ładnie] (4:47), [mugłby m'ješkać] (5:34), [łażenka jes· tām] (6:00), [słuxãm] (7:27), [proše | śm'jało] (7:34), [ja sãm załatf'je] (7:42). Nietypowa wymowa zdaje się pełnić istotną funkcję charakteryzującą. Malinowski, za sprawą wyrazistych sygnałów kostiumograficznych (nosi kobiece futro i apaszkę), gestycznych (wykonuje miękkie ruchy dłońmi i całym ciałem) oraz fonicznych (mówi podwyższonym głosem) został wykreowany na stereotypowego homoseksualistę (por. Kita 2017: 79–82). Snobistyczne wymawianie [t̪] stanowi dodatkowy element przerysowanego wizerunku.

5. REALIZACJE WSKAZUJĄCE NA OBCOŚĆ ETNICZNĄ

Osobliwości fonetyczne posłużyły reżyserowi również do zaznaczenia obcości etnicznej niektórych bohaterów. W filmach CMZ i M spotykamy się z postaciami Żydów. W pierwszym z nich to handlarz Newton, targujący się z dyrektorem Krzakoskim o cenę „komputerków”, oraz jego żona. W M z kolei widzimy scenę, w której Ryszard Ochódzki udaje się w pośpiechu do przypadkowego londyńskiego banku, by zdeponować w nim pieniądze. Niespodziewanie okazuje się, że obsługujący go bankier (widz nie obserwuje go w kadrze, słyszy tylko głos) doskonale zna język polski, podobnie jak wcześniej wymienieni bohaterowie mówi jednak polszczyzną charakterystyczną dla Żydów (tzw. żydłaczenie). W płaszczyźnie fonetycznej główny sygnał żydowskości stanowi specyficzna intonacja, słyszymy jednak również głoskę tylnojęzykowo-uwularną, którą Żydzi zastępowali sprawiające im trudność standardowe polskie [r] (por. Brzezina 1986: 197–198): **NEWTON DO DYREKTORA KRZAKOWSKIEGO I PRACOWNIKA AMBASADY MRUGAŁY** [źeń dobry dla šānovnyx pānuf] (CMZ, 9:03–9:04), **NEWTONOWA DO NEWTONA** [jezak | ty kōñč te rozmowe] (CMZ, 9:31–9:32), **BANKIER DO RYSZARDA OCHÓDZKIEGO** [p̄rosze barʒo] (M, 1:41:16).

W filmie CMZ pojawia się Turek handlujący futrami. Gdy próbuje mówić (a właściwie czytać z kartki) po polsku, wyraźną trudność sprawia mu wymowa polskich zbitek spółgłoskowych: [p̄seprašãm (≠ p̄šep̄rašãm)] (CMZ, 1:21:18), [becpoc̄tavne (≠ bes̄pot̄stavne)] (CMZ, 1:21:22); spółgłoski środkowojęzykowej [ń]: [podejżėńjēm (≠ podejżėńm)] (CMZ, 1:21:21); samogłoski [y]: [ńič'ym (≠ ńič'ym)] (CMZ, 1:21:23); a także spółgłoski welarnej [x], którą parlator zastępuje dźwiękiem zbliżonym do gardłowego [h], mającym zapewne nawiązywać do brzmienia języków „egzotycznych”: [kožuħu (≠ kožuxu)] (CMZ, 1:21:27), [vyħoźi] (≠ vyxoźi)] (CMZ, 1:21:29).

⁷ U niektórych aktorów starszego pokolenia można zauważyć niekonsekwencję w tym względzie i okazjonalne wymawianie [t̪], co postrzegam jako efekt bardzo silnego utrwalenia wyuczonego nawyku teatralnego.

W M widz poznaje na krótko czarnoskórą pracownicę sklepu mięsnego, należącego do polskiego emigranta. Kobieta mówi bardzo dobrze po polsku, w jej mowie dostrzegalne są jednak angielskie interferencje: konsekwentna artykulacja dźwiękowa głosek zwarto-wybuchowych [d, t] i nosowej [ŋ] oraz wymowa niewibrującego [ɹ]: [pãŋ d̥a t̥ego pãŋa] (M, 1:38:50), [õŋi maĩõõ st̥ɹajk] (M, 1:39:11), [t̥ak | õŋi maĩõõ za cẽmŋo f pɹacy] (M, 1:39:17–1:39), [zɹob'il'i st̥ɹajk] (M, 1:39:22).

6. REALIZACJE WSKAZUJĄCE NA WADY WYMOWY I NIEZNAJOMOŚĆ WYRAZÓW OBCYCH

Niekiedy dla uzyskania efektu komicznego aktorzy filmowi imitują wady wymowy. Gdy ukrywający się przed milicją Stanisław Maria Rohowicz (Wojciech Pokora) dzwoni do żony, udaje małą dziewczynkę, aby nie zostać rozpoznany przez osoby podsłuchujące rozmowy telefoniczne. W jego wypowiedziach pojawia się wtedy parasygmatyzm:

[prose (≤ proše) pãŋi | cy (≤ čy) pãŋi m'ńe ńe poznaŋe] (PP, 27:36–27:37), [prose (≤ proše) pãŋi to ja | ta maɹa źefcŷŋka (≤ źefčŷŋka) | co 'u pãĩstfa m'jeskaɹa (≤ m'jeskaɹa)] (PP, 27:39–27:42), [ja pãŋõõ barzo dobre (≤ dobre) znãm] (PP, 27:50), [lekas (≤ lekaš) | to dobre (≤ dobre)] (PP, 28:05–28:06).

Nadto w wypowiedzi bardzo niskiego mężczyzny podrywacza, oburzonego na sprzątaczkę, która nazwała go *kurduplem*, występuje reranie: [kurdupel | kurdupel (≤ kurdupel)] (CMZ, 1:29:26).

W ekscerpowanych filmach znalazłem też jeden przykład zniekształcenia brzmienia obcej nazwy geograficznej, mającego bez wątpienia pełnić funkcję komiczną. Dozorca kamienicy, wykorzystywanej często przez filmowców jako tło dla fabuł umiejscowionych za granicą, błędnie wymawia nazwę australijskiego miasta Melbourne: [hãmburk | novy jork | melburn (≤ melbern)] | proše pãŋa] (CMZ, 37:09–37:11).

7. WNIOSKI

Analiza zebranego materiału uprawnia do sformułowania szeregu interesujących wniosków ogólnych. Przede wszystkim widać, że substandardowe realizacje fonetyczne w komediach Stanisława Barei najczęściej ewokują mowę „warszawskiej ulicy”, co nie dziwi, zważywszy, że akcja wszystkich filmów rozgrywa się głównie w stolicy, a ekranową czasoprzestrzeń wypełniają postacie warszawskich robotników, proletariuszy i stereotypowych „cwaniaczków”. Do ewokantów polszczyzny kolokwialnej Warszawy i okolic można zaliczyć zarówno rozpoznawalne osobliwości

o dialektalnym, mazowieckim podłożu, jak i zjawiska typowe dla polszczyzny mówionej w ogóle, a zatem występujące również (choć nie tylko) w rejonie stołecznym. Porównanie wyekscerpowanych przykładów z opisami wymowy potocznej i dialektalnej zawartymi w literaturze naukowej uprawnia do mówienia o daleko posuniętym autentyzmie filmowych dialogów w warstwie fonetycznej. Przypuszczam, że o takim ukształtowaniu ścieżek dialogowych zdecydował przede wszystkim sam reżyser, pochodzący ze starej mokotowskiej rodziny wędliniarzy (Replewicz 2009: 11). Prawdopodobnie znajdował on jednak wsparcie w obdarzonych słuchem językowym partnerach – współscenarzystach i aktorach. Obok „ulicznej” wymowy warszawskiej w komediach Barei dosyć regularnie – choć już ze zdecydowanie mniejszą intensywnością – pojawia się wymowa hiperpoprawna, za której pomocą przedstawiciele owej „ulicy” (choć nie tylko oni) próbują podwyższać rejestr stylistyczny, a równocześnie udowodnić niejako swój wyższy status socjolingwistyczny. Do powtarzających się chwytów należy też parodiowanie cudzoziemców mówiących po polsku. Inne zjawiska mają charakter incydentalny.

Nawiązując do klasycznej typologii funkcji stylizacji językowej, opracowanej przez Stanisława Dubisza (por. Dubisz 1996), można stwierdzić, że substandardowe realizacje fonetyczne pełnią w filmach Barei funkcje fabularne oraz artystyczne. Do pierwszej grupy należą:

- funkcja lokalizacyjna – określenie miejsca wydarzeń (Warszawa, ewentualnie podwarszawska wieś);
- funkcja socjologiczna – określenie przynależności społecznej bohaterów (por. postaci robotników, sprzątaczek, warszawskich „cwaniaczków”);
- funkcja intelektualna – określenie poziomu umysłowego bohaterów (braki w kompetencji językowej jako świadectwo słabego wykształcenia);
- funkcja etniczna – sygnalizowanie obcości narodowościowej niektórych bohaterów.

Do powyższych funkcji fabularnych, zaproponowanych przez S. Dubisza, dodałbym jeszcze funkcję sytuacyjną – informowanie o stopniu oficjalności sytuacji komunikacyjnej. Szczególnie wyraźnie dochodzi ono do głosu w kwestiach małżeństwa nauczycieli – Jana i Wandy Filikiewiczów (NMR). W ich rozmowach prywatnych pojawiają się nieraz uproszczone, kolokwialne realizacje, natomiast w oficjalnych konwersacjach bohaterowie stosują się raczej konsekwentnie do zasad wymowy wzorcowej.

Jeśli chodzi o funkcje artystyczne, to w analizowanych filmach mamy do czynienia wyłącznie z funkcją komiczno-humorystyczną, która jednak dla poetyki Barei ma kluczowe znaczenie. Efekt komiczny, towarzyszący wyekscerpowanym przykładom, zasadza się w moim przekonaniu na dwóch mechanizmach. Pierwszy to homologia warstwy językowej i filmowego świata przedstawionego. Charakterystyczną cechą dojrzałych dzieł reżysera jest wszechobecna brzydota, niechlujność, zaniedbanie,

uwidaczniające się w wyglądzie budynków, przestrzeni otwartych i ludzi (por. Replewicz 2009: 85). Niestaranny język postaci (oczywiście jest to niestaranność kreowana, która nie utrudnia zrozumienia listy dialogowej) zdaje się jeszcze potęgować ogólne wrażenie PRL-owskiej bylejakości.

Drugi mechanizm polega na wzmacnianiu poprzez wymowę stereotypowych wyobrażeń wiążących się z określonymi typami ludzkimi – opryskliwą, nieuprzejmą ekspedientką bądź sprzątaczką, leniwym robotnikiem, warszawskim kombinatorem, dziewczyną z prowincji marzącą o życiu w wielkim mieście czy nawet żydowskim handlarzem/bankierem. Warto zauważyć, że współcześnie w wielu opracowaniach utrzymanych w duchu teorii krytycznej przypisywanie „niepoprawnej”, to znaczy pozbawionej społecznego prestiżu wymowy określonym, zwłaszcza zabarwionym negatywnie wzorcom postaci filmowych uważane jest za dyskurs wykluczający, utrwalanie klasowych i etnicznych uprzedzeń (por. np. Bleichenbacher 2012; Higgins, Furukawa 2012; Planchenault 2012). Nie napotkałem jednak świadectw odbioru, które wskazywałyby, że twórczość Barei w polskiej wspólnocie komunikacyjnej odczytywana jest w ten sposób. Nie wykluczałbym oczywiście, że taki styl recepcji może się jeszcze pojawić.

Niniejszy artykuł poświęcony jest tylko ograniczonemu wycinkowi warstwy werbalnej analizowanych filmów. Pełne naświetlenie fenomenu ich językowego komizmu wymaga bez wątpienia dalszych badań. Na wnikliwy opis zasługują z pewnością zjawiska suprasegmentalne i *stricte* gramatyczne, a zwłaszcza leksykalne.

Bibliografia

- Bleichenbacher, L. 2012. Linguicism in Hollywood movies? Representations of, and audience reactions to multilingualism in mainstream movie dialogues. *Multilingua* 31 (2), s. 155–176. DOI: 10.1515/multi-2012-0008.
- Brzezina, M. 1986. *Poliszczynna Żydów*. Warszawa–Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Dejna, K. 1993. *Dialekty polskie*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Doroszewski, W. red. 1980. *Słownik poprawnej polszczyzny PWN*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Dubisz, S. 1996. O stylizacji językowej. *Język Artystyczny* 10, s. 11–23.
- Dunaj, B. 1985. *Grupy spółgłoskowe współczesnej polszczyzny mówionej (w języku mieszkańców Krakowa)*. Warszawa–Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Dunaj, B. 1986. Samogłoska *ę* we współczesnej polszczyźnie – zakres występowania, funkcja, norma. *Prace Filologiczne* 33, s. 187–193.
- Dunaj, B. 1989. *Język mieszkańców Krakowa. Cz. 1: Zagadnienia teoretyczne, fonetyka, fleksja*. Warszawa–Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Figiel, A.B., 2021. *Gramatyka komunikacyjna polskiego humoru werbalnego w latach 1972–1980 jako sztuka homo sovieticus na przykładzie wybranych scenariuszy Stanisława Barei* (rozprawa doktorska). Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu. Online: https://bip.wsb.pl/_media/wroclaw/rozprawa_doktorska_agata_figiel.pdf [dostęp: 10.06.2024].

- Garczyńska, J. 2010. *Charakterystyka dialektu mazowieckiego*. W: *Dialekty i gwary polskie. Kompendium internetowe*, red. H. Karaś. Online: <http://www.dialektologia.uw.edu.pl/index.php?l1=mapa-serwisu&l2=&l3=mazowsze-charakterystyka-dialektu> [dostęp: 10.06.2024].
- Higgins, C., Furukawa, G. 2012. Styling Hawai'i in Haolewood: White protagonists on a voyage of self discovery. *Multilingua* 31 (2), s. 177–198. DOI: 10.1515/mult-2012-0009.
- Karaś, M., Madejowa, M. red. 1977. *Słownik wymowy polskiej PWN*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Kita, M. 2017. Stylowy portret „przeiętej cioty” w pisarstwie Michała Witkowskiego. *Język Artystyczny* 16, s. 77–102.
- Kresa, M. 2019. *Filmowa stylizacja gwarowa na przykładzie lwowskiego bałaku w polskich filmach fabularnych (1936-2012)*. Warszawa: Wydział Polonistyki UW.
- Kress, G., van Leeuwen, T. 2001. *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold Publishers.
- Kucharzyk, R. 2023. Regionalne odmienności fonetyczne w świadomości językowej użytkowników Internetu. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica* 18, s. 205–219. DOI: 10.24917/20831765.18.16.
- Loewe, I. 2018. *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Nowakowski, P. 1997. *Wariantywność współczesnej polskiej wymowy scenicznej*. Poznań: Wydawnictwo Sorus.
- Okła, M. 2019. English Subtitles of the Songs in the Film *Miś* by Stanisław Bareja. *Półrocznik Językoznawczy Tertium* 4 (12), s. 160–189. DOI: 10.7592/Tertium2019.4.2.Okła.
- Ostaszewska, D., Tambor, J. 2005. *Fonetyka i fonologia współczesnego języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Planchenault, G. 2012. Accented French in films: Performing and evaluating in-group stylisations. *Multilingua* 31 (2), s. 253–275. DOI: 10.1515/multi-2012-0012.
- Połowniak-Wawrzonek, D. 2021a. Frazeologizm *ile jest cukru w cukrze* oraz jego modyfikacje we współczesnej polszczyźnie. *Poradnik Językowy* 9, s. 85–92. DOI: 10.33896/PorJ.2021.9.7.
- Połowniak-Wawrzonek, D. 2021b. Związki frazeologiczne i skrzydlate słowa wywodzące się z filmów w reżyserii Stanisława Barei (na wybranych przykładach). *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza* 28 (2), s. 331–351. DOI: 10.14746/pspsj.2021.28.2.20.
- Replewicz, M. 2009. *Stanisław Bareja. Król krzywego zwierciadła*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Skowronek, B. 2020. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Stasiewicz-Radecka, D. 2005. Język felietonów Wiecha – próba porównania utworów przedwojennych i powojennych. *Poradnik Językowy* 2, s. 38–48.
- Wieczorkiewicz, B. 1974. *Gwara warszawska dawniej i dziś*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Wierzchowska, B. 1971. *Wymowa polska*. Warszawa: Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych.
- Żmigrodzki, P. 2016. *Od „słynnego cytatu” do nieciągłej jednostki języka. O kilku nowszych frazeologizmach filmowych w Wielkim słowniku języka polskiego PAN*. W: *Perspektywy współczesnej frazeologii polskiej. Geneza dawnych i nowych frazeologizmów polskich*, red. G. Dziamska-Lenart, J. Liberek, s. 117–133. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza.

Substandard phonetic realisations and their functions in Stanisław Bareja's comedies

Summary

The paper examines the substandard pronunciation of certain words in the comedies by a popular Polish filmmaker, Stanisław Bareja. The empirical material was obtained using the auditive method. The author claims that non-literary phonetic realisations that appear in the film dialogues imitate: 1) colloquial mispronunciations; 2) dialectal pronunciation (especially typical of the urban dialect of Warsaw); 3) hypercorrect pronunciation; 4) speech defects and unfamiliarity with foreign words. Subsequently, he lists several important functions of the phonetic peculiarities. The filmmaker used them primarily to achieve humorous effects. However, the analysis has also revealed that they indicated: 1) the place of action; 2) the social affiliation of the characters; 3) the intellectual level of the characters; 4) the ethnicity of the characters; 5) the level of formality of the communicative situation.

Keywords: media linguistics – Polish language in film – pronunciation in film – Stanisław Bareja.

Adj. Marta Falkowska

Izabela Domaciuk-Czarny

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
izabela.domaciuk-czarny@mail.umcs.pl
ORCID: 0000-0001-7541-6471

CO MÓWIĄ NAZWY WŁASNE O „TUTEJSZYM ZACHODZIE” W POLSKIM SERIALU RANCZO?

Ranczo to polski serial obyczajowy¹ doskonale ukazujący, jak rosnąca popularność filmu wpływa na powiększanie całej produkcji oraz realizowanie jej nowych serii. Serial w reżyserii Wojciecha Adamczyka, emitowany w TVP1 od 5 marca 2006 roku, swój finał miał mieć w maju 2009 roku i zakończyć się 4. serią, jednak wspomniana duża popularność filmu przyczyniła się do zrealizowania serii 5., a następnie kolejnych. Wszystkie 10 serii *Rancza* utrzymało bardzo wysoką oglądalność, a ostatni odcinek całej produkcji (130.), wyemitowany 27 listopada 2016 r. w TVP1, obejrzało 6,11 mln widzów². Popularność tę opisać można także z perspektywy innych projektów: w 2007 roku powstał film pełnometrażowy pt. *Ranczo Wilkowyje*, podczas emisji 3. serii *Rancza* emitowane również były krótkie felietony *Od Rancza do Rancza*, z których widzowie dowiadywali się, jak powstawał serial, w 2014 r. z okazji 10 rocznicy przystąpienia Polski do Unii Europejskiej powstał dziesięcioodcinkowy *spin-off* serialu pt. *Ławeczka w Unii*. Ponadto na podstawie omawianej produkcji zrealizowano dwa spektakle teatralne: *Smak Mamrota* (2008) i *Cud medyczny w Wilkowyjach* (2014). Serial posiada także swą wersję literacką: w 2014 r. ukazały się powieści *Ranczo* i *Ranczo 2*, których autorami są Robert Brutter i Jerzy Niemczuk, autorzy serialowego scenariusza.

Przyczyn tej popularności należy szukać zapewne w doskonałym oddaniu w filmowym dziele charakterystycznych cech polskiego społeczeństwa zamieszkującego podlaską wieś oraz w zderzeniu jego kultury, przyzwyczajzeń, religii itp. z nowinkami

¹ W trakcie emisji serialu widzowie mogli zauważyć problemy z zakwalifikowaniem go do odpowiedniego typu filmu: raz pojawiał się jako dramat, innym razem jako komedia. Obecnie na stronie *Wikipedii* uznany jest za serial komediowo-obyczajowy. Zob.: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Ranczo_\(serial_telewizyjny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Ranczo_(serial_telewizyjny)) [dostęp: 10.06.2024].

² Wszelkie dane na temat czasu powstawania serialu, popularności i oglądalności oraz streszczenie fabuły filmów znajdują się na stronie poświęconej serialowi: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Ranczo_\(serial_telewizyjny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Ranczo_(serial_telewizyjny)) [dostęp: 10.06.2024].

płynącymi z zachodu Europy i ze Stanów Zjednoczonych, ukonkretnionymi pod postacią Unii Europejskiej oraz Amerykanki polskiego pochodzenia, Lucy Wilskiej. Ten swoisty moment wkraczania globalizacji do wsi Wilkowyje jest przełomowy dla ludności gminy, ukazuje często ewolucję światopoglądową wielu bohaterów (zwłaszcza wójta i księdza, świetnie zagranych przez Cezarego Żaka), umiarkowaną zgodę lub jej brak na bolesną zmianę dotychczasowej postawy wobec „nowego” świata – z konserwatyzmu, ksenofobii, zaściankowości, małomiasteczkowości, kołtunerii, zacofania i braku tolerancji wobec każdej inności w postępowość, nowoczesność, akceptację obcych zwyczajów i podążanie z duchem czasu. Liczba i zakres poruszanych tematów zadziwiają. Odcinki serialu niejako w skrócie ukazują widzom najważniejsze sceny z życia bohaterów. Nie są to jednak skróty zbyt radykalne, odbiorcy nie tracą więc orientacji, przyglądając się fragmentom fabuły. Dla gatunku serialu istotne jest przedstawienie różnych momentów z życia bohaterów w postaci skondensowanej lub nawet z czasowymi przeskokami – takie również występują w *Ranczu* (por. Plisiecki 2010: 46).

Panoramiczne spojrzenie na rozwój (w różnych wymiarach) wiejskiej społeczności staje się przyczyną nagromadzenia w serialu wielu obiektów nazwennych i przypisanych im nazw własnych, gdyż ten specyficzny serialowy świat należało dobrze wyjaśnić, dogłębnie zanalizować, wkraczając we wszystkie sfery egzystencji postaci ujętych w scenariuszu, w geografii i historię regionu, religię (bądź postawy antyreligijne – por. działania Czerepacha nakazującego zdejmować krzyże ze ścian budynków użyteczności publicznej), kulturę (wieś ma dwóch świetnych artystów: pisarza Witebskiego i malarza Kusego), problemy oświatowe, kontakty z osobami z innych miejscowości polskich, ale i z zagranicy itp. Te obszary życia funkcjonujące w filmach opisane są i zaprezentowane widzowi za pomocą świetnego języka, miejscami ciętego, z czarnym humorem, też z innymi typami komizmu, a przede wszystkim grammi językowymi wciągającymi widza (odbiorcę tekstu) do zabawy. Przykładem niech będzie rozmowa wójta z sekretarzem gminy Czerepachem, który wyszukał w Internecie statut dla utworzonego dzięki wysiłkom wójta lokalu o nazwie – także przez wójta wymyślonej – *Country Club*. Sekretarz chwali się: „Znalazłem taki Rotary Club [...]. Country też mam. Razem z polem golfowym”, na co wójt szybko odpowiada: „My bez pola. Dla chłopa biegać z kijem po polu żadna atrakcja. On i bez kija się dziś nabiega”. W dialogach postaci serialowych niezwykle często dostrzegamy tego typu komiczne sytuacje zestawiające różne obszary kulturowe z daną nazwą własną w centrum scenki (i wypowiedzi).

Zagęszczenie rozmaitych klas onimów stało się przyczyną wybiórczego potraktowania materiału badawczego, wyekscerpowanego z 4 pierwszych serii *Rancza*. Granica wyboru odcinków pokrywa się tu z pierwotnym zamysłem twórców produkcji, która miała się tą serią zakończyć. Jest to ważny moment serialu *Ranczo*, ponieważ główna bohaterka Lucy przybywa z Nowego Jorku do Wilkowyj, by przejąć spadek

po zmarłej prababci i – na widok piękna tego miejsca – postanawia wyremontować zniszczony dworek, by się w nim osiedlić. W trakcie 52 odcinków (1.–4. seria) Lucy jest więc Amerykanką z początku obcą, dziwną, inną, nawet niechcianą wśród miejscowych, ale dzięki swemu postępowaniu, altruizmowi, optymizmowi i okazywanemu innym ludziom szacunkowi staje się – jak ją nazywa gospodyni księdza – „naszą Amerykanką”, która daje się namówić na kandydowanie na wójta. W ostatnim odcinku 4. serii Lucy Wilska wygrywa te wybory, a od początku 5. serii pełni funkcję wójta w Urzędzie Gminy Wilkowyje. Seria 4. jest więc ostatnim momentem, w którym społeczność gminy musi znosić nielubianego wójta Pawła Koziola i w którym Amerykanka jest jeszcze zwykłą obywatelką polską z amerykańskim paszportem. Poza tym pierwsze odcinki serialu powstawały tuż po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej, dlatego też w wyróżnionych 4 seriach jest najwięcej rozmaitych odniesień do tej międzynarodowej organizacji, konfrontacje małej polskiej wsi z wielką Europą widoczne są zaś w różnych sytuacjach komunikacyjnych, niekoniecznie zawierających nazwy własne. Nie jest możliwe, by w formie artykułu opisać *nomena propria* wszystkich serii omawianej produkcji, stąd należało dokonać wyboru materiału badawczego.

Nazewnictwo serialu *Ranczo* można badać z różnych punktów widzenia:

- 1) jako element kultury Podlasia;
- 2) w płaszczyźnie porównawczej, jeśli dostrzeżemy i odpowiednio ocenimy zderzenie zaściankowości Wilkowyj z „wielkim światem”, zwłaszcza z Ameryką i Europą Zachodnią;
- 3) w ramach onomastycznego dyskursu, „gdy nazwa zatracą swe systemowe (statyczne) właściwości i uruchamia dynamiczne procesy semantyzacji” (Rutkowski, Skowronek 2010: 87) – jednostki onimiczne niejednokrotnie nie są tu użyte w swej funkcji prymarnej, lecz sekundarnej, z jednoczesną utratą właściwości proprialnych i uzyskaniem właściwości apelatywnych;
- 4) jako onomastykon dzieła filmowego, w którym nazwy własne mają ustaloną genezę, wskazują rozmaite obiekty nazewniczne, pełnią określone funkcje w tym dziele oraz, będąc składnikami języka filmu³, mogą być rozpatrywane jako elementy onimii należącej do nurtu realistycznego onomastyki stylistycznej, realizując jego główne wyznaczniki (zob. Kosyl 1993: 68). Istotne jest założenie, że język filmu można badać „w kategoriach systemu znaków służącego do komu-

³ Oczywiście musimy zdawać sobie sprawę z odrębnego rozumienia języka filmu i tradycyjnego języka literatury ze względu na różnice gatunkowe obu dzieł, sposób przedstawienia fabuły oraz formę odbioru przez widza/czytelnika. Rozważania na temat języka filmu w badaniach Jerzego Płażewskiego sprowokowały nawet autora do postawienia w tytule rozdziału swojej monografii pytania „Czy film ma swój język?”, na które na tej samej stronie książki odpowiada: „Język filmowy istnieje” (co można uznać za podtytuł). Wyjaśnienie Płażewskiego opiera się przede wszystkim na wizualno-dźwiękowym charakterze odbijania rzeczywistości przez film i cechach publiczności przydatnych w procesie odbioru treści filmu (Płażewski 1982: 16–23).

nikacji” (Balcerak 2023: 67), natomiast zastanowić się trzeba nad tym, czy analizowane formy językowe można określić jako „nazwy medialne” w tym sensie, o jakim piszą autorzy monografii *Media i nazwy* (Skowronek, Rutkowski 2004), zwłaszcza że nie badamy tytułów seriali jako nazw własnych, lecz onimy występujące w odcinkach serialu (dlatego analizowanych *propriów* nie określamy mianem „nazwy medialne”).

Artykuł obejmuje rozważania najbardziej zbliżające się do punktu drugiego z powyższej listy możliwości opracowania tematu, ale materiał onimiczny opisujemy także na podstawie pozostałych aspektów interpretacyjnych. Należy przy tym zaznaczyć, że nazewnictwo serialu jest specyficzne dla danego obszaru geograficznego, charakterystyczne dla typowej polskiej wsi regionu wschodniego, ponadto onomastykon tkwi u podłoża ocen i wyobrażeń bohaterów o Ameryce i Zachodzie, także Unii Europejskiej i jej wtargnięcia na swojskie przestrzenie geograficzno-kulturowe. Zderzenie dwóch kultur nie tylko jest przyczyną zdumienia czy wręcz szoku bohaterów *Ranczo* (zwłaszcza tych pijących różne gatunki alkoholu na ławeczce pod sklepem), lecz także powoduje kompleksy u miejscowego społeczeństwa, przeświadczonego o swojej gorszej wobec Zachodu sytuacji, lokalizacji geograficznej, zaściankowości itp. (por. słowa Klaudii, córki wójta, określające Wilkowyje: „dziura”, „zadupie”, „pipidówka”). Serialowej prowincji w dialogach postaci i na filmowych zdjęciach przeciwstawiony jest inny świat: radosny, bogaty, kolorowy, wspaniały, piękny i jednak nie zawsze dobry i szlachetny, który przybywa do cichej wsi wraz z przyjazdem Lucy. Badana sfera językowa serialu uczestniczy także w onimicznym aspekcie dyskursu, zwłaszcza gdy nazwy własne użyte jako elementy porównania tracą swoje prymarne znaczenie, podkreślają zaś jakąś ogólną prawdę o stosunkach panujących w świecie (przykłady pokazują m.in. pazerność Ameryki i wtarganie się w życie społeczno-polityczne innych narodów). Nazewnictwo jest też opisywane z perspektywy onomastyki literackiej, gdyż metodologia badań onomastycznych wypracowana na gruncie literatury z powodzeniem nadaje się do analizy i interpretacji onimicznych form oraz ustalenia wniosków na temat płaszczyzny proprialnej w serialu *Ranczo*.

Miejsce, a raczej miejsca, w których kręcone były zdjęcia do filmów wszystkich serii, bez wątplenia stały się sławne dzięki serialowi. Na filmowe Wilkowyje składają się różne autentyczne miejscowości: Jeruzal (wieś w woj. mazowieckim; ważnymi obiektami są tu: rynek ze sklepem Więclawskiej i przystankiem PKS, kościół i plebania), Latowicz (z filmowym Urzędem Gminy w Wilkowyjach), Sokule (z dworkiem Lucy), Płomieniec (z chałupą Solejuków). Sceny filmowe kręcono też w innych miejscowościach: w Cieciszewie (Uniwersytet Ludowy założony przez Lucy), Rozstankach, Górze Kalwarii, Strachominie, Mrozach i Hucie Kuflewskiej. Nazwy tych miejsc nie pojawiają się w scenariuszach filmów, wykorzystane natomiast zostały same obiekty geograficzne, z których utworzono serialową wieś. Tytułowe ranczo

znajduje się na Podlasiu, ale symbolicznie reprezentuje cały wschód Polski, dlatego bohaterowie w różnych odcinkach rozmawiają o miejscach znanych w tym regionie – najczęściej w kontekście swych podróży: *Hrubieszów, Włodawa, Lublin, Radzyń Podlaski*. Duże znaczenie dla widzów ma więc napis na starym autobusie zajeżdżającym na przystanek przy rynku: „PKS Radzyń Podlaski”.

Wymienione nazwy geograficzne możemy potwierdzić w spisach i leksykonach. Jak się okazuje, formę *Wilkowyje* też znajdziemy w spisie polskich nazw miejscowości na stronie mapy.geoportal.gov.pl, jednak w odniesieniu do części miasta Tychy, czyli daleko poza interesującym nas obszarem. *Wilkowyje* w *Ranczu* to miejscowość wymyślona, istniejąca dzięki kilku innym wspomnianym wyżej autentycznym miejscom, położona niedaleko Radzyna. Mając na uwadze zbiór nazw geograficznych wykorzystanych w serialu, nie można zapomnieć o Dopiewie, skąd pochodzi radny uczestniczący w radach gminy Wilkowyje, i Żabieńcu, gdzie Lucy jeździ z Fabianem Dudą na spotkania przedwyborcze (onimy te pojawiają się w seriach późniejszych). *Dopiewo* to nazwa autentycznej wioski położonej blisko Poznania w woj. wielkopolskim, a wyszukiwanie formy *Żabieniec* na stronie mapy.geoportal.gov.pl daje aż 26 wyników. Nazwa *Żemierniki* wydaje się natomiast onimem realistycznym, utworzonym na wzór autentycznej nazwy *Czemierniki*, przypisanej niewielkiemu miastu w powiecie radzyńskim. Gdzieś niedaleko Wilkowyj znajduje się jeszcze wieś Kormorany (nazwa i obiekt wymyślone przez twórców filmu) – przedstawiona w scenie czytania ogłoszeń parafialnych przez księdza Roberta.

Z dialogów filmowych dowiadujemy się także o istnieniu rzeki o nazwie *Wilczanka* (w obrębie Wilkowyj), która powstała, jak kilka innych onimów, w wyniku transonimizacji: w województwie lubelskim, w powiecie puławskim, znajduje się wieś o takiej nazwie, przy czym można uznać, że wpływ na brzmienie nazwy serialowej rzeki miał także autentyczny hydronim *Iżanka* (rzeka w województwie mazowieckim, lewobrzeżny dopływ Wisły)⁴. Nakreślony tu opis miejsca akcji filmu wpływa na realizm, często spotykany w serialach obyczajowych. Autorzy scenariusza, można rzec, świetnie zsynchronizowali wszystkie elementy przedstawionego świata, poczynając od odpowiedniego wykreowania miejsca akcji z typowymi nazwami geograficznymi, autentycznymi lub realistycznymi (tych jest znacznie mniej), które pasują do środowiska wiejskiego i kondycji bohaterów. Wszystkie odcinki zawierają ponadto bardzo wymowną czołówkę: z Nowego Jorku (symbolicznie przedstawionego za pomocą obrazu ze Statuą Wolności) wylatuje samolot, leci nad oceanem, ląduje

⁴ Przymyslenia te opierają się na ogólnych preferencjach twórców serialu w związku z wyborem autentycznych obiektów geograficznych, które pojawiają się na zdjęciach filmowych. Rzeka nie jest pokazywana w serialu, ale – jak większość miejscowości tworzących serialowy obraz Wilkowyj (Jeruzal, Łatowicz, Płomieniec, Mrozy, Rozstanki, Góra Kalwaria, Strachomin, Cieciszew, Huta Kuflewska), które znajdują się na terenie województwa mazowieckiego – mogła być zauważona przez twórców produkcji jako kolejny obiekt geograficzny tego regionu.

w Warszawie, a następnie ze stolicy drogą zaznaczoną na mapie wyjeżdża autobus docierający ostatecznie do miejsca z tablicą „Wilkowyje”⁵. Cała podróż przebiega zatem z zachodu na wschód, co można uznać za symboliczny obraz rzutujący na wszystkie części produkcji: to z Zachodu nadchodzi coś nowego, dobrego i pożądanego, co może zmienić gnuśną teraźniejszość pewnej wioski na wschodzie Polski na przekór czasom przeszłym, kiedy to Polacy wybierali odmienny kierunek emigracji.

Obcość z trudem wchodzi do swojskiego świata Wilkowyj, a najbardziej nie lubi jej i nie chce wójt Kozioł, ceniący spokój i wszelkie formy zachowawczości oraz tęskniący za czasami komunizmu, kiedy można było rozkazywać innym lub wszystkich sprzeciwiających się władzy zamykać w więzieniu. Teraz są złe czasy dla tej legalnej władzy, która musi przestrzegać wprowadzanych w życie nowych przepisów. Wójt na przykład 12 godzin męczy się na szkoleniu „z tej całej Unii”, praktykant Duda twierdzi, że wójt „nie chce za bardzo Wilkowyj od Europy uzależniać” (widzowie domyślają się, że w ogóle nie życzy sobie żadnych kontaktów z tą Europą). Podobne treści słyszymy w rozmowie telefonicznej wójta z dyrektorem z województwa, gdy Kozioł próbuje poznać przyczynę nagłego wezwania do urzędu wojewódzkiego: „Nie bardzo chcemy uzależnić się od Zachodu [...]. My teraz Zachód? No tak, tak, ale taki tutejszy”⁶. W odcinku pt. *Honor gminy* wójt jest zły, gdy słyszy zapowiedź przyjazdu do Wilkowyj delegacji (kontroli) z Unii Europejskiej. Zanim przygotował mieszankę z różnych mocnych trunków, aby już na początku upić delegatów, by nic nie mogli skontrolować, powiedział do sekretarza gminy: „Kiedyś przysłali nam Krzyżaków, teraz tych”, na co Czerepach odrzekł: „Z Krzyżakami żeśmy wygrali”, ale dla Kozioła to marne wyjaśnienie: „Kiedy to było? Czerepach!”. Nie znosi on, gdy inne kraje wtrącają się w sprawy gminy i sposób sprawowanej przez niego władzy w urzędzie, ale nie ma nic przeciwko „absorpcji środków unijnych”, korzystaniu z funduszy europejskich itd. Nie jest oczywiście zadowolony z tego, że te pieniądze muszą być wydane zgodnie ze złożonymi projektami, gdyż wolałby, aby zasiliły jego własne konto bankowe.

W centrum niechęci wójta znajduje się też Ameryka; Lucy Wilska, która przybyła z Nowego Jorku, jest uosobieniem tego wrogiego kraju. Już na początku serialu Kozioł próbuje pozbyć się Amerykanki wszelkimi możliwymi środkami, np. nasyła pod jej dom miejscowych pijacków, by krzyczeli i wybijali szyby, a Więćławskiemu każe przeprowadzić częściowy remont dworku tylko po to, by pod dachem zamontować głośnik, z którego w nocy wydobywają się straszne jęki i inne dzikie odgłosy nagrane wcześniej z telewizyjnego horroru. Nienawiść wójta do Lucy spowodowana jest jej pragnieniem osiedlenia się w otrzymanym w spadku dworku w Wilkowyjach,

⁵ Widzowie oczywiście są świadomi wielu symboli ukazanych w czołówce odcinków oraz tego, iż pokazanymi środkami transportu podróżuje Amerykanka polskiego pochodzenia Lucy Wilska.

⁶ Słowa „tutejszy Zachód” występujące w tytule pracy pochodzą z powyższej kwestii Pawła Kozioła, wójta Wilkowyj.

który – zgodnie z decyzją Koziół – wójt miał przejąć (kupując za śmiesznie niską cenę) dla córki Klaudii. Przyjazd Lucy wyzwala ogólną niechęć do Ameryki nie tylko u wójta, lecz także u innych bohaterów. Obraz ten, o czym była mowa, wraz z rozwojem filmowej fabuły powoli się zmienia. Ameryka często występuje w dialogach jako komponent porównania lub po prostu odbierana jest stereotypowo, zwłaszcza w prezentowaniu pewnych ogólnych prawd o życiu. W niektórych ujęciach można też doszukiwać się przechodzenia wartości onimu w apelatyw – Ameryka kojarzy się z bogactwem, ewentualnie z możliwością szybkiego wzbogacenia się (znane są np. dawne opinie polskich emigrantów na temat pieniędzy leżących tam na ulicy), z wolnością, ale też z niezbyt dużą inteligencją typowych Amerykanów i, o czym była mowa, z państwem, które potrafi bronić swego terytorium i obywateli, co niektórzy oceniają jako agresję wobec innych narodów.

Podajmy kilka przykładów użycia w zdaniach rzeczownika *Ameryka* oraz form pochodnych (np. etnonimu *Amerykanie*, przymiotnika *amerykański* itp.):

Okolice tutaj biedna, to nie Ameryka (Mroczek);

To nie Ameryka, ludzie na pieniądzach nie siedzą (wójt);

To nie Ameryka na szczęście (Więclawski);

A co ty myślisz? Że jak ktoś jest z Ameryki, to od razu musi być idiota? (wójtowa do męża, który zaproponował Lucy niezwykle niską cenę za dworek z dużą działką);

Amerykanin szuka powód, żeby się cieszyć, a Słowianin szuka powód, żeby się martwić (Lucy);

Amerykanie są kompletnie pozbawieni poczucia realizmu. Odkąd wylądowali na Księżycu, to wydaje im się, że wszystko jest możliwe (Kusy o pomysłcie Lucy pogodzenia braci Koziół – księdza i wójta);

Szlag by trafił tę Amerykę! [...] Wszędzie się mieszają. Afganistanu im mało, Iraku im mało. Jeszcze do Wilkowyj muszą! (wójt);

Ci Amerykanie to jakaś nienasycona nacja jest. Afganistan im daj, Irak im daj. To jeszcze Wilkowyje chcą opanować (wójt);

Ona ręce władzą niepobrudzone ma! Ameryka za nią stoi! Jak nic ludzie ją wybiorą! (wójt o Lucy, która zgłosiła swą kandydaturę do wyborów na wójta);

[...] najlepiej na wójta nadaje się Amerykanka [...]. Ślub kościelny u nas wzięła, dziecko ochrzciła – to już prawie swoja. A że z Ameryki? To tylko zaletą jest, bo ludzie do Ameryki sentyment mają, bo z dolarami kojarzy się (Michałowa zachęcająca księdza, by namówił Lucy na kandydowanie na wójta);

Amerykańskie uczone ustaliły, że jedno nie moje jest (Solejuk do żony, dowiedziawszy się od kolegów z ławeczki, że według statystyki co piąte dziecko pochodzi ze zdrady małżeńskiej); Jak? Jak ja w życiu żadnego amerykańskiego uczonego na oczy nie widziałam (Solejukowa);

A jak Amerykańce dane osobowe ujawnią, to o odszkodowanie ich podam! (Solejukowa po przyznaniu się mężowi, że nie jest on ojcem jednego z ich siedmiorga dzieci).

Zacytowane wypowiedzi to tylko część opinii na temat Ameryki wyrażonych w kwestiach dialogowych serialu. Ale otwieranie się na obce kultury i narody oraz analiza procesów integracyjnych wymagały od twórców scenariusza, producentów

i reżysera przywołania wielu innych form nazewniczych. Książd na przykład chce podjąć działalność misyjną w Afryce, Pietrek jedzie do pracy do Anglii, a Stach Japycz z żoną – na wakacje na Kretę, ks. Robert obiecuje bezrobotnym pomoc w znalezieniu pracy „w Hiszpanii, Holandii i u Niemców”, Koziółowie goszczą Polkę z Belgii, wójt był kiedyś w Bułgarii, doktorowa wysyła męża do pracy do Szkocji, Hadziukowa „na sery” ma umowę z Włochami, ponadto chwali się Solejukowej: „w samej Francji od ręki moje sery jedzą [...]. A Francja to jest kraj, gdzie wszystkie sery zostały wymyślane”.

Warto jeszcze odnotować nazwy własne pojawiające się w rozmowie wójta i Więclawskiego po wygranych przez wójta wyborach (chodzi o drugą kadencję). Inżynier jako prezent przekazuje Koziółowi kubańskie cygara i szkocką (whisky), których jednak miejsce nabycia jest charakterystyczne dla wcześniejszej epoki, cygara pochodzą bowiem „z podróży do sąsiadów ze wschodu”, a „szkocka jest z Syberii”. Wójt lubi wspominać dawne czasy: „Paliłem dla idei, żeby towarzyszy na Kubie wspomóc”, ale cygara od Więclawskiego chyba nie są zbyt dobre, skoro pyta: „To na pewno z Kuby? Nie z Kubania?”⁷. I kończy wypowiedź: „Ile ja się tego za Gierka napaliłem. Smak młodości, można powiedzieć”.

Słaba znajomość języka polskiego Lucy (kobieta mówi na przykład, że jest z *Nju Jorka*, *pieskarnia* zamiast *psiarnia*, *piesy* w M. l.mn.) prowokuje gry i zabawy słowami. Spójrzmy na dialog Lucy z Kusym na temat założenia Uniwersytetu Ludowego:

Lucy: A ty wiesz, kto to był Grundtvig? To był Dańczyk z Danii.

Kusy: Duńczyk.

Lucy: A się mówi Dania czy Dania? Ciekawe, dlaczego Duńczyk, jak Dania, nie? Ten Grundtvig założył taki uniwersytet dla ludzi.

Lucy zachowuje się jak osoba ucząca się języka obcego, dlatego myśli systemowo: nie rozumie, dlaczego etnonim i choronim mają różne podstawy słowotwórcze, skoro powinny mieć tę samą. *Ranczo* zostało zakwalifikowane jako komedia obyczajowa, a ten gatunek zawiera elementy humoru sytuacyjnego i językowego. Jest wiele scen, zarówno w seriach wziętych pod uwagę w tej pracy, jak i w późniejszych, które potwierdzają ową przynależność serialu do komedii. Bardzo ciekawe dialogi widzowie filmów słyszą w scenach, w których uczestniczą panowie⁸ pijący najczęściej mamrota na ławeczce przed sklepem Więclawskiej. Rozmowa dotycząca pochodzenia piwa (domyślamy się, że chodzi tu o apelatywy i obiekt, na który wskazuje)

⁷ Kubań to historyczno-geograficzna kraina w Rosji leżąca nad rzeką o tej samej nazwie. *Kubań* jest tu elementem porównania wpływającym na pomniejszenie wartości przedmiotu, o którym się mówi. Przypomina to zestawienie produktu markowego z jego podróbką.

⁸ Zazwyczaj jest ich czterech: Pietrek, Hadziuk, Solejuk i Stach, ale w opisywanej tu scenie brakuje Pietrka.

uruchamia wiele skojarzeń prowadzących do przywołania faktów historycznych. Na pytanie Hadziuka, kto wynalazł piwo, Stach odpowiada: „Polacy”, a Solejuk ma wątpliwości: „Nie Niemce?”. Stach – jak się wydaje, najmądrzejszy z tej grupy osób – przeprowadza krótki wykład wyjaśniający: „Już w samej nazwie widać. PIWO. To jest to, co się pije, podstawowa rzecz do picia znaczy. A WODA na przykład nic nie znaczy. [...] Wniosek z tego taki, że nasi od początku słowa piwo pili. A Germańcy dopiero od nas nauczyli się”. Wzbudza to gniew Solejuka, który zauważa, że nie płacą oni za licencję, ale Stach dodaje, że to w czasach przedlicencyjnych było. Dyskusję podsumowuje Hadziuk:

Niemce zawsze nas wyrolują. Tylko pod Grunwaldem raz udało się, a potem już przegrywa-
liśmy wszystko i u siebie, i na wyjeździe.

Bohaterowie *Rancza*, którzy zamieszkują Wilkowyje (nie jako przyjezdni, lecz tu urodzeni), mają różny poziom wykształcenia, a co za tym idzie – wiedzy o świecie. Ocenie mogą podlegać m.in. te wypowiedzi, w których pojawiają się nazwy własne. Klaudia Kozioł, córka wójta, która co jakiś czas wciela się w rozmaite postacie, przebierając się w różne stroje, a obecnie wygląda, jakby „chodziła po śmietnikach”, tłumaczy ojcu, kim teraz jest: „Grungem jestem. Taka subkultura z Seattle. Ty i tak tego nie zrozumiałbyś”. Po wyjściu Klaudii wójt zwraca się do żony: „A kto to jest ten Seattle?”, wójtowa zaś odpowiada: „Grunger”. Pietrek natomiast po powrocie z Anglii nie może znieść partactwa i unikania roboty przy odbudowie restauracji, dlatego mówi do pracownika z pośredniaka: „W Anglii to by cię za dupę wzięli i przez kanał La Mansza przerzucili”. Obce nazwy własne są dla bohaterów albo niezrozumiałe, albo zbyt trudne do wypowiedzenia, a tym bardziej odmiany.

Nurt realistyczny nazewnictwa budowany jest przez nazwy realistyczne i autentyczne, obiekty nazewnictwa o takim samym statusie, a także konwencjonalny charakter związku łączącego nazwy z obiektami (Kosyl 1998: 365). Onimy działają jak znaki poetyki realizmu (por. Weintraub 1987: 282) i zgodne są z fikcją mimetyczną (Głowiński 1986), mimo że nie omawiamy tu dzieła literackiego, lecz filmowe. Realistyczne podłoże kreacji świata przedstawionego w serialu odbija się również w innych klasach nazw własnych, na przykład w antroponimii i chrematonimii. Bohaterowie zamieszkujący gminę mają typowe imiona i nazwiska, znane ze spisów polskich nazw osobowych⁹, np.: *Krystyna Więclawska*, *Tomasz Witebski*, *Halina Kozioł*, *Mieczysław Wezół*, *Leokadia Paciorek*, *Arkadiusz Czerepach*, *Fabian Duda*, *Kazimiera Solejuk* itd. Charakterystyczne dla przedstawianego tu środowiska są także imiona dzieci, np. *Marianek*, *Szymek*, *Zbysiek*, *Jasiek*, *Kaśka*. Realizm technik ozna-

⁹ Wszystkie imiona bohaterów polskiego pochodzenia i większość ich nazwisk potwierdzić możemy w słownikach, encyklopediach, leksykonach i innych pracach onomastycznych (zob. np. Rymut 1991).

czania denotatów polega także na odpowiednim różnicowaniu form propriów w zależności od sytuacji komunikacyjnej: sklep Krystyny Więclawskiej ma nazwę *U Krysi*, do najstarszego bywalca przedsklepowej ławeczki inni wielbiciele mamrota mówią „Stachu” lub „panie Stachu” – w zwrotach do adresata dominuje zresztą forma hipokorystyczna imienia, ale też często bohaterowie zwracają się do siebie po nazwisku, bez słowa *pan* czy *pani*, co jest charakterystyczne dla wiejskiego środowiska. Ciekawość budzi natomiast postać gospodyni księdza proboszcza, która zawsze nazywana jest *Michałową* i właściwie nie wiadomo, jakie nosi imię, ponieważ nie pojawia się ono w serialu. I jeszcze jedna humorystyczna sytuacja związana z funkcją pragmatyczną nazw własnych: najmłodszy uczestnik „filozoficznych” dyskusji z ławeczki przez wszystkich określany jest jako *Pietrek*. Bohater jednak kilka razy wyjaśnia, na przykład wójtównie i jej ojcu, że *Pietrek* to nazwisko, a na imię ma *Patryk*. Ze względu na aliterację w nazwie własnej (*Patryk Pietrek*) innym bohaterom mylą się obie formy w antroponimie i wielu znajomych tej postaci w świecie przedstawionym filmu w celu jej identyfikacji używa wyłącznie drugiej formy (nazwiska), gdyż brzmi ona bardziej swojsko niż imię, o wiele rzadsze w polszczyźnie¹⁰.

Imiona osób spoza Polski, a zwłaszcza z innego obszaru kulturowego, również stanowią podstawę gier językowych: pracująca w sklepie Jola z przerażeniem patrzy na Chińczyka Kao Tao, którego przedstawia jej Pietrek, a próbując utrwalić sobie miano gościa zza granicy, stawia pytanie: „Pan Kakao?”. Skojarzenia z formami lektrykalnymi zadomowionymi w języku polskim są bowiem najlepszym rozwiązaniem w tego typu niepewnych sytuacjach. Czasem jednak nie są to już sytuacje zabawne, ale groteskowe. Obca nazwa *Kao Tao* nie podoba się Więclawskiej, przyszłej teściowej Chińczyka, która proponuje – przy ogromnym sprzeciwie swojej córki Weroniki – zmienić imię *Kao*, gdyż żyjemy w Polsce i po polsku trzeba się nazywać: „*Kao* to po naszymu jak by mogło być? O, *Karol* może?”. Na szczęście Kao Tao przychylnie odnosi się do tej dziwnej wymiany imion, stwierdza nawet: „Nie, no problem. *Karol* może być. Bardzo ładnie jest”.

W niektórych odcinkach w rozmowach o podłożu filozoficznym także pojawiają się nazwy własne, w tym na przykład biblizmy. Działalność ewangelizacyjna księdza Roberta sprowadza się do „łapanek” na rynku, w sklepie i w innych miejscach. Z zaskoczenia podchodzi on do różnych osób i zadaje im pytania dotyczące Biblii. Szczególnie rozmowa z niewykształconą, ale niezwykle inteligentną Solejukową jest bardzo interesująca, choć księdza przyprawia o ból głowy. Na pytanie „jakiej narodowości jest Matka Boska?” pani Kazia spokojnie odpowiada, że jest Polką, ponieważ jest Matka Boska Częstochowska, i dorzuca: „a Częstochowa gdzie leży? Chyba nie we Francji”; Jezus Chrystus – według niej – też jest Polakiem, bo „jak ona nasza,

¹⁰ Jan Grzenia w opracowanym przez siebie *Słowniku imion* wyjaśnia, że imię *Patryk* w Polsce stało się popularne dopiero w latach 70. XX wieku (Grzenia 2002: 267).

to i on z naszych. No czyli Polak”. Załamany i rozdrażniony ksiądz Robert o Pana Boga już bał się zapytać. Zebrane w tym fragmencie nazwy o proveniencji biblijnej również są dobrym przykładem na stosunek wyobrażeń religijnych wiejskiej społeczności do elementów kultury judeo-chrześcijańskiej.

W serialu pojawiają się ponadto takie teksty połączone z obrazem, które wskazują na znajomość elementów kultury Zachodu. Najlepiej jest to widoczne w przywoływaniu w dialogach nazwisk artystów lub ich dzieł (np. *Picasso*, *Hamlet*, „czysty Szekspir” – w porównaniu) oraz na banerach reklamowych, szyldach i w spotach wyborczych. W omawianych seriach *Rancza* wzrok widza przyciągają przede wszystkim dwie estetycznie wykonane tablice: jedna przymocowana do ściany budynku restauracji-klubu z nazwą *Country Club*, a druga wolnostojąca reklama firmy Więclawskiej, Hadziukowej i Solejukowej – WILKOWYJE CHEESE PIEROGI COMPANY SPÓŁKA Z O.O. Spółka trzech dzielnych kobiet wilkowyjskich jest znakiem nowatorskiej działalności biznesowej w tym regionie, niemniej jednak tekst reklamy nie sprawia trudności w odbiorze informacji na temat rodzaju całego przedsięwzięcia. Warto natomiast krótko omówić historię powstania i sam szyld klubu. Wcześniej była to jedyna restauracja we wsi, choć lepszym mianem dla niej byłaby *knajpa* – z nieustannymi awanturami i nieprzyzwoitym zachowaniem pijanych klientów. A wójt pragnie zmienić ten bar w „klub dla dżentelmenów”, „europejski klub dyskusyjny” oraz „placówkę kulturalną”, ponieważ w kampanii wyborczej obiecał podnieść poziom kultury w gminie. Chodzi mu o takie miejsce, w którym można kulturalnie zjeść posiłek, napić się wybranego trunku i spokojnie porozmawiać. Kozioł w rozmowie z Więclawskim podsumowuje swój pomysł: „Wiesz, żeby był i wilk syty, i Wilkowyje city”. Angielska forma *city* przydatna jest ze względu na rym (*syty – city*), ale nie tylko o niego chodzi: istotne jest tu rozróżnienie dwóch wyrazów angielskich, *city* i *town*, oraz świadomy wybór tego pierwszego. Wilkowyje z takim klubem zrównują się z ważnym centrum wielkiego miasta zachodniego lub po prostu z dużym miastem. *Town*, rzeczownik określający miasto mniejsze, nie wchodzi w grę. Restauracja-klub ma świetnie zrobiony szyld – zapisane odpowiednią czcionką¹¹ wyrazy COUNTRY CLUB PLACÓWKA KULTURY mają kolory naprowadzające widza na barwy flagi amerykańskiej: granatowy, czerwony, biały, w tym biało-czerwone pasy oraz białe gwiazdki na granatowym tle. Wszystkie aspekty wzięte pod uwagę w tej interpretacji świadczą o chęci podniesienia prestiżu wioski, ale też o megalomanii wójta, który nie lubianą Amerykę w tym momencie stawia niejako za wzór dla Wilkowyj.

Spoty wyborcze Pawła Kozioła, który chce być wójtem Wilkowyj po raz trzeci, wymyśla i dopracowuje jego zastępca Arkadiusz Czerepach, powszechnie nielubiany, fałszywy człowiek, który zawsze chętnie zaszkodzi innym, aby tylko osiągnąć swój cel. Jest nim teraz nieuczciwa i drapieżna kampania wyborcza, mająca dopro-

¹¹ Przypominającą Western Font.

wadzić do wygrania wyborów przez obecnego wójta poprzez definitywne pokonanie kandydującej przeciwniczki, czyli Lucy Wilskiej. Czerepach zbiera w spotach sceny z amerykańskiego najazdu na Irak oraz zdjęcia Białego Domu, z którego kamera przeskakuje na dom Lucy. Ten nieetyczny w swej wymowie film opatrzony jest odpowiednim komentarzem wypowiedzianym przez Kozioła: „Tylko Polak Polakowi może ufać [...]. W Wilkowyjach będzie nasza Irlandia. Wasz kandydat – Paweł Kozioł. Polak” oraz „Nie pozwólcie, żeby nami rządził Biały Dom. [...] Polak do Polaka niech się uśmiecha. Wasz kandydat – Paweł Kozioł. Polak z Wilkowyj, naszej Irlandii”. Irlandia jest tu symbolem zmian i nadchodzącego dobrobytu¹².

Wójt to postać wzbudzająca ambiwalentne uczucia. W bohaterze tym kumulują się cechy typowego Polaka, mieszkańca wsi, lubiącego władzę i pieniądze, zdradzającego żonę przy nadarzającej się okazji, nierozumiejącego córki i całego nowego pokolenia. Jednocześnie znajdujemy w wójcie pewne cechy sarmackie (choćby wąsy, które Cezary Żak zaproponował reżyserowi dla odróżnienia od granej również przez siebie postaci księdza), przywiązanie do ziemi (wójt podkreśla, że jest chłopem z krwi i kości), szacunek dla tradycji, choć tu sprowadza się ona głównie do miłego wspomnienia tego, co było „za komuny”, pokazywanie obycia i wątpliwej erudycji. Kozioł jest też szarmancki wobec kobiet, zwłaszcza tych, które mu się podobają i skłonne są zaspokoić jego zachcianki. W początkowych odcinkach serialu zauważamy, że ten wilkowyjski naczelny urzędnik państwowego podoba się głównej księgowej w urzędzie gminy, pani Łodzi. Nic dziwnego więc, że w formie wygaszacza ekranu na monitorze komputera Łodzi Paciorek na czarnym tle kręci się kolorowy napis WÓJT IS MY LOVE. W fabułę serialową wplecione są więc aspekty etyczne, w których ramach można omawiać nazewnictwo. „Z punktu widzenia badań nad moralnością godne uwagi jest to, że kino posiada moc budzenia empatii i uwrażliwiania na zło” (Nowak 2023: 45). Dlatego niektórzy bohaterowie wzbudzają sympatię (Lucy, Kusy, Michałowa), a inni nie (wójt, Czerepach).

Przykładów nazw własnych w kontekstach zawierających stosunek społeczności Wilkowyj do wielkiego świata europejskiego i amerykańskiego można przytaczać jeszcze wiele, nawet biorąc pod uwagę wyłącznie serie 1–4. Kiedy Lucy jest wójtem (od serii 5.), również obserwujemy sceny świadczące o kontaktach z osobami spoza granic Polski, choćby przyjazd Włochów (Toniego i Franceski) na staż do policjanta Staśka, młodych Niemców w mundurach, Amerykanów z wojska z Warszawy itp. Dzięki tym kontaktom podlaska gmina nie jest samotną wyspą, wręcz przeciwnie, przyjazdy obcych bohaterów, wyjazdy Polaków za granicę stają się już niemal codziennością, a wilkowyjskie okno na świat otwiera się coraz szerzej. Ksiądz Piotr Ko-

¹² Na stronie Angloville czytamy: „Swego czasu w polskiej polityce zaistniało twierdzenie, że Polska ma być „drugą Irlandią”. Wypowiedź ta miała sugerować, że Zielona Wyspa jest krainą mlekiem i miodem płynącą” – zob. <https://angloville.pl/materialy/z-czego-slynie-zielona-wyspa-11-ciekawostek-o-irlandii/> [dostęp: 10.07.2024].

zioł podsumowuje ten stan w jednym ze swoich kazań, mówiąc, że od przybycia do Wilkowyj pani Lucy wiele się zmieniło na lepsze, przede wszystkim ludzie – z księdzem proboszczem włącznie.

Analiza językowa przeprowadzona w tej pracy pokazuje, że nazwy własne w serialu filmowym można badać w podobny sposób jak w literaturze. Aby wskazać funkcję *proprii* w tekstach, należy interpretować je w kontekstach. Specyfika przekazu filmowego czyni z badanych nazw własnych językowe elementy uwikłane w przekaz, znaczące w ramach komunikatu (Rutkowski 2016: 177). W *Ranczu* na przykład w wypowiedziach bohaterów za pomocą nazw własnych wyraża się swoista ocena świata, w którym serialowe postaci żyją i działają. Biorąc pod uwagę najważniejszą różnicę między dziełem literackim i filmowym (w filmie obraz współuczestniczy z wypowiedzianym lub zapisanym tekstem), dostrzegamy jednak odmienny sposób prezentacji form onimicznych, które nie są przekazane tylko za pomocą pisanego, oddanego odpowiednią czcionką słowa. W filmie liczą się szczegóły, których w rozmaitych scenach może być wiele: odpowiednia kolorystyka, muzyka¹³, gra aktorów, mimika twarzy aktora przy wypowiedzaniu nazwy – wszystko jest istotne. W filmie odbieramy obrazy, które opatrzone są tekstem, bardziej lub mniej przesiąkniętym onimami. Widzimy, ale nie czytamy, jakie wrażenie robią one na granej przez aktora postaci. W powieści zaś czytamy wypowiedź bohatera lub narratora, zawierającą nazwy własne – i wielu rzeczy musimy się tu domyślić, tego zwłaszcza, czego nam nadawca tekstu nie przekazał w wypowiedzi kontekstowej nazw. O warstwie onomastycznej w komedii polskiej pisała Monika Kresa, która na przykładzie analizy nazw własnych z filmu *Sami swoi* podkreśliła istotę ewokowanych przez *propria sensów* naddanych, wynikających z „tekstowego i kulturowego uwikłania wykorzystanych w filmie onimów” (Kresa 2016: 125). O te sensory naddane chodzi, o taki odbiór dzieła filmowego, aby zrozumieć zamysły jego twórców.

Nazewnictwo omawianego serialu jest realistyczne, ponieważ zamierzeniem twórców *Rancza* było ukazanie zachowań pewnej społeczności wiejskiej oraz wejście w różne przejawy jej egzystencji. Z kolei wrażenie realizmu przykuwa uwagę widzów i tworzy tzw. wspólnotę doświadczeń (Skorupa, Broł 2018: 210–211). Najlepiej zapewne rozwinięty wątek kontaktów ze światem zewnętrznym pokazuje, że społeczeństwo to nie stanowi hermetycznej grupy, że chce się rozwijać i zmie-

¹³ Jeden z odcinków zatytułowany *W samo popołudnie* (s. 4, odc. 8) nawiązuje do znanego westernu pt. *W samo południe* (*High Noon*, 1952). W *Ranczu* dochodzi do najazdu mafii ściągającej haracz od wszystkich majątnych mieszkańców Wilkowyj, w tym od księdza proboszcza. Nie wchodząc w szczegóły tego ciekawego odcinka, trzeba jednak wspomnieć o interesującej muzyce westernowej, którą słyszymy, gdy Kusy ze swoim starym pistoletem w kieszeni powoli wychodzi na drogę, by stanąć przeciwko ośmiu przestępcom – jak Gary Cooper, występujący w obronie zastraszonych ludzi miasteczka, przeciwko czterem bandytom. Bez muzyki rodem z westernu odcinek *W samo popołudnie* nie ewokowałby w pełni nastroju znanego widzom z filmu amerykańskiego (por. Nowak 2023: 48–53). W kontekście kultury amerykańskiej rozpatrywać należy też tytuł serialu: *Ranczo*.

niać. Realizm jest tu naczelną zasadą budowania świata przedstawionego, pociąga za sobą także genezę i status nazewnictwa: bez autentycznych lub realistycznych form onimicznych nie można pokazać skomplikowanego życia ludności Wilkowyj.

W związku ze zmianami dokonującymi się w tej grupie społecznej nie dziwi więc na przykład zapal do nauki języka angielskiego (Lucy uczy angielskiego dzieci, potem dorosłych; poza tym jest jeszcze poliglotka Solejukowa), tworzenie nazw własnych w obcych językach (oprócz *Wilkowyje Cheese Pierogi Company* i *Country Club* rejestrujemy ponadto nazwę zespołu Pietrka i Joli *Duo Spoko*), chętnie przyjmowanie gości zagranicznych (choć na początku tak nie było) i inne pożądane postawy, z których większość omówiona została w artykule.

Powyższe analizy potwierdzają przynależność badanej onimii do języka filmu, w którym nazwy własne nie stanowią składnika jakiejś ustatycznionej, zatrzymanej w kadrze rzeczywistości (Nowak 2023: 31), lecz są dopasowane do wizji świata przedstawionego w serialu i dynamicznie zmieniających się scen z życia bohaterów.

Bibliografia

- Balcerak, P. 2023. *Język filmu. Uwagi o semiotyce kina*. W: *Film i filozofia. Rozprawy i eseje z filozofii kultury*, red. W.M. Nowak, P. Paczkowski, s. 63–74. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Głowiński, M. 1986. *Cztery typy fikcji narracyjnej*. W: *Teoretycznoliterackie tematy i problemy*, red. J. Sławiński, s. 25–34. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Grzenia, J. 2002. *Słownik imion*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kosyl, C. 1993. *Główne nurty nazewnictwa literackiego (zarys syntezy)*. W: *Onomastyka literacka*, red. M. Bioliak, s. 67–100. Olsztyn: Wydawnictwa Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Olsztynie.
- Kosyl, C. 1998. *Nazwy własne w literaturze pięknej*. W: *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, red. E. Rzetelska-Feleszko, s. 363–387. Warszawa–Kraków: Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego PAN.
- Kresa, M. 2016. Same swoje onimy filmowe – analiza wybranych nazw własnych pierwszej części trylogii Sylwestra Chęcińskiego i Andrzeja Mularczyka. *Prace Językoznawcze* 18 (3), s. 113–127.
- Nowak, W. 2023. *Film i filozofia. Wprowadzenie*. W: *Film i filozofia. Rozprawy i eseje z filozofii kultury*, red. W.M. Nowak, P. Paczkowski, s. 10–62. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Plisiecki, J. 2010. *Film i sztuki tradycyjne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Plaźewski, J. 1982. *Język filmu*. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Rutkowski, M. 2016. Medioonomastyka w ramach mediolingwistyki. *Prace Językoznawcze* 18 (3), s. 171–180.
- Rutkowski, M., Skowronek, K. 2010. *Onomastyka dyskursu: zakres, problematyka i metody badawcze*. W: *Nazwy własne a społeczeństwo*, t. 1, red. R. Łobodzińska, s. 87–95. Łask: Oficyna Wydawnicza Leksem.
- Rymut, K. 1991. *Nazwiska Polaków*. Wrocław–Warszawa–Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

- Skorupa, A., Brol, M. 2018. *Film w działaniach profilaktycznych*. W: *Film w edukacji i profilaktyce. Na tropach psychologii w filmie*, cz. 1, red. A. Skorupa, M. Brol, P. Paczyńska-Jasińska, s. 207–228. Warszawa: Difin.
- Skowronek, K., Rutkowski, M. 2004. *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*. Kraków: Wydawnictwo LEXIS.
- Weintraub, W. 1987. *Wyznaczniki stylu realistycznego*. W: *Problemy teorii literatury*, s. 1, wyb. H. Markiewicz, s. 274–287. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Strony internetowe

- Rancho* (serial telewizyjny). Online: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Rancho_\(serial_telewizyjny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rancho_(serial_telewizyjny)) [dostęp: 10.06.2024].
- Geoportal. Online: https://mapy.geoportal.gov.pl/imap/lmgp_2.html [dostęp: 15.06.2024].
- Z czego słynie Zielona Wyspa? 11 ciekawostek o Irlandii*. Online: <https://angloville.pl/materialy/z-czego-slynie-zielona-wyspa-11-ciekawostek-o-irlandii/> [dostęp: 10.07.2024].

What can proper names in the Polish TV series „Rancho” tell us about „our local West”?

Summary

The paper offers a description of the names used in four seasons (1–4) of the Polish TV series “Rancho.” The analysis aims to show the mentality of the rural society that lives in Wilkowyje, its characteristics, and its views on political and social changes after Poland’s accession to the European Union. Europe is not the only symbol of the West entering this community. It is also, above all, America, embodied by the film’s protagonist, a Polish woman born in New York. For the local inhabitants, the ongoing changes are puzzling and sometimes painful, which they express vocally in their assessments of the West. Due to the specifics of the film language, proper names are studied in their contexts: in the dialogues between the characters and in the situations in which they find themselves. Occasionally, the interpretation of the onyms also requires a deeper look at the source (the film) from which they originated – as an audiovisual work (film editing, music, acting, visuals, colours, etc.).

Keywords: proper names – film onomastics – Polish TV series – *Rancho*.

Trans. Marta Falkowska

Magdalena Trysińska

Uniwersytet Warszawski

m.trysinska@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0001-5245-2867

JAK MÓWIĄ BARBIE I KEN? ANALIZA WYPOWIEDZI FILMOWYCH POSTACI (W POLSKIEJ WERSJI JĘZYKOWEJ)

Film – mimo że niewątpliwie należy do szeroko pojętych mediów – w lingwistycznych badaniach nad językiem tychże właściwie jest pomijany. Językoznawcy koncentrują się bowiem na języku funkcjonującym w prasie, radiu, telewizji, a także w internecie. Tymczasem, jak pisze Bogusław Skowronek: „Film to jeden z najbardziej skutecznych sposobów mediacji między indywidualnym człowiekiem a tradycją lingwistyczno-kulturową, w której on tkwi. Poza tym praktycznie każdy aspekt i wariant języka – etniczny, stylistyczny, funkcjonalny, środowiskowy, historyczny, pragmatyczny – można dziś znaleźć w filmach” (Skowronek 2020: 10–11).

Brak perspektywy językowej w badaniach nad filmem znajduje swoje odbicie także w badaniach nad dyskursem medialnym. Mimo iż pojęcie dyskursu medialnego na przestrzeni lat ewoluowało i lingwiści jako kryterium rozróżniania dyskursów medialnych przyjęli kryterium zewnątrzjęzykowe, czyli techniczne, uwzględniające rodzaj transmisji danych, to ograniczyli się do wydzielenia dyskursów: prasowego, radiowego, telewizyjnego i internetowego. Nie uwzględnili przy tym filmowego. Zanim jednak zaczęto mówić o językowych dyskursach medialnych, w literaturze przedmiotu funkcjonowało pojęcie językowych odmian medialnych. Odmiany te warunkowane były „kryteriami przynależnymi do komunikacji językowej i pozajęzykowej, występowaniem wzorców tekstowych charakterystycznych dla danej odmiany, kryteriami funkcji tekstu i wypowiedzi, typów sytuacji i interakcji, gatunków i ich odmian” (Żydek-Bednarczuk 2004: 99). Na potrzebę wyróżnienia filmowej odmiany medialnej zwrócił uwagę B. Skowronek (2013: 191–204). Medialny dyskurs filmowy pojawił się wśród innych dyskursów medialnych także za sprawą B. Skowronka, który powołał do życia na gruncie polskim mediolingwistykę jako subdyscyplinę badawczą. Zaproponował również mediolingwistyczną perspektywę badania języka w filmie (Skowronek 2020).

Analiza filmu stanowi domenę filmoznawców. Jest to poniekąd stwierdzenie oczywiste. Stąd, kiedy mowa o języku filmu, zwraca się uwagę na filmowe środki wyrazu¹, do których nie zalicza się języka werbalnego. Jeśli się pojawia, to jest on podporządkowany całej ścieżce dźwiękowej (Aumont, Marie 2013: 287–291). Jednocześnie trzeba zauważyć, że filmoznawcze narzędzia badawcze nie zawsze pozwalają uchwycić wszystkie istotne aspekty analizowanego materiału, zwłaszcza że na całość dzieła składają się liczne subkody, które w izolacji pozostają niekompletne. Też o niekompletności każdego z subkodów tworzących tekst filmowy – w tym subkodu werbalnego – postawił Marek Hendrykowski, który jako pierwszy zwrócił uwagę na rolę słowa w filmie (Hendrykowski 1982: 84–88). Zauważył potrzebę „głębokiej integracji elementów werbalnych z resztą składników przekazu kinematograficznego” (Hendrykowski 1982: 157). Jednocześnie podkreślił, że: „Słowa nie tworzą samodzielnego znaczeniowo porządku wypowiedzi filmowej, ale nie bywa w niej również samodzielny ani porządek ikoniczny, ani muzyczny, ani akustyczny czy którykolwiek z dających się wyodrębnić pojedynczych subkodów. Wewnętrzna jedność audiowizualnej struktury widowiska filmowego oznacza w istocie pełną integrację i funkcjonalne podporządkowanie wszystkich subkodów znakowych danej całości komunikacyjnej” (Hendrykowski 1982: 88).

Przedmiotem rozważań podjętych w niniejszym opracowaniu jest język filmowych postaci – Barbie i Kena – w filmie *Barbie* w reżyserii Greta Gerwig (scenariusz: Greta Gerwig, Noah Baumbach). Jest to amerykańsko-brytyjska produkcja opowiadająca o beztroskim życiu zabawek firmy Mattel w bajkowym Barbielandzie. Premiera filmu w USA odbyła się 9 lipca 2023 roku, w Polsce zaś niecałe dwa tygodnie później – 21 lipca tego samego roku. W główne role wcielili się Margot Robbie (jako tytułowa Barbie) i Ryan Gosling (jako Ken). Film powstał w wytwórni Warner Bros Picture (która zajęła się też dystrybucją) przy współudziale Heyday Films i Mattel Films. W polskiej wersji językowej, dubbingowanej, w roli Barbie słyszymy Paulinę Gałązkę, w roli Kena – Marcina Czarnika. Autorem polskiego dubbingu jest Jakub Kowalczyk.

Analizie poddaję polską wersję językową (dubbing) ścieżki dźwiękowej. Interesuje mnie bowiem wersja filmu stworzona na potrzeby polskiego widza, który nie musi porównywać jej z wersją oryginalną (por. Skowronek 2023: 30). Dubbing ma tę przewagę nad innymi wersjami tłumaczeń (lektor, napisy), że oryginalna ścieżka dźwiękowa zupełnie znika ze świadomości odbiorcy. Dzięki temu interpretacja filmu odbywa się bez zakłóceń w języku natywnym odbiorcy. Jest to ważne w kontekście tworzenia językowych obrazów świata, których istotnym składnikiem są stereotypy.

¹ J. Aumont i M. Marie podkreślają, że analizę filmu należy postrzegać jako zastosowanie, rozwinięcie czy zaadaptowanie różnych teorii i dyscyplin. Jednocześnie zwracają głównie uwagę na narzędzia wypracowane przez literaturoznawstwo. Analiza dialogów filmowych jest tu podporządkowana analizie ścieżki dźwiękowej (Aumont, Marie 2013: 287–291).

Stereotyp to dla mnie pojęcie kluczowe. Film, który poddaję oglądowi, odwołuje się bowiem do stereotypu lalek Barbie i Kena.

Lalka Barbie funkcjonuje w kulturze od roku 1959, natomiast Ken od roku 1961. Barbie szybko stała się najpopularniejszą lalką na świecie. Mimo że jest zabawką, służy nie tylko do zabawy. „Gdyby tak było – pisze Stanisław Taboń – nie spotykałoby się miłośnicy tej zabawki, nie byłoby drukowane czasopismo „Barbie Bazar”, które liczy sobie około 20 tys. prenumeratorów” (Taboń 2005: 25–26). Gdyby tak było – należy dodać – świat nie oszalałby na punkcie filmu *Barbie*². Niewątpliwie lalka Barbie jest częścią kultury masowej. Nie bez przesady można powiedzieć, że stała się jej ikoną (Rogers 2003). Obok Barbie pojawia się Ken – jej chłopak. Odgrywa zdecydowanie mniejszą rolę w całym uniwersum stworzonym przez firmę Mattel, choć także jest rozpoznawalny dla miłośniczek i miłośników Barbie.

Standardowo lalki Barbie i Ken nie są obdarzone głosem, toteż ich stereotyp budowany jest na podstawie wyglądu oraz tworzonych na ich temat i z ich udziałem opowieści. Należy bowiem podkreślić, że Barbie ma swoją rodzinną historię i żyje w rozbudowanej rzeczywistości³. Dopełnieniem historii stały się filmy animowane, w których Barbie wciela się w różne postaci⁴.

Niewątpliwie ważnym wydarzeniem filmowym było pojawienie się filmu *Barbie* w reż. Greta Gerwiga. Produkcja wywołała skrajne reakcje – od zachwytu po miążdzącą krytykę. W zasadzie nie ma w tym nic dziwnego – *Barbie*, jak każdy tekst kultury, może się podobać lub nie. Bardziej interesujący jest jednak odbiór filmu i jego interpretacja, która – mimo nieskomplikowanej fabuły – okazała się wielowymiarowa. O tym, jak film jest postrzegany, można było przeczytać zarówno na forach internetowych, jak i w tekstach publicystycznych oraz w tekstach naukowych.

Krytycy, publicyści oraz badacze mediów i kultury zwracali uwagę na różne elementy dzieła filmowego, choć najczęściej odnoszono się do jego społecznego oddźwięku. Pisano m.in. o krytyce kapitalistycznego świata (Staniszewska 2023), o roli

² Film *Barbie* stał się hitem kinowym i najbardziej dochodowym filmem wytwórni Warner Bros Picture. To największy debiut w historii filmu wyreżyserowanego przez kobietę. W weekend otwarcia film zarobił łącznie 155 milionów dolarów w ponad 4200 lokalizacjach w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. W Polsce to druga najchętniej oglądana premiera po okresie pandemii (lepszy wynik miał tylko film *Avatar. Istota wody*). Za: <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/film-barbie-opinie-gdzie-ogladac-rekord-otwarcia-w-polskich-kinach> (dostęp: 4.07.2024).

³ „W latach sześćdziesiątych podjęto wiele kluczowych decyzji, które doprowadziły do sukcesu Barbie. [...] Do Barbie dołączyła cała grupa znajomych: najpierw jej chłopak Ken, a następnie przyjaciółka Midge i przyjaciel Kena, Allan. Potem powiększyła się rodzina samej Barbie: najpierw pojawiła się młodsza siostra, Skipper, a potem jej rodzeństwo, czyli para bliźniaków, Tutti i Todd. Francie, kuzynka Barbie, została wprowadzona na rynek jako dorosła lalka o szczuplejszej, mniej krągłej figurze” (Gerber 2023: 143).

⁴ Tu mowa o produkcjach będących ekranizacjami słynnych baśni i bajek (np. *Barbie i 12 tańczących księżniczek* z 2006 r.), nowoczesnymi wersjami klasycznych baletów (np. *Barbie z Jeziora łabędziego* z 2003 r.), także o musicalach czy filmach przygodowych.

ruchu feministycznego (Esa, Yuliana 2024; Gibson, Bridges, Wulff 2023) i toksycznej męskości (Wicaksono, Nur 2023) oraz stereotypach płciowych (Syafruddin, Febiola, Febriani 2024).

Jednym z elementów tworzących stereotyp postaci jest język jej wypowiedzi (idiolekt). Wszyscy widzą, jak Barbie i Ken wyglądają, jakimi przedmiotami się otaczają, z kim się przyjaźnią. Wizerunek został bowiem doskonale utrwalony w kulturze, nie tylko amerykańskiej. Poddany analizie film dostarczył kolejnego elementu – wypowiedzi dopełniających wizerunek postaci nie tylko filmowych, lecz także będących ikonami kultury. Na potrzeby analizy zajęłam się w związku z tym warstwą dialogową filmu, czyli językiem mówionym bohaterów umiejscowionych w świecie przedstawionym konkretnego dzieła. Jak pisze B. Skowronek:

Rola warstwy werbalnej w narracji oraz jej znaczenie w budowaniu diegezy danego filmu jest zasadnicza. Dialogi postaci mają priorytet wobec innych rodzajów dźwięku, stanowią główny „nośnik fabularności”. Używana mowa umiejscawia bohaterów danego dzieła nie tylko w przebiegu akcji, ale przede wszystkim w dającej się zlokalizować środowiskowej i kulturowej rzeczywistości, z narodową na czele. Język postaci jest jednym z najważniejszych aspektów realistycznego prowadzenia narracji (zgodnie z daną konwencją gatunkową) oraz budowania wiarygodności świata przedstawionego. Równocześnie indywidualizuje i charakteryzuje bohaterów (Skowronek 2020: 49).

B. Skowronek słusznie zwraca uwagę na konwencję gatunkową oraz kulturową rzeczywistość, w której osadzone jest dzieło. Analizowany film *Barbie* jest komedią rozgrywającą się w dwóch światach – nierealistycznym Barbielandzie oraz realistycznym Los Angeles. Przynależność gatunkowa każe zachować dystans do opowiadanej historii, naprowadza widza na odbiór z przymrużeniem oka. Kulturowa rzeczywistość zaś – na wskroś amerykańska – otwiera określone drogi interpretacyjne. Istotnym czynnikiem jest także rola firmy Mattel, która stworzyła tytułową lalkę i której – co oczywiste – głównym celem jest zwiększenie jej sprzedaży. Jednocześnie należy pamiętać o perspektywie odbiorczej – to samo dzieło może zyskiwać zupełnie inne sensy w zależności od doświadczeń kulturowych widzów. Stąd tak różne opinie na temat samego filmu oraz różne odczytania – od feministycznego manifestu, przez satyrę na amerykański konsumpcjonizm i kryzys męskości po nachalną reklamę produktu popkultury. Jakkolwiek byśmy nie interpretowali tego filmu, w jego centrum pozostają Barbie i Ken ze swoimi stereotypowymi cechami wyglądu, wzbogaconymi teraz o cechy języka.

Jaki zatem jest stereotypowy sposób mówienia i komunikowania się Barbie i Kena? Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy najpierw zastanowić się, czy postaci filmu Greta Gerwig tworzą swój osobniczy styl mówienia, czy może stylizują język na postaci wyobrażonych Barbie i Kena.

Warto w związku z tym zacząć od zdefiniowania podstawowych pojęć, które pomogą w ukierunkowaniu analizy zabiegów językowo-stylistycznych charaktery-

zujących postaci. Pierwszym z nich jest *idiolekt*, czyli osobniczy lub indywidualny język postaci. Jednak – jak pisze Małgorzata Miławska-Ratajczak – „Idiolekt każdej filmowej postaci stanowi [...] całość domniemaną (gdyż jedynie zasugerowaną przez twórców); jest zasobem kompetencji językowych jednostki tylko na poziomie diegezy, widz jednak może go poddać – zwykle i tak fragmentarycznej – rekonstrukcji i interpretacji na podstawie słyszanych wypowiedzi” (Miławska-Ratajczak 2018: 39). W wypadku filmowych Barbie i Kena należy się ponadto zastanowić, czy jest to język jednostkowych postaci, czy może język postaci zachowujących się jak stereotypowa Barbie i stereotypowy Ken. W związku z tym warto też przyjrzeć się wypowiedziom wszystkich Barbie i wszystkich Kenów zamieszkujących Barbieland i rozpatrywać te wypowiedzi w kategoriach biolektu – wariantu języka uzależnionego od takich czynników jak płeć czy wiek. Czynnikiem tych nie można jednak oddzielić od czynników natury psychicznej i społecznej, związanych m.in. ze statusem społecznym i obyczajowym kobiet i mężczyzn (por. Wilkoń 2000: 101). Przyjmując taką perspektywę, styl konwersacyjny Barbie i Kena można uznać za charakterystyczny dla szerszej grupy: wiekowej, płciowej i społecznej. Jest to o tyle zasadne, że wszystkie postaci budujące uniwersum świata Barbie nie różnią się pod względem wieku i statusu – w Barbielandzie wszystkie Barbie są sobie równe i wszyscy Kenowie są sobie równi.

Wreszcie należy się zastanowić, czy w wypadku analizowanego filmu mamy do czynienia ze stylizacją. Według Aleksandra Wilkonja „Stylizacja językowa odnosi się do jakiejś istniejącej poza tekstem rzeczywistości językowej. Może tę rzeczywistość naśladować, podrabiać, parodiować, słowem, jest wyraźnie ukierunkowanym zabiegiem stylistyczno-językowym, który służy mimetycznej ewokacji „cudzego”, „obcego” stylu czy języka” (Wilkoń 1984: 13). Celem stylizacji jest nadanie wypowiedzi określonej formy właściwej mowie określonego środowiska według jakiegoś wzorca, a także nadawanie określonego zabarwienia. Stylizacja jest zamierzona, w tym wypadku przez autorów filmowych dialogów oraz dubbingu (skoro mowa o polskiej wersji językowej).

W wypadku analizowanego filmu sytuacja jest nieco paradoksalna. Miławska-Ratajczak podkreśla, że: „Udany dialog filmowy zasadza się na tym, co stwarza wrażenie wiarygodności i autentyczności. W nieporadnie stylizowanej płaszczyźnie językowej widz szybko potrafi wychwycić fałszywe nuty, czyli wypowiedzi sztuczne i dalekie od kształtu rozmów znanych mu z codzienności [...]” (Miławska-Ratajczak 2018: 45). W Barbielandzie tymczasem właśnie owa sztuczność jest istotna. Świat Barbie wykreowany przez firmę Mattel jest nierealny, plastikowy, a zatem skrajnie sztuczny. Takie same są żyjące w nim lalki, toteż język, który jest składnikiem ich codziennych rozmów, także jest nienaturalny. Trudno w związku z tym mówić w tym wypadku o prostym naśladowaniu cudzego stylu. Można jednak w filmowych dialogach dopatrywać się parodii stylów konwersacyjnych określonej grupy kobiet i określonej grupy mężczyzn.

Przyjrzyjmy się zatem cechom wypowiedzi stereotypowej Barbie i stereotypowego Kena, będących jednocześnie przedstawicielami swoich grup – wszystkich Barbie i wszystkich Kenów.

1. JAK MÓWI STEREOTYPOWA BARBIE?

W postaci Barbie skupiają się zarówno cechy stereotypowo przypisywane kobietom, jak i cechy pozwalające na przełamanie tego stereotypu.

Z badań przeprowadzonych przez Sandrę Lipitz Bem (za: Musielak-Dobrowolska 2017: 80) wynika, że kobietom stereotypowo przypisywane są takie cechy jak: wrażliwość, troskliwość, łagodność, kokieteryjność, delikatność, naiwność oraz zdolność do poświęceń. Jednocześnie badacze zwracają uwagę, że we współczesnym świecie obok kobiecości pojmowanej w sposób tradycyjny (stereotypowy) funkcjonuje model kobiecości nowoczesnej, zawierającej cechy typowo męskie, jak: ambicja, pewność siebie, agresja (por. Musielak-Dobrowolska 2017: 89).

W Barbielandzie wszystkie Barbie kreowane są na silne, pewne siebie kobiety. Mają bowiem ucieleśniać marzenia dziewczynek i kobiet żyjących w prawdziwym świecie o byciu niezależnymi, a przede wszystkim – niezależnionymi od mężczyzn.

Barbie⁵: I kobiety zajmują najważniejsze stanowiska, kontrolują finanse. To, co w waszym świecie robią mężczyźni, u nas robią kobiety.

Barbie, objaśniając Sashy i jej mamie⁶, jak funkcjonuje Barbieland, nie tylko podkreśla różnicę między światem realnym a wymyślonym przez firmę Mattel, lecz także mówi o kontrolowaniu finansów. Mogła przecież zwrócić uwagę na inne sektory państwowej działalności. Finanse jednak kojarzą się szczególnie mocno z pozycją mężczyzn. W większości kultur pieniądze – zarabianie, inwestowanie itd. – to obszar ich działalności. Są one wszak symbolem władzy.

W wyidealizowanym Barbielandzie niepodzielnie rządzą kobiety. W ich wypowiedziach ujawniają się siła i niezależność, a przede wszystkim pewność siebie (a może brak krytycyzmu). Barbie bowiem we wszystkim, co robią, są najlepsze:

⁵ Barbie nie mają imion. Niektóre z nich pełnią określone funkcje, które pozwalają wyodrębnić je spośród innych (np. Barbie Prezydentka) lub mają jakieś cechy (Barbie na wózku inwalidzkim). Dla zarysowania całościowego obrazu Barbie jako ikony kultury wszystkie należy uznać za kolejne wersje klasycznej Barbie (stworzonej przez Ruth Handle). Podobnie rzecz się ma z Kenami. Dla jasności wywodu głównych postaci Barbie i Kena nie będę opatrywała żadnymi przydawkami. W przypadku pozostałych postaci tam, gdzie nie można wskazać konkretnej cechy, będę posługiwała się określeniami *Inna Barbie / Inny Ken*.

⁶ Sasha i jej mama trafiają do Barbielandu, aby pomóc Barbie odzyskać równowagę psychiczną, a potem pokonać Kenów.

Barbie Prezydentka: Moje drogie, popatrzcie sobie w oczy i sypnijcie komplementy. Docerńcie piękno. Reporterko, pytaj, o co chcesz.

Barbie Reporterka: Jak ty to robisz, że nie masz wad?

Barbie Prezydentka: Bez komentarza [śmiech]. **Nie no, serio, nie skomentuję. Jak was nie kochać?**

Inna Barbie: A pokojową Nagrodę Nobla otrzymuje... Barbie!

Inna Barbie: **Pracuję za dwie. Tak że należała się.**

Inna Barbie: Literacką Nagrodę Nobla otrzymuje... Barbie! Jesteś głosem tego pokolenia.

Inna Barbie: **Tak, wiadomo.**

Inna Barbie: W naszej ocenie pieniąż to nie słowo. Zresztą korporacje nie mają prawa do wolności wypowiedzi. Toteż twierdzenie, że korzystają z przysługujących praw, to ewidentna próba przekształcenia demokracji w czystą plutokrację. Porusza mnie do żywego i mówię o tym na głos. Co więcej, **z dużą łatwością kierują się zarówno logiką, jak i emocjami w tym samym czasie. I nie ogranicza to moich możliwości. To je poszerza.**

Powyższa kompilacja wypowiedzi z czołówki filmu, pojawiających się w różnych kontekstach (konferencja prasowa w Białym – a w zasadzie w Różowym – Domu; rozdanie nagród; wystąpienie przed bliżej nieokreślonym gremium), oparta jest głównie na komplementowaniu poszczególnych Barbie przez inne Barbie. Należy bowiem zaznaczyć, że lalki nie rywalizują ze sobą – ich relacje oparte są na współdziałaniu⁷. Sukces jednej z nich jest sukcesem całej społeczności kobiet żyjących w Barbielandzie. Ponieważ wszystkie znają swoją wartość, nie udają skromności – przynajmniej otwarcie, że nie mają wad, że zasługują na nagrody (por. wyróżnione repliki). Uwagę zwraca ostatnia, nieco dłuższa wypowiedź, typowa w sytuacjach oficjalnych. Mamy tu fragment wystąpienia jednej z Barbie – tym razem reprezentującej kobiety *plus size* – w której uwagę zwraca patos. Wypowiedź jest naszpikowana słowami z wysokiego rejestru języka (*prawo do, wolność wypowiedzi, demokracja, plutokracja, przysługujące prawa* itd.), co prowadzi do pustosłowia. Jest to parodia stylu pseudonaukowego. Istotne jest zakończenie wywodu. Barbie mówi bowiem o tym, że logiczne myślenie nie ogranicza jej możliwości. W kontekście budowania obrazu Barbie, która ma zaszczepić w dziewczynkach wiarę w to, że mogą wszystko, trzy ostatnie zdania domykające wypowiedź są najważniejsze. Z jednej strony podtrzymują stereotyp emocjonalnej kobiety, z drugiej obalają stereotyp kobiety niezdolnej do logicznego myślenia. Ponadto zwracają uwagę na umiejętność łączenia tych dwóch cech w tym samym czasie, choć są to cechy wzajemnie się wykluczające (myślenie empatyczne i logiczne nie mogą zachodzić w tym samym czasie, co wynika z budowy ludzkiego mózgu). W ten sposób otrzymujemy obraz kobiety, która swoimi możliwościami przewyższa mężczyznę (ten – stereotypowo – kieruje się bo-

⁷ Jest to skądinąd cecha stereotypowo przypisywania kobiecie stylowi interakcji (por. Witosz 2004: 10).

wiem tylko logiką). Fraza *I nie ogranicza to moich możliwości. To je poszerza* jest jak slogan. Możemy nie zapamiętać całej wypowiedzi pulchnej Barbie, ale ostatnia fraza zapewne zostanie w pamięci, tym bardziej że ograniczanie możliwości kobiet w jakiegokolwiek sferze życia społecznego we współczesnym świecie jest co najmniej niepoprawne politycznie.

Styl konwersacyjny lalek Barbie cechuje się schematyzmem i pustostłowiem. Jest on silnie skorelowany z powielanym każdego dnia sposobem spędzania czasu.

Inna Barbie: Autentycznie odjechana impreza.

Barbie: Dzięki, piękna. Jej, wyszło serio perfekcyjnie.

Inna Barbie: Jest perfekcja w tej perfekcji.

Inna Barbie: A ty wyglądasz przepięknie, Barbie.

Barbie: Dzięki, Barbie. I czuję się jak piękność.

Inna Barbie: To tak jak ja.

Inna Barbie: Dziś jest najlepszy dzień *ever*.

Inna Barbie: Rany! To jest najlepsze *ever*. I do tego jak wczorajszy. Jutrzejszy też będzie.

Inna Barbie: I pojutrze, i w środę, i we wszystkie dni do końca świata.

Przytoczona wymiana zdań między uczestniczkami domówki u Barbie doskonale oddaje styl bycia plastikowych młodych kobiet. Są wiecznie szczęśliwe, zadowolone z życia, jakie wiodą (bo innego nie znają). Toczą pustą rozmowę o niczym. Jej głównym składnikiem są przesadzone pozytywne oceny zarówno samych siebie, jak i życia w Barbielandzie. Po raz kolejny zwraca tu uwagę brak rywalizacji – każda z Barbie czuje się piękna i nie odczuwa potrzeby konkurowania z innymi Barbie. Wypowiedzi te jednocześnie są przerysowane, co obrazuje zwłaszcza powtarzające się słowo *perfekcja* i derywaty od niego utworzone (*wszystko jest perfekcyjne; w perfekcji jest perfekcja*). Takie nagromadzenie silnie nacechowanych pozytywnych określeń sprawia, że tracą one moc oddziaływania i nie komunikują żadnych treści.

Stereotypowa Barbie ma niewiele do powiedzenia. Jest skupiona na wyglądzie i przyjemnościach płynących z posiadania niezliczonej liczby rzeczy.

Barbie: Nie jestem dociekliwą Barbie, jestem stereotypową Barbie, tą, która przychodzi do głowy, gdy ktoś mówi „pomyśl o Barbie”. Oto ja.

Główna bohaterka filmu wyraża takie właśnie przekonanie. Odgrywa przypisaną jej rolę głupiutkiej blondynki. Jednak gdyby przekonanie to zostało z nią na zawsze, Barbie stałaby się zaprzeczeniem kobiety „mogącej wszystko”. A przecież ma być wzorem dla dziewczynek i kobiet z realnego świata. W związku z tym chce zerwać ze swoim stereotypowym wizerunkiem puste i głupiej lalki.

Barbie: Chciałabym być częścią grupy ludzi, którzy coś wnoszą. A nie czymś, co zrobili. Też chcę tworzyć dla innych, nie chcę być tylko ideałem. Mówię z sensem?

W powyższej wypowiedzi ujawnia się jednak coś więcej niż chęć zmiany swojego wizerunku. Wybrzmiewa tu także typowy dla kobiecego stylu mówienia brak wiary we własne możliwości. Barbie zastanawia się, czy jej deklaracja ma jakikolwiek sens. Nie uważa się bowiem za mądrą Barbie.

Barbie: [...] **Co by zrobiła mądra Barbie?** Czekaj, oczyszczę umysł. Zastanowię się. Kto się mną bawi?

Wypowiedzi Barbie – głównej bohaterki – pozostają w sprzeczności ze stylem konwersacyjnym całej społeczności Barbie. Ona ucieleśnia tę pierwszą, będącą stereotypem pustej lalki, Barbie. Dopiero kolejne modele, jak Barbie Prezydentka, Barbie Lekarka, Barbie Adwokatka itd. przełamują ten stereotyp – o czym Barbie informuje Sashę i jej koleżanki w realnym świecie:

Sasha: Jesteś prawdziwą Barbie? Tą profesjonalną dziunią?

Barbie: Nie. Barbie nie jest dziunią. Barbie jest lekarką, adwokatką i senatorką. No i laureatką wielu Nobli.

Koleżanka Sashy: Akurat. Nobla za coś dostałaś?

Barbie: **O nie, nie ja. Inna Barbie, wiesz?**

Wynika z tego, że film prezentuje stereotypową, klasyczną Barbie i jej późniejsze wcielenia przełamujące ten stereotyp. Dlatego też, przyglądając się stylowi konwersacyjnemu Barbie (w sensie ogólnym), dostrzegamy sprzeczność – z jednej strony zdecydowanie i niezachwianą wiarę w swoje możliwości, z drugiej – zagubienie i naiwność.

Stereotypowa Barbie jest naiwna, czyli posiada cechę przypisywaną kobietom. Jej naiwność przejawia się przede wszystkim w tym, że wierzy w swoją ogromną moc oddziaływania na kobiety w świecie realnym, o czym informuje dziewczynki z realnego świata:

Barbie: Spokojnie, cały świat mnie uwielbia i za osobowość, i za piękno. [...] Jestem wzorem, najukochańszą kobietą wszystkich dam. Barbie! [...] Nie chcecie mi czasem podziękować i przytulić mnie? Tę swoją zabawkę ukochaną?

Rozmowa z Sashą (Sasha nazywa Barbie faszystką) sprawia, że Barbie odkrywa prawdę o sobie, a jednocześnie nic nie rozumie, bo jest tylko naiwną blondynką z długimi nogami, żyjącą w wymyślonym świecie.

Barbie [płacze]: Że niby jestem faszystką? A co ja kontroluję? Koleje? Albo przepływy handlowe?

Wyznanie Barbie, oparte na hiperbolizacji, pełni oczywiście funkcję komiczną – przywołanie istotnych sektorów gospodarki państwa pokazuje, jak niewielki wpływ na świat rzeczywisty może mieć postać wykreowana przez firmę zabawkarską.

Barbie do momentu wyprawy do realnego świata wiodła monotonne, ale cudowne życie w Barbielandzie (co pokazałam powyżej). Istotnym aspektem tego życia były relacje z innymi Barbie, prezentujące typowy kobiecy styl bycia. Uwidacznia się on między innymi w rozmowach – zarówno tych o niczym (przywołane wcześniej), jak prawdziwie wspierających. Zdaniem socjologów kobiety w swoim gronie rozmawiają o swoich problemach – są skłonne do zwierzeń. Tworzą bowiem wspólnotę doświadczeń i jedność przekonań. Są bardziej empatyczne niż mężczyźni – potrafią współodczuwać, nawiązują emocjonalną więź (por. Witosz 2004: 13). Obrazuje to poniższa rozmowa:

Inna Barbie: Cześć, Barbie. Stało się coś?

Barbie: Tak jakby wywaliłam się. I mi wstyd strasznie.

Inna Barbie: Barbie nigdy nie jest wstyd.

Barbie: No wiem właśnie i tak trochę brakuje mi kontekstu, ale moje nogi, raczej pięty, one dotknęły ziemi! Dziewczyny, nie chodzę na palcach!

Inna Barbie: Nie panikuj, pokaż piętę. Platfus! [Barbie imitują wymioty, krzyczą]

Barbie: Wiem, że jestem stereotypową Barbie i z zasady nie wyciągam wniosków dotyczących przyczynowości licznie zachodzących wydarzeń, ale pewne sytuacje mogą być powiązane. Straszny kapek w ustach, lodowata woda, spalony gofr, upadek z dachu.

Inna Barbie: Lalka, psujesz się!

Barbie: Co? Nie, to tylko... ja. A może?

Inna Barbie: Nigdy nie widziałam czegoś tak straszego. Kiedyś raz siano na głowie. Słonko, koniecznie jedź do tej dziwnej Barbie. Słyszałam, że Dziwna była najpiękniejszą Barbie w historii, ale ktoś ze świata ludzkie za ostro ją potraktował.

Dla kobiet ważna jest także dbałość o wygląd. Bożena Witosz, powołując się na licznych badaczy (w tym na I. Goffmana mówiącego o „osobistej fasadzie”), zwraca uwagę na rolę satysfakcji kobiet z pozytywnego wrażenia, jakie wywierają na innych (Witosz 2004: 14). W uniwersum stworzonym przez Mattel Barbie niewątpliwie czerpią przyjemność z nienagannego wyglądu (stąd depresja głównej bohaterki w wyniku niekorzystnych zmian w wyglądzie), o czym świadczą rozmowy lalek przywołane wcześniej. W filmie jednak mit nienagannego kobiecego wyglądu został obalony:

Mama Sashy: Okej, siadaj. Hej, co ci jest?

Barbie: [płacze] Nie jestem piękną kobietą.

Mama Sashy: Co? Jesteś przepiękna.

Barbie: Ale nie jak stereotypowa Barbie. Rozumiesz?

Mama Sashy: Przecież jesteś prześliczna

Barbie: Nie o to chodzi. Nie jestem tak mądra, żeby być ciekawa.

Mama Sashy: Jesteś bardzo mądra.

Barbie: Ale nie zoperuję mózgu, nie polecę samolotem. Ach. Nie jestem prezydentką. Nie wezmą mnie do Sądu Najwyższego. Zupełnie do niczego się nie nadaję.

Barbie, przeżywająca załamanie nerwowe, wydaje się rozdarta między dążeniem do stereotypowego wyglądu a chęcią wykazania się mądrością. Jako klasyczna Barbie nie osiągnęła nic poza byciem piękną. Nie była nigdy obsadzana w innych rolach, bo każda Barbie ma jedną, którą odgrywa. Aby coś zmienić w swoim życiu, Barbie rezygnuje z butów na wysokich obcasach (tu obcasy są wyznacznikiem kobiecości) i przenosi się do Los Angeles.

Taka opowieść mogłaby świadczyć o tym, że twórcy filmu wierzą w niezwykłą moc oddziaływania wytworów kultury konsumpcyjnej na życie realne. Film jednak jest komedią, toteż pragnienia o byciu kimś zostają okraszone ironicznymi komentarzami narratorki (głos z offu).

Narratorka: Tak, Barbie wyrzuciła świat do góry nogami. Po czym zrobiła to ponownie. Każda z tych kobiet to Barbie i Barbie to każda z tych kobiet. Może i zaczęła jako pani w kostiumie kąpielowym, ale szybko rozwinęła skrzydła. Dziś ma własną walutę, niejeden dom, niejedno auto i robi karierę. Bo Barbie może być, kim chce, kobiety mogą być, kim chcą. Podejście to zrozumiały też dzisiejsze dziewczynki żyjące w prawdziwym świecie. Wyrastają na silne kobiety, przed którymi każda dowolna kariera stoi otworem. Dzięki Barbie problem dyskryminacji i nierówności płci zniknął jak ręką odjął. **To znaczy, tak się wszystkim Barbie zdaje.** W końcu żyją w Barbielandzie. **Niech sobie noszą te różowe okulary.**

Ironia ujawniająca się w trzech ostatnich zdaniach tego dość długiego monologu jest znacząca. Ukierunkowuje odbiór wykreowanego w filmie świata kobiet – świata widzianego przez różowe okulary⁸, przez kobiety żyjące w błogiej nieświadomości tego, jak jest naprawdę.

W zakończeniu zaś słyszymy:

Narratorka: I tak Barbie zamieniła pastele i plastik Barbielandu na pastele i plastik Los Angeles.

W ten sposób ośmieszona została nie tylko Ameryka jako kraj, dewaluacji uległy też feminizujące działania Barbie.

⁸ W wersji oryginalnej: *Who am I to burst their bubble?*

W stylu konwersacyjnym Barbie uwagę zwraca sposób traktowania płci przeciwnej. Mimo że typową cechą przypisywaną kobietom jest empatia, to w tym wypadku jest ona odczuwana jedynie w stosunku do innych kobiet. Barbie nie interesują się Kenami. Są bowiem skupione na samych sobie i swoich kobiecych sprawach. Ujawnia się to w rozmowach Barbie z Sashą i jej mamą:

Mama Sashy: Nie wygadaj, ale nie miałam w kolekcji Kena.

Barbie pierwsza: **Tak naprawdę Ken jest w ogóle niepotrzebny.** [zatyka sobie usta z przerażeniem] To się wytnie.

Barbie: A tutaj domy wszystkich Barbie. W tej dzielnicy mieszkam.

Mama Sashy: Widać, jak kto ma w domu.

Sasha: I co? Każda Barbie ma tu swój własny dom? No super. A Keny? Oni też?

Barbie: **A tego nie wiem.**

W Barbielandzie tylko Barbie mają domy. Nikt nie wie, gdzie mieszkają Kenowie, i nikt się nad tym nie zastanawia. Dopiero pytanie Sashy skłoniło Barbie do zastanowienia (co widać po zdziwionej minie).

Barbie odznacza się zupełnym brakiem empatii w stosunku do Kena. Bez ogródek informuje go, że nie życzy sobie jego obecności. Taki styl komunikacji jest sprzeczny z ogólnie akceptowanym społecznie zachowaniem kobiet. Według licznych badań przywoływanych m.in. przez Martę Dąbrowską typowe wypowiedzi kobiece „charakteryzują się m.in. dużym udziałem procentowym przeproszeń, podziękowań, życzeń, komplementów, a także większą skłonnością do wahania, mówienia „ogródkami”, ostrożności wypowiedzi, itp.” (Dąbrowska 2005: 146–147).

Barbie: Jedź już do domu.

Ken: Wiesz, może zostanę dziś na noc?

Barbie: Dlaczego?

Ken: Bo jestem twoim chłopakiem.

Barbie: I w nocy co?

Ken: Tak właściwie to nawet nie wiem.

Barbie: **Tylko że wcale cię tu nie chcę.**

Ken: Wolisz Kena?

Barbie: Nie, tylko się przyjaźnimy. **To mój, to mój domek. Wiesz, domek Barbie. Nie, że domek Kena. Racja?**

Ken: [sztuczny śmiech] Racja, przecież.

Barbie: Właśnie. Zresztą to babski wieczór.

Barbie podkreśla, że jej domek nie jest domkiem Kena. W ten sposób stworzone przez firmę Mattel uniwersum zostaje uprawomocnione – nazwy handlowe, takie

jak *Domek Barbie*, służą tworzeniu świata wyraźnie podzielonego na świat Barbie i istniejący w jego cieniu świat Kenów. Kenowie nie istnieją bez Barbie, ale Barbie mogą istnieć bez Kenów. Jest to sprzeczne z tradycyjnie przypisywaną kobiecie podzędną pozycją społeczną (por. Dąbrowska 2005: 146).

2. JAK MÓWI STEREOTYPOWY KEN?

Z badań przeprowadzonych przez Sandrę Lipitz Bem wynika, że mężczyznom stereotypowo przypisywane są takie cechy jak: niezależność, skłonność do dominacji i rywalizacji, nastawienie na sukces, pewność siebie, spryt i poczucie humoru oraz samowystarczalność (za: Musielak-Dobrowolska 2017: 80). Jest to tradycyjny wzorzec męskości. Obok występuje wzorzec mężczyzny partnera, który współdziała z kobietą. Musielak-Dobrowolska pisze, że „Te dwa wykluczające się wzajemnie sposoby pojmowania męskości powodują, że dzisiejsi chłopcy są zagubieni i nie wiedzą, co jest, a co nie jest akceptowalnym zachowaniem dla mężczyzn” (Musiela-Dobrowolska 2017: 91). Zwraca jednocześnie uwagę na trzeci wzorzec – tzw. *soft-man*, czyli mężczyznę opiekuńczego i troskliwego w stosunku do kobiet, a jednocześnie silnego psychicznie i skoncentrowanego na pracy zawodowej. Nowoczesny mężczyzna zwraca uwagę także na wygląd – zarówno w zakresie dbałości o własne ciało, jak i sposób ubierania się. Preferuje przy tym kulturę przyjemności i konsumpcyjny styl życia (por. Musielak-Dobrowolska 2017: 92).

Podobnie jak Barbie może być wzorem dla dziewczynek, tak Ken może być wzorem dla chłopców (por. Musielak-Dobrowolska 2017). W analizowanym filmie ideał Kena zostaje jednak poddany procesowi parodiowania, a to za sprawą wyolbrzymienia (przerysowania) przypisywanych mu cech.

W odróżnieniu od Barbie Kenowie reprezentują styl konwersacyjny oparty na rywalizacji, charakterystyczny dla męskich rozmów (por. Witosz 2004: 10). Nie komplementują się, a przechwalają, co umacnia stereotypowy męski styl interakcji.

Ken: Hej, Barbie.

Barbie: Hej, Ken.

Inny Ken: Co tam, surfer? Hej, Barbie, popatrz na to. [jeden z Kenów robi salto, a następnie zwraca się do Kena, chłopaka Barbie] Założę się, że ty tak nie potrafisz.

Kenowie przede wszystkim chcą zaimponować Barbie, ośmieszając innych Kenów i popisując się swoimi umiejętnościami. Reprezentują męską próżność (co Barbie sprytnie wykorzystują, kiedy chcą odzyskać Barbieland po przejściu go przez Kenów).

W rywalizacyjnych potyczkach słownych Kenów pojawiają się podteksty seksualne:

Inny Ken: [śmieje się z Kena] Wiesz co, skup się lepiej na **trzepaniu** ręczników, Ken.

Ken: Gdybym nie był ciężko ranny, **trzepałbym** tu ciebie, tak jak stoisz, Ken.

Ken: Dawaj, **trzeptionj** mnie, kiedy tylko chcesz.

Ken: [do Innego Kena trzymającego lodą] Weź, poliz za mnie. [do Innego Kena] Okej, Ken, no to dajesz. Czas na **trzepanko**.

Inny Ken: Sekunda. Chcesz **trzepać**, to chodź, najpierw **trzep** mnie.

Inny Ken: Luz, ja to mogę **trzepać** obu naraz, chłopczy.

Ken: Wiecznie tylko patrzysz, jak inni **trzepią**. Może się poryczysz?

Barbie: Dość, Keny. Nikt tu nie będzie przy nas **trzepał**. Jasne?!

W powyższej scenie dochodzi do konfrontacji Kena z innym mężczyzną mieszkającym w Barbielandzie (Innym Kenem o urodzie Azjaty). Obaj stylizują się na macho – chcą zamanifestować swoją siłę fizyczną przed lalkami Barbie. Inny Ken kpi z ranego Kena, który chciał się popisać przed Barbie i pokazać, jak surfuje w morzu. Należy w tym momencie zaznaczyć, że klasyczny Ken nie jest Kenem z deską surfinową, dlatego jego skok w plastikowe fale skończył się bolesnym upadkiem. Sytuacja ta sprowokowała Innego Kena, który przypomniał Kenowi, że jego rola ogranicza się do bycia ozdobą plaży, klasyczny Ken bowiem jedynie plażuje.

W przytoczonym dialogu zastosowano grę słowną opartą na wieloznaczności słowa *trzepać* (w polskiej wersji językowej⁹). Poza podstawowym znaczeniem: „uderzyć (uderzać) w coś, najczęściej trzepaczką, potrząsnąć (potrząsać) czymś w celu usunięcia kurzu, oczyszczenia z czegoś” oraz „zadać (zadawać) ciosy, razy; zbić (bić), uderzyć (uderzać)” (USJP) czasownik *trzepać* ma znaczenie wulgarne: „*fraz. pot. wulg.* trzeпаć, walić kapucyna, konia «o mężczyźnie: onanizować się» (USJP). Znaczenie to uaktywnia się też w deminutywnej formie *trzepanko* oraz w ostatniej replice Barbie „Nikt tu nie będzie przy nas trzeпаł”.

⁹ W angielskiej wersji językowej zastosowano podobną grę słowną, wykorzystującą podobieństwo brzmieniowe ze słowem *beach* ‘plaża, plażowy’; *beach off* ‘wyrzucić na brzeg’; *bitch someone off* ‘wkurzyć kogoś, zdenerwować kogoś’ oraz *beat off* ‘o mężczyźnie: onanizować się; wulg. walić konia’.

Ken: Looks like **this beach** was a little too much **beach** for you, Ken.

Ken: If I wasn't severely injured, I would **beach** you **off** right now, Ken.

Ken: I'll **beach off** with you any day, Ken.

Ken: [do Kena trzymającego lodą] **Hold my ice cream**, Ken. [do Kena] All right, Ken, you're on. Let's **beach off**.

Ken: Anyone who wanted **to beach** him **off** has to **beach** me **off** first.

Ken: I'll **beach** both of you **off** at the same time.

Ken: But you don't even know how to **beach** yourself **off**. How you gonna **beach** both of us **off**?

Barbie: Come on, Kens. Nobody's gonna **beach** anyone **off**.

Używanie słów odnoszących się do życia seksualnego, w dodatku słów z niższych rejestrów języka (obscenów) stereotypowo jest kojarzone z męskim stylem konwersacji¹⁰, któremu jednocześnie towarzyszy agresja słowna. Zachowanie językowe Kenów intencjonalnie nastawione jest na konflikt. Jest przy tym przejaskrawione, także na poziomie językowym. Nagromadzenie w krótkiej wymianie zdań jednego, ciągle powtarzającego się słowa ma wywołać efekt komiczny, a jednocześnie ośmieszyć męską rywalizację. W scenie tej śmieszny wydaje się zwłaszcza klasyczny Ken, który po zażegnaniu konfliktu przez Barbie opada w jej ramiona – jest wszak ciężko ranny po zderzeniu z falami. Z silnego macho przeistacza się w słabego mężczyznę potrzebującego kobiecej czułości. Jest tym samym zaprzeczeniem każdego z trzech stylów męskości wymienionych przez Musielak-Dobrowolską (2017), przywołanych na początku paragrafu.

Rywalizacyjny styl bycia Kenów posunięty jest do granic absurdu w sytuacji, w której Barbie wykorzystają ich męską próżność i doprowadziły do konfliktu, zgodnie z radami kobiet ze świata rzeczywistego. Mama Sashy, mówiąc: „Wykorzystajcie ich ego, małostkową zazdrość i nastawiajcie przeciwko sobie. A kiedy będą walczyć, odbierzemy im Barbieland”, zwraca uwagę na cechy przypisywane mężczyznom, zwłaszcza przez kobiety. Kenowie – nastawieni przeciwko sobie – skupiają się wyłącznie na udowadnianiu, kto jest lepszy:

Ken: Idziemy na wojnę.

Inny Ken: Na wojnę z Barbie?

Ken: Nie, z Kenami.

Inny Ken: Ale Keny to my.

Ken: Z tymi drugimi.

Inny Ken: Stary, nie byłoby prościej dać im ksywy, żeby się nie myliło.

Ken: Swój pozna swego.

Inny Ken: A jak na polu bitwy krzykniesz „Ken od czwartej idzie”, jak ocenisz, czy to nasz Ken, czy to ich Ken?

Ken: Nasi to są ci, którzy idą od dziesiątej, aby wykorzystać poranne fale.

Inny Ken: Grunt, że nie od świtu. Wiecie, sen to zdrowie, nie?

Inny Ken: Ale czym będziemy strzelali? Nie mamy rakiet.

Ken: Mamy tenisowe i dużo piłek.

Inny Ken: Ja strzelam z liścia.

Inny Ken: Ja z gumy od gaci.

¹⁰ Jest to cecha, która występuje w stylu konwersacyjnym mężczyzn w różnych kulturach (por. badania przywoływane przez M. Dąbrowską (2005) oraz przeprowadzone przez nią na grupie polskich kobiet i mężczyzn).

Powyższa wymiana zdań między trzema Kenami opiera się na absurdzie – jest pozbawiona sensu. Wynika z niej, że rozmówcy są w jakiejś sytuacji konfliktowej z innymi Kenami. Nie wiadomo jednak, kim są ci „drudzy”. Do konfliktu intencjonalnie doprowadziły Barbie, chcąc odwrócić uwagę Kenów od spraw państwowych Barbielandu. Kenowie mieli bowiem w planach zmianę konstytucji, co pozwoliłoby na zmianę nazwy państwa i przejęcie władzy przez Kenów. Barbie wykorzystały męską próżność i doprowadziły do rywalizacji o kobiety.

Absurd dialogu obnaża przede wszystkim niski poziom intelektualny Kenów, który jednocześnie jest zaprzeczeniem inteligencji, logicznego myślenia stereotypowo przypisywanych kategorii męskości (por. Florek 2008: 24). Jeden z Kenów informację o pozycji nacierających Kenów („idą od dziesiątej”) dekoduje jako informację na temat czasu rozpoczęcia „natarcia” i wygłasza nawet moralizatorską myśl o roli snu. Dalszy ciąg rozmowy jest jeszcze bardziej absurdalny, kiedy Kenowie wymieniają sposoby „walki” z wrogimi Kenami.

Stereotypowy Ken nie jest stworzony po to, by myśleć. Nie aspiruje bowiem do bycia wzorem mężczyzny podziwianego za intelekt. Otwarcie przyznaje, że myślenie go nudzi.

Barbie: [...] Co by zrobiła mądra Barbie? Czekaj, oczyszczę umysł. Zastanowię się. Kto się mną bawi?

Ken: **Nie znoszę, jak inni myślą. Nudzę się.**

Pewnie dlatego nie był w stanie zrozumieć, na czym polega patriarchy, podpatrzony w świecie realnym. Zdefiniował go na swój uproszczony sposób, oparłszy swoją wiedzę na kilku tytułach książek znalezionych w bibliotece:

Ken: Najpierw myślałem, że światem rządzą mężczyźni, a potem, ale tylko przez moment, krótką chwilę, że rządzą konie. I wtedy mnie olśniło, że konie są przedłużeniem męskości.

Film podtrzymuje tym samym przekonanie, że intelekt nie idzie w parze z urodą. Z tym że taki sąd stereotypowo odnosi się do kobiet. Ponieważ Barbieland jest dokładnym odwróceniem świata realnego, widz otrzymuje obraz mężczyzny, który stworzony jest wyłącznie po to, żeby ładnie wyglądać – chce być podziwiany.

Barbie: Dziwnie, no nie? Co oni się tak na mnie gapią?

Ken: **Nie wiem, ale patrzą też i na mnie.**

Barbie: Czuję się tak jakoś, no nieswojo, no. Nie wiem, jak to określić, ale jestem czegoś pewna. Tylko mam wrażenie, że nie siebie samej.

Ken: Nie, to ja tak nie mam. **Czuję tu coś, co można opisać tylko jako podziw, ale nie nachalny,** nie czuję nawet nuty przemocy.

Styl konwersacyjny Kena stanowi parodię języka mężczyzn typu macho. Ujawnia się to nie tylko w scenach, w których Kenowie rywalizują (opisanych powyżej), ale przede wszystkim w sytuacjach, kiedy Ken trafia do świata realnego i usiłuje naśladować sposób zachowania mężczyzn żyjących w kulturze patriarchy. Jest przekonany, że może wykonywać każdy zawód, tylko dlatego, że jest mężczyzną:

Ken: Jedno **dyrektorskie świetnie płatne stanowisko** poproszę.

Kobieta – rekruterka: Na takie się startuje z MBI i bez doktoratu raczej ciężko.

Ken: A nie wystarczy być mężczyzną?

Kobieta – lekarka: Nie, nie może pan usunąć chociaż jednego wyrostka na próbę.

Ken: **Jestem mężczyzną.**

Kobieta – lekarka: Ale nie lekarzem.

Ken: Mogę pogadać z lekarzem?

Kobieta – lekarka: Już pan gada z lekarką.

Ken: **Skocz mi pani po kawkę? I od razu po długopis?**

Kobieta – lekarka: Nie.

Ken stosuje dyrektywne akty mowy, które jego zdaniem (opartym na szczątkowej wiedzy o zasadach panujących w świecie realnym) znamionują typowy styl męski.

W Barbielandzie Ken chce wprowadzić nowy porządek oparty na patriarchacie. Jego wyznacznikiem jest także zmiana sposobu mówienia:

Barbie: Ken? Co to ma znaczyć? Co ty masz na sobie?

Ken: Nie czepiaj się. Zaakceptuj to, okej, *babe*.

Barbie: Nie mów do mnie *babe*.

Ken: A mogę *mini babe*? Jak *mini lodówka*.

Barbie: Nie, dość! To jest mój dom, tak!? Słyszysz!? Mój, a nie twój! Tylko mój!

Ken: Nie. Widzisz, to już nie jest dom Barbie. Od dziś ta willa będzie znana jako wielka Mojo Dojo Casa Chata. [w wersji ang. *Mojo Dojo Casa House*] [...] Słuchaj, ja tylko sączę zimne piwko we własnej Mojo Dojo Casa Chacie. Jak chcesz, możesz zostać jako moja żona. Lub względnie stała niezbyt ważna, zależna dziewczyna. Układ pasuje? Skocz po piwko.

Barbie: W życiu po piwko ci nie skoczę.

Ken przyjmuje „męski” styl konwersacyjny, który charakteryzuje się umniejszającymi zwrotami adresatywnymi w stosunku do kobiet (*babe*) oraz dyrektywnymi aktami mowy. Składa też Barbie upokarzającą propozycję niezobowiązującego związku. Jest to wyolbrzymiony do granic śmieszności styl macho. Koresponduje z nim mowa ciała, na którą składają się: tembr głosu (nonszalancja w sposobie mó-

wienia), postawa (Ken stoi niedbale oparty o futrynę domku) oraz ubiór (Ken ma na sobie futro). Stanowi to zupełne odwrócenie sytuacji z początkowych scen filmu, kiedy to Ken chciał zostać na noc u Barbie:

Barbie: Jedź już do domu.

Ken: Wiesz, może zostanę dziś na noc?

Barbie: Dlaczego?

Ken: Bo jestem twoim chłopakiem.

Barbie: I w nocy co?

Ken: Tak właściwie to nawet nie wiem.

Barbie: Tylko że wcale cię tu nie chcę.

Ken: Wolisz Kena?

Barbie: Nie, tylko się przyjaźnimy. To mój, to mój domek. Wiesz, domek Barbie. Nie, że domek Kena. Racja?

Ken: [sztuczny śmiech] Racja, przecież.

Barbie: Właśnie. Zresztą to babski wieczór.

Ken: Zawsze macie babskie wieczory.

Barbie: Mhm. Co wieczór. Bez końca.

Ken: No, co wieczór.

Barbie: Do końca świata. To cześć.

Ken: Dobranoc. Ja też cię kocham. Nie dzisiaj więc. Dzisiaj coś mi wypadło.

Na wyraźne sygnały lekceważenia ze strony Barbie Ken reaguje z udawaną beztroską. Udaje sam przed sobą, że Barbie wyznała mu miłość, dlatego potwierdza to wyznanie i przekonuje sam siebie, że też ma plany na wieczór. W tej wymianie to kobieta jest nieczułą partnerką rozmowy, natomiast Ken został pokazany w roli upokorzonego mężczyzny, co stanowi odwrócenie sytuacji znanej ze świata rzeczywistego.

W Barbielandzie Kenowie są bezwolni (a w zasadzie ubezwłasnowolnieni), co też jest sprzeczne ze stereotypem „prawdziwego” mężczyzny:

Barbie: Ken! Idź się przejdź czy coś.

Ken: Oj, tak samemu? Serio? Dokąd?

Barbie: Dokąd chcesz!

Ken: W tę stronę mogę?

Ponieważ Ken jest „Kenem Barbie”, nie potrafi być samodzielny.

Ken: Po prostu nie wiem, kim bez ciebie jestem.

Barbie: Jesteś Ken.

Ken: Ale jest Barbie i Ken. Nie istnieje sam Ken. Po to mnie wymyślili, ja istnieję jedynie w ciepłym blasku twojego spojrzenia. Bez niego jestem tylko ofermą, który nie umie sam nic zrobić.

Barbie: Być może czas, żebyś wreszcie odkrył swój cel w życiu.

Ken: Czuję się jak idiota, mam ciuchy jak kretyn. Wyglądam jak kretyn.

Barbie: Posłuchaj, Ken, musisz w końcu odkryć, kim jesteś beze mnie.

Ken: Dlaczego?

Barbie: Twoja dziewczyna to nie ty, twój dom też nie, ani futro.

Ken: A plaża?

Barbie: Nie, nawet twoja plaża. Może nic z tego, co według ciebie cię ukształtowało, to w istocie wcale nie ty. Może jest Barbie i... jest Ken?

Ken: Ken to ja?

Barbie: Tak. A ja Barbie.

Ken: Ken to ja, to ja.

Ken gra rolę bezbronnego, zagubionego chłopca, który potrzebuje ciągłej opieki. Sam nie potrafi podejmować decyzji (a jeśli je podejmuje, okazują się złe). Taka rola została mu przypisana przez firmę Mattel i jest to rola sprzeczna z wypracowanym w kulturze zachodniej modelem męskości. Barbie natomiast – jako mądrzejsza, dojrzała – cierpliwie tłumaczy Kenowi, na czym polega „życie”. Ken się żali, Barbie udziela rad. Jednak dzieje się to dopiero pod koniec opowiadanej filmowej historii, kiedy Barbie dostrzega poważne rysy na swojej idealnej egzystencji.

3. PODSUMOWANIE

Film *Barbie* w reż. Greta Gerwig, zarówno w oryginalnej, jak i polskiej wersji językowej, zostawia szerokie pole do interpretacji odbiorcom z ich własnym bagażem przekonań. Może być bowiem uważany za ośmieszenie ruchu feministycznego, jak i ośmieszenie porządku opartego na dominacji mężczyzn. Może też być traktowany jako głos zarówno kobiet, jak i mężczyzn w walce o równe prawa. Niemniej jednak postaci stereotypowych Barbie i Kena, przejawskrawione zwłaszcza za sprawą przypisanej im ścieżki dialogowej, umacniają w pewien sposób role płciowe utrwalone kulturowo. Indywidualne style mówienia mogą bowiem potwierdzać lub podważać stereotypy ról społecznych przypisywanych obu płciom. Tym samym mogą być rozpatrywane jako biolekty, czyli warianty języka zależne – w tym wypadku – od płci, oraz socjolekty – warianty języka charakteryzujące jakąś społeczność.

Kenowie prezentują z jednej strony udawany styl macho (por. rywalizację i przechwalanie), z drugiej styl wrażliwego mężczyzny potrzebującego kobiecej opieki (por. potrzebę bycia pocieszanym, ale też podziwianym). Oba jednak zostały ośmieszone.

Silniej zarysowuje się obraz Barbie – czyli przedstawicieli świata kobiet. Styl konwersacyjny puste lalki skupionej tylko na swoim wyglądzie zostaje odrzucony – Barbie chce być mądrą Barbie. Wygrywa styl konwersacyjny wpisujący się w dyskurs feministyczny. Jednocześnie widoczna jest postawa kobiety potrafiącej manipulować mężczyznami. Kobiety znają się bowiem na mężczyznach, czego nie można powiedzieć o tych drugich.

Analiza języka filmowych postaci pokazuje, że style konwersacyjne mogą charakteryzować kobiety i mężczyzn, nawet jeśli dzieje się to w sposób przejawiony (stąd lepiej mówić w tym wypadku o stylizacji). Przesada bowiem, z którą mamy tu do czynienia, odgrywa istotną rolę w odkrywaniu skryptów kulturowych. Co z tym odkryciem zrobi widz, zależy jednak już tylko od niego.

Bibliografia

- Aumont, J., Marie, M. 2013. *Analiza filmu*, tłum. M. Zawadzka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bem, S.L. 2000. *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. Gdańsk: GWP.
- Dąbrowska, M. 2005. *Język płci. Prawda czy mit?*. W: *Język Trzeciego Tysiąclecia III: Język polski i języki obce – kontakty, kultura, dydaktyka*, red. M. Dąbrowska, s. 145–159. Kraków: Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej Tertium.
- Esa, Q.R., Yuliana, N. 2023, Semiotic Analysis of Patriarchal Relations in the Film „Barbie”, *Jurnal Sosial Sains dan Komunikasi* 2 (2) <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/sosak/article/view/340/262> [dostęp: 18.06.2024].
- Florek, S. 2008. *Psychika mężczyzny – ewolucyjne uwarunkowania i społeczny stereotyp*. W: *Stereotypy i wzorce męskości w różnych kulturach świata*, red. B. Płonka-Syroka, s. 17–41. Warszawa: Wydawnictwo DiG.
- Gerber, R. 2023. *Barbie i Ruth*. Białystok: Wydawnictwo Kobiectwo.
- Gibson, S., Bridges, D., Wulff, E. 2023. Is the Barbie movie a feminist triumph or flop? Three gender studies academics have their say. *Women's Agenda* <https://researchoutput.csu.edu.au/en/publications/is-the-barbie-movie-a-feminist-triumph-or-flop-three-gender-studies> (dostęp: 18.05.2024).
- Hendrykowski, M. 1982. *Słowo w filmie. Historia. Teoria. Interpretacja*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Miławska-Ratajczak, M. 2018. *Dialog w roli głównej. Polszczyzna we współczesnym kinie na przykładzie wybranych autorów*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Musieliak-Dobrowolska, A. 2017. *Ken, Elsa, Barbie, Superman: płęć i reklama*. W: *Tajemnice reklamy. O tym, jak reklama wpływa na dzieci i młodzież*, red. A.M. Zawadzka, M. Niesiołowska, s. 77–96. Warszawa: Wydawnictwo Stowarzyszenia Filomatów.
- Rogers, M.F. 2003. *Barbie jako ikona kultury*, tłum. Ewa Klekot. Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Skowronek, B. 2013. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Skowronek, B. 2020. *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

- Skowronek, B. 2023. O potrzebie i kierunkach badania języka w filmie. *Poradnik Językowy* 6, s. 24–35.
- Staniszewska, M. 2023. To szalony rollercoaster kolorów i emocji. Były też tzy. Oglądaliśmy *Barbie* Greta Gerwig <https://wyborcza.pl/7,75410,29989446,zyjemy-w-swiecie-barbie.html> [dostęp: 18.05.2023].
- Syafruddin, P., Febiola, A.Y, Febriani, A. 2024. Kesetaraan Gender Egalitarianisme dalam Narasi Film Barbie melalui Perspektif Konstruktivisme (Gender Egalitarianism in the Barbie Film Narrative through a Constructivism Perspective), *Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4 (2), <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/dawatuna/article/view/5553/4151> [dostęp: 18.05.2024].
- Taboł, S. 2005. *Barbie* – postmodernistyczny wymiar kultury. *Kultura i Edukacja* 1, s. 22–31.
- Tong, R. 2002. *Myśl feministyczna. Wprowadzenie*, tłum. J. Mikos, B. Umińska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wicaksono, K.D.A., NurF, A. 2023. Toxic masculinity tokoh ken pada film barbie live action *Journal of Contemporary Indonesian Art* 9 (2) <https://journal.isi.ac.id/index.php/jcia/article/view/10975> [dostęp: 18.05.2024].
- Wilkoń, A. 1984. Problemy stylizacji językowej w literaturze. *Przegląd Humanistyczny* 3, s. 11–29.
- Wilkoń, A. 2000. *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Witosz, B. 2004. Obrazy zachowań komunikacyjnych kobiet i mężczyzn we współczesnej literaturze. *Stylistyka* 13, s. 7–26.
- Żydek-Bednarczuk, U. 2004. *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*. W: *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, s. 99–106. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

How do Barbie and Ken speak? An analysis of the speech of the movie characters (in the Polish-language version)

Summary

The article investigates the language used by the movie characters Barbie and Ken in the film *Barbie*, directed by Greta Gerwig. The Polish dubbing version is the subject of analysis. The author posits that the language of film characters is a contributing factor in the formation of their respective stereotypes. In the case of Barbie and Ken, this is significant, since both characters are cultural icons, and their stereotypical image is well-known in many cultures. Consequently, they can be regarded as exemplifying a specific gender and social group, and the utterances in question can be viewed as a gender-dependent variant of language and a variant of language characteristic of one particular social group. Given the exaggerated nature of Barbie and Ken's utterances, it is necessary to consider them as stylised. Furthermore, they leave considerable scope for interpretation. It could be argued that the film is a satire of the feminist movement and an indictment of an order based on male domination. Alternatively, it could be seen as a representation of the voices of women and men in the struggle for equal rights.

Keywords: Barbie – dubbing – sociolect – biolect.

Adj. Marta Falkowska

Arkadiusz Cezary Sokolnicki
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
a.c.sokolnicki@protonmail.com
ORCID: 0000-0003-3342-5948

NIEDOMÓWIENIE W TYTUŁACH INTERNETOWYCH ARTYKUŁÓW PRASOWYCH

W dobie masowej komunikacji, mnogości mediów elektronicznych oraz różnorodności ich ofert zdolność do przyciągnięcia uwagi potencjalnych odbiorców wydaje się kluczowa dla rozwoju, z którym w wielu przypadkach nieodłącznie związany jest zysk generowany z reklam (por. PricewaterhouseCoopers Polska 2022: 5–7, 12). Media elektroniczne mogą przyciągać uwagę na wiele sposobów: poprzez układ i kształt elementów na stronach internetowych, kolory i symbole, materiały audio i audiowizualne, ale także, i co najistotniejsze dla tego szkicu, poprzez tekst rozumiany jako nośnik środków retorycznych.

Najogólniej rzecz ujmując, środki retoryczne służą uwydatnieniu siły przekazu, często wzbudzeniu emocji w czytelnikach, co składa się na Arystotelesowski *potos* jako jedna z trzech zasadniczych metod perswazji obok *etosu* i *logosu* (Arystoteles 2007: x; Barnes 1995: 4625; Fortenbaugh 2006: 192). Jeżeli więc po przeczytaniu tytułu artykułu prasowego w internecie odczuwamy nieodpartą chęć zgłębienia tego, co za tym tytułem się kryje, i klikamy w link, to z dużym stopniem prawdopodobieństwa możemy przyjąć, że autorzy materiału zastosowali w tytule jakiś środek retoryczny. Jednym z takich środków jest niedomówienie.

W tym szkicu w pierwszej kolejności staram się wyjaśnić, czym niedomówienie jest, w jaki sposób może być rozumiane oraz jakie są terminy z nim powiązane. Następnie odwołuję się do wybranych przykładów użycia niedomówienia w tytułach internetowych artykułów prasowych, omawiam je oraz usiłuję na podstawie analizy ich treści wywnioskować, do jakich przeświadczeń i reakcji mogłyby one doprowadzić. Ostatecznie celem szkicu jest zwiększenie świadomości czytelników na temat jednego ze sposobów, w jaki nierzadko rozmyślnie stara się na nas oddziaływać wiele różnych jednostek i podmiotów, niekoniecznie dbających o nasz interes i nasze potrzeby.

1. NIEDOMÓWIENIE – DEFINICJA, INTERPRETACJA I TERMINY POKREWNE

Słownik pod redakcją Dubisza, Drabik i Sobol wyjaśnia *niedomówienie* jako „niejasne, niecałkowite wypowiedzenie się” (Dubisz, Drabik, Sobol red. 2003: 909; por. Drabik i in. 2016: 502; Skorupka, Auderska, Łempicka 1968: 441). Podobną, choć nieco szerszą definicję znajdujemy w słowniku pod redakcją Dunaja i in. – „niejasność, luka w czyjejs wypowiedzi uniemożliwiająca lub utrudniająca jej pełne zrozumienie; niepełna wypowiedź, niedopowiedzenie” (Dunaj i in. 1996: 591). Autorzy definicji zaznaczają, że niedomówienie może być figurą retoryczną. Wydaje się, że dla szerszego oglądu omawianego zjawiska warto również nawiązać do definicji *niedopowiedzenia* (termin synonimiczny wobec *niedomówienia*) Szymanka. Uznaje je on za „wyrażenie, w którym pominięto jakiś składnik bądź składniki, na skutek czego jego zawartość informacyjna jest niższa od zamierzonej, bądź jest ono w swoim kontekście wieloznaczne lub niemożliwe do zrozumienia” (Szymanek 2012: 208). Ostatnia definicja jest zdecydowanie najobszerniejsza, ale należy to tłumaczyć ujęciem jej nie w słowniku ogólnym, lecz terminologicznym, zorientowanym na argumentację. Różnica ta nie powinna jednak przysłaniać nam obszarów wspólnych dla tych definicji. Raczej nie jest bowiem trudno wyinterpretować z nich, że niedomówienie może wiązać się ze swego rodzaju niekompletnością lub niepełnością, z nieprecyzyjnością, wieloznacznością lub wręcz niezrozumiałością. Niedomówienie więc będzie katalizatorem różnych interpretacji i ze względu na swój charakter wydaje się interesującym środkiem do wykorzystania w propagandzie do wzbudzenia zainteresowania oraz wywarcia wpływu na postawy i zachowania ludzi.

Aby lepiej zrozumieć, czym niedomówienie jest, rozpatrzmy pokrótce kilka jego przykładów. Zdanie „Premier podjął decyzję” może sugerować (zapewne dla większości odbiorców, którym bliska jest polska polityka), że mowa o Premierze Rzeczypospolitej Polskiej. Ale zdanie to jest na tyle ogólne i wieloznaczne, że jego podmiotem może być premier innego państwa. Ponadto nie wiemy również, co kryje się pod „decyzją”. Czy mowa tu o decyzji finansowej, personalnej, w zakresie bezpieczeństwa, kreowania wizerunku itd. w kontekście sfery publicznej, czy też o decyzji dotyczącej jednego z obszarów życia prywatnego? Ta nieprecyzyjność, ogólnikowość pozwala na wiele interpretacji. Innym przykładem niedomówienia jest zdanie „Aktywiści w kontrataku” – nie sposób jednoznacznie ocenić, jacy aktywiści, ilu ich jest, a także kto lub co jest ich celem. Z kolei w przypadku zdania „Zwolnienia w państwowych spółkach” możemy jedynie domniemywać, w których spośród polskich spółek Skarbu Państwa konkretnie zwolnienia mają miejsce, nie wspominając o samej liczbie zwolnień.

Choć niedomówienie w praktyce może zawierać się w zdaniu relatywnie długim, celowo nadałem trzem powyższym przykładom zwięzłą formę, aby zobrazować, jak

mogą wyglądać tytuły artykułów prasowych publikowanych w internecie, co będzie przedmiotem rozważań w kolejnej części tego szkicu. Być może z propagandowego punktu widzenia jedną z istotniejszych cech takich tytułów jest właśnie zwięzłość. Wymusza ona pewne uproszczenia, uogólnienia, nieprecyzyjność, które mogą składać się na niedomówienie, i nie jest wykluczone, że może to budzić w odbiorcach poczucie nienasycenia, niespełnienia oraz zainteresowania niejako nieuchwytną informacją. To z kolei wydaje się przynajmniej w pewien sposób zbieżne z mechanizmami właściwymi psychologicznej regule niedostępności opisanej przez Cialdinię. Reguła ta zakłada tendencję człowieka do przypisywania większej wartości rzeczom, których ilość jest ograniczona, które szybko przemijają (Cialdini 2016: 250–284). Jeżeli w jakimś stopniu jest to prawdą, jeżeli istotnie taka zbieżność występuje, to uzyskujemy przesłanki dla twierdzenia o naturze perswazyjnej niedomówienia.

Dopowiedzieć należy, że istnieje także możliwość użycia niedomówienia w tytułach publikacji w ramach uzupełnienia dwóch godnych uwagi strategii medialnych dla spotęgowania siły przekazu. Pierwsza znana jest jako *clickbait* i odnosi się do użycia prowokacyjnych, często nacechowanych emocjonalnie zwrotów w tytułach artykułów celem skłonienia potencjalnych odbiorców do kliknięcia w link i zaspokojenia pobudzonej ciekawości (por. Kaushal, Vemuri 2021; Pengnate, Chen, Young 2021; Zheng i in. 2018). Druga z kolei to tabloidyżacja języka, która poprzez przedstawianie w różnym stopniu wypaczonej oceny rzeczywistości wyzyskuje ludzkie emocje, instynkty, słabości (por. Gałczyńska 2016; Kamińska-Szmaj, Piekota, Poprawa 2010; Kasiak 2016). Analogie do erystyki, czyli sztuki prowadzenia sporów nadającej priorytet racji zamiast prawdzie obiektywnej, nieomal narzucają się tu same (por. Schopenhauer 2007).

Przechodząc teraz do terminów pokrewnych *niedomówieniu*, zacznijmy od, jak się zdaje, bardzo mu bliskiego greckiego *aposiopesis*, które możemy rozumieć jako zamilknięcie. Szymanek oraz Liddell i Scott definiują je podobnie. Według nich to środek retoryczny, który sprowadza się do nagłego przerwania wypowiedzi przeważnie wskutek silnych emocji (Liddell, Scott 1996: 217; Szymanek 2012: 35). W ten sposób pobudzone jest zaangażowanie potencjalnych odbiorców, którzy mają możliwość dokończenia, dorozumienia przerwanej wypowiedzi na podstawie kontekstu (Korolko 1990: 115). Przykładem zamilknięcia niech będzie „Jesteś...” przerwane w podziwie dla kobiecej urody przy pierwszym ujrzeniu. Strukturalnie podobnym *aposiopesis* (i oczywiście niedomówieniu) pojęciem jest elipsa. Inaczej zwana wyrzutnią, elipsa interpretowana bywa jako pominięcie wyrazu, frazy lub większej struktury w zdaniu, które można stosunkowo łatwo uzupełnić przy znajomości kontekstu (Dunaj 1996: 1286; Gruszczyński, Bralczyk 2002: 78; Liddell, Scott 1996: 536; Szymanek 2012: 128). Elipsą jest m.in. „Sprawdził się jako pracownik, jako pracodawca – nie”, gdzie mówca pominął użycie frazy czasownikowej „sprawdził się” po partykule „nie”, prawdopodobnie dlatego, że założył, iż adresat wypowiedzi bez trudu ją zrozumie.

Innymi, nieco odleglejszymi, jednak wciąż pokrewnymi *niedomówieniu* terminami są *aluzja* i *sugestia*. W mojej ocenie możemy tu doszukiwać się pokrewieństwa z tego względu, że pod tymi terminami, podobnie jak pod *niedomówieniem*, kryją się komunikaty wymagające od odbiorców pewnej znajomości kontekstu i domyślności (Szymanek 2012: 23–24). W przypadku aluzji odbiorca musi rozszyfrować, co mówca chciał przekazać poprzez nawiązanie do czegoś, co jest już znane – słów, rzeczy, miejsc, zjawisk itd. (por. Hornby i in. 1997: 40; McKean i in. 2006: 23). Przykładem aluzji będzie użycie w trakcie rozmowy liczebnika 1984, aby nawiązać do dzieła Orwella o tożsamym tytule i jednocześnie wyrazić krytykę wobec autorytarnych tendencji władzy. Istotą sugestii jest z kolei przekazanie czegoś nie wprost, lecz pośrednio (por. Perrault 2014: 1645). I tak, jeżeli na pytanie „Czy pożyczysz mi kilka tysięcy?” odpowiemy „Jestem biedny”, pytający powinien zrozumieć, że pożyczki od nas nie otrzyma, w oparciu o interpretację tego, jakie konsekwencje implikuje odpowiedź w kontekście finansowym, nawet jeżeli jest ona wyrażona z pewnym przekąsem, żartobliwie (o ile nie następuje po niej zwrot bardziej bezpośredni, który mógłby świadczyć o intencji przeciwnej, np. „No, oczywiście, że pożyczę...”).

Podkreślenia wymaga tu kwestia istnienia takich przykładów użycia niedomówienia, gdzie będzie ono współwystępować bądź niejako przenikać się z co najmniej jednym z pokrótce omówionych powyżej terminów pokrewnych. Zdanie „Zachodnia broń zagrożeniem dla...” stanowi połączone z zamilknięciem (sygnalizowanym przez wielokropkę) niedomówienie, które każe domyślać się, o jakiej konkretnie broni mowa, czy zagrożenie jest poważne oraz kto lub co jest zagrożone. Przy fragmencie rozmowy „Dziennikarz: czy czuje się pan winny? Polityk: nie.” – która może być traktowana jako niedomówienie zakończone elipsą, gdzie zamiast pełnego „nie, nie czuję się winny” pojawia się skrótowe „nie” – zastanawia przede wszystkim, kto dokładnie odpowiada i w jakiej sprawie. Z kolei niedopowiedzenie „Goebbels byłby z pana audycji dumny” zawiera aluzję do jednej z kluczowych postaci nazistowskich Niemiec z czasów II Wojny Światowej (tj. Josepha Goebbelsa, Ministra Propagandy i Oświecenia Publicznego III Rzeszy), może zawierać również sugestię dezaprobaty wobec nieakceptowalnej, bezwstydnego propagandy, przy tym nie ma jednak jasności co do tego, kim jest autor niedopowiedzenia, kim jego adresat, a także czego sama audycja dotyczyła.

2. ANALIZA WYBRANYCH PRZYKŁADÓW UŻYCIA NIEDOMÓWIENIA W TYTUŁACH INTERNETOWYCH ARTYKUŁÓW PRASOWYCH

Z punktu widzenia celów tego szkicu nie jest istotna zależność pomiędzy tytułem a tekstem publikacji. Takowa nie musi w ogóle występować. Nie jest ona bowiem przedmiotem naszych dociekań. Tu skupiamy się w zasadzie wyłącznie na tytułach publikacji zamieszczanych przez wybrane źródła prasowe w internecie. Pierwszym

kryterium doboru źródeł była różnorodność ich celów społeczno-politycznych – po to, by wstępnie zbadać, czy pewne źródła wykorzystują w swoich publikacjach niedomówienie, podczas gdy inne nie; drugim – ich popularność w oparciu o trzy raporty Instytutu Monitoringu Mediów z trzeciego kwartału roku 2023 (Instytut Monitoringu Mediów 2023a, 2023b, 2023c), aby zaprezentować te o prawdopodobnie większych możliwościach oddziaływania na postawy i zachowania odbiorców. Schemat analizy przykładów jest następujący. Na początku cytuję w całości tytuł wybranej publikacji. Następnie omawiam go, ujmując w cudzysłów wyrazy, wyrażenia lub zestawienia słów, które z uwagi na ich kontekst można interpretować jako wieloznaczne, nieprecyzyjne, bądź które mają inne istotne cechy przekładające się na niezrozumiałość, niepełność przekazu. Na tej podstawie staram się wytypować potencjalne reakcje lub emocje czytelników. Pomijam przy analizie każdego z przykładów oczywistą w mojej ocenie intencję stojącą za użyciem niedomówienia w tytule, jaką jest próba zwrócenia uwagi odbiorcy do tego stopnia, by kontynuował lekturę tekstu.

2.1. Przykład pierwszy

„Joanna Szczepkowska: Jeśli Mickiewicz patrzy z góry na szkołę Czarnka” (Szczepkowska 2023).

Charakterystycznym elementem pierwszego przykładu jest zamilknięcie, co prawda nie sygnalizowane jawnie wielokropkiem, lecz wynikające z konstrukcji zdania złożonego – słowo „jeśli” otwiera pierwszy człon zdania, po którym powinien nastąpić drugi, otwarty słowem „to”. Takowego tu brak. Cała ta niedokończona konstrukcja stanowi niedomówienie. Część tytułu, którą tworzą imię i nazwisko autorki tekstu, nie ma tu większego znaczenia – usunięcie jej nie doprowadziłoby do uszczerbku na wartości perswazyjnej tytułu. A wartość ta sprowadzać się może do próby pobudzenia odbiorców do zadania pytań o to, jak Adam Mickiewicz, gdyby wciąż żył, oceniłby bądź zareagowałby na stan polskiego szkolnictwa po decyzjach i działaniach ministra Przemysława Czarnka w tym zakresie. Wydaje się, że autorka niedomówienia sugeruje, iż ocena i reakcja tej postaci historycznej byłyby negatywne i tożsame z emocjami odbiorców niedomówienia. Emocje, które mam na myśli, to m.in. bezsilność, przejęcie, współczucie, poniekąd złość.

2.2. Przykład drugi

„Oferta UE. Prezydent Azerbejdżanu mówi »nie«” (PG 2023).

W tym tytule przy pomocy dwóch członów (tj. krótkich zdań) zobrazowana jest sekwencja zdarzeń. W pierwszej kolejności ma miejsce wystosowanie przez Unię Europejską bliżej niesprecyzowanej „oferty”. Adresatem oferty jest Azerbejdżan, na co wskazuje drugi człon tytułu, z którego dowiadujemy się również, że odpowiedź na unijną ofertę jest jednoznacznie negatywna – „nie”. Walor tego dwuczłonowego

niedomówienia wydaje się tkwić we wzbudzanych przez nie domysłach na temat treści unijnej oferty i powodów jej odrzucenia przez Azerbejdżan, wynikających z zainteresowania.

2.3. Przykład trzeci

„To była jedna z najważniejszych broni Ukrainy. Traci ją przez Chiny” (Brar 2023).

Tu nasza uwaga wędruje w kierunku dwóch wzajemnie powiązanych kwestii. Pierwsza i, jak się zdaje, nadrzędna to „bron”, która miała utracić swoją istotę z punktu widzenia działań zbrojnych, ponieważ nie jest już „jedną z najważniejszych” w dyspozycji strony ukraińskiej, na co wskazuje człon pierwszy tytułu zamknięty kropką. Przyczyn takiego rozwoju sytuacji – w tym być może ograniczenia dostaw i dostępu do owej broni bądź jej komponentów – należy upatrywać w działaniach strony chińskiej, co wybrzmiewa w drodze sugestii w członie drugim tytułu. Całość jest ogólnikowa, sprawia wrażenie niekompletnej i wieloznacznej oraz rodzi zainteresowanie i pytania, o jakim rodzaju ukraińskiej broni oraz chińskich działań mowa.

2.4. Przykład czwarty

„Putin chce odciąć Ukrainę. Nowy, chytry plan na wygranie wojny” (KGŁ 2023).

Przypuszczalnie najistotniejsza dla kształtu tego niedopowiedzenia jest jego pierwsza część, gdzie autor mówi o planie Prezydenta Federacji Rosyjskiej Władimira Putina wobec Ukrainy. Plan ten ma wiązać się z „odcięciem” Ukrainy. Co oznacza owe „odcięcie”? Trudno jednoznacznie stwierdzić. Być może sugeruje się tu odcięcie państwa od dostępu do Morza Czarnego albo dostaw z Zachodu, albo od dostępu do morza i dostaw jednocześnie. Ale nie można wykluczyć, że odcięcie to ma mieć inną naturę, na przykład taką o implikacjach humanitarnych (odcięcie od dostaw energii elektrycznej, wody, zaopatrzenia dla miejscowej ludności itp.). Niejasności tych nie rozwiewa druga część niedopowiedzenia, która precyzuje jedynie, że plan jest „nowy” i „chytry” oraz ma przybliżyć zwycięstwo Rosji w wojnie. To wszystko przekłada się na mglistość przekazu tytułu, wielość jego interpretacji oraz niepewność co do rozwoju konfliktu w Ukrainie.

2.5. Przykład piąty

„Kardynałowie piszą do papieża. »Wyraziliśmy nasze najgłębsze zaniepokojenie«” (DoRzeczy.pl 2023).

W odróżnieniu od przykładu czwartego, omówionego pokrótce powyżej, w tym przykładzie istota zawiera się nie w jego części pierwszej, a drugiej. Wyrażone jest tam bowiem „najgłębsze zaniepokojenie”, przy czym nie sposób osądzić, wobec czego, jako że zdanie urywa się po słowie „zaniepokojenie”, co może być interpretowane jako zamknięcie. Możemy jedynie powiedzieć, dzięki kontekstowi części

poprzedzającej – gdzie wskazano na kardynałów, autorów opinii, oraz papieża, jej adresata – że zaniepokojenie dotyczy jakiejś kwestii powiązanej z Kościołem Katolickim. Nie przesadzę, jeżeli stwierdzę, iż opinia o „najgłębszym zaniepokojeniu” w takim kształcie, w jakim występuje w tytule, niejako domaga się uzupełnienia, w związku z czym może budzić różne spekulacje oraz emocje, w tym negatywne, takie jak niepokój, przestroch.

2.6. Przykład szósty

„Jacek Sasin: Dostrzegamy wszystkich obywateli” (mk 2023).

W przypadku tego nieodomówienia szczególnie nacisk należy się prawdopodobnie jego nieprecyzyjności, wieloznaczności. Bo cóż mamy rozumieć pod stwierdzeniem, że ktoś „dostrzega wszystkich obywateli”? W jakim sensie obywatele są dostrzegani? Nawet jeżeli uwzględnimy, iż autor słów jest raczej prominentną postacią polskiej sceny politycznej i najpewniej wypowiada się w imieniu swojej partii, która w momencie jego wypowiedzi była u władzy, nie rozwieje to wielu naszych wątpliwości. Być może „dostrzeganie” odnosi się tu do względu polskich władz na potrzeby obywateli. Przy takiej interpretacji mogłoby pojawić się u potencjalnych odbiorców przekazu poczucie poważania, uznania, zadowolenia. Jednak bez znajomości kontekstu tego nieodomówienia wszelkie próby ustalenia, do czego dokładnie się ono odnosi, są obarczone bardzo szerokim marginesem błędu i w praktyce prowadzą się do nieanalitycznych gdybań.

2.7. Przykład siódmy

„TYLKO U NAS. Dlatego właśnie tak wściekle od tak wielu lat atakują ojca Tadeusza Rydyka. Zobaczcie sami!” (Karnowski 2023).

Pomijając człony pierwszy i ostatni tytułu – gdzie użyto wielkich liter, podkreślono niepowtarzalny charakter publikacji zwrotem „Tylko u nas” (por. reguła niedostępności Cialdiniego, do której nawiązałem wcześniej), a także zachęcono do zapoznania się z publikacją krótkim zwrotem zakończonym znakiem wykrzyknienia – które same w sobie mają charakter perswazyjny, z punktu widzenia celów tej analizy na nasze skupienie zasługują zasadniczo dwa słowa, tj. „dlatego” oraz „atakują”, w zestawieniu z postacią ojca Tadeusza Rydyka. Zestawienie to stanowi trzon nieodomówienia, które może wzbudzać zaciekawienie, u niektórych odbiorców zapewne także gniew bądź niechęć, oraz kierować myśli na możliwe powody ataków (ile ich jest? jaki mają wymiar?) oraz same ataki (ile ich jest? jaki mają charakter? jakie podłoże? kto za nimi stoi? ilu jest sprawców?) na znaną postać polskiego katolicyzmu. Słowo „wściekle” oraz wyrażenie „od tak wielu lat” zdają się wzmacniać przekaz przez kreowanie wrażenia intensywności oraz długiego czasu trwania ataków.

2.8. Przykład ósmy

„Znana firma wygasa fabrykę w Polsce. Dramat 800 pracowników” (pas 2023).

Niedomówienie w tym tytule ma dwa człony-zdania i przekłada się na niejasność przekazu ze względu na dwie zasadnicze kwestie. Pierwsza to „firma”. Nie możemy mieć pewności, o jakiej firmie mowa, pomimo tego, iż jest ona „znana”, ponieważ takich jest w Polsce wiele. W praktyce nie możemy także orzec, czy to firma polska, czy zagraniczna, ponieważ istnieją firmy polskie i obce z fabrykami w Polsce i poza nią. Druga problematyczna kwestia dotyczy ogólnikowości „wygaszania” fabryki oraz konsekwencji tego działania, czyli „dramatu” kilkuset zatrudnionych. „Wygazanie” i „dramat” mogą bowiem wiązać się z całkowitą likwidacją zakładu pracy albo innymi środkami, takimi jak redukcja etatów, ograniczanie wymiaru zatrudnienia itp. Smutek, współczucie, żal to stany emocjonalne stanowiące możliwe reakcje na analizowane niedomówienie.

2.9. Przykład dziewiąty

„Wystarczy jedna filiżanka dziennie, a zmniejszysz ryzyko cukrzycy” (Czarnobilski 2023).

W oparciu o ten tytuł można stwierdzić, że istnieje środek, którego zażycie w ilości „jednej filiżanki” każdego dnia pomaga ograniczyć „ryzyko” zachorowania na groźną przypadłość, jaką jest „cukrzyca”. Czy uprawnione jest twierdzenie, że tym środkiem jest bezsprzecznie napój? W mojej ocenie nie. Można przecież mówić o spożyciu jednej filiżanki musu, lodów bądź innego produktu spożywczego o gęstości większej niż napój. Gdyby zmodyfikowano tytuł, wprowadzając do niego słowo wskazujące na postać płynną środka, sytuacja byłaby odmienna, przy czym wciąż nie rozwiązałoby to wielu wątpliwości co do znaczenia zawartości filiżanki. Ta zwięzła argumentacja powinna wystarczyć do stwierdzenia, że analizowane niedomówienie zasada się na środku przeciw cukrzycy. Reakcją na nie mogłyby być zaciekawienie, pewna doza poruszenia, radości oraz rozmaite domysły.

2.10. Przykład dziesiąty

„Tej rośliny nie widziano od prawie dwóch stuleci. Odnaleziono ją pod miastem” (anw i as 2023).

Dla tego przykładu niedomówienia kluczowe wydaje się otwierające je zestawienie słów „Tej rośliny”. Kieruje ono naszą uwagę na podmiot, punkt nacisku przekazu, którym jest roślina. W istocie nie wiemy, o jakiej roślinie mowa, poza tym, iż po blisko dwustu latach jej nieobecności w świadomości publicznej doszło do jej ponownego odkrycia. Pewną drugorzędną niewiadomą jest miejsce odkrycia rośliny, określone ogólnikowo zwrotem „pod miastem”. Omawiane niedomówienie może

więc budzić m.in. nadzieję, zainteresowanie oraz skłaniać do snucia przypuszczeń, w pierwszej kolejności co do rodzaju rośliny, która zniknęła z przestrzeni publicznej na długi czas, w dalszej zaś co do miejsca, gdzie ową roślinę odnaleziono.

2.11. Przykład jedenasty

„The Washington Post: Nowy trend wśród młodych dorosłych. Wraca symbol lat 90.” (Basiak 2023).

Trudność w przypadku tego niedomówienia w tytule sprawia zrozumienie „nowego trendu”. Niewiele możemy o nim powiedzieć ponad to, iż jest właściwy młodym dorosłym i prawdopodobnie stanowił „symbol” lat dziewięćdziesiątych, który w momencie publikacji poświęconego mu tekstu na łamach The Washington Post miał wracać do łask. A ze względu na to, że nie istniał jeden symbol lat dziewięćdziesiątych, lecz było ich wiele (nie czas, by je tu wymieniać), liczba możliwych rozszyfrowań tego określenia będzie znaczna. Niedomówienie, które rozważamy, ma stąd zdolność do pobudzenia ciekawości, być może nostalgii, skłonienia do namysłu (w szczególności pośród tych osób, które lata dziewięćdziesiąte mile wspominają) oraz przyczynienia się do wielu różnych interpretacji.

2.12. Przykład dwunasty

„Znany lek potencjalnie pomocny w chorobie Alzheimera” (Matacz 2023).

Powyższy tytuł przekonuje nas, że jeden z „leków” dostępnych na rynku może być stosowany z pozytywnym skutkiem przy leczeniu choroby Alzheimera. Wiemy, że lek ten jest „znany”. W praktyce na tym kończy się nasza wiedza. Określenie „znany lek” stanowi punkt ciężkości niedopowiedzenia – jest ono na tyle wieloznaczne, że pole do rozmyślań i interpretacji jest tu nadzwyczaj szerokie. Przy braku specjalistycznej wiedzy na temat choroby Alzheimera oraz jej leczenia – a będzie on zapewne dotyczył prawie wszystkich potencjalnych odbiorców przekazu – nie ma podstaw do twierdzenia, że jakiegokolwiek typowania leku mogą być oparte na rzeczowym rozumowaniu. W następstwie niedopowiedzenia prawdopodobnie zostałyby wzbudzone takie stany emocjonalne i umysłu, jak nadzieja, radość, zdziwienie.

2.13. Przykład trzynasty

„Po pół wieku odnaleziono zaginione arcydzieło mistrza renesansu [WIDEO]” (ŁZ i IGGY 2023).

W sposób wyraźny ten przykład niedomówienia w tytule jest analogiczny do niedomówienia z przykładu dziesiątego – w obu przypadkach mowa jest o odnalezieniu czegoś, co przez dłuższy czas było niedostępne publicznie. Skupiając się jednak na przykładzie najświeższym, należy odnotować, że domaga on się od swoich odbiorców domyślności w odniesieniu do dwóch powiązanych ze sobą kwestii

– „zaginionego arcydzieła” oraz „mistrza renesansu”. Jako że arcydziełem może być obraz, rzeźba, tekst bądź inna forma przekazu, podobnie jak mistrzem renesansu – malarz, rzeźbiarz, pisarz bądź osoba praktykująca inne zajęcie, mamy tu oczywiście do czynienia z nieprecyzyznością, którą jest na tyle rażąca, że poważnie zaburza komunikację. Tytuł byłby nieco mniej nieprecyzyjny, choć wciąż zachowałby aurę tajemnicy, gdyby „arcydzieło” zmieniono na, dla przykładu, „obraz”, „mistrza” z kolei na „malarza”. Bez takich zmian, czyli w oryginalnej formie, wydaje się, że niedomówienie ma potencjał do zaciekawienia, podekscytowania, rozniecienia w odbiorcach nastroju wyczekiwania.

3. WNIOSKI I ZAKOŃCZENIE

Przeanalizowaliśmy trzynaście przykładów niedomówienia w tytułach internetowych artykułów prasowych, zaczerpniętych z różnych, raczej rozpoznawalnych stron agencji informacyjnych. Wybór był nieprzypadkowy – na jego podstawie usiłowałem pozyskać choćby skromne przesłanki ku spostrzeżeniu, że niedomówienie w tytułach internetowych artykułów prasowych nie jest zjawiskiem odosobnionym, charakterystycznym tylko dla jednego medium bądź niewielkiej grupy mediów; przeciwnie, niedomówienie może występować w tytułach artykułów prasowych ukazujących się na łamach internetowych źródeł informacji o różnym profilu, celach oraz adresatach. Co prawda nie sposób na tej podstawie twierdzić, że każdego dnia na każdym portalu informacyjnym pojawiają się teksty, które w tytule zawierają niedopowiedzenie. Niemniej powszechność wykorzystania tego środka retorycznego wydaje się niezaprzeczalna.

Niedomówienie w analizowanych tytułach internetowych artykułów prasowych składa się z jednego bądź dwóch zdań, które cechuje swoista niekompletność. Przez niekompletność rozumiem myśl sformułowaną w sposób, który poniekąd wymusza jej uzupełnienie z uwagi na ogólnikowość, nieprecyzyzność, wieloznaczność bądź inne cechy użytych słów albo z uwagi na rozpoczętą i niezakończoną strukturę zdania. Można by rzec, że niedomówienie niejako tylko orientuje odbiorcę na pewne kwestie, zaledwie napomyka o nich, ostatecznie pozostawiając je w sferze domysłów, pod mglistą, niewyraźną postacią. Cechy te naturalnie przekładają się na nieuchwytność niedomówienia, wielość jego możliwych interpretacji oraz reakcji emocjonalnych i umysłu u odbiorców. Siła przekazu tytułu internetowej publikacji zawierającego niedomówienie przypuszczalnie może zostać zwiększona dzięki wykorzystaniu w nim również innych zabiegów językowych (np. sugestii).

Jest wysoce prawdopodobne, że zastosowanie w tytułach internetowych artykułów prasowych niedomówienia jest zabiegiem intencjonalnym, obliczonym na zwrócenie uwagi, aktywizację czytelników, wydłużenie czasu ich obecności na portalach. To stanowi warunek wstępny dla ziszczenia się wymiarów informacyjnego

i opiniotwórczego mediów. W przypadku zaś tych mediów, które generują zysk z reklam – a z takimi mieliśmy do czynienia w naszej analizie – będziemy również mówili o ich wymiarze ekonomicznym bądź finansowym. Przy tym niewątpliwie trudno byłoby ocenić bez głębszego pochylenia się m.in. nad treścią materiałów, częstotliwością publikacji, a także źródłami przychodów wybranych mediów, który z tych wymiarów dominuje nad pozostałymi.

Odnotujmy na koniec, że nasza reakcja na zabieg retoryczny niedomówienia w tytule internetowego artykułu prasowego nie zawsze będzie zgodna z naszym interesem (np. wzbudzenie niechcianych, negatywnych emocji; wymuszenie zaznajomienia się z treścią artykułu oraz związana z tym utrata czasu, w szczególności w sytuacji, gdy artykuł ma znikomą wartość informacyjną bądź jego treść ma w istocie niewiele wspólnego z tytułem). Szczególna uwaga w tym zakresie należy się zapewne materiałom propagandowym ugrupowań, których działalność nastawiona jest na realizację celów społecznych i politycznych. Stąd pogłębianie i pielęgnowanie wrażliwości na możliwość wykorzystania przeciwko nam środków retorycznych, takich jak niedomówienie, w tytułach internetowych artykułów prasowych wydają się kluczowe dla zminimalizowania prawdopodobieństwa obcego i niechcianego wpływu na nasze decyzje i oceny.

Bibliografia

[dostęp do wszystkich pozycji internetowych: 4.12.2023]

1. Bibliografia przedmiotu

- Arystoteles 2007. *On Rhetoric. A Theory of Civic Discourse. Second Edition*, tłum. G. Kennedy. New York–Oxford: Oxford University Press.
- Barnes, J. red. 1984 (1995). *The Complete Works of Aristotle. The Revised Oxford Translation. One Volume. Digital Edition*. Princeton: Princeton University Press.
- Cialdini, R. 2016. *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke. Sopot: GWP.
- Drabik, L., Kubiak-Sokół, A., Sobol, E., Wiśniakowska, L. red. 1996 (2016). *Słownik języka polskiego PWN*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dubisz, S., Drabik, L., Sobol, E. red. 2003. *Uniwersalny słownik języka polskiego. Tom 2*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dunaj, B. i in. red. 1996. *Słownik współczesnego języka polskiego*. Warszawa: Wilga.
- Fortenbaugh, W.W. 2006. *Aristotle's Practical Side. On his Psychology, Ethics, Politics and Rhetoric*. Leiden i Boston: Brill.
- Gałczyńska, A. 2016. Sensacyjny hit... O tabloidyzacji języka mediów. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy* 8 (19), s. 175–187.
- Hornby, A. i in. red. 1997. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Seventh Edition*. Oxford: Oxford University Press.
- Instytut Monitoringu Mediów 2023a. *Najbardziej opiniotwórcze media lipca 2023*. Online: <https://www.imm.com.pl/rzeczpospolita-ponownie-najbardziej-opiniotwórczym-medium-w-polsce-w-lipcu-na-podium-takze-wirtualna-polska-oraz-gazeta-wyborcza/>.

- Instytut Monitoringu Mediów 2023b. *Najbardziej opiniotwórcze media sierpnia 2023*. Online: <https://www.imm.com.pl/rzeczpospolita-najbardziej-opiniotworczym-medium-w-polsce-na-podium-takze-wirtualna-polska-oraz-rmf-fm/>.
- Instytut Monitoringu Mediów 2023c. *Najbardziej opiniotwórcze media września 2023*. Online: <https://www.imm.com.pl/gazeta-wyborcza-z-tytulem-najbardziej-opiniotworczego-medium-w-kraju-na-drugim-miejscu-onet-podium-zamyka-rzeczpospolita/>.
- Gruszczyński, W., Bralczyk, J. red. 2002. *Słownik gramatyki języka polskiego*. Warszawa: Wydawnictwa Szkole i Pedagogiczne S.A.
- Kamińska-Szmaj, I., Piekota, T., Poprawa, M. 2010. *Tabloidyżacja języka i kultury*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Kasiak, M. 2016. Tabloidyżacja prasy opiniotwórczej na przykładzie artykułów publicystycznych w tygodniku „Wprost”. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza* 23 (2), s. 225–244.
- Kaushal, V. Vemuri, K. 2021. Clickbait–Trust and Credibility of Digital News. *IEEE Transactions on Technology and Society* 2 (3), s. 146–154.
- Korolko, M. 1990. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Liddell, H.G., Scott, R. 1843 (1996). *A Greek-English Lexicon*, kor. H.S. Jones, R. McKenzie. New York: Oxford University Press.
- McKean, E. i in. red. 2006. *Concise Oxford American Dictionary*. New York: Oxford University Press.
- Pengnate, S., Chen, J., Young, A. 2021. Effects of Clickbait Headlines on User Responses: An Empirical Investigation. *Journal of International Technology and Information Management* 30 (3), s. 1–18.
- Perrault, S. red. 2014. *Merriam-Websters Advanced Learner's English Dictionary*. Springfield: Encyclopaedia Britannica.
- PricewaterhouseCoopers Polska 2022. *Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów w Polsce 2022-2026*. Online: <https://www.pwc.pl/pl/pdf-nf/Raport-PwC-Perspektywy-rozwoju-branzy-mediow-i-rozrywki-w-Polsce-2022-2026.pdf>.
- Schopenhauer, A. 2007. *Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów*. Gliwice: Helion.
- Skorupka, S., Auderska, H., Łempicka, Z. red. 1968. *Mały słownik języka polskiego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Szymanek, K. 2012. *Sztuka argumentacji: Słownik terminologiczny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zheng, H.-T. i in. 2018. Clickbait Convolutional Neural Network. *Symmetry* 10 (5), poz. 138.

2. Bibliografia podmiotu

- anw i as. 2023. *Tej rośliny nie widziano od prawie dwóch stuleci. Odnaleziono ją pod miastem*. Online: <https://tvn24.pl/tvnmeteo/nauka/brazylia-tej-rosliny-nie-widziano-od-prawie-dwoch-stuleci-odnaleziono-ja-pod-miastem-7362436>.
- Basiak, P. 2023. *The Washington Post: Nowy trend wśród młodych dorosłych. Wraca symbol lat 90*. Online: <https://wydarzenia.interia.pl/raport-media-zagraniczne/news-the-washington-post-nowy-trend-wsrod-mlodych-doroslych-wraca,nld,6980660>.
- Brar, A. 2023. *To była jedna z najważniejszych broni Ukrainy. Traci ją przez Chiny*. Online: <https://www.newsweek.pl/swiat/potajemne-dzialania-chin-cel-zmniejszyc-potencjal-bojowy-ukrainy/5pb47sg>.

- Czarnobilski, M. 2023. *Wystarczy jedna filiżanka dziennie, a zmniejszysz ryzyko cukrzycy*. Online: <https://twojezdrowie.rmfm24.pl/choroby/cukrzyca/news-wystarczy-jedna-filizanka-dziennie-a-zmniejszysz-ryzyko-cukr,nId,7066745>.
- DoRzeczy.pl 2023. *Kardynałowie piszą do papieża. „Wyraziliśmy nasze najgłębsze zaniepokojenie”*. Online: <https://dorzeczy.pl/religia/487839/doktryna-kosciola-zaniepokojenie-kardynalowie-pytaja-papieza.html>.
- Karnowski, M. 2023. *TYLKO U NAS. Dlatego właśnie tak wściekle od tak wielu lat atakują ojca Tadeusza Rydzyka. Zobaczcie sami!* Online: <https://wpolityce.pl/kosciol/660157-dlatego-wlasnie-tak-atakują-ojca-rydzyka-zobaczcie-sami>.
- KGŁ 2023. *Putin chce odciąć Ukrainę. Nowy, chytry plan na wygranie wojny*. Online: <https://www.o2.pl/informacje/putin-chce-odciac-ukraine-nowy-chytry-plan-na-wygranie-wojny-6948177252084320a>.
- ŁZ i IGGY 2023. *Po pół wieku odnaleziono zaginione arcydzieło mistrza renesansu [WIDEO]*. Online: <https://www.tvp.info/74507318/zaginiony-obraz-boticellego-odnaleziony-wloska-policja-komentuje>.
- Matacz, M. 2023. *Znany lek potencjalnie pomocny w chorobie Alzheimera*. Online: <https://www.pap.pl/aktualnosci/znany-lek-potencjalnie-pomocny-w-chorobie-alzheimera>.
- mk 2023. *Jacek Sasin: Dostrzegamy wszystkich obywateli*. Online: <https://niezalezna.pl/polityka/wybory/jacek-sasin-dostrzegamy-wszystkich-obywateli/499511>.
- pas 2023. *Znana firma wygasza fabrykę w Polsce. Dramat 800 pracowników*. Online: <https://businessinsider.com.pl/wiadomosci/znana-firma-wygasza-fabryke-w-polsce-dramat-800-pracownikow/49gs1e3>.
- PG 2023. *Oferta UE. Prezydent Azerbejdżanu mówi „nie”*. Online: <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/oferta-ue-prezydent-azerbejdżanu-mowi-nie/xy18zxe>.
- Szczepkowska, J. 2023. *Jeśli Mickiewicz patrzy z góry na szkołę Czarnka*. Online: <https://www.rp.pl/plus-minus/art39109041-joanna-szczepkowska-jesli-mickiewicz-patrzy-z-gory-na-szkole-czarnka>.

Understatement in the titles of Internet press articles

Summary

Even a superficial scan of the titles of press articles published online supports the statement that they often include rhetorical devices. An example of such a device is *understatement*. In this paper, I attempt to briefly characterise understatement, to present similar devices, and to analyse selected examples of its use in the titles of Internet press articles in terms of their content and probable effects. The analysis leads to the observation that understatement is commonly and intentionally used in the titles of Internet press articles as a rhetorical means of influence to attract attention. Overall, the paper tentatively suggests the importance of sensitivity to rhetorical means of influence, such as understatement, to preserve autonomy in forming judgments and making decisions.

Keywords: aposiopesis – understatement – propaganda – rhetorical devices – influence.

Adj. Marta Falkowska

Mirosław Bańko

Uniwersytet Warszawski

m.banko@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0002-5396-4327

KAMIENIE MILOWE W POLSzczyŹNIE: OD ZNAKÓW PRZYDROŹNYCH PO WARUNKI (NIE) DO SPEŁNIENIA¹

Epidemia COVID-19 przyniosła polszczyźnie nowe, potoczne znaczenie słowa *korona* ‘epidemia wywołana wirusem SARS-CoV-2’ i nowe wyrazy, przeważnie złożenia, oparte na tym rdzeniu, np. *koronaparty*, *koronasceptyk*, *koronaściana*, *koronials* (Cierpich-Kozieł 2020; Makowska 2021). Mniej widocznym efektem pandemii stało się nowe znaczenie nadane nazwie *kamień milowy*, pochodzące z języka angielskiego w jego odmianie unijnej. W artykule tym zamierzam prześledzić historię *kamieni milowych* w polszczyźnie i opisać nową jednostkę o tym kształcie na tle poprzednich, uwzględniając jej pochodzenie, znaczenie, łączliwość leksykalną, frekwencję poszczególnych form, stopień idiomatyzacji, a także zasięg tematyczny i stylistyczny.

W przeciwieństwie do innych nabytków polszczyzny czasu pandemii *kamienie milowe* uwikłane są w kontekst polityczny, gdyż swoją popularność w nowym znaczeniu zawdzięczają polityce polskich władz i ich relacjom z Unią Europejską. Nasuwa się pytanie, czy i w jaki sposób częsta obecność tej nowej jednostki leksykalnej w mediach i w wypowiedziach polityków mogła wpłynąć na stosunek polskiego społeczeństwa do UE. Kwestię tę będę musiał pozostawić tu bez odpowiedzi, ale postaram się nakreślić tło, które czyni pytanie interesującym i godnym uwagi.

1. KAMIENIE MILOWE: ZARYS HISTORYCZNY

Gdyby poprzestać na kwerendzie w słownikach, można by dojść do wniosku, że *kamienie milowe* są stosunkowo późnym nabytkiem polszczyzny. Spośród słowników ogólnych zanotował je w postaci wyodrębnionej nazwy dopiero SJPDor, obok *kamieni*

¹ Autor dziękuje mgr Aleksandrze Tomaszewskiej za informacje, które pomogły w przygotowaniu tego artykułu.

stajowych, które pochodzą od innej, dziś nieużywanej jednostki miary. Wcześniej, bo w SW, uwzględniono *kamienie graniczne* i *kamienie wiorstowe*, a w objaśnieniu do cytatu z wyrazem *kamień*, odnoszącego się do realiów rzymskich, wskazano, że dotyczy on kamienia „oznaczającego milę, znaku milowego”. Ten sam cytat można znaleźć już w SL, a ponieważ jego źródłem jest XVII-wieczny przekład łacińskojęzycznej historii państwa rzymskiego, nasuwa się myśl, że *kamienie milowe* mogły być znane polszczyźnie na długo przed tym, zanim je zanotował SJPDor.

Istotnie, kwerenda w bibliotece cyfrowej Polona² ujawnia wiele wystąpień badanej nazwy w tekstach z XIX wieku, najstarsze z 1808 r., ale wszystkie dotyczą realiów zagranicznych bądź są przekładem z języka obcego w słowniku dwujęzycznym. Co więcej, wszystkie dokumentują podstawowe znaczenie *kamienia milowego*, odnoszące się do znaków przydrożnych. W polskich realiach – a przynajmniej w neutralnych, nienacechowanych obcością – badana nazwa pojawia się w Polsce dopiero w tekstach z początku XX wieku, od razu w znaczeniu przenośnym, np.

Stulecia, wytwór przyjętego przez ludzi systemu w rachubie czasu [...], nie są same dla siebie [...] **kamieniem milowym** w postępie cywilizacji i historii („Gazeta Lwowska”, R. 91, nr 1, 3.01.1901).

Są to [ruiny zamków polskich we wschodniej Galicji] jakgdyby **kamienie milowe**, znaczące drogę państwowości i kultury polskiej na wschód („Tygodnik Illustrowany [!]”, R. 53, nr 28, 13.07.1912).

Stan taki może dziwić. Kamienie milowe musiały być znane Polakom, i to nie tylko z lektury i zagranicznych wojaży, gdyż znaki wskazujące na odległość w milach stawiano w Polsce przy drogach już w wiekach średnich, informuje o tym np. *Encyklopedia staropolska* Glogera (1900–1903) w haśle *mila*. Znana była mila jako jednostka długości³, w użyciu było też słowo *mila*, zapożyczone z g.-nm. *mile*, co z łc. *milia (passum)* ‘tysiąc (kroków)’⁴, poświadczone w Sstp. Nawet przymiotnik *milowy* funkcjonował co najmniej od XVII wieku, świadczy o tym cytat w kartotece ESJP XVII–XVIII i hasło w tymże słowniku (na razie w postaci załączkowej). Co w takim razie sprawiło, że brak w Polsce *kamieni milowych* w źródłach sprzed XIX wieku i że

² Kwerendę wykonano za pomocą starej wyszukiwarki, dostępnej pod adresem polona2.pl. W odróżnieniu od nowszej, dostępnej pod adresem polona.pl, pozwala ona na szukanie w treści publikacji. Kwerenda miała postać „*kamień milowy*”, z cudzysłowem dla zachowania ciągłości wymienionych słów. Inaczej niż np. w wyszukiwarce Google, cudzysłów nie wyłącza odmiany wyrazów, czyli pozwala wyszukiwać *kamienie milowe* w różnych formach fleksyjnych. Cecha ta nie została udokumentowana w informacji dla użytkowników wyszukiwarki.

³ W różnych krajach i czasach jednostka ta miała różną wielkość. Stosunkowo długie hasło w SWil wylicza prawie dwadzieścia regionalnych mil, wśród nich rzymską i polską.

⁴ Milla rzymska mierzyła prawie półtora kilometra, w wyrażeniu *milia passum* chodziło więc o podwójne kroki.

przez cały XIX wiek pojawiają się one tylko w obcych realiach bądź w słownikach przekładowych?

Mogła zawinąć rzadkość desygnatu. Słupy milowe umieszczali przy drogach już Rzymianie i ponieważ w tej części Europy, która znajdowała się w granicach cesarstwa rzymskiego, wiele z nich przetrwało przez następne stulecia, były dobrze znane mieszkańcom. Natomiast w Polsce, słynącej ze złego stanu dróg (Chwalba 2004: 126), znaki milowe były rzadkością, upowszechniły się dopiero po rozbiorach (zob. Płoski 2009 o kamieniach milowych w Prusach Wschodnich). Co więcej, w łacińskojęzycznych drukach z XVI–XVIII wieku, pochodzących z terenu Rzeczypospolitej, kamień milowy określano słowem *milliarium* (rzadziej *miliarium*)⁵. W sumie, jak się wydaje, przed XIX wiekiem wykształceni Polacy rzadko mieli potrzebę, aby pisać o kamieniach milowych, a jeśli już tak, to dostępność łacińskiej nazwy w społeczeństwie, w którym znajomość łaciny była powszechna, nie sprzyjała używaniu polskiego określenia.

Tym też tłumaczyć można, że nazwa *kamień milowy* stała się częstsza dopiero w przenośnym znaczeniu jako określenie końca ważnego etapu jakichś działań. Nieobecne jeszcze w SJP Dor, znaczenie to zostało objaśnione następująco w SJPSz:

zakończenie jednego z etapów pracy, krok naprzód w realizacji, jakiegoś zamierzenia, przedsięwzięcia itp.

Późniejsze słowniki kładą nacisk na rangę etapu, o którym mowa:

zakończenie ważnego etapu pracy umożliwiającego realizację jakiegoś przedsięwzięcia (SWJP).

wydarzenie lub odkrycie o przełomowym znaczeniu (ISJP).

We współczesnych tekstach znaczenie przenośne zdecydowanie przeważa. W zrównoważonej części Narodowego Korpusu Języka Polskiego (NKJP, Przepiórkowski i in. 2012), obejmującego teksty głównie z ostatniej dekady XX i pierwszej dekady XXI wieku, *kamień milowy* w różnych formach odmiany występuje 188 razy, ale tylko 9 razy w znaczeniu podstawowym. Typowe prawostronne konteksty to *kamień milowy w czymś*, *kamień milowy czegoś* i *kamień milowy na jakiejś drodze*, por. odpowiednio:

[...] być może aksamitna rewolucja nie stanowiła **kamienia milowego** w historii Czech.

[...] **kamienie milowe** rozwoju naszej cywilizacji [...]

[...] uzyskanie licencji jest ważnym **kamieniem milowym** na drodze do wejścia na rynek rosyjski.

⁵ Przetrwało ono do dziś i z rzadka pojawia się w polskojęzycznych publikacjach specjalistycznych. Jest też obecne w słownikach.

Wśród lewostronnych kontekstów zwraca uwagę przymiotnik *kolejny*, np.

Kolejnym **kamieniem milowym** w animacji był film „Toy Story” z 1995 roku, pierwszy w całości stworzony za pomocą komputera.

Najciekawsze jednak są konteksty czasownikowe. Przeważa tu *być*, rządzące narzędnikiem (por. dwa ostatnie przykłady), czasem ustępujące słowu *stać się*, podobną funkcję pełni *stanowić*, o rządzie biernikowym (por. pierwszy z czterech ostatnich przykładów). Rzadsze, ale również typowe, są czasowniki *osiągać*, *mijać* oraz *wyznaczać*, *wytyzczać*, por.:

Miniony rok okazał się dla nas bardzo pomyślny. Osiągnęliśmy kolejny **kamień milowy** na ścieżce naszego rozwoju.

[...] robotyka w ostatnich latach minęła wiele **kamieni milowych**, ale stosunkowo mało uwagi poświęcano interakcji pomiędzy ludźmi a robotami.

Polski handel dorobił się własnych gazetek z promocjami, które wyznaczają **kamienie milowe** handlowych zdobyczy i mówią wiele o kliencie.

[...] trochę mi żal tego, że polskie filmy nie wytyczają już **kamieni milowych** w kinie europejskim.

Jak widać, w znaczeniu przenośnym, ukształtowanym na przełomie XIX i XX wieku, *kamienie milowe* łączą się z tymi samymi czasownikami, które mogą stanowić ich kontekst w znaczeniu dosłownym. Kamienie milowe osiąga bądź mija zarówno piechur zmierzający do celu, jak i np. przedsiębiorca realizujący zadania, które sobie wyznaczył. I jeden, i drugi może się do nich zbliżać, może je wytyzczać lub ustawiać na swojej drodze. Na tym tle zwracają uwagę nowe konteksty, w jakich badana nazwa pojawia się w roku 2021, a popularność zyskuje rok później.

2. KAMIENIE MILOWE W NAJNOWSZEJ POLSzczyźNIE

Ponieważ NKJP został zamknięty w roku 2010, a jego kontynuacja, Korpus Współczesnego Języka Polskiego (KWJP), obejmuje dekadę kończącą się na roku 2020, nowych kontekstów poszukamy w korpusie Monco PL (Pęzik 2020) – stale przyrastającym zasobie tekstów czerpanych z 1000 polskich witryn internetowych. Kwerenda *kamie.* milow.**⁶, wykonana w tekstach z lat 2022–2023 i ograniczona do

⁶ Z niejasnych powodów kwerenda *kamień** milowy***, która zgodnie z informacją podaną w witrynie powinna objąć odmianę wyrazów, generuje kolokacje tylko dla mianownika lp. Aby uwzględnić formy odmienione, wykonano ogólniejszą kwerendę *kamie.* milow.**, obejmującą wszelkie przedłożenia wymienionych ciągów liter. W wypadku badanej nazwy nie przyniosła ona szczęśliwie wyników nadmiarowych. Badanie wykonano 5 lutego 2024 r.

czasowników występujących w bezpośrednim sąsiedztwie badanej nazwy, przynosi następujące wyniki na pierwszych dziesięciu miejscach według wskaźnika istotności statystycznej:

wypełnienie, wypełniać, wypełnić, zwać, spełnić, spełnienie, ekscytować, skruszony, uzgodnić, renegecjować.

Można pominąć konteksty nietypowe (por. *ekscytujący kamień milowy, kolejny kamień milowy skruszony*) bądź wynikające z segmentacji wielowrazowych jednostek języka (por. *zwać* ze zwrotu *tak zwany*). Pozostałe świadczą o innym niż poprzednio rozumieniu *kamieni milowych*. Nie są to już zdarzenia wieńczące etap jakichś działań, lecz zobowiązania, obietnice lub warunki, które należy *wypełnić* (*spełnić*), ale które można też *uzgodnić* i *negocjować*. Warto zwrócić uwagę na wyrażenie *tak zwany*, świadczące o tym, że o kamieniach milowych zaczęto mówić w nowy sposób, wymagający sygnału o charakterze metatekstowym.

Okoliczności, w których nazwa *kamień milowy* upowszechniła się w nowym znaczeniu, są dobrze znane. W kryzysie wywołanym epidemią COVID-19 władze Unii Europejskiej zdecydowały się wspomóc finansowo gospodarki krajów członkowskich, ale pomoc uzależniły od wdrożenia reform i inwestycji określonych w tzw. krajowych planach odbudowy (w skrócie KPO). Postępy w prowadzeniu reform i inwestycji postanowiono mierzyć pod względem jakościowym i ilościowym, przy czym mierniki postępu jakościowego określono jako *kamienie milowe* (ang. *milestones*). Szczegóły określa *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/241 z dnia 12 lutego 2021 r. ustanawiające Instrument na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności*. Tekst angielski – *Regulation (EU) 2021/241 of the European Parliament and of the Council 2021/241 of 12 February establishing the Recovery and Resilience Facility* – i jego odpowiedniki w pozostałych 23 językach urzędowych UE można znaleźć w portalu EUR-Lex, obejmującym akty prawne UE⁷.

W angielskim tekście rozporządzenia wielokrotnie powtarza się słowo *fulfilment* ‘wypełnienie, spełnienie’, w języku angielskim używane, gdy mowa o wymaganiach lub zobowiązaniach. Tu jednak tworzy ono kolokację z *milestones*, nadając kamieniom milowym charakter warunków, które wymagają spełnienia, np.

The release of funds under the Facility is contingent on the satisfactory fulfilment of the relevant **milestones** and targets by the Member States [...].

W polskiej wersji dokumentu angielskie *fulfilment* oddano każdorazowo słowem *osiągnięcie*, np.

⁷ Zob. <https://eur-lex.europa.eu>. Dostępna w portalu funkcja o nazwie *widok wielojęzyczny* pozwala na łatwe porównanie różnojęzycznych wersji tego samego dokumentu (maksymalnie trzech).

Uruchomienie środków finansowych w ramach Instrumentu jest uzależnione od osiągnięcia przez państwa członkowskie w zadowalający sposób odpowiednich **kamieni milowych** i wartości docelowych [...].

Wykorzystano więc jeden z dobrze znanych kolokatów *kamieni milowych*, motywowany tak podstawowym, jak i wcześniejszym przenośnym znaczeniem nazwy. Wprawdzie w polskim tekście rozporządzenia występuje też *realizacja* kamieni milowych (ang. *implementation*), ale o ich *wypełnianiu* nie ma ani słowa, a czasownik *spełniać* pojawia się tylko przy rzeczownikach *kryteria*, *warunki* i *wymogi*. W sumie, jak widać, polska wersja tego ważnego dokumentu nie mogła przyczynić się do upowszechnienia nowych kontekstów, w jakich *kamienie milowe* występują w dzisiejszej polszczyźnie. Nie upowszechniły ich też przekłady innych unijnych aktów prawnych, mówi się w nich bowiem o *osiąganiu* kamieni milowych, a nie ich *wypełnianiu* czy *spełnianiu*.

Mimo to angielska kolokacja, obecna w aktach prawa europejskiego, w komunikatach prasowych UE, a także w wypowiedziach europosłów i innych polityków, zaczęła przenikać do języka polskiego, tłumaczona dosłownie za pomocą czasowników *wypełniać*, *spełniać*, *realizować*, a także ich odpowiedników dokonanych. Innym źródłem tych polskich innowacji mogły być synonimiczne konstrukcje angielskie, świadczące o postrzeganiu kamieni milowych jako warunków, a nie zakończenia etapów jakichś działań: *to meet a milestone* i *to hit a milestone*⁸.

W tym nowym znaczeniu *kamienie milowe* występują przede wszystkim w publicystyce, por. przykłady z korpusu Monco PL z roku 2022:

Projekt ustawy o SN wypełnia **kamienie milowe** uzgodnione z KE [...].

Polska musi jednak spełnić **kamienie milowe**, aby pieniądze zostały wypłacone.

Komisja Europejska chce weryfikować **kamienie milowe**.

[...] to, jak realizujemy **kamienie milowe**, będzie oceniane przez Komisję Europejską.

[...] część pieniędzy zapisanych w **kamieniach milowych** [...] znów stoi pod znakiem zapytania.

Podobne konteksty z tego samego czasu można znaleźć w sprawozdaniach z obrad Sejmu i komisji sejmowych, por. przykłady z Korpusu Dyskursu Parlamentarnego (KDP):

Jak nie wypełnimy **kamieni milowych**, to pieniądze do ludzi nie trafią.

[...] nie ma jeszcze decyzji, czy ta ustawa spełnia **kamienie milowe**, czy nie spełnia.

[...] co zamierzacie zrobić, żeby zrealizować **kamień milowy** dotyczący poprawy transparentności wydatków publicznych.

⁸ Łączenie nazwy *milestone* z czasownikiem *fulfil* to także w języku angielskim nowe zjawisko. Typowe czasowniki przyłączające *milestone* jako swoje dopełnienie to kolejno: *reach*, *mark*, *achieve*, *celebrate*, *hit*, *represent*, *cross*, *pass*, *set* i *meet* (według korpusu monitorującego NOW Corpus, stan na dzień 10.02.2024).

Zarówno w mediach, jak i w debatach sejmowych nowe kolokacje *kamieni miłowych* przeważają nad starszymi, ale ich nie wyparły, por. w KDP:

Będzie to rozliczanie na podstawie osiągniętych **kamieni miłowych**, tych **kamieni miłowych**, które zostały wskazane w Krajowym Planie Odbudowy [...].

Natomiast w polskich aktach prawnych *kamienie miłowe* w rozumieniu unijnym mają na razie tradycyjną łączliwość leksykalną, np. w *Ustawie z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021–2027*:

Kontrola realizacji reformy obejmuje w szczególności sprawdzenie postępu rzeczowej realizacji reformy i terminowego osiągnięcia **kamieni miłowych**.

Zarówno więc akty prawa krajowego, jak i polskie tłumaczenia aktów prawnych UE opierają się innowacji, która objęła już publicystykę i język polityków.

Dodajmy, że nowe przenośne znaczenie *kamieni miłowych* nie tylko łączliwością różni się od poprzedniego. Różna jest także ich dystrybucja fleksyjna, o ile bowiem wcześniej formy liczby mnogiej stanowiły od jednej czwartej do jednej trzeciej wystąpień badanej nazwy (zależnie od źródła), to w nowym, unijnym znaczeniu przeważają. Mowa więc teraz zwykle nie o jednym warunku, lecz o całym ciągu warunków, które są rozłożone w czasie i mają być spełniane po kolei (co upodabnia je do znaków mijanych po drodze). Tym samym umniejszona została waga pojedynczego kamienia miłowego jako ważnego osiągnięcia na drodze do celu. Różnicę widać w tabeli 1, gdzie zestawiono najczęstsze formy fleksyjne *kamienia miłowego* w korpusie Monco PL w latach 2010–2021 i 2022–2023 (pominięto formy, których udział nie przekracza jednego procenta). Ponieważ porównanie objęło badaną nazwę we wszystkich znaczeniach, różnice w dystrybucji fleksyjnej między znaczeniem unijnym, dominującym w latach 2022–2023, a poprzednimi mogą być nawet większe, niż wynika z tabeli 1.

W korpusie Monco PL i na stronach WWW zindeksowanych przez wyszukiwarkę Google *kamień miłowy* w innowacyjnych kontekstach jest obecny od maja 2022 r., w KDP – od czerwca tego samego roku. Wprowadzie projekt Krajowego Planu Odbudowy rząd Mateusza Morawieckiego przyjął już 30 kwietnia 2021 r., a w mediach wzmianki o unijnych „kamieniach miłowych” pojawiły się nawet wcześniej⁹, ale frekwencja badanej nazwy wzrosła dopiero wtedy, gdy z UE popłynęły sygnały, że Polska nie otrzyma środków z KPO, jeśli nie spełni warunków dotyczących nie-

⁹ Na przykład: „[...] KE powiedziała, że nie interesują jej nasze projekty. Chcieli zobaczyć reformy, kamienie miłowe i cele” („Rzeczpospolita”, 15.03.2021), <https://www.rp.pl/gospodarka/art8645041-rzeczobiznesie-robort-tomanek-z-kpo-nie-wydusimy-wszystkiego> [dostęp: 26.02.2024].

zależności sądownictwa (przypomniła o tym Ursula von der Leyen, gdy oficjalnie ogłosiła w Warszawie 2 czerwca 2022 r., że Komisja Europejska warunkowo zaakceptowała polski KPO¹⁰). Jak widać, nowe znaczenie *kamieni milowych* upowszechniło się za sprawą angielszczyzny w jej odmianie unijnej, ale nie odbyło się to bez wpływu polityki polskiego rządu i jego relacji z UE.

Tabela 1. Dystrybucja fleksyjna kamienia milowego w latach 2010–2021 i 2022–2023

2010–2021		2022–2023	
Forma fleksyjna	Udział [%]	Forma fleksyjna	Udział [%]
kamień milowy	40,60	kamieni milowych	37,20
kamieniem milowym	26,25	kamienie milowe	28,25
kamienie milowe	15,35	kamień milowy	16,52
kamieni milowych	9,34	kamieniem milowym	5,67
kamienia milowego	3,45	kamieniach milowych	3,66
kamieniami milowymi	3,34	kamieniami milowymi	3,66
		kamienia milowego	3,15

Źródło: korpus Monco PL, 26.02.2024, kwerenda *kamie.* milow.**, funkcja Konkordancje, Podsumowanie.

Choć mowa tu o niedawnej zmianie, podatny grunt do jej przyjęcia był gotowy już wcześniej, por. przykład z KDP z roku 2017:

Po ustaleniu i spełnieniu tych wszystkich warunków doktorant będzie mógł starać się o uzyskanie stypendium, o wzięcie udziału w programie stypendialnym i otrzymać minimalną pensję asystenta w wysokości 2450 zł. Program stypendialny trwa 4 lata, jest ewaluowany co roku. W sytuacji nieosiągnięcia **kamieni milowych** stypendium jest cofane, możliwy jest także jego zwrot.

Kamienie milowe występują tu w znanym od dawna otoczeniu leksykalnym, ale jednocześnie pojmowane są jako warunki otrzymywania stypendium. Spełnienie tych warunków ma być dowodem przebycia pewnych etapów na studiach doktoranckich. Obligatoryjność etapu czyni go warunkiem. Jak widać, różnica między starszym a nowszym z dwóch przenośnych znaczeń *kamieni milowych* może się zacierać w pewnych kontekstach.

¹⁰ <https://oko.press/ursula-von-der-leyen-w-warszawie-twarda-deklaracja-najpierw-kamienie-milowe-pozniej-pieniadze> [dostęp: 26.02.2024].

Także jeśli chodzi o nowe konteksty *kamieni milowych*, nie wszystkie są efektem oddziaływania wyłącznie angielszczyzny unijnej. Wyrazy *realizować* i *realizacja* w sąsiedztwie badanej nazwy pojawiały się już przed rokiem 2021 w tekstach z zakresu zarządzania projektem, gdzie *kamień milowy* oznacza zaplanowany wcześniej ważny etap i cel, czyli coś bliskiego starszemu znaczeniu tej nazwy (tak np. w *Raporcie rocznym NCBR z 2018 r.*¹¹). Natomiast *wypełnianie* kamieni milowych zdarzało się wówczas tylko sporadycznie, por. przykład dotyczący pewnej gry komputerowej, pochodzący z blogu, z wpisu datowanego na 8 kwietnia 2015 r.:

Oprócz wygrywania wyścigów, musisz wypełnić **kamienie milowe**. To są zadania typu: ukończ wyścigi, spełnij warunek w pościgu policyjnym lub przekrocz zadaną prędkość w punkcie w mieście¹².

3. O STATUSIE I PERSPEKTYWACH NOWEJ NAZWY

IATE, baza danych terminologii UE, rekomenduje tłumaczenie ang. *milestone* na *kamień milowy* lub *cel pośredni*. Ten drugi termin znalazł się np. w *Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/1060 z dnia 24 czerwca 2021 r.* Jak widać, nie było konieczności, aby *kamieniom milowym* nadawać nowe znaczenie – język polski dysponuje wystarczającymi środkami wyrazu, aby się obyć bez niego. Dla większości mówiących po polsku dosłowny przekład angielskiej nazwy był jednak prostszym rozwiązaniem. Nawet *super milestones* – jak w dokumentach UE określa się m.in. oczekiwania wobec polskiego sądownictwa, zepsutego w czasach tzw. dobrej zmiany¹³ – są okazjonalnie kalkowane jako *superkamienie milowe* lub z błędem ortograficznym jako *super kamienie milowe*¹⁴, choć IATE przestrzega przed takim przekładem i rekomenduje *nadrzędne kamienie milowe*.

„Kamieni milowych”, na które polski rząd zgodził się w Krajowym Planie Odbudowy, jest 115 (nie licząc innych warunków), należą one do sześciu obszarów, takich jak konkurencyjność gospodarki, zielona energia czy transformacja cyfrowa¹⁵. Spośród tych warunków jednak tylko naprawa sądownictwa znalazła się w centrum sporów politycznych i tylko ona przykuła uwagę mediów. Unijne kamienie milowe

¹¹ <https://www.ncbrdlafirm.pl/raport-roczny-ncbr-2018/> [dostęp: 26.02.2024].

¹² <https://www.ppe.pl/blog/28954/15010/ostatnia-dobra-odslona-nfs.html> [dostęp: 26.02.2024].

¹³ Zob. np. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_5916 [dostęp: 26.02.2024].

¹⁴ Zob. np. <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/pieniadze-z-kpo-polska-musi-wypelnic-super-kamienie-milowe-a-zegar-tyka/hbjgyrw> [dostęp: 26.02.2024].

¹⁵ <https://tvn24.pl/polska/kamienie-milowe-w-kpo-czym-sa-i-dlaczego-sa-takie-wazne-dlaczego-zobowiazala-sie-polska-5739744> [dostęp: 26.02.2024].

stały się jednym z kluczy do zrozumienia współczesnej debaty politycznej w Polsce, a ich polska nazwa zwróciła na siebie uwagę bardziej, niż gdyby w zamian mówić o *celach pośrednich*, w myśl jednej z rekomendacji IATE. Została np. wyróżniona przez kapitułę językoznawców w plebiscywie Słowo Roku 2022¹⁶.

O nowości terminu w jego unijnym znaczeniu świadczą towarzyszące mu sygnały dystansu i komentarze metatekstowe. Najpospolitsze to cudzysłów i operator *tak zwany*, czasem zastępowany skrótem *twz.*, np. „Kością niezgody stały się *twz.* kamienie milowe zapisane w Krajowym Planie Odbudowy”¹⁷. Można jednak napotkać też inne przykłady, por. „Naprawa tego budżetu stanowić, to moje ulubione słowo, kamień milowy na drodze do wzmocnienia polskiej armii” (premier Mateusz Morawiecki¹⁸) lub „te słynne kamienie milowe” (senator Jan Maria Jackowski, za KDP¹⁹). Wypowiedź premiera Morawieckiego jest tym ciekawsza, że użył on badanej nazwy w jej wcześniejszym znaczeniu przenośnym, na określenie zwieńczenia etapu pewnych działań, a mimo to zdecydował się na komentarz metatekstowy, zapewne w reakcji na częstą obecność *kamieni milowych* w dyskursie publicznym w ich nowym znaczeniu.

W myśl hipotezy Sapira-Whorfa i innych podobnych koncepcji dotyczących związku między językiem a kulturą język może wpływać na postrzeganie świata przez jego użytkowników (Anusiewicz 1995; Wierzbicka 1999). Gdy chodzi o *kamienie milowe*, to interesujące pytanie brzmi: czy używanie tej jednostki w jej nowym znaczeniu unijnym, a więc jako określenia warunków pewnego rodzaju, może wpływać na sposób postrzegania UE w Polsce i nasz stosunek do niej? Gdyby w zamian od początku mówiono o *celach pośrednich*, czyli używano innego terminu rekomendowanego w IATE, który jednak się nie upowszechnił, być może sprzyjałoby to postrzeganiu Unii jako wspólnoty celów, a nie tylko interesów materialnych realizowanych kosztem własnych priorytetów i potrzeb?

Pytania te będziemy musieli pozostawić tu bez odpowiedzi. Trudno jednak nie zauważyć, że do niekorzystnego obrazu Unii Europejskiej, jaki kreślili nieraz politycy formacji rządzącej w Polsce w latach 2015–2023, dobrze pasuje pojmowanie *kamieni milowych* jako wymagań, które piętrzą przed Polską nieprzyjaźni jej urzędnicy UE, a nie jako zwieńczenia etapów na drodze do wspólnego celu. W wypowiedziach przedstawicieli i sympatyków rządzącej wówczas prawicy wybrzmiewała czasami myśl, że unijne kamienie milowe to nic innego jak sposób wywierania nacisku na

¹⁶ Zob. <https://www.uw.edu.pl/slowo-roku-2022> [dostęp: 26.02.2024].

¹⁷ <https://konkret24.tvn24.pl/swiat/co-to-sa-te-kamienie-milowe-ktorymi-ue-chce-szantazowac-polske-wyjasniamy-ra1110644-ls5791368> [dostęp: 26.02.2024].

¹⁸ <https://wgospodarce.pl/informacje/120621-morawiecki-podjelismy-ogromny-wysilek-by-umocnic-polska-armie> [dostęp: 26.02.2024].

¹⁹ J.M. Jackowski nie był zapewne pierwszym autorem tego sformułowania, na stronach WWW można je znaleźć w kilkudziesięciu różnych wypowiedziach.

Polskę, rodzaj szantażu, któremu nie należy ulegać²⁰. Z takiej perspektywy kamienie milowe nie są wcale warunkami do spełnienia, przeciwnie – są to warunki, które należy odrzucić, por.

Lista tzw. **kamieni milowych** „będzie rozszerzana w zależności od chęci ugodzenia polskiego rządu o kolejne obszary konfliktów, które będzie kreować Komisja Europejska” – stwierdził Witold Waszczykowski, były szef polskiej dyplomacji („Rzeczpospolita”, 10.06.2022)²¹.

Pewne uregulowania zawarte w **kamieniach milowych** są do przyjęcia i w konsultacji z Komisją Europejską. Realizujemy je, ale pewne będziemy realizować na zasadzie bardzo elastycznej, a niektóre są nie do przyjęcia – powiedział na antenie Radia Plus Krzysztof Sobolewski, sekretarz generalny Prawa i Sprawiedliwości („Rzeczpospolita”, 17.01.2023)²².

Kiedy pamięta się o starszych znaczeniach badanej nazwy – znakach przydrożnych i ważnych osiągnięciach na jakiejś drodze – sformułowania typu *wypełniać kamienie milowe* wydają się nielogiczne. Zwrócił na to uwagę Michał Rusinek (2023), sugerując, że „jeśli czegoś nie da się zrobić językowo, to wydaje się to niewykonalne także w rzeczywistości”. I dalej:

Jeśli określenie jakiejś czynności brzmi niepoprawnie pod względem frazeologicznym lub po prostu podejrzenie – sama czynność staje się dla nas podejrzana. A to woda na młyn [...] tych polityków, którzy uważają, że Polska nie powinna spełniać warunków Komisji Europejskiej (s. 209).

Można rozwinąć tę myśl, dodając, że nielogiczna nazwa deprecjonuje pomysłodawcę. W takiej aurze cytowane wyżej komentarze metatekstowe, np. „to moje ulubione słowo” (Mateusz Morawiecki), mogą być nie tylko sygnałem nowości nazwy, lecz także wyrazem dystansu, a nawet ironii.

Najnowsza historia *kamieni milowych* w polszczyźnie dowodzi zacierania się ich motywacji. O ile bowiem starsze znaczenie przenośne było bliskie podstawowemu i dzieliło z nim najważniejsze konteksty, o tyle nowe, unijne, oddala się od niego. Zarazem jednak, skoro nowe konteksty badanej nazwy rażą brakiem logiki, jej idiomatyzacja jeszcze się nie dokonała. Być może proces ten się wycofa i po zakończeniu programu finansowego wsparcia przewidzianego w cytowanym rozporządzeniu UE

²⁰ Na przykład: „Ziobro o tzw. kamieniach milowych. «Niektóre zapisy wprowadzają szantaż»”, <https://dorzeczy.pl/kraj/312952/ziobro-w-kamieniach-milowych-sa-zapisy-ktore-prowadzaja-szantaz.html> [dostęp: 26.02.2024].

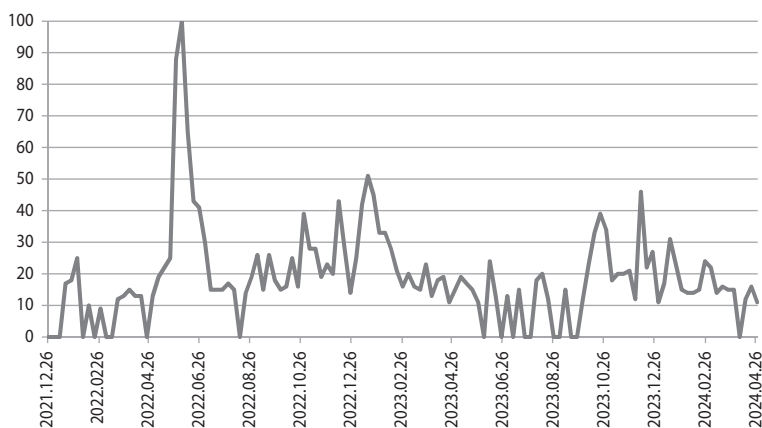
²¹ <https://www.rp.pl/polityka/art36493581-waszczykowski-kamienie-milowe-nigdy-sie-nie-skonczy-sa-po-to-aby-nas-rozliczac> [dostęp: 26.02.2024].

²² <https://www.rp.pl/polityka/art37790701-sobolewski-niektore-kamienie-milowe-sa-nie-do-przyjecia-i-nie-beda-realizowane> [dostęp: 26.02.2024].

zapomnimy o *kamieniach milowych* w ich nowym, unijnym znaczeniu. Jest to tym bardziej możliwe, że innowacyjne konteksty nie wyszły jeszcze poza polskie relacje z UE.

Funkcja Google Trends, monitorująca zainteresowania internautów, pokazuje, że kwerendę *kamienie milowe* (bez cudzośłowu) wykonywano najczęściej w tygodniu, gdy Ursula von der Leyen ogłaszała w Warszawie warunkowe przyjęcie polskiego KPO (por. wyżej, przypis 9). W czasach bliższych niewielkie lokalne wzrosty zainteresowania tematem zarejestrowano w tygodniu obejmującym wybory parlamentarne 15 października 2023 r. i potem, gdy powstał rząd Donalda Tuska. Obecnie kwerendę *kamienie milowe* wykonuje się kilka razy rzadziej niż w okresie jej największej popularności, zob. rysunek 1. Zainteresowanie tematem spadło, gdyż nowy polski rząd zdecydował się na poprawę stosunków z Unią Europejską i naprawę praworządności, co poskutkowało uruchomieniem płatności z polskiego KPO i rozwiało obawy, że pieniądze te mogłyby nigdy nie zostać wypłacone²³.

Rys. 1. Popularność kwerendy *kamienie milowe* w wyszukiwarce Google w okresie 1.01.2022 – 30.04.2024. Skala znormalizowana do 100 procent



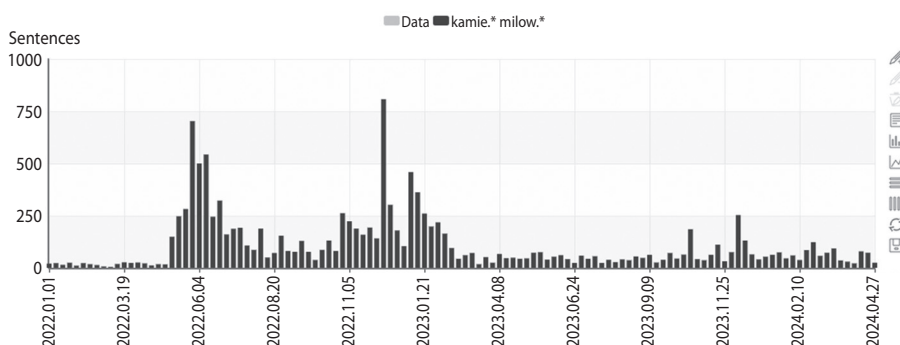
Spadek zainteresowania widać też w korpusie Monco PL, przy czym tu mierzone jest ono frekwencją badanej frazy, ściślej: liczbą zawierających ją zdań, a nie liczbą zapytań kierowanych do wyszukiwarki, zob. rysunek 2.

Choć nowe znaczenie *kamieni milowych* może się nie zakorzenić w polszczyźnie, obserwacja ich najnowszej historii jest pouczająca, gdyż odkrywa różne aspekty funkcjonowania jednostek języka w okresie zmiany. Jednym z takich aspektów jest wspomniana wyżej, niepełna jeszcze, idiomatyzacja *kamieni milowych*, czyli zacieśnianie się ich motywacji i towarzyszące temu poczucie braku logiki. Jako znajdujące

²³ <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-2021-2027/aktualnosc/polska-otrzymala-27-mld-zl-z-pierwszego-wniosku-o-platnosc-z-kpo/> [dostęp: 26.02.2024].

się w pół drogi między znaczeniem dosłownym a idiomatycznym mogą *kamienie milowe* równie dobrze ilustrować proces odwrotny: defrazeologizację idiomów, czyli uobecnianie ich znaczenia dosłownego. Przed mimowolną defrazeologizacją ostrzegali nieraz badacze (np. Buttler, Kurkowska, Satkiewicz 1982: 210–228; Bąba, Walczak 1992: 116–148), pisano też o defrazeologizacji jako metodzie działań artystycznych w tworzywieniu języka (np. Barańczak 1995: 80–111; Liberek 1998). W wypadku *kamieni milowych* proces ten nie jest mimowolny ani celowy, lecz inercyjny, zachodzi pod wpływem obcego źródła.

Rys. 2. Frekwencja kwerendy *kamie.* milow. w wyszukiwarce Monco PL w okresie 1.01.2022 – 30.04.2024**



W sumie zmiany w użyciu badanej tu nazwy nie objęły jej struktury, lecz znaczenie, związane z nim otoczenie słowne i względną frekwencją form fleksyjnych w paradymacie. Różnica między wcześniejszym znaczeniem przenośnym ('zwieńczenie etapu działań') a nowszym ('warunek czegoś') nie jest duża, sprowadza się do ujęcia czegoś znanego wcześniej w nowy sposób. Mimo to konteksty leksykalne *kamieni milowych* w ich nowym znaczeniu wydają się rażąco nielogiczne na tle znaczenia dosłownego ('znak przydrożny'), które aktualizuje się tu nieuchronnie.

O ile *kamień milowy* w znaczeniu podstawowym jest najprawdopodobniej kalką strukturalną niemieckiego *Meilenstein*, a w znaczeniu przenośnym – jako zwieńczenie ważnego etapu czegoś – prawdopodobnie kalką semantyczną z tego samego źródła, to nowe znaczenie można opisać dwojako: albo jako wynik neosemantyzacji, czyli ponowną kalkę semantyczną, albo jako nową kalkę strukturalną, tym razem z angielskiego.

Niezależnie jednak od tego, jaka była natura tej pożyczki, można postawić pytanie, czy była ona konieczna i czy się dobrze przysłużyła polszczyźnie. Skoro w bazie IATE rekomendowano dwa równorzędne odpowiedniki angielskiego *milestone*, mianowicie *kamień milowy* i *cel pośredni*, to czy nie można było poprzestać na drugim? Zasadniczo tak, ale pierwszy ma cenne zalety: jest obrazowy, przykuwa uwagę i łatwo zapada w pa-

mięć, ma też tradycję w języku. W polskim dyskursie o Unii Europejskiej i miejscu Polski w Europie *kamienie milowe* zajęły ważne miejsce, stały się symbolem czegoś istotnego dla Polaków. Ważne symbole wymagają nazwy wyrazistej i nośnej, co zwykle znaczy: niedługiej, łatwej do zapamiętania i kojarzącej się pozytywnie. Takiej właśnie jak *kamień milowy*, który przywodzi na myśl znaczące osiągnięcie w dążeniu do ważnego celu.

Źródła

- ESJP XVII–XVIII – *Elektroniczny słownik języka polskiego XVII i XVIII wieku*, <http://sxvii.pl/>.
EUR-Lex – Baza aktów prawnych Unii Europejskiej, <https://eur-lex.europa.eu>.
IATE – Interactive Terminology for Europe, <https://iate.europa.eu/home>.
ISJP – *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, t. 1–2. Warszawa: PWN, 2000.
Kartoteka ESJP XVII–XVIII – Kartoteka *Słownika języka polskiego XVII i 1. połowy XVIII wieku*, <https://rcin.org.pl/dlibra/publication/20029>.
KDP – Korpus Dyskursu Parlamentarnego, https://kdp.nlp.ipipan.waw.pl/query_corpus/.
KWJP – Korpus Współczesnego Języka Polskiego, <https://kwjp.ipipan.waw.pl/>.
Monco PL – korpus monitorujący, <http://monco.frazeo.pl/>.
NKJP – Narodowy Korpus Języka Polskiego, <http://www.nkjp.pl/>.
NOW Corpus – News on the Web, <https://www.english-corpora.org/now/>.
SJDor – *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t. 1–11. Warszawa, 1958–1969.
SL – *Słownik języka polskiego*, S.B. Linde, t. 1–6. Warszawa, 1807–1814.
SJPSz – *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. 1–3. Warszawa, 1978–1981.
Sstp. – *Słownik staropolski*, red. S. Urbańczyk, t. 1–11. Wrocław: Ossolineum, Kraków: IJP PAN, 1953–2002.
SW – *Słownik języka polskiego*, red. J. Karłowicz, A. Kryński, W. Niedźwiedzki, t. 1–8, Warszawa, 1900–1927.
SWil – *Słownik języka polskiego*, red. A. Zdanowicz i in. Wilno, t. 1–2, 1861.
SWJP – *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj. Warszawa: Wilga, 1996.

Literatura cytowana

- Anusiewicz, J. 1995. *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
Barańczak, S. 1995. *Pegaz zdębiał. Poezja nonsensu a życie codzienne: wprowadzenie w prywatną teorię gatunków*. Londyn: Puls.
Bąba, S., Walczak, B. 1992. *Na końcu języka. Poradnik leksykalno-gramatyczny*. Poznań: PWN.
Buttler, D., Kurkowska, H., Satkiewicz, H. 1982. *Kultura języka polskiego. Zagadnienia poprawności leksykalnej (Słownictwo rodzime)*. Warszawa: PWN.
Chwalba, A. red. 2004. *Obyczaje w Polsce. Od średniowiecza do czasów współczesnych*. Warszawa: PWN.
Cierpich-Kozieł, A. 2020. Koronarzeczywistość – o nowych złożeniach z członem *korona-* w dobie pandemii. *Język Polski* 4, s. 102–117. Online: <https://jezyk-polski.pl/index.php/jp/issue/view/6/2> [dostęp: 26.02.2024].

- Gloger, Z. 1900–1903. *Encyklopedia staropolska ilustrowana*, t. 1–4. Warszawa: Piotr Laskauer i S-ka.
- Liberek, J. 1998. *Innowacje frazeologiczne w powojennej fraszce polskiej*. Poznań: „WiS”.
- Makowska, M. 2021. Język i obraz wobec koronawirusa. Przyczynek do rozważań nad komunikacją medialną w czasach pandemii. *Forum Lingwistyczne* 8, s. 1–14. Online: <https://www.journals.us.edu.pl/index.php/FL/issue/view/1139> [dostęp: 26.02.2024].
- Pęzik, P. 2020. Budowa i zastosowania korpusu monitorującego Monco PL. *Forum Lingwistyczne* 7, s. 133–150. Online: <https://journals.us.edu.pl/index.php/FL/issue/view/997> [dostęp: 26.02.2024].
- Płoski, A. 2009. Kamienie milowe – o kontekście miejsca zabytku. *Kurier Konserwatorski* 5, s. 31–36. Online: https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Kurier_Konserwatorski/Kurier_Konserwatorski-r2009-t-n5/Kurier_Konserwatorski-r2009-t-n5-s31-36/Kurier_Konserwatorski-r2009-t-n5-s31-36.pdf [dostęp: 26.02.2024].
- Przepiórkowski, A. i in. 2012. *Narodowy Korpus Języka Polskiego*. Warszawa: PWN. Online: <https://nkjp.pl/index.php?page=3&lang=0> [dostęp 26.02.2024].
- Rusinek, M. 2023. Zgrzyt. W: Id., *Ptak doda, czyli co mówią do nas politycy*, s. 205–210. Kraków: Znak. [Pierwodruk w: Wszystkiemu winna metafora. Bo jak można spełniać lub realizować kamienie, choćby milowe? *Wyborcza.pl. Słówka*, 19.08.2022, online: <https://wyborcza.pl/7,175992,28806022,jak-mozna-spelniac-lub-realizowac-kamienie-choeby-milowe-komiczne.html>, dostęp: 26.02.2024].
- Wierzbicka, A. 1999. *Język – umysł – kultura*. Warszawa: PWN.

Milestones in Polish: From roadside signs to conditions (not) to be met

Summary

The article presents the history of the lexical unit *kamień milowy* ‘milestone’ in the Polish language, with a particular emphasis on its new meaning, coming from the EU variety of English, and the meaning-specific collocability. The study has shown how the political context influenced the popularity of the name in its new meaning, its functioning in the media, and its social reception. Data come from dictionaries, language corpora, the Polona digital library, the EU legal acts database, and the EU terminology database.

Keywords: language contacts – neosemanticism – EU terminology – idiomatisation – de-idiomatisation.

Adj. Marta Falkowska

Agata Łojek

Uniwersytet Warszawski

aj.lojek@uw.edu.pl

ORCID: 0000-0002-1733-1637

DOI: 10.33896/PorJ.2024.7.7

„PODAJ DŁOŃ PRZYSZŁYM POKOLENIOM”.
SPRAWOZDANIE Z XI EDYCJI WARSZTATÓW JĘZYKOWYCH
„DIALOG POKOLEŃ”
I OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI NAUKOWEJ
PT. DIALOG POKOLEŃ W JĘZYKU OGÓLNYM
I RÓŻNYCH ODMIANACH POLSZCZYZNY
(ŁOSICE, 22–29 LIPCA 2024 R.)

Zgodnie z wieloletnią tradycją w ostatnim tygodniu lipca (22–29.07.2024) odbyła się kolejna – XI już – edycja projektu „Dialog pokoleń”. Wydarzenie to, finansowane ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach programu Narodowego Centrum Kultury „Ojczysty – dodaj do ulubionych. Edycja 2024”, jak co roku przyciągnęło kilkudziesięciu badaczy z różnych ośrodków naukowych w Polsce. Zgodzili się oni otoczyć opieką merytoryczną trwające od wielu lat uczniowskie badania dialektologiczne, prowadzić warsztaty i opisywać znaczenia słów ratowanych od zapomnienia.

„Podaj dłoń przyszłym pokoleniom” – to hasło umieszczone na muralu upamiętniającym 750. rocznicę powstania Łosic, znajdującym się nad miejscowym zalewem. Mogłoby stać się ono jednocześnie dewizą „Dialogu pokoleń”. Uczestnicy warsztatów tym razem gościli właśnie w Łosicach, niewielkim miasteczku o bogatej historii, położonym na historycznym pograniczu Mazowsza i Podlasia, nad rzeką Tocznią.

Nad sprawnym przebiegiem warsztatów i towarzyszącej im konferencji naukowej czuwały dr hab. Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska, prof. ucz., dr Magdalena Wanot-Miśtura oraz pozostali członkowie komitetu organizacyjno-programowego.

Warsztaty rozpoczęły się w poniedziałek 22 lipca. Po przyjeździe uczestników do Łosic i zakwaterowaniu w Transgranicznym Centrum Dialogu Kultur oraz w Bursie Szkolnej Ośrodka Szkolno-Wychowawczego odbyło się oficjalne otwarcie warsztatów i powitanie gości. Następnie dr hab. Zygmunt Gałęcki zaprosił uczestników na spacer historyczny po Łosicach, podczas którego z wielką pasją opowiadał o przeszłości miasta i jego najciekawszych miejscach.

Po kolacji uczestnicy zapoznali się z programem tegorocznego „Dialogu pokoleń” i krótko o sobie opowiedzieli. Ta część dnia była szczególnie ważna dla nowych uczestników warsztatów, którzy mieli możliwość w swobodnej i przyjaznej atmosferze poznać językoznawców związanych z projektem od wielu lat. Dr hab. Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska,

prof. ucz. przybliżyła zgromadzonym ideę „Dialogu pokoleń” i opowiedziała o tradycji badań gwaroznawczych w Polsce północno-wschodniej.

We wtorek 23 lipca rozpoczęła się ogólnopolska konferencja naukowa pt. *Dialog pokoleń w języku ogólnym i różnych odmianach polszczyzny*. Obrady toczyły się od wczesnych godzin porannych w Łosickim Domu Kultury przy ul. Marszałka Piłsudskiego 4. Uroczystemu otwarciu (przez dr hab. Elżbietę Wierzbicką-Piotrowską, przedstawicieli władz samorządowych, burmistrza Łosic, starostę powiatu łosickiego oraz dyrektor Łosickiego Domu Kultury) towarzyszył wernisaż wystawy „Słowa ocalone od zapomnienia” przygotowany w holu Łosickiego Domu Kultury.

Podczas konferencji referaty wygłosiło prawie 40 naukowców z różnych ośrodków akademickich i naukowych: Uniwersytetu Warszawskiego, Uniwersytetu Łódzkiego, Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Akademii Humanistyczno-Pedagogicznej im. Tarasa Szewczenki w Krzemieńcu, Uniwersytetu Bielsko-Bialskiego, Uniwersytetu Jana Długosza w Częstochowie, Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie, Instytutu Języka Polskiego PAN czy Instytutu Sławiastyki PAN. Wśród uczestników konferencji znaleźli się także młodzi badacze – doktoranci oraz studenci. Podczas dwóch dni obrad doświadczeni naukowcy wspierali młodszych referentów swoją wiedzą i dobrymi radami.

Pierwszy dzień obrad rozpoczął się panelem wystąpień plenarnych pt. *Konflikt czy dialog pokoleń?* Dr hab. Elżbieta Wierzbicka-Piotrowska, prof. ucz. opowiedziała o wpływie różnic pokoleniowych na zmiany systemowe we współczesnej polszczyźnie, prof. dr hab. Anna Tyrpa zaprezentowała sposoby postrzegania młodości i starości przez mieszkańców wsi, natomiast dr Jarosław Łachnik przedstawił wyniki analizy leksykalnej neologizmów opisujących osoby młode i stare oraz odnoszących się do tych osób. Wszystkie trzy referaty stanowiły doskonale wprowadzenie w tematykę konferencji.

Kolejny panel pt. *Słowniki a dialog pokoleń* odbywał się w dwóch sekcjach. W sekcji A pt. *Słowniki obrazem przemian* wystąpili: prof. dr hab. Halina Pelcowa, która opowiadała słuchaczom o tzw. „prostym nazywaniu” w dialogu pokoleń, dr hab. Stanisław Cygan, prof. ucz., który omówił przejawy świadomości językowej mieszkańców regionu lubelskiego zawarte w *Tekstach gwarowych* (XII tom *Słownika gwar Lubelszczyzny* H. Pelcovej), nawiązując tym samym do dorobku naukowego swojej przedmówczyni, oraz dr Milena Wojtyńska-Nowotka, która mówiła o hipokorystykach w *Słowniku gwar Ostródzkiego, Warmii i Mazur*.

W sekcji B pt. *Słowniki wyznaczające drogę porozumienia* referaty wygłosili: dr Donata Ochmann, która rozważała, czy słownik może być dobrym mediatorem między pokoleniami, oraz prof. dr hab. Dorota Rembiszewska, która zastanawiała się, czy remedium na dialog międzypokoleniowy może stać się lokalny słownik gwarowy. Dr Paweł Ostaszewski z Zespołu Placówek Oświatowych w Platerowie przedstawił natomiast projekt słowniczka gwarowego ziemi łosickiej.

W drugiej części dnia odbył się panel pt. *Językowy obraz świata – wartością ponadpokoleniową?* W sekcji A pt. *Język ogólny i dialekty* wystąpili dr hab. Justyna Kobus, która wygłosiła referat *Nazwy chmur w języku mieszkańców wielkopolskich wsi*, dr hab. Błażej Osowski i dr Katarzyna Zagłoba, próbujący odpowiedzieć na pytanie: *Co wybrane książki*

kucharskie mówią nam o słownictwie kulinarnym Wielkopolski?, oraz absolwent filologii polskiej na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego Paweł Szutow, który z pasją opowiadał o języku wilamowskim dawniej i dziś.

Podczas toczących się równolegle obrad w sekcji B pt. *Język literatury* z referatem wystąpiła dr Lucyna Bagińska, która zaintrygowała słuchających rozważaniami o nazwach barw w ekfrazach dwóch poetek z różnych pokoleń piszących o tym samym obrazie. Kolejno wystąpiły reprezentantki najmłodszego pokolenia badaczy, studentki z Uniwersytetu Łódzkiego: Marta Kwiatkowska oraz Natalia Namielska, które zabrały słuchaczy w podróż do świata słowiańskich wierzeń. Pierwsza referentka przedstawiła obraz kobiety w społeczności słowiańskiej na podstawie *Starej baśni* J.I. Kraszewskiego, druga zaś – język pogańskich czarownic na podstawie powieści *Stara Słaboniowa i spiękaduchy* oraz *Ogniem i mieczem*.

Ostatni tego dnia panel pt. *Kulturowe uwarunkowania dialogu pokoleń* miał formę wystąpień plenarnych. Jako pierwszy wystąpił dr Artur Czesak z referatem *Zespół regionalny i sceniczna obecność kultury tradycyjnej jako przestrzeń międzypokoleniowego dialogu*, następnie dr hab. Renata Kucharzyk, prof. IJP PAN, która przedstawiła kulturowe i językowe aspekty oceny dawnych ludowych zwyczajów weselnych przez młode pokolenie, a jako trzeci dr hab. Tomasz Rokosz, prof. ucz. z referatem *Mistrz i uczeń – muzyczne aspekty dialogu pokoleń*.

Po dniu intensywnych obrad na uczestników konferencji czekała miła niespodzianka – będący prawdziwą uczcią kulturalną koncert pieśni ludowych Zespołu Pieśni i Tańca Ziemi Łosickiej pod kierownictwem Mirosława Odoszewskiego.

Drugi dzień konferencji rozpoczął się panelem pt. *Tradycyjne wartości a nowoczesność* z wystąpieniami plenarnymi. Otworzył go dr hab. Kazimierz Sikora, prof. ucz. wystąpieniem o polskiej grzeczności. Następnie referat poświęcony formom adresatywnym w mediach społecznościowych wygłosiła dr Anna Dąbkowska. Dr hab. Katarzyna Sobolewska opowiedziała o zagadkach ludowych w kontekście ciągłości i zmian w języku i kulturze, natomiast ostatnia referentka, dr hab. Jolanta Szarlej, prof. ucz. poświęciła uwagę językowemu obrazowi dziewicy w różnych odmianach polszczyzny.

Od godziny 11.30 obrady toczyły się w sekcjach. W sekcji A pt. *Językowe zróżnicowanie środowiskowe i regionalne* zaprezentowali się doktoranci z Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Łódzkiego. Mgr Łukasz Wnuk mówił o mechanizmach kreowania międzypokoleniowej wspólnoty dyskursu na przykładzie wybranych jednostek nominalnych współczesnego polskiego języka motoryzacyjnego, mgr Jakub Sroka prezentował frazeologię obozową na podstawie wspomnień byłych więźniów łagru na Majdanku. Mgr Alicja Dziecioł przybliżyła uczestnikom konferencji profesjonalny medyczny na bloku ortopedycznym, a mgr Marta Szelenbaum opowiadała o uwarunkowaniach społeczno-kulturowych w rozwoju kompetencji narracyjnej dzieci w wieku przedszkolnym.

W sekcji B pt. *Neologizmy i zapożyczenia* referaty wygłosili dr hab. Ewa Maślowska, prof. IS PAN (*Matka – Madka – Furiatka w dyskursie społecznościowym. Dialog pokoleniowy czy ideologiczny?*), mgr Przemysław Megger (*Neosędziowie i neo-KRS. O wartości emocjonalnej nowych wyrazów złożonych z cząstką neo-*), dr hab. Katarzyna Sicińska, prof. ucz. (*Adoracja, adoracia, adoracja... O czym mówią historykowi języka zapożyczenia łacińskie na -ya, -ija zawarte w osiemnastowiecznym tekście*) oraz student Uniwersytetu Warszaw-

skiego Mateusz Gromulski (*Analiza dialektyzmu piecuch jako przykładu zapożyczenia wewnętrznego w polszczyźnie*).

Po przerwie obiadowej obrady nadal toczyły się w sekcjach. W sekcji A pt. *Wzorce słowotwórcze* wystąpiło troje referentów. Referat prof. dr. hab. Jerzego Sierociuka był poświęcony słowotwórstwu gwarowych apelatywów (na przykładzie nazw 'tego, który wszystko robi lewą ręką'). Dr hab. Irena Jaros, prof. ucz. przedstawiła semantyczne, słowotwórcze i geograficzne zróżnicowanie przymiotników nazywających ludzi lubiących pracować, które wystąpiły w polskich gwarach, natomiast dr hab. Alina Kępińska, prof. ucz. opowiedziała o kategorii męsko- i niemęskoosobowości w gwarach polskich.

W sekcji B pt. *Wzorce kulturowe* mgr Agata Łojek zaprezentowała potencjał tworzonej w ramach programu „Diamentowy Grant” aplikacji o nazwie *Antropoteka. Daleszycka baza nazwisk* jako innowacyjnego narzędzia badawczego w antroponomastyce historycznej. Mgr Gabriela Walicka ukazała różnorodność językową i kulturową Warmii na przykładzie powojennych imion z Lidzbarka Warmińskiego. Wystąpienie dr Anny Hryniewickiej było zaś poświęcone przemianom cywilizacyjnym jako wyzwaniu dla współczesnej edukacji.

Ostatnią część konferencji stanowiły obrady plenarne pt. *Metodologia badań językoznawczych w kontekście dialogu pokoleń*, podczas których wystąpili prof. dr hab. Iwona Nowakowska-Kempna i Sandra Camm z referatem *Regionalizm – nowe ujęcie, stare problemy* oraz dr hab. Zygmunt Gałęcki z referatem *Podlasie w badaniach językoznawczych i interdyscyplinarnych (na wybranych przykładach)*.

Po ostatniej już podczas tej konferencji dyskusji organizatorzy zamknęli obrady i podsumowali dwa dni międzypokoleniowej wymiany myśli i doświadczeń.

Drugi dzień konferencji uświetnił wieczorny spektakl teatralny *Mój Chopin* w wykonaniu aktorów teatru amatorskiego Dram-Pol.

W czwartek 25 lipca do grona uczestników warsztatów dołączyli uczniowie i nauczyciele ze szkół biorących udział w „Dialogu pokoleń”. Wyniki prowadzonych w ostatnich miesiącach badań gwaroznawczych zaprezentowali uczniowie ze Szkoły Podstawowej w Niemojkach, Szkoły Podstawowej w Platerowie i Szkoły Podstawowej w Ruskowie. W godzinach porannych uczniowie mieli okazję wziąć udział w konkursie językowym i zmierzyć się z zawiłościami dawnej i współczesnej polszczyzny. Współpraca z kolegami z innych szkół poszła im doskonale – wszystkie grupy bez problemu odgadły końcowe hasło.

W czwartek odbyło się także V Dyktando „Dialogu pokoleń”, w którym wyłoniono Łosickiego Mistrza Ortografii w dwóch kategoriach – młodzież i dorośli. Po południu był również czas na niezwykle wartościowe spotkanie z seniorami z powiatu łosickiego, podczas którego słuchacze mogli poznać mnóstwo ciekawostek językowych. Spotkanie miało formę ożywionej dyskusji z publicznością. Tego popołudnia swoją działalność miało okazję zaprezentować Sokołowskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne. Uczestnicy warsztatów wysłuchali również inspirującego wykładu dr hab. Wandy Decyk-Zięby, prof. ucz. poświęconego dawnym i współczesnym gramatykom języka polskiego, związanego z pracami nad *Słownikiem historycznym terminów gramatycznych* przygotowywanym przez Zakład Historii Języka Polskiego i Dialektologii UW.

Wieczór uprzyjemnił wszystkim program artystyczny – tym razem występ zespołu folklorystycznego Zakrze Śpiewa.

Piątek i sobota (26 i 27 lipca) były dniami wycieczek krajoznawczo-historycznych. Uczestnicy „Dialogu pokoleń” mieli okazję wspiąć się na Górę Zamkową w Drohiczyne i podziwiać z niej zakale Bugu, spojrzeć na Mielnik ze wzgórza zamkowego, zwiedzić Muzeum Ziemiaństwa w Dąbrowie i pałac w Korczewie, spacerować ulicami Węgrowsa i poznawać jego historię w miejscowym muzeum czy wysłuchać w Sokołowie Podlaskim – przy kawie i jeszcze gorących jagodziankach – koncertu na starych instrumentach w wykonaniu miejscowego kolekcjonera.

W ciągu tych dwóch pełnych wrażeń dni nie zabrakło miejsca na spotkania poświęcone historii literatury. Dzięki wykładowi dr hab. Katarzyny Sobolewskiej można było poznać szczegóły pobytu Stefana Żeromskiego na Podlasiu w latach 1889–1890. Bardzo zaintrygowały one zwłaszcza uczniów – prelekcja ukazała im pisarza kojarzonego głównie z *Przedwiośnią* i *Szyfowymi pracami* w zupełnie nowym świetle. Sobotni wieczór umiliła uczestnikom warsztatów dr Lucyna Bagińska, która zaprezentowała cykl wierszy Zofii Gordziałkowskiej inspirowany obrazami Arnolda Böcklina. Piątkowy wieczór integracyjny przy ognisku – stający się już powoli tradycją „Dialogu pokoleń” – pozwolił poczuć wszystkim (już w mniej formalnych okolicznościach) niezwykłą więź łączącą pokolenia: naukowców, młodych badaczy, studentów, nauczycieli i uczniów. Rozmowy i śpiewy przy ognisku trwały do późnych godzin wieczornych.

Niedzielnny poranek część uczestników warsztatów spędziła aktywnie: kilka osób, zachęconych wykładem dr hab. Katarzyny Sobolewskiej, wyruszyło na spacer Szlakiem Stefana Żeromskiego, z Niemojek, przez Łysów, do Patkowa. Następnie na chętnych czekała – dzięki uprzejmości Urzędu Miasta i Gminy Łosice – gra miejska „Społeczna siła Łosic. Wycieczka edukacyjna”. Po niedzielnym obiedzie młodzież szkolna, podzielona na drużyny, razem ze studentami i doktorantami grała w Taboo. Zaangażowanie uczestników było ogromne!

Niedzielnny wieczór i poniedziałkowy poranek były czasem podsumowań, pożegnań i wyjazdów uczestników do domów. Organizatorzy zamknęli konferencję, żywiąc nadzieję, że wszyscy w tak samo licznym gronie spotkają się za rok, podczas XII edycji „Dialogu pokoleń”.

XI edycja „Dialogu pokoleń” okazała się bardzo ważnym wydarzeniem naukowym i kulturalnym oraz doskonałą okazją do wymiany poglądów i doświadczeń przedstawicieli różnych pokoleń. Świadczy o tym liczba uczestników konferencji, różnorodność podejmowanej w referatach tematyki, ożywione dyskusje po panelach i w kuluarach. Warsztaty po raz kolejny pokazały, że badania gwaroznawcze są wciąż niezwykle ważne i potrzebne – także (a może: zwłaszcza) dla najmłodszego pokolenia, które szczególnie silnie odczuwa zbliżający się koniec pewnej epoki i jest świadkiem stopniowego odchodzenia gwar – wraz z najstarszymi mieszkańcami wsi – w przeszłość...

INFORMACJE DLA AUTORÓW „PORADNIKA JĘZYKOWEGO”

W czasopiśmie „Poradnik Językowy” publikowane są prace z zakresu językoznawstwa polonistycznego, slawistycznego oraz ogólnego, a także glottodydaktyki i logopedii.

Do publikacji (po postępowaniu kwalifikacyjnym) przyjmujemy następujące rodzaje tekstów: artykuły naukowe i przeglądowe, recenzje i omówienia prac naukowych, sprawozdania z konferencji naukowych i sympozjów oraz informacje o działalności Towarzystwa Kultury Języka, a także teksty okolicznościowe (jubileuszowe, nekrologi i wspomnienia).

Uprzejmie prosimy Autorów o przestrzeganie następujących zasad redakcyjnych:

- Objętość artykułu nie powinna przekraczać 22 stron znormalizowanego maszynopisu (ok. 40 000 znaków ze spacjami), objętość pozostałych tekstów zaś – stron 7 (ok. 12 000 znaków ze spacjami).
- Prosimy o dołączenie do tekstu artykułu krótkiego (10 wersów) streszczenia i słów kluczowych w języku polskim i angielskim. Streszczenie powinno zawierać: 1) uzasadnienie podjętych badań; 2) prezentację uzyskanych wyników; 3) omówienie zastosowanej metody badawczej.
- W cudzysłowie podajemy tytuły czasopism oraz cytaty – jeżeli nie są wyodrębnione w inny sposób (np. inną wielkością pisma).
- Kursywą wyodrębniamy wszystkie omawiane wyrazy, zwroty i zdania, ponadto tytuły książek i części prac, tzn. rozdziałów i artykułów, oraz zwroty obcojęzyczne wplecione w tekst polski.
- Podkreślenia tekstowe oznaczamy spacją (druk rozstrzelony).
- Znaczenie wyrazów podajemy w łapkach ‘ ‘.
- Redakcja przyjmuje teksty przez platformę czasopism Wydziału Polonistyki UW (<https://www.journals.polon.uw.edu.pl/index.php/pj/>). Aby przesłać tekst, należy się zalogować; przed pierwszym logowaniem konieczna jest rejestracja. Materiały do czasopisma można składać przez cały rok.
- Prosimy autorów o przysyłanie tekstów w dwóch wersjach: pełnej i zanonimizowanej (z pominięciem informacji pozwalających na ustalenie autorstwa).
- Autorów przysyłających swoje prace po raz pierwszy prosimy o podanie imienia, nazwiska, tytułu naukowego lub zawodowego, numeru ORCID, nazwy ośrodka naukowego (przy którym chcą afiliować tekst artykułu), adresu prywatnego, adresu e-mail i numeru telefonu. Pliki prosimy przysyłać w formacie edytora MS Word (*.doc, *.rtf).
- Autorzy są zobowiązani do złożenia oświadczenia o oryginalności autorskiej tekstów.
- W wypadku wątpliwości prosimy kontaktować się z redakcją za pośrednictwem poczty elektronicznej: poradnikjezykowy@uw.edu.pl.

Cena zł 20,00
w tym VAT 8%

INFORMACJA O PRENUMERACIE

„PORADNIKA JĘZYKOWEGO”

Ceny „Poradnika Językowego” w roku 2024:
prenumerata roczna (10 numerów) – 200,00 zł,
opłata za pojedynczy numer – 20,00 zł.

Zamówienia na pojedyncze egzemplarze pisma można składać bezpośrednio na stronie wydawnictwa: www.elipsa.pl lub kierować na adres e-mail: sklep@elipsa.pl

Prenumerata krajowa i zagraniczna

Zamówienia na prenumeratę przyjmują:

KOLPORTER SA, www.kolporter.com.pl, e-mail: prenumerata.warszawa@kolporter.com.pl
tel. 22 355-04-71 do 75

GARMOND PRESS SA, e-mail: prenumerata.warszawa@garmondpress.com.pl
tel. 22 837-30-08

Subscription orders for all magazines published in Poland available through the local press distributors or directly through:

Foreign Trade Enterprise ARS POLONA SA, ul. Obrońców 25, 03-933 Warszawa
www.arspolona.com.pl, e-mail: arspolona@arspolona.com.pl