

KWARTALNIK OŚRODKA BADAŃ PRASOZNAWCZYCH
UNIwersytet Jagielloński

Zeszyty

PRASOZNAWCZE

(ROczNIK L JAKO KONTYNUACJA
PRASY WSPÓŁCZESNEJ I DAWNEJ Z LAT 1958–1959)

Nr 3–4 (191–192)
Nr indeksu 38364

Kraków 2007
PL ISSN 0555-0025

AUTORZY:

MARTA DALGIEWICZ, dziennikarka, członek Koła Współpracowników Komisji Języka Religijnego Rady Języka Polskiego.

WIESŁAW PRZYCZYNA, o. dr hab., profesor Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie, ul. Szujskiego 4, 31-123 Kraków.

ALEKSANDER KIKLEWICZ, prof. dr hab., Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Wydział Humanistyczny, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, ul. K. Obiży 1, 10-725 Olsztyn.

PAWEŁ ZAŁĘSKI, doktorant, Szkoła Nauk Społecznych przy Instytucie Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Nowy Świat 72, 00-330 Warszawa.

MARCIN HERNAS, doktorant, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego.

AGNIESZKA LORENZ, Uniwersytet Warszawski.

ANNA CZYŻYK-CYZIO, asystent, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów.

ADRIAN GAMOŃ, Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Wydział Nauk Społecznych Stosowanych, ul. Gramatyka 8a, 30-071 Kraków.

MICHAŁ MICHALAK, Uniwersytet Jagielloński.

OLGA MYTNIK, Uniwersytet Jagielloński, Akademia Muzyczna w Krakowie.

MAŁGORZATA RODAK, Uniwersytet Jagielloński.

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bajka, Ireneusz Bobrowski, Agnieszka Cieślikowa (sekretarz redakcji), Sylwester Dziki, Ryszard Filas, Jarosław Grzybczak, Wojciech Kajtoch, Maciej Kawka, Jacek Kołodziej, Walery Pisarek (redaktor naczelny), Paweł Płaneta (*Zeszyty on-line*), Henryk Siwek, Andrzej Zagrodnik

<http://www.obp.pl>

WSPÓŁPRACOWNICY ZAGRANICZNI

Prof. Mihai Coman – Universitatea București; dr Shelton A. Gunaratne – Mass Communications Department, Moorhead State University (Minnesota); [prof. James D. Halloran] – University of Leicester, Centre for Mass Communication Research; doc. Lija P. Jewsiejewa – Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwersitet im. Łomonosowa, Fakultiet Żurnalistiki; dr Marija Lõhmus – University of Tartu; prof. William H. Melody – University of Technology, Delft; prof. Karl Erik Rosengren – Lunds Universitet, Sociologiska Institutionen; prof. Winfried Schulz – Universität Erlangen-Nürnberg; prof. Slavko Splichal – Univerza v Ljubljani; dr Benno Signitzer – Universität Salzburg, Institut für Kommunikationswissenschaft; prof. Tapio Varis – University of Helsinki; doc. Alexandra Viatteau – Université Marne-la-Vallée

PROJEKT OKŁADKI: Zygmunt Strychalski

REDAKTOR NUMERU: Wojciech Kajtoch

© Zeszyty Prasoznawcze 2007

Adres redakcji: 31-150 Kraków, ul. św. Filipa 25, tel./fax (+48) 12-422-06-44

e-mail: zeszyty.prasoznawcze@uj.edu.pl; uwpisare@cyf-kr.edu.pl; acieslik@uj.edu.pl. **Wydawca:** Uniwersytet Jagielloński, 31-007 Kraków, ul. Gołębia 24. Nakład 350 egz., ark. druk. 14,0. Numer został zamknięty i oddany do składu w kwietniu 2008 r. **Skład:** „MarDruk”, Marcin Herzog, ul. Mazowiecka 25/203, 30-019 Kraków, tel./fax 012-294-55-75, 0602-130-104, e-mail: biuro@mardruk.pl, <http://www.mardruk.pl>. **Druk:** Drukarnia Uniwersytetu Jagiellońskiego, ul. Czapskich 4, 31-110 Kraków, e-mail: drukarnia@adm.uj.edu.pl

Nr indeksu: 38364, PL ISSN 0555-0025

SPIS TREŚCI

Od redaktora	5
--------------------	---

Z PROBLEMÓW AKTUALNYCH

Marta Dałgiewicz i Wiesław Przyczyna: Czy dziennikarze przestrzegają zasad pisowni słownictwa języka religijnego?	7
---	---

ROZPRAWY I ARTYKUŁY

Aleksander Kiklewicz: Ideologia w tekście publicystycznym: kategorie tematyczne, konceptualizacja metaforyczna, wartościowanie	21
Paweł Załęski: Propaganda społeczeństwa obywatelskiego w dobie transformacji: Zestawienie zawartości materiałów prasowych	41
Marcin Hernas: Językowy obraz Żyda w prasie prawicowej w świetle wybranych słów kluczowych	53
Agnieszka Lorenz: Sylwetka Witolda Gombrowicza w polskiej prasie w latach 1970–2004 ..	73

MATERIAŁY

Anna Czyżyk-Cyzio: „Zero tolerancji”, czyli jak uzdrowić szkolnictwo – o manipulowaniu w prasowych tekstach informacyjnych	97
Adrian Gamoń: Obraz <i>wolności</i> w piśmie anarchistycznym <i>Inny Świat</i>	111
Michał Michalak: Metaforyka prasowych publikacji sportowych w latach 1957–2007 ..	125
Olga Mytnik: Jak krytycy <i>Ruchu Muzycznego</i> oceniają muzykę, jej wydania i wykonanie ..	141
Małgorzata Rodak: Polskie i niemieckie <i>Bravo</i> – porównanie	159

RECENZJE, OMÓWIENIA, NOTY

Walery Pisarek: O mediach i języku (*Krystyna Kowalik*) s. 177; Henry Jenkins: Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów oraz Andrew Keen, Kultura amatora. Jak Internet niszczy kulturę (*Ignacy S. Fiuł*) s. 181; Ryszard Kowalczyk: Zarys dziejów prasy lokalnej w Wielkopolsce. Analiza prasoznawczo-politologiczna (*Lidia Pokrzycka*) s. 185; Jerzy Jarowiecki, Artur Paszko, Władysław Marek Kolaśa [red.]: Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska (*Jerzy Pałosz*) s. 186; Katarzyna

Skowronek: Między *sacrum* a *profanum*. Studium językoznawcze listów pasterskich Konferencji Episkopatu Polski (1945–2005) (*Karina Jarzyńska*) s. 189; Jerzy Mikułowski Pomorski: Jak narody porozumiewają się między sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym (*Ignacy S. Fiuł*) s. 193; Paweł Nowak [red.]: O sztuce publicznego występowania i komunikacji społecznej (*Lidia Pokrzycka*) s. 195; Tadeusz Skoczek: Między misją a komercją. Problemy finansowania mediów publicznych w Polsce (*Jerzy Pałosz*) s. 196; Thomas De Zengotita: Mediated. How the media shape Your world (Urszula Dolska) s. 197; Piotr Legutko, Dobrosław Rodziewicz: Gra w media. Między informacją a deformacją (*Lidia Pokrzycka*) s. 200; Paweł Nowak i Ryszard Tokarski [red.]: Kreowanie światów w języku mediów (*Rafał Zimny*) s. 201.

KRONIKA NAUKOWA, SPRAWOZDANIA

Mediatyzacja kampanii wyborczych. Konferencja w Ustroniu i Katowicach, 25–27 września 2007 r. (<i>Jerzy Pałosz</i>)	209
Media – kultura – edukacja. Rzeszów, 8–10 października 2007 (<i>Marta Wrońska</i>)	211
Dyskurs religijny w mediach. Konferencja naukowa w Warszawie, 22–24 XI 2007 (<i>Agata Grzełlińska, Izabela Rutkowska</i>)	214
Warszawska debata nad ustawodawstwem medialnym (<i>Jerzy Pałosz</i>)	219
SUMMARIES	221

Od redaktora

Instytucjonalizacja integracji zbiorowości osób zaangażowanych w naukowe poznawanie komunikacji medialnej nie miała w Polsce szczęścia. Wojna przekreśliła możliwości rozwoju powstałemu w r. 1938 dzięki staraniom Stanisława Jarokowskiego Towarzystwu Wiedzy Prasowej. Inicjatorom powołania do życia Polskiego Stowarzyszenia Badań nad Komunikowaniem Masowym w roku 1957 wystarczyło zapału na niewiele więcej niż zorganizowanie zebrania założycielskiego. Na tym tle za sukces trzeba uznać powstanie w r. 1972 Komisji Prasoznawczej Oddziału Krakowskiego PAN, mającej wprawdzie tylko zasięg regionalny, ale od trzydziestu kilku lat wciąż aktywnej odczytowo i publikacyjnie.

Trzymajmy więc kciuki za powodzenie Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, które zostało powołane do życia na Walnym Zjeździe Założycielskim 22 kwietnia 2007 roku we Wrocławiu. Podstawowym celem Towarzystwa jest: wspieranie i propagowanie rozwoju nauki o komunikowaniu i mediach. Jego statutowa działalność ma służyć „integracji rozproszonego środowiska badaczy i praktyków komunikowania, uporządkowaniu obszaru studiów nad komunikowaniem i mediami w Polsce, podniesieniu ich rangi i poziomu, współpracy z podobnymi towarzystwami krajowymi i zagranicznymi. Jednym z priorytetowych celów jest podjęcie starań o wyodrębnienie badań nad komunikacją jako autonomicznej dyscypliny naukowej.” PTKS zapowiada organizowanie konferencji (jego I kongres ma się odbyć we Wrocławiu w dniach 15–18 września 2008 r.) oraz prowadzenie działalności badawczej i wydawniczej, obejmującej m.in. edycję [mam nadzieję, że nie tylko] angielskojęzycznego półrocznika *Central European Journal of Communication*. Matki i ojcowie założyciele Towarzystwa liczą na przyciągnięcie zarówno teoretyków, jak i praktyków komunikowania, a więc „nauczycieli akademickich, badaczy, dziennikarzy, pracowników public relations i reklamy, ośrodków badania opinii publicznej, konsultantów politycznych, doradców medialnych, ludzi biznesu i mediów, marketingu ekonomicznego i politycznego – wszystkich tych, którzy zajmują się komunikowaniem i mediami w różnych aspektach.” Troskę o przyszłość Towarzystwa powierzono jego Zarządowi, na którego czele stanęła jako jego prezes prof. UW r. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska.

O szerokości spojrzenia PTKS świadczy problematyka jego 21 sekcji, których zainteresowanie obejmuje antropologię, filozofię, ekonomikę, historię, prawo mediów, reklamę i public relations oraz komunikowanie interpersonalne, masowe, międzykulturowe, polityczne, wizualne, język w mediach, dziennikarstwo i politykę medialną. Swego rodzaju egzaminem dojrzałości Towarzystwa i jego sekcji stanie się wspomniany wyżej kongres poświęcony „Kreowaniu komunikowania – jego wartości, kontroli, krytyce”. Czekając na kongres, warto zajrzeć do tego numeru *Zeszytów*. Za problem aktualny uznaliśmy wyniki sondażu poprawności pisowni słownictwa religijnego w prasie codziennej. Okazuje się, że 6,6% użyć wyrazów zaliczanych do tego słownictwa występuje w niepoprawnej postaci. Pesymista powie, że aż tyle, optymista – że tylko tyle. **Marta Dalgiewicz i ks. Wiesław Przyczyna**, którzy ten sondaż przeprowadzili, należą do optymistów.

Na czele działu Rozpraw i artykułów w tym numerze znajdziemy kognitywistyczne studium **Aleksandra Kiklewicza** o słowie i pojęciu *ideologii*. Po lekturze tej pracy będziemy z przekonaniem dodawać *ideologię* do szeregu wyrazów, które w toku dyskursu publicznego tracą lub już utraciły swoje pierwotnie, szlachetne nacechowanie, jak *działacz*, *elita*, *tolerancja*. Oto bowiem – według Kiklewicza – we współczesnej publicystyce polskiej „w większości wyrażań metaforycznych [...] pojęciu ideologii

towarzyszy wartościowanie negatywne”, co pozwala uznać, że jest to „stała, regularnie odtwarzana cecha rozumienia ideologii we współczesnej kulturze. Ideologia kojarzy się z takimi cechami, jak *dogmatyzm, spekulacja, manipulacja, irracjonalizm, idealizm, cynizm, ograniczenie wolności*”. Aż się prosi, żeby tu przypomnieć znaną prawdę prasoznawczą, że „ideologia to maszyna do niszczenia informacji”. Deprecjację wartościowania *ideologii* notuje też „Inny słownik języka polskiego” z r. 2000, opisując ją jako „słowo używane z dezaprobatą”.

Pozostając w sferze ideologii, przechodzimy do artykułu **Pawła Załęskiego** o karierze wyrażenia *społeczeństwo obywatelskie* w polskim dyskursie politycznym lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX w. Za tym wyrażeniem stoją – jak wiadomo – trzy różne i wzajemnie sprzeczne wizje społeczeństwa, które nazwać można wizją liberalną (J.S. Mill), etatystyczną (G. Hegel) i krytyczną (K. Marks). Załęski dowodzi (pewnie zgodnie z Jadwigą Staniszkis), że w interesującym go okresie *uksztaltowanie się postmodernistycznej semantyki* tego wyrażenia było *jednym z elementów transformacji ustrojowej*. Termin „*społeczeństwo obywatelskie*” jest *wytworem postkomunizmu* [...] i jako taki miałby stanowić *jedno z propagandowych narzędzi, jakimi posłużyli się komuniści w celu legitymizacji procesu transformacji ustrojowej*.

Budząca niepokój i sprzeciw zawartość skrajnie prawicowych wydawnictw periodycznych dostarczyła **Marcinowi Hernasowi** materiału do rekonstrukcji językowego obrazu Żyda jako wroga. Autor traktuje go jako przykład powszechnego zjawiska, że *każda grupa społeczna definiuje się także przez negację innych grup społecznych*, a obraz wroga *staje się zwierciadłem, w którym odbija się tożsamość społeczności, która go wytwarza*.

Wbrew stereotypowym wyobrażeniom postać i twórczość Witolda Gombrowicza, przemilczana w polskich mediach krajowych aż do śmierci pisarza w r. 1969, powróciła na łamy prasy w latach siedemdziesiątych. Z analizy prasowych publikacji z lat 1970–2004 **Agnieszka Lorenz** wyciąga wniosek, że *faktycznie o Gombrowiczu najczęściej pisało się w czasach późnego Peerelu, a konkretnie w latach osiemdziesiątych*. W Polsce dzisiejszej, *kiedy często się wznawia dzieła pisarza, a „Ferdynurke” jest lekturą szkolną, zaczyna brakować nowych głosów* [...]. A żeby się dowiedzieć, o czym i jak pisano, trzeba sięgnąć do artykułu.

Płynność granicy między perswazją a manipulacją w sprawozdaniach prasowych omawia **Anna Czyżyk-Cyzio** na przykładzie dwóch tekstów opisujących to samo wydarzenie – w *Rzeczpospolitej* i *Naszym Dzienniku*. Porównanie ich – zdaniem autorki – *ukazuje, jak ogromne mogą być różnice w przekazywaniu informacji* [...], *i jak – za pomocą odpowiedniego układu treści czy stosownie dobranych słów – można wpłynąć na jej odbiór*.

Czystością metodologiczną empirycznej rekonstrukcji obrazu *wolności* jako najważniejszej wartości w anarchistycznym *Innym Świecie* zaleca się artykuł **Adriana Gamonii**. Natomiast za największy atut raportu **Michała Michalaka** z badań nad metaforą prasowych publikacji sportowych jest ukazanie jej ewolucji w ostatnim półwieczu. Ambitną a udaną próbę krytycznego opisu swoistości sposobów oceniania różnych aspektów muzyki w *Ruchu Muzycznym* podjęła **Olga Mytnik**, zarzucając im schematyzm, który może być jednym z czynników, sprawiających, że *tradycyjna specjalistyczna prasa muzyczna pozostawia w oczach melomanów tak wiele do życzenia*. Na koniec **Małgorzata Rodak** z porównania polskiego i niemieckiego pisma *Bravo* wyciąga wniosek, że *polskie „Bravo” – krytkowane przez konserwatywne środowiska za „propagowanie moralnego luzu”, jest pod względem obyczajowym o wiele ostrożniejsze niż jego niemiecki odpowiednik*.

Tyle w części artykułowej tego numeru. Jego część recenzyjno-kronikarska jest jeszcze ciekawsza.

MARTA DALGIEWICZ, WIESŁAW PRZYCZYNA

CZY DZIENNIKARZE PRZESTRZEGAJĄ ZASAD PISOWNI SŁOWNICTWA RELIGIJNEGO?

W maju 2004 roku Rada Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk zatwierdziła zasady pisowni słownictwa religijnego, przygotowane przez Komisję Języka Religijnego. Od tego momentu stały się one obowiązujące dla wszystkich użytkowników języka polskiego. 21 zasad reguluje pisownię wielką lub małą literą godności, tytułów i urzędów kościelnych, instytucji i jednostek organizacyjnych Kościoła, budynków i obiektów, modlitw, nabożeństw, osób, tytułów utworów religijnych. Kolejne 6 zasad obejmuje m.in. pisownię skrótów, poprawność słowotwórczą i fleksyjną. W listopadzie 2004 r. ukazała się poświęcona tym ustaleniom publikacja, zatytułowana „Zasady pisowni słownictwa religijnego” pod redakcją Renaty Przybylskiej i Wiesława Przyczyny. Od tego czasu książka miała kilka wydań, a informacje o przyjętych przez Radę Języka Polskiego zasadach ukazywały się na łamach dzienników regionalnych i ogólnopolskich oraz tygodników, m.in. *Naszej Polski* [15.06.2004], *Dziennika Polskiego* [10.12.2004] czy *Gazety Wyborczej* [8–9.01.2005]. Te fakty stały się podstawą założenia, że tak poszczególni publicyści, jak i redakcje znają zasady opracowane przez Komisję Języka Religijnego, co usprawiedliwia zajęcie się w tym artykule odpowiedzią na pytanie, czy dziennikarze przestrzegają zasad pisowni słownictwa religijnego.

Materiałem wyjściowym do przeprowadzenia analizy stało się osiem kolejnych wydań ogólnopolskich gazet codziennych: *Dziennika*, *Gazety Wyborczej*, *Naszego Dziennika*, *Rzeczpospolitej*, *Trybuny* i *Życia Warszawy*. Dzienniki ukazywały się od 8 do 16 czerwca 2007 r. Wybrany został właśnie ten okres – tuż po uroczystości Bożego Ciała (7.06.2007) – ze względu na spodziewane nagromadzenie informacji dotyczących Kościoła. Główne tematy podjęte przez prasę w tym okresie to: opis uroczystości Bożego Ciała, a zwłaszcza komentarze w związku z homilią abp. Józefa Michalika, w której skrytykował władze za brak zapisu w konstytucji o ochronie życia poczętego; tzw. włoski strajk w sklepach w Boże Ciało; dyskusja o wliczaniu oceny z religii do średniej; prowokacje SB względem abp. Tadeusza Gocłowskiego i lustracja duchownych; sprawa odwołania

oskarżanego o mobbing dyrektora Caritas Polska oraz zapowiedź zebrania plenarnego Konferencji Episkopatu Polski. W sumie jest to dokładnie 200 wypowiedzi – od kilkudzaniowych informacji po teksty na kilka kolumn.

Główny problem pisowni słownictwa religijnego dotyczy użycia wielkiej i małej litery. W analizowanych tekstach nie były brane pod uwagę wyrazy rozpoczynające zdanie, bowiem użycie wielkiej litery jest tam obligatoryjne. Poniższy materiał odnotowuje, w jakim stopniu dziennikarze przestrzegają zasad pisowni dotyczących najczęściej pojawiającego się na łamach prasy słownictwa religijnego.

Nazwy osobowe¹

Nazwy osobowe: *Bóg, Jezus Chrystus, Maryja*, a także określenia i peryfrazy Boga: *Zbawiciel, Stwórca, Pierwsza Osoba Trójcy* zapisywane są w prasie poprawnie wielką literą. Dodatkowe określenia należy pisać małą literą, np. *Jezus współczujący*, chyba że pełnią one funkcję identyfikującą, wówczas należy użyć wielkiej litery, np.: *Matka Boża Częstochowska, Matka Boża Pocieszenia*.

W przypadku pochodzących od nazw osobowych przymiotników, w myśl zasady 21, należy użyć wielkiej litery, kiedy odpowiadają one na pytanie *czyj?*, np. w wyrażeniach: *Kościół Chrystusowy, pięć Chrystusowych ran, lud Boży*. W takiej właśnie, poprawnej formie występują one w badanym materiale. Wyjątkowo mała litera występuje w potocznych wyrażeniach, pozbawionych dziś właściwie głębszej treści religijnej, jak *bicz boży*:

Nas rzeczywiście lustracja nie fascynuje tak jak Lisickiego, który widzi w niej bicz boży na zdrajców narodu, bez mała świecki Sąd Ostateczny... [Dz, 8.06]

Zasady... wskazują też, by przymiotnik *boski* zapisywać zasadniczo małą literą, a więc:

...jak definiować granicę między tym co cesarskie i boskie... [Dz, 8.06]
Podczas przesłuchania Niemiec zeznał, że jest w posiadaniu boskiej tajemnicy, którą chciał się koniecznie podzielić z papieżem. [Rz, 8.06]

W nazwach własnych osób świętych typu: *św. Andrzej Apostoł, św. Stanisław Biskup i Męczennik* czy *św. Jadwiga Królowa* także złożony rzeczownikowe zapisujemy wielką literą, ponieważ stanowią one indywidualizujący składnik wielowyrazowej nazwy własnej. Są to *de facto* przydomki, więc uzasadnione jest stosowanie wielkiej litery². Ale już wyrażenia *dwunastu apostołów, wizyta „do progów apostołskich” (ad limina apostolorum)*³ należy pisać małą literą. Te zasady są w zasadzie honorowane przez dziennikarzy, podobnie jak pisownia przymiotnika *święty* w nazwach

¹ Ogółem wystąpięń – 233.

² Jeżeli nazwa osobowa nie jest jednostkowa, zasadniczo używamy małej litery (zasada 1f). Kiedy mamy więc do czynienia z formami typu *apostoł Andrzej, królowa Jadwiga*, wówczas wyrazy *apostoł* i *królowa* są przydawkami określającymi daną postać, a nie przydomkami i należy je zapisać małymi literami.

³ *Nasz Dziennik* zapisuje: *ad limina Apostolorum*.

własnych – zapisujemy go wielką literą, np. *Święty Józef*, o ile nie jest skrócony, natomiast jeśli używamy skrótu, to zapisujemy go małą literą, np. *św. Józef*.⁴

W latach 70. Roberto Calvi był szefem katolickiego banku z Mediolanu, który od imienia patrona miasta, Świętego Ambrożego, nazwano Banco Ambrosiano. [GW, 8.06]

W przebadanym materiale dwukrotnie wystąpiło wyrażenie *ojcowie Kościoła*, zapisane raz poprawnie (pierwszy człon małą literą, drugi – wielką), raz błędnie (oba wyrazy wielką):

Chrześcijanie w świecie, jak przypominają Ojcowie Kościoła, to tak jak dusza w ciele człowieka. [ND, 8.06]

Dzielnego prawnicowca, heroicznego konserwatysty, naśladowującego – przynajmniej na piśmie – ojców Kościoła i pierwszych męczenników chrześcijaństwa. [Rz, 8.06]

Niepoprawnie zapisano też wyrażenie *współcześni łazarze*:

Bogaci siedzą przy stole suto zastawionym, a współcześni Łazarze umierają z głodu w wielu częściach świata. [GW, 8.06]

Pochodzące od imienia postaci biblijnej słowo oznaczające biedaka, nędzarza powinno jako rzeczownik pospolity być zapisane małą literą – *łazarz*; tak też zapisuje to słowo „Wielki słownik ortograficzny PWN”⁵.

Pisownia wyrażenia *śluga Boży* może być dwojaka: jako synonim np. kapłana powinien mieć formę *śluga Boży* – pierwszy człon zapisuje się małą literą, przymiotnik dzierżawczy wielką; z kolei gdy chodzi o tytuł, jaki przysługuje po zakończeniu etapu diecezjalnego w procesie beatyfikacyjnym, wówczas oba człony należy zapisywać wielkimi literami – *Śługa Boży*, a zatem podobnie jak w tytułach *Błogosławiony* i *Święty*. W badanym materiale spotykamy się wyłącznie z wyrażeniami *Śługa Boży* w tym drugim znaczeniu, są one zapisywane poprawnie.

Tabela 1. Zapis nazw osobowych

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć niepoprawnych
<i>Dziennik</i>	19	1
<i>Gazeta Wyborcza</i>	27	1
<i>Nasz Dziennik</i>	176	2
<i>Rzeczpospolita</i>	4	–
<i>Trybuna</i>	1	–
<i>Życie Warszawy</i>	2	–
Łącznie:	229	4

⁴ Także w przypadku *św. Graala*, choć jest to postać nieautentyczna, obowiązuje zasada pisowni *Święty Graal*.

⁵ „Wielki słownik ortograficzny PWN” pod red. Edwarda Polańskiego (2. wyd., 2006).

Nazwy instytucji i jednostek organizacyjnych Kościoła⁶

Słowem najczęściej występującym w analizowanych materiałach jest wyraz *Kościół* – w znaczeniu organizacji, instytucji, ogółu wiernych. Zgodnie z *Zasadami pisowni...* (zasada 12, 16) należy użyć wielkiej litery, kiedy piszemy o Kościele jako instytucji. Ta reguła jest w prasie przestrzegana; odnotowano tylko dwa błędne użycia:

*Powołana przez kościół Fundacja Budowy Świątyni Opatrzności Bożej od kilku lat świadomie łamie prawo – wynika z ustaleń „Rz”. [Rz, 13.06]
...dla nas siedziba kościoła ma być miejscem, gdzie wierni... [ŻW, 15.06]*

W pierwszym przypadku być może autor nie chciał, by sześć kolejnych wyrazów było zapisanych wielkimi literami, stąd decyzja o (błędnym) zapisie słowa *Kościół*. Przykład drugi wskazuje na wahanie się autora czy pewniej korektora, o które znaczenie wyrazu *kościół* – instytucja czy budynek – chodzi. Stąd ten specyficzny zapis z użyciem wielkiej i małej litery *k* – nie został dokonany ostateczny wybór. Powinno być: *siedziba Kościoła*.

Obok słowa *Kościół* stosunkowo najczęściej pojawiającym się w badanym materiale wyrazem jest słowo *episkopat*. *Zasady pisowni...* w punkcie 12e określają, że nazwę *episkopat* piszemy zasadniczo małą literą w znaczeniu ogółu biskupów, możliwe jest jednak również użycie wielkiej litery (*Episkopat*), jeśli nawiązuje ona do instytucji, którą jest Konferencja Episkopatu Polski⁷.

Rzeczpospolita i Trybuna zapisują słowo *episkopat* małą literą, zarówno gdy chodzi o ‘ogół biskupów’, jak i gdy jest to odniesienie do Konferencji Episkopatu Polski, np.

Przywódca prawicowego skrzydła episkopatu [=biskupów o prawicowych poglądach] metropolita przemyski abp Józef Michalik też przyłożył PiS-owi... [T, 8.06]

Toruński redemptorysta gwizdze na żądania przeprosin płynące ze strony powołanej przez episkopat [=Konferencję Episkopatu Polski] rady programowej Radia Maryja. [T, 8.06]

Rozróżnienie znaczeniowe znajdziemy natomiast w *Dzienniku*:

...takie słowa krytyki usłyszeli politycy PiS od jednej z najważniejszych osób w polskim episkopacie [=wśród polskich biskupów]. [Dz, 8.06]

...powołana przez Episkopat [=Konferencję Episkopatu Polski] rada programowa Radia Maryja wezwwała ojca Rydyzka... [Dz, 8.06]

Na łamach *Gazety Wyborczej* i *Naszego Dziennika* odnotowujemy wyłącznie użycie słowa *Episkopat* wielką literą. Przy czym w *Gazecie Wyborczej* będą to użycia w znaczeniu ‘Konferencja Episkopatu Polski’, a w *Naszym Dzienniku* słowo to funkcjonuje w obydwu znaczeniach. Podsumowując, 11 użycy wyrazu *episkopat* – na oznaczenie instytucji, ale zapisanego małą literą – należy uznać za błędne.

⁶ Ogółem wystąpięń – 438.

⁷ Por. reguła 93 w WSO: „Skrócone nazwy instytucji i ich działów, których pełna nazwa została wymieniona wcześniej, można zapisać wielką literą”.

W przypadku gremiów takich jak *Prezydium Episkopatu, Rada Stała Episkopatu* należy użyć wielkiej litery dla wszystkich członów, gdyż są to tzw. nazwy indywidualne⁸. Odstępstwa od tej zasady odnotowujemy na łamach *Gazety Wyborczej*:

Po nieudanym głosowaniu był inicjatorem listu, w którym prezydium Episkopatu uznało... [GW, 11.06]

Na majowym zebraniu rady stałej biskupi narzekali na współpracę z IPN... [GW, 14.06]

Wyrażenie *zebranie plenarne* zapiszemy małą literą, gdyż jest to nazwa gatunkowa, a więc *zebrania plenarne Episkopatu*, choć możliwe jest użycie wielkich liter dla oznaczenia konkretnego wydarzenia, np. *340. Zebranie Plenarne Konferencji Episkopatu Polski*.

Nazwy urzędów, typu *Komisja Wychowania Katolickiego Konferencji Episkopatu Polski, Rada ds. Rodziny KEP* zapisuje się wielkimi literami (poza skrótami *ds.*). Małej litery należy użyć, gdy nie chodzi o konkretną nazwę, jak w przykładzie:

Jej efektem ma być specjalna rada ds. młodzieży, którą wkrótce powoła Episkopat [GW, 14.06]

– ponieważ gremium jeszcze nie powstało, nie była znana jego oficjalna nazwa.

Watykan, Stolica Apostolska są zapisywane poprawnie wielką literą. *Kuria Rzymska* jest organem (złożonym z wielu dykasterii), przez który papież sprawuje swoją władzę. Jest to nazwa jednostkowa, stąd powinno się użyć wielkich liter⁹. Na łamach dzienników spotykamy się jednak z zapisem *kuria rzymska*, odwzorowanej zapewne z pisowni nazw jednostek organizacyjnych typu *kuria diecezjalna, metropolia, archidiecezja, parafia*. Podob-

Tabela 2. Zapis nazw instytucji i jednostek Kościoła

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć niepoprawnych
<i>Dziennik</i>	49	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	79	10
<i>Nasz Dziennik</i>	166	9
<i>Rzeczpospolita</i>	68	13
<i>Trybuna</i>	14	4
<i>Życie Warszawy</i>	23	3
Łącznie:	399	39

⁸ Por. reguła 84 WSO: „Wielką literą piszemy nazwy indywidualne (jednostkowe) urzędów, władz, instytucji, szkół itd., występujące w tych nazwach spójniki – małą”.

⁹ WSO dopuszcza pisownię małą literą, choć można przyjąć, że w innym znaczeniu.

nie rzecz ma się z wyrażeniami *Sekretariat Stanu Stolicy Apostolskiej*, *Nuncjatura Apostolska* zapisywanymi jako *sekretariat stanu Stolicy Apostolskiej*, *nuncjatura apostolska*. Zapis słowa *nuncjatura* małą literą jest uprawniony, gdy oznacza budynek – siedzibę Nuncjatury.

W przypadku nazwy instytucji charytatywnej Kościoła, jaką jest *Caritas*, na łamach *Rzeczpospolitej* odnotowujemy błędną odmianę: [dopełniacz] *Caritasu Polska*. Należałoby użyć formy nieodmiennej: *Biskupi zajmą się Caritas Polska* lub zastosować formę spolszczoną, ale wówczas bez dopełnienia: *Biskupi zajmą się Caritasem*.

Nazwy budynków i obiektów sakralnych¹⁰

Nazwy obiektów sakralnych zapisywane są w prasie w zasadzie poprawnie. Według *Zasad pisowni...* pierwsze człony: *kościół*, *katedra*, *bazylika* należy zapisać małą literą, a pozostałe części nazwy (oprócz skrótów) – wielką. Z takim właśnie zapisem spotykamy się w badanym materiale: *kościół św. Anny*, *kościół pw. św. Andrzeja Apostoła*, *bazylika Mariacka*¹¹, *bazylika św. Krzyża*, *katedra św. Floriana*, *kościół ss. Wizytek* czy *kościół Wizytek*, *kaplica Sióstr Klarysek*. Jeśli więc nazwy zgromadzenia używamy w celu identyfikacji obiektu, to wówczas nazwę tę piszemy wielką literą, np. *kościół Franciszkanów* (podobnie jak ulica Franciszkanów). Jeżeli natomiast chcemy podkreślić, że jakiś kościół jest własnością zakonu, to wtedy nazwę zgromadzenia zapiszemy małą literą, np. *kościół dominikanów*. Do określenia typu *kościół akademicki*, *kościół seminaryjny* zapisane są poprawnie małą literą.

Tabela 3. Zapis nazw budynków i obiektów sakralnych

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć niepoprawnych
<i>Dziennik</i>	16	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	22	–
<i>Nasz Dziennik</i>	128	2
<i>Rzeczpospolita</i>	38	–
<i>Trybuna</i>	–	–
<i>Życie Warszawy</i>	5	–
Łącznie:	209	2

¹⁰ Ogółem wystąpień – 211.

¹¹ Chociaż piszemy *bazylika Mariacka*, to w nazwie okręgu administracyjnego *parafia mariacka* należy zapisać oba człony małą literą.

Wyjątkowo rzeczownik *bazylika* pisze się wielką literą w nazwach siedmiu bazylik patriarchalnych Rzymu¹². *Bazylika św. Piotra*, *Bazylika św. Jana na Lateranie* są powszechnie znane, nazwy te zapisane są prawidłowo. Do grona tego należy także *Bazylika Matki Bożej Większej i Bazylika Najświętszej Maryi Panny od Aniołów w Asyżu*, tymczasem w materiale występuje niepoprawna forma: *bazylika Matki Bożej Większej* [ND, 8.06] oraz forma: *bazylika Matki Bożej Anielskiej* [ND, 16–17.08]. Integralną częścią nazwy jest też rzeczownik *świątynia* w wezwaniu *Świątynia Opatrzności Bożej*. W materiale *Rzeczpospolitej* jest zapisany poprawnie, czyli wielką literą: *Świątynia Opatrzności Bożej*, *Świątynia Opatrzności* [Rz, 13.06].

Jeśli nazwa kościoła zawiera przymiotnik *święty*, należy zapisać go wielką literą, jeśli nie jest skrócony, a gdy używamy skrótu – małą. W badanym materiale zasady te są stosowane prawidłowo: *bazylika św. Krzyża*, *ale: bazylika Świętego Krzyża; kościół św. Bonifacego, ale: parafia Świętej Rodziny*.

Nazwy członków społeczności wyznaniowych¹³

Określenia odłamów wyznaniowych, np. *Kościół katolicki*, *Kościół protestanckie*, poprawnie zapisuje się małymi literami, podobnie jak inne określenia typu *Kościół powszechny*, *Kościół krakowski*, *Kościół łagiewnicki*. Z kolei oficjalne zarejestrowane nazwy własne Kościoła jako organizacji należy zapisać wielkimi literami, czyli: *Kościół Ewangelicko-Reformowany*, *Rosyjski Kościół Prawosławny*, *Episkopalny Kościół USA*. W przeanalizowanym materiale nie było błędnych użyć.

Nazwy członków społeczności wyznaniowych: *chrześcijanin*, *katolik*, pisane są w prasie – zgodnie z *Zasadami...* – małymi literami. Jedynym kłopotliwym przypadkiem jest nazwa wyznawcy Prawa Mojżeszowego – podobnie jak pozostałe piszemy ją małymi literami (*żyd*), ale trzeba pamiętać, że nazwę członka narodu pisze się wielkimi literami (*Żyd*). To rozróżnienie sprawia dziennikarzom problem. W jednym z wydań *Gazety Wyborczej* w dwóch odrębnych artykułach z tej samej strony, nawiązujących do wypowiedzi abp. Józefa Michalika z 1991 r., pojawiają się odmienne zapisy:

Spotkanie wyborcze tej partii poprzedziła msza, na której abp Michalik udzielił słynnych już „wskazówek wyborczych”: „*Katolik ma obowiązek głosować na katolika, chrześcijanin na chrześcijanina, żyd na żyda, mason na masona, komunista na komunistę*”. [GW, 11.06]

Kiedyś już abp Michalik nauczał, jak należy głosować: „*Mason na masona, Żyd na żyda, komunista na komunistę*”. [GW, 11.06]

¹² Jeżeli bazylika patriarchalna określona jest dodatkowym przymiotnikiem, to w zależności od miejsca jego wystąpienia zapiszemy: *watykańska Bazylika św. Piotra*, ale *bazylika watykańska św. Piotra*.

Na wzór bazylik większych w Kościele katolickim zapisuje się katedry zwierzchników Kościoła prawosławnego, czyli oba człony wielką literą, np. *Katedra św. Józefa w Bukareszcie*.

¹³ Ogółem wystąpięń – 23.

Tabela 4. Zapis nazw członków społeczności wyznaniowych

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć niepoprawnych
<i>Dziennik</i>	6	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	8	2
<i>Nasz Dziennik</i>	4	–
<i>Rzeczpospolita</i>	3	–
<i>Trybuna</i>	–	–
<i>Życie Warszawy</i>	–	–
Łącznie:	21	2

W innym już materiale w szeregu, w którym wymieniani są członkowie wyznań: ...*obok chrześcijan – Żydzi i wyznawcy islamu* [GW, 16], zostaje użyte słowo *Żyd* – członek narodu.

Nazwy godności, tytułów, urzędów kościelnych¹⁴

Tytuły godności i urzędów kościelnych należy zgodnie z *Zasadami pisowni...* pisać małymi literami. Przykłady głównych jednoosobowych urzędów to: *nuncjusz apostolski/ nuncjusz, papież Benedykt XVI/ papież*. W prasie spotkamy się z takim właśnie zapisem – małymi literami. Wyjątkiem pozostaje *Nasz Dziennik*, który tytuły *Papież* i *Ojciec Święty* – niezależnie od tego, czy się odnoszą do *Benedykta XVI* czy *Jana Pawła II* – zapisuje wielkimi literami, a urząd *nuncjusza* – małą literą. Zapis ten nie jest traktowany jako niepoprawny, zwłaszcza że gazeta konsekwentnie używa takiego właśnie zapisu¹⁵. Wyrażenia *następca św. Piotra* czy *biskup Rzymu* jako peryfrazy *papieża* należy pisać małą literą, bo odnoszą się do desygnatu, który nie wymaga wielkiej litery. *Nasz Dziennik* używa tu jednak wielkich liter, podobnie jak w tytułach *Papież* i *Ojciec Święty*. Podobnie w tytule *prymas Polski* *Nasz Dziennik* zapisuje oba człony wielkimi literami, pozostałe gazety zapisują w następujący sposób: *prymas Polski*.

Na czele instytucji, jaką jest Konferencja Episkopatu Polski, stoi przewodniczący. W gazetach pojawia się określenie tej funkcji w różnych wariantach: z pełną nazwą instytucji – *przewodniczący Konferencji Episkopatu Polski* (wszystkie dzienniki) lub w wersji skróconej: *przewodniczący*

¹⁴ Ogółem wystąpięń – 918.

¹⁵ Por. reguła 85 WSO: „Chociaż małą literą piszemy nazwy godności współczesnych i historycznych oraz tytułów naukowych i zawodowych, to nazwy urzędów jednoosobowych w aktach prawnych pisze się wielką literą. Jednak zgodnie ze zwyczajem, pisownię wielkimi literami można stosować również w tekstach o innym przeznaczeniu, pod warunkiem, że nazwa taka odnosi się do konkretnej osoby i występuje w pełnym brzmieniu”.

Konferencji Episkopatu (Rzeczpospolita, Dziennik), przewodniczący Episkopatu Polski (Dziennik), przewodniczący Episkopatu (Dziennik, Gazeta Wyborcza) lub przewodniczący episkopatu (Rzeczpospolita).

Nazwy urzędów i godności kościelnych: *ksiądz, kapłan, biskup, kardynał, hierarcha, arcybiskup* zapisywane są małymi literami. Na tle wszystkich gazet wyróżnia się tu *Nasz Dziennik*, który preferuje zapis typu *ksiądz arcybiskup, ks. kardynał, ks. bp.* Jest to forma grzecznościowa, konsekwentnie tu stosowana, więc należy ją zaaprobować. Na łamach *Dziennika* z takim zapisem spotkamy się wyłącznie przy okazji wywiadu z jakimś hierarchą:

Krytyka księdza arcybiskupa była bardzo mocna... [- do abp. J. Michalika, Dziennik, 9–10.06]

Znał ksiądz kardynał kilku papieży. [- do kard. A. Kozłowieckiego, Dziennik, 9–10.06]

Brak cząstki *ksiądz* w pytaniu: *Jak wyglądały misje, kiedy kardynał przyjechał do Zambii?* należy uznać za niepoprawny. Także sformułowanie skierowane do rozmówcy: *Już cztery lata później spotkał księdza awans,* a więc pozbawienie tytułu (*ksiądz kardynał*) narusza językowe normy grzeczności. Tytuł *ksiądz* jest w tym przypadku wyznacznikiem dystansu, tak jak w rozmowie z osobami świeckimi tytuł *pan*.

Tytuły *biskup, arcybiskup, kardynał* często podawane są w wersji skróconej (*bp, abp, kard.*), wówczas wraz z imieniem i nazwiskiem lub samym nazwiskiem hierarchy. W przypadku zależnym prawidłowo stosowana jest kropka ze skrótami, czyli z *bp. Stefankiem, z abp. Michalikiem*. Odnotowano tylko jeden błąd – niepotrzebne użycie kropki po skręcie w mianowniku: *Wprowadza się bałagan – mówił bp. [sic!] Tyrawa. [T, 8.06].* Nieprzestrzegana jest z kolei zasada mówiąca, że „jeżeli skrót zaczyna się od małej litery (np. *ks., o. bp, kard.*) to ze względów składniowych taki skrót użyty na początku zdania lub tekstu przyjmuje formę rozwiniętą i zapisujemy go wielką literą”.

Tabela 5. Zapis nazw godności i tytułów kościelnych

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć niepoprawnych
<i>Dziennik</i>	123	22
<i>Gazeta Wyborcza</i>	119	12
<i>Nasz Dziennik</i>	354	4
<i>Rzeczpospolita</i>	200	12
<i>Trybuna</i>	40	15
<i>Życie Warszawy</i>	17	–
Łącznie:	853	65

Praktyką dziennikarską jest używanie samego nazwiska, np.

W TVN 24 Jakubiak przyznała, że... [Dz, 8.06]

W przypadku osoby duchownej pominięcie tytułu: *ks. o., bp* może być odebrane jako niegrzeczne. Tymczasem w prasie pojawiają się takie formy:

Podczas niedzielnej mszy Paetz zabrał głos nieproszony. [Rz, 8.06]

Michalik poszedł krok dalej i poparł czwartkowy protest pracowników hipermarketów... [T, 8.06]

– To kompletna bzdura – tłumaczy „Rz” Goctowski. [Rz, 11.06]

W większości przykładów pominięcie tytułu – inaczej niż w przypadku osób świeckich – może mieć wydzwięk negatywnego nastawienia do danej osoby. Dla porównania, w artykule „Rząd obrywa od biskupów” w *Dzienniku* autor 7 razy użył sformułowania ‘abp Michalik’, raz ‘arcybiskup Michalik’, ale ani razu nie opuścił tytułu. W tekście „Politycy PiS nie chcą zadzierać z ojcem Rydzykiem” na tej samej stronie, pięciokrotnie pojawia się ‘ojciec Rydzyk’, raz ‘o. Rydzyk’, zaś dwukrotnie samo ‘Rydzyk’.

Nazwy sakramentów świętych¹⁶

Według *Zasad pisowni... Eucharystia* to jedyny sakrament, którego nazwę zapiszemy wielką literą. W przebadanym materiale słowo to występuje często jedynie na łamach *Naszego Dziennika* (15 użyć), poza tym odnotowano 2 użycia, w tym jedno błędne – autor tekstu użył małej litery¹⁷:

Boże Ciało, wbrew opinii nuncjusza apostolskiego sugerującego, że w takim dniu biskupi powinni zajmując się w kazaniach teologią eucharystii, było zawsze okazją do mocnego akcentowania społecznego i politycznego wymiaru wiary. [Rz, 13.06]

Tabela 6. Zapis nazw sakramentów świętych

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć nieprawidłowych
<i>Dziennik</i>	1	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	3	–
<i>Nasz Dziennik</i>	31	–
<i>Rzeczpospolita</i>	5	3
<i>Trybuna</i>	–	–
<i>Życie Warszawy</i>	–	–
Łącznie:	40	3

¹⁶ Ogółem wystąpień – 43.

¹⁷ WSO nie uwzględnił zasad pisowni zaproponowanych przez Komisję Języka Religijnego i przyjętych przez Radę Języka Polskiego – preferuje pisownię słowa *eucharystia* małą literą.

Pochodzący od słowa *Eucharystia* przymiotnik piszemy małą literą, a więc adoracja *eucharystyczna*, *procesja eucharystyczna*, *nabożeństwo eucharystyczne*, *pobożność eucharystyczna*. Tak też zostały one zapisane w prasie:

Boże Ciało jest największym świętem eucharystycznym i treści naszych przemówień powinny być eucharystyczne. [Rz, 11.06]

Znaczeniu Eucharystii i adoracji eucharystycznej poświęcił Benedykt XVI rozważanie przed modlitwą „Anioł Pański”. [ND, 11.06]

Abp Wiktor Skworec z Tarnowa przeciwstawił procesje eucharystyczne Parądom Równości. [GW, 8.06]

W ostatnim przykładzie wyrażenie *procesje eucharystyczne* zapisane małymi literami mocno kontrastuje ze zwrotem *parady równości*, który autorka tekstu niesłusznie zapisała jak nazwę własną.

W wyrażeniach: *procesja z Najświętszym Sakramentem*, *monstrancja z Najświętszym Sakramentem*, *błogosławiństwo Najświętszym Sakramentem* poprawnie użyto wielkich liter dla określenia *Najświętszy Sakrament*.

Nazwy nabożeństw¹⁸

Nazwy wszelkich nabożeństw (w tym *mszy*) zapisujemy zasadniczo małą literą, np. *roraty*, *suma*, *droga krzyżowa*, *nieszpory*. Jako synonim Eucharystii nazwę *Msza Święta* piszemy wielką literą. W *Naszym Dzienniku* spotykamy zapis *Msza św.* (zazwyczaj) oraz *Msza Święta* (sporadycznie). Na łamach pozostałych dzienników występują zapisy: *msza święta* czy *msza św.* (sporadycznie). Coraz częściej w prasie pojawia się także samo wyrażenie *msza*, które należałoby uznać za formę potoczną.

Wyrażenie *komunia święta* zapisujemy małymi literami, gdy oznacza część Mszy św., kiedy zaś jest synonimem Eucharystii, Ciała i Krwi Pańskiej – wówczas oba człony powinny być zapisane wielkimi literami (*Komunia Święta*, *Komunia św.*).

Chrystus nie tylko karmi nas swoim Ciałem i Krwią wtedy, kiedy Go przyjmujemy w Komunii Świętej, ale chce być z nami w Eucharystii, byśmy mogli do niego przychodzić – powiedział. [ND, 8.06]

W procesji idą dzieci, które przystąpiły w tym roku do Pierwszej Komunii Świętej. [GW, 8.06]

Za niezgodny z zasadami należy uznać brak wielkiej litery w wyrażeniach:

Parodiowanie spowiedzi i komunii św. oraz zamieszczenie na stronie internetowej „do pobrania” znaku hostii z napisem „IHS, Ciało Chrystusa” obraża uczucia religijne... [Rz, 13.06]

...oznacza to wyrzeczenie się przez nich prawa do przystępowania do komunii świętej. [Rz, 13.06]

Nieprawidłowe są też sformułowania, w których występują nadużycia wielkiej litery:

¹⁸ Ogółem wystąpić – 108.

Metropolita krakowski przewodniczył Mszy św. na rozpoczęcie Procesji eucharystycznej. [ND, 8.06]

W Homilii podkreślił, że Eucharystia jest tajemnicą naszej wiary, darem, który Jezus zostawił Kościołowi. Jest Ona także zarówno Ofiarą jak i Sakramentem. [ND, 8.06]

Po południu w katedrze wawelskiej odbyły się uroczyste Nieszpory ku jej czci... [ND, 9–10.06]

Eucharystię koncelebrował ks. Jarosław Sroka, krajowy duszpasterz pocztowców, który poprowadził także nabożeństwo Drogi Krzyżowej. [ND, 11.06]

...w ramach Nabożeństwa czerwcowego spotka się z chorymi i niepełnosprawnymi. [ND, 14.06]

Tabela 7. Zapis nazw nabożeństw

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć nieprawidłowych
<i>Dziennik</i>	13	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	16	–
<i>Nasz Dziennik</i>	49	6
<i>Rzeczpospolita</i>	15	2
<i>Trybuna</i>	6	–
<i>Życie Warszawy</i>	1	–
Łącznie:	100	8

Nazwy utworów, ich rozdziałów i części¹⁹

W analizowanych artykułach pojawia się słownictwo takie jak: Ewangelia, słowo Boże, Pismo Święte. Prawie wszystkie wystąpienia wyrażenia słowo Boże miały odmienną formę od tej zalecanej w Zasadach... Ustalone przez Komisję Języka Religijnego normy stanowią, że „Słowo Boże – oba człony piszemy wielką literą, gdy mamy na myśli drugą osobę Trójcy św. – Syna Bożego, natomiast gdy przez wyrażenie słowo Boże rozumiemy słowo biblijne lub homilię, to wówczas pierwszy człon piszemy małą literą, a drugi – wielką, jako przymiotnik dzierżawczy”. Dziennikarze użyli wielkich liter w obu członach wyrażenia, mimo że w użytych kontekstach nie jest ono peryfrazą Jezusa Chrystusa.

Zwrócił uwagę, że Chrystus karmi nas swoim Ciałem, ale również swoim Słowem. – To Boże Słowo przemienia nasze życie, nasze myślenie, wskazuje nam to, co mamy do uczynienia my, uczniowie Chrystusa. W świetle tego Słowa mamy rozpoznawać nasze powołanie – podkreślił ks. arcybiskup. [ND, 8.06]

Ambona służy do przekazywania Słowa Bożego, a nie uprawiania polityki – mówił w Lublinie abp Józef Kowalczyk. [Rz, 11.06]

¹⁹ Ogółem wystąpien – 56.

Zwrócił też uwagę, że Kościół, poprzez Słowo Boże i głos pasterzy, oświeca sumienia w ramach publicznej dyskusji. [ND, 14.06]

Słowa *Ewangelia* czy *Dobra Nowina* w znaczeniu ‘opis słów i czynów Jezusa stanowiących treść kościelnego nauczania’ należy zapisać wielkimi literami. Wyraz *Ewangelia* może także oznaczać ‘księgę zawierającą teksty czterech ewangelistów lub każdy z tych tekstów z osobna’. Wówczas również obowiązuje zapis wielką literą i z takimi formami mamy do czynienia w przeanalizowanych artykułach.

Wielkimi literami zapisuje się także słowa *Pismo Święte* i *Biblia*. Przy czym w wyrażeniu *Pismo Święte*, jeśli używamy skrótu drugiego członu, to zapisujemy go małą literą (*Pismo św.*) W przypadku słowa *Biblia*, jeśli posiada ono dookreślenie – nazwę polskiego tłumaczenia, używa się małej litery, chyba że drugi człon odpowiada na pytanie *czyja?*, a więc jest przymiotnikiem dzierżawczym – wówczas zapisujemy go również wielką literą, np. *Biblia Wujkowa*. Wyjątkiem od tej reguły jest nazwa *Biblia Tysiąclecia*. Obydwa wystąpienia odnotowane w prasie: *Biblia paulińska* i *Biblia Tysiąclecia* są zapisane poprawnie. Także nazwy fragmentów Pisma Świętego – *Księga Rodzaju* (tytuł księgi), *Magnificat* (nazwa modlitwy) pisane są wielkimi literami.

Tabela 8. Zapis nazw utworów i ich części

Tytuły dzienników	Użyć poprawnych	Użyć nieprawidłowych
<i>Dziennik</i>	1	–
<i>Gazeta Wyborcza</i>	15	–
<i>Nasz Dziennik</i>	26	9
<i>Rzeczpospolita</i>	–	1
<i>Trybuna</i>	–	1
<i>Życie Warszawy</i>	3	–
Łącznie:	45	11

* * *

Powyższa analiza materiałów prasowych z ośmiu kolejnych wydań ogólnopolskich dzienników wskazuje, że w zasadzie dziennikarze nie mają problemów z przestrzeganiem zasad pisowni słownictwa religijnego. W przebadanym materiale odnotowano 134 nieprawidłowe użycia, co w stosunku do łącznej liczby wystąpień słownictwa religijnego (2030) stanowi zaledwie 6,6%.

Najwięcej problemów językowych dziennikarzom przysporzyła pisownia nazw instytucji kościelnych, a zwłaszcza użycie wielkiej bądź małej litery w zależności od znaczeń wyrazów *Kościół* i *Episkopat*. Wiele niepo-

prawnych konstrukcji jest też wynikiem naruszenia językowej etykiety grzecznościowej. Chodzi tu zwłaszcza o użycie form adresatywnych w wiadach z osobami duchownymi czy obligatoryjne używanie z nazwiskiem tytułów *ksiądz, ojciec, biskup*. Z pewnością pomocną okaże się zatem przygotowywana przez Komisję Języka Religijnego pozycja książkowa o sposobach zwracania się do osób duchownych, której redakcją zajmują się Elżbieta Umińska-Tytoń i Elżbieta Kucharska-Dreiss.

ALEKSANDER KIKLEWICZ

**IDEOLOGIA W TEKŚCIE
PUBLICYSTYCZNYM.****Kategorie tematyczne, konceptualizacja metaforyczna,
wartościowanie¹***1. Ideologia: semantyczny status kategorii pojęciowej*

Przecieżmiotem niniejszego artykułu są semantyczne aspekty kategorii pojęciowej ideologia ze szczególnym uwzględnieniem jej realizacji w tekstach prasowych. W języku ogólnym, według słowników opisowych, rzeczownikowi *ideologia* przysługuje znaczenie:

„Całokształt haseł i poglądów... kierunku, prądu politycznego, ekonomicznego, artystycznego... grupy społecznej, politycznej, artystycznej; pogląd na świat” [Doroszewski, 1961];

„System poglądów, idei, pojęć politycznych, socjologicznych, prawnych, etycznych, religijnych lub filozoficznych jednostki albo grupy ludzi, uwarunkowany czasem, miejscem, stosunkami społecznymi; pogląd na świat” [Szymczak, 1978].

Słowniki zatem zwracają uwagę, po pierwsze, na abstrakcyjną (teoretyczną) semantykę wyrazu *ideologia*, a mianowicie – na jej charakter poznawczy². Po drugie podmiotami ideologii przeważnie są ugrupowania społeczne, zwłaszcza polityczne, rzadko – pojedyncze osoby (np.: *Z Jurkiem mnie zawsze dzieliła ideologia*). Po trzecie podkreśla się zbiorowy charakter ideologii: stanowi ona „całokształt” czy też „system” sądów. Z powyższych eksplikacji semantycznych wynika, że w terminach semantyki logicznej rzeczownik *ideologia* potraktować można jako wykładnik sentencji, tzn. jako nazwę stanu rzeczy, ufundowanego na relacji sądeniowej:

¹ Artykuł został napisany w ramach projektu badawczego Die ideologische Semantik in der modernen Presse: Kategorien, Ausdrucksformen und Textgattungen, zrealizowanego w 2007 roku w Instytucie Sławistyki Uniwersytetu Erlangen-Norymberga. Autor wyraża serdeczne podziękowania dyrektorowi Instytutu Sławistyki prof. Klausowi Steinkemu za merytoryczne poparcie projektu, a także fundacji Alexander von Humboldt – Stiftung za sfinansowanie badań.

² W niemieckiej multimedialnej bazie danych Dornseiff (2004) rzeczownik *Ideologie* znajduje się w jedenastej grupie tematycznej „das Denken”, a mianowicie w trzech podgrupach: „Ansicht”, „Kenntnis” oraz „Begriff, Denkergebnis”.

‘X sądzi (uważa, zakłada, twierdzi itd.), że S’ (1)

W obrębie nazw sentencjonalnych *ideologia* posiada charakterystyczne nacechowanie: w odróżnieniu np. od nazw zdarzeń/procesów fizycznych, społecznych czy biologicznych, takich jak *taniec, koncert, ślub, śniadanie, deszcz*, dotyczą sfery mentalnej działalności człowieka. Z drugiej strony, rzeczownik *ideologia* różni się od innych nazw sentencjonalnych także ze względu na swoją strukturę morfemową (formę wewnętrzną). W tym aspekcie wszystkie nazwy sytuacji można podzielić na trzy grupy:

1. profilujące predykat: a) w sposób dyskretny, np. *wiara, radość, strach, spokój, zajęcie, spotkanie, narodziny, wybory i in.*; b) w sposób względnie dyskretny, tzn. takie, które tylko częściowo „wyświetlają” treść relacji bazowej, jak np. w przypadku *wesela*: predykat *wesoły (być wesołym)* nie wyczerpuje treści nazwy sentencjonalnej *wesele*; por. też: *burza, posiedzenie, obrona (pracy doktorskiej), wstęp i in.*;

2. profilujące argument, zwykle drugi, np. *ideowość* (‘postawa ideowa’), *książkowość, komputerowość, leśność (terenu), falistość (wody), małpność (zachowań kogoś)*;

3. nazwy niemotywowane (z punktu widzenia współczesnego stanu języka), np.: *kolacja, śniadanie, seks, wycieczka, jubileusz, technika i in.*

Z nominatywnego (onomazjologicznego) punktu widzenia *ideologia* należy do czwartej kategorii, tzn. do nazw abstrakcyjnych, profilujących zarówno predykat, jak i jeden z argumentów, z tym że nazwy takie, jak np. *towaroznawstwo*, wyrażają to w sposób dyskretny (np. ‘X posiada wiedzę o towarach’), podczas gdy w przypadku *ideologii* (a także takich rzeczowników, jak *życiorys, rodowód* czy *eurowizja*) sposób nominacji desygnatu jest jedynie względnie dyskretny: drugi człon wyrazu złożonego nie przekazuje w całości znaczenia predykatu, głównie za sprawą tego, że podstawowa (niegdyś zupełnie czytelna) forma wewnętrzną z czasem uległa zatarciu³.

Formuła (1) przedstawia tylko jeden – gnostyczny – aspekt pojęcia *ideologii*, którego treść zawiera zespół składników semantycznych. Można je wyeksponować w postaci ośmiu postulatów:

1. postulatu celowości (fakultatywny): ‘X dąży do W’⁴ (2);

2. postulatu mentalności: ‘X uważa/sądzi/zakłada itd., że S’⁵ (3);

³ Dosłownie *ideologia* znaczy ‘nauka o ideach’. Właśnie w takim znaczeniu *ideologia* została wprowadzona do obiegu naukowego w 1801 roku przez francuskiego filozofa A.D. de Tracy’ego [Schanze, 2002, 143].

⁴ Dążenie do określonego celu jest charakterystyczne przede wszystkim dla *ideologii politycznej*, choć występuje także w *ideologii rynkowej (marketingowej)*, np. w takich pojęciach, jak *ideologia reklamy* czy *ideologia witrzyn*, w których ważnym elementem znaczeniowym jest skuteczność respektowania określonych założeń.

⁵ *Ideologia* jako kategoria stanowa, a także abstrakcyjna i w pewnym sensie spekulacyjna („antropologiczna” w ujęciu A. D. de Tracy’ego [Porter, 2006, 3]) często jest przeciwstawiana czynnościom i zdarzeniom jako faktom performatywnym (podobnie wartościuje się też „filozofię”); przykładem jest fragment definicji rzeczownika *Ideologie* w niemieckim słowniku opisowym: „(meist. abwertend) rein theoretisches Wirklichkeitsbild, weltfremde, spekulative Lehre (urspr. franz. *ideologie* ‘Wissenschaft von den Ideen, den sinnlosen Wahrnehmungen’)” (Wahrig 1981). Wskazują na to m.in. ilustracje publicystyczne: – *Dla nas liczy się ekonomia, nie ideologia – mówi Adam Śledź; Rządzą pragmatycznie, bez powoływania się na czerwoną ideologię.*

3. postulatu zbiorowości: 'To, co uważa/sądzi/zakłada itd. X, stanowi zespół sądów: {S & S & S &... & S^{tn}}' (4);
4. postulatu relewancji: 'S jest relewantne względem W' (5);
5. postulatu konsekwencji: 'X uważa za konieczne, aby to, co czyni X (dążenie do W), było zgodne z S, zatem X postępuje zgodnie z S'⁶ (6);
6. postulatu wartościowania I: 'X ocenia pozytywnie to, że X uważa/sądzi/zakłada itd., że S' (7);
7. postulatu wartościowania II: 'X ocenia negatywnie to, że ktoś inny nie uważa/sądzi/zakłada itd., że S'⁷ (8);
8. postulatu manifestacji: 'X chce i robi tak, aby inni wiedzieli, że X uważa/sądzi/zakłada itd., że S'⁸ (9).

2. Semantyka ideologiczna w języku i w dyskursie

Semantyka ideologiczna (tzn. informacje kojarzące się z określonym systemem ideologicznym) występuje na różnych poziomach, w szczególności w systemie języka (czyli na poziomie kodowania informacji) oraz w dyskursie (czyli na poziomie realizacji komunikatów). Wielu badaczy uważa, że w systemie języka ideologia znajduje wyraz w k o n o t a c j a c h leksemów, tzn. w dodatkowych treściach, uwarunkowanych środowiskiem ich kulturywania. Tak też sądzą B. J. Norman i H. Jachnow [Norman,

⁶ W przypadku zachowań ideologicznych mamy do czynienia (jeśli posłużymy się teorią intelektu J. Piageta) z a s y m i l a c j ą, tzn. z oddziaływaniem podmiotów na środowisko, a mianowicie – z dążeniem do określonego celu poprzez uwzględnienie przyjętych założeń. Inny, a k o m o d a c y j n y typ zachowań polega na determinizmie realistycznym, tzn. na uwzględnieniu parametrów i wymogów środowiska. Stąd często spotykana w tekstach publicystycznych dychotomia: ideologia kontra pragmatyzm, np.: *W działaniach pana Pawlaka będzie dominował pragmatyzm, a nie ideologia*. Asymilacyjny typ zachowań, w przypadku ideologii, przybiera nieraz cechy spekulacji i manipulacji, tzn. takiego wartościowania stanów rzeczy, które jest zgodne ze schematem ideologicznym, lecz sprzeczne z rzeczywistością.

⁷ Ideologia zwykle polega na wartościowaniu sądów, a mianowicie – na pozytywnym wartościowaniu sądów własnych i negatywnym – sądów alternatywnych [Bednarczuk, 1993, 49; Norman i Jachnow, 1999, 46; Epsztejn, 1991, 19]. Tym się tłumaczy krytyczne czy nawet wręcz wrogie postawy wobec rywali ideologicznych, np.: *Nowy „Rząd” oczywiście nie spełni obietnic Platformy Obywatelskiej* (J. Korwin-Mikke); *Rządy PiS kończą się w stylu wodewilowym* (*Gazeta Wyborcza* z 17–18.XI.2007); *Tusk choć raz musi wyjaśnić, o co mu chodzi* (*Wprost*, 2007, nr 47 – wywiad z J. Kaczyńskim). B. J. Norman i H. Jachnow [Norman i Jachnow, 1999, 55] omawiają charakterystyczny przykład wartościowania w nowomowie Związku Radzieckiego: w latach 80. XX w., kiedy w radzieckiej gospodarce zaznaczył się głęboki kryzys i wprowadzono reglamentację podstawowych towarów konsumpcyjnych (masła, wędlin, marmolady, kaszy, mydła itd.), władze komunistyczne usiłowały zamaskować sytuację. Unikano stosowania określenia *karty zaopatrzenia* (potocznie *kartki*), które kojarzyło się z czasami wojny, z nędzą i upadkiem (por. polską ironiczną trawestację przeboju Maryli Rodowicz: *Wsiąść do rakiety Hermaszewskiego, nie dbać o szynkę z komercyjnego, ściskając w rękę kartkę na cukier, patrzeć, jak Gierek ma wszystkich w d...*). Zatem wprowadzono nowe określenia: pierwszym był wyraz kupony, który nie miał negatywnych skojarzeń, a ponadto dla wielu był niezrozumiały; drugim – rzeczownik zaproszenie; obywatele byli niejako z a p r a s z a n i przez władze do wyznaczonych punktów handlowych w celu zakupu kilograma cukru i kawałka mydła. Zastosowane formy nominacji miały przedstawić pozytywny obraz rzeczywistości, dobrodziejstwo władz i zatuszować zjawiska stagnacji w gospodarce.

⁸ Manifestacja sądów ideologicznych przede wszystkim charakterystyczna jest dla działalności tzw. elit, podczas gdy masom (w szczególności kulturze wiejskiej), jak pisze J. Cernjajawska, bardziej właściwe jest implicytne kulturywanie ideologii (np. w postaci obrazowych tekstów folklorystycznych) [černjajawska, 2007, 313]. W tym przypadku można zastosować wprowadzone przez E. Noelle-Neumann pojęcia dwóch funkcji opinii społecznej: m a n i f e s t a c y j n e j (racjonalnej) oraz *implicytnej* [Noelle-Neumann, 1992, 284 i n.].

Jachnow, 1999, 43 i n.], którzy interpretują znaczenie leksykalne z punktu widzenia *t e o r i i p o l a*. Z jednej strony, w strukturze znaczenia wyodrębnia się strefę centralną (jądrową), zawierającą elementy obligatoryjne, zwykle przedstawiające formalne lub strukturalne właściwości desygnatów (np. *wiadro*: „naczynie używane jako pojemnik, przeważnie na płyny lub materiały sypkie”, „ma walcowaty kształt”, „najczęściej blaszane”, „zaopatrzone w ruchomy, kabłąkowy uchwyt”). Z drugiej strony, w strukturze znaczenia fakultatywnie mogą występować także składniki peryferyjne, kontekstowo nacechowane, „dodane” (w terminologii A. Awdiejewa), zwykle dotyczące subiektywnego wartościowania desygnatów (np. *wiadro*: „ma pojemność ok. 10–12 litrów”, „przy okazji można na nim usiąść”, „można nim czerpać wodę”, „puste blaszane wiadro wydaje grzmiący dźwięk” itd.).

Do sfery peryferyjnej, według Normana i Jachnowa, należy także semantyka ideologiczna wyrazów. Jest to rodzaj oceny przypisywanej desygnatowi nazwy z punktu widzenia zgodności lub niezgodności z ideowymi zasadami grupy społecznej, z której identyfikuje się nadawca komunikatu [*op. cit.*, 45]. Zawierające taki składnik leksemę są traktowane jako *i d e o l o g e m y*. M. N. Epsztejn podkreśla, że rola ideologemów w tekście publicystycznym polega na tym, że stanowią one swego rodzaju skondensowane sądy, perswazyjnie oddziałujące na adresata [Epsztejn, 1991, 20].

Jako przykład konotacji ideologicznych Norman i Jachnow przytaczają rosyjskie rzeczowniki *воин* ‘wojownik, żołnierz’ – *войка* ‘wojak’, *головорез* ‘zbój, zbir’. Jakkolwiek pierwszy wyraz ma odniesienie do „naszej” grupy społecznej (i dlatego ma nacechowanie pozytywne, np. kolokacje: *наши воины* ‘nasi żołnierze’, *славные воины* ‘dzielni wojownicy’), to drugi i trzeci wyraz stanowią negatywne określenia obcego, wrogiego żołnierza, dlatego niemożliwe jest ich pozytywne wartościowanie: **славные головорезы* ‘dzielni zbójce’. Podobnie jest w języku niemieckim: negatywnie nacechowany wyraz *Soldateska* ‘bezwzględne, brutalne wojska’ wymaga odpowiednich (tzn. negatywnych) kolokacji, por. **unsere Soldateska auf dem Balkan* (stosownie byłoby: *unsere Truppen auf dem Balkan*). O preferowaniu określonych (pozytywnych, negatywnych lub neutralnych) charakterystyk wydarzeń politycznych w niemieckiej prasie pisze G. Stötzel [Stötzel, 2005, 32 i n.]; podobne zjawisko (a mianowicie nominację „grup ludzi walczących zbrojnie metodami pozaprawnymi”) w polskiej prasie zbadał W. Lubaś [Lubaś, 2003, 171 i n.].

Norman i Jachnow piszą, że w latach 80. XX w. w radzieckich dyskusjach politycznych, a także w publicystyce NRD – pod wpływem wydarzeń politycznych w Polsce, a zwłaszcza w związku z powstaniem i działalnością ruchu „Solidarność” – wyraźnej deprecjacji uległo słowo *конударность*, *Solidarität*. Los *solidarności* podzielił rzeczownik *stabilizacja*, który w polskich mediach pierwszej połowy 2006 roku przybrał wyraźnie negatywne zabarwienie – z powodu głośnej afery politycznej (tzw. koalicji czy też paktu stabilizacyjnego) z udziałem trzech partii: PiS, Samoobrony

i LPR. Do znaków tego typu stosuje się określenie: „s y n s e m a n t y c z - n o ś ć”, tzn. zależność znaczenia wyrazu (a raczej jego konotacji) od kontekstu społeczno-kulturowego.

Norman i Jachnow uwzględniają także takie przypadki, kiedy semantyka ideologiczna ze strefy peryferyjnej „przesuwa się” na pierwszy plan i następuje dewaluacja znaczenia desygnacyjnego [op. cit. 55]. Taki status w radzieckich dyskursach publicystycznych miał np. rzeczownik *звезда* ‘gwiazda’, który przeważnie funkcjonował jako symbol komunizmu, a w systemie propagandy hitlerowskiej – rzeczownik *Objektivität* ‘obiektywność’, który z jednej strony, występował w opozycji do takich pojęć, jak: *liberalistisch* ‘liberalny’, *abstrakt* ‘abstrakcyjny’, *jüdisch* ‘żydowski’; a z drugiej strony, kojarzył się z pojęciami o nacechowaniu pozytywnym: *unser* ‘nasz’, *germanisch* ‘germański’ itp. [Benkendorf, 2005, 18 i n.].

Semantyka ideologiczna jednak nie ogranicza się do sfery konotacji znaczeniowych – obejmuje ona również szeroki zakres treści asercyjnej wyrazów i grup wyrazowych, przy tym można wyodrębnić, z jednej strony, leksykę ogólnoudeologiczną (*założenie, postulat, program, manifest* itp.), a z drugiej strony, leksykę dotyczącą określonych sfer ideologii: politycznej, prawnej, artystycznej itd. O wyspecjalizowanej leksyce politycznej pisze m.in. niemiecki badacz języka polityki J. Klein [Klein, 1989, 7] – chodzi o wyrazy, za pomocą których formacje polityczne wyrażają swoje sądy i oceny rzeczywistości społeczno-politycznej, zasady i priorytety. Według Kleina wyrazy owe da się ogólnie podzielić na trzy grupy tematyczne: 1) nazwy relacji i formacji społecznych (*walka, naród, państwo* i in.); 2) nazwy organizacji politycznych (*partia, opozycja, koalicja* i in.); 3) wyrazy wartościujące (*wolność, solidarność, przyjaźń* i in.) [zob. też: Teubert, 1989; Weber, 2005].

Ideologemy polityczne mają wyraźną predyspozycję do przekazywania treści aksjologicznych [Dąbrowska, 1991, 87 i n.; Pietrucha, 2003, 12 i n.], dlatego W. Pisarek zastosował do nich określenie: „słowa sztandarowe” [Pisarek, 1999, 63].⁹

Zakodowana w systemie języka informacja ideologiczna jest realizowana w komunikacji językowej. Aspekt eksplikacyjny (ideacyjny) dotyczy kategoryzacji ideologii, zespołu jej charakterystyk i typów ich nominacji, jak również regularnie odtwarzanych w dyskursach sądów ideologicznych, które można przyporządkować poszczególnym sferom tematycznym (o czym niżej). Aspekt proceduralny (pragmatyczny) funkcjonowania ideologii dotyczy typów czynności językowych oraz gatunków stosowanych w celu przekazywania informacji ideologicznej lub informacji na temat ideologii (metaideologicznej) [Pappert, 2003, 19 i n.].

⁹ Por. przytaczane przez L. Bednarczuka [Bednarczuk, 1993, 49] dychotomie aksjologicznie nacechowanych wyrazów z zakresu ideologii politycznej (czasów PRL): swój – obcy, komunizm – imperializm, przeszłość (ciemna) – przyszłość (jasna); internacjonalizm – kosmopolityzm, pomoc – agresja, powstaniec – bandyta, kontrola – podsłuch, informowanie – donosicielstwo, regulacja cen – podwyżka itp. U podstaw dychotomicznego wartościowania opozycji „swój – obcy” leży archaiczny system wartości, znajdujący też wyraz w mitologii, w rytuałach, w folklorze [Pienkowskij, 2004, 13; Łotman, 1969, 465].

Tak więc istnieją stricte ideologiczne gatunki tekstów dziennikarskich – teksty propagandowe w określeniu J. Bralczyka [Bralczyk, 1986, 5], na przykład artykuł redakcyjny, którego treść w całości jest poświęcona ideologii (jak artykuły redakcyjne w tygodniku *Wprost*). S. Baringhorst [Baringhorst, 2004, 19] wyróżniła trzy fazy zastosowania tekstów propagandowych w działalności politycznej: kreowanie programu („Programmentwicklung”), realizacja programu („Programmumsetzung”) oraz ocena programu („Programmevaluation”). W tekstach komentarzy politycznych semantyka ideologiczna współlistnieje z semantyką informacyjną (narracyjną). Inny rodzaj tekstów prasowych to artykuły informacyjne, w których treści ideologiczne są wtrącone.

3. Ideologia w prasie: analiza sfer tematycznych

Informacja ideologiczna w tekstach prasowych jest m.in. zróżnicowana ze względu na dwa aspekty: 1) zakres tematyczny (zakres rozważań) oraz 2) wartościowanie. Na pierwszym etapie badania przy uwzględnieniu powyższych aspektów został przeanalizowany materiał źródłowy – wyekscerpowane z tekstów prasowych fragmenty zdaniowe (100 jednostek), zawierające rzeczownik *ideologia* w jednej z form kategorii przypadku, najczęściej – w mianowniku. Za źródło materiału tekstowego posłużył korpus internetowy Instytutu Podstaw Informatyki PAN¹⁰.

Zadanie badawcze polegało na tym, aby wykazać, jakie treści (a mianowicie dotyczące sfer życia społecznego) są przekazywane w zdaniach na temat ideologii, a także jakie rodzaje wartościowania towarzyszą tej informacji semantycznej. Zgodnie z założeniem badawczym właśnie analiza wypowiedzi, w których ideologia jest omawiana w formie dyskretnej, tzn. za pomocą wyspecjalizowanych środków nominatywnych, na poziomie treści asercyjnej, w najbardziej adekwatny sposób przedstawia obraz semantyki ideologicznej w tekstach publicystycznych.

Dane kwantytatywne o treściach semantycznych i aksjologicznych w wypowiedzi nt. ideologii w tekstach prasowych przedstawia tabela 1.

Przed wszystkim należy zwrócić uwagę na fakt, że wśród siedmiu wyeksponowanych dziedzin przedmiotowych (innymi słowy – sfer ontologicznych) wyraźnie dominuje jedna – polityczna, obejmująca 70% wszystkich przeanalizowanych wypowiedzi. Względnie rzadko występuje informacja na temat społeczeństwa (10%), religii (7%) i gospodarki (6%), natomiast takie sfery, jak finanse, sztuka i nauka, z punktu widzenia ideologii są wręcz marginalne. W odniesieniu do tych dziedzin kultury zwykle stosowana jest inna kategoryzacja, np. zespół założeń, charakterystycznych dla formacji naukowych, określa się jako teorię czy też metodologię, w sztuce pojęciu ideologii odpowiadają programy i manifesty artystyczne (np. Manifest czeskiej moderny (1895) – wyraz skrajnego krytycyzmu wo-

¹⁰ Zob. <http://korpus.pl>.

Tabela 1. Treści semantyczne i aksjologiczne nt. ideologii w tekstach prasowych

Zakres tematyczny	Wartościowanie			Ogółem
	+	-	∅	
Polityka	8 (11%)	60 (86%)	2 (3%)	70 (70%)
Spółeczeństwo	0 (0%)	7 (70%)	3 (30%)	10 (10%)
Religia	1 (14%)	5 (72%)	1 (14%)	7 (7%)
Gospodarka	3 (50%)	0 (0%)	3 (50%)	6 (6%)
Finanse	0 (0%)	0 (0%)	3 (100%)	3 (3%)
Sztuka	1 (33%)	1 (33%)	1 (34%)	3 (3%)
Nauka	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (1%)
Ogółem	13 (13%)	74 (74%)	13 (13%)	100

bec rzeczywistości i realizmu w literaturze czeskiej końca XIX wieku). Choć w teorii paradygmatów nauki przyjmuje się tezę o interakcji różnych form świadomości społecznej, takich jak filozoficzna, artystyczna czy społeczna, a paradygmaty różnych sfer kultury wzajemnie oddziałują na siebie [Kiklewicz, 2006b, 20–21; Kiklewicz, 2007b, 22 i n.], to jednak w każdym odrębnym przypadku raczej stosuje się odmienną kategoryzację, dlatego pojęcie ideologii (jak je przedstawiają teksty prasowe) jest głównie przyporządkowane sferze polityki.

Ideologia polityczna nie jest jednorodna. Jak wykazuje tabela 2, w przeanalizowanych tekstach prasowych funkcjonują jej cztery kategorie: 1) ideologia komunistyczna; 2) ideologia faszystowska; 3) inna oraz 4) ideologia w ogóle, z tym, że ich funkcjonowanie w tekstach jest odmienne: po pierwsze, ze względu na frekwencję, po drugie, ze względu na wartościowanie. Najczęściej w polskich tekstach prasowych rzeczownikowi *ideologia* towarzyszy znaczenie „ideologia komunistyczna” (w tym „ideologia PRL”). Wszystkie teksty tego typu są wartościowane negatywnie, z tym że formy wartościowania są różne – zarówno eksplicytne (tzn. wyspecjalizowane wykładniki aksjologiczne: *zbrodniczy, przestępczy, nienawisć, ludobójczy* i in.), jak i implicytne, czyli baza doświadczeniowa nadawcy komunikatu); np.:

- (1) *Powinny rozliczyć się z komunizmem; jego przywódcy i zbrodnicza ideologia powinny mieć swoją Norymberge.*
- (2) *Runęła druga w ciągu tego wieku mordercza, totalitarna ideologia.*
- (3) *Ile mułu do ludzkiej świadomości potrafiła nanieść komunistyczna ideologia zniewolenia i braku odpowiedzialności.*

Znaczną część próby zajmują też teksty, w których ideologia polityczna omawiana jest ogólnie, jako kategoria kultury. W tym przypadku jednak także dominuje wartościowanie negatywne (obejmujące 88% wypowiedzi):

Tabela 2. Wartościowanie różnych ideologii w tekstach prasowych

Rodzaj ideologii	Wartościowanie			Ogółem
	+	-	∅	
Komunistyczna	0 (0%)	26 (100%)	0 (0%)	26 (37%)
Ideologia ogólnie	2 (12%)	15 (88%)	0 (0%)	17 (24%)
Inna	6 (38%)	8 (50%)	2 (12%)	16 (23%)
Faszystowska	0 (0%)	11 (100%)	0 (0%)	11 (16%)
Ogółem	8 (11%)	60 (86%)	2 (3%)	70 (100%)

- (4) *Żadna sprawa czy ideologia nie uzasadniają terroru, który jest wrogiem ludzkości.*
- (5) *Ideologia w dzisiejszych czasach przestaje odgrywać zasadniczą rolę.*
- (6) *Ideologia, choćby najszczytniejsza, nie służy sztuce.*

W 23% wypowiedzi dotyczących sfery polityki omawiane są inne typy ideologii politycznej. W tej grupie wyrażen dość często (w 38%) realizowana jest pozytywna semantyka aksjologiczna, np.:

- (7) *Ideologia narodowo-demokratyczna nie ma nic wspólnego z rasizmem.*
- (8) *Ideologia naszej partii to ideologia ludzi spokojnych, ludzi szukających porozumienia.*
- (9) *Odegrały decydującą rolę w kształtowaniu świadomości narodowej i nowej ideologii.*
- (10) *Szło to w parze z rozwojem ideologii pozytywistycznej. Popularność zdobywał realizm polityczny.*

Ogólny obraz wartościowania ideologii został przedstawiony w tabeli 1: jak widzimy, 74% wypowiedzi zawiera negatywne wartościowanie ideologii, jedynie 13% – wartościowanie pozytywne, taka sama jest liczba wypowiedzi, w których kategoria wartościowania nie została zrealizowana, tzn. brak jest określonej oceny (pozytywnej lub negatywnej). W odniesieniu do ideologii politycznej te wielkości wyglądają nieco inaczej, choć ich struktura pozostaje bez większych zmian: oceny negatywne – 86% wypowiedzi, oceny pozytywne – 11%, brak oceny – 3%.

Przytoczone dane w sposób jednoznaczny rzutują na zdecydowanie negatywny obraz ideologii w przedstawieniu tekstów prasowych. Można to tłumaczyć istnieniem w polskiej kulturze medialnej (składającej się z ogólnie negatywnego stereotypu ideologii, która z jednej strony, kojarzy się z przeszłością Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, z systemem państwa totalitarnego, zależnego od ZSRR. Z drugiej strony, stereotyp ów w dużym stopniu ukształtował się pod wpływem kompromitacji wielu, zaistniałych w polskim systemie politycznym po 1989 roku, postkomunistycznych formacji politycznych, szczególnie konserwatywnych i narodowosocjalistycznych.

4. Ideologia: aspekty konceptualizacji

Kolejnym, ważnym aspektem funkcjonowania semantyki ideologicznej w tekstach prasowych jest jej leksykalizacja, tzn. sposoby nominacji (syntetycznej, analitycznej, dyskretnej, figuratywnej itd.), ufundowane na typach konceptualizacji tego zjawiska w systemie kognitywnym nadawcy komunikatu. Szczególnie interesującym przedmiotem opisu jest konceptualizacja metaforyczna, tzn. tworzenie jednej kategorii pojęciowej na podstawie danych innej kategorii – zjawisko to w semantyce kognitywnej określa się jako rzutowanie („mapping”).

Badacze niejednokrotnie zwracali uwagę na szerokie kultywowanie metafor w zakresie nominacji politycznej [Krieger, 2005, 410 i n.]. Ta problematyka stała się centralną m.in. w ramach austriacko-rosyjskiego projektu badawczego „Kollektive Vorstellungswelten”. Celem badawczym był opis systemu interpretacji zjawisk życia politycznego w języku mediów [Zinken i Zybatow 2006, 7]. Autorzy projektu skupili uwagę na pojęciu stereotypów obrazowych, czyli metaforycznych. Ich analiza wykazała, że w celu nominacji metaforycznej zjawisk ze sfery polityki w tekstach prasowych są aktualizowane następujące domeny źródłowe [Baranov i Zinken, 2006a, 113 i n.]:

- (1) osoba – 1036; (2) wojna – 745; (3) przestrzeń – 700; (4) budowa – 500; (5) mechanizm – 397; (6) medycyna – 359; (7) rzecz, przedmiot – 353; (8) organizm – 341; (9) religia, mitologia – 292; (10) fauna – 289; (11) teatr – 284; (12) droga – 282; (13) transport – 281; (14) gra – 281; (15) pokrewieństwo – 227; (16) literatura – 215; (17) flora – 201; sport – 192; (18) istota nadprzyrodzona – 191; (19) stosunki feudalne – 183; (20) substancja – 164; (21) geometria – 162; (22) ogranicznik – 161; (23) animizacja – 138; pogoda – 132; (24) przestępczość – 100; (25) jedzenie – 97; (26) rzeka – 94; (27) płyn – 78; (28) ogień – 75; (29) muzyka – 69; (30) zbiornik – 60; (31) fala – 51; (32) góry – 45; (33) rolnictwo – 44; (34) historia – 40; (35) finanse – 33; (36) kolor – 31; (37) przyroda – 30; (38) sztuka – 30; (39) matematyka – 29.

Wcześniejsze badania [Kiklewicz, 2007a] wykazały, że w polskiej frazeologii werbonominalnej (czyli w konstrukcjach typu *zaciągnąć dług*) najczęściej występującą domeną docelową projekcji metaforycznych jest kategoria społeczeństwo: konstrukcje, w których metaforyczne określenia stosuje się do zjawisk społecznych, obejmują 32% wszystkich wyrażen metaforycznych. (Dla porównania przytoczę dane o innych domenach docelowych: komunikacyjna – 22%, psychiczna – 19,2%, antroponimiczna – 9,4%, fizjologiczna – 4,4%, funkcjonalna – 3,7%, fizyczna – 3,2% i in.). Powyższe dane wyraźnie przemawiają za zasadnością kognitywistycznej tezy o niezbędności, zgodnie z którą „metafora pełni funkcję wyjaśniającą oraz funkcję ułatwiającą rozumienie” [Jäkel 2003, 44]. W polskich tekstach językowych metaforyczna konceptualizacja przede wszystkim dotyczy informacji o społeczeństwie, nie zaś informacji o jednostkach, która ma bardziej konkretny, bezpośredni, postrzegalny charakter.

Ponieważ ideologia, jak wykazała analiza jej zakresu tematycznego (zob. powyższy punkt), należy do społecznej sfery kognitywnej (a także ma

w swojej treści zakodowane składniki psychiczne – poznawcze i komunikacyjne [zob. podrozdział 1]), więc jest całkiem naturalne, że w tym przypadku szeroko stosuje się nominację metaforyczną. W związku z tym należy jednak podkreślić, że obiektem nominacji metaforycznej nie jest bezpośrednio samo zjawisko ideologii – w tym przypadku stereotypowo używa się leksykalizacji syntetycznej, tzn. za pomocą leksemów *ideologia*, *ideologiczny*, *ideowy*, *ideologizować* i in. W tekstach językowych potrzeba nominacji metaforycznej powstaje w odniesieniu do różnego rodzaju charakterystyk kategorii pojęciowej, np. takich jak stopień, istnienie, trwanie, stadium itd., które są traktowane jako aspekty porównywania i tożsamości [Kiklewicz 2006a, 39]. Zgodnie z powyższą regułą nominacja metaforyczna dotyczy różnego typu charakterystyk zjawiska ideologii.

Za źródło materiału empirycznego ponownie posłużył korpus internetowy języka polskiego IPI PAN, z którego wyekscerpowałem sto fragmentów zdaniowych, pochodzących z tekstów publicystycznych. Sposób analizy materiału źródłowego zademonstruję na kilku przykładach.

- (11) *Ideologia Wielkiej Rewolucji Francuskiej i liberalizm nie przeorały jeszcze gruntu politycznego.*
- (12) *Podstawą jego działalności była walka z rewolucyjną ideologią marksizmu.*
- (13) *Nie próbujmy więc tutaj dobudowywać ideologii.*

W zdaniu (11) występuje metafora pojęciowa: Ideologia to Rolnik, a aspektem tożsamości jest efekt oddziaływania ideologii: chodzi o to, że efekty oddziaływania ideologii Rewolucji Francuskiej w sferze współczesnej polityki są znikome. W zdaniu (12) w sposób metaforyczny określane jest wartościowanie ideologii, a mianowicie – negatywne wartościowanie, negowanie ideologii marksizmu; została tu zrealizowana metafora pojęciowa: ideologia to wróg/rywal. W zdaniu (13) występuje bardzo rozpowszechniona w tekstach prasowych konstrukcja *dobudować/dobudowywać ideologię* (zob. dalej), która wyświetla inny profil tego zjawiska: kreowanie ideologii. Ideologia jest tu porównywana do budynku, stąd eksplikacja metafory pojęciowej: ideologia to budynek/budowa.

Przy uwzględnieniu powyższych założeń określiłem kolejne zadania badawcze:

1. ustalenie zespołu domen źródłowych, tzn. kategorii pojęciowych wykorzystywanych w celu metaforycznej nominacji charakterystyk ideologii;
2. ustalenie zespołu aspektów tożsamości;
3. określenie stopnia konwencjonalności wyrażenia metaforycznych;
4. określenie wartościowania ideologii w wyrażeniach metaforycznych.

4.1. Analiza domen źródłowych

Wcześniejsze badania w zakresie frazeologii polskiej wykazują, że ze względu na frekwencję występowania zdecydowanie dominuje jedna domena źródłowa – RZECZ, występująca w ponad 80% frazeologicznych konstrukcji werbo-nominalnych. Inne kategorie źródłowe są wręcz spora-

dyczne, niektóre z nich zostały odnotowane w pojedynczych idiomach. Na podstawie tych danych można wnioskować o zasadniczo tendencyjnym charakterze projekcji metaforycznych, co potwierdza kognitywistyczną tezę o jednokierunkowości; o ile stereotypowym obiektem projekcji metaforycznych jest społeczeństwo oraz relacje społeczne, to stereotypowym narzędziem ich konceptualizacji metaforycznej jest wiedza o rzeczach – przedmiotach materialnych [Kiklewicz 2007a; Kiklewicz 2007b, 248]. Badanie metaforycznej konceptualizacji ideologii potwierdza te wcześniejsze dane (patrz tabela 3).

Tabela 3. Domeny źródłowe metafor ideologii

Domena źródłowa	Liczba użyć	Aspekt tożsamości	Liczba użyć
(1) Rzecz, przedmiot materialny, artefakt	28	Wartościowanie ideologii	3
		Zasięg występowania	1
		Istnienie (zaistnienie, rozpozna- wszechnienie)	19
		Oddziaływanie	1
		Podobieństwo do innych zjawisk	1
		Przedstawienie ideologii	1
		Pochodzenie, geneza	2
(2) Człowiek	17	Wartościowanie ideologii	1
		Funkcje	9
		Treść	2
		Cecha	1
		Pochodzenie, geneza	1
		Istnienie (zachowanie, wyznawanie ideologii)	2
		(Ideologia jako) podstawa zachowań	1
(3) Budynek	7	Istnienie (zaistnienie, zanikanie)	5
		Funkcje	1
		Pochodzenie, geneza	1
(4) Istota żywa	6	Istnienie (zaistnienie)	4
		Funkcje	1
		Pochodzenie, geneza	1
(5) Miejsce, lokum, kierunek	4	Podobieństwo do innych zjawisk	3
		Funkcje	1
(6) Narzuta	4	Powodowanie	4
(7) Zwierchnik	3	(Ideologia jako) cel działań	2
		Oddziaływanie	1

cd. tabeli 3

Domena źródłowa	Liczba użyć	Aspekt tożsamości	Liczba użyć
(8) Choroba, dolegliwość, infekcja	3	Wartościowanie ideologii	1
		Istnienie	1
		Funkcje	1
(9) Ubranie	3	Funkcje	1
		Forma realizacji	1
		Zasięg występowania	1
(10) Podręcznik, książka	2	Zgodność z ideologią	1
		Treść	1
(11) Wróg, rywal	2	Wartościowanie ideologii	1
		Istnienie	1
(12) Źródło	2	Ideologia jako podstawa zachowań	2
(13) Element stroju	1	Istnienie	1
(14) Gaz	1	Funkcje	1
(15) Gleba, skorupa ziemska	1	Istnienie (zanikanie)	1
(16) Gość, przybysz	1	Istnienie	1
(17) Grunt	1	Funkcje	1
(18) Ołtarz	1	Podobieństwo do innych zjawisk	1
(19) Płyn	1	Zasięg występowania	1
(20) Potrawa	1	Istnienie (współistnienie)	1
(21) Powieść, opowieść	1	Istnienie (zanikanie)	1
(22) Producent	1	Pochodzenie, geneza	1
(23) Pułapka	1	Funkcje	1
(24) Rolnik	1	Oddziaływanie (efekty)	1
(25) Roślina	1	Istnienie	1
(26) Rozrywka	1	Funkcje	1
(27) Skorupa	1	Funkcje	1
(28) Tekst pisany	1	Rozumienie ideologii	1
(29) Urzędnik, administrator	1	Funkcje	1
(30) Ziemia, gleba	1	Pochodzenie, geneza	1
(31) Zorganizowana grupa osób	1	Zasięg występowania	1
Ogółem	100	Ogółem	100

Wśród trzydziestu jeden wyeksponowanych w materiale domen źródłowych najczęściej (w 28% wypowiedzi) używana jest kategoria rzecz, na drugim miejscu znajduje się kategoria człowiek (17%). Oto niektóre ilustracje tych metafor pojęciowych w tekście.

IDEOLOGIA TO RZECZ, PRZEDMIOT MATERIALNY:

- (14) *Na odrzuceniu ideologii liberalizacji w prawie karnym.*
- (15) *Tymczasem błysnął swą wiedzą i darem dorabiania ideologii do każdej kłeski.*
- (16) *Całą ideologię na ten temat mogą położyć tuż obok uchwał KC PZPR.*

IDEOLOGIA TO CZŁOWIEK, OSOBA:

- (17) *Bo te ideologie wiedzą, iż człowiek tego rodzaju jest im niepotrzebny.*
- (18) *I nie jest to spór ideologii, wiar lub dogmatów.*
- (19) *Krótko mówiąc, znajdują się one u progu narodzin ideologii.*

Powyższe dane korelują z danymi opublikowanymi przez bułgarskie badaczki. Michajłowa-Staljanova i Krejczova twierdzą, że w zakresie figuratywnej nominacji myśli najczęściej występuje model metaforyczny myśl to rzecz [Michajłowa-Staljanova i Krejczova 2006, 34].

Inne kategorie źródłowe występują raczej w pojedynczych wypowiedziach. W naszym materiale nie zostały odnotowane niektóre domeny źródłowe, wspomniane w badaniach innych autorów. Np. A. N. Baranov i J. Zinken przytaczają model kognitywny: ideologia to fauna [Baranov i Zinken 2006b, 188]; porównaj ilustrację zdaniową:

- (20) *Превратив народ в голосующее стадо, большевизм скомпрометировал идею Советов и демократии* ‘Bolszewizm wytworzył z narodu głosujące stado, tym samym skompromitował ideę Rad oraz demokracji’.

W materiale Baranova i Zinkena metafora pojęciowa ideologia to fauna realizuje się tylko w pojedynczym tekście prasowym, co wskazuje na wręcz marginesowy charakter tego zjawiska – jego nieuwzględnienie w moim materiale zasadniczo nie wpływa na ogólny obraz nominacji metaforycznej w zakresie ideologii.

Wszystkie domeny źródłowe (zarówno regularne, jak i sporadycznie występujące) można uogólnić, tworząc określone dziedziny przedmiotowe. Dane o domenach źródłowych pogrupowanych w dziedziny zawiera tabela 4.

Tabela 4. Dziedziny przedmiotowe metafor ideologii

Dziedzina przedmiotowa	Liczba użyć
(1) Rzecz, przedmiot materialny, artefakt	49
(2) Człowiek, osoba	33
(3) Obiekt przyrody	7
(4) Stan (fizyczny, emocjonalny)	5
(5) Miejsce, lokum, kierunek	4
(6) Substancja	2
Ogółem	100

Jak wynika z tabeli, dwie dziedziny przedmiotowe obejmują prawie cały obszar rzutowania metaforycznego: rzecz, przedmiot materialny, artefakt – 49%, człowiek, osoba – 33%, łącznie – ponad 80% wszystkich wypowiedzi metaforycznych z rzeczownikiem *ideologia*.

4.2. Analiza aspektów tożsamości

Z wcześniejszych badań nad funkcjonowaniem metafor pojęciowych w zakresie frazeologii wynika, że najczęściej występują trzy aspekty tożsamości, w ramach których można: 1) powodować (sprawiać, inicjować, warunkować, decydować); 2) rozpoczynać (akcję, proces, przebywanie w stanie, posiadanie cechy); 3) realizować (czynić, dokonywać, wykonywać) (Kiklewicz 2007a). Metaforyczna nominacja ideologii ogólnie potwierdza te wnioski (tabela 5).

Tabela 5. Aspekty tożsamości w metaforycznej nominacji ideologii

Aspekt tożsamości	Liczba użyć
(1) Istnienie ideologii (zaistnienie, zanikanie itd.)	37
(2) Funkcje ideologii	21
(3) Pochodzenie, geneza ideologii	7
(4) Wartościowanie ideologii	6
(5) Powodowanie, transfer ideologii	4
(6) Podobieństwo ideologii do innych zjawisk	5
(7) Zasięg występowania ideologii	4
(8) Treść ideologii	3
(9) (Ideologia jako) podstawa zachowań	3
(10) Oddziaływanie ideologii na społeczeństwo	3
(11) Przedstawienie ideologii	1
(12) Cecha ideologii	1
(13) (Ideologia jako) cel działań	2
(13) Forma realizacji ideologii	1
(14) Zgodność innych zachowań z ideologią	1
(15) Rozumienie ideologii	1
Ogółem	100

Tabela wykazuje, że najczęściej potrzeba metaforycznej nominacji (czy też konceptualizacji) ideologii powstaje w wypowiedziach dwóch typów: 1) zawierających informację o istnieniu (zaistnieniu, kreowaniu, zaniku, rozpowszechnieniu itd.) ideologii (37% wypowiedzi) oraz 2) zawierających informację o funkcjach ideologii (21% wypowiedzi). Oto przykłady językowe obydwu typów.

Istnienie ideologii (jako aspekt tożsamości):

- (21) *I ta wojna, zamiast zadać śmierć wszelkim ideologiom, jest już w tej chwili propagandą.*
- (22) *Przeszła mu ideologia.*
- (23) *Ideologia kwitła rewolucyjną czerwienią na nosach aktywistów ku chwale Polski Ludowej.*

Funkcje ideologii (jako aspekt tożsamości):

- (24) *Ideologia społeczna może tylko odbijać stosunki społeczne na sposób zwierciadła.*
- (25) *Kultura narodowa jest blokowana w imię pewnych ogólników bazujących na ideologii.*
- (26) *Żadna ideologia nie potrafi rozwiązać problemów egzystencjalnych.*

Warto zwrócić uwagę na fakt, iż liczba domen źródłowych (trzydzieści jeden) znacznie przekracza liczbę aspektów tożsamości (piętnaście), a to znaczy, że między aspektem tożsamości jako potrzebą nominacji metaforycznej a domeną źródłową jako jej narzędziem nie ma symetrii. Z jednej strony, za pomocą tej samej domeny źródłowej zwykle realizuje się kilka różnych aspektów tożsamości, np. za pomocą domeny rzecz, przedmiot materialny – takie aspekty tożsamości, jak wartościowanie ideologii, zasięg występowania ideologii, istnienie (zaistnienie, rozpowszechnienie), oddziaływanie ideologii, podobieństwo ideologii do innych zjawisk i in., co ilustrują następujące zdania z korpusu:

- (27) *Odrzucenie ideologii liberalizacji w prawie karnym (aspekt tożsamości: wartościowanie ideologii)*
- (28) *Za byle ideologię rzuconą przez „proroka” (aspekt tożsamości: geneza ideologii).*
- (29) *To była także druga strona tej ideologii (aspekt tożsamości: treść ideologii).*
- (30) *Za wzniosłym kostiumem ideologii kryje się zazwyczaj brak wiedzy praktycznej (aspekt tożsamości: forma realizacji ideologii).*
- (31) *Posel Wawak pięknie wyłożył całą tę ideologię zmiany (aspekt tożsamości: przedstawienie, prezentacja ideologii).*

Z drugiej strony, ten sam aspekt tożsamości, np. istnienie, realizowany jest za pomocą kilku domen źródłowych:

- (32) *Postawy władzy też uległy zmianie, odkąd erozja wszechwładnej we wczesnych latach pięćdziesiątych ideologii (model metaforyczny: ideologia to gleba).*
- (33) *Kiedy wydobrzył, przeszła mu ideologia (model metaforyczny: ideologia to choroba, dolegliwość).*
- (34) *Ideologia wpuszczona kuchennymi drzwiami w prawne rozwiązania przybiera wszystkie cechy chwastu (model metaforyczny: ideologia to gość, przybysz).*

Powyższą asymetrię można zinterpretować też inaczej: to, co myślimy o ideologii (oczywiście – w obrębie stylu dziennikarskiego), zasadniczo różni się od tego, jak myślimy czy też jak mówimy o ideologii, a różnica ta polega przede wszystkim na tym, że rejestr metaforycznych modeli konceptualizacji charakterystyk ideologii jest znacznie szerszy niż liczba samych charakterystyk. Można to – moim zdaniem – tłumaczyć tym, że każda konkretna nominacja metaforyczna realizuje się w określonych warunkach – zarówno „wewnętrznych”, tzn. syntagmatycznych (innymi słowy – w określonym otoczeniu leksykalno-gramatycznym), jak i „zewnętrznych”, tzn. komunikacyjnych, związanych z sytuacjami zachowań językowych. Zatem w swoistym pluralizmie nominacji metaforycznych można dostrzegać rezultat dostosowania konceptualizacji do specyficznych warunków komunikacji językowej.

4.3. Analiza wartościowania

Wartościowanie ideologii w wypowiedziach metaforycznych zasadniczo nie odbiega od tendencji, która została wykryta w punkcie pierwszym: chodzi o dominację wartościowania negatywnego, które występuje w 75% wyrażań metaforycznych. Oto niektóre ilustracje:

- (35) *Służycie jakiejś obłądnej ideologii.*
- (36) *Ideologie to najnowocześniejsze gazy bez żadnej odtrutki.*
- (37) *Literaturze katolickiej grozi wszakże ześlizg w ideologię.*
- (38) *Kultura narodowa jest blokowana w imię pewnych ogólników bazujących na ideologii.*

W 23% konstrukcji występuje brak wartościowania ideologii, natomiast jedynie w dwóch wypowiedziach dadzą się odnotować oceny pozytywne.

4.4. Analiza konwencjonalności wypowiedzi metaforycznych

Kolejnym aspektem analizy jest strona formalna konstrukcji metaforycznych. W większości są to konwencjonalne metafory predykatywne¹¹ – obejmują one 69% całego zbadanego materiału. Istota metafor predykatywnych polega na tym, że relacja dwóch kategorii pojęciowych – docelowej i źródłowej, nie jest dana bezpośrednio: w warstwie „powierzchniowej” wypowiedzi występuje symbol domeny docelowej, a także jej charakterystyka (predykat) sformułowana w terminach domeny źródłowej. Tak więc w zdaniu

- (39) *Literatura to obecnie ucieczka od ideologii*

występuje nazwa kategorii docelowej ideologia, a także metaforyczne określenie jej charakterystyki, „wartościowanie negatywne ideologii”, czyli rzeczownik abstrakcyjny *ucieczka*, wskazujący na domenę źródłową Istota żywa (por. konstrukcję bazową: *X ucieka od kogoś*, np. *Ten chłopiec kilkakrotnie uciekał od rodziców*). W ten sposób można twierdzić, że u podstaw zastosowania do domeny ideologia predykatu *ucieczka/uciekać* (innymi

¹¹ Podział metafor na imienne, predykatywne i sentencjonalne zaproponował G. Miller [Miller, 1979, 232 i n.].

słowy – u podstaw konstrukcji metaforycznej *ucieczka od ideologii*) leży projekcja metaforyczna: ideologia to istota żywa (w analizowanym zdaniu realizuje się także projekcja metaforyczna literatura to istota żywa). Można wskazać też na inne konwencjonalne metafory predykatywne:

- (40) *Usiłowali narzucić całemu narodowi obcą nam ideologię marksistowsko-leninowską.*
- (41) *Przecież nie tylko tekst, ale i muzyka przekazuje jakąś ideologię.*
- (42) *Jego twórczość wpływała z Jego serca, a nie z ideologii.*

Powyższe wyrażenia językowe ufundowane są na czasownikach, które stereotypowo używane są w znaczeniach przenośnych – chodzi o czasowniki *narzucić*, *przekazać* oraz *wpływać*, co daje podstawę, aby mówić o konwencjonalnym charakterze wypowiedzi metaforycznych. W tym zakresie szczególnie należy wyodrębnić czasowniki *dorobić/dorabiać* i *dobudować/dobudowywać*, które w połączeniu z rzeczownikiem *ideologia* tworzą idiomy, charakterystyczne dla języka dziennikarstwa politycznego i w ogóle dla dyskursów politycznych. Na przykład:

- (43) *Tymczasem błysnął swą wiedzą i darem dorabiania ideologii do każdej kłęski.*
- (44) *Ktoś tu próbuje dorabiać ideologię do incydentu.*
- (45) *Niektórzy dorabiają ideologię do tańczenia.*
- (46) *Dobudowali sobie nawet do tego całą ideologię.*
- (47) *W swoim wystąpieniu zupełnie niepotrzebnie dobudował do moich zastrzeżeń jakąś ideologię.*
- (48) *Nie próbujmy więc tutaj dobudowywać ideologii.*

Metafory imienne przedstawiają projekcję metaforyczną wprost, czyli mają strukturę: domena „A” to domena „B”, z tym że istnieją różne sposoby jej realizacji gramatycznej (najczęściej to konstrukcje identyfikacji oraz konstrukcje z rzeczownikiem w dopełniaczu w pozycji zależnej). Metafory imienne ponadto różnią się od predykatywnych tym, że zwykle mają charakter niekonwencjonalny, o czym też świadczą poniższe ilustracje:

- (49) *Ideologie to najnowocześniejsze gazy bez żadnej odtrutki (model metaforyczny: ideologia to gaz).*
- (50) *„Podlany sosem ideologii” (model metaforyczny: ideologia to potrawa, sos).*
- (51) *W szatach ideologii neutralności światopoglądowej (model metaforyczny: ideologia to ubranie).*
- (52) *Bo ono jest racjonalne wyłącznie na gruncie ideologii rynkowej (model metaforyczny: ideologia to grunt).*
- (53) *Wpadają w pułapkę ideologii (model metaforyczny: ideologia to pułapka).*
- (54) *Jak można dopuszczać do poświęcenia prawdy na ołtarzu ideologii (model metaforyczny: ideologia to ołtarz).*
- (55) *Chowa się w skorupie własnej ideologii (model metaforyczny: ideologia to skorupa).*

5. Zakończenie

Rzeczownik *ideologia* jest nazwą należącej do pola semantycznego wiedza kategorii sentencjonalnej, oznaczającej zespół stanów rzeczy, ufundowanych na relacji sądzeniowej 'X uważa/zakłada/twierdzi itd., że S'. Definicja *ideologii* jako kategorii pojęciowej oparta jest na kilku postulatach: celowości, mentalności, zbiorowości, relewancji, konsekwencji, wartościowania i manifestacji. Semantyka ideologiczna realizowana jest na różnych poziomach działalności językowej; w systemie języka realizuje się w obrębie treści asercyjnej lub konotacyjnej znaków językowych, a w dyskursie wyrażana jest ponadto w formach operacyjnych (tzn. w formach różnego rodzaju zabiegów retorycznych, takich jak elipsa, kontaminacja, reduplikacja i in.) oraz implikacyjnych (innymi słowy: argumentacyjnych, tj. będących rezultatem współdziałania kategorii semantycznych).

W tekstach publicystycznych (jak wynika z analizy wybranych fragmentów tekstowych z korpusu IPI PAN) rzeczownik *ideologia* najczęściej występuje w odniesieniu do dwóch sfer tematycznych: polityki – 70% oraz społeczeństwa – 10%. W większości tekstów publicystycznych ideologia jest nacechowana negatywnie – liczba tych tekstów wynosi 74%, przy tym ich znaczna część (37%) dotyczy ideologii komunistycznej.

Analiza konceptualizacji metaforycznej charakterystyk *ideologii* wykazała, że jako domeny źródłowe najczęściej są wykorzystywane dwie dziedziny przedmiotowe: rzecz oraz człowiek; pierwsza obejmuje 49% wszystkich zbadanych tekstów, a druga – 33%. Sumarycznie w materiale źródłowe zostało wyodrębnionych 31 domen źródłowych.

Projekcja metaforyczna powstaje jako zaspokojenie określonej potrzeby, a mianowicie – nominacji abstrakcyjnej charakterystyki kategorii pojęciowej. W przypadku ideologii wyodrębniono piętnaście takich charakterystyk, z tym że najczęściej występują dwie: istnienie ideologii (zaistnienie, zanikanie, rozpowszechnienie itd.) – 37% tekstów oraz funkcje ideologii – 21% tekstów.

Ponieważ w większości wyrażen metaforycznych (75%) pojęciu ideologii towarzyszy wartościowanie negatywne (w tym przypadku występuje swego rodzaju „wartościowanie wartościowania”, jako że składnik aksjologiczny stanowi niezbędną część semantyki ideologicznej [zob. p. 1]), można twierdzić, że jest to stała, regularnie odtwarzana cecha rozumienia ideologii we współczesnej kulturze. Ideologia kojarzy się z takimi cechami, jak dogmatyzm, spekulacja, manipulacja, irracjonalizm, idealizm, cynizm, ograniczenie wolności. W ten sposób intelektualny, światopoglądowy aspekt treści tej kategorii [Wahrig, 1981] w drugiej połowie XX w. – w pierwszej dekadzie XXI w. uległ zasadniczej deprecjacji (choć geneza takiego ujęcia ideologii sięga początku XIX wieku [Schanze, 2002, 143]). Niewątpliwie stało się tak dlatego, że wielkie ideologie ubiegłego stulecia nie potrafiły rozwiązać problemów społecznych, a niektóre z nich, zbrodnicze w swej istocie, spowodowały poważne kataklizmy społeczne.

Spółeczeństwo „najadło się” ideologii, dlatego coraz bardziej zyskują na popularności zasady zachowań naturalnych, pragmatyzm funkcjonalny czy też filozofia „śmierci autora”. Nie można jednak mieć złudzeń co do tego, że da się istnieć bez ideologii: stanowi ona wręcz niezbędny czynnik funkcjonowania współczesnej cywilizacji, a problem nie polega na tym, aby wyeliminować ideologię, lecz na tym, aby wyselekcjonować jej zoptymalizowane treści, najbardziej dostosowane do celów działalności społecznej.

Literatura

- A. Baranov, J. Zinken (2006a). Allgemeine Beschreibung der Metaphernmodelle: Russisch vs. Deutsch. [w:] L. Zybatow (red.). Kulturelle Vorstellungswelten in Metaphern. Metaphorische Stereotypen der deutschen und russischen Medien als Hypertext. Frankfurt am Main, str. 111–178.
- A. Baranov, J. Zinken (2006b). Ausgewählte Metaphernmodelle der Wende- und Perestrojka-Zeit. [w:] L. Zybatow (red.), Kulturelle Vorstellungswelten in Metaphern. Metaphorische Stereotypen der deutschen und russischen Medien als Hypertext. Frankfurt am Main, str. 185–260.
- S. Baringhorst (2004). Die Politikwissenschaft als Referenzwissenschaft einer transdisziplinären Medienwissenschaft. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. 133, str. 17–25.
- L. Bednarczuk (1993). Pragmatyka i typologia nowo-mowy. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Prace Językoznawcze. 17–18, str. 47–54.
- Г. Д. Бенкендорф (2005). Відображення концепту Об'єктивітат – Об'єктивізм (Об'єктивність) через ідеологічні настанови націонал-соціалізму і комунізму. Opera Slavica. XV/2, str. 17–24.
- J. Bralczyk (1986). O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych. Kraków.
- Ю. Чернявская (2007). Белорус о себе. Этнический самообраз белоруса в сказках. Die Welt der Slaven. 2, str. 312–333.
- A. Dąbrowska (1991). Wartościowanie w wybranych hasłach encyklopedycznych. [W:] J. Bartmiński, R. Tokarski (red.). Profilowanie w języku i w tekście. Lublin, str. 249–258.
- F. Dornseiff (2004). Dornseiff. Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen. Tübingen [CD].
- W. Doroszewski (red.) (1961). Słownik języka polskiego. T. 3. Warszawa.
- М. Н. Эпштейн (1991). Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса). Вопросы языкознания. 6. str. 19–33.
- O. Jäkel (2003). Metafory w abstrakcyjnych domenach dyskursu. Kraków.
- A. Kiklewicz (2006a). Kognitywna teoria metafory – zagadnienia dyskusyjne. Przegląd Humanistyczny. L/2, str. 29–45.
- A. Kiklewicz (2006b). Język, komunikacja, wiedza. Mińsk.
- A. Kiklewicz (2007a). Metafory pojęciowe jako baza nominacji idiomatycznych (na przykładzie polskich konstrukcji werbo-nominalnych). Biuletyn PTJ, LXII, str. 197–216.
- A. Kiklewicz (2007b). Zrozumieć język. Szkice z filozofii języka, semantyki, lingwistyki komunikacyjnej. Łask.
- J. Klein (1989). Wortschatz, Wortkampf, Wortfeldern in der Politik. [w:] J. Klein (red.), Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung. Opladen. str. 3–50.
- A. Krieger (2005). „Ein Haus mit offenen Fenster und Türen“. Metaphern im Einwanderungsdiskurs von 1998 bis 2001, Germanistische Linguistik. I, str. 410–436.
- Ю. М. Лотман (1969). О языке типологических описаний культуры. Труды по знаковым системам. IV, str. 460–477.

- W. L u b a ś (2003). „Nowomowa” – dwadzieścia lat później. [W:] I. Bobrowski (red.). *Ana-basis. Prace ofiarowane Profesor Krystynie Pisarkowej*. Kraków, str. 167–173.
- Н. Михайлова-Сталянова, Е. Крейчова (2006). Метафоризация на мисълта в българския, руския и чешкия език. *Opera Slavica*. XVI/2, str. 33–44.
- G. A. M i l l e r (1979). *Images and Models, Similes and Metaphors*. [w:] A. Ortony (red.) *Metaphor and Thought*. Cambridge, str. 202–248.
- E. N o e l l e - N e u m a n n (1992). Manifeste und latente Funktion öffentlicher Meinung. *Publizistik*. 37, str. 283–297.
- B. N o r m a n, Н. J a c h n o w (1999). Идеологический компонент и его место в значении слова. *Zeitschrift für slavische Philologie*. 58, str. 43–58.
- S. P a p p e r t (2003). *Politische Sprachspiele in der DDR. Kommunikative Entdifferenzierungsprozesse und ihre Auswirkungen auf den öffentlichen Sprachgebrauch*. Frankfurt am Main.
- А. Б. Пеньковский (2004): *Очерки по русской семантике*. Москва.
- M. P i e t r u c h a (2003). *Wartościowanie w słownikach (na przykładzie hasła demokracja)*. *Poradnik Językowy*. 2, str. 12–21.
- W. P i s a r e k (1999). *Polskie słowa szlendarowe na tle porównawczym*. [w:] W. Banyś, L. Bednarczuk, S. Karolak (red.). *Studia lingwistyczne ofiarowane profesorowi Kazimierzowi Polańskiemu*. Katowice.
- R. P o r t e r (2006). *Ideology: Contemporary Social, Political and Cultural Theory*. Cardiff.
- H. S c h a n z e (red.) (2002). *Metzer Lexikon. Medientheorie. Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart/Weimar.
- G. S t ö t z e l (2005). *Konkurrierender Sprachgebrauch In der Deutsche Presse. Sprachwissenschaftliche Textinterpretationen zum Verhältnis von Sprachbewußtsein und Gegenstandskonstitution*. *Germanistische Linguistik*. I, str. 21–42.
- M. S z y m c z a k (red.) (1978). *Słownik języka polskiego*. T. 1. Warszawa.
- W. T e u b e r t (1989). *Politische Vexierwörter*. [w:] J. Klein (red.). *Politische Semantik. Bedeutungsanalytische und sprachkritische Beiträge zur politischen Sprachverwendung*. Opladen, str. 51–70.
- W. W a h r i g (red.) (1981). *Brockhaus Wahrig. Deutsches Wörterbuch*. III. Stuttgart.
- S. W e b e r (2005). *Das Schlüsselwort Reform in der politischen Sprache der Bundesrepublik Deutschland von 1969–2003*. *Germanistische Linguistik*. I, str. 341–371.
- J. Z i n k e n, E. B o l o t o v a (2006). *Der europäische Raum. Metaphernmodelle im russischen und im deutschen Diskurs zur Europäischen Integration*. [w:] L. Zybatow (red.). *Kulturelle Vorstellungswelten in Metaphern. Metaphorische Stereotypen der deutschen und russischen Medien als Hypertext*. Frankfurt am Main, str. 291–309.
- J. Z i n k e n, L. N. Z y b a t o w (2006). *Theoretischer Rahmen: Metapher, Kultur, Vorstellung*. [w:] L. Zybatow (red.). *Kulturelle Vorstellungswelten in Metaphern. Metaphorische Stereotypen der deutschen und russischen Medien als Hypertext*. Frankfurt am Main, str. 1–18.

PAWEŁ ZAŁĘSKI

PROPAGANDA SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO W DOBIE TRANSFORMACJI

Jest zastanawiające, że w analizach prasowych poświęconych okresowi transformacji nie wzięto pod uwagę koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego”. Nie ma tego związku frazeologicznego wśród słów sztandarowych badanych przez Walerego Pisarka [Pisarek, 2002], nie ma też w analizach Alicji Zagrodnikowej [Zagrodnikowa, 1991], ani w sondzie słownikowej Andrzeja Bogusławskiego i Jana Wawrzyńczyka: [Bogusławski, Wawrzyńczyk, 1993], jak też w wynikach badań nad semantyką nazw wartości przeprowadzonych pod kierunkiem Jerzego Bartmińskiego [J. Bartmiński i in., 2006, 8]. Poniższy artykuł ma na celu uzupełnienie owej luki i ukazanie, w jaki sposób doszło do spopularyzowania tego terminu.

Do upowszechnienia terminu *społeczeństwo obywatelskie* w świadomości publicznej doszło dość późno, bo dopiero w 1989 r., gdy aparat władzy zaczął postrzegać solidarnościowych działaczy jako formalnych aktorów politycznych. W roku tym o tzw. społeczeństwie obywatelskim zaczęto w socjalistycznej propagandzie pisać dużo i chętnie – powstawały oficjalne prace, ukazywały się artykuły w prasie, np. *Trybunie Ludu*, *Rzeczpospolitej*, *Życiu Warszawy* i innych. Termin *społeczeństwo obywatelskie* stał się jednym z głównych elementów kreowanej tożsamości osób, wywodzących się z kierownictwa drugiej Solidarności, uznanych przez stronę rządową za partnerów negocjacji. Polityzacja solidarnościowej opozycji spowodowała, że również pierwszą Solidarność z roku 1980 zaczęto retrospektywnie określać tym mianem.

Prawdopodobnie pierwszym intelektualistą związanym z prodemokratyczną opozycją, który zaczął używać w bardziej wypracowany sposób terminu *społeczeństwo obywatelskie* w Polsce w 1985 r. – był Ireneusz Krzemiński [Krzemiński, 1985a, 15, 18; 1985b, 106, 110–11]. W tym samym czasie określenie to zagościło również w słowniku innego intelektualisty – związanego z władzą Jerzego Wiatra. Przypuszczalnie to właśnie dzięki publikacjom Krzemińskiego termin *społeczeństwo obywatelskie* – za pośrednictwem Wiatra [Wiatr, 1985, 60] – został dostrzeżony i doceniony przez komunistyczną propagandę.

Obaj panowie pracowali wówczas w tym samym Instytucie Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, jednak „społeczeństwo obywatelskie” rozumieli w odmienny sposób. Wiatr na gruncie socjalistycznego etatyzmu sformułował (właściwie identyczną z późniejszym zglobalizowanym rozumieniem) koncepcję społeczeństwa obywatelskiego jako społeczeństwa opiekuńczego. Publikacje Krzemińskiego stanowiły (jako neorepublikański manifest) wyraz drugiego nurtu rozumienia tego terminu – jako społeczeństwa politycznego. Dyskurs obu intelektualistów to spotkanie opozycyjnego idealisty z prorządowym pragmatykiem.

O ile opozycja rozumiała określenie *społeczeństwo obywatelskie* jako termin ściśle polityczny (podobnie jak romantyzm rozumiał *społeczeństwo polityczne* [Załęski, 2007]), o tyle Wiatr dokonał depolityzacji tego pojęcia, przeprowadził jego polityczną neutralizację – i takim przejęły go później organizacje pozarządowe. Jednak ten akt depolityzacji miał polityczny charakter. Teoretyczna waga tego artykułu Wiatra została najwyraźniej szerzej doceniona, gdyż ukazał się on, w krótkich odstępach czasu, jeszcze dwukrotnie – w roku 1987 i 1988 [Wiatr, 1987, 34–6; 1988, 26–7].

W 1986 roku w *Colloquia Communia* ukazał się artykuł Ryszarda Panasiuka, który zanalizował w nim relacje pomiędzy państwem a społeczeństwem obywatelskim w filozofii Hegla [Panasiuk, 1986]. W następnym roku w 9 numerze *Studiów Filozoficznych* pod redakcją Tadeusza Płużańskiego opublikowano szereg artykułów, poruszających problematykę społeczeństwa obywatelskiego z pozycji marksistowskich. Ich przedmiotem była głównie analiza semantyki romantycznej, przez pryzmat której – w przypadku Piotra Ogrodzińskiego – spojrzano nawet na semantykę klasykistyczną, dzięki zastosowaniu zdezaktualizowanego przez współczesne badania historyczne sloganu *angielska rewolucja burżuazyjna* [Ogrodziński, 1987; Davies, 1996, 521]. Być może ta filozoficzna ofensywa stanowiła redakcyjną odpowiedź na próby stosowania pojęcia *społeczeństwo obywatelskie* na łamach pism opozycyjnych – osadzono go we „właściwym” marksistowskim kontekście. Jednocześnie stała się ona przygotowaniem pod mającą wkrótce nastąpić transformację znaczeniową terminu i adaptację przez oficjalny aparat propagandowy, który wyrwał koncepcję społeczeństwa obywatelskiego z akademickich dyskusji i uczynił elementem publicznego dyskursu politycznego.

Wspomniany artykuł Wiatra, w którym omawiał on przyczyny wyczerpania się semantyki romantycznej i podstawy zaistnienia semantyki postmodernistycznej, stanowił prawdopodobnie teoretyczną podstawę dla działań Komitetu Centralnego PZPR w dziedzinie politycznego dyskursu. W grudniu 1988 r. odbyła się pierwsza część X Plenum KC PZPR, gdzie zaprezentowano tezy Biura Politycznego KC „Reforma partii – warunkiem powodzenia strategii odbudowy i reform”, które głosiły: *System polityczny nie wypełnia całej przestrzeni społecznej egzystencji wspólnoty narodowej. Znaczna część tej aktywności wyraża się w tym, co Marks nazywał społeczeństwem obywatelskim*. Dalej informowano, że dobiega końca konsulto-

wanie projektu nowej ustawy o stowarzyszeniach, używając zwrotów *ruch stowarzyszeniowy, organizacje społeczne, samoorganizacja grup społecznych i środowisk lokalnych* [PZPR, 1989, 51, 53].

Tezy powyższe zostały przekazane do konsultacji, by po kilku tygodniach, w styczniu 1989 r powrócić pod obrady plenum. Członek Biura Politycznego sekretarz KC PZPR, prof. Marian Orzechowski w „Informacji o przebiegu konsultacji nad tezami Biura Politycznego” mówił: *Konsultacja dobitnie pokazała, jak żywa jest w partii potrzeba klarownego zdefiniowania – w zmieniających się realiach – współczesnego rozumienia istoty socjalizmu i procesu jego tworzenia w naszych polskich warunkach. Wymaga to określenia swoistego minimum ładu ideologicznego w postaci listy i hierarchii celów, wartości i zadań, które pozostają naszym partyjnym kanonem i z których urzeczywistnienia i obrony nigdy nie zrezygnujemy. Wykorzystując opinie, z jakimi spotkały się sformułowania zawarte w tezach, próbujemy sprostać tym oczekiwaniom w początkowych fragmentach projektu uchwały. Wnikliwie i dogłębnie podejmiemy ten temat III Ogólnopolska Konferencja Teoretyczno-Ideologiczna”* [PZPR, 1989, 151].

W wymienionej przez Orzechowskiego uchwale na zakończenie Plenum można przeczytać w punkcie ósmym o *pluralizmie politycznym i rozwoju ruchu stowarzyszeniowego: PZPR dąży – we współdziałaniu z sojusznikami – do ukształtowania w Polsce systemu społeczno-politycznego, którego podstawą jest państwo socjalistycznej demokracji parlamentarnej oraz społeczeństwo obywatelskie* [PZPR, 1989, 163].

Jak pisał Artur Bodnar, właśnie podczas X Plenum kategoria „społeczeństwa obywatelskiego” została (po raz pierwszy) użyta *dla potrzeb myśli programowej partii* [Bodnar, 1989, 4]. Marian Orzechowski zaś stwierdzał na łamach Życia Warszawy z 15 kwietnia 1989 r., że dorobek X Plenum KC PZPR i III Ogólnopolskiej Konferencji Teoretyczno-Ideologicznej PZPR stanowił swoiste *zręby nowego ładu ideologicznego*.

Okresem szczególnie intensywnej pracy propagandowej stała się pierwsza połowa 1989 r. – tuż przed i w trakcie obrad „okrągłego stołu”. To właśnie wtedy doszło do popularyzacji ponowoczesnego rozumienia koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego”, co było najlepiej widoczne na łamach organu PZPR – *Trybuny Ludu* (zwykle na trzeciej stronie). O ile bowiem opozycja odnosiła ten termin przede wszystkim do siebie (np. Bronisław Geremek stwierdzał w tym czasie, że mówiąc opozycja, ma na myśli społeczeństwo obywatelskie [Rupnik, 1988, 255]), o tyle oficjalny dyskurs propagandowy inaczej zastosował ten termin, odnosząc go do wolności stowarzyszeń i organizacji (po raz pierwszy w trakcie X Plenum KC PZPR, podczas którego zdecydowano o legalizacji Solidarności).

Jak pisał Leszek Będkowski na łamach *Tygodnika Powszechnego* z 14 maja 1989, podczas X Plenum *dokonano otwarcia na opozycję, demokrację parlamentarną i społeczeństwo obywatelskie*. W tym czasie termin *społeczeństwo obywatelskie* zaczął się pojawiać najczęściej w towarzystwie zwrotu *socjalistyczna demokracja parlamentarna*. Wtedy też, w obliczu

prac nad nową ustawą o stowarzyszeniach i odchodząc od *stricte* politycznego znaczenia, jakie przypisywali temu terminowi opozycyjni intelektualiści – *społeczeństwo obywatelskie* zaczęło wiązać z organizacjami społecznymi i stowarzyszeniami, co w latach dziewięćdziesiątych adoptowały organizacje pozarządowe na całym świecie. Było to przesunięcie znaczeniowe, które na gruncie polskim odrzuciło konceptualizację, wiążącą znaczenie terminu *społeczeństwo obywatelskie* li tylko z antykomunistyczną opozycją.

Prawdziwą karierę określenie *społeczeństwo obywatelskie* zaczęło robić w momencie zawiązania się rozmów i negocjacji, podjętych w Polsce przez coraz wyraźniej rozpoznające się strony rządową i opozycyjną, które doprowadziły do historycznych obrad „okrągłego stołu”, będących hiperrealistycznym, używając terminologii Jeana Baudrillarda, spektaklem wcześniejszych ustaleń i pertraktacji [Staniszki, 1994, 10].

To właśnie te negocjacje spopularyzowały określenie *społeczeństwo obywatelskie*. Potrzebą politycznej praktyki stało się wtedy, by w oficjalnych publikacjach, deklaracjach i uchwałach na określenie przedstawicieli opozycji znaleźć mało drażliwy termin. Jak odnotowała Alicja Zagrodnikowa, w prasie okresu przemian słowo *opozycja* było jednym z najrzadziej pojawiających się negatywnych określników [Zagrodnikowa, 1991, 89]. Nie można było oficjalnie opozycji nazywać li tylko opozycją. Jako związek zawodowy – Solidarność była zdelegalizowana. O *ruchu społecznym* tym bardziej nie mogło być mowy. Sformułowanie *społeczeństwo obywatelskie* spełniało wymagania ówczesnej poprawności politycznej idealnie, tym bardziej że od czterdziestu lat było obecne w oficjalnym dyskursie komunistycznej propagandy, reinterpretującej z jego pomocą dzieła Hegla i Marksa. Oswajając się z sytuacją, strona rządowa nawet próbowała podrwiwać na widok przedstawicieli opozycji *jego ekscelencja, społeczeństwo obywatelskie* [Ost, 1990, 19].

Postmodernistyczny dyskurs o tzw. „społeczeństwie obywatelskim” rozpowszechniony został na globalną skalę w wyniku interakcji pomiędzy polską opozycją i stroną rządzącą w 1989 r., wywodząc się z oficjalnej retoryki politycznej okresu transformacji systemowej. Druga Solidarność uczestniczyła w tworzeniu tzw. „społeczeństwa obywatelskiego” przy aktywnym współdziałaniu swych politycznych adwersarzy. Schemat ten rozpowszechniono następnie w innych krajach bloku wschodniego.

Pierwszym tego zwiastunem na łamach prasy wysokonakładowej był tekst Henryka Gizińskiego pt. „W tworzącym się społeczeństwie obywatelskim” w *Trybunie Ludu* z 11 stycznia 1989 r. Autor pisał tam: *Pozostaje domniemanie, że ustawa o stowarzyszeniach ma wystarczyć jako regulator aktywizacji, zrzeszenia i tworzenia zrębów społeczeństwa obywatelskiego – poza istniejącym systemem samorządowym*. 18 stycznia w *Zyciu Warszawy* przedstawiono fragmenty z przemówień X Plenum, w których członek KC, kierownik Wydziału Polityki Kadrowej Jerzy Świdorski mówił: *Nie stosujemy już drobiazgowego oceniania ludzi, znikają bariery blokujące awans*

młodych, poszerza się społeczna baza rządzenia, rodzi się nowy model społeczeństwa obywatelskiego. Trzy dni później Artur Bodnar w duchu trychotomicznego dyskursu postmodernistycznego pisał na tych samych łamach, że demokratyczny socjalizm *to planowa gospodarka rynkowa, to socjalistyczny pluralizm parlamentarny, to społeczeństwo obywatelskie* oraz że wspomnianej syntezy poszukuje również *polska partia marksistowska, bacznie śledząc głębokie procesy zachodzące na poziomie społeczeństwa obywatelskiego.*

W *Rzeczpospolitej* z 30 stycznia Ryszard Kondrat pisał: *Jeśli za cel uznaje się społeczeństwo obywatelskie, to konsekwencja jego urzeczywistnienia wymaga możliwości samoorganizacji społeczeństwa.* Natomiast 2 lutego w *Trybunie Ludu* ukazał się wywiad z kierownikiem Wydziału Ideologicznego Komitetu Centralnego PZPR, Andrzejem Czyżem, który mówił w nim: *Chodzi więc o odejście od tego, co można nazwać modelem monocentrycznym, w kierunku samoorganizującego się społeczeństwa obywatelskiego.* W tym samym dniu *Życie Warszawy* za *Trybuną Robotniczą* cytowało słowa Mariana Orzechowskiego: *Te wymiary pluralizmu uznajemy za naturalne prawo i element składowy społeczeństwa obywatelskiego, które obecnie kształtuje się w Polsce.*

Wreszcie nadszedł dzień 6 lutego, dzień rozpoczęcia długo planowanych i przygotowywanych obrad „okrągłego stołu”. Oprócz nadziei wiązanych z tym wydarzeniem, gazety z tego dnia szeroko relacjonowały zakończonej dzień wcześniej III Ogólnokrajową Konferencję Teoretyczno-Ideologiczną PZPR, na której Marian Orzechowski przemawiał: *Powstaje fundamentalne pytanie: czy w planowej gospodarce rynkowej, w strukturach i warunkach socjalistycznego parlamentaryzmu oraz społeczeństwa obywatelskiego możliwe będzie nadal sprawowanie przez partię marksistowską przewodniej roli?* – co skrzątnie odnotowano w *Trybunie Ludu.*

W *Życiu Warszawy* z tego dnia prezentowano tezy wystąpienia Orzechowskiego: *Dynamika i kierunek przemian nie pozostawiają raczej wątpliwości, że doprowadzą one do ukształtowania nowoczesnego i efektywnego modelu socjalizmu. Wyznaczają ten kierunek takie wartości, jak racjonalność i efektywność ekonomiczna, bogactwo form życia politycznego, uniwersalny dorobek demokracji parlamentarnej, podmiotowość obywatelska, społeczeństwo obywatelskie, praworządność jako regulator życia społeczno-gospodarczego.* A dalej: *Istocie socjalizmu nowoczesnego i racjonalnego odpowiada system polityczny, który zespoli niezbędny poziom skuteczności z demokratyzmem, ze znacznie rozleglejszą niż obecnie identyfikacją obywateli z państwem i jego instytucjami. Taki jest sens koncepcji socjalistycznej demokracji parlamentarnej i społeczeństwa obywatelskiego.* Tego samego dnia w *Rzeczpospolitej* ukazał się artykuł Orzechowskiego, gdzie powtarzał on swe tezy o nadchodzących przemianach.

6 lutego *Życie Warszawy* relacjonowało także wypowiedź kierownika Wydziału Ideologicznego KC PZPR Andrzeja Czyża: *Najpierw sprawiedliwość społeczna i bezpieczeństwo socjalne, a więc powiązanie tradycyjnych*

wartości socjalizmu z racjonalnością ekonomiczną, efektywnością gospodarowania, czyli zestaw wartości, składających się na pojęcie społeczeństwa obywatelskiego, z uszanowaniem pluralistycznego układu interesów i dążeń społecznych. Orzechowski wypowiadał się w tym duchu również 28 lutego na łamach *Rzeczpospolitej*: *Wielu z nas nie zdaje sobie sprawy z tego, co oznacza podniesienie do rangi drogowskazów naszego narodowego rozwoju kilku szeroko używanych określeń: demokracja parlamentarna, społeczeństwo obywatelskie, nowoczesny model partii ludzi pracy, wykozerwienie wszystkich pozostałości stalinizmu. A w Trybunie Ludu z 1 kwietnia inny sekretarz KC PZPR Zygmunt Czarzasty mówił: Odbyla się III Ogólnopolska Konferencja Teoretyczno-Ideologiczna, która w wielu obszarach rozwinęła koncepcje X Plenum zwłaszcza w kwestii pluralizmu, społeczeństwa obywatelskiego, socjalistycznej demokracji parlamentarnej, roli i miejsca opozycji w polskim systemie politycznym, a także przemian w partii.*

Dnia 10 lutego w ramach obrad „okrągłego stołu” zebrał się po raz pierwszy Zespół ds. Reform Politycznych, którego współprzewodniczącymi zostali członek Biura Politycznego, profesor psychologii, Janusz Reykowski ze strony koalicyjno-rządowej i historyk, prof. Bronisław Geremek od strony solidarnościowo-opozycyjnej. Reykowski jako główny rządowy współprojektant obrad okrągłego stołu przemawiał: *Chodzi o to, aby odejść od systemu monocentrycznego, a stworzyć warunki rozwoju samoorganizującego się społeczeństwa obywatelskiego, o czym donoszono następnego dnia m.in. w Trybunie Ludu, Rzeczpospolitej i Życiu Warszawy. Nie zdając sobie sprawy z całości politycznych procesów i działania propagandowej maszyny, opozycyjny Tygodnik Mazowsze komentował to ze swadą: J. Reykowski zadeklarował przejście od systemu monocentrycznego do samoorganizującego się społeczeństwa obywatelskiego (i w ten sposób program KOR-u trafił do Biura Politycznego)¹. [Felicki, 1989].*

Życie Warszawy w artykule zatytułowanym po prostu „Społeczeństwo obywatelskie” relacjonowało też tego dnia: *Bronisław Geremek mówił o dwóch horyzontach, w sensie czasowym dokonywania się zmian w sferze reform politycznych – natychmiastowym i docelowym. Do pierwszego zaliczył 4 kwestie: niezawisłość sądów jako gwarancji życia obywatelskiego i mechanizmu budowy spokoju społecznego, łamanie monopolu w sferze komunikacji społecznej, wolność życia stowarzyszeniowego i klubowego oraz odbudowa samorządu terytorialnego. Byłby to horyzont aktywizacji obywatelskiej i odbudowy społeczeństwa obywatelskiego.*

25 lutego w tygodniku *Polityka* na pierwszej stronie ukazał się wywiad z Reykowskim, który mówił: *Otóż chodzi o budowanie w Polsce ładu demokratycznego – o ukształtowanie społeczeństwa obywatelskiego, w którym obywatele są podmiotami politycznych działań, nie marionetkami, sterowanymi przez odgórne polecenia, przez centralistyczne instytucje. W Trybunie*

¹ Oczywiście w skromnym, czteropunktowym programie KOR termin *społeczeństwo obywatelskie* nie był w rzeczywistości obecny, a więc wypowiedź niniejsza ma paradoksalny charakter.

Ludu z 2 marca, w swej kolejnej wypowiedzi Geremek stwierdzał: *W obecnej kryzysowej sytuacji, głównymi celami pozostaje przebudowa gospodarki w kierunku efektywnego modelu rynkowego i funkcjonowanie społeczeństwa obywatelskiego.*

21 marca Ryszard Kondrat analizował obrady „okrągłego stołu”: *Reforma gospodarcza i zespolona z nią budowa państwa socjalistycznej demokracji parlamentarnej opartej na koncepcji społeczeństwa obywatelskiego to zadania, które wysuwają się na czoło programu partii.* Słowa te znalazły wyraz w uchwale XI Plenum KC PZPR, opublikowanej na łamach *Trybuny Ludu* i *Rzeczpospolitej* z 1 kwietnia: *Komitet Centralny PZPR aprobeuje działania Biura Politycznego wynikające z uchwały stanowiska X Plenum. Wyznaczają one kierunki radykalnych reform polityczno-ustrojowych. Ich celem jest społeczeństwo obywatelskie i państwo socjalistycznej demokracji parlamentarnej.*

Sekretarz Komisji ds. Młodzieży, Stowarzyszeń i Organizacji Społecznych przy KC PZPR, dr Sławomir Wiatr jako uczestnik Zespołu ds. Reform Politycznych mówił *Rzeczpospolitej* z 4 kwietnia: *Opowiedzieliśmy się wszyscy za pełnym urzeczywistnieniem zasady nieskrępowanego stowarzyszenia się młodzieży, uznając to za warunek demokratycznego ładu społecznego, sprzyjający kształtowaniu się społeczeństwa obywatelskiego i mogący posłużyć pomyślności gospodarki Polski.* Dzień później w tym samym dzienniku pojawił się artykuł zatytułowany „W stronę społeczeństwa obywatelskiego”.

6 kwietnia *Trybuna Ludu* cytowała wypowiedź Aleksandra Gieysztorą na zakończenie obrad „okrągłego stołu”: *Sądzę, że obywatele naszej Rzeczypospolitej mają podstawę do podziękowania tym, którzy tę dysputę stanowiącą o losach kraju przeprowadzili dojrzałe, odważnie, w kontakcie ze społeczeństwem obywatelskim naszego kraju.* W podtytule relacji z wystąpienia końcowych, drukowanej w *Rzeczpospolitej* z tego dnia czytamy: *Powstała wizja zreformowanego systemu społeczno-politycznego, którego podstawą jest społeczeństwo obywatelskie i państwo socjalistycznej demokracji parlamentarnej.*

Jak głosił tytuł w *Trybunie Ludu* z 8 kwietnia: *Sejm uchwalił ustawy wprowadzające model państwa socjalistycznej demokracji parlamentarnej i społeczeństwa obywatelskiego.* W trakcie dwudniowych obrad Sejmu przedstawiono sprawozdania Komisji Nadzwyczajnych o projekcie Ustawy prawo o stowarzyszeniach, o zmianie Ustawy o związkach zawodowych i o związkach zawodowych rolników indywidualnych. Jak donosiła *Trybuna Ludu*, poseł Józef Borecki relacjonował: *Projekty ustaw, które rozpatrywała nasza Komisja Nadzwyczajna, łączą się najściślej z problematyką kształtowania się w Polsce społeczeństwa obywatelskiego.* Nowe Prawo o stowarzyszeniach ogłoszono 10 kwietnia.

13 kwietnia komunikat Biura Politycznego stwierdzał, że *wspólnym celem jest dobrze zorganizowana nowoczesna i efektywna gospodarka, umocnienie praworządności i demokratyzmu w państwie, rozwój społeczeństwa*

obywatelskiego, o czym donosiły *Trybuna Ludu* i *Rzeczpospolita*. 17 kwietnia w *Życiu Warszawy* opublikowano uchwałę XII Plenum KC PZPR: *Z Sejmem i Senatem, które z woli narodu zostaną powołane w demokratycznych wyborach, już dzisiaj społeczeństwo wiąże wielkie nadzieje. Będą one kierować losami Polski w trudnym okresie naszej historii, przyspieszać i dynamizować przeobrażenia, wprowadzą na drogę socjalistycznej demokracji parlamentarnej i społeczeństwa obywatelskiego.*

24 kwietnia w artykule „Przed Krajową Konferencją Delegatów PZPR” *Rzeczpospolita* opisywała zachodzące przemiany: *Proces ten – chociaż od X Plenum minęły zaledwie 3 miesiące – wywarł już olbrzymi wpływ na funkcjonowanie polskiego systemu politycznego, kreśląc zarys nowego modelu państwa demokracji parlamentarnej i społeczeństwa obywatelskiego.* 2 maja we wkładce do *Trybuny Ludu* opublikowano „Referat programowy na II Krajową Konferencję Delegatów PZPR”, pod którym podpisało się Biuro Polityczne PZPR. Znalazł się tam rozdział „Socjalistyczne państwo demokracji parlamentarnej i społeczeństwo obywatelskie”, w którym, na str. 13 można było przeczytać: *Działalność stowarzyszeniowa ma doniosłe znaczenie w procesie samoorganizacji społeczeństwa obywatelskiego – co dzień później zrelacjonowano w *Rzeczpospolitej* i *Życiu Warszawy*. W przemówieniu końcowym konferencji I sekretarz KC Wojciech Jaruzelski stwierdzał: *Idziemy do wyborów [...] jako partia socjalistycznej demokracji, rzecznik społeczeństwa obywatelskiego, o czym donoszono w *Trybunie Ludu* z 6 maja i w *Rzeczpospolitej* z 6 oraz z 8 maja. Konferencja ta stanowiła podsumowanie procesu definiowania znaczenia terminu społeczeństwo obywatelskie w oficjalnym dyskursie aparatu władzy roku 1989.**

W połowie roku 1989 tematykę społeczeństwa obywatelskiego podjęto w *Nowych Drogach*: *Należy jednak wziąć pod uwagę, że zarówno demokracja parlamentarna, jak i społeczeństwo obywatelskie mają własne miejsce w tradycji politycznej i intelektualnej ruchu robotniczego. Z jednej strony bowiem działalność partii robotniczych była ważnym czynnikiem kształtowania się burżuazyjnych demokracji parlamentarnych, z drugiej zaś pojęciem społeczeństwa obywatelskiego, jako przeciwwagą dla wszechmocy i wszechobecności państwa kapitalistycznego, posługiwał się jeden z najwybitniejszych marksistów – Antonio Gramsci. Tę właśnie tradycję naszego ruchu przypomniał Jerzy Wiatr. [...] Niezwykle ważny element społeczeństwa obywatelskiego to szeroka infrastruktura organizacji i stowarzyszeń społecznych pozwalających na wyrażanie różnorodności inicjatyw, działań, społecznikowskich dążeń. Tworzą one niezwykle istotne ogniwo pośrednie między organami państwa demokracji parlamentarnej a samoorganizującym się społeczeństwem, ważny czynnik więzi społecznej [Anonim, 1989, 16, 20]. Władysław Markiewicz pisał zaś na tychże łamach w duchu bliższym interpretacji opozycyjnej: *W ujęciu Marksa – przynajmniej ja to tak odczytuję – kategoria ‘społeczeństwo obywatelskie’ oznacza tyle, co całość materialnych warunków życia społecznego albo formacja społeczno-ekonomiczna i nie jest tożsama z konkretnohistorycznym określe-**

niem 'społeczeństwo cywilne' lub 'burżuazyjne'. To, co współcześnie przez 'społeczeństwo obywatelskie' rozumiemy, bliższe jest temu, co określa się mianem demokracji uczestniczącej, o której marzyli już Jan Jakub Rousseau i utopijni socjaliści, a także to, co na przykładzie analizy porewolucyjnego społeczeństwa amerykańskiego za ideał uważał Alexis de Tocqueville. Toteż opowiadalbyśmy się za tym, aby termin 'społeczeństwo obywatelskie' traktować jako atrybut państwa demokracji parlamentarnej, tak jak to zresztą ujęto w referacie programowym Biura Politycznego na II Krajową Konferencję Delegatów PZPR [Markiewicz, 1989, 9]. Te dwa artykuły ukazują dwa nurty interpretacji koncepcji społeczeństwa obywatelskiego: pierwszy – apolityczny, drugi zaś polityczny. W obu jednak wypadkach zaznaczono to, czego nie dostrzegali intelektualności opozycyjni – swoistość i odrębność semantyki romantycznej i postmodernistycznej [Załęski, 2007].

Popularyzacja „społeczeństwa obywatelskiego” znalazła swoje odzwierciedlenie w opozycyjnej *Gazecie Wyborczej*, gdzie 7 lipca pojawił się artykuł „Tysiąc słów”, podpisany przez Timothy Garton Asha, Jfnosa Kisa i Adama Michnika, którzy pisali, że liberalna demokracja to *rząd ludu sprawowany przez lud i dla ludu, oparty na praworządności, na wolnej gospodarce rynkowej i na pluralizmie rozwiniętego społeczeństwa obywatelskiego*. 5 maja *Życie Warszawy* cytowało przemówienie Jaruzelskiego otwierające konferencję: *Po 45 latach Polski Ludowej już prawie wszyscy obywatele naszego kraju są 'dziećmi socjalizmu' – produktem naszej epoki. [...] Jak słynny bohater Moliera, który nie wiedział, że mówi prozą, chyba też byliby zdziwieni, dowiadując się, że jakże często mówią 'socjalistycznym językiem'*.

Udział komunistów w procesie konstruowania postmodernistycznej koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego” był nie mniejszy niż w procesie transformacji ustrojowej. Podczas gdy na tzw. Zachodzie omawianie kwestii „społeczeństwa obywatelskiego” stanowiło domenę wąskiej grupy akademików, w Polsce termin ów stał się w 1989 r. odgórnie narzuconym składnikiem szerszego dyskursu publicznego.

Proces popularyzacji terminu *społeczeństwo obywatelskie* tak ujął po latach Paweł Śpiewak: *Jeśli myślano, że budowanie społeczeństwa obywatelskiego to udzielanie demokratycznych swobód instytucjom powstałym w komunizmie, czyli radom wydziałów, spółdzielniom mieszkaniowym, niektórym reprezentacjom zawodowym, np. środowiska sędziowskiego czy adwokatury – oznaczało to w gruncie rzeczy, że stara nomenklatura uzyskała pod hasłem 'autonomii społeczeństwa obywatelskiego' dodatkowe uprawnienia do rządzenia. Hierarchiom i strukturom powstałym w PRL-u w wyniku ideologicznej przemocy i służącym utrwalaniu efektów tej przemocy udzielono dodatkowej legitymizacji. To one były teraz 'społeczeństwem obywatelskim'. Podobnie rzecz się miała z samorządem terytorialnym – w wielu przypadkach dano dodatkowe uprawnienia i legitymizację dawnym układom na poziomie gminy czy powiatu [Śpiewak 2005].*

W gruncie rzeczy bowiem pojawienie się koncepcji społeczeństwa obywatelskiego w dyskursie przedstawicieli komunistycznej władzy służyć miało zapobieżeniu wprowadzenia pełnego pluralizmu politycznego. *W okresie Okrągłego Stołu pluralizm polityczny i społeczny rozumiano jako poszerzenie sceny politycznej o ruch związkowy, stowarzyszenia, kluby polityczne* [Trembicka, 2005, 54]. Zamiast politycznych swobód i pluralistycznego systemu partyjnego propozycją rządzących była li tylko możliwość stowarzyszania się. W ramach tak rozumianego społeczeństwa obywatelskiego przywódcy PZPR mieli nadzieję na zachowanie władzy. W przeciwieństwie do Polski w większości krajów bloku wynegocjowano od razu w pełni demokratyczne wybory [Trembicka, 2005, 53–55].

Ukształtowanie się postmodernistycznej semantyki tzw. „społeczeństwa obywatelskiego” było jednym z elementów transformacji ustrojowej. Termin *społeczeństwo obywatelskie* jest wytworem postkomunizmu (tak jak interpretuje to Jadwiga Staniszkis [Staniszkis, 2001]). Zwrot ten stanowił jedno z propagandowych narzędzi, jakimi posłużyli się komuniści w celu legitymizacji procesu transformacji ustrojowej. Od tej pory termin ten stał się przedmiotem walk symbolicznych o jego legitymizujące prerogatywy.

* * *

Pierwsza połowa 1989 r. była świadkiem eksplozji popularności terminu *społeczeństwo obywatelskie* w oficjalnych wypowiedziach działaczy partyjnych oraz prasie stwarzającej semantyczne ugruntowanie obrad „okrągłego stołu”. Pojawiały się nawet dowcipy na ów temat, jak ten przedrukowany ze *Szpilek w Trybunie Ludu* z 13 kwietnia, gdzie możemy przeczytać, jak wygląda proces decyzyjny dyrektora w społeczeństwie obywatelskim: „Szefie, przysły dyrektywy z dołu”. To komunistycznej propagandzie zawdzięczamy społeczną fetyszyzację tego terminu.

Nigdy wcześniej, ani nigdy później nie pisano w polskiej prasie o społeczeństwie obywatelskim tyle, co w 1989 r. Przyczyniło się to do znacznego upowszechnienia tego terminu, co zostało zauważone przez Ireneusza Krzemińskiego, który w *Tygodniku Solidarność* z 11 września stwierdzał, że *dzięki Solidarności da się obecnie zaobserwować na świecie zarówno w publicystyce, jak i w naukach społecznych renesans pojęcia społeczeństwo obywatelskie*.

Zaskakujące, że w prasie opozycyjnej termin *społeczeństwo obywatelskie* w 1989 r. występował wręcz bardzo rzadko, z dużo mniejszą intensywnością, niż w prasie prorządowej. Podsumowując ukazaną wyżej, w szczegółach, kwerendę, przeprowadzoną w czołowych pismach reżimowych i opozycyjnych z pierwszej połowy 1989 roku, można wyliczyć, że termin *społeczeństwo obywatelskie* pojawił się 14 razy w *Trybunie Ludu*, 12 razy w *Rzeczpospolitej*, 9 razy w *Życiu Warszawy* i tylko raz w *Tygodniku Mazowsze* (w maju pojawił się w *Tygodniku Powszechnym*, a w drugiej połowie roku raz w *Gazecie Wyborczej* i raz w *Tygodniku Solidarność*). Analiza materiałów zastanych przeczy zatem zdroworoządkowej opinii o opozycyjnym rodowodzie koncepcji „społeczeństwa obywatelskiego”.

Bibliografia

- A n o n i m. (1989). Przebudowa systemu politycznego. Kształt polskiego socjalizmu. *Nowe Drogi* nr 6, str. 10–20.
- J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, M. Brzozowska, I. Lappo, U. Majer-Baranowska, B. Żywicka (2006). Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych pod redakcją Jerzego Bartmińskiego. Lublin.
- A. Bodnar (1989). Społeczeństwo obywatelskie: problemy interpretacyjne. Warszawa.
- A. Bogusławski, J. Wawrzyńczyk (1993). *Polszczyzna, jaką znamy*. Nowa sonda słownikowa. Warszawa.
- N. Davies (1998). Europa. Rozprawa historyka z historią. Kraków.
- F. Felicki, (1989). Polityka i ideologia. *Tygodnik Mazowsze* nr 282/15.02.
- I. Krzeziński (1985a). ‘Solidarność’ – sens ludzkiego doświadczenia. *Przegląd Polityczny* nr 6, str. 5–22.
- I. Krzeziński (1985b). ‘Solidarność’ – sens ludzkiego doświadczenia. *Aneks* nr 40, str. 90–117.
- W. Markiewicz (1989). Społeczeństwo obywatelskie a demokracja. *Nowe Drogi* nr 7, str. 8–14.
- P. Ogrodziński (1987). Społeczeństwo obywatelskie w brytyjskiej literaturze filozoficznej. *Studia Filozoficzne* nr 9, str. 25–50.
- D. Ost (1990). Solidarity and the Politics of Anti-Politics. Opposition and Reform in Poland since 1968. Philadelphia.
- R. Panasiuk (1986). Jednostka i państwo w filozofii politycznej Hegla. *Colloquia Communia* nr 1(24)/styczeń/luty, str. 177–187.
- W. Pisarek (2002). Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność. Kraków.
- PZPR, (1989). X Plenum Komitetu Centralnego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej 20–21 grudnia 1988 r., 16–18 stycznia 1989 r. – podstawowe dokumenty i materiały. Partia w przemianach – przemiany w partii. Warszawa.
- J. Rupnik (1988). *The Other Europe*. New York.
- J. Staniszkis, red. (1994). W poszukiwaniu paradygmatu transformacji. Warszawa, str. 5–34.
- J. Staniszkis (2001). Postkomunizm. Próba opisu. Gdańsk.
- P. Śpiewak (2005). Do czego może służyć ‘Solidarność’ w liberalnym świecie. *Fakt-Europa* nr 75–36/7.09.2005.
- K. Trembicka (2005). Zmiana systemu władzy w Europie Środkowo-Wschodniej (1989–1990). Uwarunkowania i prawidłowości. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska* vol. XII sectio K, str. 41–61.
- J. Wiatr (1985). Współczesne treści marksowskiej teorii państwa. *Studia Socjologiczne* nr 3–4, str. 47–66.
- J. Wiatr (1987). Marksizm i polityka. Warszawa, str. 14–32.
- J. Wiatr (1988). Marks i Hegel. Państwo, społeczeństwo, legitymizacja. [W:] A. Rychar, A. Sułek (red.). Legitymizacja. Klasyczne teorie i polskie doświadczenia. Warszawa, str. 13–32.
- A. Zagrodnikowa (1991). Słownictwo i frazeologia okresu przemian. *Zeszyty Prasoznawcze* nr 3–4, str. 82–98.
- P. Załęski (2007). Tocqueville i społeczeństwo cywilne. W stronę romantycznego ostrzeżenia rzeczywistości społecznej. *Acta Philologica* nr 33, str. 120–127.

MARCIN HERNAS

JĘZYKOWY OBRAZ ŻYDA W PRASIE PRAWICOWEJ W ŚWIETLE WYBRANYCH SŁÓW KLUCZOWYCH

Wstęp

Język, jakim posługują się ludzie, mówi wiele o nich samych – wskazuje bowiem na sposób, w jaki postrzegają rzeczywistość, jak myślą. Zgodnie z definicją Ryszarda Tokarskiego i Jerzego Bartmińskiego¹ język jest nośnikiem pewnych sądów, które orzekają o cechach i sposobach istnienia obiektów świata pozajęzykowego, czyli otaczającej rzeczywistości. Istnieje więc między językiem a rzeczywistością pewna zależność, która może w określonych sytuacjach decydować o działaniach podejmowanych przez ludzi – od tego jak ludzie postrzegają rzeczywistość, jak o niej myślą, zależy w dużej mierze to, jak postępują. Język spełnia więc funkcję jednego z determinantów zachowań społecznych.

Można również założyć, że obraz świata, a także będący jego częścią językowy obraz świata, nie składają się wyłącznie z przekonań deklarowanych i akceptowanych, ale także z wyobrażeń i oczekiwań modelowanych przez język, które są nieuświadomiane lub nie w pełni uświadomiane:

Obraz świata, wpisany w język danej zbiorowości, jest z punktu widzenia jej członka „naturalny” i w pewnym stopniu obligujący. Nie oznacza to oczywiście, że determinuje on całkowicie myślenie i działania człowieka – aby jednak myśleć i działać inaczej, trzeba przewyciężyć implikacje języka².

Zgodnie z założeniami lingwistyki kulturowej jednym ze źródeł wiedzy o kulturze danej społeczności jest onomastyka języka, jakim się ta społeczność posługuje³. Analiza nazw pozwala zatem na odtworzenie schematów odpowiedzialnych za językową percepcję świata, która ma istotne znaczenie w procesie rozwoju jednostki i społeczeństw⁴:

¹ Por. J. Bartmiński, R. Tokarski, *Językowy obraz świata a spójność tekstu* [w:] T. Dobrzyńska (red.), *Teoria tekstu. Zbiór studiów*, Wrocław 1986, s. 72.

² A. Pajdzińska, *My, to znaczy...* (z badań językowego obrazu świata), *Teksty Drugie* 2001, z. 1, s. 34.

³ Por. J. Anusiewicz, *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*, Wrocław 1995, s. 61.

⁴ Por. S. Gajda, *Narodowokulturowy składnik znaczenia nazw własnych w aspekcie edukacyjnym* [w:] R. Mrózek (red.), *Nazwy własne w języku, kulturze i komunikacji społecznej*, Katowice 2004, s. 21.

Słowa zawierają właściwy danej wspólnocie obraz świata, powstały w toku jej rozwoju. Tak społecznie ukształtowany język wpływa z kolei na sposób ujmowania rzeczywistości, spełnia funkcję programującą, stając się nie tylko instrumentem komunikacji, lecz i czynnikiem współkonstytuującym poznanie⁵.

Trzy powyższe założenia leżą u podstaw niniejszej pracy, która poświęcona jest analizie językowego obrazu świata prasy prawicowej, a ściślej językowego wizerunku Żyda, który spełnia w nim niezwykle istotną funkcję. Wizerunek ów manifestuje się najwyraźniej w warstwie nazewniczej, dlatego też praca koncentruje się właśnie na analizie zasobów leksykalnych, które są kluczem do zrekonstruowania światopoglądu badanej wspólnoty komunikatywnej⁶.

Podstawą analizy jest ekscerpt z tekstów publikowanych w prawicowych periodykach zamieszczających na swych łamach treści antyżydowskie⁷. Ponieważ przedmiotem analizy jest słownictwo, przeto analiza zawartości opierać się będzie na ocenie ilościowej i jakościowej charakterystycznych słów, zwanych słowami kluczowymi albo sztandarowymi⁸. Częstotliwość ich pojawiania się stanowi podstawę porównania szczególnego językowego *parole* pism prawicowych z *parole* języka literackiego, ustalonego na podstawie Korpusu języka polskiego PWN⁹ – frekwencja określonych słów wskazuje na hierarchię treści konotowanych przez nie. Inaczej mówiąc, jeśli w korpusie pism prawicowych słowoforma *Żyd* pojawia się relatywnie częściej niż w KJP, oznacza to, że problematyka żydowska ma dla członków tej wspólnoty komunikatywnej większe znaczenie niż dla ogółu społeczeństwa.

Zakładam, że zebrany materiał językowy utrwalony w wypowiedziach prasowych jest wiernym, obiektywnym i pełnym odzwierciedleniem obec-

Kwestią nazw Żyda z językoznawczej perspektywy już się wcześniej zajmowano. Zob. m.in.: K. P i s a r k o w a, Konotacja semantyczna nazw narodowości, *Zeszyty Prasoznawcze* 1976, nr 1, s. 5–26; rozdział „Żyd” w oprac. J. Bartmińskiego [w:] J. B a r t m i ń s k i (red.), *Język wolności. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej. Raport z badań empirycznych*, Lublin 2006, s. 392–398.

⁵ Tamże, s. 22.

⁶ S. Grabias definiuje wspólnotę komunikatywną (*speech community*) jako grupę społeczną, jedno- lub wielojęzyczną, której jedność podtrzymywana jest istnieniem wzorów społecznej interakcji i która wyodrębnia się z otaczających ją kręgów poprzez słaby z nimi kontakt (por. S. G r a b i a s, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin 1997, s. 113). Walery Pisarek pisze natomiast: „wprawdzie nie ma prostego, bezpośredniego związku między językiem gazety a świadomością społeczną jej czytelników, ale występują zależności między repertuarem słów kluczowych danego medium a hierarchią słów sztandarowych jego czytelników” (W. P i s a r e k, *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Kraków 2002, s. 164–165) – traktuję zatem w swoim studium publicystów i czytelników pism prawicowych jako członków jednej wspólnoty komunikatywnej.

⁷ Na materiał językowy złożyły się wybrane artykuły z następujących czasopism prawicowych: *Nasz Dziennik* (publikowane w okresie lipiec 2004–lipiec 2005), *Głos* (styczeń 2004–luty 2005), *Gazeta Polska* (2001 i 2005), *Najwyższy Czas!* (2005), *Nasza Polska* (2000), *Mysł Polska* (kwiecień 2004–lipiec 2005), *Najjaśniejszej Rzeczypospolitej* (czerwiec 2001–czerwiec 2002), *Tylko Polska* (listopad 2002–marzec 2003), *Szczerbiec* (maj 1998–maj 2001).

⁸ Por. W. Pisarek, *op. cit.*, s. 7.

⁹ Korpus ten (KJP) [<http://korpus.pwn.pl/>] zawiera 7 500 000 słów, natomiast analizowany materiał językowy, ekscerpowany z prasy prawicowej, zawiera ich 174 315 – jest więc około 43 razy mniejszy. Oznacza to, iż każdy wynik pochodzący z ilościowej analizy zawartości czasopism będzie mnożony przez 43, co pozwoli na uzyskanie porównywalnych danych.

nego światopoglądu badanej zbiorowości i może zostać uznany za reprezentatywny dla świadomości kulturowo-politycznej¹⁰ badanej wspólnoty komunikatywnej.

Kategoryzacja

Kluczowym procesem dokonującym się w języku jest kategoryzacja¹¹. Jej pierwszym etapem jest wyodrębnienie z rzeczywistości zjawiska, które jest następnie przypisywane do określonej grupy.

Wyodrębnianie Żydów z danego środowiska społecznego odbywa się na wielu płaszczyznach, jednak podstawowe znaczenie ma identyfikacja, czyli przypisanie zjawiskom wyrazów określających, które determinują kształt i zakres ich egzystencji językowej. Podstawową funkcją antroponimów jest bowiem funkcja referencjalna (nominacyjna, identyfikacyjna, dyferencjacyjna)¹² – nazwa osobowa lub zbiorowa nazywa, identyfikuje i wyróżnia osobę lub zbiorowość w danej wspólnotcie.

Semantem ŻYD funkcjonuje w publicystyce antyżydowskiej pod wieloma nazwami¹³, każda z nazw odnosi się bowiem do innego zakresu wiedzy społecznej na temat tej grupy, aktywizuje inny zestaw skojarzeń. W prasie prawicowej następuje proces pogłębiania rozbieżności między definicją denotowaną przez desygnat wyrazu a jego definicją konotowaną. W stosunku do zakresu definicji słownikowej, odzwierciedlającej w przybliżeniu uśredniony zakres powszechnej wiedzy i zawężenie semantyczne, co jest konsekwencją intensywnych procesów kategoryzacyjnych polegających – w uproszczeniu – na pomniejszaniu podobieństw i podkreślaniu różnic¹⁴.

¹⁰ Por. T. Budrewicz, *Językowy obraz Żydów w pamiętnikach galicyjskich doby autonomicznej* [w:] G. Borkowska i M. Rudkowska (red.), *Kwestia żydowska w XIX w. Spory o tożsamość Polaków*, Warszawa 2004, s. 157.

¹¹ Por. J. Maćkiewicz, *Kategoryzacja a językowy obraz świata* [w:] J. Bartmiński (red.), *Językowy obraz świata*, Lublin 1999, s. 52.

¹² Por. M. Małec, *Nazwy własne – ich rodzaje, pochodzenie i funkcje* [w:] R. Mrózek (red.), *Nazwy własne w języku, kulturze i komunikacji społecznej*, Katowice 2004, s. 48.

¹³ Ogółem w badanym korpusie tekstów zidentyfikowano 2071 użyć różnych określeń semantemu ŻYD.

Przez semantem rozumiem pewną nadrzędną jednostkę znaczenia obsługiwaną w planie wyrażania przez różne leksemy. Pojęcie „Żyd”, obejmujące w planie treści określoną wiązkę cech semantycznych, jest bowiem realizowane w różnym stopniu przez wyrazy znajdujące się w jego polu semantycznym.

I tak semantem ŻYD obsługiwany jest w badanych tekstach przez następujące nazwy: leksem *Żyd* (z jego wszystkimi wariantami: *Żyd, zyd, Żydz, żydzi, żydowski, żydowstwo*) oraz przez wyrazy (a zatem i leksemy) znajdujące się w jego polu semantycznym (*syjonista, Izraelczyk, Izraelita, mniejszość żydowska, nacja, goście, sąsiedzi, bracia, neofita, wyznanie mojżeszowe, Machabeusz, starozakonny, rebe, rabbin, chasyd*) (por. poniżej tabela frekwencji antroponimów pola semantycznego semantemu ŻYD).

Dla jasności wprowadzam rozróżnienie w zapisie: wersalikami zapisuję SEMANTEM, a realizujące go wyrazy podaję kursywą, natomiast, kiedy mam na myśli leksem (we wszystkich jego wariantach), zawsze to zaznaczam.

¹⁴ G. Lako ff, M. Johnson, *Metafory w naszym życiu*, przeł. T.P. Krzeszowski, Warszawa 1988, s. 190–191.

Podstawową, centralną kategorią¹⁵ językowego obrazu Żyda jest oczywiście leksem *Żyd*. Pojawia się w analizowanym korpusie 1937 razy, w tym kwalifikatory antroponimiczne, etniczne (nazwy: *Żyd, Żydzi, żyd, żydzi*) stanowią ponad dwie trzecie wystąpień, natomiast kwalifikatory cywilizacyjno-kulturowe (określenie: *żydowski*) jedną trzecią. Rzeczownik *Żyd (żyd)* pojawia się zatem w analizowanym korpusie prawie 180 razy częściej niż w 1/43 KJP, natomiast przymiotnik *żydowski* – 136 razy częściej.

Kategoria podstawowa

Najczęściej używanym określeniem identyfikującym jest oczywiście nazwa *Żyd*. Częstotliwość jej pojawiania się stanowi około 90 proc. wszystkich nazw przypisywanych Żydom – ma zatem największy wpływ na percepcję czytelniczą i największy udział w tworzeniu językowego obrazu Żyda. Jest ona bowiem etykietą¹⁶, która prymarnie wyznacza zakres podstawowej identyfikacji komunikacyjnej (narodowość, religia), a sekundarnie jest nośnikiem znaczeń implikowanych, konotowanych, przede wszystkim na poziomie ideowym, propagandowym. Każda etykieta, a w szczególności etykiety będące nazwami narodowości lub wyznań, aktywizują i współtworzą stereotypy. I właśnie zakres informacji konotowanych, stereotypowych ma największy wpływ na kształtowanie językowego wizerunku Żyda w prasie pravicowej.

Żydzi występują w analizowanym korpusie tekstów jako zbiorowość, która reprezentuje zarówno narodowość, jak i religię żydowską. Następuje przy tym stopniowe zatarcie językowego rozróżnienia na reprezentantów narodu (pisanych od wielkiej litery) i religii żydowskiej (od małej litery). Nazwa *Żyd* występuje w korpusie prawie pięćdziesięciokrotnie częściej niż nazwa *żyd*. Przypadki zastosowania małej litery są z reguły niewątpliwe: *Pomijając bowiem fakt, że konwersja żyda¹⁷ na katolicyzm [...] [NP, 22.11.00, s. 10–12]¹⁸, [...] budzą sprzeciwy żydów, pogan oraz letnich chrześcijan [G, 13.03.04, s. 16]* i świadczą o zachowanej jeszcze świadomości rozróżnienia. Takich przypadków jest jednak mało, co często jest konsekwencją świadomego łączenia, uniemożliwiającego wywnioskowanie z kontekstu, czy chodzi o naród, czy o wyznanie. Publicystyka antyżydow-

¹⁵ Por. T. Budrewicz, *op. cit.*, s. 157.

¹⁶ Etykieta językową rozumie jako „nazywanie i określanie desygnatów o charakterze perswazyjnym, które ma zastąpić nazwy własne i określenia neutralne aksjologicznie w kognitywnym schemacie uprzedzeniowym narzucanym przez nadawcę odbiorcom” (za R. Nowak, *Swoi i obcy w językowym obrazie świata*, Lublin 2002, s. 76, przypis nr 39).

Określenie to ma swoje uzasadnienie w charakterze, jaki został mu nadany przez posługujących się nim publicystów, bowiem słowa używane przez nich do identyfikacji opisywanych zjawisk utraciły swoje pierwotne znaczenie, a stały się substytutem semantycznym, wyzwiskiem konotującym ujemne treści (por. T. Budrewicz, *op. cit.*, s. 155).

¹⁷ Słowa kluczowe są oznaczone w cytowanych fragmentach podkreśleniem. We wszystkich cytatach zachowano oryginalną pisownię.

¹⁸ Cytaty są w tekście lokalizowane za pomocą skrótów – pierwszych liter (głosek) tytułu czasopisma, oraz daty publikacji i numerów stron cytowanego artykułu np. [NP, 22.11.00, s. 10–12] – *Nasza Polska* z dnia 22 listopada 2000 r., strony 10–12.

ska posługuje się bowiem wyobrażoną kategorią żydostwa, w której nie odgrywa większego znaczenia tożsamość narodowa czy religijna – są one traktowane powierzchownie i interpretowane jako nierozdzielne:

Cywilizacja żydowska jest cywilizacją typu sakralnego, tzn. wszelkie normy, przepisy, zwyczaje itd. dotyczące sposobu życia społecznego, zawarte są w przepisach religijnych, czyli Żyd-wyznawca religii żydowskiej, jest jednocześnie Żydem-członkiem narodu żydowskiego i odwrotnie; to jest nierozdzielne! [TP, 2.01.03, s. 6–9].

Żydzi traktowani są jako zbiorowość, o czym świadczy przede wszystkim prawie pięciokrotnie wyższa częstotliwość występowania tej nazwy w liczbie mnogiej niż w liczbie pojedynczej.

Liczba mnoga przeważa zarówno w sposób ilościowy, jak i jakościowy, Żydzi są bowiem traktowani jako grupa reprezentująca wszystkie cechy wyobrażonego żydostwa *par excellence*, jako całość semantyczna, zbiorowe ciało, jednorodne, spójne, jednomyślne i konsekwentne w opiniach i w działaniu. Jest to kategoria o charakterze pozaempirycznym¹⁹. Funkcjonuje ona bowiem jako syntetyczne określenie, etykieta konotująca określony zestaw skojarzeń. Żydzi to więc zarówno przedstawiciele narodu i wyznania, jak i przysłowiowi żydzi-lichwiarze czy zdrajcy kolaborujący z komunistami i liberałami:

Jak i dlaczego Żydzi infiltrują polskie organizacje [NRz, 30.04.02, s. 7–8], *Czynnie uczestniczyli Żydzi w aresztowaniu, przyprawdzali NKWD* [NDz, 12.07.04, s. 8–9], *Drugim potencjalnym zagrożeniem byli zaś księża katolicki, którym jakoby Żydzi mieli się regularnie, sownie opłacać, aby zapobiec pogromom* [NP, 22.11.00, s. 10–12], *29 purpuratów w Polskim Kościele to Żydzi i masoni* [TP, 5.12.02, s. 12–13], *można porównywać Żydów ze szczurami* [Sz, 10–12, 2000, s. 10] etc.

Liczba mnoga odgrywa w językowym obrazie rolę kluczową, ponieważ wyznacza zakres projektowanej uniwersalności opisywanych zjawisk, takich jak cechy charakteru czy wyobrażone zbrodnie, o które oskarżani są Żydzi. Jednak nie mniej interesująca jest z punktu widzenia językowego obrazu forma pojedyncza. Każde bowiem odstępstwo od statystycznie wyznaczonej reguły (liczba mnoga) wskazuje na odmienny sposób postrzegania. Indywidualny przedstawiciel staje się metonimią zbiorowości. Wszystkie przypadki zastosowania liczby pojedynczej można zaklasyfikować do czterech grup:

1. przedstawiciel r z e c z y w i s t y
2. przedstawiciel p r z y k ł a d o w y
3. przedstawiciel s y m b o l i c z n y
4. przedstawiciel-w y j ą t e k.

Zgodnie z tym podziałem do pierwszej grupy zaliczyć można formy singularne leksemu *Żyd*, którym opatrywane są osoby podane z imienia i nazwiska, mające reprezentować w sposób szczególny jakąś cechę charakterystyczną dla Żydów (zwykle wadę) – stają się wówczas jej personifikacją.

¹⁹ Por. S. Kowalski, M. Tulli, *Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści*, Warszawa 2003, s. 548.

Do tej grupy można zaliczyć przede wszystkim osoby publiczne, którym przypisuje się narodowość żydowską i bezpardonowo szkaluje i dyskredytuje:

Czy Żyd Leon Kieres, szef IPN jest nieukiem, kretynem, wariatem, czy tylko przestępcą? [...] Leon Kieres, Żyd, były członek PZPR [...] Na jej czele stoi bp Głódź, Żyd [NRz, 31.12.01, s. 7–8], Kierują się naczelną zasadą, którą wyraził Żyd Michnik: „Mądry Żyd, to Żyd zakonspirowany” [TP, 2.01.03, s. 6–9].

Do drugiej grupy przedstawiciele przykładowych należą formy singularne, które spełniają rolę swoistego *exemplum* obrazującego jakąś założoną z góry tezę:

Wielkim autorytetem intelektu był Żyd, który ukończył siedem klas [...] kierownikiem i dyrektorem musiał być Żyd, nawet jeśli był półanalfabeta [TP, 16.01.03, s. 14], Szowiniści żydowscy mogą wprawdzie forsować tezę, że to nie Niemcy na Polskę, ale Polska napadła na Niemcy i że to Polacy mordowali Żydów, a Niemcy ich chronili, ale czy chcecie aby w ten sposób słowo Żyd stało się synonimem oszusta, oszczercy i dewianta, czy też pretendujecie do rodziny państw cywilizowanych? [NRz, 29.06.01, s. 3–4],

W trzeciej grupie znalazły się formy pojedyncze, które spełniają funkcję symbolu – szczególnie we fragmentach o charakterze gnomicznym, mających ujawniać tzw. „prawdę ogólną” dotyczącą np. charakteru Żydów; rzeczownik w liczbie pojedynczej implikuje więc w tym przypadku powszechność, obiektywność, prawdziwość obrazowanej cechy:

Żyd nienawidzi prostej pracy fizycznej [TP, 20.03.03, s. 5], Każdy Żyd myśli na sposób globalny [TP, 2.01.03, s. 6–9], Rozbawiony Żyd wyśmiewa się z kultu chrześcijańskich świętych lub nieomyślności papieża w sprawach wiary [TP, 19.12.02, s. 10], Byłe jaki Żyd zagada każdego Polaka [TP, 2.01.03, s. 6–9].

Czwarta grupa, liczebnie najmniejsza, składa się z przykładów użycia form singularnych dla zobrazowania wyjątków, potwierdzających jednak regułę. Te szczególne wypadki są zwykle opatrywane komentarzem, niepozostawiającym wątpliwości co do ich wyjątkowości – Żyd może być oceniany pozytywnie wyłącznie wtedy, kiedy jest „w pełni zasymilowany” albo „nawrócony”:

Polską powinni rządzić Polacy. Powinni też mieć wyłączny, a przynajmniej decydujący wpływ na kształtowanie świadomości narodowej, dokonującej się w szkołach, mediach i Kościele. Rolę tę może pełnić też zasymilowany Żyd, pod warunkiem, że jest rzeczywiście w pełni zasymilowany [TP, 19.12.02, s. 10].

Interesujące wyniki daje również analiza struktury rodzajowej leksemu *Żyd*. Zwraca uwagę bardzo niska częstotliwość pojawiania się rodzaju żeńskiego. Na ogólną liczbę 1232 wystąpień w badanym korpusie żeńska odmiana (*Żydówka*) pojawia się tylko 25 razy²⁰, co oznacza, że jej częstotliwość jest prawie pięćdziesięciokrotnie niższa od formy męskiej²¹.

²⁰ W tym 8 razy w liczbie mnogiej, 17 w liczbie pojedynczej. Dla porównania w KJP PWN wyraz *żydówka* pojawia się tylko 14 razy, czyli relatywnie 76 razy rzadziej.

²¹ W tym 995 razy w liczbie mnogiej, 212 razy w liczbie pojedynczej. Dla porównania w KJP PWN wyraz *żyd* pojawia się 294 razy, czyli relatywnie 34 razy rzadziej.

W przeciwieństwie do rodzaju męskiego, w przypadku rodzaju żeńskiego przeważa użycie formy singularnej (17 przypadków). Wszystkie przypadki można podzielić według zastosowanego powyżej schematu (przedstawiciel rzeczywisty, przykładowy, symboliczny i wyjątek). Najliczniejsze są przykłady, które można by zaklasyfikować do grupy pierwszej. *Żydówka* jest więc np. postacią historyczną: *Dziecię króla Kazimierza i Żydówki nie szczęśliwie zaziębiło się podczas kąpieli* [TP, 16.01.03, s. 14], *Czy wiesz, że matka jego [Mickiewicza] była Żydówką, która się przechrzcila przed pójściem za ojca jego?* [MP, 3.07.05, s. 19–20], kilkakrotnie mowa również o postaciach współczesnych, np.: *Kibicowałem też Irvingowi w jego sporze z niejaką Deborah Lipstadt – amerykańską Żydówką –propagandystką z „Emory University” – zarzucającą mu ustami adwokatów przed londyńskim sądem wszelkie bezeceństwa tego świata, łącznie z antysemityzmem i rasizmem* [MP, 12.06.05, s. 17].

Kobieta *Żydówka* ma zdaniem publicystów prawicowych, tak samo destruktywny wpływ na rzeczywistość jak *Żyd mężczyzna*. Jej działania zbieżne są z tymi, które przypisuje się z reguły mężczyźnie, ale poza tym *Żydówki swoim ciałem służą sprawie żydowskiej* [TP, 2.01.03, s. 6–9]. *Zona Żydówka kompromituje każdego człowieka (wicedyrektor tego Departamentu, minister Stanisław Radkiewicz (choć Polak – ożeniony był z Żydówką Rutą Teltsch)* [NP, 15.11.00, s. 1]), może być również jednym z dowodów winy: *Józef Piłsudski był Żydem między innymi dlatego, że miał za żonę Żydówkę (Najlepszą ilustracją jest tu osoba J. Piłsudskiego (Zolman). Fakty mówią same za siebie: – Żona Żydówka* [TP, 2.01.03, s. 6–9]).

W drugiej pod względem liczebnym grupie przedstawiciele przykładowych mowa jest przede wszystkim o cechach charakteru lub wyglądu: *Podobizna typowej Żydówki: W. Szymborska, Agata Młynarska, D. Warakomska. Dla uchwycenia wyraźnej różnicy mentalnej między Polkami a Żydówkami, proszę porównać prezenterki pogody w TV: L. G. (P) z M. S. (Ż)*²² [TP, 2.01.03, s. 6–9].

Trzecia grupa przykładów to wyjątki potwierdzające regułę. Podobnie jak w przypadku przedstawiciele męskich, wyjątkiem może być jedynie osoba, która porzuciła wiarę żydowską:

Powodem oskarżeń wysuwanych przez liczne środowiska żydowskie wobec Papieża-Polaka o „antysemityzm” było między innymi to, że beatyfikował narwrocławską Żydówkę, karmelitankę Edytę Stein [NP, 19.07.00, s. 10–12].

Żydówka wyróżniona przez papieża jest na to dowodem.

Do ostatniej kategorii przedstawiciele symbolicznych można zaliczyć bohaterkę opowieści o kochance króla Kazimierza, która wsławiła się szczególnymi umiejętnościami. *Żydzi, w zamian za stworzenie im cieplarnianych warunków, odwdzięczyli się niemającemu szczęścia w mariażach królowi i podrzucili do łóża w zamku piękną Żydówkę. Była to młodziutka*

²² Zastosowane przez autora cytowanego tekstu skróty oznaczają oczywiście (P) – Polka, (Ż) – Żydówka. W tekście cytowanym występowały pełne nazwiska.

córka szefa kazimierzowskiego kahału, ale – jak większość Żydówek – niesłuchanie biegła w arkanach grzesznej miłości [TP, 16.01.03, s. 14]. I tak przedstawicielka narodu żydowskiego została podniesiona do roli symbolu seksualnego, co w zamierzeniu autora artykułu miało, jak się wydaje, służyć zdyskredytowaniu żydowskiej płci niewieściej i ukazaniu jej upadku moralnego. Antysemityzm łączy się zatem w tym przypadku z męskim szowinizmem.

Kobietom Żydówkom nie przypisuje się odrębnej tożsamości, nie charakteryzują się zwykle jakąś szczególną właściwością. Nieliczne przypadki pojawiania się liczby pojedynczej dotyczą zwykle konfrontacji charakterologicznej Żydówek i Polek. Wyobrażona kategoria żydostwa realizuje się zatem w rodzaju żeńskim jedynie częściowo, stanowi bowiem tylko jeden z jego elementów: Żydówki są w językowym obrazie prasy prawicowej przede wszystkim przedstawicielkami narodu, a dopiero później kobietami.

* * *

Lista synonimów centralnej kategorii językowego obrazu Żyda jest długa i jej granice, zarówno terminologiczne, jak i ideowe, są wyznaczone przez zakres wiedzy społeczno-historycznej, współczesnej i przeszłej, dotyczącej tej grupy społecznej.

Poniższa tabela przedstawia częstotliwość pojawiania się innych niż *Żyd* nazw znajdujących się w polu semantycznym semantemu ŻYD – w porównaniu z polszczyzną ogólną.

Tabela 1. Frekwencja antropimów pola semantycznego semantemu ŻYD (bez leksemu *żyd/Żyd*) w prasie prawicowej i Korpusie Języka Polskiego PWN²³

	<i>syjonista</i>	<i>Izraelczyk</i>	<i>Izraelita</i>	<i>mniejszość żydowska</i>	<i>nacja</i>	<i>goście</i>	<i>sąsiedzi</i>	<i>bracia</i>	<i>neofita</i>	<i>wyznanie mojżeszowe</i>	<i>Machabeusz</i>	<i>starozakonnny</i>	<i>rebe</i>	<i>rabin</i>	<i>chasyd</i>
Korpus języka polskiego	4	1	24	5	1	484	205	424	2	3	1	0	2	15	2
Korpus pism prawicowych	645	860	172	301	516	172	731	258	172	215	43	129	86	1376	86

²³ Cyfry arabskie odnoszą się do liczby wystąpień danego wyrazu w porównywanych korpusach, przy czym dane z KJP oznaczają rzeczywistą liczbę wystąpień, natomiast dane z badanego korpusu tekstów zostały przemnożone przez 43, zgodnie z ustalonym powyżej przelicznikiem.

Niemal wszystkie wyodrębnione słowa można uznać za kluczowe, jedynie trzy, a mianowicie *sąsiedzi*, *goście* i *bracia* nie spełniają wymogów ilościowych. Ich swoistość nie wynika jednak z częstotliwości pojawiania się, lecz z charakterystycznego, ironicznego sposobu ujęcia, zakładającego reinterpretację ich słownikowego i emocjonalnego znaczenia.

Wyodrębnione nazwy stanowią wprawdzie zaledwie około 10 proc. ogółu identyfikacji językowych Żyda²⁴, pozwalają jednak na wstępną analizę punktów widzenia, perspektyw postrzegania i definiowania Żyda. Nazwy można podzielić według klucza semantycznego na trzy kategorie, odpowiadające w przybliżeniu trzem zakresom percepcji żydowskości w obrębie językowego obrazu świata:

1. kulturowo-religijna (np. *Semita*, *chasyd*, *rabin*, *starozakonny* etc.)
2. społeczna (np. *sąsiedzi*, *goście*, *bracia* etc.)
3. narodowo-państwowa (np. *nacja*, *Izraelita*, *Izraelczyk*, *syjonista*²⁵ etc.)

Wracając do definicji Jolanty Maćkiewicz, kategoryzacja przebiega stopniowo, a jej kolejnym etapem (po fazie identyfikacji) jest wartościowanie, czyli przypisywanie zidentyfikowanym zjawiskom określonych, pozytywnych lub negatywnych, ocen. Wartościowanie odbywa się już na poziomie nazewniczym, jest bowiem związane z wpisaniem identyfikacji w zakres zdychotomizowanej hierarchicznie i aksjologicznie charakterystyki świata.

Kategoria kulturowo-religijna

Pierwsza, kulturowo-etniczna grupa jest złożona z nazw charakteryzujących „rasę” i wyznania Żydów. Sześciokrotnie pojawia się w analizowanym korpusie tekstów nazwa *Semita*, która jest używana przez autorów najczęściej jako synonim słowa *Żyd*, nacechowany jednak negatywnie i podkreślający obcość etniczną. Podstawą definicji określenia *Semita* jest przekonanie, iż Żydzi reprezentują naród rasy semickiej:

Żydzi są narodem rasy semickiej, zaś my, Słowianie, jesteśmy rasy aryjskiej. Każda rasa ma charakterystyczne dla siebie cechy fizyczne, psychiczne i umysłowe. W tym punkcie omówimy tylko cechy fizyczne Semitów-Żydów [TP, 16.01.03, s. 14].

Pewne nieścisłości w takim rozumowaniu pojawiają się, kiedy opisywany jest konflikt izraelsko-palestyński:

Tą ciekawostką jest fakt, że Żydzi – pozostający w krwawym konflikcie z Palestyńczykami i całym światem arabskim – nigdy nie nazywają Palestyńczyków „antysemitami”. Czyż to nie dziwne? Owszem, dziwne do chwili, gdy sobie uświadomimy, że Arabowie to także semici. Jakże więc semici mogą być „antysemitami”? Ten przydomek jest zarezerwowany tylko dla gojów [NP, 7.06.00, s. 5].

²⁴ W korpusie odnaleziono w sumie 2071 językowych identyfikacji Żyda, z czego 1937 to nazwy *Żyd* i jego pochodne, natomiast 134 to wyrazy o podobnym znaczeniu, znajdujące się w jego polu semantycznym. O frekwencji leksemu *Żyd* (*żyd*) – patrz także przypis 21.

²⁵ Jak wynika z przeprowadzonych analiz, syjonizm jest kojarzony w badanych tekstach z kategorią narodową.

Autor artykułu, dowodząc bezpodstawności sformułowania *antysemityzm*, zdaje się nie zauważać błędu logicznego stojącego u podstaw jego wywodu: negacja terminu *antysemityzm* podważa bowiem także zasadność jego podstawy słowotwórczej, czyli sformułowania *semityzm*.

W analizowanym korpusie tekstów *Semita* nabiera przez kontekstualizację nowego znaczenia: *Ten stetryczyłał Semita kilka tygodni temu najechał nasz kraj* [TP, 7.11.02, s. 1] – mowa tu o Janie Nowaku-Jeziorańskim, który został również nazwany przez autora artykułu *tajnym kurierem Mosadu, kłamcą i oszustem* [TP, 7.11.02, s. 1], a także *przebiegłym psycholem* [TP, 28.11.02, s. 12]. Kontekst określenia *Semita* nie pozostawia zatem najmniejszych wątpliwości co do przypisywanego mu znaczenia: równoznaczne jest ono ze słowami *oszust, kłamca* etc., i poszerza tym samym zakres znaczeniowy centralnej kategorii językowego obrazu.

Wyznanie żydowskie jest identyfikowane w korpusie przede wszystkim za pomocą słowa *Żyd*, jednak często pojawiają się również inne, bardziej szczegółowe określenia. *Chasyd* pojawia się w korpusie dwukrotnie:

Polscy chasydzi przeczowali, co ich czeka, lecz talmudyczna tradycja powstrzymywała ich przed masowym wyjazdem z Polski do Palestyny w latach trzydziestych, przed wybuchem II wojny światowej [TP, 19.12.02, s. 10], *Tradycyjny bowiem zabieg obrzezania, jaki miał miejsce wśród polskich chasydów, powodował często śmiertelne infekcje wśród niemowląt* [TP, 30.01.03, s. 6].

Jak zatem widać z przytoczonych przykładów, definicja chasydyzmu nie rozmija się z jej rozumieniem słownikowym. Kluczem jest jednak, podobnie jak w przypadku słowa *Semita*, kontekst: w pierwszym przypadku chasydyzm (rozumiany jako ortodoksyjny judaizm) ma prowadzić Żydów do ślepego przywiązania do tradycji talmudycznej, która jest w tym kontekście interpretowana jako egoistyczna, cyniczna, przewrotna, w drugim natomiast wskazuje na niebezpieczeństwa związane z kultywowaniem rytuału obrzezania.

W tej samej kategorii nazw związanych z wiarą znalazły się licznie występujące w korpusie tytuły patriarchów żydowskich. Prawie trzydziestokrotnie pojawia się tytuł *rabin*, a także jego pejoratywizujący (kontekstowo) wariant *rebe*.

Rabin jest więc przede wszystkim strażnikiem tradycyjnych wartości talmudycznych (*rozrywanie napletka niemowlęcia przy pomocy paznokci rabiną*, a *później wysysanie sączącej się krwi* [TP, 30.01.03, s. 6]), a także nauczycielem (*Nierozróżnianie Zła od Dobra to przecież nauczana przez rabinów żydowskich ślepotą naturalną umysłu, to fundamentalna sprzeczność satanizmu żydowskiego z Wiarą w Boga i z Chrześcijaństwem* [TP, 5.12.02, s. 12–13]) i obrońcą narodu żydowskiego przed negatywnym wpływem innych narodowości (*Ekshumacja członka narodu wybranego, przez nieczystego goja – zwierzę kala dostojne szczątki Żyda i jest bardzo źle widziana przez rabinów* [NRz, 29.06.01, s. 1–3]), autorytetem moralnym, walczącym na arenie międzynarodowej o „interesy żydowskie” (*Żydokomunistyczna heca przepraszania Żydów za mord w Jedwabnem*

w rzeczywistości popełniony przez Niemców, polegała między innymi na publicznym rzucaniu przez rabinów klątw na Naród Polski [NRz, 23.08.01, s. 1–2], „awanturycznym” oskarżaniu i posądzeniach różnych narodów o najgorsze zbrodnie przeciwko Żydom (*Sławetny awanturnik i antykatolicki prowokator rabin Abraham Weiss w wywiadzie dla postkomunistycznego „Wprost” z 23 lutego 1992 r. pt. „Lekcja pokory” posunął się do stwierdzenia, iż kardynał Glemp powtarza najciemniejsze, najgorsze tezy, jakie leżały u podstaw kościelnego antysemityzmu* [NP, 19.07.00, s. 10–12], *Arthur Schneier, rabin z Nowego Jorku powtórzył opowiadkę²⁶ na otwarciu największego w historii zjazdu* [Sz, 4–6, 2000, s. 25–27]).

Rebe²⁷, występuje w korpusie zaledwie dwukrotnie, jednak jego użycie jest znamienne i wskazuje na pewien bardzo istotny aspekt postrzegania Żydów, mianowicie na przekonanie o ich wpływie na kształtowanie systemów ideologicznych: *zarazki chorobotwórcze nie wywołają choroby, gdy nie znajdują warunków do osiedlenia się i rozwoju w zdrowym i dobrze chronionym organizmie. Tak uczy rebe Karol Marks* [TP, 5.12.02, s. 13]” – żydowskie pochodzenie Karola Marksa, jako współtwórcy komunizmu zostało tutaj podkreślone przez użycie określenia *rebe*, które w tym kontekście nabiera nowego znaczenia, zbliżonego do „autorytetu”, „nauczyciela”. Określenie to ma oczywiście wydźwięk pejoratywny, co potwierdza drugie wystąpienie: *Jedynie rebe Bartoszewski nie ma kłopotów. Po utracie stołka ministra spraw zagranicznych Izraela, o przepraszam, ministra spraw zagranicznych PRL-bis* [NRz, 31.10.01, s. 5]²⁸.

Kolejną podgrupę określeń związanych z wiarą stanowią nazwy wskazujące na źródła i historię religii: *Prawdopodobnie do pochodzenia starozakonnego Mickiewicza czynił też złośliwą aluzję anonimowy jego krytyk w 1844 roku, nazywając go w „Przeglądzie Politycznym” (Paryż) Azjatą* [MP, 26.06.05, s. 14] – *starozakonny* jest tutaj oczywiście synonimem żydowskiego i, jak się wydaje, ma wyłącznie charakter stylistycznego ekwiwalentu, nie pozbawionego jednak pewnej dozy ironii, wyczuwalnej także w użyciu sformułowania *złośliwa aluzja*.

Również w drugim przypadku ironia jest wyraźnie wyczuwalna:

Przeciwko tej „furii polskiego antysemityzmu” wystąpili rzecz jasna najważniejsi w świecie starozakonni, domagając się od „premiera” wypełnienia złożonych w Stanach obietnic. Rząd Buzka obiecał przeprowadzić stosowne działania [Sz, 5–7, 1998, s. 5–6].

Taką samą funkcję spełnia również historyczna nazwa *Machabeusz* użyta w następującym kontekście: *Toże krasivo – jak zwykły powiadać w Tel Awiwie zapracowane panie z byłego Sojuza, starające się za niewygóro-*

²⁶ „Opowiadka” – (termin bagatelizujący powagę słów rabina) dotyczy produkcji mydła z tłuszczu żydowskiego w hitlerowskich obozach śmierci.

²⁷ „Polski słownik judaistyczny” [Z. Borzymowska i R. Żebrowski (red.), Polski słownik judaistyczny. Dzieje – kultura – religia, Warszawa 2002] podaje, że termin ten był używany w stosunku do chasydzkich przewodników duchowych (cadyków).

²⁸ Użycie tego wyrazu ma, jak się wydaje, wskazywać dodatkowo na tym większą obcość kulturową i społeczną określanych w ten sposób osób, postrzegane jest bowiem jako wyrażenie rdzennie żydowskie (do tej samej grupy można by zaliczyć również określenia typu *cymes* czy *geszeft*).

waną opłatą pobudzać w tropikalnych Żydach dziarskość *Machabeuszy* [NCz, 15.01.05, s. XXII]” – zastosowanie to w ironiczny sposób nawiązuje do wojowniczego charakteru rodu Machabeuszy. Związek jest więc wyłącznie konotacyjny i wskazuje na historyczny charakter pojęcia żydostwa, wpisując się w jego diachroniczną, stereotypową wizję.

Do nazw historycznych zalicza się również określenie wyznanie mojżeszowe²⁹, które jest w świadomości piszących synonimem wiary żydowskiej: *wiara żydowska*, czyli tzw. „wyznanie mojżeszowe”, jest monoteizmem absolutnym, który kategorycznie odrzuca pojęcie Boga w Trójcy Świętej Jedynego [TP, 2.01.03, s. 5]; *W II RP nie tylko było dużo Żydów w ogóle (około 10% ludności), ale też znaczny odsetek biedoty wyznania mojżeszowego* [TP, 30.01.03, s. 6]; *To właśnie jest przyczyną, dla której wokół Radia Maryja kręci się tak dużo osób pochodzenia żydowskiego, ukrywając swój mojżeszowy rodowód* [NRz, 31.12.01, s. 7–8] – w dwu ostatnich przypadkach wyznanie żydowskie ma niejednoznaczne nacechowanie aksjologiczne: w pierwszym mowa jest o społeczności żydowskiej *in gremio*, ale i o biedocie wyznania mojżeszowego, w drugim natomiast o osobach ukrywających swoje pochodzenie żydowskie. Peryfrastyczne określenie *wyznanie mojżeszowe* (lub przymiotnik *mojżeszowy*) spełnia oczywiście rolę stylistycznego ekwiwalentu, nie sposób jednak oprzeć się wrażeniu, że ma również charakter eufemizmu – osłabiającego, łagodzącego wydzwięk, czy to pozytywny, czy negatywny, przedstawianych treści.

Także w kontekście religijnym należy rozpatrywać określenie *neofita* (*neofitka*), które pojawia się w korpusie czterokrotnie, w dwóch typach kontekstów: pozytywnym i negatywnym. Zmiana wiary i przejście Żyda na katolicyzm odbierane jest bowiem z jednej strony jako słuszny i chwalebny wybór życiowy (*Według Miesesa, matka Mickiewicza, Barbara, była neofitką, z Majewskich. Ojciec Barbary, też neofita, otrzymał godło starej rodziny szlacheckiej o wysokiej pozycji społecznej* [MP, 26.06.05, s. 14]), z drugiej natomiast jako dowód potwierdzający przewrotność i koniunkturalizm religijny Żydów (*organizatorem był krakowski Żyd – Józef Retinger [...] doradca i podczas wojny szara eminencja gen. Władysława Sikorskiego. Najprawdopodobniej agent NKWD, homoseksualista i neofita, utrzymujący bliskie kontakty z wysoko postawionymi członkami hierarchii Zakonu Jezuitów; nie ulega także najmniejszej wątpliwości fakt jego rozległych kontaktów wśród międzynarodowej finansjery* [Sz, 8–10, 1999, s. 18–19]). W tym przypadku zmiana wiary traktowana jest jedynie jako sposób na zjednanie sobie przychylności i zaufania nie-Żydów.

Kategoria społeczna

Druga grupa nazw dotyczy identyfikacji terytorialnej (związek z zajmowanym terytorium, a także zależności interpersonalne na płaszczyźnie społecznej), która jest bardzo istotnym elementem charakterystyki etnicznej

²⁹ W Drugiej Rzeczypospolitej „wyznanie mojżeszowe” było oficjalną nazwą religii żydowskiej, wpisywaną w dowodach osobistych.

i kulturowej narodu. Należą do niej takie określenia jak *bracia* lub *współbracia*, wskazujące bezpośrednio na genetyczny związek Polaków i Żydów: *czuli się [Żydzi] obywatelami RP, byli współtwórcami uniwersalizmu humanistycznego, który leżał u podstaw II Rzeczypospolitej Polskiej. To, że uniwersalizm ten zbudowany był na fundamencie Ewangelii, nikomu z współbraci żydów nie przeszkadzało* [NDz, 9–10.07.05, s. 22–24] – podkreślona jest tu wspólnota polsko-żydowska. Przykład ten jest jednak odosobniony, mowa bowiem o współnocie w kontekście zbrodni w Jedwabnem, a wytworzenie iluzji wspólnoty ma za zadanie zwrócić uwagę na wspólnego wroga, którym był okupant niemiecki. W większości przypadków określenia *bracia*, *współbracia* mają charakter szyderczy, ironiczny.

Związek terytorialny Polaków i Żydów jest jeszcze dosadniej podkreślany przez użycie wyrazu *sąsiad*, które wskazuje bezpośrednio na koegzystencję na określonym terytorium. Nazwa ta występuje w korpusie siedemnastokrotnie. Większość wystąpień związana jest z komentarzem do głośnej książki Jana Tomasza Grossa pt. „Sąsiedzi. Historia zagłady żydowskiego miasteczka”, wydanej w Sejnach w 2000 roku.

Autorzy tekstów poruszających kwestię Jedwabnego nie tylko podważają udział Polaków w dokonanym tam mordzie, ale również kontratakują, przedstawiając „alternatywną wersję zdarzeń”, przytaczają mianowicie dla zrównoważenia „wersji żydowskiej” konkurencyjne relacje o zdarzeniach poprzedzających pogrom: przejawach nikkczemności żydowskich mieszkańców Jedwabnego, co ma na celu usprawiedliwienie „odwetu” dokonanego przez Polaków:

Furmanki [wiozące Polaków wywożonych przez władze radzieckie] były konwojowane przez uzbrojonych w karabiny Żydów. Matki i żony błagały Żydów – sąsiadów, by umożliwili ucieczkę ich mężom i synom w czasie drogi do stacji, zwłaszcza, gdy jechali przez las. Żydzi jednak nie dopuścili do żadnej ucieczki, nie jest znany ani jeden przypadek, aby komuś pomogli uciec. Najbardziej tragiczny był ostatni konwój tuż przed wkroczeniem Niemców do Łomży. Olbrzymi skład pociągu, składający się z wagonów bydłowych, nie zdążył zabrać wszystkich ludzi. Pozostałych umieszczono w więzieniu, oczekiwali na następny transport. 22 czerwca 1941 roku Niemcy wkroczyli do Łomży. Zamknięci w więzieniu Polacy sforsowali drzwi i zamki i wydobyli się z więzienia. Powrócili oni zaraz do Jedwabnego, gdzie spotykali Żydów, którzy ich konwojowali. Mieszkania Polaków były zajęte, rodziny były wywiezione w głąb Rosji, wracający Polacy nie mieli gdzie podziać [NDz, 12.07.04, s. 8–9].

To Polacy zostają przedstawieni jako ofiary, natomiast Żydzi jako współpracownicy NKWD, konspiratorzy, zdrajcy (*przygotowywali [dla NKWD] listy patriotów* [NDz, 12.07.04, s. 8–9]) etc., a jedynymi prawdziwymi zbrodniarzami byli Niemcy.

Wyraz *sąsiad* nabiera więc zarówno w kontekście książki Grossa, jak i narosłej wokół niej publicystyki o charakterze polemicznym, znaczenia skrajnie negatywnego – staje się synonimem wrogości, a główny element łączący, czyli terytorium staje się tym, co dzieli. Sąsiedzi – Polacy i Żydzi – nie są już postrzegani jako członkowie jednej społeczności, tylko jako nie-

jednorodna etnicznie całość, której podstawowym wymiarem staje się o b - c o ś ć.

Te dwie narodowości są sobie przeciwstawiane także na poziomie językowym, przez konfrontację leksykalną. W kontekście terytorialnym można przede wszystkim wskazać na słowną opozycję: „gospodarz – gość”.

Po wygnaniu Żydów z Europy zachodniej z końcem średniowiecza Polska przyjęła ich gościnnie i pozwoliła im być kupcami i przedsiębiorcami – czyli klasą ludzi biznesu. [...] Był to okres, kiedy Polska uratowała Żydów przed wymarciem. Przez następne czterysta lat, do 1764 roku, liczba Żydów w Polsce powiększyła się siedemdziesiąt razy w porównaniu z rokiem 1333. W tym samym czasie rodzima ludność Polski powiększyła się tylko około sześciu razy – czyli w przeszło dziesięć razy mniejszym tempie, niż to się stało z ludnością żydowską [TP, 28.11.02, s. 10–12].

– Polska jest ukazywana jako azyl dla licznych uchodźców żydowskich, zapewniający im schronienie i umożliwiający odpowiednie warunki bytowe i rozwojowe. Narodowa tolerancja zostaje jednak potraktowana jako przyczyna klęski, którą jest zbyt duży wpływ Żydów na politykę wewnętrzną. („Polscy” historycy (Żydzi) szyderczo chwala „polską tolerancję” – jak pokazała historia, owa tolerancja nas zgubiła (gość stał się gospodarzem) [TP, 16.01.03, s. 14]). Nastąpiła więc zmiana ról: gospodarz musi się podporządkować woli gościa. Taka sytuacja sankcjonuje wszelkie działania zmierzające do odzyskania utraconej pozycji: *Gdy trafi do naszego domu (np. na przyjęcie rodzinne) osobnik, który ma inne obyczaje niż my, inne poglądy, inne praktyki, tolerujemy go do momentu, w którym trzeba się zdecydować: albo dopuszczamy do sytuacji, że to on przejmuje naszą rolę i narzuca domownikom i naszym gościom swe reguły postępowania, albo wyrzucamy go z przyjęcia, bo inaczej uciekną od nas zaproszeni goście [NP, 7.07.00, s. 20].*

Kategoria narodowo-państwowa

Trzecia grupa nazw wskazuje na przynależność narodową (*nacja, mniejszość*), historyczną (*Izraelita*), polityczną (*Izraelczyk*) i organizacyjną (*syjonista*). Jeżeli chodzi o wyznaczniki *stricte* narodowe, to obcość Żydów jest manifestowana na poziomie leksykalnym przede wszystkim przez określenia: *nacja i mniejszość*.

W analizowanym korpusie *nacja* jest synonimem pejoratywizującym Żydów (w znaczeniu ponadpaństwowym, międzynarodowym): *Trudno tu mieć jakiegokolwiek złudzenia co do zamiarów animatorów najróżniejszych „dialogów polsko-żydowskich” – jest to dążenie do dalszego moralnego upodlenia naszego narodu i wywyższenie własnej nacji ponad europejską tradycję, kulturę i cywilizację [Sz, 5–7, 1998, s. 5–6]* – działania Żydów zostają przedstawione jako przemyślana i konsekwentnie realizowana, totalna strategia, której celem jest przejęcie władzy nad światem i podporządkowanie sobie wszystkich narodów, zanegowanie europejskiego systemu wartości (tradycji, kultury, cywilizacji), prowadzące w konsekwencji do ostatecznego unicestwienia.

Żydzi są postrzegani jako mniejszościowa grupa etniczna, korzystająca z gościnności, a także domagająca się nienależnych jej praw współgospodarka ziemi³⁰. Właśnie z tego powodu często podkreślana jest ich nieliczność jako grupy, która, zdaniem publicystów, jest niewspółmierna do jej udziału w życiu publicznym.

Są zatem traktowani jako mniejszość, której odmawia się, także na poziomie leksykalnym, prawa do pełnego uczestnictwa w rzeczywistości społeczno-politycznej:

Nie głosuj na Żyda! Dlaczego wzywam tak kategorycznie do niegłosowania na Żydów? Dlatego, ponieważ [sic!] postępowanie tej mniejszości etnicznej świadczy, że jest ona wrogo ustosunkowana do Polaków i Państwa Polskiego i szkodzi nam wszelkimi możliwymi sposobami. A głosowanie na śmiertelnych wrogów Państwa Polskiego i powierzanie im urzędów byłoby szkodzeniem samemu sobie [NRz, 23.08.01, s. 1–2].

Zarysowane w tym fragmencie grupy Polaków i Żydów potraktowane zostały jako integralne całości i skonfrontowane na poziomie politycznym – absolutna jedność polityczno-obyczajowa większości, czyli Polaków, podkreślona przez użycie bezosobowego (a zatem semantycznie niepodzielonego) określenia *Państwo Polskie*, o instytucjonalnym charakterze, zostaje przeciwstawiona równie integralnej grupie „Żydów” (liczba mnoga implikuje wielość, podzielność), czyli rozproszonej mniejszości. Jedność grupy pierwszej, identyfikowanej z ponadczasową kategorią „nas”, Polaków, zagrożona jest przez szkodliwy wpływ *śmiertelnych wrogów Państwa Polskiego*, czyli mniejszości żydowskiej.

Do kategorii nazw narodowych zaliczyć można również nazwy historyczne. W badanym korpusie nazwa *Izraelita* pojawia się zaledwie czterokrotnie i ma, jak się wydaje, walor wyłącznie stylistyczny – wprowadza jedynie archaiczną patynę, nie odnosi się bowiem do rzeczywistości historycznej – jest synonimem słowa *Żyd*: *Ostatni naiwni Izraelici liczyli na zapowiedziany, publiczny proces niejakiego Awiszaja Rawiwa, agenta Szabaku, prowokatora, który namawiał do zabicia Icchaka Rabina prawnicowo zorientowanych studentów, a wśród nich Igała Amira [NCz, 23.04.05, s. XX–XXI]; Wśród licznych komentarzy polskich internautów miotających wyszukane inwektywy pod adresem Izraelitów [NCz, 9.04.05, s. XVIII–XX]* – w obu przypadkach mowa jest o obywatelach Izraela, a określenie *Izraelita* ma znaczenie na pół ironiczne, na pół szydercze i pogardliwe.

Znamienne jest, że oba wskazane wystąpienia pochodzą z *Najwyższego Czasu!* Gazeta ta publikuje cotygodniowe korespondencje z Tel Awiwu autora podpisującego się pseudonimem Katar Zar (co znaczy po hebrajsku „korespondent zagraniczny”), w których w szyderczym, kpiarskim i lekceważącym tonie przedstawiane są jednostronne relacje z Izraela. Stylistyka relacji jest zatem nośnikiem dodatkowych treści, przymrużeniem oka skierowanym w stronę czytelników, i koresponduje znakomicie z antysemitki-

³⁰ Por. S. Kowalski i M. Tulli, *op. cit.*, s. 540.

mi treściami, których wiarygodność podkreślana jest dodatkowo przez (rzekome?) żydowskie pochodzenie autora³¹.

W grupie określeń o charakterze narodowym istotne znaczenie ma nazwa *Izraelczyk*, która pojawia się w korpusie dwudziestokrotnie, ale jego waga wyznaczana jest przez częstotliwość pojawiania się wyrazu *Izrael* i wyrazów pokrewnych: *Izraelczyk* i przymiotnika *izraelski*, który występuje w korpusie 420 razy. Świadczy to dobitnie o niezwyklej wadze tematu bliskowschodniego dla badanych periodyków. Nazwa *Izraelczyk* natomiast, mimo iż odnosi się do pozaeuropejskiego kontekstu, odgrywa istotną rolę w kształtowaniu językowego obrazu Żyda, rozszerza bowiem spektrum znaczeniowe etykiety *Żyd* o szereg nowych kontekstów.

W założeniu nazwa *Izraelczyk* służy do identyfikacji obywateli określonego państwa, jednak jej zakres semantyczny jest zbieżny z pozostałym etykietami Żyda. Jak bowiem wynika z analizy wystąpień, często mowa jest o Izraelczykach właśnie w kontekście polskim:

Trudno tu mieć jakiegokolwiek złudzenia co do zamiarów animatorów najróżniejszych „dialogów polsko-żydowskich” – jest to dążenie do dalszego moralnego upodlenia naszego narodu i wywyższenie własnej nacji ponad europejską tradycję, kulturę i cywilizację. I rzecz niezwykle ciekawa: szantażowanie Polski holocaustem narasta wprost proporcjonalnie do wzrostu potęgi Izraela i jego polityki ludobójstwa dokonywanej na Palestyńczykach [Sz, 5–7, 1998, s. 5–6].

W pierwszej części mowa jest wyłącznie o stosunkach polsko-żydowskich na terytorium Polski, następnie kontekst zostaje rozszerzony – zagadnienie zostaje uogólnione, zuniwersalizowane i podniesione do rangi ponadczasowej zasady. To natomiast nasuwa autorowi skojarzenie z konfliktem izraelsko-palestyńskim, który traktuje jako analogiczny do polsko-żydowskiego i, co ważniejsze, dostrzega między nimi bezpośredni związek.

Wracając do wstępnej definicji, Żydzi są postrzegani jako jednorodna grupa, spójna i jednomyślna w opiniach i działaniu. Są to więc przedstawiciele narodu i wyznania żyjący na terytorium Polski, czyli oficjalna mniejszość żydowska, Żydzi ukrywający się pod fałszywymi nazwiskami, podszycający się pod Polaków³², a także obywatele Izraela i wszyscy Żydzi rozproszeni w diasporze na całym świecie. W opisach łączy się zatem Żydów wszystkich narodów i czasów, tworząc ponadczasowy obraz Żyda. „Ta dogodna perspektywa pozwala łączyć przedwojenne i wojenne dzieje polsko-żydowskie z obecną polityką Izraela wobec Palestyńczyków w jeden ahistoryczny schemat”³³.

Duże zainteresowanie publicystów wzbudza właśnie konflikt izraelsko-palestyński. Niemal zawsze w opisach przeciwstawiane są sobie brutalna siła Izraelczyków i niewinność Palestyńczyków:

³¹ Por. S. Kowalski, M. Tulli, *op. cit.*, s. 531–532.

³² Por. S. Kowalski, M. Tulli, *op. cit.*, s. 488.

³³ Tamże, s. 490.

Izraelczycy otworzyli ogień do protestujących nastolatków... Zabili za petardy... Dwaj nastoletni Palestyńczycy zostali zabici, a 18 zostało rannych na skutek ostrzelania przez izraelskich żołnierzy grupki młodzieży, rzucającej w nich kamieniami i petardami [TP, 7.11.02, s. 2].

Częstotliwość pojawiania się takich scen pozwala na wysnucie wniosku, iż nie chodzi tutaj wyłącznie o opis bezwzględności Izraelczyków wobec podporządkowanych im Palestyńczyków, ale również o swoistą alegoryzację – konflikt izraelsko-palestyński może być bowiem interpretowany jako metafora ilustrująca stosunki polsko-żydowskie³⁴.

Często pojawiającym się określeniem Żydów jest *syjonista*. Nazwa ta wskazuje na solidarność wszystkich Żydów wobec „gojów”, która stanowi jeden z głównych elementów ich (Żydów) projektowanego charakteru narodowego. Owa jednolitość w opiniach i działaniu jest według publicystów wspierana przez ponadnarodowe organizacje żydowskie, które mają znaczący wpływ na losy świata. Jedną z takich organizacji jest ruch syjonistyczny.

W analizowanym korpusie określenie *syjonista* funkcjonuje w zasadzie w oderwaniu od swojej historycznej definicji i służy znaczeniowo do podkreślenia imperializmu żydowskiego. Celem syjonistów ma być zdominowanie całego świata.

Nieżydowscy zwolennicy kultu zagłady są bardzo dobrze widziani przez syjonistów. Między chrześcijanami-syjonistami wyróżniają się telewizyjni ewangeliccy, którzy są popierani finansowo i politycznie przez syjonistów żydowskich [TP, 28.11.02, s. 10–11]

Podporządkowują sobie oni z pomocą sojuszników kolejne kraje, mające w przyszłości stworzyć ponadnarodowe państwo żydowskie.

Obok znaczenia ogólnego, zbliżonego do *imperializmu*, *syjonizm* konotuje również zestaw skojarzeń szczegółowych, opierający się na przekonaniu, że syjoniści działają również w Polsce i wszelkimi dostępnymi metodami dążą do rozszerzenia strefy wpływów Żydów światowych. Działania te prowadzone są pod auspicjami organizacji międzynarodowych za pośrednictwem opanowanych przez nie mediów. Syjoniści prowadzą medialną politykę propagandową, zmierzającą do ukrycia prawdziwych przesłanek ich działań, nie wahając się przy tym nawet godzić w autorytet Kościoła katolickiego: *Warto dostrzec i podkreślić, że kiedy Papież Jan Paweł II skrytykował nieludzkie traktowanie Palestyńczyków przez siły zbrojne Izraela, wówczas zdominowane przez syjonistów media uruchomiły w odwecie utajoną poprzednio kwestię homoseksualizmu w Kościele, żeby w czasie krwawych zajęć w Palestynie choć chwilowo osłabić moralny autorytet Kościoła [TP, 28.11.02, s. 10–11].*

³⁴ Por. tamże, s. 489.

Wnioski

Kategoryzacja, polegająca na identyfikacji i wyodrębnieniu z rzeczywistości, ujawnia dwa podstawowe wymiary językowego obrazu świata. Odbywa się ona bowiem na poziomie językowym w sposób autorytatywny i jest podporządkowana dwu naczelnym, współzależnym zasadom konstrukcyjnym czy inaczej kategoriom pojęciowym³⁵: antropocentryzmowi i opozycji binarnej „swojskość” – „obcość”:

Po pierwsze, to człowiek – jako jedyny dysponent językowych reguł kategoryzacji świata – dokonuje każdorazowo podziału i to on decyduje, jakie cechy uzna za dystynktywne; po drugie, podział musi się opierać na pewnych schematach wartościujących, które decydują o przypisaniu wybranym zjawiskom określonych atrybucji aksjologicznych, już to pozytywnych, już to negatywnych. I tak typowym sposobem kształtowania poczucia odrębności jest pozytywne wartościowanie wszystkiego, co uznaje się za swoje, i negatywne wszystkiego, co uznaje się za obce³⁶. Analiza leksykalno-semantyczna pozwala ujawnić te istniejące w każdym języku układy preferencji, systemy wartości i antywartości³⁷.

Zakres konotacyjny badanych słów kluczowych pozwala więc na częściową rekonstrukcję tego systemu w przypadku języka prasy prawicowej: szczególną uwagę zwraca przeciwstawienie określonego, postawionego w centrum, człowieka innym ludziom, na zasadzie opozycji „swój” – „obcy”. Konfrontacja dokonuje się na poziomie językowym w ramach trzech kategorii: kulturowo-religijnej, społecznej i narodowo-państwowej. Te trzy kategorie można zatem uznać za właściwości szczególne polszczyzny analizowanej wspólnoty komunikatywnej. Innymi słowy, językowy obraz świata prasy prawicowej opiera się przede wszystkim na trzech głównych filarach, którymi są właśnie kategorie etniczna, społeczna i narodowa – związane z nimi wymiary życia społecznego są dla członków badanej wspólnoty komunikatywnej najistotniejsze.

Na przecięciu tych kategorii powstaje językowy wizerunek Żyda – obcego, wroga:

Żydzi są naszym największym wrogiem, gdyż żyjąc pośród nas i będąc głęboko zakonspirowani, doskonale znają naszą mentalność, nasze tajemnice, są z nami powiązani relacjami rodzinnymi, koleżeńskimi, zawodowymi (tym sposobem mają wszędzie dostęp); Nasi wrogowie wewnętrzni i zewnętrzni są agresywni i przebiegli; Jak Ich zwyciężyć? Walka musi być totalna, choć punkt ciężkości leży w sferze duchowej: religia, moralność, nauka i sztuka. Akcja bezpośrednia – to jak najszybsze odsunięcie ich od wpływu na życie duchowe narodu i funkcjonowanie państwa [TP, 16.01.03, s. 14]³⁸.

³⁵ Por. A. Pajdzińska, *op. cit.*, s. 34.

³⁶ Tamże, s. 38.

³⁷ R. Tokarski, *Językowy obraz świata w metaforach potocznych* [w:] J. Bartmiński (red.), *Językowy obraz świata*, Lublin 1999, s. 79.

³⁸ Szczegółową receptę ratunkową podaje publicysta *Tylko Polski* w artykule „Jak rozpoznać Żyda”. Jest nią „natychmiastowe wypędzenie Żydów z Polski”.

Zdaniem Zofii Mitosek obraz wroga jest jednym z najważniejszych elementów świadomości grupowej, spełnia bowiem funkcję integracyjną³⁹ – obraz Żyda jako wroga jest zatem, jak wykazała badaczka, konstruktem diachronicznym, na co wskazuje jego historyczny charakter, natomiast jego kształt synchroniczny uzależniony jest od aktualnej sytuacji społeczno-politycznej. Zygmunt Bauman pisze w książce „Ponowoczesność jako źródło cierpień”: „Wszystkie społeczeństwa wytwarzają obcych, ale każde wytwarza obcych swoistego dla siebie gatunku i wytwarza ich na swój własny sposób. [...] «Obcy» to [...] ci, którzy swym istnieniem kwestionują nieprzeniknioną granic i znieważają majestat ładu. Przeszkadzają temu, co państwo chce budować, i niszczą to, co już zbudowało”⁴⁰. Podkreśla więc fakt, iż każda grupa społeczna definiuje się także przez negację innych grup społecznych.

Wróg – Żyd bankier, spiskowiec, komunista, liberał, mason, lichwiarz czy dziewczyna „biegła w arkanach grzesznej miłości” – staje się zwierciadłem, w którym odbija się tożsamość społeczności, która go wytwarza. Pokaż mi swojego wroga, a powiem ci, kim jesteś.

³⁹ Por. Z. Mitosek, *Literatura i stereotypy*, Wrocław 1974, s. 79.

⁴⁰ Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, s. 35, 37.

AGNIESZKA LORENZ

SYLWETKA WITOLDA GOMBROWICZA W POLSKIEJ PRASIE W LATACH 1970–2004

Witold Gombrowicz do końca życia zbierał wycinki o sobie z prasy polskiej i światowej. Pokazywał je później gościom, komentując zaciekle treść. W lipcu 1969 roku pisarz został pochowany w Vence, we Francji. Od tej pory nie mógł już wypowiadać się o tym, co o nim napisano albo powiedziano. A pisać i mówić nie przestano. Na pytanie, jakiego Gombrowicza (bądź jakich Gombrowiczów) stworzyła polska prasa po śmierci tego autora, spróbuję odpowiedzieć w tej pracy.

Założenia i metoda badań

Bibliografię tekstów, które znalazły się w próbach opracowałam na podstawie: „Polskiej Bibliografii Literackiej”¹ (teksty z okresu 1970–1988) oraz „Bibliografię Zawartości Czasopism”² (teksty 1989–2004). Nie uwzględniłam artykułów z pism lokalnych³, z roczników⁴, tudzież publikacji zbyt specjalistycznych⁵ dla przeciętnego czytelnika prasy. Celem mojej pracy jest bowiem opis sylwetki Gombrowicza, zakreślonej dla szerokiej publiczności, a nie dla literaturoznawców.

¹ „Polska Bibliografia Literacka za lata 1970–1988”, oprac. Zespół Poznańskiej Pracowni Bibliograficznej Instytutu Badań Literackich PAN, pod kierunkiem S. Vrtela-Wierczyńskiego, Wrocław 1973–2000

² „Bibliografia Zawartości Czasopism”, Biblioteka Narodowa, Warszawa 1989–1996 oraz „Bibliografia artykułów z czasopism polskich”, [w:] Bazy Biblioteki Narodowej, <http://mak.bn.org.pl/>, stan z października 2006.

³ Pominęłam te tytuły z „Polskiej Bibliografii Literackiej”, które nie znalazły się w „Bibliografii Zawartości Czasopism” Biblioteki Narodowej, np. *Express Ilustrowany*, *Gazetę Krakowską*, *Kurier Szczeciński* czy *Słowo Polskie*. Nie uwzględniłam również przeglądów wydawanych przez teatry w poszczególnych miastach (np. *Przegląd Teatru Narodowego* w Warszawie, *Przegląd Teatru Współczesnego* w Szczecinie, *Przegląd Teatru Wybrzeże* w Gdańsku, *Przegląd Teatru Wyspiańskiego* w Katowicach itd.). Teksty o Gombrowiczu w wyżej wymienionych pismach stanowiły w większości recenzje ze spektakli teatralnych wystawianych na podstawie dramatów pisarza.

⁴ Np. *Prace Polonistyczne*, *Roczniki Humanistyczne*, *Rocznik Towarzystwa Literackiego im. Adama Mickiewicza*, serie: *Acta Universitatis Wratislaviensis*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego*.

⁵ Np. *Notatnik Teatralny*, *Pamiętnik Literacki*, *Polonistyka*, *Przegląd Humanistyczny*, *Ruch Literacki*, *Sztuka i Filozofia*.

Dotarłam do 1179 tekstów, które sklasyfikowałam wedle gatunków prasowych, aby następnie sprawdzić, jak w latach 1970–2004 kształtowało się zainteresowanie Gombrowiczem. Z ogółu tekstów wyłoniłam próbę 172 artykułów, skupionych na sylwetce pisarza, czyli zawierających przynajmniej trzy akapity poświęcone wyłącznie jego osobie. Przeprowadziłam analizę zawartości tekstów z powyższej próby [liczącej w sumie 288081 znaków], przypisując akapity poszczególnym kategoriom tematycznym klucza.

Ma on cztery zasadnicze działy: *fizyczność* (w tym: *wygląd; gesty; zdrowie; seksualność; inne*), *charakter* (w tym: *sposób bycia, myślenia; cechy osobowości: zachowanie w samotności i wobec innych ludzi; stosunek do spraw finansowych*), *Gombrowicz-pisarz* oraz *Gombrowicz prywatnie*. *Gombrowicz-pisarz* to człowiek postrzegany przez swoją twórczość, natomiast ten poza utworami, znany z bezpośrednich spotkań czy z listów – to *Gombrowicz prywatnie*. Te dwa działy podzielone zostały na jednakowe kategorie: *autokreator, polityk* (w tym: *polskość; jednostka a zbiorowość; komunizm; inne*), *filozof* (w tym: *forma; niedojrzałość; cierpienie, ból; tradycja filozoficzna; inne*), *krytyk sztuki* (w tym: *literatura; malarstwo; muzyka; inne*) oraz *inne*.

Dodatkowym zabiegiem, dookreślającym sylwetkę Gombrowicza, było uporządkowanie opisów ze względu na okres życia pisarza, o jakim traktowały. Jego biografia wyraźnie dzieli się na: dzieciństwo i młodość w Polsce, drugą młodość i dojrzałość w Argentynie oraz starość i śmierć w Europie (Niemcy i Francja). Jednak (przykładowo omawiając poglądy pisarza) autorzy artykułów nie zawsze odwoływali się jednoznacznie do konkretnego okresu. Dodałam więc czwartą kategorię czasową – *nieokreślone*⁶.

Za jednostkę pomiaru przyjąłam 5 znaków tekstowych, które wyznaczały objętość danego akapitu w relacji 5 znaków = 1 punkt. Podział na akapity nie zawsze pozostawał zgodny z graficzną postacią tekstu, starałam się natomiast respektować logiczny układ wyводу.

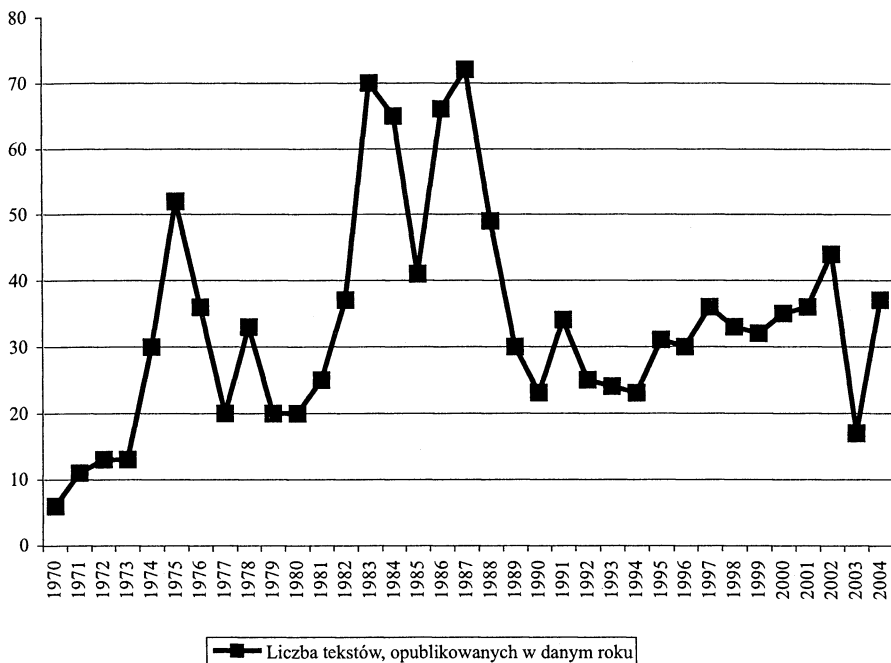
Zasadniczo dzielił swoje obserwacje na części, ujmujące kolejne dziesięciolecia: 1970–79, 1980–89, 1990–99 oraz lata 2000–2004. Analizę zamyka rok 2004, ogłoszony przez Sejm RP Rokiem Witolda Gombrowicza, z okazji setnej rocznicy urodzin pisarza, ale najpierw omówię prawidłowości, dotyczące całego z górą trzydziestolecia.

Ogólna charakterystyka lat 1970–2004

„Gombrowicz to największy pisarz Peerelu” – obwieścił Andrzej Horubała na łamach miesięcznika *Teatr* w 1997 roku⁷ i dowodził: „Był patronem peerelowskich literatów i krytyków, natchnieniem i uzasadnieniem ich wolt ideowych, twórcą niewolniczego chichotu, fałszerzem świadomości i do-

⁶ Niekiedy zaliczenie do niej oznacza, że dany akapit obejmował skrótowo więcej niż jeden okres życia Gombrowicza, lub (traktując o obecności pisarza w kulturze) odwoływał się do czasu po śmierci autora „Dziennika”.

⁷ A. Horubała, Sztafeta szyderców, czyli lustrowanie Gombrowicza, *Teatr* 1997, nr 7–8, s. 96.



Wykres 1: Obecność Gombrowicza w polskiej prasie w latach 1970–2004

starczycielem alibi. [...] z perspektywy doświadczeń peerelowskich był czytany, [...] peerel uformował jego recepcję, [...] peerel go zniekształcił.”⁸ Komentarz to o tyle trafny, że faktycznie o Gombrowiczu najczęściej pisało się w czasach późnego Peerelu, a konkretnie w latach osiemdziesiątych. W Polsce dzisiejszej, kiedy często się wznawia dzieła pisarza, a „Ferdynurke” jest lekturą szkolną, zaczyna brakować nowych głosów w dyskusji nad *Formą czy Niedojrzałością*.

Wykres 1 ilościowo przedstawia ewolucję zainteresowania polskiej prasy Gombrowiczem⁹. Tuż po śmierci pisarza, na początku lat siedemdziesiątych, obserwujemy nieśmiało próby wprowadzenia Gombrowicza do publicznego dyskursu (najwyżej kilkanaście tekstów rocznie). Przełom wiąże się z publikacją Tadeusza Kępińskiego „Witold Gombrowicz i świat jego młodości”¹⁰ (1974). Książka sprowokowała ożywienie gombrowiczologii w latach 1974–76.

Lata osiemdziesiąte to przede wszystkim rozkwit teatru Gombrowicza, setki recenzji teatralnych, zamieszczanych w prasie. To także dekada publi-

⁸ *Ibidem*.

⁹ Oto dane liczbowe do wykresu 1.1 (wg wzoru: rok/liczba publikacji): 1970/6, 1971/11, 1972/13, 1973/13, 1974/30, 1975/52, 1976/36, 1977/20, 1978/33, 1979/20, 1980/20, 1981/25, 1982/37, 1983/70, 1984/65, 1985/41, 1986/66, 1987/72, 1988/49, 1989/30, 1990/23, 1991/34, 1992/25, 1993/24, 1994/23, 1995/31, 1996/30, 1997/36, 1998/33, 1999/32, 2000/35, 2001/36, 2002/44, 2003/17, 2004/37.

¹⁰ T. Kępiński, *Witold Gombrowicz i świat jego młodości*, Kraków 1974.

kacji literaturoznawczych i reportażowych, poświęconych pisarzowi. Czasopisma promują książki Jerzego Jarzębskiego („Gra w Gombrowicza”¹¹), Rajmunda Kalickiego („Tango Gombrowicz”¹²), Joanny Siedleckiej („Jaśnie panicz”¹³) i inne. Krajowe wydanie „Dzieł”¹⁴ Gombrowicza oraz obszerniejsze studium reportażowe Siedleckiej, wynoszą krzywą zainteresowania do najwyższego punktu w badanym przedziale czasowym – 72 tekstów w 1987 roku.

Ta dekada nadała dotychczasowemu zaciekawieniu pewien rozmach: pisano dużo, przychylnie, niemal na kolanach. „Jest coś przecież groteskowego w tym, że Gombrowicz – całymi latami u nas oficjalnie nieistniejący – jawnych przeciwników swojej twórczości znajdował niemal wyłącznie na emigracji; w kraju poważni ludzie woleli brać wodę w usta, nawet jeśli coś ich uwierało czy oburzało.”¹⁵

Paradoksalnie, po udostępnieniu Gombrowicza „masom”, łamy prasowe przycichły. Prasa codzienna i magazynowa postanowiła, wzorem Zachodu, utonąć w obrazkach, na bohaterów wybierając „gwiazdy” (najczęściej – ekranu)¹⁶. Krzywa na wykresie uspokaja się pod koniec XX wieku. Stała liczba dwudziestu kilku – trzydziestu kilku artykułów świadczy o ugruntowanej pozycji Gombrowicza w grupie twórców, których się publikuje i komentuje, którzy wciąż prowokują, choć nie ma ich już między żywymi.

Prasowy Gombrowicz wszedł w XXI wiek chwiejnym krokiem. W latach 2000–2004 występują gwałtowne wznosy i upadki zainteresowania pisarzem. Wartości krzywej wynikają między innymi z ukazania się poświęconych pisarzowi numerów czasopism. W roku 2001 *Literatura na Świecie* opublikowała szereg tekstów o związkach Gombrowicza z zagranicą; w 2002 r. niemal ¼ ogółu artykułów poświęconych Gombrowiczowi, pochodziła z trzeciego numeru *Tekstów Drugich*. Skupiano uwagę na zagranicznych wydarzeniach kulturalnych związanych z Gombrowiczem. W 2001 roku premiera „Ślubu” w Comédie Française wywołała więcej szumu w prasie krajowej, niż wszystkie inne premiery wystawianych w Polsce sztuk Gombrowicza (a było ich niemało).

W 2004 roku spotykamy się z Gombrowiczem odświeżonym, w setną rocznicę jego urodzin i trzydziestą piątą rocznicę śmierci. Sejm ogłasza Rok Gombrowicza, ukazują się specjalne wydania jego twórczości, wreszcie teksty o Gombrowiczu z pism literackich przechodzą do prasy codziennej i tygodniowej (np. *Gazety Wyborczej*, *Rzeczpospolitej* i *Tygodnika Powszechnego*).

¹¹ J. Jarzębski, *Gra w Gombrowicza*, Warszawa 1982.

¹² R. Kalicki, *Tango Gombrowicz*, Kraków 1984.

¹³ J. Siedlecka, *Jaśnie panicz*, Kraków 1987.

¹⁴ W. Gombrowicz, *Dzieła*, Kraków 1986.

¹⁵ Cyt.: M. Szpakowska, Zwycięstwo tego, który widzi lepiej, *Polityka* 1987, nr 37, s. 8.

¹⁶ O zmianach w polskiej prasie społeczno-kulturalnej po transformacji ustrojowej pisze między innymi Ignacy S. Fiut (patrz: I. S. Fiut, *Pisma społeczno-kulturalne w latach 1989–2000, Zeszyty Prasoznawcze* 2000, nr 3–4, s. 64–81).

Tabela 1. Gatunki tekstów o Witoldzie Gombrowiczu, opublikowanych w prasie w latach 1970–2004¹⁷

Gatunek prasowy	Przedział czasowy			
	1970–79	1980–89	1990–99	2000–04
Wzmianka	1	16	0	0
Informacja	1	15	0	1
Artykuł	13	59	69	15
Nota recenzyjna	11	16	0	0
Recenzja	88	151	73	56
Felieton	16	27	4	13
Sylwetka	46	74	47	24
Wywiad	0	8	8	13
Korespondencja	8	21	12	6
Reportaż	1	16	0	3
Szkic krytyczny	25	19	30	6
Esej	25	38	49	31
Komiks	0	16	0	0

Tabela 1 wskazuje, że w latach 1970–2004 najpopularniejszą formą pisania o Gombrowiczu były recenzje. Do pewnego momentu nie oceniano jednak powieściowej i nowelistycznej twórczości pisarza (która od czasu odwilży po 1956 roku nie była oficjalnie wydawana w kraju do 1986 roku, lecz ją znano i komentowano dzięki wydaniom z czasów tej odwilży i zagranicznym¹⁸). Znakomita większość recenzji dotyczyła przedstawień teatralnych reżyserowanych na podstawie sztuk i powieści pisarza (później również „Dziennika” i innych prac). Tak więc, choć autor „Ślubu” do teatru nie chadzał¹⁹, dla czytelników polskiej prasy zaistniał przede wszystkim jako człowiek teatru.

Popularnym gatunkiem była sylwetka, która „funkcjonuje w prasie jako wypowiedź prezentująca osobę, spokrewniona z życiorysem i biogramem. Zakres opisu jest zróżnicowany, może jednak obejmować zarówno wygląd zewnętrzny, etapy edukacji, formy działalności zawodowej czy społecznej

¹⁷ Dane w tabeli oznaczają liczbę tekstów zaliczanych do określonego gatunku prasowego, opublikowanych w danym przedziale czasowym.

¹⁸ Por.: J. J a r z ę b s k i, Literatura polska pod znakiem Gombrowicza, *Kresy* 1992, nr 9–10, s. 51–9.

¹⁹ „W ogóle nie byłem w teatrze od trzydziestu lat co najmniej, piszę sztuki, ale do teatru nie chodzę... sam nie wiem dlaczego... z lenistwa...” (W. G o m b r o w i c z, „Testament. Rozmowy z Dominique de Roux”, Kraków 2001, s. 98).

lub artystycznej, jak i charakterystykę osobowości”.²⁰ Ta grupa gatunkowa stanowi trzon próby tekstów wykorzystanych poniżej w analizie zawartości artykułów poświęconych osobowości Gombrowicza.

W latach 1970–2004 głównym źródłem wiedzy o samym pisarzu są wspomnienia znajomych (rzadziej rodziny) oraz teksty dziennikarskie lub literaturoznawcze. Wśród nich najwięcej było publicystyki²¹, chociaż znalazło się kilka tekstów w formie wspomnienia²² czy informacji²³, które skupiały się na prezentacji sylwetki Gombrowicza. Większość felietonów, wywiadów czy reportaży traktowała przede wszystkim o osobowości pisarza.

Próby analiz twórczości Gombrowicza zdominowały dwie, pokrewne gatunkowo, formy: szkic krytyczny oraz esej. Szkice to publikacje trzymające się blisko analizowanych tekstów; do esejów zaliczyłam wszystkie inne interpretacje, które w równej mierze odnosiły się do twórczości Gombrowicza, co i prezentowały myślową inwencję autora artykułu. Esejom towarzyszył zwykle swobodniejszy tok rozważań, sporo osobistych dygresji, odwołań do tekstów kultury oraz innych twórców.

Przez ostatnie 35 lat rozpisywano się więc w prasie najwięcej o *Gombrowiczu-dramaturgu*, mniej o *Gombrowiczu-osobowości*, a najskromniej o *Gombrowiczu-autorze*. Należy przy tym pamiętać, że recenzje teatralne mówiły o autorze sztuk tyle, ile chciały, czyli tyle, ile było można w danym czasie powiedzieć. *Trybuna Ludu* zamieszczała na przykład pochlebną recenzję spektaklu, wzmiankując jednocześnie, że Gombrowicz to marny twórca²⁴.

Wizerunek Gombrowicza budowany w prasie w latach 1970–1979

Musiało minąć trochę czasu od pogrzebu „źle widzianego pisarza”, zanim przywrócono jego nazwisko społeczeństwu, co jednak nie znaczy, że jednocześnie znów zaczęto publikować jego książki. W latach siedemdziesiątych pisano więc o Witoldzie prywatnym, tym z kawiarni, co to prowokował i wygrywał w szachy. Więcej wiedziano o jego poglądach wypowiedzianych, niż o napisanych. Bliżej przyjrzymy się czterem głównym składnikom sylwetki, wykreowanej w prasie tego okresu – *charakterowi, politykowi, krytykowi sztuki oraz postaci znaczącej w kulturze* (por. tabela 2).

²⁰ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 120.

²¹ M. Wojtak określa ten typ sylwetki mianem „tekstowego kolażu”, na który składają się: „wypowiedź główna w kształcie artykułu publicystycznego z rozbudowanym nagłówkiem i korpusie typowym dla adaptowanego wzorca – całość staje się zarysem wizerunku przedstawianej osoby; zdjęcia z podpisami [...]; wypowiedzi portretowanej osoby” (*Ibidem*, s. 141).

²² Za M. Wojtak zaliczam do nich wypowiedzi drukowane w rocznicę śmierci pisarza (*Ibidem*, s. 123).

²³ Ten typ sylwetki według M. Wojtak „przybiera z reguły kształt segmentu (akapitu), który w miarę wiernie odtwarza strukturę i stylistykę notki biograficznej. Zasadnicza modyfikacja [...] polega na selekcji składników i eksponowaniu tych części, które wiążą się najsilniej z wydarzeniem, stanowiącym pretekst do dokonywania szkieletowej choćby prezentacji”. (*Ibidem*, s. 157).

²⁴ Por.: M. Misiorny [M.M.], *Jeszcze raz – „Operetka”*, *Trybuna Ludu* 1983, nr 292, s. 4; M. Misiorny, *Wybrzeże i Ryszard Major*, *Trybuna Ludu* 1984, nr 28, s. 4.

Tabela 2. Sylwetka Gombrowicza budowana w polskiej prasie w latach 1970–1979²⁵

Opisywane elementy sylwetki Gombrowicza		Dane liczb.
Fizyczność		4902
Charakter		21095
Gombrowicz-pisarz	Autokreator	1896
	Polityk	2296
	Filozof	1901
	Krytyk sztuki	3517
	Inne	1156
Gombrowicz-poza swoimi utworami	Autokreator	1130
	Polityk	4759
	Filozof	1721
	Krytyk sztuki	9081
	Inne	986
Znaczenie	Obecność w kulturze polskiej	2949
	Obecność w kulturze zagranicznej	3087

CHARAKTER

Do kategorii *charakter* zaliczono głównie opisy sposobu bycia pisarza. Przytaczano całe dialogi z udziałem Gombrowicza, pełne „dokładnych” cytatów. Pamięć autorów wspomnień jawi się imponująco, niezależnie, czy mowa o pobycie pisarza w Argentynie (okres kilkunastu lat wstecz od momentu publikacji), czy o jego przedwojennym życiu jeszcze w Polsce (ponad trzydzieści lat wcześniej niż publikacja).

Opowieści nie kreują jednolitego portretu Gombrowicza. Piszący wahali się, czy był osobą towarzyską, czy raczej stał z boku, czy dominował, czy był zdominowany, preferował dialog, czy monolog. Powtarzają się opinie podobne do tej: „Gombrowicz przez całe życie czuł się człowiekiem odrzuconym przez najróżniejsze zamknięte układy [...], wyrzucanym nawet poza ramy społeczeństwa.”²⁶ Zwłaszcza młody (polski) Witold przedstawiany bywa jako odludek, zakompleksiony i milczący, niedopasowany. Gombrowicz argentyński to postać zdecydowanie bardziej dynamiczna. Młodszy przyjaciele, którymi się otaczał wspominają go częściej jako prowokatora, trochę ekscentryka, człowieka stanowiącego wyzwanie, będącego już nie na uboczu, ale w centrum uwagi towarzystwa.

²⁵ W tabelach 2–6 dane podano w punktach; 1 pkt = 5 znaków drukarskich w badanym tekście.

²⁶ W. Wysocki, Myśli różne o Gombrowiczu, *Teksty* 1972, nr 76, s. 7.

KRYTYK SZTUKI

Każdy czytelnik „Dziennika” wie, jak bezlitosnym był Gombrowicz krytykiem, nie tylko literatury i sztuki, ale rzeczywistości w ogóle. Zawsze udzielał innym twórcom rad, sądził zdecydowanie, bardziej lub mniej surowo. W artykułach z lat siedemdziesiątych jego opinie przytaczane są najczęściej w formie cytatów. Ze względu na ich styl, chętnie umieszczano w tekstach całe wywody jego autorstwa. Dlatego też opisy *Gombrowicza-krytyka* stanowią zwykle bądź sedno, bądź podstawową część artykułu.

Z relacji autorów tekstów wynika, że miał Gombrowicz ustalony sąd na każdy temat: od greckiego teatru po wiersze Kasprowicza. Szczególnie dużo miał do powiedzenia o literaturze ojczystej. Z rozmowy z argentyńskim znajomym: „Co do Żeromskiego... od Sienkiewicza chyba głębszy i wznioślejszy. Ale jest na nim skaza, czy też raczej ten flet, zrobiony z dwóch gatunków surowca, nie dźwięczy czysto.”²⁷

POLITYK

We fragmentach dotyczących politycznych poglądów Gombrowicza ciągle powracała kwestia, niedająca pisarzowi spokoju – „polskość niewydarzona i nieskuteczna”²⁸. O ojczyźnie i rodakach wypowiadał się tak, jak o polskiej literaturze – z wieloma zastrzeżeniami i planem naprawczym. W kraju wydawał się więc antypolski.

Jednak pojawiają się w prasie próby zrozumienia tej szczególnej odmiany troski narodowej, którą Gombrowicz przejawiał przez liczne prowokacje. Maria Janion sięga po słowa pisarza: „więc ja jestem jednocześnie, jak się okazuje, bardzo antypolski i bardzo polski – i może dlatego taki polski, że tak antypolski, gdyż polskość urzeczywistnia się we mnie bez premedytacji, swobodnie, o tyle, o ile jest moją koniecznością”.²⁹ Andrzej Grabowski przypomina interpretację Artura Sandauera – pierwszego w PRL propagatora Gombrowiczowskiej twórczości: „patriotyzm bowiem i moralizm wygnane u niego drzwiami wracają oknem, wracają dokonawszy podróży dookoła świata jednostki, wzbogacone wszystkimi jej doświadczeniami.”³⁰

ZNACZENIE W KULTURZE

„Znaczeniem w kulturze” nazywam recepcję twórczości Gombrowicza w danym okresie i w danym kręgu, jak również jego obecność w życiu kulturalnym określonego regionu. W latach siedemdziesiątych prasa poświęciła więcej uwagi recepcji pisarza poza krajem, co łączyć można z sze-

²⁷ M. de Quebrado, Gombrowicz podsłuchany (III), przeł. M. Szybist, *Miesięcznik Literacki* 1973, nr 7, s. 35.

²⁸ J. Zabieglik, Spowiadam się z Gombrowicza, *Kierunki* 1974, nr 5, s. 7.

²⁹ M. Janion, Sobowtóry i dwoistości Gombrowicza, *Dialog* 1975, nr 2, s. 132.

³⁰ A. Sandauer, Witold Gombrowicz – człowiek i pisarz [w:] tegoż, *Liryka i logika*, Warszawa 1969, s. 177, cyt. za: A. Grabowski, Cóż to znaczy, konkretnie mówiąc, Polska? Gombrowicz wobec Narodu i Państwa, *Magazyn Kulturalny* 1975, nr 4, s. 27.

regiem opublikowanych wówczas tekstów dotyczących okresu argentyńskiego.

Zagraniczne spojrzenie na książki Gombrowicza było zwykle omawiane „z jego punktu widzenia”. Czytamy więc, gdzie go w Buenos Aires zaproszono, a gdzie nie, co opisali w prasie, a co przemilczeli, jakiej nagrody mu nie przyznali, a przecież powinni byli i tak dalej. Sporo miejsca zajmuje problem przemilczania dzieła Gombrowicza w argentyńskim środowisku literackim. Nieco lepiej ma się, zdaniem piszących, obecność Gombrowicza w kulturze europejskiej, zwłaszcza francuskiej. Argentyńczycy relacjonują moment przełomu, kiedy wydano „Ferdydurke” we Francji, a Gombrowicz wkroczył na paryskie salony literackie.

*

W pierwszej dekadzie po swojej śmierci istnieje więc Gombrowicz w prasie krajowej raczej jako osobowość, niż jako twórca. Kategorie, w których częściej ujmowany jest jako pisarz, to te najmniej popularne (*autokreator* i *filozof*). Jeśli chodzi o opisy fizyczności, to większość danych pochodzi (znowu) z okresu argentyńskiego, a konkretniej z tekstów wspomnieniowych. Wyrażna przewaga fragmentów dotyczących argentyńskich lat Gombrowicza kłóci się z powszechną opinią, że niewiele wiadomo o tym okresie życia pisarza.

Prasowa sylwetka Gombrowicza budowana w latach 1980–1989

W latach osiemdziesiątych pisano o Gombrowiczu najwięcej i najbardziej różnorodnie. Sposób odbioru twórczości autora „Pornografii” ustalony w tej dekadzie miał decydujący wpływ na interpretacje w latach późniejszych. Bliżej więc omówię pięć głównych składników prasowego portretu pisarza z tych lat: *charakter, znaczenie, istnienie w roli krytyka sztuki, fizyczność oraz politykę* (por. tabela 3).

CHARAKTER

*Można by powiedzieć, że jedynym, co stałe u Gombrowicza, była – i w jego życiu, i w jego twórczości – niestałość.*³¹ – notował argentyński znajomy. Jak w poprzedniej dekadzie – zbudowanemu w polskiej prasie lat osiemdziesiątych świadectwu o Gombrowiczu, nie brakuje sprzeczności czy wahań.

Niewątpliwym przełomem stanowi okazała liczba publikacji opisująca okres europejski życia pisarza (objętość akapitów dotyczących jego stosunku do innych ludzi w Europie dorównuje wielkością tym, dotyczącym Argentyny). Zwłaszcza w pierwszej połowie dekady odnajdziemy wiele nowych nazwisk i anegdot z prywatnego życia Gombrowicza.

³¹ Cyt.: R. P 1a, Witold Gombrowicz na ostrzu noża, przeł. R. Kalicki, *Twórczość* 1981, nr 1, s. 88.

Tabela 3. Sylwetka Gombrowicza budowana w polskiej prasie w latach 1980–1989

Opisywane elementy sylwetki Gombrowicza		Dane liczb.
Fizyczność		10816
Charakter		23769
Pisarz	Autokreator	2801
	Polityk	9729
	Filozof	7496
	Krytyk sztuki	11147
	Inne	4224
Poza utworami	Autokreator	2859
	Polityk	1071
	Filozof	850
	Krytyk sztuki	2414
	Inne	416
Znaczenie	Obecność w kulturze polskiej	9839
	Obecność w kulturze zagranicznej	6307

Większość z piszących o odwiedzinach w Vence stanowili Polacy, którzy najwyraźniej wykorzystali polityczne rozluźnienie początku lat osiemdziesiątych i poczęli przyznawać się do pielgrzymek na południe Francji. A może wzięli sobie do serca słowa Jana Błońskiego: „tylu Gombrowicza odwiedzało – a przynajmniej chwaliło się, że odwiedzało – a tak niewielu zdobyło się na trud zapisania słów i zachowań pisarza. Jeszcze jeden dowód kulturalnej niegospodarności”³².

Charakterystykom pisarza z okresu argentyńskiego zawsze towarzyszy jakieś „ale” – genialny, ale agresywny; czytany, ale interesowny; fascynujący, ale bezczelny. Ludźmi, którzy te kontrasty doceniali byli znajomi Argentyńczycy. Młodych ludzi zgromadzonych wokół Gombrowicza bawił i podniecał jego kontrowersyjny sposób bycia („Wszystkie historyjki o nim, a jest ich wiele, zabarwione są humorem. Różni je tylko ich tonacja”³³). Natomiast dzięki tekstom Joanny Siedleckiej poznajemy wizerunek Gombrowicza w oczach tamtejszej Polonii, a zwłaszcza jej żeńskiej części³⁴.

Najmniej uwagi poświęcono stosunkom rodzinnym Gombrowiczów – znów niezastąpione okazują się reportaże Siedleckiej, jak również publikacja powojennych listów pisarza do brata Janusza.³⁵

³² Cyt.: J. Błoński, Strzykawka Gombrowicza, *Teksty* 1981, nr 1, s. 1.

³³ Cyt.: R. Pła, Witold Gombrowicz na ostrzu noża, przeł. R. Kalicki, *Twórczość* 1981, nr 1, s. 86.

³⁴ Patrz: J. Siedlecka, Hrabia Gombrowicz, *Więź* 1983, nr 7, s. 101–14.

³⁵ Patrz: E. Zychowicz, Sprawy rodzinne, *Kierunki* 1986, nr 46, s. 10–1. Innym źródłem informacji na ten temat są fragmenty „Wspomnień polskich.” (Patrz W. Gombrowicz, *Wspomnienia polskie*, Kraków 2002).

ZNACZENIE W KULTURZE

Mimo ożywienia na łamach, związanego z przywróceniem Gombrowicza oficjalnemu obiegowi wydawniczemu (publikacja „Dzieł” w Wydawnictwie Literackim, w 1986 r.), nikt publicznie nie ogłosił rewolucji w polskiej kulturze, ani nawet nie wzruszył się wydawniczą nowością. W kontekście powtórnej obecności książek pisarza w Polsce, powracały natomiast nazwiska dwóch pań – Barbary Witek-Swinarskiej³⁶ oraz Rity Gombrowicz. Wdowę i dziedziczkę praw autorskich po Gombrowiczu oskarżano³⁷ w prasie o znowę z emigracyjną „Kulturą” oraz utrudnianie publikacji tekstów męża w krajowej oficynie.

Z początkiem lat osiemdziesiątych Gombrowicz zagościł z „Ferdydurke” na liście lektur szkolnych. Śmiało zaczęto mówić o roli pisarza w historii literatury krajowej („Dzieło Witolda Gombrowicza jest cennym ogniwem kultury polskiej.”³⁸) – dużo częściej pisano w prasie o znaczeniu autora „Kosmosu” w kraju niż za granicą. Charakteryzowano raczej czasy współczesne publicystom – zwłaszcza lata osiemdziesiąte, rzadziej – siedemdziesiąte, i ewentualnie krótko przedstawiano dzieje odbioru twórczości pisarza w jego ojczyźnie. Najmniej miejsca poświęcono w prasie czasem przedwojennym, o których lakonicznie wspominają pojedyncze wzmianki (głównie w kontekście ostrożnego wchodzenia początkującego pisarza w ówczesne kręgi literackie).

KRYTYK SZTUKI

Sposób prezentowania poglądów Gombrowicza na sztukę – w latach osiemdziesiątych jest podobny do tego z poprzedniej dekady. Akapity dotyczące tej kwestii pochodzą w znakomitej większości z kilkunastu tekstów. Wszechobecne cytaty mają tym razem źródło głównie w „Dzienniku” i esejach pisarza. Zmieniły się jednak proporcje między częstotliwością publikacji opinii wyczytanych i usłyszanych. Ponieważ opinie wyczytane przywoływano przeważnie po roku 1986, zrozumiałą jest gwałtowny wzrost ich objętości. Po wydaniu w kraju „Dziennika” (wchodził w skład „Dzieł” Gombrowicza), zaczęto go czytać od nowa, głośno komentować, streszczać i gorliwie przepisywać na łamy prasy.

Po pierwszym zachłyśnięciu się wydrukowanymi opiniami pisarza, pojawiły się próby ich rewizji. Ważnym tekstem (z drobnymi zmianami drukowanym w dwóch różnych czasopiśmiech w 1988 r.³⁹) pozostaje analiza Andrzeja Lama pod tytułem „Gombrowicz o sytuacji literatury polskiej”. Lam

³⁶ Jej felieton o Gombrowiczu, opublikowany w latach sześćdziesiątych w *Życiu Literackim* rozpoczął prasową nagonkę na pisarza, która zaowocowała niemal dwuletnim milczeniem na jego temat w mediach (przerwanym dopiero przez Artura Sandauera w 1965 roku). Patrz: B. Witek-Swinarska, O dystansie, czyli rozmowa z mistrzem, *Życie Literackie* 1963, nr 38.

³⁷ Patrz: A. Sandauer, Gombrowicz a polityka, *Polityka* 1986, nr 1, s. 1, 9.

³⁸ Cyt.: J. Ładka, Dlaczego Gombrowicz wzbudza w nas miłość i zachwyty?, *Kultura* 1986, nr 44, s. 1.

³⁹ Patrz: A. Lam, Gombrowicz o sytuacji literatury polskiej, *Zdanie* 1988, nr 4–5, s. 57–61; A. Lam, Pisarz niewygodny, *Przegląd Tygodniowy* 1988, nr 14, s. 12.

wytykał Gombrowiczowi kreowanie się na nieuważnego i leniwego czytelnika, używając metaforyki gastronomicznej. Gombrowicz – sądził – „przedstawił się w roli konesera, któremu jedna łyżka zupy wystarczy, aby poznać jej smak”.⁴⁰

Na czym konkretnie miała polegać krytyka literacka w wykonaniu autora „Dziennika”? Według artykułów z prasy lat osiemdziesiątych, pomiędzy osobistymi wycieczkami pod adresem konkretnych pisarzy, Gombrowicz nieustannie radzi literaturze (czym powinna być, a czym nie, do czego dążyć, itd.) i wyjaśnia, jaka powinna być rola pisarza we współczesnym świecie. O podobnych, rozciągających się na obszar całej sztuki instrukcjach autora „Kosmosu” pisano już w latach siedemdziesiątych.

W latach osiemdziesiątych prasa odkryła muzyczną pasję Gombrowicza. Wreszcie ujawniony zostaje w pisarzu krytyk muzyczny (akapity to potwierdzające objętością dorównują tym, mówiącym o krytyku literatury).

FIZYCZNOŚĆ

Wśród pozycji realizujących tę kategorię najwięcej miejsca zajmują fotografie z ostatnich lat życia autora „Kosmosu”. Opisy słowne wyglądu Gombrowicza pochodzą najczęściej z opowieści znajomych z Argentyny. Wspominano jego rysy twarzy, spojrzenie („*puste*”), ubiór, rzucano ogólne uwagi, np.: „wyglądał na osobę zimną i trzeźwo myślącą”⁴¹, albo: „Jego wygląd przywołał na myśl sposób, w jaki mówił i pisał”.⁴² Obraz ten dopełniają ulubione w naszej prasie karykatury Gombrowicza, autorstwa Mariana Betelu.

Drugą (po *wyglądzie zewnętrznym*) podkategorią FIZYCZNOŚCI, realizowaną na sporej przestrzeni są *fakty biograficzne*. Zaliczam do nich wyliczenia związanych z Gombrowiczem dat, tytułów, nazwisk, miejsc zamieszkania czy pracy, okoliczności przeprowadzek, i tak dalej. Większość takich „suchych” fragmentów znajdziemy w krótszych artykułach, typowych sylwetkach, pisanych najczęściej przez dziennikarzy. Podkategoria faktów biograficznych dotyczy zwłaszcza Argentyny i Europy, a ściślej – momentów przełomowych, gdy kończył się jeden etap życia pisarza, a zaczynał inny. Nie brakowało mało wyrafinowanych albo zwyczajnie nudnych opisów, jak ten, ekstremalny, z *Kobiety i Życia*: „W taki sposób Witold Gombrowicz, lat 35, syn Jana i Marceliny Antoniny z Kotkowskich, autor „Pamiętnika z okresu dojrzewania” i „Ferdydurke”, powieści „z gębą”, zakończonej bulwersującym mieszczuchów dwuwierszem „Koniec i bomba. A kto czytał, ten trąba.”, znalazł się na pokładzie „Chrobrego” 21 sierpnia 1939 roku u brzegów Argentyny, w porcie Buenos Aires”.⁴³

⁴⁰ A. L a m, Pisarz niewygodny, *Przegląd Teatralny* 1988, nr 14, s. 12.

⁴¹ E. S a b a t o, Wstęp do „Ferdydurke”, przeł. R. Kalicki, *Twórczość* 1981, nr 1, s. 81.

⁴² R. P l a, Witold Gombrowicz na ostrzu noża, przeł. R. Kalicki, *Twórczość* 1981, nr 1, s. 84.

⁴³ A. B a r a n o w s k a, Zawsze z własną gębą, *Kobieta i Życie* 1983, nr 40, s. 14.

POLITYK

Jak i w latach siedemdziesiątych, opisywany w prasie Gombrowicz przez kolejną dekadę politykuje na temat Polski i polskości. Jednak już nie w rozmowach prywatnych, ale otwarcie i publicznie dobiera się do polskiej historii i kultury. W artykułach z omawianego okresu przeważają opinie *Gombrowicza-pisarza*, autora „Dziennika” oraz „Trans-Atlantyku”, opublikowanych w kraju w 1986 roku – większość odniesień do tej kategorii pochodzi właśnie z drugiej połowy lat osiemdziesiątych.

Jawi się autor „Ferdydurke” jako umiarkowany krytyk komunizmu, zwykle wypowiadający się o filozoficznym podłożu systemu, a nie jego politycznej rzeczywistości, której wszak osobiście nie zaznał. Bardziej zdecydowanie osądza Gombrowicz Paryż i Francuzów (fragmenty zaliczone do kategorii *inne*): „krawiec ubrał Paryżowi nagość”⁴⁴. Przeciwstawia „ubraną” Francję „nagiej” Argentynie, którą wciąż traktuje równie osobiście, jak Polskę (czyli radzi, jaka być powinna).

Autorzy przytaczanych artykułów starają się ustalić stosunek Gombrowicza do Polski, próbują uczynić tę relację bardziej jednoznaczna, stąd ich różne reakcje na sądy pisarza. W jednym zdają się wszyscy piszący na ten temat zgadzać: Gombrowicz był w swoim podejściu do ojczyzny wyjątkowy.

*

Gombrowicz w prasie lat osiemdziesiątych przemawia głównie przez swoje dzieło. Związane jest z publikacją jego twórczości w kraju i stopniowym wyczerpaniem się formuły wspomnieniowej, tak chętniej wykorzystywanej w latach siedemdziesiątych i pierwszej połowie następnej dekady. *Gombrowicz-pisarz* to teraz krytyk literacki, politykujący szczególnie często na temat Polski oraz filozof, rozważający problemy *JA*, *Formy*, czy *Niedojrzałości*. Gdzieś w tle to również autokreator, dający wskazówki, jak powinno się go postrzegać, jak odczytywać jego teksty.

Znaczenie Gombrowicza w kulturze wyrasta na drugi najpopularniejszy temat w omówieniach jego sylwetki. Zainteresowanie *Gombrowiczem-pisarzem* staje się silniejsze od zainteresowań *Gombrowiczem-osobą*. Dopuszczone zostają do druku fragmenty o powrocie Gombrowicza do Europy.

Można zatem wysunąć wniosek, że sylwetka pisarza wykreowana w prasie lat osiemdziesiątych przedstawia Gombrowicza dojrzałego (żeby nie powiedzieć – postarzałego), uznanego oficjalnie w kraju, coraz bardziej popularnego w świecie, Gombrowicza – gwiazdę, idola, którego podobizny nieraz zajmują całe kolumny. Już nigdy potem tak wiele i tak obszernie w polskiej prasie o nim nie pisano.

⁴⁴ A. Zychowicz, W tej kakofonii niejednen mi się wydarzył dysonans..., *Perspektywy* 1981, nr 11, s. 28.

Prasowa sylwetka Gombrowicza budowana w latach 1990–1999

W prasie polskiej po roku 1989, pojawia się kolejny model postrzegania pisarza. Jeszcze częściej odwołują się publicyści do twórczości autora „Ferdurke”. Drukują większe zdjęcia i ilustracje. Wygasa obraz dawnego kolegi, ekscentrycznego i prowokującego. Na znaczeniu zyskują szczególnie kwestie ujęte w dwóch kategoriach, które zanalizuję dokładniej: *filozof* oraz *autokreator* (por. tabela 4). Przyjrzyć się też ewolucji dwóch najpopularniejszych kategorii (*charakter* i *znaczenie w kulturze*) w stosunku do dekad poprzednich.

Tabela 4. Sylwetka Gombrowicza budowana w polskiej prasie w latach 1990–1999

Opisywane elementy sylwetki Gombrowicza		Dane liczb.
Fizyczność		11063
Charakter		11615
Pisarz	Autokreator	6727
	Polityk	6352
	Filozof	14057
	Krytyk sztuki	2791
	Inne	2102
Poza utworami	Autokreator	1070
	Polityk	271
	Filozof	519
	Krytyk sztuki	1119
	Inne	0
Znaczenie	Obecność w kulturze polskiej	9881
	Obecność w kulturze zagranicznej	2126

FILOZOF

Można powiedzieć, że prasa lat dziewięćdziesiątych odkryła *Gombrowicza-filozofa*, albo też – nazwała Gombrowicza filozofem. Większość fragmentów zaliczonych do tej kategorii pochodzi z długich, esejujących tekstów, nieorzekających o sądach pisarza w konkretnym momencie jego życia (stąd kategoria *nieokreślone* na osi czasowej).

Niemal połowę objętości tych akapitów stanowią opisy stosunku Gombrowicza do tradycji filozoficznej. Przy tej okazji nawiązuje się często do „Kursu filozofii”⁴⁵, pod koniec życia podyktowanego przez pisarza Domi-

⁴⁵ Patrz: W. G o m b r o w i c z, Kurs filozofii w sześć godzin i kwadrans, przeł. I. Kania, Kraków 2006.

nique'owi deRoux, oraz do „Dziennika” rzecz jasna. Powracające w omawianych akapitach pojęcia to: materializm, ateizm, dialektyczność, egzystencjalizm, postmodernizm, a zwłaszcza marksizm. „Żaden inny kierunek filozoficzny i teoretyczny oraz ideologiczny nie zajmuje tyle miejsca w jego dziele co marksizm”⁴⁶ – stosunkowi Gombrowicza do systemu Marksa wiele uwagi poświęca Aleksander Madejski. Jeśli chodzi o nazwiska wymieniane w kontekście filozofii Gombrowicza, to w pierwszej kolejności będą to Jean-Paul Sartre, Georg Hegel, Fryderyk Nietzsche, Albert Camus, Martin Buber.

Elementem filozofii Gombrowicza najchętniej wspominanym w prasie było pojęcie *JA*. Związane z nim problemy, takie jak zjawisko *międzyzłudzkiego* (człowieka stwarza człowiek), *nieautentyczności* czy wpływów zewnętrznych na jednostkę, stanowią podstawy filozoficznego portretu Gombrowicza. Ciekawe, że najrzadziej wspomina prasa o tak oczywistym w słowniku Gombrowicza pojęciu *Formy*. *Forma* stanowiła do lat dziewięćdziesiątych jedną z popularniejszych podkategorii treściowych omawianych w artykułach o *Gombrowiczu-filozofie*. Gombrowicz, jako filozof *Formy* był już niemal tak znany, jak Gombrowicz – autor „Ferdydurke”. Filozoficzne poszukiwania publicystów podążyły zatem w inne strony, co nie znaczy, że odbiegające od pojęć ustanowionych przez samego pisarza.

AUTOKREACJA

Kategoria *autokreacji* wiąże się z „walką o własną wybitność”⁴⁷ z premedytacją i uparcie toczoną przez Gombrowicza w ciągu całego życia. W latach dziewięćdziesiątych zauważalne są próby opisu poczucia tożsamości autora „Pornografii”. Zwykle mamy do czynienia z tekstami, traktującymi problem ogólnikowo, a więc odnoszącymi się do tego, co Gombrowicz kiedyś (dokładnie nie wiadomo kiedy) napisał.

O ile spora część publicystów, przyglądających się autokreacji Gombrowicza, dąży do zrozumienia tego procesu („nie można chyba sprowadzać działań Gombrowicza do czystej spektaklowości”⁴⁸), to w latach dziewięćdziesiątych zaistniała również grupa autorów bardziej w tej kwestii sceptyczna. Jarosław Kajdański komentuje zabiegi pisarza ironicznie: „Odmienił samego siebie przez wszystkie przypadki. Nazwał po imieniu „upupienie” i „przyprawianie gęby”. Nie mógł zżnąć spokoju, gdyż nieustannie przeglądał się w innych. Dla świętego spokoju uznano jego twórczość za klasykę”⁴⁹.

⁴⁶ A. Madejski, Gombrowicz o marksizmie, *Mysł Socjaldemokratyczna* 1992, nr 2–3, s. 83.

⁴⁷ Patrz: Gombrowiczowska definicja pisania w: W. Gombrowicz, *Dzieła*, tom VII. *Dziennik 1953–1956*, Kraków 1989, s. 57.

⁴⁸ L. Neuger, *Polskość jako cel*, *Teksty Drugie* 1991, nr 1–2, s. 9.

⁴⁹ J. Kajdański, *Cień Gombrowicza*, *Tygodnik Solidarność* 1994, nr 30, s. 15.

ZNACZENIE W KULTURZE

Czas przemian ustrojowych po roku 1989 nie stał się w krajowej prasie okresem ponownego odkrycia Gombrowicza. Wręcz przeciwnie, drukowano obserwacje w rodzaju: „nastrój w Polsce dziwnie się jakoś zrobił nie-Gombrowiczowski. Dawni szyderycy głoszą kazania po kościołach, intelektualści pobiegli bratać się z parobkiem. Naród znowu dopadł nas i dusi. Nie pomoże i Gombrowicz, już oswojony, zneutralizowany, przeżuty. Choć teraz pewno przydałby się najbardziej”⁵⁰.

O ile w poprzednich dekadach chwilami narzekano na nadmiar komentarzy do dzieła Gombrowicza, to po odejściu epoki cenzury i zideologizowanej kultury, inteligencja wolnej Polski podniosła lament, że Gombrowicz nam znika. „Od kilku lat obnosimy się z Gombrowiczem, jak z nieświeżym jajkiem: lepiej nie ruszać”⁵¹ – pisze Krzysztof Gąsiorowski. Ubolewa on, że nikogo już autor „Pornografii” nie drażni, nie prowokuje, że nam się główny obrazoburca zestarzał. W końcu uderza w ton naprawdę dramatyczny: „Uchylenie się przed Gombrowiczem kompromituje nas intelektualnie i moralnie”⁵².

CHARAKTER

„Dziś, gdy jest on już wielkością uznaną, wspominają go chętnie wszyscy, nawet tacy, którzy widzieli go jeden raz; tworzy się obraz człowieka, często sprzeczny z rzeczywistością i wypaczony, naginany może do uznanej wielkości”⁵³ – pisała w 1999 roku Józefa Radzywińska. Czyli nie tylko dziennikarze, literaturoznawcy, ale i dawni przyjaciele (w przypadku Radzywińskiej – z lat argentyńskich) chcą wreszcie zdemaskować Gombrowicza, odbrać go, jak kiedyś on odbrażował innych „wielkich”.

Coraz mniej czytamy osobistych relacji. To zrozumiałe w 30 lat po śmierci pisarza, podczas których wydrukowano wiele obszernych wspomnień o nim. Pojawiają się jednak fragmenty dawnych wypowiedzi lub ich streszczenia przedrukowane z książek Rity Gombrowicz, Joanny Siedleckiej i innych. Dotyczą one nie tylko argentyńskiego, najpopularniejszego okresu w życiu pisarza, ale również lat powrotu do Europy. W relacjach z Niemiec czy Francji wciąż znajdujemy „niewygodnego” Gombrowicza, szydzącego i prowokującego.

*

Po transformacji ustrojowej prasa zaczęła traktować Gombrowicza raczej powierzchownie, bez dawnej ciekawości i fascynacji. Większość artykułów charakteryzuje się wysokim stopniem ogólności. Jednocześnie zauważyć można próby spojrzenia na autora „Dziennika” z innej strony,

⁵⁰ M. Szpakowska, Gombrowicz wśród dobrych i złych uczniów, *Dialog* 1990, nr 2, s. 133.

⁵¹ K. Gąsiorowski, Czy Witold Gombrowicz nadal nie żyje?, *Wiadomości Kulturalne* 1994, nr 25, s. 9.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ J. Radzywińska, Przeciw Logice Absurdu, *Tytuł* 1999, nr 1, s. 45.

szukania nowych perspektyw. Obok zaistnienia w prasie filozoficznych poglądów pisarza i jego zabiegów autokreacyjnych, po raz pierwszy jawi się Gombrowicz czytelnikom głównie, jako meloman, a nie – literaturoznawca. Jego uwagi o muzyce zajmują większość miejsca zarówno w akapitach dotyczących dzieła pisarza, jak i w tych o zasłyszanych, Gombrowiczowskich poglądach na sztukę.

Prasowa sylwetka Gombrowicza budowana w latach 2000–2004

Gombrowicz w prasie z lat 2000–04 to ten najmocniej dotknięty przez nowoczesne trendy i strategie medialne. Wyraźny jest zwrot w prezentacji odbioru dzieła pisarza – więcej miejsca poświęca się jego znaczeniu w kulturze zagranicznej, co ma niebagatelny wpływ na całościowe ujęcie sylwetki Gombrowicza. To właśnie wspomniany dział okazał się najpopularniejszym na początku nowego stulecia. Podejmę próbę wyjaśnienia tej zmiany i przyjrzę się pozostałym trzem kluczowym elementom portretu Gombrowicza XXI wieku: *fizyczności*, *charakterowi* i ujmowaniu go jako *filozofa* (por. tabela 5). Warto przypomnieć, że stanowiły one podstawę sylwetki pisarza również w latach dziewięćdziesiątych.

Tabela 5. Sylwetka Gombrowicza budowana w polskiej prasie w latach 2000–04

Opisywane elementy sylwetki Gombrowicza		Dane liczb.
Fizyczność		12115
Charakter		11080
Pisarz	Autokreator	1029
	Polityk	3410
	Filozof	8743
	Krytyk sztuki	4822
	Inne	1658
Poza utworami	Autokreator	2474
	Polityk	1216
	Filozof	398
	Krytyk sztuki	1763
	Inne	0
Znaczenie	Obecność w kulturze polskiej	5330
	Obecność w kulturze zagranicznej	10136

ZNACZENIE W KULTURZE

Polska prasa zajmuje się głównie sławą pisarza, jego sukcesami w literackim świecie. Nieraz bywa pomijany w tych opisach wątek długoletniego odrzucania Gombrowicza przez artystyczne kręgi Europy i Argentyny, ale powtarzają się uwagi dotyczące postrzegania autora „Dziennika”, jako pisarza polskiego.

Charakterystyki zarówno okresu europejskiego, jak i argentyńskiego nieraz są – w kwestii odbioru pisarza – wewnętrznie sprzeczne. Nie brakuje przykładów na ewidentną obecność Gombrowicza w tamtejszych kulturach (za jego życia i później), lecz jednocześnie publicyści przypominają o ciągłym niedopasowaniu pisarza.

Charakterystyki umiejscowienia Gombrowicza w kulturze polskiej koncentrują się na opisie jego walki o sukces. Omawia się np. krajową krytykę literacką – z punktu widzenia samego pisarza, a Jerzy Jarzębski ubolewa, że szkoła (a więc instytucja) zabija twórczość autora „Ferdynurke”. Wreszcie rok 2004, ogłoszony „Rokiem Gombrowicza”, stał się pretekstem do zbiorowej refleksji nad pozycją i funkcją pisarza w jego ojczyźnie. Postawiono wiele pytań, jak na przykład: „A może już zwietrzały jego trucizny? Czy pomaga nam żyć życiem nie ułatwionym, czy potrzebujemy go jak Mojżesza, by nas z Formy Polskiej wyprowadził?”⁵⁴. Próbowano formułować odpowiedzi na powyższe i wiele podobnych zapytań.. Oprócz dywagacji teoretycznych, pojawiały się konkretne informacje o przejawach obecności dzieła pisarza tak w kraju, jak za granicą: na ile języków był już tłumaczony, kto o nim pisze i gdzie, co piszą i jak, gdzie i co teraz wydają, i tak dalej.

FIZYCZNOŚĆ

Ponieważ dzisiejsza prasa zmuszona została do naśladowania telewizji, Gombrowicz na łamach gazet i czasopism raczej wygląda, niż żyje. Fotografie, oczywiście te najbardziej „aktualne” (z okresu europejskiego), towarzyszą wszystkim niemal zaliczonym do próby artykułom z lat 2000–2004.

Wyliczniki, wpisujące się w podkategorię *faktów biograficznych*, odzwierciedlają w pewnym sensie wizerunek Gombrowicza w zbiorowej świadomości odbiorcy, w znacznym stopniu wykreowanej przez prasę. Akapity te opisują głównie okres argentyński – najszerzej scharakteryzowany w poprzednich dekadach. Wymieniane są fakty, które w publikacjach z poprzednich trzydziestu lat stanowiły jedynie pretekst do opowiedzenia całych historii z życia pisarza.

XXI wiek przynosi trochę więcej tekstów na temat seksualności Gombrowicza, dotyczących po pierwsze Argentyny, po drugie – nieokreślonych momentów życia pisarza. Ponieważ jednak sam zainteresowany nie poświęcił temu problemowi wiele uwagi, opisujący ten element sylwetki są dość zagubieni. Ostrożność w formułowaniu opinii na temat intymnego życia pisarza dziwi tym bardziej, że w końcu prywatność znanych osób jest od

⁵⁴ Anonim, Gombrowicz 2004, *Tygodnik Powszechny* 2004, nr 19, s. 9.

dawna towarem niezwykle pożądanym na rynku informacji. Tymczasem wszyscy krążą tylko wokół wiadomego – że wieczorami chodził Gombrowicz do dzielnicy Retiro. Wyjątkiem wśród nieporadnych napomknięć o seksualności Gombrowicza jest tekst Jeana-Pierre’a Salgasa, drukowany w 2002 roku w „Twórczości”. Obok uwag o erotyzmie w twórczości pisarza, zamieszcza on taki komentarz: „Myślę, że należy pojmować „homoseksualizm” Gombrowicza w innym znaczeniu, jako fundamentalny, filozoficzny, powodowany ateizmem”⁵⁵.

CHARAKTER

Sposób zachowania Gombrowicza wśród ludzi to jak zwykle najdokładniej opisywany temat we fragmentach o charakterze pisarza. Tym razem trzeba zauważyć swoistą monopolizację tego zagadnienia przez dwie postaci: Juana Carlosa Gomeza (okres argentyński) i Ritę Gombrowicz (Europa). Oboje zabierają głos w przynajmniej dwóch sporych tekstach⁵⁶. Podobnie jak w poprzedniej dekadzie, Gombrowicz europejski przedstawiany jest, jako łagodniejszy, przyjazny, choć nie całkiem jeszcze „udomowiony” i opanowany.

FILOZOF

Filozoficznych poglądów Gombrowicza szukano prawie wyłącznie w jego twórczości. Prasowe akapity z tej kategorii bardzo rzadko odnoszą się więc do konkretnych przedziałów czasowych na linii życia pisarza, a ponadto są treściowo niezwykle urozmaicone. Autorzy skaczą choćby od egzystencjalizmu do problemu transcendencji, mijając po drodze Dantego, piekło i Boga. Wpłynęło to na znaczne nasycenie podkategorii *inne*.

Tak jak w omówieniu lat dziewięćdziesiątych – do tej podkategorii zaliczam swego rodzaju „metakomentarze” do filozofii autora „Kosmosu.” Piszący je zauważają, że Gombrowicz nie jest filozofem zdeklarowanym, filozofii trzeba u niego szukać. „Nie robiąc z siebie filozofa, ukształtował Gombrowicz swoją filozofię”⁵⁷. Publicyści próbują zatem znaleźć w sztuce pisarza miejsce na refleksję w końcu naukową, nazywają go „artystą myśli” (Andrzej Falkiewicz⁵⁸). Drugi rodzaj uwag, o Bogu i religii, również był powtarzany za poprzednią dekadą. Stawiano w nich Gombrowicza wobec dwóch zwłaszcza nazwisk: Dantego i Simone Weil.

⁵⁵ J. P. S a l g a s, Erotyzm gombrowiczowski, przeł. T. Komendant, *Twórczość* 2002, nr 7–8, s. 96.

⁵⁶ Patrz: J. C. G ó m e z, Gombrowicz jest w nas, przeł. R. Kalicki, *Literatura na Świecie* 2001, nr 4, s. 57–61; R. G o m b r o w i c z, Gęba Gombrowicza, rozm. przepr. E. Likowska, *Przegląd* 2002, nr 26, s. 42–43; J. C. G ó m e z, Ferdynand, forma, niedojrzałość i Argentyna: wspomnienie o Gombrowiczu, przeł. J. Myszkowska, *Rzeczpospolita* 2004, nr 166, s. A10–A11; J. C. G ó m e z, Nowy przewodnik po Gombrowiczu, przeł. R. Kalicki, *Twórczość* 2004, nr 5, s. 48–101; R. G o m b r o w i c z, Traktuj mnie tak jak przedtem, rozm. przepr. M. Miecznicka, *Nowe Książki* 2004, nr 6, s. 4–8.

⁵⁷ S. S z u b e r t, Filozofia „Dzienników” Witolda Gombrowicza, *Topos* 2000, nr 2, s. 140.

⁵⁸ Patrz: A. F a l k i e w i c z, Gombrowicz: filozof i filozofujące dzieło, [w:] *Poznańskie studia z filozofii humanistyki*, Tom 3 (16), Poznań 1996; por.: S. S z u b e r t, Filozofia „Dzienników” Witolda Gombrowicza, *Topos* 2000, nr 2, s. 137–141.

*

Prasa musi dowieść, że porusza tematy ważne, że opisuje sylwetki wielkich osobowości, relacjonuje znaczące wydarzenia. Dlatego w artykułach ostatnich lat tak dużo miejsca poświęcano właśnie znaczeniu Gombrowicza w kulturze. Nakierowanie zainteresowania na zagranicę mieści się w ogólnym mechanizmie kreowania postaci popularnych. Wykorzystuje on zachodnie (dziś – głównie amerykańskie) źródła pochodzenia mód i trendów. Gwiazda tym szybciej trafi na okładkę, im większą cieszy się sławą za Oceanem. Przywołując więcej przykładów istnienia autora „Ferdydurke” w zagranicznym obiegu literackim, kreuje go prasa na klasyka nie tylko polskiego, ale i światowego, zasługującego na Rok Gombrowicza.

W XXI wieku nikt już prawie w mediach nie wspomina o czasach międzywojennych. Młodość Gombrowicza jest pomijana na rzecz tematów bliższych „tu i teraz” – bardziej aktualnych lub uniwersalnych. Osadzono więc sylwetkę pisarza najpierw w nieokreślonej czasowo przestrzeni, a następnie w późnym etapie jego życia, po powrocie do Europy. Zwykle z czasów przebywania w Berlinie, Paryżu i Wenecji pochodzą przywoływane poglądy pisarza na literaturę, a także wspomnienia o nim, jako autokreatorze.

Podsumowanie

W latach 1970–2004 prasa w różnych momentach wyróżniała inne elementy sylwetki Gombrowicza. Dynamikę zmian w tym zakresie obrazuje wykres 2. Przedstawiono na nim wartości punktowe, wyznaczające objętość akapitów, prezentujących treści ujęte w poszczególne kategorie klucza. Należy w tym miejscu przypomnieć, że zarówno liczba, jak i objętość tekstów uwzględnionych w próbie była inna w różnych okresach. Na podstawie kryteriów wymienionych przeze mnie przy okazji opisu metody badawczej, do szczegółowej analizy treści dobrałam 39 tekstów wydrukowanych w prasie w latach 1970–79, 69 z lat 1980–89, 32 z lat 1990–99 i 32 z lat 2000–04. Wykres 2 obrazuje zmiany w preferencjach dotyczących konkretnych elementów sylwetki Gombrowicza.

Między pierwszą z analizowanych dekad, a kolejną (lata osiemdziesiąte) tylko w pewnym stopniu wzrasta objętość fragmentów dotyczących *charakteru* pisarza, jego *fizyczności*, *Gombrowicza-polityka*, *Gombrowicza-filozofa*, *Gombrowicza-autokreatora* oraz tych, zakwalifikowanych, jako *inne*. Natomiast wyraźnie powiększa się powierzchnia poświęcona treściom kategorii *znaczenie w kulturze*. Od tego momentu problem obecności Gombrowicza w kulturze polskiej i zagranicznej będzie jedną z podstawowych kwestii, poruszanych w prasie przy okazji omawiania sylwetki pisarza. W XXI wieku stanie się wręcz tematem przewodnim artykułów.

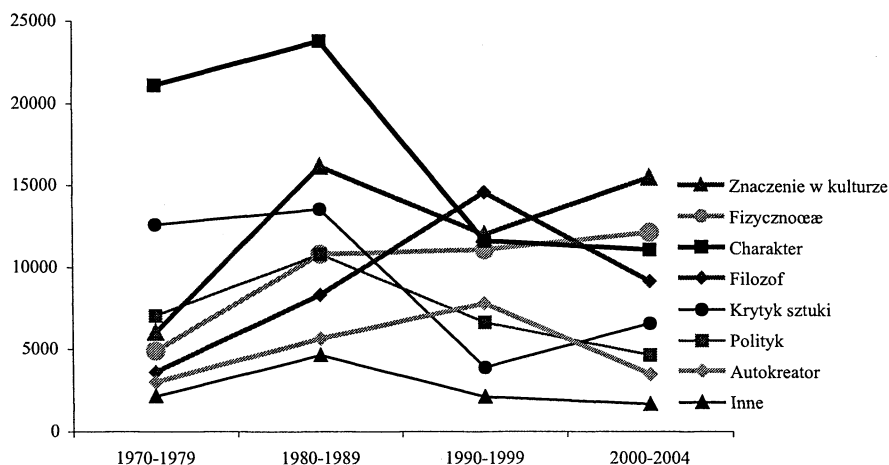
Jednocześnie opisy, przywołujące Gombrowiczowskie poglądy na sztukę zostają w latach osiemdziesiątych tylko trochę poszerzone w stosunku do poprzedniego dziesięciolecia. Temat ten, podobnie jak sprawa charakte-

ru pisarza (a więc przede wszystkim jego zachowań), stanowił w dwóch pierwszych analizowanych dekadach jeden z głównych punktów zainteresowania polskiej prasy Gombrowiczem. Już nigdy później nie poświęcono tak wiele miejsca sądom autora „Dziennika” o literaturze, malarstwie czy roli artysty, co w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych. W latach dziewięćdziesiątych po pierwsze temat mógł wydawać się już wyczerpany, po drugie pamiętajmy, że po roku 1986 polski czytelnik miał do dyspozycji pełny przegląd opinii Gombrowicza w postaci oficjalnie wydanych „Dzieł”.

Największe zmiany w postrzeganiu autora „Kosmosu” w polskiej prasie zaszyły między okresem 1980–89, a 1990–99, między upadkiem Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, a powstaniem III Rzeczypospolitej. Jak już wspominałam, w latach dziewięćdziesiątych odkryto w Gombrowiczu filozofa. Ujawniono również liczne zabiegi autokreacji pisarza. Poszukiwania nowych „sposobów na Gombrowicza” świadczą o próbach zmiany jego wizerunku stworzonego w Peerelu, który to wizerunek powstał zresztą według wskazówek samego pisarza.

Jednocześnie kapitalizm wprowadza do wolnej prasy zasady wolnego rynku. Objętość akapitów dotyczących *fizyczności* stale rośnie (drugi najważniejszy składnik sylwetki zbudowanej w latach 2000–04), ponieważ publikuje się więcej (i większych) fotografii tudzież rysunków. Sporo tekstów ma postać ogólnikową, stanowi skrótowe powtórzenie informacji podawanych dokładniej w poprzednich dekadach. Z jednej strony obserwujemy więc odejście od pewnych tendencji w postrzeganiu Gombrowicza, a z drugiej – bierne przenoszenie do współczesnej sylwetki pisarza elementów z portretu, nakreślonego wcześniej.

Po wkroczeniu w nowe tysiąclecie, prasa traci zainteresowanie kwestiami uwypuklonymi podczas budowy sylwetki Gombrowicza w latach dziewięćdziesiątych (czyli filozofią i autokreacją twórcy). Rośnie z kolei obję-



Wykres 2. Elementy prasowej sylwetki Gombrowicza, opisywane w tekstach opublikowanych w poszczególnych okresach lat 1970–2004

Tabela 6. Dane liczbowe do wykresu 2

Opisywany element sylwetki Gombrowicza	Przedział czasowy			
	1970–79	1980–89	1990–99	2000–04
Fizyczność	4902	10816	11063	12115
Charakter	21095	23769	11615	11080
Autokreator	3026	5660	7797	3503
Polityk	7055	10800	6623	4626
Filozof	3622	8346	14576	9141
Krytyk sztuki	12598	13561	3910	6585
Znaczenie w kulturze	6036	16146	12007	15466
Inne	2142	4640	2102	1658

tość fragmentów w dwóch innych kategoriach: *krytyk sztuki* oraz *znaczenie w kulturze*. Ze względu na Rok Gombrowicza (2004) o obecności autora „Ferdydurke” w Polsce i za granicą mówi się częściej i więcej. Jednak XXI wiek nie przynosi rewolucji w sposobie przedstawiania pisarza. Świadczy o tym nie tylko względna stabilizacja w obrębie prezentowanych treści artykułów, ale również ilościowa stabilizacja tekstów o Gombrowiczu. Pisze się o nim mniej więcej to samo i tyle samo, co pod koniec ubiegłego stulecia.

W wywiadzie z samym sobą przeprowadza Gombrowicz następującą klasyfikację wątków „Dziennika”:

„a) Co pan o sobie pisze, żeby siebie uwypuklić, wytłumaczyć, żeby sobą zgorznieć, zaskoczyć, zadziwić... na przykład impresje, wspomnienia, relacje z podróży, wyznania i zwierzenia (jednak!).

b) Komentarze do własnej twórczości i wojna z krytyką.

c) Wojna z literaturą i sztuką w ogóle; ataki na poezję czystą; ataki na malarstwo, atak na Paryż...

d) Wojna z filozofią, a w szczególności z egzystencjalizmem, katolicyzmem, marksizmem i, ostatnio, ze strukturalizmem.

e) Wojna z Polską i problematyka kultur drugorzędnych.

f) O pańskim „człowieku”, takim, jak pan go widzi: jako wytwórcę i niewolnika formy; jako istotę „niedo” (niedostateczną, niedojrzałą).

g) Ekscentryczności, igraszki, figle, mistyfikacje. Zabawa z czytelnikami.

h) Strony o charakterze wyłącznie artystycznym – humor lub liryzm przeważnie”.⁵⁹

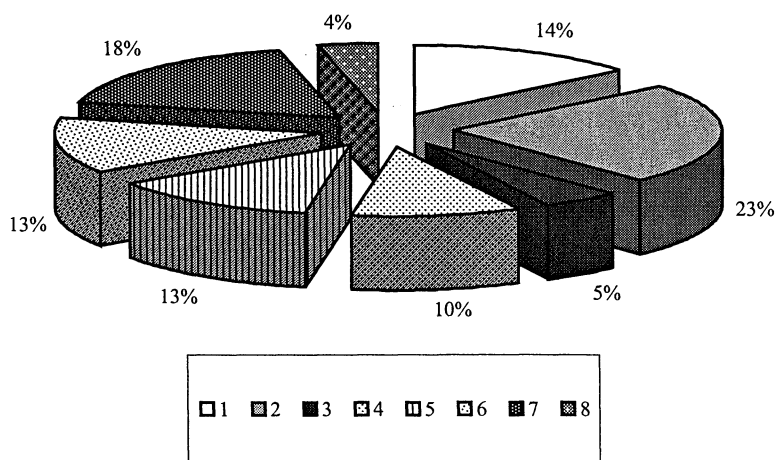
Gdyby porównać tę autoklasyfikację z wyróżnionymi na Wykresie 3 działami prasowej sylwetki Gombrowicza, okazałoby się, że powyższe punkty nakładają się na niżej prezentowany diagram. Jeśli ułożymy go

⁵⁹ Cyt.: W. Gombrowicz, Testament. Rozmowy z Dominique de Roux, Kraków 2001, s. 115–6.

w kolejności od najbardziej popularnego działu⁶⁰, otrzymamy analogię jeszcze ściślejszą:

1. *Charakter* = a), g)
2. *Znaczenie* = a), b)
3. *Krytyk sztuki* = c)
4. *Filozof* = d), f)
5. *Polityk* = e)
6. *Autokreator* = a), b)
7. *Inne* = h)

Wyraźnie widać, jak wiernie polska prasa realizowała instrukcje Mistrza. Jednak fakt, że pisano o tym, co Gombrowicz sam wyróżnił w swojej twórczości, nie oznacza, że pisano dokładnie tak, jak chciał. Dodajmy do tego jeszcze pominięty wyżej dział *fizyczność*, a odbicie autoportretu Gombrowicza w polskiej prasie nieco się wykrzywi i zniekształci. Wspominałam już, że treści w kategorii *fizyczność* istnieją najbardziej samodzielnie, niejako poza osobowością pisarza. Prasa traktuje go powierzchownie, jakby niepewnie poruszając się po gruncie nieopatrzonej przez Gombrowicza dostatecznym komentarzem. Popularność zawartości tego działu nie wynika więc z wielości słów, ale z objętości obrazków, o której była już mowa.

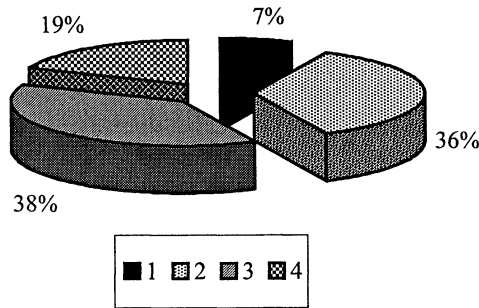


Wykres 3. Elementy prasowej sylwetki Gombrowicza w latach 1970 - 2004 [w tym: 1 – fizyczność; 2 – charakter; 3 – autokreator; 4 – polityk; 5 – filozof; 6 – krytyk sztuki; 7 – znaczenie; 8 – inne]

Ta sama sytuacja powtarza się, gdy podsumujemy opisywane na przestrzeni lat 1970–2004 okresy życia pisarza. Najmniej zajmowano się młodością Gombrowicza, spędzoną w Polsce. Autor „Wspomnień polskich” nie poświęcił tym czasom więcej miejsca niż w wymienionym tu tytule. Po-

⁶⁰ Dane liczbowe do Wykresu 3: seria 1 = 38896; seria 2 = 67559; s. 3 = 13259; s. 4 = 29104; s. 5 = 35685; s. 6 = 36654; s. 7 = 49655; s. 8 = 10542 [dane podawane w punktach; 1 pkt = objętość 5 znaków drukarskich badanego tekstu].

nadto większość jego utworów powstała już na emigracji, w tym najczęściej powracający w artykułach „Dziennik”. Przypomnijmy, że od drugiej połowy lat osiemdziesiątych był Gombrowicz przede wszystkim czytany i interpretowany, a nie – wspominany i opowiadany. Dlatego na Wykresie 4 przeważa kolor ciemnoszary, oznaczający brak konkretyzacji czasowej treści danego fragmentu.



Wykres 4: Proporcje prasowej powierzchni, poświęconej w latach 1970–2004 opisom poszczególnych okresów życia Gombrowicza [w tym: 1 – Polska; 2 – Argentyna; 3 – nieokreślony; 4 – Europa]

Mocna pozycja okresu argentyńskiego wydaje się ciekawym wyjątkiem od reguły wiernego podążania śladem myśli Gombrowiczowskiej. Chodzi o sporo tekstów autorstwa argentyńskich przyjaciół pisarza, publikowanych w Polsce. Ktoś zwrócił uwagę, że ta paczka młodych, oddanych „wyznawców” była największym dziełem Gombrowicza. Jeśli faktycznie zostali stworzeni przez Mistrza, by bronić jego wielkości, to triumfuje on dziś podwójnie – przemawiając nawet tam, gdzie sam nie zabiera głosu.

„Zostawił nam także Gombrowicz swą osobę, rysunek psychologiczny, biografię jako model – nie tyle może do naśladowania, ile do przemyslenia”⁶¹. Osobowość autora „Ferdynurke” od wielu lat zaprzęta myśli nie tylko literaturoznawców, ale i tysiące czytelników na całym świecie. Część z nich tymi przemysleniami dzieli się z innymi, często na łamach prasy. O nich miała opowiedzieć ta praca. Ile mówi ona o postrzeganiu pisarza, a ile o nim samym, trudno rozstrzygnąć wobec tak nachalnej obecności Gombrowicza w badanych tekstach. Pisząc o Gombrowiczu, nie sposób uwolnić się od używanych przez niego sformułowań, określeń. Nie można go nie cytować, ani udawać, że odkryje się coś nowego, ukrytego przed mistrzem autoanalizy i autokreacji. Swoją twórczością (zwłaszcza „Dziennikiem”) dokładnie wtarł się w skórę czytelnikowi i stamtąd kontroluje sposób recepcji prasowego *Gombrowicza*. Postawił na swoim.

⁶¹ J. Jarzębski, Gombrowicz: trzydzieści lat później, *Tygodnik Powszechny* 1999, nr 31, s. 9.

ANNA CZYŻYK-CYZIO

„ZERO TOLERANCJI”, CZYLI JAK UZDROWIĆ SZKOLNICTWO

O manipulowaniu w prasowych tekstach informacyjnych

Manipulacja przed rokiem 1989 w Polsce wpisywała się w działania propagandowe, co sprawia, że i dzisiaj przywołuje na myśl okres PRL – szczególnie jego specyficzny język. Od lat osiemdziesiątych i czasu transformacji wiele się jednak zmieniło. Szybki rozwój gospodarczo-ekonomiczny i postęp techniczny sprawiły, że manipulacja nie jest już tylko domeną władzy, ale przenika do wielu dziedzin życia i wciąż zwiększa obszary działania. Pojawia się w reklamie, w Internecie, programach telewizyjnych czy radiowych, nawet podczas rozmowy kwalifikacyjnej czy wizyty u lekarza. Często staje się kluczem do osiągnięcia zamierzonych celów – zarówno przez pojedyncze osoby, jak i wielkie przedsiębiorstwa. To jeden z wielu powodów, dla których warto się nią zająć.

W publikacji tej chcę wykazać, że istnieje związek między przejawami manipulacji w drugiej połowie XX wieku a współczesnością. Zamierzam wskazać przyczyny takiego stanu rzeczy, uwzględniając m.in. czynniki związane z gospodarką wolnorynkową i swoistością ludzkiej natury.

„Wyszukana, finezyjna forma zniewolenia” – pisze o manipulacji Jadwiga Puzynina¹, traktując ją jako szczególnie groźne zjawisko we współczesnym świecie, niebezpieczne, bo w przeciwieństwie do innych zagrożeń (np. przemocy), ukryte, niezauważalne bądź w ogóle nierozpoznawalne. Jadwiga Puzynina zwraca uwagę na brutalność manipulacji, pozbawianie człowieka poddanego jej działaniu godności, podstępne kształtowanie jego poglądów i wpływanie na jego decyzje. Według badaczki, i trudno się z nią nie zgodzić, *manipulacja* jest słowem o nacechowaniu wyłącznie negatywnym, oceniającym. Manipulator steruje emocjami, nie licząc się z potrzebami i interesami odbiorcy².

¹ J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 203.

² Zob. W. Warecki i M. Warecki, *Słowo o manipulacji, czyli krótki podręcznik samoobrony*, Warszawa 2005, s. 11. W publikacji, oprócz definiowania manipulacji, autorzy skupiają się m.in. na zagadnieniach psychologicznych, piszą np. o typie osób o usposobieniu makiawelistycznym, które nie

X manipuluje Y-em = X oddziałuje na Y-a w taki sposób, aby Y, poprzez swoją postawę i/lub zachowanie był narzędziem realizacji jakichś celów X-a. X działa bez użycia przemocy, ale tak, że Y nie wie, jaki jest cel działań X-a³.

Zabarwienie pejoratywne słowa *manipulacja* potwierdza również „Słownik języka polskiego”⁴. Można je rozumieć w dwojaki sposób⁵: jako *posługiwanie się kimś lub czymś w celu osiągnięcia określonych celów* lub *posługiwanie się faktami itp. w sposób nieuczciwy w celu zdobycia określonego wpływu na ludzi*.

Oczywiście nie możemy wykluczyć sytuacji, w której osoba manipulowana zyskuje np. na decyzji, do jakiej w zgrabny i przewrotny sposób przekonała ją osoba manipulująca, jednak biorąc pod uwagę ów z góry określony cel manipulatora, należy traktować taką ewentualność jako przypadek, w pewnym sensie – dar losu. Taka pozorna zbieżność celów pozwala manipulującemu jeszcze bardziej zatuszować ukryte dążenia, a wśród nich zarówno korzyści materialne, jak i działanie w zgodzie ze swoimi przekonaniami, charakterem, ale także z szeroko pojętym interesem publicznym itp.

Pisząc o manipulacji, nie sposób pominąć problemu, który od lat wzbudza dyskusje: jaki jest związek między manipulacją a perswazją? Jak pisze Walery Pisarek:

Najczęściej *perswazję* i *manipulację* można traktować jako wyrazy o tym samym znaczeniu rzeczowym, ale silnie różniące się nacechowaniem aksjologicznym. Jeżeli przyjmiemy, że *perswazja* jest ‘przekonywaniem intensywnym i świadomym, ale etycznie obojętnym’, to *manipulacją* nazwiemy ‘określane przez nas jako nieuczciwe przekonywanie intensywnie i świadome ze strony naszych przeciwników na naszą niekorzyść’. W takim ujęciu relacja między *perswazją* a *manipulacją* odpowiadałaby relacjom między dzieckiem a bachorem, pedagogiem a belfrem, językiem polityki a nowomową⁶.

W. Pisarek wymienia również inne rozwiązania spotykane w literaturze. Kolejne stanowisko, zajmowane przez Mirosława Karwata, sytuuje manipulację w schemacie liniowym: perswazja – manipulacja – przymus – przeemoc, uznając ją za jedną z form wywierania wpływu na ludzi. W jego ujęciu perswazja nabiera znacznie łagodniejszego charakteru niż manipulacja⁷. Trzecie rozwiązanie zakłada, że perswazja jest z natury rzeczy zjawiskiem równie nagannym jak manipulacja⁸.

musiały uczyć się manipulacji, bo mają ją we krwi. Nie do końca są jednak świadome swoich umiejętności (s. 16).

³ J. Puzynina, *op. cit.*, s. 214.

⁴ L. Drabik, A. Kubiak-Sokół, E. Sobol, L. Wiśniakowska, Słownik języka polskiego, Warszawa 2006; hasło: *manipulacja*.

⁵ Należy przy tym zaznaczyć, że definicja ujmująca manipulację jako precyzyjną czynność wykonywaną ręcznie, z oczywistych powodów zostaje tu pominięta, choć pojawia się w słownikach języka polskiego na miejscu wcześniejszym niż użycie rzeczownika *manipulacja* w odniesieniu do człowieka.

⁶ W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] K. Mosiołek-Kłosińska i T. Zgółka (red.), *Język perswazji publicznej*, Poznań 2003, s. 15–16.

⁷ Por. W. Pisarek, *op. cit.* s.16.

⁸ Według W. Pisarka taki wniosek wynika z książki S. Barańczaka „Człowiek ubezwłasnowolniony”. Jej autor przypisuje perswazji takie same cechy jak manipulacji, zaznacza jednak, że *perswazja nie jest perswazją równa i decyduje, rzecz jasna, pytanie, w imię czego, w jaki sposób, w jakim kontekście społecznym się ją stosuje* [por. W. Pisarek, *op. cit.* s. 17].

Moim zdaniem manipulację należy oddzielać od perswazji. Choć obie wiążą się z procesem komunikowania, różnią się sposobem oddziaływania. Perswazja, w przeciwieństwie do manipulacji, jest procesem jawnym, w którym zachodzi interakcja między nadawcą i odbiorcą i nawiązanie dialogu staje się niezwykle ważne. Równie istotne jest w niej dobro odbiorcy. W przypadku manipulacji jedyną korzyść odnosi nadawca i brak jest dialogowości.

Zarówno o manipulacji, jak i perswazji można mówić w przypadku tekstów propagandowych. Granicę wyznacza tu rodzaj przekazywanego komunikatu – jeśli teksty będą związane np. z akcją przeciw jeździe pod wpływem alkoholu, czy zachętą do zatrudniania osób niepełnosprawnych, mogą zawierać w sobie elementy perswazyjne, jeśli natomiast będą polityczne lub ideologiczne – mogą mieć cechy manipulacyjne.

Manipulacja w mediach – głównie w materiałach informacyjnych – jest wynikiem wielu czynników. Pierwszy z nich wiąże się z osobą dziennikarza. Jak każdym człowiekiem, kierują nim rozmaite uczucia – od sympatii, przez niezadowolenie, aż po dezaprobatę. Jadwiga Puzynina obok określeń człowieka, takich jak: *homo sapiens*, *homo faber* i *homo viator*, stawia jeszcze jedno: *homo aestimans*.

Cecha ta ujawnia się nawet wtedy, kiedy dziennikarz w zasadzie chce się powstrzymać od własnych ocen; dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że ważnymi elementami opisywanego przez niego życia są ludzkie postawy, przekonania, wybory, ale także dlatego, że on sam – świadomie lub podświadomie – zawsze przecież musi patrzeć na świat przez pryzmat uznawanych czy też odczuwanych wartości⁹.

Co więcej, zanim dziennikarz przystąpi do gromadzenia danych, często zakłada jakie będzie przesłanie projektowanego artykułu, a nawet to, jakie padną odpowiedzi na pytania, które zamierza zadać. Formułowanie pytań w taki sposób, by odpowiedź była zgodna z oczekiwaniami pytającego, jest jedną z oczywistych form manipulacji.

Często osią przekazów stają się nie najświeższe wiadomości, ale poboczne wątki budzące sensację. W tekstach dziennikarskich nie brak również elementów interpretacyjnych, o czym wspomina Maciej Mrozowski¹⁰. Nie są ich pozbawione ani wypowiedzi uczestników danego wydarzenia, ani ta sfera, która w pełni należy do dziennikarza – wybór zdarzeń, wypowiedzi czy komentarz.

Zwróćmy uwagę, że w przypadku zbieżności poglądów nadawcy i odbiorcy informacja odbierana jest jako obiektywna¹¹ i rzetelna. Jeśli nato-

⁹ J. Puzynina, *Słowo – wartość – kultura*, Lublin 1997, s. 285.

¹⁰ Por. M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 249. O tym, że komunikowanie zawsze ma charakter wartościujący, a informacje prasowe werbalizują czyjś punkt widzenia pisze również T. Piekot w swojej książce: „Dyskurs polskich wiadomości prasowych”, Kraków 2006, s. 86–91.

¹¹ Słuszność, rzeczowość, sprawdzalność, wszechstronność i neutralność – to cechy obiektywnych tekstów dziennikarskich według koncepcji Günthera Bentele, zawartej w publikacji M. Kunczika i A. Zipeła: „Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie”, Warszawa 2000, s. 109. Znaleźć w niej można również opis teorii innych autorów, m.in. Wolfa Schneidera i Waltera von La Roche’a.

miast przekonania nadawcy nie zgadzają się ze światopoglądem odbiorcy, w tym drugim budzi się podejrzenie o nieetyczne działanie pierwszego. Tak np. Franz Alt – niemiecki dziennikarz telewizyjny, twierdzi, że

obiektywne jest to, co nam się podoba, co możemy wykorzystać, co chętnie słyszymy, co potwierdza własny pogląd. Za nieobiektywne uchodzi natomiast u widzów, działaczy partii politycznych, wyznawców różnych kościołów, członków związków zawodowych, przedsiębiorców, zwolenników inicjatyw obywatelskich czy też wreszcie wśród przedstawicieli lewicy i prawicy to, co jest sprzeczne z własnymi poglądami, to, co narusza własne interesy, to, czego niechętnie się słucha¹².

Często narzędziem manipulacji staje się sam dziennikarz – przychodząc do danej redakcji, musi wpisać się w jej profil i pewne wydarzenia podawać do wiadomości publicznej w sposób odgórnie narzucony. Pisze o tym Maciej Iłowiecki w artykule „Walka o dusze”:

W naszych mediach zbyt często staje się nieważne, CO się mówi, ważne jest natomiast tylko, KTO mówi, a zarazem dla osób publicznych stosuje się różne miary, zależne nie od meritum, ale od aktualnych wymogów taktyki politycznej kierownictw redakcji. W ten sposób wszystko zostaje wplątane w walkę polityczną, a interes społeczny czy interes państwa traktowany jest instrumentalnie¹³.

Zdaniem Macieja Iłowieckiego¹⁴ walka o wpływy polityczne czy grupowe interesy jest przeszkodą w obiektywnym informowaniu. Celem staje się jedynie dążenie do monopolu, a wykorzystywane do tego metody, są często niegodne. M. Iłowiecki pisze o powszechnej nieznaności „pułapek manipulacyjnych”, które mają na celu wprowadzenie odbiorcy w błąd. Jego zdaniem – i należy się pod tym twierdzeniem podpisać – zabiegi manipulacyjne są we współczesnych czasach znacznie bardziej niebezpieczne niż w PRL. Kiedyś wszyscy wiedzieli, że przedstawiane w mediach informacje są nieprawdziwe, dzisiaj wolność słowa często łączona jest z wiarygodnością, a treść informacji z góry przyjmowana za pewnik.

Cenzura, która kojarzy się z czasami PRL i wydawałoby się, że po 1990 roku została wyeliminowana, pojawiła się w nieco zmienionym kształcie. Funkcjonuje już nie jako forma oficjalnego i urzędowego zniewolenia, ale jako forma samokontroli wewnętrznej. Pisze o tym Maciej Iłowiecki:

mechanizmy ekonomiczne (lęk dziennikarza przed utratą pracy lub zarobków), polityczne (naciski grup stojących za danym medium) czy prawne (np. zbyt daleko idące przepisy o ochronie tajemnicy państwowej, służbowej, handlowej itp.) wymuszają autocenzurę. Co to jest? Oczywiście – rodzaj cenzurowania przez dziennikarza własnych wypowiedzi medialnych. „Wewnętrzny cenzor” ostrzega dziennikarza, że może zbyt wiele ryzykować, publikując tekst (robiąc program), który nie spodoba się pracodawcy, bo np. demaskuje korupcję jego politycznych przyjaciół albo reklamodawców. Istnieje też nieco inny rodzaj autocenzury – narzucony przez środowiska opiniotwórcze system poprawności politycznej [...], pewien język, którym wolno się posługiwać, a który narzuca jedyne „słuszne poglądy”¹⁵.

¹² Cyt. za. M. Kunczik, A. Zipfel, *op. cit.*, s. 109.

¹³ M. Iłowiecki, *Walka o dusze*, *Ethos* 1993, nr 24, s. 108.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2003, s. 25–26.

Wolnorynkowy system uczynił z informacji towar¹⁶, zmusił media do konkurencji. Mimo że jest on nieodłącznym elementem demokracji, dając odbiorcom prasy możliwość wyboru, sprawia, że często na dalszy plan schodzi poziom przekazu medialnego czy dążenie do prawdy. Zysk i sposoby pomnażania go stają się najważniejsze¹⁷.

Wróćmy jeszcze na chwilę do czasów PRL. Choć przez kilkanaście lat wiele się zmieniło, pewne zjawiska językowe z tamtego okresu pojawiają się we współczesnych tekstach prasowych. Znaleźć w nich można całą gamę chwytów charakterystycznych dla nowomowy. Wśród nich wyodrębnione przez Michała Głowińskiego¹⁸ w „Nowomowie po polsku”:

– namnożenie przymiotników stanowiących ekspresję postaw normatywnych (np. *niestuszny, prawidłowy*) albo pojawiających się w formułach wprowadzających element oceny; przymiotniki mają odwrócić uwagę od znaczenia słowa, przy którym występują, czyniąc z oceny czynnik nadrzędny w stosunku do sensu owego słowa;

– tropy i figury, a wśród nich m.in. metafory służące zacieraniu granic między językiem a światem, do którego się odnoszą i peryfrazы sprzyjające wartościowaniu;

– manipulowanie eufemizmami i hiperbolami – używanie pierwszych w sytuacjach kryzysowych „dla nas”, natomiast tych drugich – dla wyolbrzymienia kłopotów przeciwnika (lub tak aby chwalić się swoimi osiągnięciami, a celowo zaniżać cudze).

O wartościowaniu – dynamicznym posługiwaniu się językiem – jako o podstawowej metodzie stosowanej przez propagandę pisze również Jerzy Bralczyk¹⁹. Jako cechy tekstów tworzonych na potrzeby władz komunistycznych wymienia on: *rytualność* – przejawiającą się mocnym zarysowaniem funkcji fatycznej i kontrolnej; *formacyjność* – związaną z funkcją informacyjną²⁰; *nakłanianie* – zdobywanie zaufania odbiorców, a w efekcie skuteczności działania. Wszystkie funkcje tekstów propagandowych są ze sobą powiązane i na siebie oddziałują, motywują się nawzajem.

Świat kreowany przez propagandę ma być zatem światem takim, w którym dzieje się tak, jak chce tego propaganda. [...] Najbardziej istotne jest to, że prezentuje się świat ontologicznie dwuwartościowy. Jest to świat manichejski, w którym zło jest oddzielone od dobra, ale oba świat ten współtworzą. Teksty propagandowe niemal w całości są zarazem opisem i oceną, i to dwuwartościową. Jest więc *nasz* świat, świat dobry, i jego prezentacji (kreacji) poświęca się w tekstach propagandowych miejsca zdecydowanie najwięcej²¹.

¹⁶ Zob. M. Mrozowski, *op. cit.*, s. 231–232.

¹⁷ Zob. M. Iłowicki, Walka o dusze, *Ethos* nr 24 (1993), s. 108.

¹⁸ M. Głowiński, *Nowomowa po polsku*, Warszawa 1990, s. 10–17.

¹⁹ J. Bralczyk, O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych, Warszawa 2003, s. 25–27 (Patrz także: J. Bralczyk, *Manipulacja językowa*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2004).

²⁰ Należy zaznaczyć, że odczytywanie przekazów uwarunkowane jest w tym przypadku znajomością konwencji i umiejętnością właściwego ich odbierania, co wiąże się również z kreowaniem modelu odbiorcy dla tekstów propagandowych.

²¹ J. Bralczyk, *op. cit.*, s. 76–77.

W tym miejscu – zanim przejdę do analizy wybranych tekstów prasowych – przywołam artykuł W. Pisarka dotyczącego terminu *nowomowa* i przypisywanego mu pojęcia.

Ani termin, ani samo pojęcie – pisze W. Pisarek – nie mają istotnej wartości naukowej, a nawet są szkodliwe, bo przypisując wyjątkowość wydzielonej klasie zjawisk, sprzyjają nieuzasadnionemu izolowaniu jej od zjawisk pokrewnych, a tym samym fałszowaniu obrazu rzeczywistości²².

Autor dowodzi, że peerelowska nowomowa była jedną z setek możliwości zastosowania języka w celu perswazyjnym, a ”struktury głębokie tych zastosowań języka są tak stare jak życie społeczne (jeśli chodzi o komunikację publiczną), a nawet tak stare jak sama ludzkość (jeśli chodzi o sferę prywatną)”²³. Jego zdaniem nadszedł czas, by przestać traktować nowomowę jako język martwy i dostrzec, że cechy, które w sobie skupia, są nieodłącznie związane z życiem politycznym, bez względu na panujący ustrój.

Nie tylko należy się z tym zgodzić, ale również dodać, że elementy nowomowy, ściśle ongiś związanej z czasami władzy komunistycznej (z okresem, który z języka uczynił narzędzie propagandy, a z mediów aparat manipulacji), w połączeniu z wolnością słowa mogą dziś okazać się mieszkanką nie tylko podważającą wiarygodność prasy, ale również przyczyniającą się do łamania wszelkich reguł – zarówno dziennikarskich, jak i tych odwołujących się np. do sumienia piszącego.

Manipulacyjny charakter współczesnych tekstów prasowych postaram się wykazać na przykładzie dwóch artykułów. Posłużę się tekstami o tej samej tematyce, które ukazały się 11 listopada na wirtualnych stronach *Rzeczpospolitej* i *Naszego Dziennika*²⁴. Artykuły są związane z samobójstwem czternastoletniej gimnazjalistki z Gdańska oraz z reakcją Ministerstwa Edukacji na agresję w szkole.

Oto okoliczności, w jakich doszło do tragedii. Uczennica stała się ofiarą swoich kolegów, którzy na lekcji podczas nieobecności nauczyciela obnażyli ją od pasa w dół, a całe zdarzenie nagrali na kamerę telefonu komórkowego. Dziewczyna uciekła z klasy, a niedługo później odebrała sobie życie. Sytuacja wywołała burzliwą dyskusję o agresji w szkole i jej zwalczaniu, na bieżąco relacjonowaną przez media. Swą uwagę skupiły one m.in. na ogłoszonym przez Romana Giertycha programie „Zero tolerancji”, mającym zmienić sytuację w szkołach i zapobiegać podobnym wydarzeniom. Minister zdecydował, że przedstawi swoje pomysły właśnie w gimnazjum, w którym doszło do tragedii, co spotkało się ze sprzeciwem nauczycieli i rodziców a poparciem zwolenników Giertycha.

²² W. Pisarek, O nowomowie inaczej, *Język Polski* 1993, z. 1/2, s. 1.

²³ W. Pisarek, *op. cit.* s. 9.

²⁴ Artykuł z *Rzeczpospolitej* pochodzi ze strony: http://www.rzeczpospolita.pl/Print/gazeta/wydanie_061103/kraj/kraj_a_8.html?X=e8... (11.03.2006); artykuł z *Naszego Dziennika* pochodzi ze strony: <http://www.naszdziennik.pl/index.php?typ=po&dat=20061103&id=po33.txt> (11.03.2006). Cytowane fragmenty artykułów, które pojawiają się w dalszej części tej pracy aż do „Podsumowania”, odnoszą się właśnie do tekstów z podanych stron WWW i nie będą ujęte w przypisach. Są w nich ujęte jedynie informacje dotyczące źródeł cytatów z opracowań naukowych.

Artykuł z *Rzeczpospolitej* składa się z trzech części. W pierwszej autor skupia się na miejscu, w którym zostanie ogłoszony program ministra, przypomina okoliczności tragedii i podkreśla niezadowolenie lokalnej społeczności z jego wizyty. W tekście negatywnie wypowiadają się związkowcy z ZNP i „Solidarności” oraz wiceprezydent Gdańska Katarzyna Hall. Mówi również sam minister. Brak głosu kogokolwiek akceptującego przyjazd Giertycha do Gdańska.

W drugiej części artykułu na pierwszym planie są propozycje zmian, jakie chcą wprowadzić w szkołach Roman Giertych i Jarosław Kaczyński. Pomysły premiera i ministra nie są jednak zgodne, co podkreśla dziennikarz przez wybór cytatu.

Ostatnia część artykułu dotyczy kolejnego przypadku agresji w szkole. W gimnazjum w Pyzdrach trzech nastolatkiwie znęcali się nad kolegą. Chłopiec znalazł się w szpitalu, gdzie przeszedł operację. Sprawców zatrzymała policja. Jeden z nich trafi do ośrodka wychowawczego.

Nasz Dziennik wydarzenia w gdańskim gimnazjum przedstawia inaczej. Tekst również ma trzy części, jednak ich układ i zawartość zasadniczo różnią się od tych z *Rzeczpospolitej*. Nadtytuł i lid są cytatami wypowiedzi premiera Kaczyńskiego o propozycjach zmian w placówkach oświaty. Pierwsza część artykułu zawiera kolejne informacje o zamierzeniach mających zwiększyć dyscyplinę w szkołach. Autorka wspomina też o pomysłach Romana Giertycha, bez wymienienia ich. Tylko wypowiedzi premiera są cytowane w tej części tekstu.

Kolejna część artykułu dotyczy odpowiedzialności karnej rodziców, nauczycieli i uczniów. Dopiero w trzeciej autorka porusza wątek przedstawienia w gdańskim gimnazjum programu „Zero tolerancji”. Wzmiankę o sprzeciwie „części rodziców” kontrują wypowiedzi przewodniczącego SPOiW NSZZ „Solidarność” Stefana Kubowicza i Romana Giertycha. Tekst zamyka informacja o kolejnym pomysle ministra na poprawę sytuacji w szkołach.

Mimo że dzienniki opisywały tę samą sytuację, istnieją zasadnicze różnice w przekazywaniu przez nie faktów – jedne fakty się eksponuje, inne pomija, o jednych pisze się pozytywnie, o innych – negatywnie. Przyjrzyć się tekstom dokładniej i pokazać, jak przejawia się w nich manipulacja.

Zacznę od tytułów. *Gdańsk nie chce ministra Giertycha* – to ten z *Rzeczpospolitej*. Formy przeczące pojawiają się też w dalszej części tekstu, a ta już na wstępie świadczy o negatywnej ocenie ministerialnych pomysłów i emocjach, jakie budzą. Tytuł i lid, w którym czytamy:

Prezentacja programu „Zero tolerancji” odbędzie się najprawdopodobniej w atmosferze skandalu. Władze Gdańska i nauczyciele nie chcą, żeby minister przedstawił go w gimnazjum, w którym chłopcy molestowali uczennicę,

– zdradzają przekonania autora i są zapowiedzią dalszej części artykułu. Uwagę zwraca partykuła *najprawdopodobniej*. Informuje nie o faktach, lecz o przypuszczeniach dziennikarza – a zatem świadczy o braku rzetelno-

ści i obiektywizmu, które nakazują nie ferować własnych sądów. Ponadto, sugestia, że wydarzenie może przebiegać w *atmosferze skandalu*, nabiera charakteru prowokacji.

Z manipulacją mamy do czynienia również w artykule z *Naszego Dziennika*. Tytuł *Szkoły do przeglądu* to zwiastun autorytarnego charakteru, jakiego nabiera język wypowiedzi cytowanych w dalszej części tekstu, a zatem cały artykuł. Tytuł jest poprzedzony nadtytułem: *Jarosław Kaczyński: czas tolerancji i nicnierobienia mamy już za sobą*.

Zwróćmy uwagę na język premiera przypominający ten, którym posługiwano się w celach propagandowych²⁵. Dyskusja o agresji w szkole i przeciwdziałaniu jej rozgorzała niedawno, nowe pomysły dopiero mają być ogłaszane, a sformułowanie *mamy już za sobą* sugeruje, że już dokonano niezbędnych zmian. *Mamy* – podkreśla „nasze” zasługi i przywodzi na myśl propagandową opozycję: *my – oni* i specyficzne użycie zaimków osobowych, zależne od tego, której strony dotyczy przywoływana sytuacja. A więc zgodnie z tym, co wyżej powiedziano w odniesieniu do nowomowy – fakty niewygodne dla władzy pozostają niewypowiedziane, złagodzone²⁶, a odwrotnie dzieje się w sytuacji przypisywania sobie sukcesów. Ta charakterystyczna dla języka propagandy pragmatyczność chcąc nie chcąc rzuca się w oczy w przywoływanym tekście dziennikarskim.

Sformułowanie *mamy już za sobą* odnosi się do *tolerancji i nicnierobienia* i zapowiada kres przemykania przez władzę oczu na nieprawidłowości w szkolnictwie. Cytowana wypowiedź premiera zawiera presupozycję, że wcześniej – zanim PiS przejęło władzę – tolerowano wszelkie nieprawidłowości i nie robiono nic. Presupozycja – komunikat zawierający w sobie ukrytą myśl, informacja podana nie wprost i jako pewnik – jest klasycznym środkiem manipulacji. Presuponowane w wypowiedzi premiera *nicnierobienie* przez poprzednie rządy nie odpowiada faktom. Świat propagandy – powtórzmy – jest czarno-biały.

Zdecydowanie władzy ma potwierdzić również dalsza część artykułu z *Naszego Dziennika* – liczne fragmenty świadczące o podjętych przez władzę działaniach, które mają być widoczne w niedalekiej przyszłości – w oczy rzucają się zatem formy czasu przyszłego: *będą gotowe, w przyszłym tygodniu, zostanie podjęta uchwała* itp. Już w lidzie napotykaemy informację – wypowiedź premiera – związaną z planami na przyszłość:

Za dwa tygodnie we wszystkich szkołach mają się rozpocząć specjalne przeglądy. Będą to spotkania z nauczycielami, rodzicami, uczniami [...]. Praw-

²⁵ Powielanie mechanizmów semantycznych nowomowy, które widoczne jest również w cytatach z analizowanego artykułu, zarzucał ówczesnej ekipie rządzącej – Prawu i Sprawiedliwości – Michał Głowiński [http://www.gazetawyborcza.pl/1,76498,3754320.html]. Przedrukowany przez *Gazetę Wyborczą* (25–26 listopada 2006) tekst artykułu Głowińskiego znaleźć można również w *Przeglądzie Politycznym* [zob. M. G ł o w i ń s k i, *Dramat języka. Uwagi o mowie publicznej IV RP, Przegląd Polityczny* 2006 nr 7.]. Jego zdaniem, fundament języka członków PiS, składa się z trzech elementów: 1) *dychotomicznego widzenia świata, niedopuszczania żadnych niuansów i żadnych komplikacji*; 2) związanej ze specyficznym językiem, pozbawionym kompromisów, idei wroga (jest nim każdy, kto opowiada się za innymi rozwiązaniami); 3) spiskowego widzenia świata (kto nie jest z nami, działa przeciwko nam).

²⁶ Zob. rozdział dotyczący funkcji informacyjnej w tekstach propagandowych: J. B r a l c z y k, *op. cit.*, s. 30-44.

na podstawa do przeprowadzenia tych działań zostanie przygotowana w ciągu kilku dni – zapewnia premier.

W kolejnych dwóch akapitach mowa o reprezentantach oświaty, policji i prokuratury. Ich zadaniem miałyby być *identyfikacja sytuacji agresji i przemocy oraz podejmowanie odpowiednich działań*. Jakich działań na razie nie wiadomo. Pojawia się natomiast rozszerzony fragment wypowiedzi premiera z nadtytułu. Znane nam już słowa poprzedza zdanie *Pewien etap rozwoju polskiej oświaty się skończył*, które się wpisuje w propagandową konwencję i potwierdza zawarte powyżej wnioski.

W tej części artykułu *Naszego Dziennika* jest również mowa o planach Romana Giertycha. Podejmowane przez niego przedsięwzięcia, które nie zostały wymienione, czekają na zatwierdzenie. Jak wyjaśnia w trzecim już cytacie premier Jarosław Kaczyński: *Chodzi o to, żeby zmieniło się to w pewien system działania; system, który zarówno będzie obejmował ewidencję tych działań, jak też będzie je porządkował*.

Mimo wyjaśnień wciąż nie wiadomo, o jakim systemie mowa, jakich działaniach, i w jaki sposób mają być one porządkowane. Powyższy cytat staje się zatem pusty znaczeniowo. To jeden z podstawowych zabiegów propagandowych.

Nie bez powodu cytuję wypowiedzi premiera z artykułu w *Naszym Dzienniku*. Chcę w ten sposób zwrócić uwagę na różnice w ujęciu tematu przez różne media, ponadto chodzi mi o wykazanie sposobu redagowania artykułów w gazecie, która wyraźnie opowiada się po stronie rządowej koalicji. Rysuje się tu pewna hierarchia ważności – widoczna np. w kolejności przedstawianych w tekście wypowiedzi osób i w liczbie tych wypowiedzi – wpływająca w sposób zamierzony na świadomość odbiorców. Mają oni pozbyć się wątpliwości co do tego, kto ma rację. I nie działa to jedynie w odniesieniu do omawianego tu artykułu – liczne zabiegi manipulacyjne z tekstu w *Rzeczpospolitej* również mają na celu wywieranie wpływu na odbiorców, m.in. chodzi o wzbudzanie niechęci do władzy i podważanie jej autorytetu.

O nowych pomysłach ministerialnych *Rzeczpospolita* pisze jedynie w drugiej części artykułu, poprzedzonej śródtytułem zawierającym, tak jak omawiany już tytuł, formę przeczącą: *Mundurki, a nie komórki*. Mowa tu o rozmowach między Romanem Giertychem a nauczycielami podlaskich szkół, m.in. o zakazie używania telefonów komórkowych przez uczniów. Dziennikarz ocenia pomysł ministra, nazywając go *najbardziej kontrowersyjnym*. Niechęć wyraża również wcześniej, zapominając o stosownej formie – zamiast używać zwrotu „minister Roman Giertych” lub „minister Giertych”, wprowadza: *Wczoraj Giertych..., Giertych powtórzył....* Pominięcie pełnionej funkcji i imienia świadczy tu o braku szacunku i naruszeniu grzecznościowej konwencji, która bez względu na poglądy powinna być zachowana.

W kolejnym akapicie dziennikarz *Rzeczpospolitej* ponownie ocenia: *to nie jedyne wątpliwe punkty programu*, pisze o pomysle premiera – *powołania specjalnych trójek. Czy wysyłanie pracowników kuratorium, poli-*

cjantów i prokuratorów do kilkudziesięciu tysięcy szkół jest realne?” – pada dalej wydawałoby się retoryczne pytanie autora, który już w następnym zdaniu podkreśla przy użyciu partykuły, że *nawet* minister miał co do tego pomysłu wątpliwości. Wątpliwości widać i w wypowiedzi R. Giertycha. Wskazuje to na brak jednomyślności w koalicji rządzącej i chęć umocnienia przez ministra swego autorytetu przez wykazywanie nierealności pomysłu premiera. O odcinaniu się od poglądów premiera świadczy opozycja *premier – ja: To był pomysł premiera. Według mnie trzeba nad nim jeszcze popracować. Nie wydaje się realne, żeby do wszystkich szkół zawitali prokuratorzy, jest ich za mało* – mówił R. Giertych.

O premierze – podkreślmy raz jeszcze – z widoczną niechęcią i chcąc podkreślić dystans ministra do PiS, dziennikarz *Rzeczpospolitej* wspomina tylko raz. Jak zatem wytłumaczyć fakt przeładowania wypowiedziami premiera tekstu z *Naszego Dziennika*? Rezygnacja z cytowania fragmentów przemowy J. Kaczyńskiego byłaby przy tej tematyce uzasadniona – wszak najważniejsze są sprawy związane z wizytą w Gdańsku i programem R. Giertycha „Zero tolerancji”. Z tego punktu widzenia, wypowiedzi premiera – tak chętnie przytaczane przez dziennikarkę z *Naszego Dziennika* – są nieistotne. Mają jednak odgrywać inną rolę. – odwracać uwagę od spraw najistotniejszych, które w tym wypadku nie świadczą na korzyść PiS i wysunąć na pierwszy plan to, co podkreśla potęgę władzy i jej zasługi, co ma pomóc w zapanowaniu nad świadomością społeczną, wzbudzić lęk, zniechęcić społeczeństwo do ewentualnego sprzeciwu.

Oba dzienniki doborem faktów manipulują odbiorcą, ale w *Naszym Dzienniku* wyjątkowo razi sugestia charakterystycznego dla autorytaryzmu modelu państwa (z jednej strony kult przywódcy i wiara w jego mądrość, z drugiej narzędzia tłumienia niezadowolenia społecznego – prokuratura i policja). Wskaźniki autorytaryzmu widoczne są zarówno w przywoływanych wypowiedziach, jak i w budowie artykułu – segmentacji tekstu czy podejmowanych wątkach.

Nie brakuje ich również w części materiału, którą zapowiada śródtytuł *Rodzice do odpowiedzialności* przypominający militarny żargon. Jej sześć akapitów obfituje w sformułowania prawnicze, związane z resortem sprawiedliwości. Zawierają informacje dotyczące *podwyższenia kar, obostrzeń prawnych, obowiązków karnych, patologicznych zachowań, przestępstw urzędniczych, odpowiedzialności karnej i urzędniczej* – tego, co ma budzić strach i posłuch w społeczeństwie oraz uzmysławiać potęgę władzy. Z drugiej strony ów fragment nie pozwala wątpić w sensowność nadtytułu – okres *nicnierobienia* wszak minął. Tu pojawiają się również formy czasu przyszłego – zmiany w prawie, o jakich mowa w tekście, mają być wprowadzone „w ciągu najbliższych tygodni”.

Wśród nich m.in.:

– *pociąganie* nieletnich od 15. roku życia *do odpowiedzialności za wykroczenia, podwyższenie kar grzywny* oraz wprowadzenie obostrzeń za *przestępstwa o charakterze chuligańskim*;

– *Nauczyciele i rodzice, którzy nie zawiadomią policji czy prokuratury o przestępstwie popełnionym na terenie placówki, będą pociągani do odpowiedzialności za tzw. przestępstwo urzędnicze;*

– *W resorcie sprawiedliwości trwają prace nad zwiększeniem odpowiedzialności karnej i finansowej za sprzedaż alkoholu nieletnim oraz rozszerzeniem odpowiedzialności rodziców;*

– *Musi być również wprowadzona zasada odpowiedzialności za krzywdę moralną, psychiczną, jaką nieletni wyrządza drugiemu człowiekowi.*

Wśród osób wypowiadających się w tej części artykułu są: wiceminister sprawiedliwości Andrzej Kryże i wiceminister spraw wewnętrznych i administracji Marek Surmacz. Ponownie mamy do czynienia z resortami „siłowymi”.

Język ich przedstawicieli, jak również język samego artykułu, przypomina ten z czasów PRL. Nie ma tu miejsca na dialog – tylko to, co uznaje władza jest właściwe. I mimo że jej pomysłów jeszcze nie udało się wcielić w życie, już traktowane są jako sukces.

W „Rzeczpospolitej” autorytarny język daje się zauważyć jedynie w wypowiedzi ministra Giertycha na temat wyboru miejsca ogłoszenia programu „Zero tolerancji”: *Władze Gdańska próbują przyćmić sprawę, ukryć ją, zamieść pod dywan. Pojadę do gdańskiego gimnazjum i ogłoszę tam program. Jeśli nauczyciele nie życzą sobie spotkania z uczniami, to go nie będzie.*

Autorytaryzm jest podkreślony przez kategoriyczny ton wypowiedzi obfitującej w formy czasowników dokonanych w pierwszej osobie: *pojadę, ogłoszę*. Pojawiają się również insynuacje odnoszące się do władz Gdańska: *przyćmić, ukryć, zamieść dywan*.

Początkowo można by przypuszczać, że wypowiedzi Giertycha cytowane przez *Rzeczpospolitą* świadczą o rzetelności dziennikarskiej, wszak dają ministrowi szansę na przedstawienie swoich racji. Niechęć i negatywna ocena działań władzy nie zawsze od razu są widoczne. Przejawiają się również w sposób ukryty – często dzięki przemyślanemu doborowi słów o nacechowaniu pejoratywnym. Widać to w zdaniu: *Zarzucili Giertychowi, że wykorzysta szkołę do ogłoszenia swojego manifestu politycznego*. Minister jawi się tu jako osoba działająca w imię własnych interesów, chcąc posłużyć się pracownikami *ciężko doświadczonej szkoły* do osiągnięcia politycznych celów. Cały trzeci akapit zbudowano z zarzutów pod adresem ministra. Pojawia się tu m.in. wypowiedź związkowców z ZNP i „S”: *To gimnazjum nie jest dobrym miejscem na ogłoszenie przez ministra programu. Zamieszanie i wizyty nie pomagają ani młodzieży, ani nauczycielom tej ciężko doświadczonej szkoły*.

Choć *ciężko doświadczona szkoła* pojawia się w zdaniu cytowanym przez dziennikarza, trudno nie oprzeć się wrażeniu, że z premedytacją wykorzystał on właśnie tę wypowiedź. Przymiotnik i przysłówki przydaje jej charakteru emocjonalnego. Tym samym uwidacznia się negatywny stosunek do pomysłu R. Giertycha, a pośrednio – do jego osoby. Warto zwrócić

uwagę na ponownie pojawiające się formy przeczące: *nie jest, nie pomagają*.

Sprzeciw wobec ministra wyrażają również władze miasta i nauczyciele – *mają ministrowi za złe, że nie skonsultował z nimi decyzji o miejscu ogłoszenia programu*. Zdaniem Katarzyny Hall, wiceprezydent Gdańska, o godzinie przyjazdu dowiedzieli się z mediów.

O najważniejszej, newsowej informacji dnia *Nasz Dziennik* informuje dopiero w ostatnich akapitach poprzedzonych śródtytułem *Dziś program „Zero tolerancji”*. Jest tu również wzmianka o nauczycielach sprzeciwiających się wizycie ministra w ich szkole:

Przedstawiciele władz Gdańska wraz z częścią nauczycieli tego gimnazjum sprzeciwiali się dzisiejszej wizycie szefa resortu w ich szkole, gdyż miałyby ona zakłócić proces nauczania. Proponowali, aby minister Giertych wybrał inne miejsce albo inną godzinę, np. po zajęciach szkolnych.

To jedyne zdania, w których wyrażone jest stanowisko władz Gdańska i nauczycieli, co pokazuje ogromną dysproporcję w przekazywaniu racji obu stron i wiąże się z łamaniem podstawowych zasad dziennikarskich. Nie wymieniono również wszystkich powodów sprzeciwu rodziców i władz miasta, a jak wiadomo z tekstu z *Rzeczpospolitej* i z innych doniesień prasowych, chodziło przede wszystkim o młodzież, która po przeżyciach związanych ze śmiercią koleżanki potrzebowała spokoju. Co więcej, w artykule poddano w wątpliwość możliwość zakłócenia procesu nauczania przez wizytę ministra – dowodzi tego wyrażenie modalne: *miałaby zakłócić*.

Do głosu nie dopuszczono nikogo z lokalnej społeczności. W kolejnej części pojawia się natomiast krótka i zdecydowana wypowiedź ministra: *Przypominam, że minister edukacji odpowiada za nadzór pedagogiczny w szkołach*.

Głos zabiera tu również krajowy przewodniczący Sekcji Oświaty i Wychowania NSZZ „Solidarność”, który nie uważa, by wybór miejsca spotkania był zły. *Niewłaściwe jest raczej to, że ciągle staramy się milczeć i nie chcemy mówić o tym, jak naprawić skutki złych wydarzeń* – podkreśla. Przypomnijmy, że w artykule z *Rzeczpospolitej* przedstawiciele ZNP i „S” byli innego zdania – sprzeciwiali się wizycie Romana Giertycha. Podobne stanowisko zajęli w tej sprawie wszyscy nauczyciele, a nie jak podaje autorka artykułu z *Naszego Dziennika*: *część nauczycieli*. To kolejny dowód na manipulacyjny charakter analizowanych materiałów prasowych – podawanie do wiadomości tylko wygodnych informacji i fałszowanie faktów.

Ostatni akapit tekstu z *Naszego Dziennika* to refleksja ministra Giertycha, który sprzeciwia się przemocy: *Poza murami szkoły również powinno być zero tolerancji dla wszystkich działań i zachowań, które powodują skutki dla uczniów i społeczeństwa*.

Artykuł zamyka informacja o planach wprowadzenia prac społecznych dla niedyscyplinowanych uczniów (odwiedzin i pomocy w domach opieki społecznej) oraz o zakazie korzystania z komórek, który ma zostać wprowadzony *na mocy ministerialnego rozporządzenia*. *Okrutna zabawa na*

przerwie – taki śródtytuł zapowiada natomiast ostatnie trzy akapity tekstu z *Rzeczpospolitej*. Oto fragment pierwszego:

Kiedy politycy opowiadali w Warszawie o planie „Zero tolerancji”, poznańska policja ujawniła kolejną tragedię, która wydarzyła się w szkole. We wtorek w gimnazjum w Pyzdrach (Wielkopolskie) trzech 14-latków złapało na przerwie kolegę z klasy. Dwaj trzymali go za ręce, a trzeci ścisnął jego genitalia. Maltretowany chłopiec trafił do szpitala.

Sprawców, zatrzymanych przez policję, dziennikarz nazywa *oprawcami*, lidera grupy *najbardziej agresywnym z chłopców*. Ponadto odbiera powagę dyskusji nad ministerialnym planem. Sformułowanie *opowiadali* świadczy o lekceważącym stosunku do polityków, a nawet o ich degradacji – sugeruje błahość poruszanych tematów²⁷. Cytowana część artykułu podważa sens wizyty ministra Romana Giertycha i ma wzbudzić przekonanie, że działania podejmowane przez władzę niewiele dają – kiedy na szczycie snuje się „opowieści”, w szkołach wciąż dochodzi do aktów agresji. Co więcej, nadal nie znaleziono rozwiązania, jak im zapobiegać.

Podsumowanie

Manipulacja w analizowanych artykułach przejawia się zarówno w częściach odautorskich, jak i w doborze cytowanych wypowiedzi. Ujawnia się przez selekcję informacji i sposób ich eksponowania. Widać ją nawet w budowie artykułów. Artykuł w *Rzeczpospolitej* (choć dziennikarz stara się odpowiedzieć na podstawowe pytania dziennikarskiego tekstu informacyjnego²⁸) jest nacechowany emocjonalnie i wartościująco. Ujawnia się w nim negatywny stosunek autora do ministra Romana Giertycha, często nie bezpośrednio, ale np. przez dobór epitetów: *kontrowersyjny pomysł, wątpliwe punkty. Nawet minister miał wątpliwości* – sugeruje autor, podważając opinię premiera. Tekst wytyka nonsensy edukacyjne, ale – co jest jednym z podstawowych chwytów manipulacyjnych – nie daje szansy na dialog. Opinia strony atakowanej nie jest tu istotna i jeśli już jest wyrażona, to tak, by wzbudzić w czytelniku niechęć do wypowiadającego się.

Z manipulacją mamy do czynienia również w artykule z *Naszego Dziennika*. Biorąc pod uwagę fakt, że oprócz doboru informacji czy cytowanych wypowiedzi, dominuje w nim poetyka propagandowa, należy uznać go za bardziej zmanipulowany niż tekst z *Rzeczpospolitej*. Ważniejsze od rzetelnego przedstawiania faktów jest tu podkreślenie potęgi władzy i jej zasług oraz kreowanie pozytywnego wizerunku polityków – cytowanych wielokrotnie. Pomysły rządzących ukazane w tekście są wysoce nieprecyzyjne. Całkowicie zlekceważony zostaje głos rodziców i nauczycieli.

²⁷ W przeciwnym razie autor użyłby np. słowa *dyskutowali*.

²⁸ *Kto?* (Roman Giertych), *co?* (ma ogłosić swój plan), *kiedy?* (dziś), *gdzie?* (w gimnazjum nr 2 w Gdańsku), *jak?* i *dlaczego?* (*Do tej szkoły chodziła 14-letnia Ania, która popełniła samobójstwo po tym, jak na lekcji znęcali się nad nią koledzy. Rozbierali ją i udawali stosunek seksualny*).

Zestawienie tych dwóch tekstów ukazuje, jak ogromne mogą być różnice w przekazywaniu informacji o tym samym wydarzeniu, i jak – za pomocą odpowiedniego układu treści czy stosownie dobranych słów – można wpłynąć na jej odbiór. Naiwnością byłoby oczekiwać w pełni obiektywnych artykułów prasowych. Dziennikarz zawsze staje przed wyborem – musi zdecydować, jakie informacje znajdują się w jego tekście. Liczy się tu jednak motywacja i to, czy dany wybór jest uzasadniony np. przebiegiem opisywanej sytuacji, czy ideologią. Dziennikarze analizowanych dzienników zapominają, że w tekstach informacyjnych nie przedstawia się własnego punktu widzenia, a jedynie sucho relacjonuje fakty, bez zniekształceń i manipulacji. Tak aby zachować równowagę w przekazywaniu informacji, a przynajmniej starać się ją zachować.

Niezwykle istotne wydaje się podkreślenie faktu, że w okresie komunizmu nie było konieczności, by stosować ukryte zabiegi manipulacyjne, wręcz odwrotnie – cel komunistycznej ideologii był dobrze znany wszystkim obywatelom. Inaczej jest dzisiaj. Manipulacja wnika do medialnego przekazu w rozmaity sposób i nawet jeśli jest powieleniem technik stosowanych w czasach PRL, intencje nadawcy nie są jawne. Czyni to zabiegi manipulacyjne jeszcze bardziej niebezpiecznymi, bo odbiorca nieświadomy manipulacji jest wobec niej bezbronny.

ADRIAN GAMOŃ

OBRAZ WOLNOŚCI W PIŚMIE ANARCHISTYCZNYM *INNY ŚWIAT*

W moich badaniach postanowiłem dotrzeć do świata postrzeganego przez anarchistów. W tym celu wybrałem ich pismo – *Inny Świat* oraz pojęcie, które ma dla nich szczególne znaczenie: stanowi jedną z najważniejszych wartości, jeśli nie najważniejszą. Jest to wolność – główny i ostateczny cel całej anarchistycznej batalii przeciw władzy, państwu i Kościołowi. Całkowita i niczym nieograniczona wolność jednostki stanowi dla anarchistów nieomal przedmiot kultu. Uważają, że bez niej nie są możliwe żadne inne ludzkie wartości; mityczna i wyidealizowana, jest motorem działań wszystkich anarchistów¹.

Pismo *Inny Świat* (*IS*) jest jednym z najważniejszych periodyków anarchistycznych wydawanych w Polsce po 1989 roku. Od 1993 roku ukazało się 25 numerów. Główną tematykę pisma stanowi anarchizm, jego odmiany i związki z innymi ideologiami oraz ruchami wolnościowymi, uprawia ono krytykę kultury dominującej i proponuje wartości alternatywne (stąd nazwa *Inny Świat*). Według redakcji pisma zagadnienia w nim poruszane można sprowadzić do czterech kategorii: anarchizmu, antyglobalizmu, radykalnej ekologii i kontrkultury². Jest ono bardzo charakterystyczne dla trzecioobiegowej prasy anarchistycznej³ jednej z głównych form działania polskiego, współczesnego ruchu anarchistycznego⁴, obok pikiet i demonstracji, centrów kultury niezależnej, spotkań i dyskusji.

Metoda

Zamierzałem ustalić, jaką informację na temat *wolności* niosą dwie grupy tekstów: zbiór z pisma anarchistycznego *Inny Świat* (*KIS*) oraz zbiór po-

¹ Zob. K. Karolczak, *Anarchizm* Edwarda Abramowskiego, Warszawa 2002 [<http://klopek.host.sk/prmgrtxt.htm>].

² Por. <http://www.innyswiat.most.org.pl>.

³ Inne pisma anarchistyczne to np: *Mać Pariańska*, *Wolny Magazyn Autorów*, *Homek*, *La Bestia*, *Rewolta*, *Anarholl*, *Fraternitte*, *Iskra*, *Rebeliant Poranny*, *Lokomotywa bez nóg*, *Liberation*.

⁴ K. Stasiuk, *Anarchizm jako krytyka kultury w tekstach trzeciego obiegu z lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, *Kultura i Społeczeństwo* 1999 nr 2, s. 55–78.

równawczy, wyodrębniony z Korpusu języka polskiego PWN⁵ (Kjp), który traktowałem jako wykładnik „polskiej normy językowej”. Czy informacja za każdym razem była taka sama, czy też odmienna? Pojęcie „wolności” jest *par excellence* pojęciem ideologicznym, które oprócz swojego uniwersalnego znaczenia, posiada specyficzne – dla danej grupy językowej czy subkultury.

Wykorzystałem koncepcję pola semantycznego zaproponowaną przez Régine Robin w artykule „Badanie pól semantycznych: doświadczenia Ośrodka Leksykologii Politycznej w Saint-Cloud”⁶ (we Francji) i nieznacznie zmodyfikowaną przez Marka Kłosińskiego⁷. Zgodnie z jej założeniami, punktem wyjścia jest wyszukanie w analizowanym tekście (korpusie tekstów) słów i zwrotów, które wobec wybranego przez nas słowa kluczowego (podmiotu), pełnią funkcje:

1) określeń (wskazujących, jaki jest podmiot, jego cechy, sposób bycia itp.);

2) asocjacji (wskazujących, z czym się przedmiot kojarzy, wiąże – i co mu towarzyszy);

3) opozycji (informujących, co jest przeciwieństwem przedmiotu);

4) ekwiwalentów (informujących, z czym jest utożsamiany podmiot);

5) opisu działań podmiotu (wskazującego, co on robi, na czym polega jego aktywność i jakie ma ona skutki);

6) opisu działań wobec podmiotu (charakteryzującego działania wobec niego podejmowane)⁸.

Materiał badawczy stanowiły dwie próby. Pierwsza z nich, korpus tekstów z *Innego Świata*⁹ (KIS) liczyła 410 000 słowoform, druga – zbiór porównawczy (Kjp) liczyła 3 707 391 słowoform. Nietrudno obliczyć, że zbiór słowoform z KIS jest w przybliżeniu dziewięć razy mniejszy od PWN-owskiego (3 707 391/410 000). Wobec tego, aby wyrobić sobie pogląd o proporcjach ważności leksemu *wolność* (i innych) w obu korpusach, liczbę wystąpień w zbiorze KIS należy porównać z 1/9 wystąpień tego słowa w zbiorze Kjp¹⁰. W tekście, ze względów technicznych, przeważnie będą zestawiał dwie wartości bezwzględne, przy liczbie wystąpień w Kjp kładąc znak *, dla przypomnienia, że tylko 1/9 tej liczby jest w proporcji 1:1 do liczby wystąpień w KIS.

⁵ Mam na myśli wybór z „Korpusu języka polskiego PWN”, wydanego w 2003 r. na płycie CD i liczącego 3 707 391 słowoform.

⁶ R. Robin, *Badanie pól semantycznych, doświadczenia Ośrodka Leksykologii Politycznej w Saint-Cloud*, [w:] M. Głowiński (red.), *Język i społeczeństwo*, Warszawa 1980, s. 252–281.

⁷ M. Kłosiński, *Semantyczna analiza pojęć bezrobocie i bezrobotny (bezrobotni) w wypowiedziach prasowych*, *Kultura i Społeczeństwo* 1994 nr 3, s. 151–162.

⁸ *Ibid.*, s. 152.

⁹ W celu utworzenia korpusu tekstowego pisma *IS*, wybrałem jego sześć ostatnich numerów: 17 (2/2002), 18 (1/2003), 19 (2/2003), 20 (1/2004), 21 (1/2005), 22 (2/2005), oraz numer specjalny – jubileuszowy (6 września 2003), wydany na dziesięciolecie.

¹⁰ Jako że Korpus języka polskiego PWN ma charakter zrównoważony (tj. wynik zawsze dotyczy frekwencji słów w poszczególnych podzbiorach korpusu), uważam zastosowanie prostej proporcji za sensowne [zob. W. Kajtloch, *Ciało medialne, Zeszyty Prasoznawcze* 2004 nr 3–4, s. 59–86].

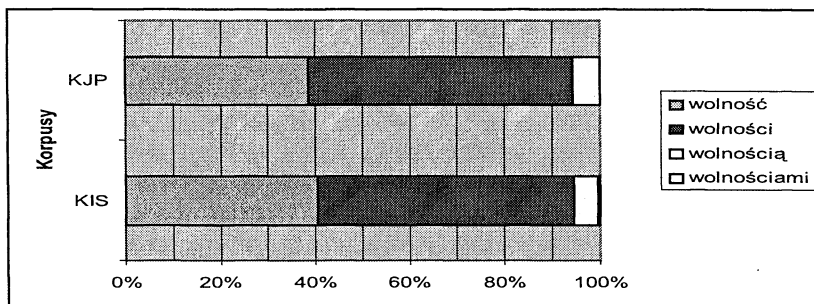
Analiza ilościowa

W obydwu korpusach wystąpiły następujące formy leksemu *wolność* (tabela 1): *wolność*, *wolności*, *wolnością*, a w *KIS* pojawił się jeden przypadek *wolnościami*. Brak wystąpień pozostałych form prawdopodobnie związany jest z tym, że słowo *wolność* jest abstraktem i możliwości jego fleksyjnego funkcjonowania w liczbie mnogiej są ograniczone.

Tabela 1. Porównanie liczby wystąpień słowa *wolność* w *KIS* i *Kjp*¹¹

Formy fleksyjne leksemu <i>wolność</i>	KIS	Kjp PWN		Proporcja wystąpień w obu korpusach
	Liczba wystąpień	Liczba wystąpień	Liczba wystąpień w proporcji 1/9	
1. <i>wolność</i>	174	326*	36	4,8
2. <i>wolności</i>	233	470*	52	4,5
3. <i>wolnością</i>	22	47*	5	4,4
4. <i>wolnościami</i>	1	0*	–	–
Ogółem	430	843*	94	4,6

Różnica liczby wystąpień tego leksemu w *KIS* i *Kjp* jest istotna, co znaczy, że pojęcie „*wolności*” jest ważnym pojęciem, że w *IS* mówi się o niej znacznie więcej niż zwykły mówić „zwykły Polak”. Potwierdza to również trafność wyboru obiektu badań.

Wykres 1. Procent wystąpień form wyrazowych leksemu *wolność* w *KIS* i *Kjp*

Procentowy rozkład częstotliwości wystąpień form fleksyjnych leksemu *wolność* jest prawie identyczny w obu korpusach¹², co wskazuje, że pod względem formalnym o *wolności* mówi się w nich podobnie.

¹¹ Dane dotyczące frekwencji w proporcji 1/9 zostały zaokrąglone do liczb całkowitych, natomiast proporcje wystąpień zostały zaokrąglone do pierwszego miejsca po przecinku.

¹² Dokładniej, w *Kjp*, forma *wolność* stanowi 39% wszystkich wystąpień słowa, natomiast w *KIS* 40%. Forma *wolności* w obydwu korpusach stanowi 55%. Forma *wolnością* w *Kjp* stanowi 6%, zaś w *KIS* 5%.

Obraz wolności w Innym Świecie

Wolność jako pojęcie abstrakcyjne, często tworzące wyrażenia metaforyczne, często personifikowane, nasuwało wiele niełatwych do rozstrzygnięcia wątpliwości w trakcie przypisywania przykładów odpowiednim miejscom siatki tematycznej¹³.

Inną trudność stanowiła retoryka badanych wypowiedzi. *Inny Świat* jest pismem ideologicznym, którego autorzy starają się przekazać swój punkt widzenia, stosując przy tym cały aparat retoryczny: strategię argumentacyjną, odniesienia, przytoczenia wypowiedzi, formy pytające, przenośnie, emfazę, itd.

Analiza materiału pozwoliła zauważyć różnice pomiędzy wykorzystywaniem słowa *wolność* w obydwu korpusach, przede wszystkim polegające na niejednakowo częstym przypisywaniu słowu danych znaczeń (więc także niejednakowo częstym wykorzystywaniu danych miejsc tematycznej siatki). Częściowo wynikało to z odmiennej wielkości korpusów. Kjp jest znacznie większy – więc i bardziej zróżnicowany, co pociąga za sobą większą ilość znaczeń nadawanych *wolności*. Po drugie, wystąpiły różnice jakościowe. W obydwu korpusach *wolność* jest ważnym pojęciem, ważną wartością, ale jest też wartością inaczej traktowaną. Poniżej postaram się to wyjaśnić.

Liczba wyrażen jest tak duża, że trudno byłoby na raz podawać przykłady zawierające wszystkie wyodrębnione relacje słowa *wolność* z jego kontekstami. Byłoby ich zbyt wiele i byłyby zbyt zróżnicowane. Dlatego też znaczenia, w jakich użyto pojęcia *wolność* w *KIŚ*, postanowiłem odczytywać, analizując osobno poszczególne typy relacji.

1. *Wolność a jej określenia*

W Kjp liczba określeń *wolności* jest zdecydowanie większa niż w *KIŚ*, poza tym są bardziej różnorodne, gdyż Kjp jest korpusem zrównoważonym, teksty do niego dobrane stanowią przekrój stylowy polszczyzny, natomiast pismo *IŚ* jest specyficzne i posiada w miarę jednolity styl. Budując zdania złożone z wybranych określeń zaczerpniętych z *IŚ*, otrzymałem następujące możliwości.

Wolność obecna na łamach tego pisma jest: *realna; prawdziwa; konkretna; ogólna; podstawowa; niezbędna; dostępna dla wszystkich; bez przemocy; niepodzielna; totalna; całkowita; nieograniczona; jedyna; szczytna; święta; najcenniejsza; droga; [taka, która] zaczyna się tam, gdzie kończy się strach; niezbędna dla rozwoju ludzkości; pożądana przez ludzki głód szczęścia; moralna; znaczna; duchowa i fizykalna; osobista; seksualna; robotnicza; anarchistyczna; absolutna; zawsze niezbędna dla rozwoju [jednostki],*

¹³ Przy budowie pola semantycznego leksemu *wolność* w *KIŚ* i Kjp zostały wykorzystane prawie wszystkie przykłady. W obydwu korpusach nie były brane pod uwagę jedynie te wystąpienia leksemu *wolność*, które wiązały się z nazwami własnymi, bądź członami nazwy własnej; na przykład nazwami partii (np. Unia Wolności), organizacji, ulic, placów itp.

ale też przerażająca; niebezpieczna; fałszywa; nieosiągalna w życiu; niepojęta; wielce niepewna, jeżeli obywatele zawdzięczają wszystko państwu¹⁴.

Wolność bywa następnie: *jedynym sposobem odkrycia prawdy i tego, co najlepsze; obiektem nadużyć i spekulacji; [czymś, czego] warunkiem jest odkrycie narodu, który nadal ma wielkie znaczenie; hasłem do boju; pomyłką lub także kłamstwem; pojęciem abstrakcyjnym; ceną za postęp; pojęciem konsekwentnym; strawą uczucia nienasyconego pragnienia; nie czymś, co jest dane, ale czymś, co nieustannie się zdobywa, o co nieustannie trzeba walczyć; odzwierciedleniem wolności; nieodzownym warunkiem osiągnięcia prawdy i dobra; [czymś, czego] istota ludzka potrzebuje; szczytnym ideałem; najcenniejszą wartością człowieka; przyrodzoną cechą człowieka; widokiem mglistym i majaczącym; kwestią pieniędzy albo ucieczki w świat ducha.*

Ze względu na sfery, których dotyczy, mamy w *KIŚ* wolność: *przekonań; kraju; miasta; poszczególnych narodów; obu płci; kobiet; jednostki we wszystkich sferach życia; każdego; waszą i naszą; moją; swoją; niczyją; jednej osoby; innej osoby; danej osoby; człowieka; człowieka pierwotnego; ludzką; wyboru; błędzenia; działania; nauczania; akademicką; twórczości artystycznej; informacji; badań naukowych oraz ogłaszania ich wyników; korzystania z dóbr kultury; bycia swobodnie myślącymi jednostkami; pracy; słowa i czynu; sumienia; wyznawania poglądów; organizowania się; w podejmowaniu decyzji; polityczną; artystyczną; mediów; prasy; seksualną; ogólną.* Istnieje wolność *do cieszenia się radością życia; do życia w swoim domu lub też w swojej rodzinie; czy też wśród przyjaciół;* Mamy także wolność: *od trosk; od pracy; od łagodnej śmierci we śnie; od statystyki; od odpowiedzialności społecznej.*

Można mieć do czynienia z *dramatem, znamieniem, namiastką, ograniczeniem, hasłem, zakresem, metodą, kultem, pochwałą, ideą, ideałem, filozofią, kulturą, kwestią, pojęciem, koncepcją, postulatem, karą pozbawienia, stanem, wyspą, przestrzenią, obszarem, ostoją, formalną gwarancją, abstrakcyjną gwarancją, ekologią, uludą, triumfem, społecznością* – wolności.

Jak widać, w *KIŚ* zdecydowanie dominują pozytywne cechy wolności. Traktowana jest ona absolutnie, jako coś bardzo cennego i pożądanego przez ludzkość. Dosyć często bywa określana za pomocą emocjonalnych sformułowań; bywa czymś, co daje się realizować w życiu. Jednym słowem, wolność występuje tu jako ważny atrybut człowieka.

Wyrażenie *ludzka wolność* pojawia się¹⁵ jedenaście razy w *KIŚ*, a w *Kjp* – sześć*. Określenie *prawdziwa wolność* pojawia się dziewięć razy i występuje tylko w *IS*. Prawdopodobnie anarchiści chcą podkreślić, że mają swoją prawdziwą, wizję wolności, inną niż przeciętny Polak. Antonim *fałszywa wolność* pojawia się raz, i tylko w *KIŚ*. Inne negatywne określenia wolności tamże, to *przerażająca* i *niebezpieczna*; [która] *jest zawsze pomyłką lub ta-*

¹⁴ Kolejność zamieszczonych tu i poniżej określeń nie ma większego znaczenia.

¹⁵ Czyli frekwencja proporcjonalna wyrażenia *ludzka wolność* w *KIŚ* i *Kjp* ma się jak jedenaście do sześciu dziewiątych, czyli jak 11 do 0,66; podobnie w przypadku dalszych liczb oznaczonych gwiazdką.

kże kłamstwem – w sumie jest ich niewiele. Więcej negatywnych określeń wystąpiło przy *wolności* w Kjp.

Najczęstszym sformułowaniem w *KIŚ* jest *wolność słowa*; pojawia się aż 22 razy, w Kjp znacznie mniej – 9* razy. Jednak, co jest ważne, *wolność słowa* jest ogólniej traktowana w *KIŚ* niż w Kjp, bo rzadziej w *KIŚ* niż w Kjp powtarzają się wyrażenia typu *wolność druku*, *wolność mediów*, *wolność prasy* i tak dalej.

Oto opisowa definicja *wolności słowa* uzyskana z materiału pobranego z *KIŚ*:

Wolność słowa, czyli *niezależność prasy* to oaza; to *niezbywalne prawo*, z którym wiążą się *formalne gwarancje*; to: *pole wymiany poglądów i wyznawania ich*; *wolność wypowiedzi artystycznej*; *czynu*; *zgromadzeń*. Jest *prawdziwa*; *nasza*; *zagrożona*. Towarzyszą jej: *sądzenie*; *sprawy* oraz *Trybunał Praw Człowieka w Strasburgu*. Ona *zapanuje*. Można z niej *korzystać*, *walczyć* o nią, *dysponować* nią, *ograniczać* ją, *łamać prawo do niej*, które jest *gwarantowane każdemu*. *Prawo do niej może stać się martwym zapisem*. *Zagrażają wolności słowa: procesy artystów, instytucje państwowe, represje systemu państwowego, kontrola mediów*.

Wyrażenie *wolność sumienia*, również pojawia się często, bo aż sześć razy. *Wolność sumienia* winna być wolnością *nieograniczoną, zagwarantowaną*.

Sformułowania *wolność jednostki* i *wolność człowieka* w *KIŚ* wystąpiły po 10 razy, w Kjp – odpowiednio 7* i 14* razy. *Wolność osobista* pojawiła się tylko 3 razy, wyłącznie w *KIŚ*. Należy także zwrócić uwagę na zaimki dzierżawcze. Sformułowanie *moja wolność* wystąpiło 4 razy, *swoja wolność* 12 razy, a w Kjp znacznie mniej, bo 1* i 3* razy.

Wyrażenia *wolność obywatela* i *wolność obywatelska* wystąpiły tylko w Kjp – odpowiednio 7* i 4* razy. Podobnie jest z takimi sformułowaniem jak: *wolność ojczyzny*, *wolność narodu*, *wolność kraju*, które również nie wystąpiły w *KIŚ*. W Kjp natomiast wyrażenie *wolność ojczyzny* wystąpiło 4* razy, *wolność narodu* – 5*.

Dzisiejsze rozumienie i traktowanie wolności przeniosło się w wymiar indywidualny, osobisty, co jest szczególnie charakterystyczne dla *IS*. Wolność jednostki może natrafić na wolność innej osoby¹⁶, i tak określenie *wolność innych* pojawia się 5 razy, natomiast w Kjp – 2*.

W *KIŚ* nie pojawiło się (dosłowne) rozróżnienie *wolności* na *wolność pozytywną* i *negatywną*. Przeciwnie w Kjp, gdzie sformułowanie *wolność negatywna* pojawia się aż 43* razy, a *wolność pozytywna* 6*. Związane jest to z wprowadzeniem do źródeł Kjp dwóch książek: Macieja Zięby „Po szkodzie? Przed szkodą?” i Marcina Króla „Liberalizm strachu czy liberalizm odwagi”, w których obszernie fragmenty poświęcono liberalizmowi i związanej z nim wolności negatywnej. Dwuaspektowość wolności, tak

¹⁶ Np. *wolność absolutna człowieka pierwotnego stanowi ograniczenie takiej samej wolności innych ludzi (IS)*.

istotna dla dyskusji filozoficznej, rzadko jednak występuje w języku potocznym¹⁷.

Jeśli chodzi o konkretne sformułowania, to wyrażenia *wolność od...* i *wolność do...* wystąpiły w *KIŚ* 5 i 3 razy. Jednak trudno jest określić dokładnie częstotliwość odwołań, do tych dwóch modeli wolności, gdyż przykładowo frazeologizm *wolność słowa* może znaczyć to samo, co „wolność do głoszenia, wypowiedzania, wyrażania opinii” i tak dalej, lub też „wolność od cenzury”.

2. Asocjacje

Liczba asocjacji oraz wskazań na procesy i zjawiska, jakie towarzyszą *wolności*, jest zdecydowanie większa i bardziej zróżnicowana w *KIŚ*, niż w *Kjp*. W *Kjp* są to głównie nazwy wartości, które równie często wystąpiły w towarzystwie *wolności*, jak w *KIŚ*, lecz były mniej zróżnicowane. Natomiast w *Kjp* z *wolnością* niewiele wiąże się zjawisk i procesów.

I tak, w *KIŚ* *wolności* towarzyszą, albo się z nią wiążą (w tym wypadku, w ciągu słów *wolność* znajduje się przed cytowanymi dalej leksemami): *odpowiedzialność jednostki; władza; ludzkość; człowieczeństwo; konieczność; tożsamość; postęp; samourzeczywistnienie swej duchowej istoty; proces indywidualnego określenia się duchowego; rewolucja; lud; braterstwo godła; samostanowienie; w ogóle społeczno-polityczne zagadnienia; negacja; rozwój materialny; [intelektualny, moralny] każdej jednostki; samoorganizowanie się mas zjednoczonych przez słuszną sprawę; radość z bycia prawdziwymi synami rewolucji; równość; prawdziwa równość robotników; stan natury; demokracja; godność ludzka; godność ludzka wszystkich ludzi; pojęcia wolnego społeczeństwa (utopii); sprawiedliwość; sprawiedliwość społeczna; interpelacja; spokój; bezpośredniość życia; suwerenność narodowa i możliwości stanowienia o swoich prawach; równość i sprawiedliwość społeczna; równość i kooperacja; wolność totalna; wyzwolenie obyczajowe w postaci nieskrępowanej seksualności; swoja podmiotowość; pluralizm wyznaniowy; egalitaryzm; tolerancja; równość – braterstwo; prawda; ludzki umysł; intelekt; sprawiedliwość i równość dla wszystkich; dobro i szczęście innych istot; sprawiedliwość i rzeczywista demokracja;*

oraz ewentualnie (w tej części leksem *wolność* nie znajduje się na początku szeregu) *istota wojny i pokoju; tolerancja [...] oraz rozdział kościoła od państwa; zasady tolerancji religijnej; emancypacja płci; tolerancja; śmiałość; ojczyzna; ludzkie swobody; ułuda szczęścia; ludzka duchowość; bojownicy Życia, umiłowanie wiecznego buntu, wyobraźni; marzenie o raj; równość, Królestwo Prawdy*¹⁸; *spokój; Czarny Podział Ziemi; życie,*

¹⁷ Zob. M. Abramowicz, I. Karolak, *Wolność i liberté w językach polskim i francuskim*, [w:] J. Puzynina i J. Bartmiński (red.), *Język a kultura. Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne* t. 2, Wrocław 1991, s. 51–59. Ponadto leksemowi *wolność* poświęcono liczne prace, np.: W. Pisarek, „Słyszac wyraz *wolność*”, *Rocznik Naukowo-Dydaktyczny. Prace Językoznawcze* 1994, nr VIII, z. 168, s. 160–176; A. Antosiak, *Obraz wolności w czasopiśmie młodzieżowym Bravo Girl!*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Język w kregu wartości. Studia semantyczne*, Lublin 2003, s. 361–382; K. Pisarkowa, *Na marginesie wolności. Z pytań Malinowskiego do językoznawstwa* [w:] J. Mikułowski Pomorski i Z. Bajka (red.), *Valeriana. Eseje o komunikowaniu między ludźmi*, Kraków 1996, s. 226–236.

¹⁸ Zachowano pisownię wielkich i małych liter, występującą w tekstach.

szczęście; sprawiedliwość; problemy determinizmu; witalność; radość; osobowość; tolerancja; tolerancja religijna; ułuda szczęścia; kultura; pojęcie miłości; kult człowieczeństwa; Walka, Rewolucja, Równość; zdrowie i życie ludzkie, mienie.

Ponadto *wolności* towarzyszą takie działania, zjawiska, procesy, osoby, jak: *bunt; korowód powstań, buntów, rewolucji i wojen; walka o Ojczyznę; swobody; sens; tolerancja, humanizm i wolnomyślicielstwo; wolne społeczeństwo; barbarzyńcy; pełnia człowieczeństwa; człowiek; szczęśliwy i wolny człowiek buszu; wolne życie człowieka niezależnego; duchowointelektualna niezależność człowieka; tworzenie; anarchizm i myśl wolnościowa; my, dzieci rewolucji i synowie ludu pracującego; anarchistyczna pochwała; anarchista, piewca, czciciel, bałwochwalca; bojownik; gorący zwolennik; radość bycia prawdziwymi synami rewolucji; społeczeństwo; obrońca; zadanie samorealizacji osoby; możliwość wzajemnego odkrycia się; zniesienie granic i tradycji; likwidacja powstających barier; masowe poparcie ludności; niezbywalne prawo; mniej państwa; siła państwa; zasadniczy sens ludzkiego żywota i rozwoju historycznego człowieka; tożsamość; osobowość; ramy sprawiedliwości oraz zdrowego rozumu.*

„Informację o wartościach i ich wzajemnej relacji, zwłaszcza o przyjmowanych aksjologicznych preferencjach, możemy odczytać z kolejności występowania wyrażen w grupach wyrazowych i w całych tekstach”¹⁹. Z takimi grupami wyrazowymi mamy do czynienia w przypadku asocjacji. Za kryterium rozpatrywania ważności wartości „*wolność*” przyjmuję łączliwość spójnika „i”. Słowo *wolność* z lewej strony wyrazu (... i *wolność*) w badanym korpusie (KIS) wystąpiło 23 razy, z prawej strony (*wolność i...*) – 31. Można przypuszczać, że *wolność* oznacza ważną wartość, często stojącą na czele innych. Analogicznie było w Kjp.

Najczęściej w takich zestawieniach, w KIS wraz z *wolnością* występowała *równość*, potem *sprawiedliwość*, na trzecim miejscu *tolerancja, odpowiedzialność i tożsamość* – odpowiednio po dziesięć, sześć i po cztery razy. Ponadto były obecne: *postęp, prawo* (każda słowoforma po 3 razy), *prawda, godność, walka, rozwój* (po 2 razy). Z tego *walka i rozwój* ani razu nie wystąpiły w takim charakterze w Kjp, natomiast *tolerancja* – 2* razy, a *postęp* – tylko 1* raz.

W Kjp jako sąsiad *wolności* najczęściej wystąpiło *prawo*, na drugim miejscu – *prawda*, na trzecim *równość* (odpowiednio po 14*, 12* i 11* razy). Dalej wystąpiły: *niepodległość* – 9* razy, *odpowiedzialność, sprawiedliwość, godność* – po 6* razy. Słowo *niepodległość* w takim kontekście nie wystąpiło w KIS.

W Kjp *wolności* nie towarzyszył żaden *anarchista*, ani w ogóle pojęcie *anarchizmu*. W KIS *anarchista* w takiej pozycji w tekście pojawił się 4 razy, *anarchizm* – 3 razy.

¹⁹ J. Bartmiński, Miejsce wartości w językowym obrazie świata, [w:] Jerzy Bartmiński (red.), Język w kręgu wartości, Lublin 2003, s. 59–86.

3. *Opozycje*

Liczba opozycji do *wolności* jest w *KIS* bardzo rozbudowana; w *Kjp* – znacznie uboższa.²⁰ Mnogość opozycji w *IS* wskazuje, że *wolność* jest ważną wartością w myśli anarchistycznej, a co za tym idzie w samym piśmie, gdzie występuje jako dobro w wieloraki sposób zagrożone.

Ogólnie *wolności* zagrażają jej wrogowie. Przykładowo: *wszystko to są dla człowieka kajdany: religia, Bóg, Kościół, państwo*. Słowo *kajdany* jest tu symbolem zniewolenia i zagrożenia wolności. Ponadto:

– Religia (*religię traktować jako jedno z największych zagrożeń ludzkiej wolności; Bóg [...] najbardziej zdecydowana negacja ludzkiej wolności; kościół i dogmaty religii; religia nakłada więzy ludziom i ogranicza wolność*).

– Państwo (*ogranicza [ono] wolność; państwo jest to negacja wolności poszczególnych jednostek; gdzie zaczyna się państwo, tam kończy się wolność jednostki, i vice versa*). Z państwem związane też są nieprzychylni wolności: *intelektualiści; mass-media; szkoły oraz opiniotwórcze organizacje międzynarodowe*, a nieodłączne są od niego *ekonomiczne jarzmo; przymus; ucisk człowieka; prawo*. Państwo – to także *sztuka socrealistyczna – część tłumiącego wszelką osobowość i wolność jednostki totalitarnego państwa*.

– System (*system społeczny i wszystkie jego instytucje – nawet rodzina, system [kapitalistyczny, państwowy, polityczny, totalitarny, ekonomiczny, edukacyjny, religijny, autorytarny]; władza, systemy władzy*).

– Strach (*wszelka władza opiera się na normach i konwencjach wytworzonych przez strach*).

– Hierarchia (*Hierarchia, sztuczne struktury regulujące ludzką wolność*).

– Społeczeństwo (*totalitarny charakter współczesnego społeczeństwa, pragnącego kontrolować, szacować i regulować ludzkie życie*).

– Socjalizacja, której poddawana jest jednostka, zwana też *wychowaniem, uspołecznieniem* itd., (*zabieg hodowlano-treserski zwany „socjalizacją jednostki”; uspołecznienie jednostki; harcerskie wychowanie; dyktatura społecznie przypisanych nam ról*), a której efektem są: *„porządny człowiek”, „porządna kobieta”, „porządny mężczyzna”, a także strażnicy niewoli, oswojeni, cywilizowani [którzy] próbują zmonopolizować słowo wolność, którzy tworzą absurd normalności*. Socjalizacja uczy patriotyzmu (*patriotyzm jest zaprzeczeniem wolności; patriotyzm i ślepe oddanie się państwu*).

Inne zagrożenia *wolności* to *łamanie prawa do wolności słowa, krzywda (krzywdząc bowiem kogoś, niszczy się pragnienie wolności), wojna, zła wolność (zła wolność, to znaczy klęski, wojny i niesprawiedliwość, wynikające ze złego korzystania przez ludzi z wolności), samowola, niszczytel-*

²⁰ Nawet biorąc poprawkę na to, że w bazie *Kjp* długość linii konkordancji może wynosić maksymalnie dziesięć wyrazów z lewej jak i z prawej strony, co w wielu przypadkach uniemożliwiało dotarcie do wyrażeń opozycyjnych, które często znajdowały się w dalszej odległości od leksemu *wolność*. Nie miałem natomiast takiego problemu przy badaniu *KIS*, gdzie miałem do dyspozycji znacznie dłuższe fragmenty

ska destrukcja swobody. Szkodzą jej także: *płytki materializm i konsumpcjonizm; kult pieniądza, władzy i kariery; praca (praca wysysa ducha i niszczy poczucie wolności; jego firma ogranicza wolność)*.

Powstał obraz dosyć przerażający. Większość zagrożeń wolności stanowią: system, społeczeństwo, państwo, władza, religia, Kościół, które stosują: socjalizację, przymus, wpływają na postawy i preferują normalność. Liczba zagrożeń w KIS zdecydowanie przekracza tę znaną z Kjp PWN. Prawdopodobnie wiąże się to ze świadomością, że gdyby tak cenna wartość jak wolność nie była tak ograniczana, to cała anarchistyczna walka o nią miałaby niewielki sens.

4. Ekwiwalenty

Siatka tematyczna ekwiwalentów budowana jest z określeń, które mogłyby w określonych kontekstach zastąpić słowo *wolność*.

Wolność jest określana jako *indywidualna swoboda zachowań, poprzez którą wyrażamy subiektywną prawdę własnego istnienia*; albo też jako *wolna od wszelkich stereotypów i konwenansów nieskrępowana swoboda zachowań, swoboda realizacji swych pragnień i marzeń, swoboda życia w zgodzie z własną wolą, życia po swojemu*; a także jako *nasza zdolność jako jednostek do kreowania naszego życia na naszych, własnych warunkach, w wolnych stowarzyszeniach z innymi według naszego wyboru, prawo do wolności myśli, do swobodnej oceny i indywidualnej interpretacji rzeczywistości, do cieszenia się radością życia*. Wolność to także: *prawo czynienia wszystkiego, na co człowiek ma ochotę pod warunkiem, że nie krzywdzi innych; możliwość stanowienia o swoich sprawach; stan natury, który tożsamy był ze stanem wolności*.

Można wyróżnić tu dwa znaczenia, które są zbliżone do definicji zaprezentowanej w „Praktycznym słowniku współczesnej polszczyzny” pod redakcją Haliny Zgółkowej (2004, tom 46: 57–58)²¹. *Wolność* objawia się w wymiarze indywidualnym jako swoboda zachowań oraz jako prawo człowieka.

Sformułowanie *prawo do wolności* słowa wystąpiło dwanaście razy w KIS, w tym cztery razy w kontekście: *łamać prawo do wolności* słowa. Z kolei *prawo do wolności* w Kjp pojawiło się tylko cztery* razy. Dosyć często autorzy artykułów IS odwołują się do *prawa do wolności*. Wystąpiło też sformułowanie, można powiedzieć, że specyficzne dla tego rodzaju pisma: *wolność jest niczym innym jak anarchią w praktyce*.

5. Działania wolności

Niewiele znalazło się określeń wskazujących na działanie wolności. Ponadto część ze sformułowań zamieszczonych poniżej nie do końca odpowiada temu znaczeniu, choć są one najbliższe omawianemu tu fragmentowi sieci. Z drugiej strony niektóre sformułowania przyporządkowane do in-

²¹ H. Zgółkowa, Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny. Tom 46, Poznań 2004, s. 57–58.

nych sieci mogą też coś odpowiedzieć o funkcjonowaniu wolności. W Kjp sieć ta jest bogatsza, wolność objawia się jako bardziej aktywna wartość. Przypuszczam, że ubóstwo tego typu wyrażen w tekstach *IŚ* wynika z tego, że pojęcie „wolność” jest tu bardziej niedookreślone, co umożliwia czytelnikowi szersze interpretowanie jej możliwości, niż to możliwe, jeśli się używa polszczyzny reprezentowanej w Kjp PWN.

Czytamy zatem w *IŚ*, że *wolność: swym prawem obejmuje każdą żywą istotę; – obejmuje wszystkie aspekty ludzkiego życia, myśli, uczuć lub nie ma jej w ogóle; – nie wyrasta w wyalienowanym, wykorzenionym środowisku; – daje nadzieję; – daje radość; – istnieje; – objawić się może; – kroczy drogą pośrednią między samowolą i tyranią; – pozwala [komu] działać zgodnie z własnymi zasadami i walczyć o realizację wytyczonych przez siebie celów; – realizuje się w bezwzględnie autoafirmatywnej podmiotowości jednostkowego „ja” oraz woli „ego”; – skupia się właśnie w tej części, której mnie pozbawiacie, choćby to była częśćka znikoma.*

Ponadto *wolność: – nie rządzi; – stwarza jednostce możliwość odczucia samej siebie; – obaliwszy wszystkich bożków niebiańskich i ziemskich, stworzy i zorganizuje świat nowy, świat solidarności ludzkiej na gruzach Kościołów i wszystkich Państw; wolność może także wejść w konflikt (np. konflikt między wolnością a władzą). Czytamy także, iż wolność jednego człowieka musi kolidować z wolnością innego; wolność absolutna człowieka pierwotnego stanowi ograniczenie takiej samej wolności innych ludzi; wolność jednych nie będzie kamieniem granicznym dla drugich; wolność każdego z nas rozszerza się, spotykając się z wolnością innych; wolność jednej osoby może rozszerzyć się, kiedy spotyka wolność innej osoby – staje się współprawstwem.*

6. Działania wobec wolności

Ów fragment siatki tematycznej wyznaczony jest przez wyrażenia, które opisują działania, jakie wobec *wolności* są podejmowane oraz przez czynności, jakie są z nią związane.

Przed wszystkim o wolność należy walczyć (*walka o wolność; wywalczyć wolność; walczyć o swoją wolność; walka o większy zakres wolności*).

Częstokroć robi się różne rzeczy „w imię wolności” (*w imię żadnego innego [pojęcia] nie dopuszczano się tylu zbrodni i okrucieństwa; w imię wolności tworzone zabawne idee, obalano władców; każda cywilizacja i idea wypisywała wolność na swych sztandarach, walcząc w jej imię z przeciwnikiem realizującym tę samą ideę*). Może także nie być mowy o wolności.

Można także: *bronić wolności; zachować wolność swoich przekonañ; odzyskać wolność; wyjść na wolność; utracić swoją wolność; tracić wolność; ograniczać wolność [naszą, jednostki itd.]; strzec pilnie swojej wolności twórczej; zbliżyć się do wolności; mówić o wolności, szukać wolności, poszukiwać wolności.*

Można wolność: wyzwalać; zawieszać; osiągać; zdobywać; realizować; umiłować; sprofanować; zszargać; opiewać; rozszerzać; pojmować; budować; kwestionować.

Można także kupować [jej] namiastkę; odebrać [komuś] prawo do wolności; utożsamiać się z wolnością; mylić [coś] z wolnością; tętnić wolnością; dysponować wolnością; spotykać się z wolnością innych; deptać samą ideę wolności; zbliżyć się do ideału tak rozumianej wolności; godzić w wolność; pozostawiać wolność wyboru; postulować całkowitą seksualną wolność obu płci; zachować część wolności; stać na straży wolności człowieka; zrzec się swojej wolności; niszczyć poczucie wolności; wywalczyć więcej wolności; wyrzec się wolności; być pewnym swej wolności; przez wolność umieć przenikać tajemnicę życia.

Ale nie można w imię dobra ogółu trochę jej uszczknąć.

Jest do pomyślenia: zainteresowanie wolnością; tęsknota za wolnością; opowiedzenie się za wolnością; anarchistyczne wołanie o wolność; atak na naszą osobistą wolność; skrępowanie wolności; prawo do wolności słowa; odnajdywanie wątków wolności w mistycyzmie; poszerzenie wolności; idea wolności; potrzeba wolności; szlak ku wolności; brak szacunku dla wolności; pragnienie wolności; królestwo wolności; dyskusja na temat wolności; idea wolności.

O wolność zatem głównie się walczy, a przynajmniej powinno, jak uważają autorzy *IS*; w *KIS* znalazło się piętnaście cytatów dotyczących walki o wolność, podczas W Kjp było ich tylko osiem*. *Wojna o wolność* nie wystąpiła w *KIS*, a w Kjp dwukrotnie* i dotyczyła ojczyzny i niepodległości.

Jeśli chodzi o mówienie o wolności to wystąpiło ono 6 razy w *KIS*, a raz* w Kjp. Wyrażenie *ograniczenie wolności* wystąpiło 7 razy w *KIS*, 5* razy w Kjp, natomiast *ograniczać wolność* napotkałem tylko 2 razy w *KIS*, a w Kjp aż 7* razy. Takie zwroty jak: *pozbawiać [poszukiwać] wolności, tracić wolność* wystąpiły w *KIS* odpowiednio 3, 2 i 1 raz. W Kjp wyrażenie *tracić wolność* wystąpiło 2* razy; *pozbawiać, poszukiwać wolności* wystąpiły po jednym* razie. Sformułowanie *pragnąć wolności* wystąpiło 6 razy i tylko w *KIS*.

Podsumowanie

Wolność w *IS* ma bardzo pozytywne konotacje, dosyć często jest określana za pomocą emocjonalnych sformułowań. Ponadto traktowana jest absolutnie, jako coś bardzo cennego i pożądanego przez ludzkość. Jej granicą jest wyłącznie wolność innego człowieka. Zazwyczaj jest przedstawiana jako wartość najwyższa. Wiąże się z nią niewiele negatywnych określeń. Najczęstszym sformułowaniem z nią związanym jest w *KIS* – *wolność słowa*.

Autorzy artykułów wchodzących w skład *KIS* twierdzą, że mają swoją prawdziwą wizję wolności, która według nich jest realna, jednak jeszcze nie zrealizowana. *Wolność* współwystępuje z dużą liczbą różnych innych

nazw wartości, najczęściej towarzyszą jej: *równość, sprawiedliwość, tolerancja, odpowiedzialność i tożsamość*. Często w szeregu innych wartości *wolność* zajmuje jedno z pierwszych miejsc. Jej najczęstszym synonimem jest *swoboda* zachowań. Zwraca się jednak uwagę, że z niej korzystanie może się przerodzić w *samowolę* i że ludzie – *walcząc o wolność, w jej imię* – wyrządzili wiele zła. Istotne jest, że wolność dana nam jest z natury. Prawo do niej czasem jest łamane, w tym szczególnie często łamane jest prawo do wolności słowa. Innym specyficznym zjawiskiem jest fakt, że w *IŚ* znalazło się niewiele określeń funkcjonowania wolności, za to znacznie więcej wobec niej oczekiwań.

Porównanie obrazów *wolności z Innego Świata* i z Korpusu języka polskiego PWN (który w tej pracy traktowany jest jako reprezentant „polskiej normy”) pokazuje istotne różnice między nimi. Kreacja *wolności* w piśmie anarchistycznym *IŚ* oparta jest tylko częściowo na szerzej rozpowszechnionym rozumieniu tego pojęcia. Autorzy artykułów z *Innego Świata*, posługując się polszczyzną, nadają słowu *wolność* dodatkową treść.

MICHAŁ MICHALAK

METAFORYKA PRASOWYCH PUBLIKACJI SPORTOWYCH W LATACH 1957–2007

Metafory w badaniach prasoznawczych i językoznawczych

Metafora była i jest bardzo wdzięcznym i popularnym zagadnieniem omawianym przez językoznawców. Przez ostatnie kilkadziesiąt lat liczne badania metafor znacznie się ujednoliciły, jeśli chodzi o podejście, metody i techniki badawcze. W poniższej pracy wykorzystano metody zaczerpnięte z dotychczasowych publikacji na temat metafor wypowiedzi prasowych.

Analiza metafor w języku prasy dotyczyła najczęściej sfery politycznej, więc – co za tym idzie – ich perswazyjnej, propagandowej roli. Warto tutaj wymienić przede wszystkim prace Marii Frankowskiej¹, Jerzego Bralczyka² czy Leonardy Mariak³. Podejmowano próbę sklasyfikowania metafor języka prasy muzycznej⁴. Metaforyką języka dziennikarstwa sportowego zajmowano się przede wszystkim na przykładzie wypowiedzi komentatorów telewizyjnych⁵, skupiając się na dominującej roli metaforyki wojennej⁶. Jeśli chodzi o badania samej prasy sportowej to najbardziej istotną publikacją wydaje się „Szablon metaforyki nagłówków w prasie sportowej” Jana Miodka⁷. Dotyczyła ona jednak tylko nagłówków, a więc wycinka całości zagadnienia.

¹ Zob. M. Frankowska, Frazeologia i metaforyka w tekstach politycznych lat 1989–1993, [w:] J. Anusiewicz, B. Siciński (red.), *Język a kultura*, tom XI, *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, Warszawa 2003.

² Zob. J. Bralczyk, *Język polityki i polityka językowa*, *Socjolingwistyka* 1977, nr 1, s. 92–97.

³ Zob. L. Mariak, *Perswazyjna funkcja metafor w prasie tajnej okresu Powstania Styczniowego (1861–1864)*, [w:] Mirosława Białoskórska (red.), *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, Szczecin 2001, s. 215–239.

⁴ Zob. E. Biłas-Pleszak, *Język a muzyka. Lingwistyczne aspekty związków intersemiotycznych*, Katowice 2005.

⁵ Zob. M. Koper, *Kilka uwag o języku sprawozdawców sportowych*, [w:] W. Książek-Bryłowa, H. Duda (red.), *Język Polski. Współczesność. Historia.*, Lublin 2003, s. 51–62.

⁶ Zob. W. Pelczar, *Zmilitaryzowany futbol. O wojskowym aspekcie piłkarskich sprawozdań sportowych*, [w:] B. Greszczuk (red.), *Język. Teoria – dydaktyka*, Rzeszów 1999, s. 303–309.

⁷ Zob. J. Miodek, *Szablon metaforyki nagłówków w prasie sportowej*, *Prace Literackie* 1974, nr 16, s. 91–102.

Wprowadzenie

Dziennikarze sportowi, stosując metafory, odwołują się do konkretnych domen świadomości społeczno-kulturalnej. Wyodrębnienie tych domen, które można również określić jako kategorie odniesień, a następnie obserwacja prawidłowości zachodzących w ich obrębie w ciągu wielu lat – pozwala na zdefiniowanie sposobu postrzegania świata sportu (czy rzeczywistości w ogóle) przez posługujących się metaforami dziennikarzy. Zmiany w częstotliwości występowania metafor z danej kategorii pozwalają zobrazować zmiany, jakie zachodziły po pierwsze – w posługiwaniu się językiem przez piszących o sporcie, po drugie – w dominujących elementach świadomości społecznej poszczególnych okresów historycznych, z których pochodzi materiał.

Celem artykułu jest przedstawienie metaforyki języka publikacji dziennikarstwa sportowego w całej jego rozciągłości, a więc także języka obecnego w tekstach opisujących konferencje prasowe działaczy i sportowców, afery dopingowe, skandale korupcyjne, perspektywy rozwoju danej dyscypliny – słowem: opisujących wszystko, czym zajmują się dziennikarze sportowi. To właśnie oni i ich sposób posługiwania się przenośniami stanowią centrum i punkt wyjścia badań, nie zaś sam sport.

Metodologia i skala badań

Na potrzeby tej pracy zanalizowanych zostało 198 artykułów⁸ o średniej wielkości po ok. 2,5 tysiąca znaków, pochodzących z trzech gazet: *Przeglądu Sportowego*, *Trybuny Ludu* i *Gazety Wyborczej*. Wyodrębniono w próbie 649 metafor, z których każda przyporządkowana została jednej z 18 kategorii odniesień (łącznie z kategorią INNE).

Okres 1957–2007, kiedy te artykuły wydrukowano, został podzielony na pięć dziesięcioletnich bloków stanowiących podstawową jednostkę czasową i to właśnie materiał z tych okresów będzie ze sobą zestawiany i porównywany.

Materiał z lat 1957–1989 pochodzi z dwóch tytułów prasowych – *Trybuny Ludu* i *Przeglądu Sportowego*. Jeśli chodzi o materiał z lat 1990–2007, to ponownie stanowią go teksty z *Przeglądu Sportowego*, natomiast *Trybuna Ludu* zastąpiła *Gazeta Wyborcza*.

Mając do czynienia z okresem pięćdziesięciu lat, bardzo trudno wyznaczyć „reprezentatywną próbę”, pozwalającą na wyciągnięcie wniosków.

⁸ Tekst składający się na próbę zaczerpnięto z numerów gazet z następujących dni: *Przegląd Sportowy* – 7.01.1957 r., 20.04.1963 r., 2.09.1963r., 21.01.1967 r., 7.04.1975 r., 9.02.1978 r., 20.03.1980 r., 7.09.1982 r., 24.07.1985 r., 18.11.1986 r., 4.07.1990 r., 30.07.1993 r., 20.05.1996 r., 2.01.1997 r., 7.01.1997 r., 13.12.2006 r., 17.04.2007 r., 28.05.2007 r., 30.05.2007 r., *Trybuna Ludu* – 2.01.1957 r., 7.01.1957 r., 9.01.1957 r., 25.03.1958 r., 19.09.1960 r., 15.03.1971 r., 21.03.1971 r., 22.03.1971 r., 4.02.1973 r., 5.02.1973 r., 13.02.1973 r., 3.06.1974 r., 4.06.1974 r., 9.06.1974 r., 13.04.1982 r., 6.05.1982 r., *Gazeta Wyborcza* – 27.01.1992 r., 10.02.1992 r., 15.05.1995 r., 16.05.1995 r., 17.05.1995 r., 29.05.1995 r., 1.04.1999 r., 2.04.1999 r., 7.06.2000 r., 19.03.2007 r., 30.04.1997 r., 28.05.2007 r.

Dobór powinien uwzględniać zróżnicowanie i proporcje takich elementów, jak: gatunek prasowy, rok, miesiąc, dzień tygodnia druku, nazwisko dziennikarza (by wyniki nie były na przykład wypaczone przez styl zbyt często obecnych w próbie tekstów danego dziennikarza), rozmiar tekstów, ich umiejscowienie w gazecie (a więc – wagę) czy opisywaną w nich dyscyplinę. Selekcjonując zatem artykuły do zbadania, starałem się, by po pierwsze – były jak najbardziej zróżnicowane⁹, a po drugie – by proporcje badanego materiału odpowiadały proporcjom w rzeczywistości¹⁰.

Należy zatrzymać się na chwilę przy gatunkach prasowych. Najwięcej uwagi opracowanie poświęca relacjom z zawodów, gdyż to one są najczęściej pojawiającym się rodzajem tekstów; w dalszej kolejności były to komentarze, artykuły publicystyczne, felietony i reportaże. Nie zostały uwzględnione dwa gatunki (z tych najważniejszych) – notatki i wywiady. Notatki – ze względu na czysto informacyjny charakter i rozmiar nie pozwalający dziennikarzowi na jakiegokolwiek metaforyzowanie. Wywiady natomiast nie spełniają podstawowego założenia niniejszego opracowania: nie przedstawiają one bowiem języka dziennikarza sportowego, a więc i metaforyki, którą się posługiwał. Owszem, rozmówcy dziennikarza często posługiwali metaforami, jednak to nie oni są głównymi „bohaterami” badań.

Zastosowałem podział metafor na metafory twórcze, metaforyczne rozszerzenia i metafory „martwe” (lub też „wytarte”)¹¹ i uwzględniłem w badaniach tylko pierwsze dwa rodzaje.

Metafory twórcze to takie, które mają indywidualny charakter, są właściwie jednorazowe i stanowią „próbę zarysowania bezprecedensowej wizji”¹². Jest to najrzadziej występujący typ metafory, ale z drugiej strony najczęściej mówiący o sposobie obrazowania i kategoriach odniesień w danym okresie np. *Piąta kolejka wiosenna, a osiemnasta w ogóle, poczęstowała entuzjastów piłki rodzyńkiem w postaci niezwykle atrakcyjnego spotkania dwu finalistów pucharu, Zagłębia i Ruchu*¹³.

⁹ Np. dobierałem teksty z różnych miesięcy tak, by różnice w metaforyce związane z opisywaniem sportów letnich i zimowych nie wypaczyły wyników badań.

¹⁰ Np. w latach 1968–1977 około 30% tekstów traktowało o lekkoatletyce, więc w próbie z tych lat co trzeci analizowany artykuł dotyczył tej dyscypliny.

¹¹ Podział za: A. Pawełec, *Metafora pojęciowa a tradycja*, Kraków 2006.

¹² A. Pawełec, *op. cit.* s. 28.

¹³ Jako źródło cytowanych metafor posłużyły teksty: A. z *Gazety Wyborczej*: wf: Seles i Courier zgarnęli pierwszą lewę (27 stycznia 1992 r.), Rafał Stec: Liga cyborgów (30 kwietnia 2007 r.); B. z *Przeglądu Sportowego*: Fr. Houtka: Porażka hokeistów ZSRR (7 stycznia 1957 r.), anonim: Sensacja jeździeckie w Zakopanem (21 stycznia 1957 r.), a.: Ostatnia przymiarka Zagłębia i Ruchu (20 kwietnia 1963 r.), Maciej Petruczenko: Szef prowadzi po pierwszej rundzie, anonim: Włochy – Francja 2:2 (9 lutego 1978 r.), Łukasz Jedlewski: Gorzki śmiech, Krzysztof Blauth: Krokus nie cierpi much (24 lipca 1985 r.), kid: Wojdat i spółka przed krajową publicznością (18 listopada 1988 r.), Maciej Polkowski: Zły powiew (30 lipca 1993 r.), Andrzej Ziemiński: Motywacje i dezercje (18 listopada 1988 r.), Dariusz Tużimek: Komu ligę (12 sierpnia 2005 r.), BARTK: Remisu dotąd nie było, Jerzy Mucha: Ciągłe ma nadzieję, Krzysztof Kawa: Kasa na wiosnę, Paweł Burlewicz: Pokażę wam (13 grudnia 2006 r.), Dariusz Urbanowicz: Wytrzymać presję mistrzów (17 kwietnia 2007 r.), Antoni Bugajski: Motyle i poczwarki (30 maja 2007 r.); C. z *Trybuny Ludu*: E. Trojanowski: Zanim przekroczymy Rubikon (7 stycznia 1957 r.), E. Trojanowski: Co rok prorok (2 stycznia 1957 r.), J.B.: Gdy po niedzieli ligowej przychodzi poniedziałek (25 marca 1958 r.), E.Tr.: Warszawa-Londyn, Wł. Gołębiowski: Tuzy innych kontynentów (19 września 1960 r.), a: Polska – Austria 3:2, anonim: Nasi skoczkowie bez sukcesów, Zygmunt Głuszek: Badeński i Szordykowski halowymi mistrzami Europy (15 marca 1971 r.).

Drugą kategorią metafor, które stanowią przedmiot badań są metaforyczne rozszerzenia. „Ich znaczenia są oczywiste w kontekście i łatwo się konwencjonalizują”¹⁴. Są to metafory nie będące twórczymi, gdyż cechuje je pewna powtarzalność, ale jeszcze nie „martwe”, gdyż przywołują określone obrazy, które zestawiamy z opisywaną rzeczywistością. Widząc czy słysząc metaforyczne rozszerzenie, jesteśmy świadomi tego, że mamy do czynienia z przenośnią, że jest to sformułowanie niedosłowne – w przypadku metafor „martwych” tej świadomości, potocznie rozumianej, nie ma.

Ponadto będę się zajmował tylko tymi metaforycznymi rozszerzeniami, które mają klarowną do wyodrębnienia kategorię odniesienia i dotyczą sportowej rywalizacji, nie uwzględniałem tych metaforycznych rozszerzeń, które używane są w języku codziennym i jednocześnie opisują niezwiązaną z wydarzeniami sportowymi sytuację (np. jak w zdaniu w *szkole Kozik sadzany był w oślej ławce*). W publikacjach sportowych metaforyczne rozszerzenia będące przedmiotem moich badań mogą wyglądać m.in. tak: *Konkurs miał znakomitą obsadę i zgromadził na starcie wszystkich najlepszych skoczków świata* lub np. *Jeszcze lepiej niż Wisła, strzelała rzeszowska Stal, zmuszając bramkarza ŁKS-u Łódź aż pięciokrotnie do kapitulacji*.

Trzecim – jak wspomniano – typem metafor są „metafory martwe”, zwane również „wytartymi”. „Są odbierane jako dosłowny sposób mówienia o świecie, gdyż przywołują gotową myśl”¹⁵. Ta kategoria nieuświadomionych sobie przez zwykłych użytkowników języka metafor nie będzie brana pod uwagę, gdyż nie mówią one nic o metaforyce publikacji sportowych, są po prostu zwykłym, elementem języka¹⁶. Metaforyczne rozszerzenia różni od nich właśnie czynnik świadomości niedosłownego posługiwania się językiem.

Kategorie odniesień

Każda wyodrębniona metafora odnosi opisywany fragment rzeczywistości sportu do czegoś, co pomaga go zrozumieć, zobrazować, a opis sportować czy sprecyzować. Dziennikarz kreśli w tym momencie obraz na zasadzie analogii (lub przeciwieństwa – gdy ironizuje). Określone i powtarzające się regularnie metaforyczne obrazy nazwane zostały kategoriami odniesień, które definiuję jako uogólnione hasła, zawierające w sobie metafory o wspólnym mianowniku – odnoszące się tej samej sfery świadomości społecznej czy kulturalnej¹⁷.

¹⁴ A. Pawelec: *op. cit.*, s. 39.

¹⁵ A. Pawelec: *op. cit.*, s. 29.

¹⁶ Przykład metafory martwej: *Pojedynek Wyżgi z Szukalą zapowiada się jako jeden z „gwoździ” programu*. „Gwóźdź programu” nie jest tutaj odniesieniem do rzemiosła, ani do sztuki (podczas zawodów również rozdawane są programy, więc „program” w tym sformułowaniu można traktować zupełnie dosłownie) – jest to utarte w językowej świadomości stwierdzenie, które właśnie „przywołuje gotową myśl”. Tą myślą w tym przypadku jest „kulminacyjny moment”, „najważniejsze wydarzenie”.

¹⁷ Por. E. Biłtas-Pleszak: *Język a muzyka. Lingwistyczne aspekty związków intersemiotycznych*, Katowice 2005.

Należy zdawać sobie sprawę, że lista kategorii odniesień nie będzie zbiorem idealnie rozłącznym (ich treściowe domeny w niektórych wypadkach mogą na siebie nachodzić), ani komplementarnym¹⁸, jak również w stu procentach opisującym metaforykę prasowych publikacji sportowych. Niektóre kategorie będą także sprawiały wrażenie znacznie bardziej ogólnych od pozostałych, niemniej niemożliwością jest ich wyodrębnienie na tym samym poziomie szczegółowości¹⁹.

Każda metafora, która mieści się w kryteriach badań, a więc nie jest martwa, przyporządkowana została tylko do jednej z wymienionych niżej kategorii. Dzięki domenie INNE, procentowe wyniki badań będą dotyczyły wszystkich odnalezionych metafor.

Jednej metaforze przypisano więc tylko jedną kategorię. W momencie potencjalnego „zachodzenia” kategorii na siebie (np. WOJNA czy ANTYK, NATURA czy FIZYKA, HAZARD czy INNE DYSCYPLINY), przy przypisywaniu zawsze ważniejsza była kategoria bardziej szczegółowa i specyficzna od mniej szczegółowej i specyficznej. W ten sposób ANTYK będzie miał pierwszeństwo nad WOJNĄ, FIZYKA nad NATURĄ, HAZARD nad INNYMI DYSCYPLINAMI itd.

Stosując te zasady, w metaforyce prasowych publikacji sportowych możemy wyróżnić następujące typy kategorii i kategorie odniesień:

1) Odnoszące się bezpośrednio lub pośrednio do człowieka i człowieczeństwa, a więc: CZŁOWIEK²⁰ – np. *Oczy całego świata żeglarskiego skierowane są na Hiszpanię*; WOJNA (WALKA, RYCERSTWO)²¹ – np. *Nie ma u nas zwyczaju odmawiania gwieździe. Cała armia funkcjonariuszy klubowych zaspokaja każdą zachciankę* lub np. *Młodzicy CSR zmusili starych weteranów do kapitulacji*; PODRÓŻ (ŻEGLUGA, STATEK)²² – np. *będą pierwszym zespołem znad Wisły, który wyrzuci za burtę zespół z Rotterdamu*,

2) Kategorie erudycji czyli: ANTYK I BIBLIA – np. *Zdaje się, że po ostatniej Olimpiadzie (...) stanęliśmy nad Rubikonem sportowym. Zanim rzucimy kości, trzeba będzie chyba przeżyć (i przegadać) jeszcze wiele zebrań* lub np. *Po dynamicznej rozgrzewce – podział na grupy i rozpoczynają się rotacyjne tempówki na dwunastu stacjach „męki krzyżowej”*, SZTUKA – np. *Sport wyczynowy zaczyna wyraźnie być dla wielu młodych sportow-*

¹⁸ Choć kategoria INNE wprowadza pewną namiastkę komplementarności.

¹⁹ Warto ponownie zwrócić uwagę na pracę Biłas-Pleszak, w której wymienia ona w tym samym rozdziale jako domeny, do których w literaturze odnosi się muzykę, zarówno CZŁOWIEKA, jak i TKANINĘ, a więc kategorie – wydawałoby się – zupełnie nie przystające do siebie poziomem szczegółowości.

²⁰ Nie należą do tej kategorii metafory, które odnoszą się jednocześnie do jakiegokolwiek innej domeny, z jednym zastrzeżeniem – jeżeli metafora odnosi się do istoty żywej, a nie ma cech wyraźnie zwierzęcych.

²¹ W nawiasach umieszczone są podkategorie. Służą temu, żeby doprecyzować tę główną, czasami po to, by uzupełnić ją o pokrewną w momencie, gdy ma sensu ich rozdzielania. Nie należy postrzegać podkategorii jako podziału kategorii głównej na mniejsze, ale właśnie jako uzupełnienie i doprecyzowanie.

²² Zdecydowałem się wyróżnić jako podkategorie ŻEGLUGĘ wraz ze STATKIEM, ponieważ są to zdecydowanie najczęstsze kategorie w obrębie tej dziedziny, a na dodatek mogą się pochwalić sporą ilością metafor twórczych.

ców [...] *uwerturą do czegoś innego w życiu*; METAFIZYKA (RELIGIA²³, MAGIA) – np. *Próby przekształcenia naszej ligi w sekte umartwiających się biczowników* byłyby skazane na niepowodzenie lub np. *Stadion Feyenoordu nie imponuje może nowoczesną architekturą, ale czuje się tutaj ducha futbolu*.

3) Kategorie ze sfery świata nauki: TECHNIKA (MECHANIZM, MASZYNA) – np. *cała drużyna przypomina czasem bezduszną maszynę złożoną z androidów, które zostały zaprogramowane, by strzelać jednego gola więcej*; MEDYCYNA (ORGANIZM) – np. *Wszyscy oni²⁴ mogli [...] stwierdzić ciężką sytuację organizacyjną, jaką wytworzyła struktura sekcyjna. Była to zaiste sekcja dokonana na żywym ciele sportu. Przy czym niezbyt wykwalifikowanemu chirurgowi zależało przede wszystkim na jak najszybszym [...] dokonaniu tego zabiegu*; MATEMATYKA – np. *Wypowiedź głównego trenera naszej ekipy nie tyle trafiła mi do przekonania jako słuszna, ile jako typowa: jako średnia naszego sportowego wnioskowania*; ARCHITEKTURA (BUDOWLA) – np. *Proces zasadniczej przebudowy wymaga czasu, wymaga też organizacyjnego udoskonalenia sportu hokejowego*; FIZYKA – np. *Ich akcje były wolne, nie miały dynamiki i płynności*.

4) Kategorie przyrodnicze: NATURA (ŻYWIÓŁY, POGODA) – np. *Chodzi o strzelenie jednej bramki więcej niż przeciwnik, by przerwać płynący do jego kasy potok pieniędzy*; ŚWIAT ZWIERZĄT – np. *Górnik Łęczna od początku afery zachowuje się jak motyl, który nie chce się przyznać, że kiedyś był poczwarką*,

Ponadto wydzielono kategorie: GOSPODARKA (HANDEL) – np. *Może Didier Drogba to właśnie próbny – dlatego jeszcze niedoskonały – egzemplarz generacji zwałistych dryblasów, które nigdy nie tracą tchu*; GASTRONOMIA – np. *do tej pory, słąscy ligowcy raczyli swych kibiców najsmakowitszymi kęsami*; HAZARD (GRY KARCIANE, GRY PLANSZOWE) – np. *Seles i Courier zgarnęli pierwszą lewę²⁵*; INNE DYSCYPLINY – np. *Najgłośniej o Wierzchowskim było w trakcie jego pobytu w Werderze, który miał być trampoliną do wielkiej kariery²⁶ lub np. Brazyjowy medalista z Rzymu zachowuje swą doskonałą formę. Sekundował mu dzielnie w innym rzucie – kulą – Sosgórnik²⁷ oraz INNE. – np. *Najsilniejszy ośrodek to powiat krośnieński, gdzie w dwóch klubach Szron Rymaków, Orlew Krosno ćwiczy trzy setki przyszłych Rysulów, Kwapieni, Sztazelów*.*

²³ Warto w tym miejscu nakreślić różnicę między kategorią RELIGIA a kategorią BIBLIA. Do tej pierwszej zaliczałem odniesienia do Boga, nieba, piekła, Kościoła, wyznawców itp. natomiast w skład drugiej weszły odniesienia do konkretnych wydarzeń opisanych w Biblii (np. manna z nieba, Sodoma i Gomora) lub postaci biblijnych z wyłączeniem samego Boga.

²⁴ Mowa o działaczach sportowych.

²⁵ Mowa o tenisistach, którzy wygrali swoje mecze.

²⁶ Opis związany z piłką nożną odnosi się do gimnastyki.

²⁷ Opis rzutu oszczepem nawiązuje do boksu.

Zmiany i tendencje

Dla każdego z pięciu bloków czasowych zostały przygotowane dwa rodzaje statystyk: dane o udziale metafor z danej kategorii w zbiorze wszystkich przenośni, niebędących metaforami martwymi oraz dane o częstotliwości występowania metafor – wynikające z liczby wyodrębnionych metafor podzielonej przez liczbę zbadanych tekstów.

Okres I: lata 1957–1967

Pierwszy okres cechuje przede wszystkim najwyższy współczynnik nasylenia tekstów metaforami – średnio 3,58 metafory przypadało na jeden tekst. Dziennikarze nie dość, że w omawianym czasie metaforyzowali częściej niż w latach następnych, to jeszcze wykazywali się przy tym największą inwencją. Mamy tu do czynienia z największą liczbą metafor twórczych, rozbudowanych obrazów, misternych porównań. Było to konsekwencją innego niż obecnie stylu pisania dziennikarzy sportowych. Artykuły były dużo bardziej odautorskie i emocjonalne. Czytając je, ma się czasami wrażenie, że dziennikarzowi bardziej zależało na przekazaniu swoich odczuć niż zrelacjonowania tego, co się faktycznie wydarzyło.

Teksty opatrywano długimi i informacyjnymi tytułami, często pełniącymi rolę dzisiejszych liderów. Dość często łamano stosowaną dziś zasadę oddzielania informacji od komentarza. W omawianych latach informacje zlewały się z opinią autora i działało się to zupełnie naturalnie. Uprawniał do tego styl ówczesnych tekstów, styl, który można określić pamiętnikarskim. Opis zawodów nie był relacjonowaniem kolejnych wyników, ale wyliczanką emocji, jakie towarzyszyły dziennikarzowi w poszczególnych sytuacjach.

Nie sposób było tak pisać bez użycia metafor. Podobnie jak w każdym z czterech pozostałych okresów dziennikarze odnosili się na pierwszym miejscu do terminologii wojennej (19.4% wszystkich metafor). Dzięki metaforom wojennym sport jawi nam się jako wielkie pole bitwy. Bardzo popularne było i nadal jest odwoływanie się do średniowiecznego etosu rycerza, stąd *rzucanie rękawiczki* czy *honorowe trafienie*. Postawę *fair-play* często określa się właśnie jako *honorową*, a sportowcy, którzy występują dla klubu, którego są wychowankami, chwaleni są za *wierność klubowym barwom*. Równie dużo mamy określeń z zakresu współczesnej wojskowości, a więc *snajperski zmysł*, *siła ognia* czy *brak amunicji* u piłkarza, który pułkuje w doskonałej sytuacji. „Wojenne” postrzeganie świata sportu wyraźnie przekładało się na sposób pisania dziennikarzy sportowych. Biografie zwycięzców widziane ich oczami to nieustanna, heroiczna walka z przeciwnościami losu, ze złymi trenerami, ze zwątpieniami.

Na drugim miejscu w latach 1957–67 odwoływano się do motywu podróży (9,3% ogółu wyodrębnionych metafor). W odniesieniu do pojedynczych sportowców, trenerów, działaczy podróżnicze metafory podkreślają często – podobnie jak w przypadku tych wojennych – przeszkody, które

trzeba pokonywać w drodze do osiągania swoich celów np. *Żaden sportowiec kandydujący w Plebiscycie nie miał tak wyboistej drogi do sukcesu*.

Charakterystyczny dla omawianego okresu, jest fakt, że metafory z dziedziny medycyny miały najwyższy udział (5,4%) w porównaniu z udziałem w pozostałych czterech blokach czasowych. Najciekawsze jest to, że niemal wszystkie miały charakter twórczy. Większość z nich odnosiła się do chorób, np. *Bakcyl sportowy zdołał on* (ojciec zawodnika – przyp. mój) *przeszczepić na swoją rodzinę*. Również terminologia architektoniczna (5,4%) była częściej stosowana niż w latach późniejszych. Metafory z tej kategorii przedstawiały sport, a w szczególności proces dochodzenia do sukcesu jako mozolne, długotrwałe wznoszenie budowli np. *sport konny trzeba było budować na nowo*.

Trzecią kategorią, która właśnie w pierwszym okresie osiągnęła najlepszy wynik (6,2%) jest ŚWIAT ZWIERZĄT. Przenośnie takie miały ilustrować zaciekłość, determinację, wolę walki i pojawiały się najczęściej w kontekście boks, notabene – bardzo wtedy popularnego. Owe metafory nie cechowały się jednak nadmierną oryginalnością – regularnie można natknąć się na *walczących jak lwy (tygrysy) zawodników*.

Warto zwrócić uwagę, że nie ma takiej kategorii, której częstotliwość użycia w pierwszym okresie odbiegałaby zdecydowanie *in minus* w stosunku do pozostałych bloków czasowych. Dziennikarze sięgali zatem po wszystkie dostępne domeny metaforyzowania i czynili z nich równomierny użytek.

Czynnikiem kształtującym tak szerokie i intensywne metaforyzowanie w omawianych latach mogła być niska dostępność i popularność telewizji. Zwykły obywatel nie postrzegał jeszcze sportu przez pryzmat telewizyjnych obrazów, nie wiedział, jak wyglądają zawody w rzeczywistości. Dziennikarz miał zatem za zadanie owe obrazy w umyśle odbiorcy wywołać, jak najlepiej nakreślić, odwołać się do wyobraźni czytelnika i tu z pomocą przychodziły właśnie przenośnie.

Okres II: lata 1968–1977

W okresie drugim telewizja staje się coraz popularniejsza, a poziom nasylenia tekstów metaforami zaczyna maleć – wynosi on tutaj 3,48 (jest to jednak drugi wynik spośród wszystkich pięciu okresów). Metafory nadal były twórcze i oryginalne oraz łatwe do wyodrębnienia.

Należy przypuszczać, iż znaczący wpływ na metaforyzowanie w tym okresie wywarła polityka ekipy Edwarda Gierka, kładąca nacisk na propagandę gospodarczą. Metafory z dziedziny gospodarki i handlu miały tutaj najlepszy wynik (7,8%) w porównaniu z pozostałymi okresami²⁸.

Sportowcy zaczęli być postrzegani jako towar, który posiada swoją wartość rynkową, który można sprzedać lub kupić – np. *Reprezentant Polski*

²⁸ Również w bloku następnym, który jeszcze częściowo dotyczy czasów gierkowskich, wynik ten był wysoki (6,9%). W pozostałych okresach udział metafor gospodarczych wynosił kolejno: 2,3%, 4,9% (przełom, czasy Balcerowicza) i 2,3%; różnica jest więc wyraźna.

(oczywiście **produkt z importu**) *nachodzi prezesa*. Szkolenie młodych zawodników nazywa się *produkcją*, a serię dobrych wyników *hossą* np. *Trwa lekkoatletyczna hossa na Śląsku*. Obrazowanie przy pomocy słownictwa handlowego pokazuje to bezlitosne oblicze sportu, kierujące się względami finansowymi, a nie ideą szlachetnej rywalizacji z udziałem amatorów. Kluby a nawet reprezentacje stają się po prostu przedsiębiorstwami obliczonymi, jak każde inne, na konkretny zysk.

Lata 1968–1977 to przede wszystkim dominacja terminologii i metafor wojennych. Ich udział (27,8%) to najwyższy wynik, jaki pojawia się w badaniach. Żadna inna domena w żadnym innym okresie nie zbliżyła się do tej liczby. Nagły wzrost użycia metafor z tej kategorii można łączyć z gwałtownym wzrostem popularności piłki nożnej – dzięki „orłom Górskiego”. To właśnie opisy tej dyscypliny cechowały się największą ilością przenośni wojennych oraz największą ich różnorodnością.

Drugie miejsce w tym bloku zajmuje kategoria CZŁOWIEK (10,4%). To zdecydowanie najwyższy udział tej domeny w ciągu pięciu okresów. Uosabiano przedmioty, dyscypliny, z drużyn robiono rodzinę, która po odejściu trenera zostaje *osierocona*, natomiast przy przejściu jej przez nowego, mowa jest o *adopcji*.

Tak wysokie wyniki czołowych miejsc (WOJNA i CZŁOWIEK to łącznie 38,2%, a razem ze wspomnianą GOSPODARKĄ – 46%!) spowodowały mały udział całej gamy pozostałych kategorii. Lata 1968–77 to zatem silna polaryzacja na mocne kategorie i całą resztę o marginalnej roli²⁹.

Okres III: lata 1978–1987

W trzecim okresie ilość metafor przypadających na tekst nadal maleje – 3,33. Również sposób ich użycia zaczyna się zmieniać. Trzeci okres to zdecydowanie mniej metafor twórczych, a dużo więcej metaforycznych rozszerzeń oraz metafor martwych. Dziennikarze zaczynają powtarzać i utrwalać te same zwroty, wystarczy wspomnieć o *amatorach białego szaleństwa*. Zmienia się także styl pisania, co wpływa na sposób korzystania z metafor – tytuły i zdania tekstu są krótsze, bardziej dynamiczne. Pojawiają się pierwsze elementy tabloidowe – eksponowanie tego co kontrowersyjne, sensacyjne.

Odniesienia do wojny ciągle są najczęściej stosowane, jednak ich udział jest dużo niższy (15,4%) niż w okresie poprzednim, nie można zatem mówić o jakiegokolwiek dominacji.

Lata 1978–1987 to przede wszystkim czas dziennikarzy pretendujących do miana erudytów. Świadczą o tym wyniki kategorii SZTUKA (9,2%) i ANTYK (3,8%) – łącznie 13%, co wobec wyników w poprzednich blokach jest znacznym wzrostem. Dla przykładu – Wydział Gier i Dyscyplin nazwał dziennikarz *sędziowskim areopagiem*. Inny z kolei zachwycał się bokserem o *sile Herkulesa*.

²⁹ Jedynie SZTUKA osiągnęła jeszcze wysoki wynik – 7,8%, ale to i tak znacznie mniej niż w okresach III i IV.

Sportowcy stają się *artystami* (świetnie dryblujący piłkarz to *artysta futbolu*, czasami *wirtuoz piłki*), stadiony – teatrami np. Old Trafford w Manchesterze nazywany jest *teatrem marzeń*, symulowanie fauli to *aktorstwo*, a kierowanie przez trenera poczynaniami podopiecznych to *dyrygowanie*.

Najczęściej przywoływane dziedziny sztuki to film, muzyka, teatr, pozostałe pojawiają się znacznie rzadziej. W przypadku niektórych dyscyplin możemy mówić o rzeczywistym zacieraniu się granicy między sportem a sztuką jak w przypadku łyżwiarstwa figurowego czy tańca. Czasami jednak usilna chęć nawiązywania do kultury rodziła metafory dziwaczne i nie do końca zrozumiałe np. *Gwiazdą meczu był Platini. Jego wolne – to strzały godne kariery filmowej*.

Między SZTUKĄ a WOJNĄ znajdziemy na drugim miejscu PODRÓŻ z bardzo wysokim wynikiem – 12,3%, co jest najwyższym udziałem, jaki zanotowała ta domena na przestrzeni wszystkich okresów. Oprócz podkreślania *wybojów na drodze do sukcesu*, pojawia się także motyw ciągłości sportu – niezależnej od aktualnej sytuacji politycznej, społecznej czy gospodarczej.

Dobry wynik utrzymuje GOSPODARKA (6,9%), o której wciąż było głośno – najpierw dzięki propagandowym sukcesom, później wskutek kryzysu. Gospodarka zatem wciąż mocno tkwiła w świadomości Polaków, co znajdowało odzwierciedlenie właśnie w dziennikarskich metaforach.

Okres IV: lata 1988–1997

Zgodnie z tendencją, nasycenie tekstów metaforami jest coraz mniejsze. W latach 1988–1997 współczynnik ten wyniósł 3,23. Zauważalny jest minimalny udział metafor twórczych.

Czwarty okres to konfrontacja ascetycznego stylu *Gazety Wyborczej* i nieco bardziej barwnego sposobu pisania *Przeglądu Sportowego*. W *Gazecie* tuż po przełomie można było w kilku kolejnych artykułach nie natknąć się na choćby jedną metaforę. Teksty były suchą relacją z wydarzeń, zawartą w krótkich, klarownych zdaniach. Nawet komentarze stroniły od obrazowania. Z kolei w *Przeglądzie* zdarzały się ubogie metaforycznie teksty, jednak statystykę poprawiali dziennikarze, piszący komentarze i felietony. To właśnie publicystyka *Przeglądu Sportowego* nadała kształt wynikom omawianych lat. Warto tutaj zwrócić uwagę na wyczyn Macieja Polkowskiego, który w tekście pod tytułem „Zły powiew”³⁰ użył aż 25 metafor, w większości twórczych! Autor, krytykując część środowiska dziennikarskiego sportowego za bezmyślne szukanie sensacji, używa metaforycznych określeń takich jak: *zatruwający wokół wszystkim życie troglodyci pióra, współcześni padliniarze, kreatury podszyte tchórzem i przygniatane kompleksami*.

Istniały wyraziste różnice między *Wyborczą* a *Przeglądem*, ale też sami dziennikarze zaczęli się dzielić na – obrazowo rzecz ujmując – „rzemieślników” i „poetów”. O ile różnica między stylem dwóch omawianych tutaj tytułów prasowych zacznie się w piątym okresie zacierać, to jednak różnice

³⁰ Zob. M. Polkowski: Zły powiew, *Przegląd Sportowy*, 30 lipca 1993 r.

między samymi dziennikarzami i podział nakreślony przed chwilą, będą się pogłębiać.

Tradycyjnie domeną, z której najczęściej korzystano była WOJNA (15,5%). Drugie miejsce zajęła SZTUKA, która właśnie teraz osiąga swój najwyższy udział – 12%. Warto zauważyć, że notowania tej kategorii rosły z każdym kolejnym blokiem aż do tego momentu (w piątym okresie nastąpi spadek w korzystaniu z tej domeny). Trzecią, najpopularniejszą w latach 1988-97 domeną była PODRÓŻ (9,2%), która poza drugim okresem zawsze miała silną pozycję. Tu jednak nie wykazywano się oryginalnością jak wcześniej, posługiwano się jedynie retoryką „drogi”, którą należy przebyć, *by wspiąć się na szczyt* np. *Citko szczebel po szczeblu pokonywał drogę na sam szczyt piłkarskiej kariery*.

W ramach ciekawostki należy wspomnieć o zaskakująco wysokim udziale kategorii GASTRONOMIA (7%). W pozostałych okresach metafory kulinarne nawet nie zbliżyły się do tego wyniku. W tej kategorii przekaz jest jasny – sport i wydarzenia okołosportowe jawi się jako wielka *uczta*, gdzie częstowani jesteśmy *smakołykami*, a oprócz dań głównych czekają nas jeszcze *desery* (tak nazywa się wybitnych zawodników, którzy występują na końcu imprezy sportowej). Organizatorzy *częstują* kibiców świetną oprawą zawodów, a sportowcy udanymi występami. Widzowie opisywani są jako *konsumenci*, którzy *delektują się* każdym dobrym zagranem. Zdarza się, że proces dochodzenia do sukcesu opisywany jest jak robienie ciasta za pomocą *przepisu na sukces*, wtedy mamy do czynienia z podobną wymową metafor jak w przypadku BUDOWLI czy PODRÓŻY.

Okres V: lata 1998–2007

Współczesne dziennikarstwo sportowe (obserwowane przez pryzmat lat 1998–2007) kroczy drogą wyznaczoną przez poprzednie okresy. Znowu mamy spadek użycia metafor, współczynnik wynosi już tylko 2,89. O ile różnice między sąsiadującymi ze sobą blokami czasowymi nie są drastyczne, o tyle wyraźna jest już relacja między pierwszym a ostatnim (dla przypomnienia – w pierwszym współczynnik wynosił 3,58). Dziennikarze metaforyzują coraz rzadziej³¹. Większość relacji z wydarzeń sportowych to zapis ich przebiegu – owszem, dynamiczny, barwny, ale bez liczniejszych odniesień wykraczających poza sam sport i emocje z nim bezpośrednio związane.

Styl tekstów informacyjnych w prasie sportowej stał się jednolity, nie widać tu zasadniczych różnic między poszczególnymi dziennikarzami. Te różnice (oraz metafory) pojawiają się zasadniczo tylko w publicystyce. Felietony Rafała Steca z *Gazety Wyborczej* nawiązują stylem do prozy Jerzego Pilcha, ale też mają swój niepowtarzalny charakter, na który składa się oryginalność też i toku rozumowania. Również Dariusz Tuzimek pisze jedyne w swoim rodzaju komentarze na łamach *Przeglądu Sportowego*, zabawiając czytelników kalamburami, rozbudowanymi porównaniami i auto-

³¹ W pięciu podokresach badanego pięćdziesięciolecia mamy więc do czynienia z następującym spadkiem: 1957–1967/3,58; 1968–1977/3,48; 1978–1987/3,33; 1988–1997/3,23; 1998–2007/2,89.

biograficznymi historiami. To właśnie tacy dziennikarze jak oni mają najczęściej do zaoferowania, jeśli chodzi o sposób obrazowania we współczesnej prasie sportowej. Nie ma już dużej różnicy między *Wyborczą* a *Przeglądem*, jest natomiast różnica między kilkoma czołowymi publicystami. Dla przykładu metafora w rękach Dariusza Tuzimka: *Jan Tomaszewski miał być armatą, która będzie strzelała do wrogów Listkiewicza, ale – jak to z Tomaszewskim – strzela, gdzie chce i do kogo chce. Wali mocno i na oślep, celność ma porównywalną do radzieckiej katuszy. Jak nie trafi, to nie przeprasza, tylko wali znowu. Najwyżej się pomyli. I znowu wystrzeli* oraz Rafała Steca: *Paweł Janas to nie jest fundamentalny problem polskiej piłki i nawet gdybyśmy go rozstrzelali publicznie, gdyby za spust pociągnięto 38 mln drżących z furii palców, to poza wątpliwą przyjemnością ze źle ukierunkowanej zemsty zyskalibyśmy niewiele.*

Jeśli chodzi o rozkład udziałów kategorii odniesień to znów na pierwszym miejscu pojawia się WOJNA, z tym że notuje najniższy wynik na przestrzeni wszystkich pięciu okresów (12,8%). Odniesienia do wojny są w zdecydowanej większości metaforycznymi rozszerzeniami powtarzanych przez wszystkich dziennikarzy (jak *kapitulujący* bramkarz czy *ostrzał* bramki przeciwnika). Być może mamy więc do czynienia ze stopniowym odchodzeniem od metafor wojennych, jest ich znacznie mniej niż w pierwszych dwóch badanych okresach. Różnica między pierwszym a drugim miejscem (2,3%) w żadnym innym bloku czasowym nie była tak mała, jak w teraz omawianym, więc niewykluczone, że domena WOJNY wkrótce przestanie być najczęściej stosowaną.

Drugie miejsce zajmuje PODRÓŻ (10,5%), natomiast trzecią najczęściej przywoływaną domeną okazała się być NATURA, której wynik (8,3%) jest najlepszym, jaki osiągnęła ta kategoria w zanalizowanych okresach. Żywioty i pogoda idealnie nadają się do tego, by pokazać dynamikę, zmienność i nieprzewidywalność sportu. Obrazują to słowa takie jak *pożar*, *wichura*, *nawałnica* – obrońcy nie dość że muszą odparać *nawałnice* przeciwników, to jeszcze *gaszą pożary*, czyli opanowują trudne sytuacje. Niektóre cechy przyrody nieożywionej służą temu, by opisać charakter czy też styl gry, walki danego zawodnika np. *Boks japoński szkoli bokserów twardych niczym granit.*

Kategoria, która właśnie w ostatnim dziesięcioleciu osiągnęła najlepszy wynik w porównaniu z poprzednimi okresami – jest METAFIZYKA (6,8%). Na ten wynik złożyły się głównie metafory z podkategorii RELIGIA – odwołania do Boga, szatana, nieba i piekła.

Podsumowanie

Sumaryczne wyniki wszystkich okresów z pewnością nie zobrazują nam dynamiki zmian w poszczególnych blokach czasowych, niemniej warto przytoczyć pewną uśrednioną normę, by obserwować mniejsze lub większe od niej odchylenia w badanych pięćdziesięciu latach.

Tabela 1. Liczba metafor korespondujących z danymi kategoriami odniesień i procentowy udział tych kategorii w całokształcie metaforyzowania, w próbie tekstów dziennikarstwa sportowego z lat 1957–2007

Okres: Kategoria	I. 1957–1967		II. 1968–1977		III. 1978–1987		IV. 1988–1997		V. 1998–2007		I-V. 1957–2007	
	Licz. met.	Udz. %	Licz. met.	Udz. %	Licz. met.	Udz. %	Licz. met.	Udz. %	Licz. met.	Udz. %	Licz. met.	Udz. %
WOJNA ³²	25	19,4	32	27,8	20	15,4	22	15,5	17	12,8	116	17,87
CZŁOWIEK	6	4,7	12	10,4	7	5,4	7	4,9	6	4,5	38	5,86
ANTYK	5	3,9	0	0	5	3,8	2	1,4	2	1,5	14	2,16
ŚWIAT ZWIERZĄT	8	6,2	2	1,7	6	4,6	6	4,2	6	4,5	28	4,31
SZTUKA	8	6,2	9	7,8	12	9,2	17	12,0	9	6,8	55	8,47
ARCHITEKTURA	7	5,4	2	1,7	4	3,1	4	2,8	7	5,3	24	3,70
MEDYCYNĄ	7	5,4	4	3,5	3	2,3	6	4,2	6	4,5	26	4,01
MATEMATYKA	3	2,3	4	3,5	1	0,8	2	1,4	2	1,5	12	1,85
NATURA	7	5,4	6	5,2	10	7,7	6	4,2	11	8,3	40	6,16
PODRÓŻ	12	9,3	5	4,3	16	12,3	13	9,2	14	10,5	60	9,24
GOSPODARKA	3	2,3	9	7,8	9	6,9	7	4,9	3	2,3	31	4,78
METAFIZYKA	2	1,6	1	0,9	3	2,3	5	3,5	9	6,8	20	3,08
TECHNIKA	4	3,1	5	4,3	5	3,8	7	4,9	6	4,5	27	4,16
GASTRONOMIA	6	4,7	0	0	1	0,8	10	7,0	3	2,3	20	3,08
FIZYKA	4	3,1	5	4,3	3	2,3	2	1,4	4	3,0	18	2,77
HAZARD	5	3,9	2	1,7	4	3,1	2	1,4	5	3,8	18	2,77
INNE DYSCIPLINY	3	2,3	3	2,6	5	3,8	7	4,9	6	4,5	24	3,70
INNE	14	10,9	14	12,2	16	12,3	17	12,0	17	12,8	78	12,02
OGÓŁEM:	129	100	115	100	130	100	142	100	133	100	649	100
Nasylenie tekstów metaforami ³³ :	3,58		3,48		3,33		3,23		2,89		3,28	

W latach 1957–2007 średnie nasylenie tekstów metaforami wynosiło 3,28, najczęściej pojawiającą się kategorią odniesienia była WOJNA (17,9% ogółu metafor tego okresu), a za nią: PODRÓŻ (9,2%), SZTUKA (8,5%), NATURA (6,2%), CZŁOWIEK (5,9%)³⁴.

Zauważalne jest w dziennikarstwie sportowym duże rozdrobnienie sfery odniesień metaforyki. Świadczy o tym po pierwsze – ilość kategorii odniesień, po drugie – wyniki czołowych miejsc (żadna z domen nie przekracza nawet 20%), a po trzecie – stosunkowo duży udział kategorii INNE (12%),

³² Wraz z podkategoriami, o ile występują. Dotyczy wszystkich domen w tabelce. Skrót „Licz. met.” oznacza „Liczbę metafor”, a „Udz.%” – „Udział procentowy”.

³³ Ilość metafor przypadających na jeden tekst.

³⁴ Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, iż nie liczyłem tutaj średniego udziału każdej domeny, a zsumowałem liczbę otrzymanych metafor z danej kategorii i obliczyłem ich procent w stosunku do liczby wszystkich metafor łącznie. Potraktowałem zatem blok 1957–2007 jak jeden badany okres.

w której mieszczą się domeny okazjonalne lub metafory, których nie da się precyzyjnie przypisać żadnej domenie.

Dziennikarz sportowy jest albo chce uchodzić za kogoś odczytanego, wszechstronnie wykształconego i inteligentnego. Świadczy o tym istnienie takich kategorii jak ANTYK, SZTUKA, FIZYKA, GASTRONOMIA, MEDYCYNA czy GOSPODARKA. Odwołując się do kategorii tak konkretnych i zróżnicowanych, dziennikarz sprawia wrażenie, jakby się na wszystkim znał.

Za pomocą erudycyjnych czy też rozległych odwołań piszący chce pokazać, że dziennikarstwo sportowe może być sztuką, a sam sport nie jest tylko prostą rozrywką, ale czymś uniwersalnym, czymś, co można odnieść do niemal każdego aspektu naszego życia.

Z przytoczonych wyników badań można też wysunąć kolejny wniosek – wiele się w metaforyce prasowych publikacji sportowych zmieniało, ale jeszcze więcej pozostało bez zmian.

Zmiany w metaforyce wymusiła zmiana stylu artykułów sportowych, która na dobre zaczęła się w latach 80. i zakończyła w drugiej połowie 90.

I tak, teksty miały coraz krótsze i mniej informacyjne tytuły. Często oparte były one na kalamburach lub odwołaniach do tkwiących w świadomości społecznej elementów kultury. Dzięki temu z każdym okresem zwiększała się ilość metafor w samych tytułach.

Po drugie, o przełomie systemowym, za sprawą *Gazety Wyborczej* pojawiły się lidy. One z kolei spychały przenośnie do dalszej części tekstu, gdyż same ich z reguły nie zawierały.

Po trzecie, zdania stały się krótsze, a przez to bardziej dynamiczne. Zaczęło się liczyć tempo artykułu, mające często oddawać tempo opisywanych zawodów. Jak łatwo się domyślić, krótsze zdania to mniej metafor, co dobrze pokazał malejący współczynnik nasycenia tekstów przenośniami.

Po czwarte, teksty informacyjne straciły swój odautorski i pamiętnikarski charakter (co było tak zauważalne w pierwszych dwóch okresach), przez co zmalała ilość metafor twórczych – na rzecz utrwalonych metaforycznych rozszerzeń.

Po piąte, rozdzielono informację od komentarza – poskutkowało to podzieleniem dziennikarzy na „wyrobników” i publicystów. Środek ciężkości metaforyzowania przesunął się w stronę tych drugich.

Kategoria WOJNA zaczęła tracić swoją niepodważalną, pierwszą pozycję. Dziennikarze coraz częściej szukają analogii gdzie indziej, zauważając być może tendencję do nadużywania retoryki wojennej czy rycerskiej.

Najwięcej fluktuacji zachodziło jednak w dolnych partiach statystyk. Małe kategorie miały swoje pięć minut, po czym były zastępowane innymi. W pierwszym okresie wybił się na chwilę ŚWIAT ZWIERZĄT, w drugim i trzecim GOSPODARKA, czwarty – to chwilowa popularność przenośni kulinarnych, a w piątym nagle pojawiła się METAFIZYKA.

Zasadniczo jednak tematyczny obszar tej metaforyki się w ciągu pięćdziesięciu lat nie zmienił. Choć zmalała częstotliwość stosowania metafor,

to wciąż jest ona wysoka, a spadek w ciągu pięćdziesięciu lat wynosi mniej niż jedna przenośnia na 100. Podobnie ma się sprawa z kategorią WOJNA. Owszem, nie jest ona tak często przywoływana jak dawniej, ale wciąż ma pierwszą pozycję spośród wszystkich siedemnastu wyodrębnionych domen. Kategorie takie jak SZTUKA czy PODRÓŻ tak jak były popularne pięćdziesiąt lat temu, tak też są popularne teraz.

Metaforyczne rozszerzenia, raz ugruntowane, stosowane są do dziś; dotyczy to w szczególności metafor wojennych, ale nie tylko. Bramkostrzelny napastnik był nazywany *snajperem* w latach 60. i jest tak nazywany również dzisiaj. Bramkarz, kiedy traci gola *kapituluje* i w 1957 i w 2007. Podobnie Adam Małysz, który dziś jest *orłem z Wisły*, będzie nim za dziesięć, dwadzieścia, trzydzieści lat.

Najważniejszym aspektem metaforyki, który nie uległ zmianie, jest sposób postrzegania sportu. Postrzeganie to nie zawężało się ani trochę w ciągu tych pięćdziesięciu lat. Sport w oczach dziennikarzy jest uniwersalnym i ponadczasowym spoiwem, łączącym ludzi w pragnieniu cieszenia się zwycięstwami. Zawody sportowe to uwolnienie emocji, swego rodzaju duchowe oczyszczenie. Sport jest różnorodny, czasami nawet sprzeczny, bo z jednej strony łączy ludzi o odmiennych przekonaniach, a z drugiej potęguje antagonizmy.

Sport jest jednocześnie bitwą, człowieczeństwem, historią, sztuką, budowlą, organizmem, równaniem, żywiołem, podróżą, handlem, modlitwą, maszyną, potrawą, nauką, kosmosem, grą i wszystkim tym, o czym jeszcze opowiadają nam metafory.

OLGA MYTNIK

JAK KRYTYCY *RUCHU MUZYCZNEGO* OCENIAJĄ MUZYKĘ, JEJ WYDANIA I WYKONANIE?

Jak wyrazić niewyraźne? Od lat szukają odpowiedzi muzycy i zajmujący się muzyką naukowcy i literaci. Niewyjaśnionym pozostaje fenomen oddziaływania tej sztuki na ludzkie emocje, mimo iż tyle się o niej pisze i rozmawia¹. Jednym z obszarów tego dyskursu jest krytyka muzyczna, uprawiana w czasopismach. Jej zadaniem jest zrozumiałe dla melomanów opisanie muzyki, a przede wszystkim – jej ocena. Jakimi środkami recenzenci wyrażają swoje opinie?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, postanowiłam zbadać „język wartości” recenzji muzycznych, drukowanych w *Ruchu Muzycznym (RM)*, najważniejszym czasopiśmie w polskim świecie muzyki klasycznej.

„Językiem wartości” nazywam środki leksykalno-frazeologiczne, służące ocenie. Zaliczam do niego zarówno słowa, które zawierają w swoim znaczeniu element aksjologiczny, jak i te, które wartościującymi stają się tylko w określonym kontekście. Zbadam słownictwo i frazeologię używane w polszczyźnie ogólnej. Nie uwzględnię specjalistycznej terminologii.

Słownictwo wartościujące, zaczerpnięte z tekstów recenzji koncertów, płyt i spektakli operowych, drukowanych w numerach *RM* 1–13. z 2006 (próba 80 000 słów) zbadam pod kątem treściowym i ilościowym – tzn. uporządkuję w podsystemy aksjologiczne i sprawdzę, jakie są w próbie ilościowe proporcje w częstotliwości sięgania do nich. Odpowiem też na pytanie, do którego z opisywanych obszarów – dzieła czy jego interpretacji – recenzenci przywiązują większą wagę.

¹ Słownictwo używane do opisu muzyki było już niejednokrotnie omawiane, na przykład w następujących opracowaniach: E. Biłas-Pleszak, *Język a muzyka. Lingwistyczne aspekty związków intersemiotycznych*, Katowice 2005; M. Dziedek, *Polska krytyka muzyczna w latach 1890–1914. Koncepcje i zagadnienia*, Katowice 2002; K. Gucałski, *Znaczenie muzyki. Znaczenia w muzyce. Próba ogólnej teorii na tle estetyki Susanne Langer*, Kraków 2002; M. Jabłoński, *Scena interpretacji?*, [w:] M. Janicka-Słysz, T. Malecka, K. Sz wajgier (red.), *Muzyka w kontekście kultury. Studia dedykowane prof. Mieczysławowi Tomaszewskiemu w osiemdziesięciolecie urodzin*, Kraków 2001, ss. 669–680; Z. Liśsa, *O tzw. rozumieniu muzyki*, [w:] teże, *Nowe szkice z estetyki muzycznej*, Kraków 1975, ss. 40–79; B. Pocij, *Muzyka – Tekst – Tłumaczenie. Uwagi o metodzie starego interpretatora*, [w:] A. Oberc (red.), *Muzyka, słowo, sens*, Kraków 1994, ss. 169–172; K. Piśarkowa, *Pomocnicze elementy języka muzykologii*, [w:] teże, *Z pragmatycznej stylistyki semantyki i historii języka*, Kraków 1994, ss. 175–189; K. Piśarkowa, *Muzyka jako język*, [w:] teże, *Z pragmatycznej stylistyki, semantyki i historii języka*, Kraków 1994, ss. 113–144.

Jest rzeczą jasną, że w tekstach oceniających dzieła sztuki i ich interpretację, krytyk posługuje się określeniami wartości i antywartości estetycznych. Jednak w tekstach o muzyce znaczna ilość metafor powoduje, że znajdziemy w nich wiele słów nie denotujących kategorii estetycznych, choć w takim znaczeniu są tu używane. Dlatego badane słownictwo będę kwalifikować do (wyodrębnionych głównie na podstawie materiału badawczego, a częściowo z wykorzystaniem typologii Jadwigi Puzyniny² i Wojciecha Kajtocha³) podsystemów wartościowania, obejmujących:

- 1) wartości i antywartości ogólne (*znakomity, zły*);
- 2) wartości i antywartości związane z oceną zdolności dzieła do wywoływania efektywnego odbioru (*zachwycający, nużący*);
- 3) wartości i antywartości estetyczne:
 - a) właściwe (*piękny, brzydki*),
 - b) kompozycyjne (*różnorodny, niespójny*);
- 4) wartości i antywartości dotyczące uczuć wyrażanych przez muzykę, oraz jej charakteru, opisywanego za pomocą określeń ludzkich cech, odczuć i zachowań (*łagodny, tragiczny*);
- 5) wartości i antywartości intelektualne (*mądry, nielogiczny*);
- 6) wartości i antywartości odwołujące się do zmysłów:
 - a) wzroku (*jasny, ciemny*),
 - b) dotyku i smaku (*ciepły, zimny; słodki, przestodzony*),
 - c) słuchu (*śpiewny, zgrzytliwy*);
- 7) wartości i antywartości pragmatyczno-techniczne (*przydatny, niesprawny*);
- 8) wartości i antywartości odwołujące się do innych wytworów człowieka – sztuk, języka, budownictwa oraz ich oceniania (*monumentalny, kornkowy*);
- 9) wartości i antywartości dotyczące stopnia dokładności wykonania, tj. zgodności z tekstem nutowym i wskazówkami kompozytora (*zgodny, niewłaściwy*);
- 10) wartości i antywartości społeczno-obyczajowe (*cieszący się uznaniem, mający złą opinię*);
- 11) wartości i antywartości moralne (*szlachetny, nieuczciwy*);
- 12) wartości i antywartości dotyczące ruchu w czasie i przestrzeni (*szybki, rozwlekły*);
- 13) wartości i antywartości witalne (*życie, dojrzałość*);
- 14) wartości i antywartości związane z nowatorstwem lub tradycjonalizmem (*nowatorstwo, tradycja*);
- 15) wartości i antywartości metafizyczne (*święty, piekło*).

² Por. J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, tu s. 29–44, zwłaszcza 40.

³ Por. W. Kajtoch, *Młodzię edukuje się sama albo o antyestetyce muzyki w czasopiśmie subkultury „metalowców”*, [w:] W. Strykowski (red), *Media a edukacja*, Poznań 1997, ss. 381–393 oraz W. Kajtoch, *Subkultury młodzieży w kontekście edukacji – przykład metalowców*, [w:] M. Czermińska (red.), *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja*, tom 1 i tom 2, Kraków 2006, t. 1, ss. 596–617.

Wiem, że granice wyodrębnionych przeze mnie podsystemów są płynne, niektóre analizowane wyrazy można zakwalifikować do kilku z nich. Ponadto w badaniach przyjęłam pewne założenia.

Oddzielałam określenia wartościujące dotyczące dzieła muzycznego od dotyczących jego wykonania. Jest to podział trochę sztuczny, gdyż dzieło muzyczne w praktyce nie istnieje bez wykonania. Recenzent, słuchając płyty czy koncertu, ocenia w zasadzie tylko wykonanie – aby móc ocenić „samą muzykę”, musiałby dysponować partyturą dzieła i nieograniczoną wyobraźnią muzyczną, która pozwoliłaby mu „usłyszeć w głowie” utwór „w postaci czystej”. Wydaje się to niemożliwe. Podział wynika z analizy materiału badawczego – krytycy piszą recenzje tak, jakby wykonanie i dzieło były odrębnymi bytami artystycznymi, używając sformułowań typu *wydobył bogactwo rytmiczne tkwiące w tym utworze*.

W grupach wyrazów wartościujących, odnoszących się do dzieła uwzględniłam też określenia dotyczące kompozytorów. Uznałam, że cechy twórców, jak np. *pomysłowy, oryginalny, posiadający wyobraźnię muzyczną* – uwidaczniają się w ich dziełach. Podobnie postąpiłam z wyrazami wartościującymi dodatkowo cechy wykonawców. Jeśli recenzent stwierdza, że muzyk jest *wrażliwy czy muzykalny* lub *doświadczony* – oznacza to, że cechy te uwidaczniają się w jego interpretacji utworu.

W przypadku recenzji płyt, do ocen wykonania zaliczam także wyrazy wartościujące jakość nagrania oraz wydanie (strona graficzna, zamieszczone informacje, komentarze). Mają one bowiem wpływ na ostateczną ocenę. Podobnie w przypadku recenzji oper, biorę pod uwagę oceny scenografii, kostiumów, gry aktorskiej śpiewaków czy reżyserii – te elementy wpływają bowiem na odbiór samej muzyki – mogą ją podkreślać lub zamazywać.

Spostrzeżenia ogólne

W recenzjach znakomita większość (77%⁴) określeń wartościujących odnosi się do szeroko rozumianego wykonania. Jest to zrozumiałe, biorąc pod uwagę – o czym wspomniałam – że muzyka bez niego nie istnieje. I choć recenzenci zdają się nie brać pod uwagę tego faktu, oddzielając dzieło od interpretacji – „prawda wychodzi na jaw”, kiedy porównać ilość określeń dotyczących dzieła i jego wykonania. Wykonanie dzieła jest najważniejsze.

Kolejnym zjawiskiem ogólnym, jakie dało się zaobserwować, jest ogromna przewaga słownictwa wartościującego pozytywnie (92%) nad słownictwem antywartości (8%)⁵.

Oznaczałoby to, że wykonawstwo muzyki klasycznej, zarówno na świecie jak i w Polsce, na koncertach jak i na płytach, stoi na bardzo wysokim

⁴ W próbie 80000 słowoform wyodrębniono 5146 określeń wartościujących dzieło lub interpretację; 3972 odnosiło się do interpretacji, 1174 (23%) – do dzieła.

⁵ 4720 określeń wartościowało pozytywnie, 426 – negatywnie.

poziomie. I w zasadzie jest to prawda. W odróżnieniu od muzyki rozrywkowej, gdzie od umiejętności wykonawcy często ważniejszy jest jego *image*, w świecie muzyki klasycznej wciąż liczy się talent i pracowitość. Na filharmonicznych koncertach – a głównie takimi zajmuje się *Ruch Muzyczny* – w zasadzie nie schodzi się poniżej pewnego poziomu. Podobnie, jeśli chodzi o płyty – tu wykonawcy przychodzi jeszcze w sukurs technologia, tuszująca niedostatki, a poza tym „byle kto” płyt z muzyką poważną nie nagrywa.

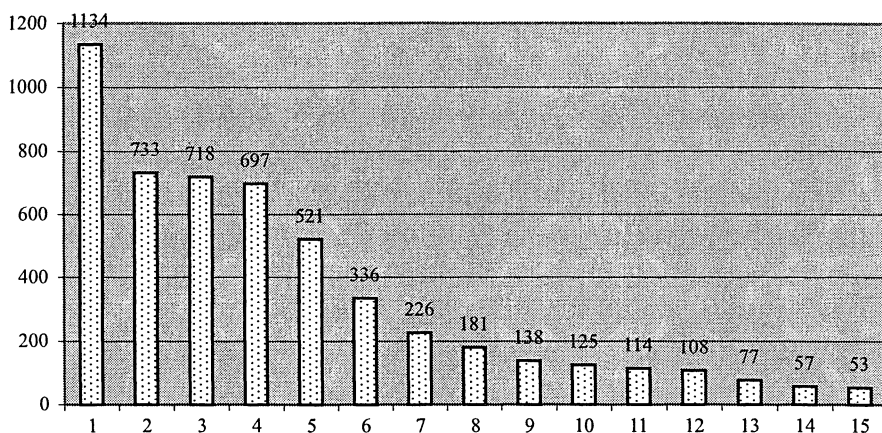
Można też przypuszczać, że przewaga określeń wartościujących pozytywnie świadczy o łagodności recenzentów, którzy – troszcząc się o kariery muzyków oraz zachęcając ludzi do chodzenia na koncerty i słuchania płyt – wazą słowa, nie ferują pochopnych, negatywnych ocen. Ale może ona także świadczyć o lenistwie krytyków; wszak wychwycenie błędów wymaga uwagi, a negatywna ocena wykonania – uzasadnienia. Łatwiej jest napisać, że wykonanie „było bardzo dobre, bo ciekawe i frapujące”. Wtedy uzasadniać nie trzeba.

Można także wysnuć wniosek, że skoro recenzentom wszystko się podobają, to wykonania są wszystkie takie same. Przymiotnik *kontrowersyjny*, czy wyrażenia typu *budzący sprzeczne opinie* pojawiają się w recenzjach nader rzadko. Może to oznaczać poruszanie się wykonawców w ramach utartych schematów, kanonów, w których funkcjonują także krytycy muzyczni. Stąd blisko do stwierdzenia, że w obecnej sztuce wykonawczej muzyki klasycznej wiele jest bardzo dobrych interpretacji, brakuje zaś wielkich, bo historia uczy, że większość geniuszy za życia była niedoceniana.

Prawdopodobnie taki stan rzeczy jest spowodowany także ścisłą współpracą *RM* z wytwórniami fonograficznymi, które wydają płyty z muzyką klasyczną i którym zależy na sprzedaży.

Przyjrzyjmy się ogólnie rankingowi podsystemów aksjologicznych, używanych przez krytyków (wykres „Częstotliwość sięgania...⁶). Dominuje zdecydowanie podsystem wartości ogólnych. Często używane jest także słownictwo z zakresu wartości i antywartości opisujących zdolność dzieła do wywoływania efektywnego odbioru. Podsystem wartości estetycznych jest dopiero na trzecim miejscu.

⁶ Liczby arabskie nad słupkami wykresu wskazują na ilość wyrazów odwołujących się do danego podsystemu aksjologicznego. Dodatkowo tu wskażę na proporcje procentowe między grupami wyrazów tworzących podsystemy (100% = 5146), oraz podam, ile wyrazów realizuje wartości, a ile – antywartości podsystemu: 1) wartości i antywartości ogólne – 19% uwzględnianych słowoform (w tym: 1059 określeń wartości i 57 określeń antywartości); 2) wartości i antywartości związane z oceną zdolności dzieła do wywoływania efektywnego odbioru – 14% (661 w. i 72 a.); 3) wartości i antywartości estetyczne – 14% (660 w. i 58 a.); 4) wartości i antywartości dotyczące uczuć wyrażanych przez muzykę – 13% (615 w. i 82 a.); 5) wartości i antywartości intelektualne – 11% (464 w. i 57 a.); 6) wartości i antywartości odwołujące się do zmysłów – 6% (283 w. i 53 a.); 7) wartości i antywartości pragmatyczno-techniczne – 4% (204 w. i 22 a.); 8) wartości i antywartości odwołujące się do innych wytworów człowieka – 3% (174 w. i 7 a.); 9) wartości i antywartości wskazujące na stopień dokładności wykonania – 3% (123 w. i 15 a.); 10) w. i a. społeczno-obyczajowe – 2% (122 w. i 3 a.); 11) w. i a. moralne – 2% (111 w. i 3 a.); 12) w. i a. dotyczące ruchu w czasie i przestrzeni – 2% (82 w. i 26 a.); 13) w. i a. witalne – 1% (72 w. i 5 a.); 14) w. i a. związane z nowatorstwem lub tradycjonalizmem – 1% (43 w. i 14 a.); 15) w. i a. metafizyczne – 1% (53 w.).



Wartości i antywartości: 1) ogólne; 2) zdolności do pobudzania odb.; 3) estet.; 4) emocj.; 5) intelekt.; 6) zmysł; 7) pragmat.-techn.; 8) in. wytworów; 9) dokładn.; 10) społeczn.; 11) moral.; 12) ruch; 13) wital.; 14) nowości; 15) metaf.

Częstotliwość sięgania przez recenzentów RM do wydzielonych systemów wartościowania

Zróznicowanie w częstotliwości sięgania do konkretnych podsystemów oceny jest więc uderzające. Warto bliżej opisać niektóre z nich.

Poszczególne podsystemy wartościowania

1) Wartości i antywartości ogólne

Podsystem wartości i antywartości ogólnych jest najczęściej używanym przez recenzentów. Stanowi około 19% wszystkich badanych przez mnie wyrażań aksjologicznych.

Interpretację muzyki w ramach tego podsystemu określa się najczęściej mianem *doskonałej, świetnej, znakomitej*. Ważne jest także, aby była ona *niezwykła, nadzwyczajna* oraz *naturalna* i *swobodna*.

Zaskakujące jest to, że najczęściej używanym określeniem gry muzyków jest wyraz *doskonały* [77]⁷, silnie wartościujący pozytywnie, nie zostawiający żadnego marginesu na jakiegokolwiek uchybienia czy usterki wykonania (*doskonale intonujące rogi*). Leksemy *świetny* [50] (*brzmi świetnie*) i *znakomity* [51] (*znakomite rozplanowanie gradacji*) także wartościują bardzo pozytywnie. W tej sytuacji wykonanie *dobrze* czy nawet *bardzo dobrze* [28] (*dobrze śpiewają solistki*) oznacza mniej więcej tyle, co 'poprawne', 'przyzwoite'.

⁷ W nawiasach kwadratowych podaję frekwencję danej słowoforny w korpusie (80 000 słów). Litery „d.” i „i.” pojawiające się czasem przy liczbach oznaczają ilość wystąpień danej słowoforny w odniesieniu do „dziela” i „interpretacji”, jeśli tekst nie sugeruje tego jednoznacznie.

W przypadku oceny dzieła, najlepiej jeśli jest ono *niezwykłe* czy *niebywale* [23]. Zaraz potem liczy się jego NATURALNOŚĆ⁸, SWOBODA [12] (*każdy epizod w naturalny sposób wynikał z drugiego; twórca swobodnie operuje fakturami*) i – ogólnie – jego wartość [10] (*wartość tej muzyki nie ogranicza się bynajmniej do bogatego brzmienia*).

Widać wyraźnie, że recenzenci z większym entuzjazmem podchodzą do wykonania niż do samej muzyki. Nic dziwnego. To interpretacja sprawia, że muzyka „ożywa” i wywołuje emocje – a przecież określenie *doskonały*, mimo iż umieszczone w grupie wartości ogólnych ze względu na swoje słownikowe znaczenie, jest bardzo często wyrazem silnych, pozytywnych emocji.

Znamienny jest fakt, że słowa aprobaty wyrażane są w recenzjach wprost, natomiast do wartościowania negatywnego służą eufemizmy. Często, zamiast przypisać dziełu czy wykonaniu jakąś wartość negatywną, pisze się: *zabrakło nieco...*, *trochę brakuje...*, *zbyt mało jest...* [antonimicznej wartości pozytywnej]. Równie często stosuje się omówienia typu: *nadmiernie*, *przesadnie*, *zbyt* w połączeniu z wyrazem w miarę neutralnym, przez co wydzwięk oceny jest łagodniejszy. Np. *nadmiernie rozciąga formę* zamiast *forma jest niespójna*.

Recenzent krytykujący najczęściej podkreśla *niedoskonałość* [11] interpretacji (*część tych niedoskonałości [...] można przypisać występowi w nieznannej sali*). (Antywartości ogólnych dotyczących samej muzyki w ogóle nie znalazłam w badanych tekstach). *Niedoskonały* to wyraz słabo wartościujący negatywnie⁹. W dodatku w recenzjach „niedoskonałość” pojawia się najczęściej w liczbie mnogiej jako *niedoskonałości* (lub synonimy: *mankamenty*, *usterki*, *uchybień*)¹⁰ prawie zawsze z przymiotnikiem *drobne*, *niewielkie* lub, jeśli w liczbie pojedynczej, to w towarzystwie słowa *jedyny*. Wydzwięk całej recenzji, nawet jeśli pojawią się w niej tego typu słowa negatywnie wartościujące, i tak jest pozytywny. W próbie znalazłam tylko kilka tekstów jednoznacznie krytycznych.

Dość często używane są także słowa: *nieudany* i pokrewne [9] (*nieudane fanfary*; *nie udało się uzyskać czytelności*) i *słaby* [6] (*spośród [...] dzieł najslabiej wypada Completorium*) – bardzo „powściągliwe”, jeśli chodzi o nagromadzenie negatywnych emocji. Nie znajdziemy w ogóle w recenzjach w *RM* takich słów negatywnie wartościujących ogólnie, jak: *zły*, *koszmarny*, *beznadziejny*, *marny* czy *dno*. Chyba najmocniej negatywnie wartościujące ogólnie słowa używane przez krytyków, to *nieudolny* (*nieudolność*) [2] (*pominę milczeniem nieudolność pianisty*), *nieudany* i *słaby*.

⁸ Kursywą podaję wyraz, o który konkretnie chodzi, oraz przykłady; wersalikami – pojęcie obsługiwane przez różne lecz pokrewne leksemy, których frekwencję podaję łącznie. Np. „ŁATWY [20]” oznacza, że zsumowano frekwencje: *łatwo*, *łatwość*, *łatwy*. Jeśli frekwencja łączna podana jest obok wyrazu pisanego antykwa, to znaczy, że w jej ramach zsumowano frekwencje różnorakich wyrazów i wyrażen bliskoznacznych, pokrewnych lub nie, obsługujących pojęcie denotowane przez ten wyraz; np. „monotonia [5]” znaczy, że łączna frekwencja słów: *monotonia*, *monotonny*, *jednostajny* itd. wynosi 5.

⁹ Wszak – logicznie rzecz biorąc – wszystko, co ludzkie, musi być niedoskonałe.

¹⁰ Np.: *to tylko niektóre z niedomagań; nawet w wykonaniach największych muzyków dostrzec można wiele niedociągnięć*.

2) *Wartości i antywartości związane z oceną zdolności dzieła do wywoływania efektywnego odbioru.*

Kolejnym, bardzo często używanym podsystemem wartościowania (14% wszystkich określeń wartościujących) jest podsystem wartości i antywartości dotyczących odbioru.

INTERESUJĄCY [58] (*dzieło brzmiało oryginalnie i interesująco; interesujące efekty*) i ZACHWYCAJĄCY [57] (*zachwycają subtelne odmiany artykulacji; zachwycając publiczność absolutnym pięknem*) to najczęściej wskazywane cechy, pozytywnie wartościujące zarówno dzieło, jak i interpretację. Co ciekawe, w ramach tego podsystemu, wiele jest wyrazów i wyrażań o słabszym zabarwieniu wartościującym, np. *skupiać* (*zwracać, przykuwać* itd.) *uwagę* [31] (*jego gra przykuwa uwagę słuchacza*), *wrażenie* [29] (*znakomite wrażenie; doskonale wrażenie*). Krytycy najwyraźniej cenią w ogóle możliwość wywoływania emocji przez muzykę. Drugorzędne znaczenie ma, jakie to będą emocje. Ważne, żeby słuchacz nie pozostał obojętny. Dlatego tak wysoko na drabinie antywartości dotyczących zarówno dzieła, jak i wykonania stoi odwieczny postrach sztuki – NUDA [d.4; i.8] (*narracja wkrótce zaczęła nudzić; były pięknie śpiewane, miłe i... nudne*).

Charakterystyczną formalną cechą używania słownictwa należącego do podsystemu wartości i antywartości dotyczących zdolności do pobudzenia odbioru jest w *RM* bardzo rzadkie używanie czasowników w pierwszej osobie. Najczęściej używane są imiesłowy czynne, czasem pojawia się trzecia osoba – podmiotem jest wtedy *słuchacz* lub *publiczność*. Krytycy zamiast: *zachwyił mnie, wzruszyłem się czy przekonuje mnie* wolą pisać: *zachwycający, wzruszający, przekona każdego słuchacza, publiczność wyraziła swój entuzjazm* itp., co zwiększa dystans między recenzentem a czytelnikiem.

Być może recenzenci uważają otwarte ujawnianie swojego „ja” w recenzjach za nieprofesjonalne. A może działa siła tradycji, według której krytyk muzyki poważnej, w odróżnieniu od recenzenta rozrywki, pisze do czytelnika nie jako zwykły śmiertelnik, który chce się podzielić z nim swymi wrażeniami, lecz jako specjalista, którego głównym zadaniem jest tego odbiorcę czegoś nauczyć. Podejście to jest skądinąd mocno zdezaktualizowane, gdyż obecnie czasopisma takie jak *Ruch Muzyczny* raczej nie są czytane poza gronem ludzi zawodowo zajmujących się muzyką, więc można by było traktować czytelnika bardziej partnersko, nie bać się muzycznej terminologii, a z drugiej strony – bardziej odsłaniać swoje emocje związane z odbiorem muzyki.

3) *Wartości estetyczne*

W podsystemie wartości estetycznych – właściwych oczywiście najczęściej powtarza się PIĘKNO i wyrazy pokrewne [d.48; i.103] (*ujmuje piękną kantyleną; przepiękne było liryczne uspokojenie*). Bardzo wysoko cenią także recenzenci WDZIEK [d.26; i.17] (*wdzięczne fagotowe „spacerki”*),

EFEKTOWNOŚĆ [d.22; i.15] (*efektowne kadencje; znakomite efekty*) oraz SUBTELNOŚĆ [d.21, i.20] (*subtelne odmiany artykulacji*) zarówno dzieła jak i interpretacji. Antywartości estetyczne pojawiają się w recenzjach naprawdę rzadko. Jeśli już – to dotyczą tylko interpretacji, która najczęściej krytykowana jest za *kicz* [3] ([*ujęcie wykonawcy*] *zmieniło jego* [Bartoka] *Rapsodię w poważną aż do śmieszności ekspozycję kiczu*), BRZYDOTEĘ [2] (*śpiewają sztywno, brzydko i bez pojęcia*), i MANIERĘ [2] (*gra ogromnie manierycznie*).

Osobną grupę stanowią wartości i antywartości estetyczne, dotyczące kompozycji. Krytycy w tym przypadku najbardziej cenią urozmaicenie. Wyrazy i wyrażenia takie jak: *różnorodny, zróżnicowany* itd. [d.14; i.21] (*różnorodność efektów instrumentalnych*), *niuanse* [d.12; i.25] (*potraktowane z najwyższą czułością niuanse*), *bogactwo, bogaty, przebogaty* [d.20, i.23] (*bogactwo treści*), *rozmaitość, urozmaicony* [d.4, i.5] (*rozmaitość kwartetowej muzyki Mozarta*) stanowią największą grupę wartości w tym podsystemie. Mimo iż różnorodne, dzieło i interpretacja muszą być jednak SPÓJNE [d.5, i.18] (*spójność energetyczna; spójna interpretacja*) i PROPORCJONALNE [d.4, i.13] (*w proporcjach dynamicznych [...] dało się odczuć mądry umiar*) Świetnym, urozmaiconym wykonaniem tejże SPÓJNOŚCI najczęściej brakuje [12] ([*trąbki*] *nie tworzą z zespołem spójnego brzmienia*) Rzadziej recenzenci zarzucają wykonaniu monotonię i brak kontrastu [5] (*jednostajna narracja wkrótce zaczęła nudzić; zabrakło [...] skonstrastowania formy*).

4) Wartości i antywartości dotyczące uczuć wyrażanych przez muzykę

Do tej grupy zaliczyłam określenia, które wiążą się z wyrazem dzieła i wykonania, określanym za pomocą nazw uczuć, zachowań, cech charakteru. Już sam fakt wyrażania przez dzieło i interpretację pewnych emocji jest dla recenzentów wartością. Najbardziej cenią oni dzieła bogate w EMOCJE [21] (*emocjonalna kulminacja utworu; katalog [...] emocji*) i interpretacje CZUŁE, SUBTELNE, Z WYCZUCIEM, PEŁNE UCZUĆ [30]¹¹. Bardzo ważna jest też wyrazista EKSPRESJA [d.18; i.23] (*uwypuklając walor ekspresyjny; sugestywna ekspresja*). Jeśli chodzi o wykonawców, to powinni być ZAANGAŻOWANI [21] (*realizowane [...] z wielkim zaangażowaniem*), cechować się *temperamentem* [16] (*wykonawcom nie brak też temperamentu*) i BRAWURĄ [16] (*brawurowo wykonał koncert; pochody brawurowych akordów*). Choć z drugiej strony wysoko w hierarchii wartości odczuwanych stoją także: SPOKÓJ [16] (*spokojne tempo sprzyja też pięknie stylizowanemu ludowemu epizodowi; zniewala spokojem*), MELANCHOLIA [7] (*melancholijna melodia*), *wrażliwość* [11] (*wyjątkowa wrażliwość dyrygenta*). Widać zatem, że w cenie jest różnorodność emocji.

Często w kontekście pozytywnym pojawiają się w tekstach nazwy odczuć, mające w języku ogólnym wydźwięk negatywny np. *tragizm* [d.6]

¹¹ Np.: *potraktowane z najwyższą czułością niuanse; muzycy z dużym wyczuciem budują nastrój; znakomicie czuje subtelność tego utworu; zdumiewająca temperatura uczuć.*

(*przejmujący tragizmem polonez*), *melancholia* [d.6; i.7], *ponury* [i.7] (*konsekwentnie utrzymywany ponury nastrój*), *dziki* [i.5] (*dzika swoboda wykonania*). Jednak w przypadku dzieła sztuki wszelkie emocje, które oddziałują na słuchacza, to zjawisko pożądane. Chyba że „tragiczny” pojawia się jako określenie ogólnie wartościujące – ale takiego przypadku w *Ruchu Muzycznym* nie znalazłam.

Największą wadą interpretacji – w sferze odczuć – jest obojętność. Krytycy co prawda ganią czasem przesadną emocjonalność czy egzaltację interpretacji, jednak jest dużo gorzej, jeśli wykonanie jest pozbawione EMOCJI [5] (*przydałoby się [...] nieco więcej emocji i ekspresji; emocjonalnie obojętny maszyn dźwiękowy*), *grzeczne* [4] (*tylko Beethoven [tzn. jego utwór] wydał się bardzo grzeczny i konwencjonalny*), pozbawione *ekspresji* [4] (*odartłszy ją wręcz z ekspresji*), OSTROŻNE [3] (*ostrożność w stosowaniu niuansów agogicznych*), a wykonawca utworu *nie czuje* [4] (*nie czuje tak doskonale ducha włoskiej opery*).

5) Wartości intelektualne

Odbiór muzyki – a szczególnie muzyki klasycznej – to nie tylko emocje, ale także doznania poznawcze. Stanowią one ważną grupę wśród określeń wartościujących. Wartości intelektualne najbardziej cenione w przypadku dzieła to POMYSŁOWOŚĆ [12] (*pomysłowo operuje rejestrami*), ORYGINALNOŚĆ [10] (*oryginalna tonacja*), dużo TREŚCI i GŁĘBIA przekazu [6] (*bogactwo treści głęboko poruszających słuchacza; twórczość [...] to dążenie do prostoty i głębi zarazem*) i *przesłanie* [6] (*delikatność uczuć zawartych w przesłaniu Chopinowskim*), ale także CZYTELNOŚĆ [7] (*czytelny plan architektoniczny*) czy LOGIKA [4] (*logiczna konstrukcja*). Tak więc kompozytorska kreatywność ma ściśle wytyczone granice. Swoją drogą, większość dzieł dziś uważanych za wielkie była w swoim czasie niezrozumiana przez publikę i krytyków.

Osobną kategorią jest „trudność” dzieła, o której w recenzjach pisze się dużo, używając wyrazów: *trudny*, *skomplikowany*, *niełatwy*, *wymagający* [16]¹². Należy uznać ją za wartość intelektualną, jeśli jest mowa o dziele trudnym w odbiorze. (Trudnościom technicznym dzieła przyjrzymy się bliżej przy omawianiu wartości pragmatyczno-technicznych.) Podkreślanie „trudności” oznacza często, że utwór jest wyszukany, kunsztowny, zmusza do myślenia.

O tym, że *trudny* oznacza *wartościowy*, możemy się przekonać, obserwując konteksty, w jakich używane są słowa typu: *łatwy* i *prosty* (*twórczość [...] nie wychodziła jednak poza proste utwory*). Jeśli utwór określa się jako ŁATWY [3] (*mamy do czynienia ze sztuką ułatwioną*), to znaczy, że uważa się go za POWIERZCHOWNY [2], czyli pozbawiony głębszych treści (*dało się [...] odczuć [...] pewną powierzchowność; muzycznie całkiem powierzchowna aria*), BANALNY [2] (*utwory nużyły [...] banałem; zbliża się*

¹² Np.: *skomplikowana technika polifoniczna; jego sztuka [...] pozostaje wymagającym punktem odniesienia; późne dzieła Beethovena to muzyka niezwykle trudna*.

do piękna banalnie doskonałego), NIEWYSZUKANY [3] – to zresztą najczęściej pojawiające się antywartości intelektualne dotyczące dzieła.

Natomiast w przypadku wykonania krytycy najbardziej piętnują NIEŚWIADOMOŚĆ i NIEZROZUMIENIE [14] (*nie umiał znaleźć właściwego klucza do wewnętrznej zawartości tego arcydzieła; wydawało się nie wie zgoła, co właściwie śpiewa*), DZIWACZNOŚĆ [6] (*kadencja była trochę dziwaczna*), brak CZYTELNOŚCI [5] (*nie udało się uzyskać czytelności w gęstym fakturalnie [...] Adagio*). Tak więc ideałem jest trudne dzieło zagrane w taki sposób, aby słuchacze je doskonale zrozumieli.

6) Wartości i antywartości odwołujące się do zmysłów

Opisy muzyki – sztuki bardzo abstrakcyjnej – muszą posiłkować się metaforami synestezyjnymi – czyli takimi, które wrażenia słuchowe opisują za pomocą odniesień do innych zmysłów. Do systemu wartości i antywartości zaliczają się oczywiście także wyrazy opisujące wrażenia słuchowe o zabarwieniu pozytywnym lub negatywnym.

Największą grupę stanowią określenia dotyczące zmysłu wzroku. Stanowią 50,3% wyrazów wartościujących muzykę za pomocą odniesień do zmysłów.

Najwięcej jest wyrazów odnoszących się do barwy i światła. Za ich pomocą krytycy opisują najczęściej brzmienie (*wolałem lekkie, jasne, przejrzyste brzmienie bosendorfera*), ale także całość utworu lub wykonania (*ustępy solowe, nacechowane ciemnym, nieco melancholijnym kolorytem*). Wyrazy związane z kształtem, rysunkiem – odnoszą się najczęściej do melodyki utworu (*nadaje krągły kształt liniom melodycznym*) lub formy całego dzieła (*wyraźnie kształtują poszczególne odcinki formy*).

Najczęściej powtarza się w grupie wartości zmysłowych dotyczących wzroku BLASK (interpretacji) [33] (*pełna blasku uwertura; Mozart [...] lśni istic słonecznym blaskiem; błyszczy wirtuozerią*) i MIGOTLIWOŚĆ [6] w odniesieniu do dzieła (*migotliwa polifonia; migotanie figur ośmiódźwiękowych*). Często pojawia się także BARWNOŚĆ [d.5; i.18], która znaczy tyle co „różnorodność” (*zachwycająca barwność i dramaturgia liryków; gra [...] zachwycająco barwna*).

Do wartości zmysłowych należy wiele wyrazów wartościujących tylko ze względu na kontekst. Tak więc np. wyraz *ciemny* pojawia się zarówno wśród wartości [i.5]¹³ jak i antywartości [i.3]¹⁴. Nie dotyczy to jednak wyrazów związanych z jasnym światłem – nie występują one w kontekstach negatywnych.

Nieliczne antywartości pojawiają się tylko w odniesieniu do interpretacji. Krytykom najbardziej nie podoba się, jeśli wykonanie jest BEZBARWNE [2] (*niestety bezbarwnie było także na początku drugiej części*), linie melodyczne NIEWYRAŹNE [6] (*brakowało jasno rysowanych motywów*;

¹³ Np.: *brzmienie zespołu jest raczej ciemne, jakby osnute delikatną mgiełką.*

¹⁴ Np.: *jeśli dodać do tego ciemną barwę [...] zespołu [...] można odnieść wrażenie, że nagranie powstało nie przed kilku miesiącami, lecz [...] przed kilkunastu laty.*

zamazuje ją [barwę] w niskim rejestrze) lub ZNIEKSZTAŁCONE [2] (zniekształca krągłość tonu tuż przed wzięciem dźwięku).

Sporo miejsca w podsystemie wartości i antywartości zmysłowych zajmują metafory opisujące muzykę poprzez wrażenia dotykowe (zaliczam tu także wszelkie określenia związane z ciężarem) i smakowe. Stanowią one 38,7% wartości i antywartości zmysłowych.

Krytycy szczególnie cenią LEKKOŚĆ [d.6, i.25], CIEPŁO [d.2, i.6] i MIĘKKOŚĆ [d.2, i.11], (tu także takie przymiotniki, jak *jedwabisty i aksamiitny* – [i.8]) zarówno dzieła, jak i wykonania¹⁵. W przypadku utworu chętnie wskazują na GĘSTOŚĆ [5] (*dzieło jest przepełnione gęstą materią muzyczną; subtelne zagęszczanie i rozrzedzanie wielogłosowej faktury*) i BUJNOŚĆ [2] – jako określeń zalet (*bujność inwencji melodycznej*). Często oznacza to tyle co „bogaty”, „różnorodny”, „skomplikowany”.

Przymiotnik *ciężki* i pokrewne [7] najczęściej wskazują na błąd w interpretacji (*interpretacja ciężka; ociężały, nużący [...] masyw dźwiękowy*), ale pojawiają się także jako zalety wykonania [1] (*ciężkie, ponure tony marsza żałobnego*). Recenzentom nie podoba się też często zbytnia MASYWNOŚĆ [4] brzmienia (*z trudem przebijał się przez masywne brzmienie*), a także FORSOWANIE [2] dźwięku (*nie boi się ostrego dźwięku, ale nigdy go nie forsuje*).

W kontekstach pozytywnych występują czasem zaskakujące wyrazy, np. *ostry* [i.6] (*skrzypaczka nie boi się ostrego dźwięku*) czy *chropowaty* [1] (*lekko chropowata [barwa dźwięku]*). (Nie pojawiły się one ani razu w kontekstach negatywnych.) W grupie antywartości zmysłowych nie znajdziemy także przymiotnika *twardy* jako określenia brzmienia.

Wartości i antywartości związanych ze zmysłem dotyku jest w recenzjach zdecydowanie więcej niż tych związanych ze zmysłem smaku, takich jak: *słodycz* [i.6] (*ujmująca słodyczą swego sopranu*), *posmak* [d.2, i.3] (*posmak diabolicznej wirtuozerii*), czy *uczta* [i.3] (*prawdziwą ucztą były tańce*). W zasadzie występują one tylko jako wartości. Jedynie SŁODYCZ [d.2, i.1] może stać się wadą, jeżeli jest jej w wykonaniu czy dziele za dużo (*Bell nie uniknął przesłodzenia*).

Wyrażenia związane ze zmysłem słuchu, w których zawarty jest element oceniający, stanowią 11,4% wartości i antywartości zmysłowych.

Okazuje się, że instrumentem najbardziej cenionym przez krytyków jest... ludzki głos, gdyż ŚPIEWNOSĆ [d.8; i.9] jest najczęściej wymienianą wartością (*śpiewne andantino; śpiewność fraz*). Ważne także, aby głos czy ton instrumentu był *dźwięczny* [i.4] (*pianistyka subtelna, dźwięczna*) i *nośny* [4] (*prowadził narrację nośnym tonem*). Okazuje się, że w muzyce czasem dobrze jest też *huknąć* [i.1] (*może huknąć [...] ale zawsze w ramach najpiękniejszego belcanta*), *PISZCZEĆ* [i.2] (*piszkiwie dźwięki smyczków*), *GRZMIEC* [d.2] (*grzmiące pochody brawurowych oktaw*), *HAŁASOWAĆ* [i.1] (*dopiero hałaśliwe „Święto w Bagdadzie” podniosło temperaturę*) czy

¹⁵ Np.: *lekkie, przejrzyste brzmienie; ciepły ton; ujmująca ciepłem i łagodnością „pieśni altówek”; miękkie i plastyczne brzmienie.*

KRZYCZEĆ [i.2] (*powrót trąbkowego sygnału powinien być dramatycznym krzykiem*). Oczywiście z umiarem. Jeśli krzyku czy hałasu jest zbyt wiele – stają się one antywartościami [i.4] (*nie trzeba się spieszyć i „krzyczeć”, aby zyskać uwagę publiczności*), [2] (*w kodzie ostatniej części można znaleźć więcej poezji niż hałaśliwego triumfalizmu*). Krytycy posługują się także czasem dość rzadkim słowem *rzęzący* [4], które jednak najczęściej określa w sposób metaforyczny przesadną emocjonalność, nie zaś brzmienie (*delikatność uczuć [...] jest ważniejsza od [...] rzęzących dramatów; wielokrotnie powtarzane akordy [...] wielu pianistów traktuje jak wybuch rzęzących emocji*).

7) Wartości i antywartości pragmatyczno-techniczne

W przypadku tej grupy występują znaczne rozbieżności między określeniami wartościującymi dzieło i wykonanie. Często występującą, ale jednocześnie jedyną wartością przypisywaną utworom, jest ich TRUDNOŚĆ techniczna [33 – wraz z synonimami i wyrażeniami synonimicznymi] (*efektowna i trudna aria; dzieła wymagające prawdziwej wirtuozerii; gra tę niełatwą partię po mistrzowsku*). To dzięki nagromadzeniu w dziele różnych problemów technicznych wykonawca może wykazać się PRECYZJĄ [38] (*perkusista zachwycająco precyzyjny*), SPRAWNOŚCIĄ [14] (*imponowała sprawność i brzmienie klarnetu*), BIEGŁOŚCIĄ [7] (*biegłość [...] orkiestry i chóru nie budziły zastrzeżeń*) – najczęściej występującymi wartościami dotyczącymi interpretacji. Krytycy wysoko cenią także dobrą intonację, STROJENIE [19] instrumentów (*wiolonczele stroiły jak dzwon; doskonale intonujące rogi*) a także ZGRANIE [10] – w przypadku zespołów (*doskonale zgranie partii solowej i orkiestry; [pianista umiejący] nawiązać naprawdę bliską więź ze smyczkową częścią zespołu*).

Dobrze też, jeśli muzyk jest FACHOWY [2], KOMPETENTNY [4] i ogólnie PRZYGOTOWANY do wykonywania swej partii [18]¹⁶. Gorzej natomiast – jeśli techniczna strona utworu sprawia mu widoczną TRUDNOŚĆ [6] (*dźwięk [...] z trudem przebijał się przez brzmienie orkiestry; partia [...] była dla niego [...] jeszcze zbyt trudna*), jeśli jego gra jest NIEPRECYZYJNA, NIESELEKTYWNA [5] (*zabrakło precyzji perkusji*) lub jeśli wprowadza on do interpretacji jakieś zbędne [2] elementy (*bez zbędnych przerysowań*). Świadczy to o tym, że jest NIEPRZYGOTOWANY [4] do występu czy nagrania (*nie przygotował zespołu, ani – co gorsza – siebie samego do poprowadzenia trudnego utworu*).

O ile trudność techniczna dzieła jest zaletą, o tyle nie znajdziemy w recenzjach ŁATWOŚCI jako wady – wszak choć pole do wirtuozowskiego opisu jest tylko dodatkowym atutem dzieła, jego brak nie oznacza, że utwór jest zły. Zatem określeń antywartości praktyczno-technicznych, dotyczących dzieła w recenzjach, w *Ruchu Muzycznym* nie ma.

¹⁶ Np.: *dyrygent rzetelny i fachowy; tajemnica jego sukcesów [...] tkwi w niezwykłej kompetencji; filharmonicy – dobrze przygotowani i bardzo sprawni*.

8) *Wartości i antywartości opisujące muzykę za pomocą wyrażen związanych z innymi sztukami i wytworami człowieka*

W tej grupie najwięcej jest określeń związanych z językiem, literaturą i architekturą. Nieco mniej – dotyczących malarstwa czy tkactwa.

W przypadku pozytywnej oceny dzieła najczęściej występującym słowem jest przymiotnik *monumentalny* [10] (*monumentalny styl polifoniczny*), zazwyczaj określający wielkie budowle. Nie pojawia się on jako cecha interpretacji. Natomiast POETYCKOŚĆ [d.9; i.23] i LIRYCZNOŚĆ [d.7, i.16] to zalety ważne w przypadku i dzieła, i wykonania (*poetycki nastrój; skłonność do poetyzowania; dyrygent – poeta; liryczna fraza; liryka muzyczna*). Pojawiają się także w recenzjach metafory wartościujące, ujmujące muzykę jako mowę. Zaletą jest, jeśli muzyka opowiada HISTORIĘ [i.9] (*uporządkowanie utworów w kolejności [...] „opowiadającej” romantyczną historię; buduje wartką, pełną biegu opowieść*), instrumenty DIALOGUJĄ [i.13], ROZMAWIAJĄ [6] (*prowadzą równorzędny dialog; inteligentna, pełna radości rozmowa [o grze tria]; muzycy „gadają” licznymi szczegółami*), a frazy są WYPOWIEDZIANE [i.4] (*umiejętność wypowiedzenia się w dziedzinie intymnej liryki; dźwięki tematu wypowiedane są oddzielnie*).

Określenia wartościujące związane z malarstwem to np. *fresk* [i.1], *paleta* [i.1] (*dźwiękowy fresk; dramaturgiczna paleta barw a la Maria Callas*), z architekturą – *ornament* [i.7], *ARABESKA* [i.2], *fundament* [i.2] (*trylowy ornament; piękno arabskich współbrzmień; [pianista] daje za to wykonaniu mocny fundament*), z tkactwem – *koronka* [1] (*piano delikatne jak koronka*). Wszystkie stają się wartościami dopiero w odpowiednim kontekście.

Niewiele jest w tej grupie wyrazów wartościujących negatywnie. Jeśli krytycy już coś zarzucają, to np. *mało retoryczną grę* [i.2] czy brak *dramaturgii* [i.2] (*osłabić dramaturgię dzieła*).

9) *Wartości i antywartości dotyczące dokładności wykonania*

Można także określić tę kategorię jako wskazującą na „zgodność wykonania z zamierzeniami kompozytora”. Nie do wszystkich utworów ma ona zastosowanie; np. w baroku kompozytorzy pozostawiali wykonawcom ogromną dowolność interpretacyjną. Dopiero w późniejszych epokach twórcy zaczęli umieszczać w partyturach, oprócz nut, wskazówki dla wykonawcy. Jednak ilość takich wskazówek jest indywidualną sprawą twórcy. Niektórzy każą niemal każdą nutę grać w określony sposób, inni zaś zostawiają dużo swobody. Dlatego „zgodność wykonania z zamierzeniami kompozytora” w recenzjach sprowadza się często do „zgodności z oczekiwaniami recenzenta”. Krytycy zachowują się, jakby przeniknęli intencje twórców, więc istnieje kategoria oceny: stosunek wykonawcy do tekstu nutowego.

Najlepiej, jeśli wykonawca *podkreśli* [25], *ukáže* [20], *odda* [8] lub *przekáže* [8] intencje kompozytora, emocje zawarte w dziele, znaczenia fraz

i motywów (*podkreślała lekkość i wdzięk Mozartowskiej muzyki; zdołał ukazać niezwykle bogactwo partytury tego dzieła; oddała nastrój dedykacji utworu; spełniał rolę medium przekazującego bezpośrednio myśl kompozytora*). Często używanym przymiotnikiem jest także *właściwy* [23] – dość enigmatyczne określenie, które tu ma teoretycznie oznaczać „taki, jakiego chciał twórca” (*ewokowanie właściwego klimatu tego fragmentu dzieła; właściwy rodzaj ekspresji*), w praktyce jednak często znaczy: „taki, jaki podoba się publiczności” lub „taki, jaki podoba się mnie – krytykowi”. Jeśli wykonawca w oczekiwania nie trafi, pisze się, że interpretacja jest *niewłaściwa, nieodpowiednia* bądź *niestosowna* [9] (*nie umiał znaleźć właściwego klucza do wewnętrznej zawartości tego arcydzieła; umieszczenie orkiestry na otwartej scenie [...] okazało się niewłaściwe dla potrzeb muzycznych*). Chwali się także wykonania za *STYLOWOŚĆ* [19], co oznacza „interpretację w duchu epoki” (*bezbłędna stylowość frazowania; wycucie stylu belcanto; Menuety grane stylowo*).¹⁷ Inne wartości tej grupy to np. *pietyzm* [5], *STARANNOŚĆ* [3], *DOKŁADNOŚĆ* [3] (*budziła szacunek pietyzmem dla dzieła; gra tę muzykę składnie, starannie; wypełniał dokładnie to, co do niego należało*).

Do wad należą oczywiście *NIEDOKŁADNOŚĆ* [2] i *NIEZGODNOŚĆ* [2] wykonania z intencjami kompozytora¹⁸ a także sprzeniewierzenie się stylowi epoki (*NIESTYLOWY* – [2] (*niepokoił [...] brak wyraźnie zdeklarowanego stylu*)).

10) Wartości i antywartości społeczno-obyczajowe

W tej grupie określeń najczęściej wymieniane zalety dotyczące wykonania to *cieszą się uznaniem* [15] (*ich występy cieszą się zasłużonym uznaniem odbiorców*), *zasłużony* [14] (*długoletni i zasłużony szef Filharmonii Opolskiej*) i *słynny* [10] (*słynna w świecie Sinfonia Varsovia*). Często pojawiają się też słowa *szacunek, szacowny* [10], *ważny, ważki* [9], *powodzenie* [6], *sława* [6] (*darzony także szacunkiem wytrawnych melomanów; szacowna instytucja; ważniejsze nagrania; ważne wydarzenie sezonu; występy cieszą się dużym powodzeniem; cieszy się on sławą największego wiolonczelisty wszechczasów*). Natomiast wśród zalet dzieła najczęściej wymienia się jego... *EKSTRAWAGANCJĘ* [13] (*Beethoven jest w Menuecie [...] odważny i ekstrawagancki; cykl pieśni wzbogacony pewnymi „ekstrawagancjami” gatunkowymi*). Używa się tego słowa zwykle w znaczeniu: „oryginalny”, „nowatorski”, „nieszampowy”. Co ciekawe, *ekstrawagancki* czy *ekstrawagancja* nie pojawia się w kontekście negatywnym.

Inne, często używane określenia dotyczące dzieła, są takie same jak w przypadku wykonania. Liczy się *POPULARNOŚĆ* [12], *SŁAWA* [6], *powodzenie* [2] czy *PRESTIŻ* [2] (*znane i popularne utwory; jego sława jest*

¹⁷ Poglądy na temat „stylowości” są bardzo zmienne. Wykonania np. muzyki renesansowej, które były uważane za „stylowe” 30 lat temu, obecnie byłyby pod tym względem mocno krytykowane. Powiększa się jednak nasza wiedza o sztuce minionych epok.

¹⁸ Np.: *drobne niedokładności uporczywie przypominały, że muzyka Mozarta nawet dla najlepszych stanowi wyzwanie; cztery ostatnie dźwięki, akcentowane niezbyt chyba zgodnie z intencją kompozytora*.

poparta realnymi dokonaniem; słynny koncert; cykl koncertów [...] cieszy się powodzeniem).

Wątpliwości może budzić wyraz *kontrowersyjny* [d.2, i.1], który zakwalifikowałam jako jedyną antywartość w tym podsystemie aksjologicznym. Nie jest to wyraz z definicji negatywnie wartościujący, jednak używanie go w kontekstach typu: *wykonanie dobre, ale kontrowersyjne* sprawia, że tak go postrzegamy.

Podsystem wartości i antywartości społeczno-obyczajowych stosowany jest najczęściej do charakteryzowania wykonawców lub całego dzieła.

11) Wartości i antywartości moralne

Wyrazy tej grupy opisują najczęściej charakter muzyki lub zachowania wykonawców. Najczęściej wymieniane zalety interpretacji to jej PRAWDZIWOŚĆ [39], AUTENTYCZNOŚĆ [2], SZCZEROŚĆ [4] – co należy rozumieć jako zaangażowanie, nieudawanie emocji (*brzmi mądrze i prawdziwie; interpretacja włoskich muzyków jest prawdziwa; wypełnił Wielką Salę Konserwatorium autentycznym duchem Polski początku XIX wieku; koda była [...] szczerze romantyczna*). Często spotykamy też wskazania na SZLACHETNOŚĆ [d.2; i.25], określające zwykle brzmienie (*mezzosopran o szlachetnej barwie; szlachetność tonu; szlachetnie modernistyczna harmonia*) i GODNOŚĆ [d.2, i.11], które charakteryzują zachowanie wykonawców na scenie lub nastrój muzyki (*orkiestra godnie współpracowała z solistą; muzyka zachwycająca godnością*). Pojawia się też *szacunek* [i.11], określający stosunek publiczności do wykonania lub wykonawcy do dzieła, czy tradycji wykonawczej (*jego sztuka wykonawcza budzi szacunek*). POKORA [i.7] występuje w zasadzie tylko w jednym kontekście – określa stosunek wykonawcy do utworu i jego kompozytora (*pokora wobec tekstu Chopina*).

Dużo mniej jest oczywiście wartości moralnych opisujących dzieło; pojawiają się: GODNOŚĆ, ODPOWIEDZIALNOŚĆ [2] (*w realizowaniu swych zadań przejawia rzetelność, odpowiedzialność i niemalą intuicję*), SPRAWIEDLIWOŚĆ [2] (*dało się słyszeć, jak sprawiedliwie w całym Koncercie C – dur Mozart rozpiął sekwencje solowe i duety*) i SZLACHETNOŚĆ.

Określenia antywartości moralnych prawie w recenzjach nie występują. Jedyne dwa (*sprzeniewierzyć się* [2] i *wstydlivy* [1]) dotyczyły wykonania (*sprzeniewierzenie się barokowym pryncypiom budowy formy; wstydliva luka w naszej narodowej fonotece*).

12) Wartości i antywartości związane z ruchem w czasie i przestrzeni

W grupie wartości związanych z ruchem cenione są sprzeczne cechy. Zarówno w przypadku dzieła, jak i interpretacji najczęstszą zaletą jest PŁYNNOŚĆ [d.2, i.17] ruchu (*zdumiewała płynność narracji; odcinki solowe i zespołowe przeplatają się w sposób płynny*). W przypadku wykonania – jako wartości równie często pojawiają się: DYNAMIKA (tempa) [11]

(*prowadzona precyzyjnie i dynamicznie; prowadził dzieło [...] z należąną tej muzyce dynamiczną energią*) i SPOKÓJ, WOLNE TEMPO [11] (*spokojne tempo sprzyja też pięknie stylizowanemu, ludowemu epizodowi*). Wszystko zatem zależy od utworu. To, co w jednym jest wartością – w innym może stać się wadą. Jednak trzeba przyznać, że wśród zalet częściej pojawiają się wyrazy oznaczające szybkie tempo.

Wiele cech podkreślanych w tej grupie kojarzy się z ruchem wody np. *płynny, kołysać* [d.2; i.6] (*rozkołysana jazzowa improwizacja*), *wartki* [d.2; i.5] (*fragmenty brilliant [...] toczą się wartko; buduje wartką, pełną biegu opowieść*), *falować* [i.2] (*falujące quasi-jazzowe frazy*) lub ruchem niektórych istot żywych (np. *wić się* [d.2] – *wijąca się delikatnie, liryczna fraza*).

Według krytyków najczęstszą wadą wykonania jest *zbyt wolne tempo* [8] i STATYCZNOŚĆ [5] (*włączają muzykę w ciasny gorset wolnego tempa; interpretacja jest statyczna, ciężka i mało urozmaicona*). Ale znajdziemy też wśród określeń antywartości takie wyrazy, jak: *szybki* [2] (*zbyt szybkie tempo Scherza*), *zagoniony* [2] (*Symfonia [...] skrzyła się żywymi, ale nie zagonionymi tempami*), *przeszarżować* [2] (*Presto było nawet przeszarżowane*). Wniosek – najlepszy jest złoty środek.

13) Wartości i antywartości witalne

Jeśli chodzi o interpretację, to najważniejsze, aby wykonawca grał z ŻYCIEM [28] (*jej umiejętność nadania muzyce życia; pełna życia orkiestrowa introdukcja*), zaś w przypadku dzieła liczy się DOJRZAŁOŚĆ (stylu) [5] (*dojrzała twórczość; dojrzałość przemyśleń i pomysłów muzycznych*). Na dalszych pozycjach w hierarchii wartości dzieła znajdują się: WITALNOŚĆ [4] (*efektowna, witalna motywika; witalność bogactw rytmicznych*) i DOŚWIADCZENIE¹⁹ [2] (*artysta o [...] bogatym doświadczeniu*), a w przypadku hierarchii wartości interpretacji – DOŚWIADCZENIE [15] (*doświadczony wykonawca*) i DOJRZAŁOŚĆ [14] (*dojrzałe interpretacje*).

Antywartości witalne dotyczą tylko interpretacji. Zarzuca się wykonawcom niedoświadczenie [3] (*daje o sobie znać jego niewielkie jeszcze doświadczenie*) i brak życia [2] (*przedstawienie [...] choć barwne i ruchliwe – nie ma w sobie życia*) w ich muzyce.

14) Wartości i antywartości związane z nowatorstwem bądź jego brakiem

W tej grupie aksjologicznej wśród wartości pojawiają się znów antonimy. Zarówno w przypadku dzieła jak i interpretacji ceni się wysoko NOWOŚĆ [d.8; i.9], NOWATORSTWO [d.5], NOWOCZESNOŚĆ [d.4; i.3] (*wprowadzają do mozartowskiej tradycji nową jakość; najbardziej nowatorski wśród kompozytorów; Beethovena tak nowoczesnie romantycznego nie słyszałem nigdy; nowoczesny koncert*), ale o ile w przypadku dzieła są to najważniejsze zalety, o tyle w odniesieniu do interpretacji najczęściej

¹⁹ Doświadczenie może być traktowane także jako wartość poznawcza, ponieważ jednak na ogół ściśle związane jest z wickiem – zaliczam je tu do wartości witalnych.

– jako wartość – wymieniany jest szacunek dla TRADYCJI [11] (*kontynuowanie pięknych tradycji Paderewskiego*).

Co do antywartości panuje zgodność – zły jest przesadny TRADYCJONALIZM [d.4], [d.3] (*opinie przypisujące Szostakowiczowi ponury tradycjonalizm*), KONSERWATYZM [d.3] (*konserwatywny język dźwiękowy*) i ANACHRONIZM [i.4] (*anachroniczne rozumienie baroku*) – zarówno w wypadku dzieła, jak i wykonania. Nie ma za to „źle pojętej nowoczesności”.

15) Wartości metafizyczne

W przypadku określeń dotyczących sfery niematerialnej mamy do czynienia tylko z wartościami. Za pomocą wyrazów kojarzących się z duchowością, transcendencją, krytycy próbują przede wszystkim oddać nastrój muzyki. Najczęściej spotykaną i najogólniejszą wartością wykonania jest DUCHOWOŚĆ muzyki [15] – „to coś”, co sprawia, że muzyka porusza słuchaczy (*niepowtarzalne duchowe porozumienie; gra po prostu z duszą*). Inne wartości metafizyczne zależne już są od charakteru utworu. I tak – w niektórych zaletą będą: MISTYCYZM [d.5, i.3], MEDYTACJA [d.3, i.7], NIEBO [i.4], KONTEMPLACJA [d.8]²⁰. W innych zaś: SZATAŃSKI [i.1] czy *piekło* [i.2]²¹. Najważniejsze, żeby nie było nudno.

Podsumowanie

Istnieje wiele metod, za pomocą których można próbować wyrazić niewyrażalne czyli opisywać muzykę. Badanie już istniejących sposobów, a także poszukiwanie nowych uważam za fascynujące zadanie. Celem tego artykułu było opisanie małego wycinka tego zagadnienia, czyli słownictwa wartościującego, obecnego w recenzjach płyt, koncertów i spektakli, publikowanych w *Ruchu Muzycznym*. Staralam się pogrupować badane słownictwo w podsystemy aksjologiczne i ustalić, które z nich są przez recenzentów najczęściej używane. Moim celem była także odpowiedź na pytanie: do czego krytycy przywiązują większą wagę – do samego dzieła czy jego wykonania.

Wyniki pokazały, że wielu recenzentów, postawionych przed trudnym zadaniem oceniania muzyki, jest skłonnych wybrać najłatwiejszą z metod – wartościowanie wprost, za pomocą ogólników, które niewiele mówią czytelnikowi. Oczywiście w recenzjach pojawiają się też wartościujące metafory, opisujące muzykę za pomocą ludzkich zachowań i cech charakteru, transponujące wrażenia słuchowe na inne zmysły, odnoszące się do wartości moralnych, witalnych czy metafizycznych, próbujące opisać muzykę poprzez odniesienia do innych sztuk czy języka. Można jednak bez przesady

²⁰ Np.: *liryka, medytacja, nawet powiew mistyki dominuje w trzech z dwudziestu „Spojrzeń na Dzieciątko Jezus”*; *interpretacja na wskroś medytacyjna; niebiańskie harmonie; efekt „niebieskiego pyłu, dotyku Ducha Świętego”*; *kontemplacyjny nastrój*.

²¹ Np.: *szatańsko wykonana kadencja; wielki bęben brzmi, jakby jego głos dochodził z piekieł*.

dy stwierdzić, że nie grzeszą one oryginalnością, nie wychodzą poza obręb pewnych utartych i popularnych od lat sposobów metaforycznego ujmowania świata dźwięków.

Może właśnie taki schematyczny sposób pisania o muzyce jest jednym z czynników, które sprawiają, że tradycyjna specjalistyczna prasa muzyczna pozostawia w oczach melomanów tak wiele do życzenia? Równocześnie trzeba odnotować, że pojawiają się w Polsce czasopisma, które starają się wnieść ożywczy powiew do skostniałego języka, jakim pisze się o muzyce. To jednak temat na kolejny artykuł...

MAŁGORZATA RODAK

PORÓWNANIE POLSKIEJ I NIEMIECKIEJ EDYCJI MAGAZYNU DLA NASTOLATKÓW *BRAVO*

Próba porównania polskiej i niemieckiej edycji *Bravo*, przedstawiona poniżej, ma ukazać podobieństwa i różnice tych dwóch wydań – jak głosi slogan reklamowy często umieszczany jako podtytuł tego pisma – „najpopularniejszego magazynu dla nastolatków w Europie”.

Bravo z założenia jest pismem lekkim i łatwym w odbiorze, bez tendencji moralizatorsko-dydaktycznych. Skupienie się na plotkach o gwiazdach i gwiazdkach oraz poradach dla zdesperowanych nastolatków u progu wieku dojrzewania stanowi o charakterze tego pisma. Obie edycje, polska i niemiecka, lansują określony styl życia, wychowują młodych konsumentów, nastawionych na relaks i łatwą rozrywkę, opartą na muzyce, sensacji, zabawie.

W Polsce pismo pojawiło się w 1991 r. – po przemianach, jakie się dokonały na rynku mediów i wraz z podobnymi sobie kolorowymi magazynami szybko zdobyło popularność dzięki atrakcyjnej formie, odróżniającej je od znanych dotąd pism dla młodych ludzi, a upowszechniane przez nie wzory zachowań i wartości stały się przedmiotem publicznej debaty oraz krytyki przede wszystkim ze strony środowiska radykalnej prawicy, upatrującego w kolorowych magazynach dla młodzieży siłę demoralizującą i kwestionującą tradycyjne autorytety¹.

Bogata oferta czasopism młodzieżowych daje obecnie młodym ludziom możliwość dokonania wyboru magazynu, który odpowiada indywidualnym preferencjom i zainteresowaniom. Jednak niebezpodstawnie to właśnie *Bravo* nazywane jest przez wydawcę najpopularniejszym magazynem dla młodzieży. Według danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy dotyczących 2005 r. pismo to osiągnęło najwyższe nakłady², wyprzedzając pozostałe popularne magazyny młodzieżowe.

¹ Zob. J. Kołodziej, Dobro, zło i inne wartości w czasopismach młodzieżowych, *Zeszyty Prasoznawcze* 2002 nr 1–2, s. 59–80.

² Zob. Komunikat ZKDP o wysokości nakładów i dystrybucji tytułów kontrolowanych w 2005 r. [<http://www.zkdp.pl>]; średni nakład jednorazowy *Bravo* to 352 354 egzemplarzy; *Popcornu*: 231 929; *Dziewczyny*: 212 545.

Pierwszy numer niemieckiej edycji w RFN wydano 26 sierpnia 1956 r. z podtytułem *Magazin für Film und Fernsehen* (w dosłownym tłumaczeniu: *Magazyn filmowy i telewizyjny*). Można w nim było znaleźć informacje dotyczące gwiazd kina i telewizji. *Bravo* szybko stało się liderem na rynku magazynów dla młodzieży, prezentując lekkie treści, będące nowością dla społeczeństwa zachodnioniemieckiego lat pięćdziesiątych. Jak twierdzą przedstawiciele wydawnictwa, to właśnie za sprawą *Bravo* w pokojach nastolatków zawisły podobizny gwiazd, dzięki plakatom dołączanym do magazynu. Pierwszym posterem prezentującym gwiazdę kina w „naturalnych rozmiarach” był plakat Brigitte Bardot z 1959 r.

W 1962 r. na łamach *Bravo* pojawił się kącik porad – pierwsza tego typu rubryka dla młodych ludzi w Niemczech. W 1966 r.³ Rozgłos pismu przyniosła też trasa koncertowa zespołu The Beatles, w Niemczech nazwana „BRAVO – Beatles – Blitztournee”.

W 1968 r. Wydawnictwo Bauer przejęło *Bravo* od konkurencyjnego Wydawnictwa Axel Springer – dotychczasowego wydawcy. W Polsce wydawanie *Bravo* rozpoczęto w 1991 r. (równocześnie weszło na rynek czeski i słowacki). Obecnie *Bravo* jest największym magazynem dla młodzieży w Europie, wydawanym w Niemczech, Polsce, Czechach, na Węgrzech, Słowacji, w Rumunii, Serbii, Rosji, Portugalii i Hiszpanii, a poza Europą – w Meksyku.

Pierwsze polskie numery pisma były przekładami wersji niemieckiej, o których wierności świadczą imiona osób wypowiadających się w sondach czy listach (Marko, Sven, Ines, Sascha, Petzi), a także reportaże dotyczące Niemiec⁴. Po zadomowieniu się na polskim rynku, *Bravo* dostosowało treści do polskiego czytelnika.

Obecnie magazyn ten czyta w Niemczech młodzież w wieku od 10 do 19 lat. Wydawany jest w każdą środę w średnim nakładzie 455 603 egzemplarzy⁵. Prócz wydawanych także w Polsce *Bravo GIRL!* oraz *Bravo Sport* – w niemieckich kioskach znaleźć można *Bravo Screenfun* (magazyn o grach komputerowych), *Bravo HIP HOP Special* (dla miłośników muzyki hip – hopowej), *Bravo TV* (poświęcony programowi stacji PRO7). Pod nazwą *Bravo HITS* wydawane są płyty z przebojami muzycznymi, *Bravo Mobile* to oferta telefonii komórkowej, a *bravo.de* oraz *bravo.pl* to portale internetowe dla młodych Niemców i młodych Polaków.

Porównanie polskiej i niemieckiej edycji magazynu *Bravo* rozpocznę od krótkiej charakterystyki odbiorców obu mutacji pisma. Status społeczny, wykształcenie rodziców czy systemy edukacyjne obu krajów, kulturowe

³ Dla fanów zespołu przygotowano wtedy cztery specjalne pociągi, którymi można było się dostać na miejsce koncertu. Nazwano je na cześć członków zespołu The Beatles: Zawrotny John, Szybki George, Toczący się Ringo i Latający Paul [www.bravo.de].

⁴ Zob. D. Załęcka, Propaganda moralnego luzu na przykładzie czasopism *Bravo*, *Bravo Girl!*, *Dziewczyna*, [w:] J. Oddżyński, S. Sniatkowski (red.), Wartościowanie w dyskursie edukacyjnym, Kraków 1999.

⁵ Źródło: <http://www.ivw.de> IVW styczeń 2007r.; IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. – stowarzyszenie przedstawicieli reklamowych zajmujące się obserwowaniem i badaniem rynku.

i społeczne różnice między młodymi Polakami i Niemcami – różnicują ich także jako odbiorców mediów.

O ile dla Polaków w hierarchii grup społecznych nadal ważne miejsce zajmuje naród, o tyle dla Niemców ważniejszy jest *Heimat*, czyli tzw. mała ojczyzna. Dla obu grup obecnie nie mają większego znaczenia subkultury ideologiczne – poczucie przynależności oparte jest raczej na komercyjnych wartościach, takich jak: moda, przywiązanie do znanych, renomowanych marek oraz produktów rekomendowanych przez młodzieżowe stacje radiowe i telewizyjne oraz tzw. lifestylowe⁶ czasopisma.

Badania socjologiczne nad młodzieżą wskazują na dziedziny, w których istnieje podobieństwo postaw oraz na te, w których widać odmiennosc poglądów i zachowań w odniesieniu do dorosłych, a także do rówieśników z innych krajów. Szczególnie urozmaicony obraz młodzieży wyłania się z analiz dotyczących spędzania wolnego czasu⁷.

Formy aktywności podejmowane przez młodzież w wolnym czasie uzależnione są głównie od posiadanych środków finansowych. Elementem różnicującym młodych Polaków i Niemców jest także przywiązanie do rodziny i prywatności widoczne szczególnie w pierwszej grupie. Stąd młodzi mieszkańcy Polski częściej niż ich rówieśnicy z Zachodu wybierają domowe formy wypoczynku⁸. W Niemczech ponad 80% młodzieży deklaruje, że najchętniej spędza czas wolny z przyjaciółmi, w Polsce – jedynie 58%. W Polsce rodzina jest powszechnie wskazywana w odpowiedzi na pytanie o najważniejsze wartości. W Niemczech to miejsce przypada przyjaciołom⁹.

Młodzież z obu krajów w ramach wypoczynku najchętniej słucha w domu muzyki¹⁰, przebywa z przyjaciółmi oraz spotyka się ze swoim chłopakiem/dziewczyną. Inne wymieniane formy spędzania wolnego czasu to podróże, sen i oglądanie telewizji, najpopularniejszej z mediów. Młodzi Niemcy z upodobaniem spędzają również czas na rozmowach telefonicznych ze znajomymi (43%), na prywatkach (52%) oraz w kinie (40%). Młodzi Polacy chętniej uprawiają sport, robią zakupy i kibicują sportowcom. Natomiast na czytanie gazet, jako na jedną z ulubionych form spędzania wolnego czasu wskazuje 26% Polaków i 14% Niemców!¹¹

W oficjalnych wypowiedziach wydawców polskiej edycji *Bravo* można znaleźć informację, iż pismo to przeznaczone jest dla odbiorców w wieku 15–19 lat; dociera jednak nie tylko do tej grupy, lecz również do czytelników

⁶ Magazyny promujące nowe trendy i określony styl życia z owymi trendami zgodny.

⁷ Zob. K. Koseła, B. Jonda, *Młodzi Polacy i młodzi Niemcy w nowej Europie*, Warszawa 2005. Publikacja jest owocem współpracy międzynarodowego zespołu socjologów, którzy na przełomie 2001 i 2002 roku przeprowadzili kwestionariuszowe badania porównawcze wśród młodych (15–24 lata) mieszkańców Niemiec i Polski.

⁸ Por. B. Jonda, *Znaczenie czasu wolnego i formy jego spędzania* [w:] K. Koseła, B. Jonda, *Młodzi Polacy i młodzi Niemcy w nowej Europie*, Warszawa 2005, s. 327.

⁹ Zob. B. Jonda, *op. cit.* s. 331–332.

¹⁰ 71% nastoletnich Polaków wskazało na tę formę aktywności jaką ulubioną, zaś młodych Niemców – 54% [*ibidem*].

¹¹ *Ibidem*.

ków między 11 a 14 rokiem życia. Średni nakład dwutygodnika *Bravo* w Polsce to 349 992 egzemplarzy¹². Według danych wydawnictwa czytelnictwo magazynu rozumiane jako liczba odbiorców jednego wydania pisma to 972 000 osób¹³.

Ze skonstruowanego przez wydawnictwo Bauer profilu czytelnika polskiego *Bravo* wywnioskować można, iż magazyn czytają przede wszystkim młode kobiety mieszkające na wsi i w miastach do 50 tysięcy mieszkańców. Badania przeprowadzono jednak na grupie czytelników powyżej 15 roku życia, nie uwzględniając młodszych odbiorców pisma. Omówione wyżej dane pochodzą z 2006 r. i znaleźć je można na oficjalnej stronie internetowej wydawnictwa.

Nurtowi prasy, do którego należy magazyn *Bravo*, zarzuca się przede wszystkim propagowanie *moralnego luzu*¹⁴, wychowywanie przyszłych klientów i konsumentów, kreowanie produktów kultury masowej oraz kształtowanie potrzeb konsumpcyjnych. Krytycy twierdzą, że świat przedstawiony na kolorowych stronach ma z faktycznym życiem młodzieży dużo mniej wspólnego niż to, co przed laty opisywał *Świat Młodych*¹⁵.

Krótką charakterystyka działów pisma

Treści zamieszczane w polskim wydaniu magazynu *Bravo* podzielone są na 5 działów: *Gwiazdy*, *Samo życie*, *Bez tabu*, *Na luzie* oraz *Info*.

Gwiazdy to dział poświęcony ludziom muzyki, filmu i telewizji – idolom nastolatków. Na treść składają się przede wszystkim plotki z ich życia, sensacyjne doniesienia w postaci krótkich notatek opatrzone kolorowymi zdjęciami. Mają zazwyczaj formę trzy lub czterozdaniowej wypowiedzi. Można zaryzykować stwierdzenie, iż ich forma, poprzez specyficzną stylizację i krzykliwość nadaje znaczenie zazwyczaj dość błahej treści. Dział *Gwiazdy* dopełniają także obszernie wywiady opatrzone kolorowymi fotografiami. Większość ich bohaterów to muzycy, rzadziej aktorzy.

Samo życie to dział, w którym znaleźć można reportaże o młodych ludziach uwikłanych w różne problemy, opowiadają o ich tragediach, pokazują przykłady nastolatków walczących z losem (np. niepełnosprawnych). Bohaterem jest zawsze osoba pochodząca z Polski. *Bravo* podkreśla tym samym, iż jest zakorzenione w polskich realiach. Pojawiają się również zdjęcia – często wstrząsające, o ujęciach charakterystycznych dla tabloidów. W tym dziale znajduje się także horoskop oraz rubryka *Raport* zawierająca

¹² Źródło: <http://www.zkdp.pl> ZKDP styczeń 2006r. – grudzień 2006 r.

¹³ Źródło: <http://www.bauer.pl>; Polskie Badania Czytelnictwa, MillwardBrown SMG/KRC, grupa 15+, luty 2006 r. – styczeń 2007r.

¹⁴ Zob. D. Załęcka, Propaganda moralnego luzu na przykładzie czasopism *Bravo*, *Bravo Girl!*, *Dziewczyna* [w:] J. Ożdżyński, S. Śniatkowski (red.), Wartościowanie w dyskursie edukacyjnym, Kraków 1999 r.

¹⁵ Zob. P. L e g u t k o, Na przekór luzakom. Wydawcy prasy powinni nastolatków traktować poważniej niż dorosłych, *Rzeczpospolita* 19.09.2002 r., s. A8.

zarówno teksty, dotyczące aktualnych problemów młodzieży, jak i materiały o życiu jej idoli.

Dział *Bez tabu* poświęcony jest takim tematom, jak: problemy nastolatków, miłość, seks, czy pielęgnacja ciała. W tym dziale znajduje się rubryka *Wypowiedz się*, gdzie drukowane są listy czytelników oraz typowa rubryka poradnikowa – *Trudne pytania* poświęcona zwykle kwestiom seksu, dorastania i ciała.

W *Bez tabu* pojawiają się też obszernie teksty związane np. z walką ze stresem egzaminacyjnym i skutecznymi sposobami zwiększenia efektywności nauki, ale też antykoncepcją, rozpoczęciem aktywności seksualnej, flirtem czy pielęgnacją ciała. Zawiera je obszerna, zwykle dwukolumnowa rubryka *Temat numeru*.

Dział *Na luzie* składa się najczęściej z rubryk *Rozrywka*, *Psychotest*, *Humor*.

Info to zbiorczy dział zawierający w treści informacje dotyczące mody, kina i telewizji. Zawiera rubrykę *Style* z poradami, jak modnie się ubrać, naśladując gwiazdy. Prezentuje premiery kinowe oraz wywiady z gwiazdami kina i telewizji. Rubryka *Muza* zawiera *Listę Bravo*. Na poszczególne utwory czytelnicy głosują za pomocą SMS. Znaleźć tam można recenzje płyt, zapowiedzi koncertów oraz tłumaczenia tekstów obcojęzycznych piosenek (*Songbook*).

Niemiecka edycja magazynu podzielona jest na 6 działów. Są to: *Gwiazdy*, *Rozrywka*, *Życie*, *Miłość*, *Film i Telewizja*¹⁶.

Gwiazdy to dział poświęcony idolom. Składają się na niego rubryki *BRAVO Nowości*, *Gwiazdy – aktualności*, *Sprawdź!*, *Lista nowości*, *Wyjście*¹⁷ oraz *Songbook*, prezentująca tłumaczenia tekstów piosenek.

BRAVO Nowości to rubryka z krótkimi informacjami z życia idoli. *Jej kot potrafi telefonować*, *Pirat zupełnie prywatnie*, *Perfekcyjne zęby na receptę*, *Tak wygląda prawdziwa miłość*, *Miłosny urlop z Cameron*¹⁸ to przykładowe nagłówki tych tekstów. W obszernej rubryce *Gwiazdy – aktualności*, zamieszczane są wywiady z idolami. *Sprawdź!* – za pomocą krótkich tekstów i zdjęć okładek prezentuje płyty, filmy oraz gry. Rubryka *Wyjście* znajduje się najczęściej na ostatniej kolumnie magazynu. Zawiera zazwyczaj kolejne ciekawostki z życia idoli.

Na dział *Rozrywka* składają się rubryki *Gwiazdy – rozrywka*, *Zupełnie z boku!* oraz *Rozrywka*¹⁹.

Rubrykę *Gwiazdy – rozrywka* stanowią treści, dotyczące życia gwiazd, prezentowane na przykład w formie zdjęć zrobionych „z zaskoczenia”, opatrzonych zabawnymi podpisami. *Zupełnie z boku!* prezentuje wypowiedzi

¹⁶ Kolejno: *Stars*, *Fun*, *Life*, *Love*, *Movie*, *TV*.

¹⁷ *Bravo news!*, *Stars aktuell*, *Check!*, *Chart news*, *Exit*.

¹⁸ *Ihre Katze kann telefonieren*, *Der Pirat ganz privat*, *Perfekte Zaehne auf Rezept*, *So sieht wahre Liebe aus*, *Liebesurlaub mit Cameron*.

¹⁹ *Star Fun*, *Voll daneben!*, *Fun*.

czytelników, opisujących zabawne sytuacje, w jakich się znaleźli. W rubryce *Rozrywka* znaleźć można przede wszystkim dowcipy.

Życie to dział znów wypełniony rozrywką, ale prezentowaną w innej formie. Zawiera rubryki: *Test, Horoskop, Hallo Bravo, Fotoopowieść i Styl*²⁰. W *Hallo Bravo* można znaleźć listy od czytelników, komentujących treść i wygląd magazynu, dziękujących za plakaty i informacje o idolach. *Styl* prezentuje modę.

Dział *Miłość* zawiera rubryki *Dr Sommer – godziny przyjęć* oraz *Kontrola ciała*²¹. Pierwsza jest typowo poradnikowa. Zawiera listy czytelników opisujących swoje problemy dotyczące zdrowia, kontaktów seksualnych i dojrzewania. Na ich pytania odpowiadają cztery osoby (*Dr Sommer-Team*). Tego typu porady dla anonimowych czytelników po raz pierwszy zamieszczono w *Bravo* w 1962 r.

Rubryka *Kontrola ciała* (z podtytułem: *To właśnie ja!*²²) zawiera zdjęcia dwojga młodych ludzi – chłopca i dziewczyny. Prezentują się oni na łamach pisma nago, odnosząc się do wad i zalet swego ciała. Pod zdjęciem zamieszczany jest krótki wywiad z bohaterem, w którym odpowiada on na pytania, dotyczące kontaktów z płcią przeciwną, kompleksów i stosunku do własnego ciała.

Dział *Telewizja* zawiera przede wszystkim wywiady z gwiazdami telewizji i jest najmniej obszernym działem pisma.

Porównanie działów i rubryk obu wydań magazynu prezentuje tabela 1.

Największy procentowy udział w treści polskiego wydania *Bravo* ma dział *Gwiazdy* i jest to 28% wszystkich badanych²³ tekstów magazynu (zarówno krótkich notatek, jak dłuższych wypowiedzi), kolejno 16% i 13% tekstów zawierają działy: *Samo życie* oraz *Info*, a 8% i 7% – *Na luzie* i *Bez tabu*.

Największy udział w zawartości niemieckiej edycji pisma ma dział *Gwiazdy* – to 42% tekstów, 17,5% przypada na dział *Życie*. Pozostałe działy mają znacznie mniejszy udział w budowaniu zawartości: *Miłości* poświęcone jest 5%, *Rozrywce* – 4,5%, a *Filmowi* i *Telewizji* kolejno 3,5% i 2,9%.

Na podobieństwa obu wydań składają się w tym przypadku przede wszystkim czynniki określające profil pisma. *Najpopularniejszy magazyn dla nastolatków* aspiruje do miana czasopisma poświęconego w znacznej

²⁰ *Test, Horoskop, Hallo Bravo, Foto-Roman, Style*.

²¹ *Dr. Sommer – Sprechstunde; Bodycheck*.

²² *That's me!*.

²³ Badana próba obejmuje polskie i niemieckie numery magazynu pochodzące z 2004, 2005 i 2006 r. Próba pobrana z niemieckiej edycji pisma pochodzi z 2006 r. i obejmuje następujące numery: 2 (4.01), 5 (25.01), 8 (15.02), 9 (22.02), 11 (8.03), 14 (29.03), 16 (11.04), 18 (26.04), 19 (3.05), 21 (17.05), 25 (14.06), 27 (26.06), 29 (12.07), 31 (26.07), 34 (16.08), 36 (30.08), 38 (13.09), 40 (27.09), 44 (25.09), 46 (8.10), 48 (22.10), 50 (6.12), 52 (19.12); Próba pobrana z polskiej edycji pochodzi z lat 2004, 2005 oraz 2006 i obejmuje następujące numery: 1 (12.01.06), 2 (26.01.06), 3 (10.02.06), 4 (23.02.06), 5 (10.03.06), 6 (24.03.06), 7 (6.04.06), 8 (20.04.06), 9 (4.05.06), 10 (18.05.06), 12 (15.06.06), 13 (30.06.06), 14 (13.07.06), 15 (27.07.06), 16 (10.08.06), 17 (24.08.06), 18 (7.09.06), 19 (21.09.06), 20 (5.10.06), 21 (19.10.06), 22 (21.10.06), 23 (4.11.06), 26 (18.12.06). Niemieckie numery magazynu liczą średnio 84 strony, polskie zaś – 62. Niemiecka edycja pisma jest tygodnikiem, polska – dwutygodnikiem.

Tabela 1. Podział polskiego i niemieckiego wydania magazynu *Bravo* na działy i rubryki tematyczne

Polska edycja magazynu <i>Bravo</i>		Niemiecka edycja magazynu <i>Bravo</i>	
Dział	Rubryka	Dział	Rubryka
1. Gwiazdy	1.1. Show-biznes 1.2. Gwiazdy 1.3. Wywiad 1.4. Hip hop 1.5. Rock	1. Gwiazdy	1.1. BRAVO Nowości 1.2. Gwiazdy – aktualności 1.3. Sprawdź! 1.4. Lista nowości 1.5. Wyjście 1.6. Songbook
2. Samo życie	2.1. Reportaż 2.2. Fotoopowieść 2.3. Raport 2.4. Horoskop	2. Rozrywka	2.1. Gwiazdy – rozrywka 2.2. Zupełnie z boku! 2.3. Rozrywka
3. Bez tabu	3.1. Temat numeru 3.2. Wypowiedz się 3.3. Trudne pytania	3. Życie	3.1. Test 3.2. Horoskop 3.3. Hallo Bravo 3.4. Fotoopowieść 3.5. Styl
4. Na luzie	4.1. Psychotest 4.2. Rozrywka 4.3. Humor	4. Miłość	4.1. Dr Sommer – godziny przyjęć 4.2. Kontrola ciała
5. Info	5.1. Style 5.2. Kino 5.3. Muza	5. Film	
		6. Telewizja	

mierze muzyce i to właśnie tego typu treści znajduje się w nim najwięcej. Dominują – zarówno w polskiej, jak i niemieckiej edycji – wywiady z idolami młodych ludzi, plotki z ich życia, recenzje płyt. Gwiazdy i gwiazdki towarzyszą czytelnikowi od pierwszej do ostatniej strony magazynu, pojawiając się też w quizach, horoskopach i psychotestach. W przypadku niemieckiego *Bravo* informacji tych jest znacznie więcej niż w polskim wydaniu.

W polskiej edycji magazynu pojawia się niewiele artykułów będących w miarę dokładnymi tłumaczeniami tekstów z niemieckiego odpowiednika. W badanej próbie znalazło się tylko siedem takich tekstów (wywiadów oraz reportaży). Podważa to tezę, iż polskie *Bravo* jest jedynie kalką swego niemieckiego odpowiednika. Teksty te pojawiły się po czterech, siedmiu, a nawet – w jednym przypadku – po ośmiu tygodniach od publikacji w niemieckim *Bravo*.

W obu wersjach magazynu inny jest więc układ działów tematycznych. Istnieją również wyraźne różnice ilościowe. *BRAVO Nowości*, dział niemieckiego *Bravo* zawiera na przykład trzykrotnie więcej krótkich informacji i plotek ze świata gwiazd niż analogiczny polski dział – *Show-biznes*.

Szczególną różnicę między wersjami pisma można zauważyć w rubrykach, w których zamieszczane są reportaże oraz teksty o problemach współczesnej młodzieży. W polskiej edycji teksty opisują tragedie młodych ludzi lub ich walkę ze słabościami²⁴. W niemieckim wydaniu podobne teksty to rzadkość. Częściej pojawiają się informacje, dotyczące akcji, jaką podjęło pismo w Niemczech, np. *Nie odwracaj wzroku! BRAVO – Gwiazdy przeciwko przemocy w szkole*²⁵. Widocznie wydawcy zakładają, że młodzi odbiorcy magazynu pochodzący z dwóch różnych krajów wyznają inne wartości, ich zainteresowanie skupia się na różnych dziedzinach. Oba wydania pisma różnią się więc sposobem prezentowania treści dotyczących szkoły czy też aktualnych problemów nastolatków.

Kolejną różnicą między polskim i niemieckim *Bravo* jest ujęcie tematu seksualności człowieka (np. różne są treści listów od czytelników). Tematy prezentowane na łamach niemieckiego *Bravo* nie miałyby szans na publikację w polskim piśmie młodzieżowym, a gdyby do tego doszło – wzbudziłyby powszechne oburzenie. Polskich nastolatków interesuje inicjacja seksualna, antykoncepcja czy martwi strach przed niechcianą ciążą. Ich niemieccy rówieśnicy pytają przede wszystkim o możliwość zarażenia się wirusem HIV czy kontakty seksualne między osobami tej samej płci. Żaden z tych tematów nie pojawił się w próbie zaczerpniętej z polskiej edycji *Bravo*. Wypowiedzi młodych Niemców dotyczące seksu są również śmielsze, a swoją inicjację seksualną opisują o wiele młodszy czytelnicy (czternasto- i piętnastolatki) niż w wydaniu polskim.

Występowanie gatunków dziennikarskich

Jak często na łamach omawianego pisma polski lub niemiecki czytelnik może zetknąć się z poszczególnymi gatunkami dziennikarskimi, a zatem jakie gatunki są najczęściej wykorzystywane przez obie redakcje? Wyniki porównania wskazuje tabela 2.

Natomiast pomiar ilości znaków (liter i spacji) przypadających w próbie na teksty utrzymane w określonych konwencjach gatunkowych (patrz tabela 3) wskazuje, z jaką intensywnością obie – polska i niemiecka – redakcje korzystają z określonych gatunków dziennikarskich, jaki procent powierzchni i treści numeru zwykły im powierzać.

Jak widać, istnieją wyraźne dysproporcje między intensywnością wykorzystywania gatunków dziennikarskich w obu edycjach magazynu. W pol-

²⁴ Ponadto w badanej próbie [patrz przypis 23] polskiej edycji *Bravo*, w rubryce *Raport* znalazły się dwa teksty poświęcone patriotyzmowi (*Być Polakiem to nie obciach! Przekonaj się!* oraz *Patriotyzm jest OK!* oraz *Ten temat ciągle Was rusza. Dlaczego?*); publikacje dotyczące rodzimych problemów i tragedii (*Katastrofa w Chorzwowie!*; *Dziura w brzuchu. Polskie dzieci głodują!*), akcji charytatywnych (*Wielka Orkiestra Owsiaka znów gra dla dzieci*), spraw innych narodowości (*Uciekły przed wojną! Liana i Zalina są teraz w Polsce!* – reportaż o czecheńskich uchodźcach; *Yo! Ukraina* – tekst dotyczący pomarańczowej rewolucji). Przykładem tekstu wpisującego się w ten nurt może być również *Raport: Jan Paweł II. Czy jesteśmy mu wierni?*.

²⁵ *Schau nicht weg! BRAVO – Stars gegen Gewalt an der Schule.*

Tabela 2. Gatunki dziennikarskie – pomiar ilości wypowiedzi

	<i>Bravo Polska</i>	<i>Bravo Niemcy</i>
W sumie wypowiedzi	1593 w próbie	1606 w próbie
Rozrywka	16,4% (261)	11,5% (184)
Porady	13,9% (221)	13,6% (218)
Informacja	16% (254)	28,6% (459)
Omówienie	10,4% (165)	12,9% (207)
Listy	12,4% (197)	8,8% (141)
Sonda	4% (63)	0,7% (11)
Sylwetka	9% (143)	10,8% (173)
Wywiad	10% (159)	9,5% (152)
Sprawozdanie	4,5% (71)	1,3% (21)
Reportaż	3,4% (54)	2,3% (37)

Tabela 3. Gatunki dziennikarskie – ilość znaków w tekstach należących do poszczególnych gatunków

	<i>Bravo Polska</i>	<i>Bravo Niemcy</i>
W sumie znaków	620 730 = 100% próby	703 230 = 100% próby
Rozrywka	22% (136 559)	7% (49 226)
Porady	19% (117 937)	12,5% (87 904)
Informacja	3,6% (22 346)	9,2% (64 697)
Omówienie	6,8% (42 209)	3,6% (25 316)
List	5,5% (34 149)	9% (63 291)
Sonda	0,3% (1 862)	0,8% (5 625)
Sylwetka	13% (80 694)	13,4% (94 233)
Wywiad	15,3% (94 970)	27,8% (195 499)
Sprawozdanie	7,1% (44 071)	13% (91 420)
Reportaż	7,4% (45 933)	3,7% (26 019)

skim *Bravo* przeważają gatunki rozrywkowe, wypełniając prawie ¼ tekstu pisma. Na tę dominującą formę wypowiedzi składają się teksty satyryczne, krzyżówki, horoskopy, psychotesty, konkursy z nagrodami. Niewiele mniej uwagi poświęca się poradom – zajmującym ok. 1/5 zawartości magazynu i wywiadom z idolami nastolatków – 15,3%. W przypadku niemieckiego wydania *Bravo* gatunkiem dominującym pod względem wykorzystywanej ilości znaków jest wywiad (prawie 1/3 badanej próby). Kolejnymi w tym rankingu gatunkami są: sylwetka oraz sprawozdanie. Niewiele mniej tekstu – 12,5% zajmują porady, a 9,2% – informacje. Są krótkie i jest ich wiele. W zachodnim wydaniu magazynu znaleźć można prawie trzykrotnie więcej krótkich tekstów informacyjnych niż w edycji polskiej.

Obie redakcje dążą do interakcji z czytelnikiem, zamieszczając listy, opinie i porad, starają się wywołać wrażenie, iż *Bravo* jest pismem, dostrzegającym problemy młodych ludzi wchodzących w wiek dojrzewania. Dominacja rozrywki w obu wydaniach jest wynikiem ogromnej ilości horoskopów, psychotestów i krzyżówek, których liczba jest porównywalna w polskiej i niemieckiej edycji. Widać jednak – szczególnie w polskim wydaniu – chęć wykroczenia poza model pisma skupionego jedynie na zabawianiu czytelnika, podejmowanie „poważniejszych” tematów. Świadczy o tym ilość reportaży, których w niemieckim wydaniu *Bravo* jest mniej i są krótsze; skupia się ono raczej na krótkich informacjach, których treści i forma w łatwy sposób przyciągają uwagę czytelników, nie próbując zainteresować ich tematami poważniejszymi.

Być może polska edycja *Bravo*, za pomocą reportaży podejmując tematy społeczne, pretenduje do miana pisma z nieco wyższymi aspiracjami niż niemiecki odpowiednik?

Nad różnicami dominuje jednak podobieństwo. Dobór gatunków warunkuje formułę pisma, stąd *Bravo* w tym kontekście nazwać można typowo rozrywkowym, plotkarskim magazynem nastawionym na pozyskanie czytelników dzięki lekkiej, zabawnej i krzykliwej formie prezentowania poszczególnych treści. W obu edycjach pismach dobrze widoczna jest tendencja do „zabawiania” czytelnika formą i treścią przekazu. Stąd po pierwsze – ogromna ilość treści rozrywkowych, po drugie – dominacja gatunków pozwalających na użycie krótkiej, ale równocześnie intrygującej formy (wzmianki, flashe, dynamiczne wywiady, zabawne komentarze).

W obu edycjach *Brava* widać dążenie do gatunkowej wyrazistości we wszystkich rodzajach tekstów – poczynając od gatunków informacyjnych, na sprawozdaniach reportażowych skończywszy. Charakterystyczne jest – swoiste dla i n f o t a i n m e n t u – ekspresywne podejście do omawianych tematów, użycie słownictwa nacechowanego emocjonalnie, podkreślającego dynamikę i wagę omawianych wydarzeń.

Otwarte pozostaje pytanie, czy omówione wyżej zjawiska, wpływające na odbiór magazynu, są świadomym „mizdrzeniem się” do nastolatków, czy też po prostu trafnie oddają postrzeganie świata przez młodych ludzi, czy magazyn *Bravo* – jak i podobne mu pisma – kreuje świat wartości

młodych ludzi, czy raczej wpisuje się w sposób patrzenia młodych ludzi na życie?

Badania językowe, których wyniki zrelacjonuję poniżej pozwoliły na wniknięcie w świat wartości „sprzedawanych” młodemu czytelnikom na łamach polskiej i niemieckiej edycji *Bravo*. Powyższa analiza genologiczna uzasadnia natomiast twierdzenie, iż pismo spełnia kryteria współczesnej prasy rozrywkowej, w której ponadprzeciętnym zainteresowaniem cieszy się to, co nowe i nieoczekiwane, wesołe i śmieszne w przeciwieństwie do tego, co powtarzalne, zapowiedziane, poważne i całkiem serio²⁶.

Świat wartości polskiego i niemieckiego Bravo

Sposób wartościowania poszczególnych elementów świata prezentowanego na łamach pism wskazuje, czym redakcje chcą rozbawić czy zaciekać czytelnika²⁷, jaki pogląd na porządek rzeczywistości starają się mu zaproponować, jak budują obraz wartości i antywartości obowiązujący w świecie. Aby ustalić, jakie sposoby wartościowania i z jaką intensywnością występują w polskiej i niemieckiej edycji magazynu *Bravo*, przeprowadziłam pomiar aksjologiczny, czyli wyliczyłam w dwóch (polsko- i niemieckojęzycznej) próbach liczących po 125 000 słowoform²⁸ zbiorcze frekwencje słów zakwalifikowanych jako wartościujące a należące do poszczególnych kategorii wartościowania.

Ich klasyfikację zaczerpnęłam z rozprawy Jadwigi Puzyniny²⁹, wykorzystując także koncepcję Wojciecha Kajtocha³⁰. Wedle nich całość słów wartościujących można sklasyfikować na grupy obsługujące wartości i antywartości: ogólne, estetyczne, witalne, odcuciowe, dotyczące osoby i charakteru, dotyczące prestiżu, ekonomiczne, poznawczo-intelektualne.

Przeprowadzona analiza wykazała znaczne różnice między obrazami świata wartości proponowanymi czytelnikom polskiej i niemieckiej edycji magazynu *Bravo*³¹.

²⁶ Zob. W. P i s a r e k, Podstawy retoryki dziennikarskiej [w:] Z. Bauer i E. Chudziński (red.): *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 1996, s. 222.

²⁷ Por. W. K a j t o c h, Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu, perswazji w czasopismach dla młodzieży, *Zeszyty Prasoznawcze* 1999 nr 3–4, s. 79–102 oraz t e n ż e, Fan i idol w *Bravo*. O pewnych wzorcach zachowań [w:] W. Strykowski (red.), III Międzynarodowa Konferencja Media a Edukacja, Poznań 2000, s. 145–156.

²⁸ Próbę zaczerpnięto z numerów: 2 (4.01), 8 (15.02), 11 (8.03), 16 (11.04), 19 (3.05), 25 (14.06), 29 (12.07), 31 (26.07), 36 (30.08), 40 (27.09), 44 (25.09), 46 (8.10), 50 (6.12), 52 (19.12) niemieckiego wydania magazynu oraz 1 (12.01.06), 2 (26.01.06), 3 (10.02.06), 4 (23.02.06), 5 (10.03.05), 6 (24.03.05), 7 (6.04.06), 8 (20.04.06), 9 (4.05.06), 13 (30.06.04), 14 (13.07.06), 16 (10.08.06), 18 (7.09.06), 19 (21.09.06), 20 (5.10.06), 22 (21.10.04), 23 (4.11.04), 26 (18.12.04) polskiego wydania pisma.

²⁹ Por. J. P u z y n i n a, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 265.

³⁰ Por. W. K a j t o c h, *Subkultury młodzieży w kontekście edukacji – przykład metalowców* [w:] M. Czermińska (red.), *Polonistyka w przebudowie*, Kraków 2005, tom 1, s. 596–617.

³¹ W nawiasach () umieszczam liczbę oznaczającą frekwencję danego wyrazu w korpusie tekstów polskiego wydania *Bravo*, zaś w nawiasach < > – w korpusie niemieckiego wydania pisma.

Tabela 4. Frekwencja słownictwa wartościującego w niemieckiej i polskiej edycji magazynu *Bravo*, w próbach po 125000 słowoform

	Polska edycja Bravo			Niemiecka edycja Bravo		
	Wartości	Antywartości	Wszystkich	Wartości	Antywartości	Wszystkich
Razem	2180 = 67%	1057 = 33%	3237 = 100%	2769 = 77%	833 = 23%	3602 = 100%
Osoby	417 = 12,8%	178 = 5,6%	595 = 18,4%	572 = 15,9%	89 = 2,4	661 = 18,3%
Witalne	389 = 12%	356 = 11%	745 = 23%	547 = 15,2%	227 = 6,3	774 = 21,5%
Poznawcze	289 = 8,9%	85 = 2,6%	374 = 11,5%	257 = 7,1%	69 = 1,9%	326 = 9%
Ogólne	365 = 11,3%	69 = 2,1%	434 = 13,4%	626 = 17,4%	67 = 1,8%	693 = 19,2%
Prestiżu	340 = 10,5%	105 = 3,2%	445 = 13,7%	329 = 9,1%	45 = 1,3%	374 = 10,4%
Odczuciowe	221 = 6,8%	239 = 7,4 %	460 = 14,2%	254 = 7%	306 = 8,5%	560 = 15,5%
Estetyczne	123 = 3,8%	17 = 0,5%	140 = 4,3%	170 = 4,7%	22 = 0,6%	192 = 5,3%
Ekonomiczne	36 = 1,1%	8 = 0,2%	44 = 1,3%	14 = 0,4%	18 = 0,5%	32 = 0,9%

Frekwencję wyrazów odnoszących się do poszczególnych kategorii wartości i antywartości na łamach polskiej i niemieckiej edycji *Bravo* prezentuje tabela 4.

Osobno omówię sfery wartościowania pozytywnego i negatywnego.

Jeśli chodzi o słownictwo wartościujące pozytywnie, na łamach rodzimego wydania *Bravo* najczęściej pojawiają się wyrazy odnoszące się do sfery wartości osoby i charakteru³². Kolejną grupą pod względem frekwencji są wyrazy reprezentujące wartości witalne³³, następnie wartości ogólne

³² Wartości osoby i charakteru (417) <572>: *psychiczny (psychisch)* [(7) <2>]; *talent (s. Talent)* [(8) <9>]; *pewny siebie (selbstbewusst)* [(2) <20>]; *spontaniczny (spontan)* [(1) <7>]; *ostrożny (vorsichtig)* [(4) <9>]; *ambitny (ehrgeizig)* [(3) <0>]; *pracowity (arbeitsam)* [(2) <0>]; *wierny (treu)* [(9) <18>]; *ważny (wichtig)* [(19) <35>]; *zwariowany (verrückt)* [(6) <8>]; *niepowtarzalny (einmalig)* [(1) <2>]; *zabawny (lustig)* [(2) <7>]; *odjechany* [(2) <0>]; *pojechany* [(2) <0>]; *pokrecony* [(4) <0>]; *zakrecony* [(8) <0>]; *bystry (aufgeweckt)* [(3) <3>]; *szczery (ehrlich)* [(48) <51>]; *woczy (entzueckend)* [(3) <0>]; *grzeczny (brav)* [(6) <4>]; *serdeczny (herzlich)* [(3) <10>]; *miły (nett)* [(15) <12>]; *przyjazny (freundlich)* [(1) <10>]; *zakochany (verliebt)* [(21) <36>]; *ukochany (geliebt)* [(16) <15>]; *ulubiony (beliebt)* [(29) <19>]; *szczęśliwy (glücklich)* [(28) <50>]; *samodzielny (selbstständig)* [(4) <0>]; *cierpliwy (geduldig)* [(16) <2>]; *odpowiedzialny (verantwortlich)* [(28) <0>]; *marzenie (r. Traum)* [(22) <65>]; *wymarzony (erträumt)* [(9) <1>]; *odważny (mutig)* [(7) <4>]; *optymistyczny (optimistisch)* [(5) <0>]; *opiekunczy (fürsorglich sein)* [(8) <3>]; *wyrozumiały (verständnisvoll)* [(7) <2>]; *skromny (bescheiden)* [(2) <1>]; *przyjaźń (s. Freundschaft)* [(12) <19>]; *czuły (zärtlich)* [(15) <21>]. Uwaga – podane obok siebie wyrazy polskie i niemieckie mogą mieć znaczenia niekoniecznie ściśle sobie odpowiadające, mogą to być znaczenia jedynie zbliżone. Zgodnie z gramatyką niemiecką każdemu rzeczownikowi przyporządkowany jest odpowiedni rodzajnik – stąd skróty „r.”, „s.” oraz „e.” odnoszące się kolejno do rodzaju męskiego, nijakiego i żeńskiego;

³³ Wartości witalne (389) <547>: *żywy (lebhaft)* [(4) <1>]; *świeży (frisch)* [(6) <12>]; *płodny (fruchtbar)* [(12) <0>]; *młody (jung)* [(50) <27>]; *młodszy (jünger)* [(10) <3>]; *najmłodszy (jüngst)* [(5) <6>]; *zdrowy (gesund)* [(19) <14>]; *zdrowszy (gesunder)* [(2) <0>]; *wysportowany (sportlich)* [(2) <12>]; *forma (e. Form)* [(9) <6>]; *sprawny (flott)* [(4) <1>]; *aktywny (aktiv)* [(4) <4>]; *czysty (sauber)* [(7) <6>]; *seksualność (e. Sexualität)* [(2) <0>]; *seksualny (sexuell)* [(35) <25>]; *seksowny/sexny (sexy)* [(11) <47>]; *namiętny (leidenschaftlich)* [(3) <8>]; *silny (stark)* [(23) <44>]; *power (power)* [(8) <17>]; *mocny (fest)* [(19) <49>]; *mocno (kraftig)* [(33) <22>]; *potężny (gewaltig)* [(3) <1>]; *energia (s. Energie)* [(3) <6>]; *żywiolowy (stürmisch)* [(2) <0>]; *dynamiczny (dynamisch)* [(2) <0>]; *odporny (abgehärtet)* [(2) <0>]; *namiętność (e. Leidenschaft)* [(2) <8>]; *bezpieczny (ungefährlich)* [(12) <2>]; *ochronny*

oraz poznawczo – intelektualne³⁴, silną grupą w rankingu wartości pozytywnych są użycia leksemów opisujących sferę wysokiego prestiżu. Kolejnymi grupami są słowoformy denotujące wartości odczuciowe (odczuciowe hedonistyczne³⁵ i odczuciowe ogólne³⁶)

Najliczniej reprezentowaną grupą słownictwa pozytywnie wartościującego jest w przypadku niemieckiego *Bravo* grupa denotująca wartości ogólne³⁷. Kolejne miejsca pod względem ilości zajmują słowoformy odnoszące się do sfery wartości osoby i charakteru oraz wartości witalnych. Kolejną silnie reprezentowaną grupą są słowoformy denotujące wartości osoby i charakteru. Obraz świata wartości pozytywnych budują również w znacznym stopniu określenia wartości witalnych i sfery prestiżu³⁸.

Odbiorca tak polskiego, jak i niemieckiego *Bravo* najrzadziej styka się ze słownictwem obsługującym wartości ekonomiczne³⁹ oraz estetyczne⁴⁰.

(*schützend*) [(2) <2>]; w *dobrej kondycji (fit)* [(0) <25>]; *zrelaksowany (entspannt)* [(2) <0>]; *zmysłowy (sinnlich)* [(2) <3>]; *nowy (neue)* [(88) <195>]; *naturalny (natürlich)* [(10) <0>]; *inspiracja (e. Inspiration)*.

³⁴ Wartości poznawczo-intelektualne (289) <257>: *zagadkowy (geheimnisvoll)* [(3) <3>]; *tajemnica (s. Geheimnis)* [(21) <23>]; *tajemniczy (raetselhaft)* [(12) <0>]; *ciekawý (spannend)* [(29) <22>]; *ciekawostka (e. Kuriosität)* [(2) <0>]; *interesujący (interessant)* [(12) <10>]; *zainteresowanie (s. Interesse)* [(10) <0>]; *intelektualny (intellektuell)* [(2) <0>]; *intuicja (e. Intuition)* [(2) <0>]; *pomyśl (e. Idee)* [(30) <11>]; *test (r. Test)* [(10) <4>]; *wyznanie (s. Bekenntnis)* [(3) <0>]; *prawdziwy (wahr)* [(41) <27>]; *doświadczony (erfahren)* [(8) <23>]; *wiedza (s. Kenntnis)* [(4) <0>]; *prawdopodobnie (wahrscheinlich)* [(18) <31>]; *pewny (bestimmt)* [(7) <16>]; *inteligentny (intelligent)* [(3) <2>]; *mądry (klug)* [(3) <1>]; *pewność (e. Gewissenshaft)* [(19) <3>]; *pewny (sicher)* [(34) <56>]; *świadomy (bewusst)* [(16) <25>].

³⁵ Wartości odczuciowe hedonistyczne (16) <48>: *podniecony (aufregend)* [(2) <7>]; *podniecony (gespannt)* [(2) <7>]; *zadowolony (zufrieden)* [(5) <28>]; *przejmujący (ergreifend)* [(0) <3>]; *satisfakcja (e. Befriedigung)* [(5) <3>].

³⁶ Wartości odczuciowe ogólne (205) <206>: *przytulny (gemütlich)* [(0) <5>]; *wygodny (gemächlich)* [(7) <1>]; *delikatny (empfindlich)* [(11) <13>]; *dummy (stolz)* [(16) <0>]; *ciepły (warm)* [(6) <11>]; *gorący (heiss)* [(10) <2>]; *pikantny (würzig)* [(3) <0>]; *słodki (süss)* [(7) <43>]; *romantyczny (romantisch)* [(18) <21>]; *głęboki (tief)* [(4) <12>]; *czadowy* [(2) <0>]; *odlotowy* [(2) <0>]; *pojechany* [(7) <0>]; *odjechany* [(4) <0>]; *trans (e. Trance)* [(0) <2>]; *wystrzałowy (abschussend)* [(2) <0>]; *radosny (fröhlich)* [(0) <9>]; *spokojny (ruhig)* [(39) <19>]; *spokojniejszy (ruhiger)* [(2) <4>]; *intymny (vertraut)* [(14) <5>]; *radość (e. Freude)* [(9) <14>]; *spokój (e. Ruhe)* [(12) <23>]; *spokojnie (ruhig)* [(20) <11>].

³⁷ Wartości ogólne (365) <626>: *dobry (gut)* [(83) <112>]; *lepszy (besser)* [(27) <72>]; *najlepiej (am besten)* [(49) <121>]; *światny (prima)* [(14) <2>]; *niezły (recht)* [(38) <0>]; *doskonałe (vollkommen)* [(10) <0>]; *idealny (ideal)* [(7) <5>]; *super (super)* [(65) <95>]; *mega (mega)* [(24) <21>]; *fajny (toll)* [(14) <57>]; *fajnie (fein)* [(16) <0>]; *totalny (total)* [(13) <138>].

³⁸ Wartości odnoszące się do prestiżu (340) <329>: *szacunek (r. Acht)* [(5) <0>]; *podziw (e. Bewunderung)* [(9) <0>]; *popularny (populär)* [(8) <1>]; *śława (e. Berühmtheit)* [(5) <0>]; *ślawny (berühmt)* [(10) <17>]; *znany (bekannt)* [(26) <25>]; *najsłynniejszy (berühmteste)* [(2) <2>]; *legendarny (legendär)* [(2) <6>]; *modny (modisch)* [(11) <0>]; *hit (r. Hit)* [(36) <29>]; *superhit (r. Superhit)* [(2) <4>]; *hiciór* [(15) <0>]; *top (Top)* [(8) <15>]; *lans (r. Lans)* [(2) <0>]; *lansować* [(3) <0>]; *oryginalny (original)* [(7) <2>]; *kultowy (kult)* [(1) <8>]; *rewelacyjny (sensationell)* [(2) <2>]; *wyjątkowy (einzigartig)* [(19) <0>]; *genialny (genial)* [(0) <2>]; *wypasiony (supercool)* [(8) <2>]; *wypas (cool)* [(3) <88>]; *trendy (trendy)* [(2) <1>]; *jedyny (einmalig)* [(31) <2>]; *respekt (r. Respekt)* [(1) <10>]; *specyficzny (spezifisch)* [(2) <0>]; *charakterystyczny (charakteristisch)* [(2) <0>]; *główny (haupt)* [(21) <36>]; *znaczący (bedeutend)* [(0) <10>]; *sukces (s. Erfolg)* [(33) <10>]; *który osiągnął sukces (erfolgreich)* [(2) <7>]; *niezwykły (ungewöhnlich)* [(13) <15>]; *szczególny (besondere)* [(6) <41>]; *szczególnie (besonders)* [(12) <0>]; *nowość (e. Neuheit)* [(5) <0>]; *charakterystyczny (charakteristisch)* [(2) <2>].

³⁹ Wartości ekonomiczne (36) <14>: *full (full)* [(2) <0>]; *fortuna (s. Gelingen)* [(2) <0>]; *bogaty (reich)* [(7) <4>]; *drogi (teuer)* [(6) <2>]; *najdroższy (teuerste)* [(2) <0>]; *hojny (grosszügig)* [(2) <0>]; *luksus (r. Luxus)* [(2) <2>]; *luksusowy (luxuriös)* [(3) <0>]; *kosztowny (kostbar)* [(3) <0>]; *płatny (bezahlt)* [(3) <6>]; *skarb (r. Schatz)* [(4) <0>].

⁴⁰ Wartości estetyczne (123) <170>: *przystojny (gutaussehend)* [(7) <0>]; *śliczny (hübsch)* [(2) <23>]; *piękny (schön)* [(25) <72>]; *piękniejszy (schöner)* [(2) <7>]; *najpiękniejszy (schönste)* [(5) <10>]; *ładny (hübsch)* [(6) <2>]; *wspaniały (ausgezeichnet)* [(8) <1>]; *fascynujący (faszinierend)* [(2) <0>]; *fanta-*

Jeśli chodzi o słownictwo wartościujące negatywnie (słownictwo antywartości), to w przypadku polskiej edycji magazynu *Bravo* reprezentowane jest ono przede wszystkim przez określenia antywartości – zaklasyfikowanych do aksjologicznych grup: witalnej⁴¹, odczuciowej⁴² oraz poznawczo-intelektualnej⁴³. Mniejszy procent użyć słownictwa wartościującego stanowią użycia wyrazów denotujących antywartości osoby i charakteru⁴⁴, oraz antywartości sfery prestiżu⁴⁵.

Użycia leksemów denotujących antywartości ekonomiczne, estetyczne i ogólne są nieliczne i w najmniejszym stopniu wpływają na językowy obraz świata wartości w polskim wydaniu *Brava*.

W przypadku niemieckiego *Brava* antywartości najliczniej reprezentowane są przez te należące do grup odczuciowych oraz witalnych. Najmniej

styczny (fantastisch) [(0) <3>]; *atrakcyjny (attraktiv)* [(6) <1>]; *dowcipny (witzig)* [(2) <8>]; *porządek (e. Ordnung)* [(3) <20>]; *elegancko (glamour)* [(3) <2>]; *artystyczny (artistisch)* [(2) <0>]; *egzotyczny (exotisch)* [(5) <0>]; *cudowny (wunderbar)* [(7) <0>]; *niesamowity (unheimlich)* [(14) <13>]; *komiczny (komisch)* [(0) <8>].

⁴¹ Antywartości witalne (356) <227>: *śmiertelny (tödlich)* [(2) <5>]; *śmierć (r. Tod)* [(47) <60>]; *samo-bójstwo (r. Selbstmord)* [(13) <8>]; *morderstwo (r. Mord)* [(2) <5>]; *zabójczy (mörderisch)* [(3) <0>]; *antykonceptyjny (e. Pille)* [(8) <0>]; *dojrzwać (reifen)* [(2) <1>]; *dorosły (erwachsen)* [(24) <18>]; *wyczulony (empfindlich)* [(0) <8>]; *chory (krank)* [(39) <0>]; *slaby (faul)* [(12) <1>]; *nieprzytomny (bewusstlos)* [(3) <6>]; *ryzykowny (gefährlich)* [(2) <11>]; *wrażliwy (sensible)* [(8) <11>]; *perwersyjny (pervers)* [(0) <2>]; *pornograficzny (porno)* [(3) <5>]; *groźny (bedrohlich)* [(6) <5>]; *zmęczony (müde)* [(8) <6>]; *ekstremalny (extrem)* [(9) <0>]; *niepłodny (unfruchtbar)* [(2) <0>]; *młodociany (jugendlich)* [(6) <0>]; *niepełnosprawny (behindert)* [(9) <0>]; *sztuczny (künstlich)* [(9) <1>]; *potwornie (ungeheuer)* [(10) <0>]; *straszny (furchtbar)* [(3) <12>]; *marny (schwach)* [(2) <17>]; *pulapka (e. Falle)* [(5) <0>]; *szkodliwy (schädlich)* [(8) <1>]; *stary (alt)* [(23) <30>]; *starszy (älter)* [(58) <13>]; *najstarszy (ältester)* [(4) <0>].

⁴² Antywartości odczuciowe (239) <306>: *wstrząsający (erschütternd)* [(2) <1>]; *niezadowolony (unzufrieden)* [(0) <2>]; *żał (r. Trauer)* [(9) <2>]; *wstyd (s. Scham)* [(8) <1>]; *wstydlivy (schamhaft)* [(3) <0>]; *przykry (abscheulich)* [(9) <29>]; *zakłopotany (betreten)* [(2) <4>]; *zdeenerwowany (aufgeregert)* [(3) <4>]; *zalamany (verzweifelt)* [(3) <12>]; *okropny (grauenhaft)* [(8) <2>]; *ostra (scharf)* [(21) <1>]; *szokujący (schockierend)* [(2) <8>]; *szok (r. Schock)* [(9) <19>]; *lęk (r. Furcht)* [(11) <3>]; *koszmarny (schrecklich)* [(2) <17>]; *nieprzyjemny (unangenehm)* [(7) <12>]; *bolesny (schmerzhaft)* [(10) <2>]; *chłodny (kühl)* [(2) <0>]; *zimny (kalt)* [(8) <13>]; *gorzki (bitter)* [(1) <4>]; *horror (r. Horror)* [(6) <10>]; *smutny (traurig)* [(8) <16>]; *stresujący (stressig)* [(2) <1>]; *stres (r. Stress)* [(27) <26>]; *kompleks (s. Komplex)* [(18) <1>]; *zmartwiony (gesorgt)* [(1) <6>]; *ponury (düster)* [(4) <2>]; *rozpacz (e. Verzweiflung)* [(5) <0>]; *zrozpaczony (verzweifelt)* [(5) <0>]; *przeżalenie (s. Entsetzen)* [(5) <0>]; *przeżarzony (entsetzt)* [(2) <0>]; *strach (r. Angst)* [(19) <97>]; *panika (e. Panik)* [(7) <8>];

⁴³ Antywartości poznawczo-intelektualne (85) <69>: *kulisy (e. Kulissen)* [(1) <6>]; *głupi (dumm)* [(31) <13>]; *nudny (langweilig)* [(11) <8>]; *nieciekawny (reizlos)* [(1) <2>]; *nieprawda (e. Unwahrheit)* [(11) <0>]; *bzduła (r. Unsinn)* [(2) <1>]; *niewiarygodny (unglaublich)* [(1) <10>]; *magiczny (magisch)* [(3) <0>]; *niepojęty (unfassbar)* [(0) <3>]; *nieznajomy (unbekannt)* [(1) <5>]; *błąd (s. Fehler)* [(7) <8>]; *błądny (falsch)* [(1) <5>]; *wymysł (e. Dichtung)* [(2) <0>]; *nieświadomie (bewusstlos)* [(5) <7>].

⁴⁴ Antywartości osoby i charakteru (178) <89>: *zazdrosny (neidisch)* [(1) <5>]; *gwałtowny (aufbrausend)* [(11) <0>]; *przykry (peinlich)* [(3) <0>]; *nieśmiały (scheu)* [(8) <4>]; *nieobliczalny (unbrechenbar)* [(2) <0>]; *leniwy (faul)* [(1) <2>]; *okrutny (grausam)* [(3) <1>]; *brutalny (brutal)* [(0) <15>]; *wimny (schuldig)* [(11) <1>]; *nieuczciwy (unehrlich)* [(2) <3>]; *wściekły (rasend)* [(13) <3>]; *wściekłość (s. Wut)* [(1) <5>]; *agresywny (agressiv)* [(17) <4>]; *obojętny (abgestumpft)* [(3) <0>]; *niegrzeczny (unartig)* [(4) <2>]; *dziwny (merkwürdig)* [(54) <8>]; *dziki (wild)* [(5) <15>]; *niecierplivy (ungeduldig)* [(2) <3>]; *wariat (e. Verrückte)* [(2) <2>]; *złożliwy (hämisch)* [(9) <0>]; *nieodpowiedzialny (unverantwortlich)* [(3) <0>]; *bezdarność (e. Ratlosigkeit)* [(2) <0>]; *falszywy (falsch)* [(4) <15>]; *podejrzany (verdächtig)* [(8) <0>]; *niewierny (untreu)* [(2) <0>]; *egoistyczny (egoistisch)* [(2) <1>];

⁴⁵ Antywartości odnoszące się do prestiżu (105) <45>: *żałosny (bedauernd)* [(2) <2>]; *normalny (normal)* [(54) <41>]; *niemodny (altmodisch)* [(2) <0>]; *obciach (e. Blamage)* [(8) <0>]; *nieważne (unwichtig)* [(5) <0>]; *zwykły (üblich)* [(22) <2>]; *przesada (e. Übertreibung)* [(12) <0>].

uwagi poświęca się w niemieckiej edycji *Bravo* antywartościom ekonomicznym⁴⁶, estetycznym⁴⁷ oraz ogólnym⁴⁸.

Jeśli natomiast chodzi o proporcje liczby użyć leksemów obsługujących kategorie wartościowania traktowane łącznie (czyli bez rozróżnienia na wartości i antywartości należące do danej grupy) – to pod tym względem między omawianymi edycjami *Bravo* również zachodzą podobieństwa i różnice.

Podobieństwo wartościowania w obu wydaniach polega przede wszystkim na (wyjawszy sferę wartości odczuciowych) wyraźnej ilościowej dominacji określeń wartościujących pozytywnie – nad negatywnymi. Zjawisko to, zwane „hipotezą Polyanny”⁴⁹, jest charakterystyczne dla komunikacji publicznej. Ponadto w obu edycjach dominujące znaczenie dla wizerunku świata mają wartości ogólne, natomiast minimalne – wartości ekonomiczne. W obu wydaniach wartościowanie odbywa się głównie za pomocą słów, obsługujących grupę wartości: osoby i charakteru, witalnych, odczuciowych oraz prestiżu.

Ale w wartościowaniu obu wydań istnieją również istotne różnice. Przede wszystkim w przypadku niemieckiej edycji *Bravo* frekwencja słownictwa wartości góruje nad słownictwem antywartości o wiele wyraźniej, niż w wydaniu polskim. Natomiast polska edycja pisma znacznie przewyższa niemiecką pod względem frekwencji słownictwa wartości poznawczo-intelektualnych, prestiżu oraz ekonomicznych. Z kolei w niemieckim *Bravo* znacznie częściej wartościuje się ogólnie, co wiąże się z mniej precyzyjnym wartościowaniem (a zatem i opisywaniem) rzeczywistości.

Można jeszcze na koniec spojrzeć na problem wartościowania w obu wersjach pisma przez pryzmat słów wartościujących o wyjątkowo dużej frekwencji. Okaże się wtedy, że dla obu edycji *Bravo* ważna jest *tajemniczość*, *ciekawość* i *pomysłowość*. Oba światy są *interesujące* i *pomysłowe*. Polski jest bardziej *prawdziwy*, niemiecki – *prawdopodobny*. Rzeczywistość polskiego *Bravo* znacznie częściej poddawana jest *testom*, by uzyskać *pewność*. Świat wartości niemieckiego pisma skłania się raczej ku *niewiarogodności*. Do bycia *cool* potrzebna jest w polskim *Bravo* odrobina *szaleństwa*, a w niemieckim przypadku *pewność siebie*. *Szczerokość* gloryfikowana jest w obu edycjach pisma, podobnie jak *przyjaźń*, *młodość* i *niezwykłość*. Ważnym jest również, by być *silnym*, *zdrowym* i *pięknym*. Niemcy stawiają na *serdeczność*, *wierność* i *porządek*, Polacy – na *szczerokość*.

⁴⁶ Antywartości ekonomiczne (8) <18>: *biedny* (*arm*) [(1) <6>]; *bezdomy* (*obdachlos*) [(5) <0>]; *bonus* (*bonus*) [(2) <0>]; *strata* (*r. Verlust*) [(2) <5>]; *stracony* (*verloren*) [(5) <7>]; *bezpłatny* (*kostenfrei*) [(3) <0>].

⁴⁷ Antywartości estetyczne (17) <22>: *makabryczny* (*gruselig*) [(1) <4>]; *brzydki* (*hässlich*) [(7) <5>]; *chaos* (*Chaos*) [(1) <4>]; *chaotyczny* (*chaotisch*) [(0) <3>]; *bałagan* (*e. Unordnung*) [(4) <0>]; *obrzydliwy* (*abscheulich*) [(4) <6>].

⁴⁸ Antywartości ogólne (69) <57>: *zły* (*schlecht*) [(31) <37>]; *gorszy* (*schlechter*) [(1) <4>]; *najgorszy* (*schlechteste*) [(23) <0>]; *niedobry* (*böse*) [(2) <4>]; *negatywny* (*negativ*) [(3) <6>]; *bezwartościowy* (*wertlos*) [(0) <3>]; *kiepski* (*miserabel*) [(8) <0>].

⁴⁹ Zob. W. P i s a r e k, Pollyanna pisze do prasy [w:] W. Pisarek, O mediach i języku, Kraków 2007, s. 340–347.

Sława ceniona jest w obu językowych światach, podobnie jak obecność *hitów* i *sukcesów*. Ważne jest to, co *znane* i *wyjątkowe* oraz *młodość* i *seksualność*. W rodzimej edycji to co ogólnie pozytywne jest raczej *dobrze*, w niemieckiej – zdecydowanie *najlepsze*. Oba światy są przede wszystkim *fajne* przy czym w niemieckim jest więcej *słodczy*. Stąd także więcej w nim *zadowolenia* niż *kompleksów*, więcej *czułości*, *marzeń* i *zakochania*.

W obu światach istnieją też zjawiska negatywne, przy czym niemieckie *Bravo* nieco bardziej straszy czytelnika niż polskie. Polska edycja *Bravo* częściej epatuje *brzydota*, niemiecka – *makabrą*. To, co w polskim *Bravo* jest *agresywne*, w niemieckim częściej jest *brutalne*. Świat polskiego *Bravo* to także *niebezpieczeństwo*, *agresja* i *choroba* – w niemieckiej edycji znacznie więcej jest *potworności*.

By zaistnieć w obu rzeczywistościach, należy być *mega*, *idealnym* lub przynajmniej *niezłym* oraz nie bać się *ryzyka* i *śmierci*. O tym, co *nieprzyjemne*, zapomina się jak najszybciej, gdyż najważniejsze i najbardziej *podniecające* jest dążenie do bycia *super*.

Zakończenie

Na podobieństwa obu mutacji pisma składają się przede wszystkim: tematyka, sposób redagowania treści oraz wizualna forma. Obie edycje skupiają się przede wszystkim na muzyce, filmie, rozrywce i poradach udzielanych młodym czytelnikom. Oba pisma charakteryzuje lekkość (a może *błahość*?) przeważającej liczby tekstów, podkreślanie sensacyjnej formy prezentowania tematów oraz skupianie się głównie na zabawie. Cechy te zapewne wiążą się z koniecznością pozyskiwania coraz młodszych, nowych czytelników.

Różnice między polską i niemiecką edycją pisma można zauważyć w układzie poszczególnych treści magazynu, tematyce najważniejszych działów, wreszcie – doborze proponowanych tematów.

Na pytanie, czy polska edycja *Bravo* jest tylko i wyłącznie kalką swojego zachodniego odpowiednika, trudno odpowiedzieć jednoznacznie. Owszem – jest młodszą, polskojęzyczną wersją zachodniej maszyny rozrywkowej, na którą się składają najrozmaitsze mutacje tematyczne *Bravo*. Być może w początkowych fazach wchodzenia na rynek, w polskich wydaniach można było znaleźć więcej zapożyczeń z niemieckiego odpowiednika, jednak w mojej subiektywnej opinii w tej chwili polskie *Bravo* jest już na tyle zakorzenione na rodzimym rynku, że jego „polskość” ma swoje uzasadnienie w podejmowanych na łamach pisma tematach.

Z pewną ostrożnością można stwierdzić, że polska edycja magazynu *Bravo* jest mniej radykalnym odpowiednikiem zachodniego prototypu – to znaczy jego odpowiednikiem „w wersji *light*”. Niemieckie *Bravo* jest z pewnością odważniejsze w podejmowaniu tematyki seksualności człowieka czy uzależnień. Paradoksalnie, polskie *Bravo* – krytykowane przez konserwatywne środowiska za „propagowanie moralnego luzu”, jest pod

względem obyczajowym o wiele ostrożniejsze niż jego niemiecki odpowiednik.

Świat przedstawiany na kolorowych stronach obu magazynów ma być może niewiele wspólnego z szarą rzeczywistością, w jakiej żyją jego młodzi odbiorcy, lecz *Bravo* zdobywa ich zaufanie, bo pozwala na pozorne zbliżenie się do wielkiego świata gwiazd, gwiazdek i idoli i to właśnie ta podstawowa cecha obu edycji magazynu zapewne decyduje o ich dominującej pozycji na rynkach czasopism młodzieżowych.

O MEDIACH I JĘZYKU

Walery Pisarek: O MEDIACH I JĘZYKU. Universitas, Kraków 2007. S. 391.

Mimo iż autor wymienionej w tytule publikacji jest powszechnie znaną osobą medialną, nie zaszkodzi przypomnieć, że „Działając na polu językoznawstwa oraz w interdyscyplinarnym prasoznawstwie, swoje główne zainteresowania określa Profesor jako aspekty socjo- i psycholingwistyczne komunikowania masowego. [...] Uważany jest również za głównego inicjatora prac nad nową ustawą o języku polskim¹”. Wyniki swoich badań języka prasy i innych mediów w Polsce W. Pisarek ogłasza od ponad czterdziestu lat. Omawiany tom to kolejna w jego dorobku książka poświęcona tej problematyce.

Publikacja, której patronuje Studium Dziennikarskie Akademii Pedagogicznej im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, ukazała się w serii Dziennikarstwo i Świat Mediów pod redakcją Zbigniewa Bauera i Edwarda Chudzińskiego. Trzon książki stanowią 23 artykuły, będące przedrukiem tekstów, które ukazywały się w latach 1963–2004, głównie w *Zeszytach Prasoznawczych* (15 pozycji), ale też w innych periodykach, jak *Przekazy i Opinie* (2), *Kultura i Społeczeństwo* (1), a także w czasopiśmie polonistycznych: *Pracach Filologicznych* (2), *Pamiętniku Literackim* (1), *Języku Polskim* (1), *Socjolingwistyce* (1).

Dokładne noty bibliograficzne tych artykułów zamieszczono na s. 381–382. Książkę uzupełnia „Bibliografia prac prasoznawczych i językoznawczych Walerego Pisarka za lata 1997–2006”, obejmująca pozycje 490–633².

Autor, uzasadniając we „Wstępie” [s. 7–11] – skądinąd słuszną – decyzję o reedycji swoich tekstów, pisze o dwóch powodach. Po pierwsze, że *ich* [tekstów] *lektura mimo upływu czasu nadal okazuje się pożyteczna w dążeniu do poznania i zrozumienia roli technicznych mediów i języka w życiu społecznym, a także w programowaniu badań nad nimi, po drugie, że do artykułów tych niełatwo dotrzeć, zwłaszcza studentom nowych szkół w nowych ośrodkach akademickich* [s. 7]. Teksty ukazują się tu bez większych retuszy. Zawierają więc pewne informacje, które dokładnie je lokalizują w historyczno-społecznej sytuacji ich powstania. Z tego powodu są też ważnym dokumentem historycznym.

Wprawdzie autor we „Wstępie” wskazuje na istotne – jego zdaniem – problemy poruszane w przedrukowanych tekstach, jak i na sposób ich ujęcia, niemniej jednak warto przypomnieć także tu pewne tezy i wnioski, ponieważ tematy te raczej rzadko goszczą na łamach ogólnopolskich czasopism językoznawczych. Już tytuły artykułów pokazują, że mamy do czynienia z klasycznymi pozycjami z zakresu medioznawstwa. Nawet pobieżny przegląd tematyki w nich poruszanej potwierdza nie tylko ich walory poznawcze, ale i niezmienną aktualność obserwacji

¹ Z. Bajka, Walery Pisarek. Curriculum vitae – prawie pełne, [w:] J. Mikułowski Pomorski i Z. Bajka (red.), Valeriana. Eseje o komunikowaniu między ludźmi [Essays on human communication], Kraków 1996, s. 365.

² Jest to kontynuacja podobnego zestawienia obejmującego lata 1951–1996, zamieszczonego w: J. Mikułowski Pomorski i Z. Bajka (red.), Valeriana. Eseje o komunikowaniu między ludźmi, s. 7–22 (Nb. w notce na s. 383 omawianego tomu podano błędnie, że to zestawienie jest za lata 1951–1956).

i uogólnień, mimo że najstarsze z nich powstały – jak wspomniano wyżej – ponad czterdzieści lat temu. Komponując książkę, W. Pisarek zrezygnował jednak z układu chronologicznego tekstów, choć taki dokumentowałby ewolucję jego naukowych zainteresowań i poniekąd rozwój badań medioznawczych. Teksty pogrupowane tu zostały w dwa odrębne bloki tematyczne: „O mediach” [s. 15–198] i „O języku” [s. 201–380], aczkolwiek – jak twierdzi autor – *niemal wszystkie teksty o języku odnoszą się do używania go w komunikacji medialnej, przeważnie w wypowiedziach prasowych, a więc tym samym również można je uznać za teksty o mediach* [s. 7].

Artykuły otwierające zbiór mają charakter teoretyczny i dotyczą problemów podstawowych dla dyscypliny, jakimi są terminologia i systematyka wiedzy. Pierwszy z nich – „Wiedza o komunikowaniu – nazwy i zakres” [s. 15–27] przedstawia historię badań nad masowym komunikowaniem, kształtowanie się jego poddyscyplin i odpowiadającej im terminologii, co jest podstawą do wyodrębnienia czterech hierarchicznie uporządkowanych obszarów badawczych: wiedzy (nauki) o komunikowaniu masowym, prasoznawstwa, wiedzy (nauki) o dziennikarstwie, wiedzy (nauki) o prasie (drukowanej). Podobnie w drugim tekście – „O pojęciu funkcji w prasoznawstwie” [s. 28–46], bogata literatura przedmiotu jest punktem wyjścia do rozważań nad rozumieniem tytułowego pojęcia (i w przekonaniu autora – nadużywania go) oraz synonimu *rola*, zwłaszcza w badaniach medioznawczych, zamkniętych konkluzją w postaci klasyfikacji funkcji środków masowego przekazu.

Retrospektywny charakter ma też trzeci artykuł – „Analiza zawartości prasy: drogi rozwoju” [s. 47–62]. Aczkolwiek *wykorzystywanie wyników analiz zawartości kanałów masowego komunikowania w praktyce redakcyjnej, wydawniczej i polityczno-społecznej może budzić i budzi kontrowersje*, to jednak – zdaniem W. Pisarka – *warto posługiwać się tą techniką badawczą dla celów czysto poznawczych* [s. 61]. Praktyczne zastosowanie tej metody i jego efekty przedstawione zostały w następnym artykule³ „Wydarzenia bydgoskie w relacjach prasowych” [s. 63–74], w którym dokonano anali-

zy porównawczej pięciu tekstów relacjonujących te wydarzenia (19 III 1981), prowadzącej do wniosku o braku pełnej bezstronności doniesień, o stosowaniu środków perswazyjnych, *które dziś w Polsce zmniejszają społeczne zaufanie do prasy*. Mimo że to *dziś* odnosi się do realiów sprzed ćwierćwiecza, to jednak wydaje się, że obserwacja W. Pisarka nie straciła na aktualności, bo pewna rezerwa do informacji prasowych właściwa jest także jej odbiorcom i współcześnie. „Czytelnicza selekcja zawartości gazety” [s. 75–99] to sondaż będący *empirycznym badaniem mechanizmów selekcji w odbiorze prasy w Polsce* [s. 77] i analiza jego efektów, a szczególnie czynników wpływających na intensywność odbioru gazety. Istotnym novum tego opracowania – co szczególnie autor podkreśla [s. 8] – jest ujęcie problemu selekcji z punktu widzenia odbiorcy, a nie nadawcy informacji.

Projekt podziału pracy między poszczególne media – zaproponowany w artykule „Prasa, radio, telewizja: podział pracy” [s. 100–115] – *powinien stanowić, zdaniem autora, integralną część projektu całości systemu komunikowania i programu jego rozwoju* [s. 114].

Z kolei fakty przywołane w tekście „Prasa wobec wyzwania nowych mediów” [s. 116–139], wbrew mniemaniu o wzajemnej konkurencyjności środków informacji publicznej, umożliwiają sformułowanie przekonania o *możliwości jednoczesnego rozwoju różnych mediów masowych* [s. 117].

Z przykładami zastosowania metod eksperymentalnych w badaniach naukowych mamy do czynienia w dwóch następnych artykułach. Pierwszy z nich dotyczy niepodjętych w owym czasie problemów potocznego, stereotypowego myślenia o ludziach jako przedstawicielach różnych grup, a to zawodowych, regionalnych, narodowych itp. Choć na każdy stereotyp składają się tak cechy dodatnie, jak ujemne, to jednak badania dotyczące „Wyobrażenia o polskich typach regionalnych” [s. 140–165] potwierdzają, że *Warszawiakom przypisuje się przede wszystkim spryt, Krakowiakom – skąpstwo, Poznaniakom – gospodarność, Ślązakom – pracowitość, Góralom – wytrwałość*. Typologiczne zróżnicowanie wyobrażeń dotyczących mieszkańców głównych regionów Polski znajduje po-

³ Współautorem tekstu jest Władysław Tyrąński.

twierdzenie we frazeologizmach i w odrębnościach leksykalnych. Ta charakterystyka, mimo upływu ponad trzydziestu lat od publikacji tego tekstu, jest ciągle żywa.

Podjęta na podstawie badań ankietowych próba określenia „Miejsca mediów w wyobrażeniach kultury narodowej” [s. 148–165] przyniosła dane umożliwiające nie tylko ocenę kultury Polaków, przesłedzenie ich wyobrażeń o niej i czynników ją kształtujących, ale uświadomiła sprzeczność między zachowaniem rodaków w latach osiemdziesiątych XX wieku a ich ówczesnymi opiniami właśnie na temat kultury i jej składników, kulturalnych wartości środków masowego przekazu oraz deklarowanej wtedy małej roli tych środków w kształtowaniu upodobań społecznych. Ciekawe byłyby badania porównawcze po latach.

W artykule „Wolność słowa a wolność prasy” [s. 166–180] rozwinął problem wolnego przepływu informacji, obecny – jak W. Pisarek stwierdza – w *dyskursie społeczno-politycznym Europy i Ameryki od XVIII wieku* [s. 169], szczegółowo przedstawiając warunki kształtowania się tej idei i jej zabezpieczenia prawne po drugiej wojnie światowej.

Pisząc o „Transformacjach komunikacji społecznej w drugiej połowie XX wieku” [s. 181–198], w artykule zamykającym część mediodoznawczą, nie ograniczając się do zrelacjonowania przemian, jakim podlegało masowe komunikowanie w przekształcającym się życiu społecznym Europy i Polski, ale i snuje pewne prognozy: *Jeżeli na drugiej połowie XX w. piętno odcisnęła konfrontacja między Zachodem a Wschodem, można się spodziewać, że pierwszą połowę XXI w. zdominuje konfrontacja między skomputeryzowaną sytą, relatywistyczną Północą a komputeryzującym się, choć niekiedy głodującym, fundamentalistycznym Południem* [s. 197].

Część II otwierają cztery teksty poświęcone kulturze języka. „Pierwsze polskie książki o języku prasy” [s. 201–214] to przegląd dziewiętnastowiecznych publikacji poświęconych zagadnieniom poprawności językowej, zwłaszcza prasy, gdzie szczególnie tropiono zapożyczenia z obcych języków. Spośród wielu interesujących konstatacji na przypomnienie zasługują refleksje końcowe, które z powodzeniem można odnieść także do współczesności, mianowicie:

lektura dawnych poradników językowych [...] uświadamia [...] opory społeczne, jakie napotyka nowo powstały wyraz lub zwrot, ukazuje funkcje prasy w mechanizmie jego upowszechniania, budzi szacunek dla poczynań w obronie języka ojczystego, ale też uczy skromności w orzekaniu, że dana forma językowa jest błędna [s. 214]. Wydaje się, że artykuł „Poczucie językowe, znajomość języka i praktyka językowa” [s. 215–222] można spuentować obserwacją o istniejącej *rozbieżności między typami językowego zachowania a jego modelami, czyli między wzorami praktykowanymi a wzorami propagowanymi* [s. 219].

Wychodząc z założenia, że *kultura języka powinna się wyrażać nie tylko w trosce o jego poprawność, ale między innymi także w trosce o jego zrozumiałość* [s. 224], autor poszukuje „Recepty na zrozumiałość wypowiedzi” [s. 223–244]. Posiłkując się wynikami badań prowadzonych zarówno w Polsce, jak i za granicą, stara się również podpowiedzieć, „Jak mierzyć zrozumiałość tekstu” [s. 245–262].

Spośród zamieszczonych w tomie studiów, artykuł „Pojęcie pola wyrazowego i jego użyteczność w badaniach stylistycznych” [s. 263–291] należy do najczęściej cytowanych – nie tylko przez językoznawców – pozycji autora. Czytelnik znajduje tu nie tylko omówienie głównych nurtów w zakresie współczesnych teorii pola w językoznawstwie, ale i własną propozycję autorską określaną terminem: *pole wyrazowe synonimiczne*. Autor proponuje rozróżniać *pole wyrazowe parataktyczne (jednolite pod względem części mowy)* i *syntaktyczne (niejednolite pod względem części mowy)*. *Pola wyrazowe przedmiotowe (wydzielone na podstawie łączliwości z szeregiem przedmiotowym)* przeciwstawia *polom wyrazowym synonimicznym (stylistycznym)* [s. 291]. Dowodzi ponadto przydatności pojęcia pola wyrazowego w badaniach tekstów.

Trzy rozprawki dotyczą słownictwa i jego funkcji w wybranych gatunkach prasowych. Artykuł, którego przedmiotem jest „Słownictwo oceniające w recenzjach” [s. 292–311] mimo upływu czterdziestu lat od momentu jego publikacji, nadal może stanowić wzór do badania leksyki nie tylko w tekstach tytułowych recenzji, ale i analizy zawartości innych gatunków wypowiedzi. Zgromadzony materiał jest na tyle bogaty, że

doskonale może pełnić funkcję źródła środków synonimicznych dla przyszłych autorów wypowiedzi oceniających; środków umożliwiających zarówno jak najpełniejsze wydobycie walorów recenzowanych prac, jak i wytknięcie ich niedostatków. Swego rodzaju kontynuację tej problematyki odnajdujemy w następnym tekście „Perswazyjność języka w polemikach prasowych” [s. 312–327], gdzie przedmiotem analizy są strategie polemiczne, stylistyczno-językowe środki i sposoby ich wykorzystania w funkcji perswazyjnej.

O eksperymentalnym „Mierzeniu stylistycznej i emotywności wartości słownictwa” [s. 328–339] za pomocą *dyferencjału semantycznego* [s. 9] traktuje następny artykuł. Opierając się na danych ze słowników frekwencyjnych z różnych języków, pokazuje – mimo istotnych różnic – cechy wspólne stylu dziennikarskiego („Pollyanna pisze do prasy” [s. 340–347]). Powołując się na hipotezę Pollyanny ogłoszoną przez J. Bouchera i Ch. Osgooda (1969 r.), przypomina, że *do uniwersaliów zachowania się językowego należy skłonność do częstszego użycia wyrazów pozytywnie oceniających przedmioty niż wyrazów oceniających je negatywnie* [s. 142–143].

W opublikowanym ponad dwadzieścia lat temu „Szkicu wstępu do politolingwistyki” [s. 348–355] przybliżył autor nieznany wówczas termin politolingwistyka oraz wyodrębniającą się i usamodzielniającą dyscyplinę badawczą, w kontekście wybranych pozycji z bogatej już wtedy literatury światowej i polskiej, poświęconych związkom polityki i języka. Do dziś mogą zaskakiwać informacje o różnorodności i wielości gatunków tekstów motywowanych politycznie, jak i o zakresie wpływu czynników politycznych na język, nie tylko na jego leksykę, frazeologię i semantykę, ale nawet na morfologię. Nie dziwi więc fakt, że *ważany jest także za twórcę i reprezentanta polskiej politolingwistyki (tłumaczenie zjawisk językowych czynnikami politycznymi)*⁴.

Pisząc „O nowomowie inaczej” [s. 356–368], starał się wykazać, że *czas przestać traktować „nowomowę” jako „język martwy, którym posługiwano się na ziemiach polskich jako językiem państwowym w latach 1944–1989”*. [...] *Peerelowska „nowomowa”*

bowiem była tylko jedną z setek urzeczywistnionych możliwości zastosowania języka w celu perswazyjnym. [...] *Manipulacja zresztą na wolnym rynku informacji i idei może się okazać – jak konstatuje autor – silniejsza i groźniejsza niż w prymitywnym systemie centralnego planowania* [s. 366–367].

Książkę zamyka tekst „Język, państwo, prawo” [s. 369–380], poświęcony pomijanym dotąd w naukowych opracowaniach prawnym aspektem używania języka. Wykorzystując argumenty z historii języków obcych i przywołując rozporządzenia dotyczące polszczyzny znane z jej dziejów, zwraca W. Pisarek uwagę na doniosłość aktów prawnych dla statusu języka i jego funkcjonowania, szczególnie w zmieniających się warunkach polityczno-społeczno-ekonomicznych.

Jak widać, mamy tu do czynienia ze zbiorem publikacji, które aczkolwiek powstawały niezależnie od siebie, nieraz w znacznych odstępach czasowych, zyskały w tym kontekście nową jakość, stworzyły tu nie tylko swoistą monografię ewoluujących zainteresowań autora, ale i bogactwo problematyki, jaka zawiera się w prężnie się teraz rozwijającej dyscyplinie: medioznawstwo, której podwaliny tworzył na gruncie polskim W. Pisarek.

Ale można tę książkę potraktować także jako szczególny probierz samooceny autorskiej i ingerencji „autocenzury” w dobór tekstów. Stali czytelnicy prac profesora mogą być zawiedzeni, że pominięto tu artykuły, bez cytowania których nie można pisać o tytułach i nagłówkach nie tylko prasowych („Tytuł utworu swoistą nazwą własną” [1966], „Poznać prasę po nagłówkach!” [1967]). Należy żałować, że nie weszły do tego zbioru teksty poświęcone gatunkom dziennikarskim (reportażowi [1969], informacji prasowej [1993]), jak również syntetyczne opracowania takich zagadnień, jak: perswazyjna funkcja języka [1974], polszczyzna we współczesnej prasie [1990], polszczyzna oficjalna na tle innych odmian [1994] czy język w mediach, media w języku (2000). Mimo to lektura tej książki może być zarówno źródłem wielu różnorodnych informacji, jak i wskazówek metodologicznych – w zakresie badań i problematyki medialnej, i współczesnej lingwistyki. Dla koneserów to także lekcja wysublimowanej kultury języka, a w szczególności dyskursu naukowego.

⁴ Z. B a j k a, op. cit., s. 365.

**OPTYMISTYCZNIE
I PESYMISTYCZNIE
O NOWYCH MEDIACH**

Henry Jenkins: **KULTURA KONWERCENCJI. ZDERZENIE STARYCH I NOWYCH MEDIÓW**. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007. S. 284. Przekład – Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak.

Andrew Keen: **KULTURA AMATORA. JAK INTERNET NISZCZY KULTURĘ**. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007. S. 200. Przekład – Małgorzata Bernatowicz, Katarzyna Topolska-Ghariani.

Doświadczenia związane z żywiolowym upowszechnianiem się nowych mediów i ich interaktywnym użytkowaniem przez internatów doczekały się dwóch interesujących opracowań, choć pisanych z diametralnie różnych pozycji. Przedmiotem obydwóch prac są analizy doświadczeń związanych z najnowszym wcieleniem internetu, nazwanym – Web 2.0. Jest to zjawisko powstałe w wyniku upowszechnienia się pełnego dostępu do sieci, głównie w Stanach Zjednoczonych, w wyniku którego użytkownicy mają bezpłatny dostęp do zestawu narzędzi i stron WWW, zachęcających ich do współpracy i wymiany własnych wytworów z innymi użytkownikami. Stają się oni nie tylko aktywnymi odbiorcami przekazów medialnych, ale mogą właściwie bez ograniczeń wpływać na ich zawartość, dystrybucję i cyrkulację.

Te interaktywne zachowania odbiorców wpływają obecnie dosyć wyraźnie na dynamikę rozwoju systemów medialnych nie tylko w poszczególnych państwach, ale również na system komunikacji medialnej w wymiarze globalnym. Zjawiska te prowadzą do silnego zderzenia się systemów starych mediów z nowymi, w rezultacie czego pojawia się cała plejada nowych zjawisk komunikacyjnych o charakterze medialnym i multimialnym, a to z kolei oddziałuje nie tylko na nadawców profesjonalnych, ale również na publiczność mediów – szczególnie na tę jej część bardziej aktywną.

Relacje publiczności nowych mediów z ich przekazem w modelu Web 2.0 opisał i obszernie udokumentował Henry Jenkins w pracy pt. „Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów”. Jednym z istotnych momentów tej koncepcji jest traktowanie przez badacza starych i nowych mediów jako zderzających się, co wymusza na nich kooperację, a nie tylko konkurencję. Nie jest to więc wizja pesymistyczna, ale raczej optymistyczna, bo jest tu miejsce dla oddziaływania na publiczność zarówno nowych, jak i starych mediów. W oderwaniu od całokształtu kontaktów komunikacyjnych trudno jest bowiem rozpatrywać zróżnicowanie technologiczne i kulturowe obydwóch rodzajów mediów oraz ich wpływ na publiczność.

Analiza taka miałaby charakter fragmentaryczny, powierzchowny i daleki od rzeczywistego przebiegu procesów komunikowania we współczesnym społeczeństwie, w którym komunikacja medialna staje się jego szkieletem. Komunikowanie w nim przybiera raczej charakter powiązań sieciowych, w których konkurują lub kooperują ze sobą stare i nowe media oraz ich hybrydy – podkreśla badacz amerykański. Powstająca obecnie kultura – sądzi Jenkins – związana z rozwojem komunikowania powinna być dostępna wszystkim bez wyjątku i na tym polega jej pełna demokracja. W związku z tym potrzebna jest aktywna edukacja medialna publiczności, bo w praktyce użytkownicy mediów to nie tylko konsumenci ich przekazów, ale i ich właściciele i aktywni nadawcy. W aktualnej rzeczywistości społecznej umiejętność korzystania z mediów pozwala być w pełni obywatelem społeczeństwa demokratycznego.

Uważa Jenkins również, że zachodzące procesy związane z relacjami publiczności z nowymi mediami będą aktywować nową sferę publiczną, której ideę sformułował Jürgen Habermas, widząc ją w pewnej formie złożonych działań komunikacyjnych, którą w okresie apogeum rozwoju starych mediów zagospodarowały wielkie koncerty medialne, które obecnie dzielą się nią z aktywnymi użytkownikami mediów. Ewentualne zwycięstwo odbiorców mediów nie zuboży nadawców i producentów przekazów medialnych, ale może je zdynamizować i wzbogacić. Również i stare media nie zostaną wyparte przez nowe, ale będą ewolu-

ować pod ich wpływem, wchodząc z nimi w coraz to bardziej złożone interakcje. Stare media nie będą ginąć. Raczej *umierają narzędzia, których używamy, by zaspokoić dostęp do treści medium*.

Jenkins sugeruje, że należy ograniczyć prawa własności instytucji i koncernów do produkcji medialnej; w dużym stopniu hamują one rozwój interaktywnej i kreatywnej postawy publiczności wobec przekazów, a więc wstrzymują rozwój całości mediasfery oraz powstających nowych form mediatyzacji publiczności. Medium bowiem to zapisany dźwięk, narzędzie zaś to technologia określająca możliwości jego rozsiewania w postaci przekazu. W świetle historii rozwoju i ewolucji mediów można zauważyć, że działają one w modelu dwupoziomowym: *na pierwszym [poziomie] – medium jest technologią umożliwiającą komunikowanie; na drugim – zestawem połączonych „protokołów”, czyli społecznych i kulturowych praktyk, którymi obrosła technologia* [s. 19].

Kultura współczesna dzięki globalizacji, której dokonały przede wszystkim nowe media – w opinii Jenkinsa – staje się miejscem wielorakiej konwergencji różnych kultur lokalnych, zarówno wyższych, ale i niższych, nierazko dzięki nowym mediom stwarzana jest możliwość ich odrodzenia się i emancypacji. Podstawą procesów konwergencji mediów jest konwergencja technologiczna i dlatego zachodzi potrzeba szybkiej alfabetyzacji szerokiej publiczności medialnej, by mogła ona lepiej odczytywać intencje zawarte w przekazach, a w konsekwencji właściwie je pojmować i przetwarzać.

W idei „kultury konwergencji” zostają więc zsyntetyzowane trzy wcześniejsze koncepcje, dotyczące powstawania i rozwoju nowych mediów: sama koncepcja konwergencji, idea kultury uczestnictwa oraz teoria rozprzestrzeniania się i rozwoju inteligencji kolektywnej publiczności pod wpływem wdrażania nowych technologii medialnych w procesy komunikowania, które z kolei wymuszają autoedukację medialną odbiorców i użytkowników. Jest to zgodnie z tezami sformułowanymi przez Pierre’a Lévy’ego, które Jenkins akceptuje i potwierdza rozlicznymi analizami zjawisk związanych z komunikowaniem medialnym, multi-medialnym, ale i społecznym.

Za proroka kultury konwergencji uważa Jenkins Ithiela de Sola Pool, który już w roku 1983 w książce pt. „Technologies of Freedom” przewidział, że konwergencja będzie motorem napędzającym przemysł medialny w przyszłości. Będzie ona równocześnie, wraz z aktywnym zaangażowaniem publiczności w komunikowanie medialne, prowadzić do procesów dywergencji, pomnażając zróżnicowanie sfery kultury odbiorców oraz hybryd medialnych jej towarzyszących. W ramach kultury konwergencji, konwergencja technologiczna nie prowadzi jedynie do upodobniania się mediów do medium przewodniego technologicznie, ale przybiera bardzo zróżnicowane formy dzięki aktywnej względem mediów postawie publiczności, tzn. aktywnych jej użytkowników, stających się aktywnymi konsumentami przekazów.

Konwergencja ze swej istoty (w ujęciu determinizmu miękkiego i ewolucyjnego, jaki reprezentuje Jenkins), zmierza albo do konwergencji treści przekazu i dywergencji sprzętu, co zmienia kontekst sytuacyjny użytkownika, albo do konwergencji sprzętu, co zmienia sens treści przekazu, a to z kolei powoduje zmianę kontekstu medium w systemie kulturowym. W jej rezultacie zawsze dokonują się zmiany sposobu produkcji, dystrybucji oraz konsumpcji przekazów medialnych. Jest ona napędzana „od góry” przez koncerty medialne, które wdrażają nowe technologie i „od dołu” przez interaktywnych użytkowników, którzy z kolei aktywnie adaptują je do zaspokajania swoich, głównie osobistych potrzeb. W przypadku nowych mediów ich użytkownicy, czyli aktywni konsumenci przekazu, są dynamiczni, niewierni, hałaśliwi, szybko organizują się we wspólnoty, wykorzystując przy tym mechanizm, określany jako „spirala ujadania i jazgotu”, do poszerzania rozsiewu informacji, Starają się być wszechobecnymi w wymiarze nawet globalnym, tworząc i propagując w komunikowaniu społecznym *kulturę uczestnictwa*.

Jako konwergencję – wyjaśnia więc Jenkins – rozumiemy przepływ treści pomiędzy platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą nieomal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę. Konwergencja to pojęcie opisujące zmiany technologiczne, przemysłowe, kulturowe i społeczne

– w zależności od tego, kto ich używa i o czym wydaje mu się, że mówi. [...] W świecie konwergencji mediów każda ważna historia zostaje opowiedziana, każda marka sprzedana, a każdy konsument flirtuje z różnymi platformami medialnymi [s. 9]. Tak rozumiana konwergencja polega więc na zmianach kulturowych, polegających na zachęcaniu konsumentów do wyszukiwania nowych informacji i tworzenia nowych połączeń pomiędzy treściami rozproszonymi w różnych środkach przekazu.

Towarzyszące jej pojęcie *kultury uczestnictwa* przeciwstawia się wcześniejszym przekonaniom o pasywnej postawie publiczności względem mediów, która ją cechowała przy odbiorze starych mediów. Jej zachowania najlepiej wtedy opisywała „spirala milczenia”. W obecnej sytuacji trudno mówić o oddzielnych rolach producentów i konsumentów mediów. Raczej należy mówić, że są oni jednym i drugim zarazem, a więc zgodnie z sugestiami Alvina Tofflera, stanowią grupę „prosumentów medialnych” pozostających ze sobą we wzajemnych interakcjach zgodnie z nowymi regułami gry komunikacyjno-rynkowej, gdzie interesy nadawców (producentów) i odbiorców (konsumentów) mogą być zgodne, ale i zarazem wymienne.

Nowe media inicjują wiele nowych zjawisk komunikacyjnych w obszarach szeroko rozumianej komunikacji społecznej. Jednym z nich jest – według Jenkinsa – zjawisko spojlowania (*spoiling*), czyli tropienia informacji przez użytkowników mediów oraz tworzenia się aktywnych elit medialnych o charakterze fanowskim, zwanych „aktywem medialnym” (*media actives*). Starają się oni wyprzedzić media w przekazywaniu informacji, ale również produkują i rozpowszechniają przekazy, następnie przejmowane przez inne media, nowe i stare. Zjawisko to jest oparte na antagonizmie i rywalizacji między fanami a producentami przekazów medialnych.

Innym zjawiskiem dynamizującym zainteresowania publiczności mediami są „znaki towarowe”, produkowane i promowane przez media, szczególnie w czasie emisji programów typu *reality show*. Fenomenowi temu towarzyszy pojawianie się „miłośników marek” (*lovetmarks*) wiernych (nieraz poza granice rozsądku) ich kultowi, którzy jednocześnie aktywizują i nakłaniają do za-

interesowania się owymi „markami” bierne grupy publiczności. Spojlowanie prowadzi w tak przedstawionym nowym modelu komunikowania do aktywnego i krytycznego odbioru programów. Spojlerzy dążą bowiem do rozwiązywania zagadek, co daje im przyjemność i satysfakcję, kanalizuje podglądactwo, a w konsekwencji mocniej wiąże taki typ widza z marką i firmą.

Podstawą tego modelu komunikowania jest utowarowienie kultury (związane z produkcją przez media znaków firmowych) przez atrakcyjne zjawiska kulturowe oraz atrakcyjne programy medialne, w które emocjonalnie są zaangażowane grupy aktywistów, dokonujące rozsiewu informacji i jednocześnie aktywizujące biernych odbiorców programów medialnych. Do tych inicjatyw wykreowanych przez media i aktywistów dołączają sponsorzy i reklamodawcy ze swoimi znakami firmowymi, finansując nie tylko media, ale i te grupy aktywistów medialnych, co wszystkim stronom przynosi profity. Media bowiem ulegają obecnie pełnej komercjalizacji i ludyzacji, a ich przekaz ze swej istoty ma za zadanie promować zachowania zabawowe i konsumpcyjne, czyli „łączyć przyjemne z pożytecznym”, gdyż rozrywka i zabawa związane z konsumpcją uczą myślenia i sceptycyzmu.

Kształujący się tą drogą model komunikowania opiera się na „ekonomii afektywnej” oraz rozwoju inteligencji zbiorowej (*collective intelligence*), którą tworzy rozwijająca się „kultura konwergencji”, przybierając formę „kultury uczestnictwa” (*participatory culture*) opartej na interaktywnych zachowaniach odbiorców przekazów medialnych. W jej ramach fani i inni konsumenci przekazów medialnych są zapraszani do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu, redystrybucji nowych treści i współtworzenia nowych form przekazu, za co mogą otrzymywać nawet sówite wynagrodzenie.

Taki model komunikowania oparty na „obywatelu monitorialnym” – w opinii autora – będzie źródłem odradzania się demokracji we współczesnym społeczeństwie, chroniąc je przed dominacją uzurpatorskich elit, pomimo wielu negatywnych konsekwencji, które niosą nowe media interaktywne i w pełni zdemokratyzowane, dające ludziom poczucie anonimowości, a nawet bezkarności, co prowadzi często do manipulacji

grupami publiczności, nadużywania ich zaufania, a nawet do popełniania przy ich pomocy szeregu pospolitych, ale i wyrafinowanych przestępstw. Nowy typ publiczności o interaktywnych umiejętnościach i doświadczeniach, który kształtują nowe media, budzi nadzieje, że taka polityka demokratyzacji dostępu do mediów uczyni tę publiczność nie tylko uczestniczką procesów produkcji i dystrybucji medialnej, ale rozwinię w tych, którzy się na nią składają odpowiedzialne postawy wobec prawdziwości przekazów, na które mają bezpośredni wpływ.

Radykalnie odmienną optykę w stosunku do doświadczeń Web 2.0. prezentuje Andrew Keen w pracy pt. „Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę”. Już we „Wprowadzeniu” mocno podkreśla to stanowisko amerykańskiego badacza Kazimierz Krzysztofek, pytając o sens „WEBskiego świata”, czy to jest: *mądrość tłumów czy zbiorowe nieuctwo?*

Na początku rozważań przytacza Keen znaną alegorię Thomasa H. Huxleya, że nieskończona liczba małp może kiedyś napisać przez przypadek dzieło Szekspira lub Platona, choć prawdopodobieństwo tego jest prawie równe zero, ale jest – co ma obrazować obecną sytuację w sieci, poddanej bezgranicznej kontroli jej aktywnych użytkowników, zarówno tych naiwnych, ale i tych cwanych. Dzieje się tak dlatego, że obecnie w Internecie zanikła granica między publicznością a autorem, twórcą a konsumentem, ekspertem a amatorem. Keen ma zapewne na myśli znane prawo ekonomii, mówiące, że „pieniądz gorszy wypiera z rynku lepszy”. W swych rozważaniach przytacza ogromną liczbę przykładów, które mają przekonywująco zaświadczać, że sprawy idą zupełnie w złym kierunku i co gorsza przy aktualnych regulacjach prawnych i dynamice rozwoju tego modelu komunikowania interaktywnego i w pełni demokratycznego, zagraża ono właśnie samej demokracji, bo mamy tu do czynienia z klasycznym przypadkiem „tragedii wspólnego pastwiska”, którą był opisał Garret Hardin.

Dowody na w pełni manipulacyjny charakter tego typu komunikowania przytacza Keen analizując rozliczne przypadki, które miały miejsce w YouTube, May Space, Wikipedii czy Google. Sądzi, że użytkownicy powodują powstawanie zjawiska „cyfrowego darwinizmu” w Internecie, a nadmiar da-

nych od nich, rozsiewanych przy pomocy Web 2.0 prowadzi w praktyce do chaosu i anarchii w przepływie informacji, co w konsekwencji powoduje drastyczny spadek jej wiarygodności i rozsiewania dezinformacji.

Dzieje się tak dlatego, że mamy tu do czynienia nie tylko z osobistą prywatyzacją przekazu medialnego, ale także z subiektywną prywatyzacją prawdy w duchu postmodernistycznym. Upadek kategorii autorstwa prowadzi do eskalacji kłamstw i szykan, których nie można zdementować, a pełnia demokratyzacji w praktyce rozbija wszelką prawdę, gdyż traci ona znamiona obiektywności. Nagminnie są tu łamane zasady dobrego komunikowania, a więc potwierdzanie prawdziwości informacji u co najmniej dwóch wiarygodnych źródeł oraz zasada „porządku dziennego”. Na dalszym etapie tego modelu komunikowania, szczególnie w blogosferze, następuje rozwój ekstremizmu i ekshibicjonizmu nawet wśród profesjonalnych nadawców, by przypodobać się „wirtualnemu tłumowi”, a tym samym być konkurencyjnym na rynku.

Inną negatywną konsekwencją tego typu zjawisk komunikacyjnych jest upadek wielu profesji oraz profesjonalnego dziennikarstwa, profesjonalnych mediów, osłabienie wpływów podatkowych z przemysłu medialnego, co może w przyszłości doprowadzić (także w związku z brakiem zaufania do mediów) do pełnego chaosu komunikacyjnego i degeneracji demokracji oraz całego społeczeństwa. Przyczynę tych zjawisk upatruje Keen w coraz szybciej rozkręcającej się w internecie „spirali ignorancji”, za którą stoi ów „kult amatora”, sprowadzający komunikowanie do zabawy, rozrywki, wzajemnego kokietowania się interaktywnych użytkowników i mediów profesjonalnych, które w ten sposób tracą swoje fundamentalne funkcje (tj. informacyjną, edukacyjną, socjalizującą) na rzecz funkcji drugorzędnych, rozrywkowych.

Keen domaga się również radykalnych działań prewencyjnych, prawnych i to w skali globalnej, by ukroczyć owe negatywne strony modelu komunikowania w systemie Web 2.0, np. zalew pornografią, pedofilią, fałszywą reklamą oraz zwykłe oszustwa. Jako jeden z pionierów tego komunikowania Keen uważa, że ma ono ogromne zalety, ale musi być poddane kontroli profesjonalnej

i prawnej, by właściwie służyło ludziom, gdyż obecny w nim „kult amatora” prowadzi do poważnych zmian negatywnych, może nawet nieodwracalnych, w psychice ogółu ludzi – zarówno tych „cwanych”, jak i „nawinnych” użytkowników.

Warto jednak przemyśleć uwagę Kazimierza Krzysztofka, zamieszczoną we wprowadzeniu do książki Keena, tę mianowicie, że ów negatywny obraz Web 2.0, kreowany przez amerykańskiego badacza, może być wynikiem jego rozterek, analogicznych do tych, które przeżywał Jose Ortega y Gasset, pisząc „Bunt mas” i obserwując rozwój społeczeństwa kapitalistycznego na początku XX wieku. Kenn być może przeżywa te rozterki w związku z rozwojem kapitalizmu w jego nowej formie. Innymi słowy, może popełnia on znany z badań nad mediami błąd, nazywany „błędem Jacquesa Ellula”.

Cóż – trudno sobie wyobrazić, by każdy, kto studjuje naukę o mediach, nie sięgnął po te dwie, ciekawe i bardzo inspirujące prace. Należy jednak pamiętać, że kwestię, który z tych autorów jest bliższy prawdy, rozstrzygnie dalsza praktyka komunikacyjno-medialna, sama zaś prawda najczęściej leży pośrodku.

Ignacy S. Fiut

DZIEJE LOKALNEJ PRASY WIELKOPOLSKIEJ

Ryszard Kowalczyk: ZARYS DZIEJÓW PRASY LOKALNEJ W WIELKOPOLSCE. ANALIZA PRASOZNAWCZO-POLITOLOGICZNA. Poznań 2006. S. 190.

Media lokalne doczekały się już wielu opracowań. Jednak poszczególne regiony nadal pozostają słabo zbadane (także pod względem historycznym). W przypadku Wielkopolski lukę na bieżąco zapełnia Ryszard Kowalczyk, który opublikował już takie książki, jak: „Prasa lokalna w województwie poznańskim 1989–1998” (Poznań 1999); „Media lokalne i społeczeństwo. Wybrane zagadnienia na przykładzie prasy lokalnej w Wielkopolsce” (Poznań 2003).

Recenzowana publikacja składa się z 6 rozdziałów. W pierwszym z nich, zatytułowanym: „Pod pruskim butem” autor opisuje polską prasę lokalną z perspektywy historycznej (począwszy od zaboru pruskiego), z uwzględnieniem znaczenia czasopiśmiennictwa lokalnego oraz działań cenzury. W rozdziale drugim „Ku niepodległości (1914–1918)” R. Kowalczyk przedstawił prasę polityczną i parafialną oraz prasę subsydiowaną przez władze niemieckie. Jak pisze autor, *polaska prasa lokalna stała się niezwykle ważnym narzędziem kształtowania świadomości społecznej i podtrzymywania wśród Polaków, żyjących przecież w niesprzyjającym otoczeniu społecznym i politycznym, swoście rozumianej idei polskości* [s. 37]. W konsekwencji ważne stało się kształtowanie w odbiorcach postawy patriotycznej przez różnorodne materiały informacyjne i publicystyczne publikowane na łamach prasy lokalnej, które w jakimś stopniu podtrzymywały ducha polskości oraz kompensowały brak własnej państwowości.

Natomiast w rozdziale trzecim autor opisał prasę lokalną w Polsce Odrodzonej (1918–1939). W tym okresie specyficzną cechą systemu prasowego było dość nierównomierne rozmieszczenie wydawnictw na terenie kraju. Przy małych nakładach, dominowały tytuły wydawane w województwach poznańskim, pomorskim, śląskim, krakowskim, lwowskim, kieleckim, lubelskim i warszawskim. *Władze rządowe oraz będące pod ich wpływem politycznym samorządy terytorialne chciały zdominować polski rynek prasowo-wydawniczy na szczeblu lokalnym, traktując miejscowe tytuły jako ważne i skuteczne narzędzie w oddziaływaniu na opinię publiczną. Jednak prasa lokalna w większości nie poddała się tym naciskom i starała się integrować społeczeństwo oraz być obiektywnym wyrazicielem jego opinii, z którą musiały się liczyć czynniki i rządowe, i samorządowe* [s. 71].

W kolejnej części książki autor opisuje sytuację wydawnictw prasowych pod niemiecką okupacją (rozdział IV), jak również prasę partii i organizacji politycznych, prasę nielegalną, prasę władz lokalnych oraz sposoby działania cenzury od 1946 roku (rozdział V).

Ostatni, obszerny rozdział publikacji dotyczy lokalnych wydawnictw prasowych po 1989 roku. Autor podaje m.in. klasyfikację

wydawców prasy lokalnej. Według niej wyróżniamy przynajmniej 8 grup wydawców, są to: 1. *wydawnictwa prywatne (osoby fizyczne, ich grupy oraz spółki prawa handlowego)*; 2. *prasa samorządów terytorialnych (rady gmin/powiatów, zarządy powiatów, domy kultury, biblioteki, gospodarstwa pomocnicze gmin/powiatów)*; 3. *pisma organizacji pozarządowych (stowarzyszenia i fundacje)*; 4. *periodyki organizacji politycznych (partie, ruchy społeczno-polityczne)*; 5. *czasopisma spółdzielni mieszkaniowych*; 6. *tytuły samorządów osiedlowych*; 7. *prasa kościół i związków wyznaniowych*; 8. *wydawnictwa administracji państwowej* [s. 154].

Rynek prasy lokalnej przeżywa wiele problemów. Jednym z nich jest sprzedaż pism grupom kapitałowym, często z udziałem kapitału zagranicznego. Jak pisze R. Kowalczyk: *Kapitał zachodni dostrzeża w prasie o charakterze lokalnym nie tylko konkurenta dla własnych wydawnictw, zazwyczaj regionalnych (rozpowszechnianych na obszarze byłego województwa lub kilku byłych województw), ale widzi w niej przede wszystkim źródło zwiększenia nakładu do tychczas wydawanych tytułów* [s. 159].

Na status prasy lokalnej, jej sytuację i rozwój oddziaływało wiele czynników. Do głównych można zaliczyć: 1. urbanizację, wyrażającą się wzrostem liczby miast oraz ich ludności, a także powstaniem wielkich centrów handlowych i aglomeracji przemysłowych; 2. przyrost dochodów finansowych ludności; 3. wzrost ilości czasu wolnego ludzi, który sprzyjał poszerzeniu pola ich bezpośrednich zainteresowań; 4. rozwój powszechnego wykształcenia; 5. przyznanie praw wyborczych szerokim rzeszom ludności [s. 172].

Jak akcentuje autor, lokalne tytuły prasowe były jednymi z ważniejszych środków przekazywania i rozpowszechniania myśli, przekonań, idei. *Prasę lokalną traktuje się jako wielofunkcyjny środek komunikowania społecznego, który pełni wiele szczegółowych funkcji, determinowanych głównie zakresem zainteresowań wydawnictwa i sposobem opisu rzeczywistości lokalnej, w tym również zastosowanymi środkami wyrazu* [s. 178]. Według autora podstawą misji wydawnictw lokalnych jest edukacja. Prasa, dostarczając informacji, przekazuje odbiorcom wiedzę i poszerza jej zakres.

Przy lekturze publikacji zwraca uwagę zachwianie proporcji w poszczególnych rozdziałach. Rozdziały pierwszy i trzeci składają się z 30 stron, piąty z 54, szósty z 40, natomiast drugi z... 4, a czwarty z 7. Te dysproporcje wyraźnie chwębia konstrukcją publikacji. Książka niewątpliwie jest jednak interesująca, stanowi kompendium wiedzy o poznańskiej prasie lokalnej, a także o procesach zachodzących w polskich mediach lokalnych na przełomie wieków. Publikacja będzie cenną lekturą uzupełniającą, przydatną podczas nauczania przedmiotów dziennikarskich (np. wiedzy o mediach lokalnych i środowiskowych czy historii prasy).

Lidia Pokrzycka

NADZIEJA W BEZNADZIEJNOŚCI

POLSKIE MEDIA LOKALNE NA PRZEŁOMIE XX I XXI WIEKU. HISTORIA – TEORIA – ZJAWISKA. (Red.) Jerzy Jarowiecki, Artur Paszko, Władysław Marek Kolas. BibliTheca, Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Krakowie, Prace Naukowe nr 3, Kraków 2007. S. 226.

Rzadko się zdarza, aby opis szczególnie złożonego zjawiska ze sfery medioznawstwa i komunikacji społecznej dokonany w ramach jednej publikacji przez 14 autorów dawał wszechstronny i – na ile jest to możliwe – kompletny opis tego zjawiska. Sztuka ta udała się autorom i redaktorom opisywanej publikacji.

Praca podzielona jest na siedem rozdziałów:

- „Badania” (w tym: J. Jarowiecki: „Badania nad polską prasą lokalną. Studium przeglądowe”, S. Michalczyk: „Media lokalne. Terminologia i typologia”);
- „Historia i współczesność” (S. Dziki: Krótki zarys dziejów polskiej prasy lokalnej do 1989 roku., R. Kowalczyk: „Podstawy przeobrażeń ilościowych prasy lokalnej w Polsce po 1989 roku”, W. Chorążki: „Sytuacja mediów lokalnych w Polsce w III kwartale 2005 roku”;

- E. Chudziński: „Między regionalizmem a lokalizmem. Uwagi o tożsamości mediów”);
- „Socjologia” (M. Gierula: „Znaczenie mediów lokalnych w życiu społeczności lokalnych”, R. Kowalczyk: „Prasa lokalna w perspektywie zmiany społecznej”);
 - „Ekonomia” (A. Gruchot: „Sytuacja ekonomiczna mediów lokalnych w kontekście jej przeobrażeń i perspektyw rozwoju 1989–2006”, I. S. Fiut: „Prasa bezpłatna i lokalna w Małopolsce. Nowe zjawiska”);
 - „Język” (K. i W. Kajtochowie: „Uwagi o języku czasopism lokalnych”);
 - „Media elektroniczne” (T. Skoczek: „Regionalne i lokalne media elektroniczne. Systemowe możliwości rozwoju”, J. Wajdzik: „Radio lokalne w Polsce. Narodziny i rozwój”);
 - „Regiony” (W. M. Kolasa, A. Paszko: „Małopolskie media lokalne i regionalne w świetle analiz statystycznych”, R. Polak: „Prasa jako wyraz aktywności społeczności lokalnych. Na przykładzie województwa podkarpackiego”).

Pracę zamyka opracowana przez W. M. K o l a s ę bibliografia publikacji na temat polskich mediów lokalnych i regionalnych po 1989 roku, będąca niezastąpionym źródłem informacji dla wszystkich, którzy zajmują się lub pragną się zająć tym rodzajem mediów.

Problematyka mediów lokalnych należy do wyjątkowo trudnych do analizy. Mamy nawet problemy z samą definicją mediów lokalnych i sublokalnych, i z kryteriami pozwalającymi odróżnić je od mediów regionalnych. Wydaje się, że zdecydowana większość autorów opowiada się za koncepcją proponowaną przez krakowski Ośrodek Badań Prasoznawczych, zgodną zresztą zarówno z rozumieniem intuicyjnym, jak i ze sposobem pojmowania tego problemu przez środowiska dziennikarskie. Mamy więc prasę regionalną, obejmującą swym zasięgiem co najmniej jedno województwo, lokalną – mniej niż województwo, ale nie mniej, niż jeden powiat i wszystkie pozostałe – gminne, miejsko-gminne, parafialne, osiedlowe itp. (por. S. Dziki, W. Chorążki, T. Skoczek). Można przypuszczać, że wraz z utrwalaniem się w społecznościach lokalnych przeświadczenia, że to od ich władz zależy podział środków finansowych, w tym także – a może

i głównie – środków unijnych, decydowanie o harmonogramie inwestycji itp. ten teoretyczny podział stanie się jeszcze bardziej zbliżony do podziałów rzeczywistych. Społeczności lokalne i regionalne jeszcze bardziej zaczną się skupiać wokół struktur, w ramach których zapadają najistotniejsze dla nich decyzje.

Autorzy pracy wiedzą, że mają do czynienia z sytuacją wyjątkowo zmienną. Nawet sporządzenie wiarygodnej listy mediów lokalnych i sublokalnych napotyka na trudności, bowiem obok tytułów o utrwalonej pozycji pojawiają się liczne efemerydy, których żywot nie przekracza kilku numerów. W. C h o r a ż k i zwraca uwagę, że wprawdzie liczba tytułów prasy lokalnej od lat wynosi około 2,5 tys. w skali kraju, jednak miejsce wartościowych tytułów coraz częściej zajmują biuletyny miejscowych władz lub pisma parafialne. Bardziej optymistyczny punkt widzenia reprezentuje I. S. Fiut, który zwraca uwagę na zjawisko dualizacji komunikacji lokalnej – tam, gdzie rynek reklamowy jest dostatecznie głęboki (a istnieją szanse, że rynki te będą się pogłębiać w miarę rozwoju gospodarczego), owe biuletyny pojawiają się obok, a nie zamiast lokalnych tygodników.

Znikają także lokalne stacje radiowe, przejmowane przez wielkie koncerny i formatowane wedle modelu „szafy grającej” (przykładem może być upadek nowosądeckiego Radia Echo). Lokalne stacje telewizyjne emitujące w systemie naziemnym rozsiewczym przestały istnieć.

Czy był to proces nieunikniony? Szukając odpowiedzi warto zwrócić uwagę na refleksję S. M i c h a l c z y k a: w początkowym okresie transformacji ustrojowej przyjęto koncepcję „odnawiania polityki od dołu”, m.in. także przez lokalne i sublokalne media, które miały tworzyć lub przynajmniej współtworzyć więzi w społecznościach lokalnych. W rezultacie tego powstawały pisma i media elektroniczne nie mające odpowiedniej bazy finansowej, bez przygotowanych do tej roli menedżerów i dziennikarzy. Początkowa erupcja tych mediów skończyła się tak, jak się skończyć musiały. Wydaje się, że błędne było samo założenie. Media lokalne mogą współtworzyć społeczność lokalną, ale nie mogą jej stworzyć. Dowodem niech będzie Podhale, społeczność o silnym poczuciu tożsamości, gdzie z powodzeniem

działa nie tylko lokalny *Tygodnik Podhalański*, lecz także lokalne Radio Alex.

Podobne zjawisko wystąpiło na poziomie regionalnym. S. Dzi ki trafnie zwraca uwagę na błędną politykę prywatyzacji RSW Książka – Prasa – Ruch, poprzez tworzenie słabych ekonomicznie spółek dziennikarskich, które – z nielicznymi wyjątkami – wcześniej czy później musiały się poddać dominacji zachodnich koncernów prasowych. Trudno zresztą winić kierownictwo tych spółek, skoro w przeważającej większości nie były one przygotowane do działania w nowych warunkach ekonomicznych. S. Dzi ki obliczył nadto, że w latach 1965–81 tylko 2,6% publikacji prasoznawczych dotyczyło ekonomiki mediów. Nie zmienia to wszakże faktu, że działalność Komisji Likwidacyjnej zasługuje na szersze studium i to możliwie szybko, zanim znikną dokumenty poświadczające jej działalność.

Odzyskanie lokalnych mediów elektronicznych wydaje się – w dającym się przewidzieć czasie – trudne do realizacji. Tylko trochę inaczej rzecz się ma z mediami drukowanymi. Są one pod silną presją ze strony wielkich koncernów, będących właścicielami mediów regionalnych – Polskapsesse i Mecom (dawna Orkla), Internetu i coraz powszechniejszych pism darmowych.

Nie jest to tylko polski problem. Jak zauważa I. S. Fi u t, zmniejszenie się wpływu prasy lokalnej pod wpływem „darmówek” i Internetu występuje we wszystkich demokracjach zachodnich. Jednak – jak zauważa autor – nie następuje zjawisko „inflacji komunikacyjnej”. Ludzie nadal chcą wiedzieć, co się dzieje w ich otoczeniu. Co więcej, deregulacja rynku prasowego przez prasę darmową ma swoje drugie oblicze: „obdarowany” stopniowo wykształca w sobie predyspozycję czytelnictwa, co powoduje, że w przyszłości może sięgnąć po inne pismo. To jest powód, dla którego „darmówki” wydawane są także (a może przede wszystkim) przez wielkie koncerny prasowe. Zresztą nie zawsze w sposób udany. Wydawana przez *Gazetę Krakowską* darmowa gazeta *Nasze Miasto* w pewnym momencie stała się konkurencją dla gazety, a nie zachętą do jej kupienia. Nowością, dostrzeżoną przez I. S. Fi ut a, jest rozszerzanie się gazet darmowych, niezależnych od wielkich koncernów, także na tereny powiatowe i gminne. Jest to o tyle zaskakujące, że dotąd uważano, że są

to tereny mało interesujące dla tego typu prasy, ze względu na duże koszty dystrybucji. Tymczasem mamy już w Małopolsce np. *Gazetę Iwanowicką*, będącą dodatkiem darmowym do powiatowej, niezależnej *Gazety Miechowskiej*.

Bardziej skomplikowana jest gra między pismami lokalnymi a regionalnymi, należącymi do wielkich koncernów. Omawiana publikacja bardzo precyzyjnie przedstawia proces wykupywania przez koncerny tygodników lokalnych i zamieniania ich albo w codzienne dodatki lokalne, albo w tygodniki – ale wydawane już w ramach tytułu regionalnego. Daje to podwójny profit: likwidację konkurencji oraz przejęcie jej zespołu i rynku reklamowego. W ten sposób niektóre województwa wręcz „wymieciono” z niezależnych tygodników lokalnych (przykładem może tu być województwo łódzkie). Ponieważ jednak podstawową zasadą obowiązującą w koncernie jest cięcie kosztów, strony lokalne są ograniczane objętościowo, a tygodniki – likwidowane. Z czasem także oddziały są likwidowane i zastępowane korespondentami lokalnymi.

Dziś nadal mamy do czynienia z sytuacją, w której gazety koncernowe działają jak cyklon wysysający z terenu pisma lokalne. Z drugiej jednak strony w tzw. terenie powstaje luka komunikacyjna, która z pewnością zostanie wypełniona. Z kweryndy przeprowadzonej pod kierunkiem prof. I. S. Fi ut a przez Zakład Kulturoznawstwa i Filozofii Wydziału Nauk Społecznych AGH wynika np., że w Polsce południowej pojawiło się kilkadziesiąt pozakoncernowych pism lokalnych i sublokalnych, redagowanych i drukowanych na przyzwoitym poziomie. Wskazywane przez K. i W. K a j t o c h ó w wady języka mediów lokalnych – choć się zdarzają – są coraz rzadsze, co może świadczyć o wyższym stopniu profesjonalizacji redakcji.

Kierownictwa pism koncernowych, kierując się w istocie wyłącznie względami finansowymi, przeoczyły fakt, że obecnie wydawanie pisma dla społeczności liczącej 30–50 tys. mieszkańców jest tanie. Wymaga kilku kompetentnych dziennikarzy, dwóch – trzech komputerów i wsparcia finansowego choćby jednego miejscowego biznesmena. Można zaoszczędzić na kosztach promocji, bowiem w tak niewielkich społecznościach wieść o pojawieniu się na rynku nowego pi-

sma rozejdzie się sama (nie dotyczy to już większych rynków czytelnicych, np. Krakowa), także druk na „resztówkach” papieru pozostałych po wydrukowaniu większych gazet nie jest szczególnie drogi. Możliwy więc jest scenariusz, wedle którego pisma koncernowe same na siebie zastawiły pułapkę.

Niewątpliwie Internet może być zagrożeniem dla lokalnej prasy drukowanej. Ale może też być szansą dla lokalnej społeczności. Uruchomienie prasy internetowej jest stosunkowo tanie i nie pociąga za sobą większego ryzyka finansowego. Lokalna lub sublokalna gazeta może zacząć działalność jako gazeta internetowa, a gdy ilość odwiedzin na jej stronach zapewni wydawców o zainteresowaniu czytelników, mogą zaryzykować wydanie drukowane (jak to się zdarzyło np. w przypadku *Gazety Olkuskiej*). Mogą też pozostać w formule gazety internetowej. Aktualne orzecznictwo i wykładnia specjalistów z zakresu prawa prasowego idą w kierunku obligatoryjnej rejestracji takiej gazety w sądzie okręgowym tak samo, jak w przypadku printmediów, o ile spełnia ona wymogi określone w art. 7 Prawa prasowego (witryna nie jest samoistnym i zamkniętym dziełem, wychodzi pod stałym tytułem, posiada numerację wydań, ich datę, wychodzi regularnie nie rzadziej, niż raz w roku). Mało uciążliwa procedura rejestracji (sąd może odmówić rejestracji tylko w przypadku, gdy taki sam lub podobny tytuł istnieje już na rynku prasowym lub gdy wnioskodawcy nie podali nazwisk lub nazw wydawcy, nazwiska redaktora naczelnego oraz ich adresów) daje w zamian dziennikarzom gazety internetowej uprawnienia dziennikarzy wynikające z prawa prasowego.

Internet daje również szansę istnienia piśmom (witrynom) regionalistycznym, traktującym swoją lokalną ojczystą jako wspólną historię i tradycję. Choć bowiem trudno nie zgodzić się z tezą o „wymieraniu regionalistów” głoszoną w publikacji przez W. Chorążkiego, nie sposób jednak nie zauważyć, że w znacznej części gmin małopolskich, obok oficjalnej strony internetowej gminy, występują też witryny prywatne, najczęściej o charakterze regionalistycznym. Internet jest w tym wypadku lepszym medium niż prasa drukowana, umożliwia bowiem kontakt między osobami zafascynowanymi danym terenem, jednak

mieszkającymi w innych częściach kraju (np. witryna Beskid-Niski.pl).

Recenzowana publikacja jest wierną fotografią stanu pism lokalnych w połowie pierwszego dziesięciolecia naszego wieku. Autorom udało się dotrzeć do mało znanych faktów. Mimo że sytuacja w mediach zmienia się nieomal co miesiąc, to stawiane przez autorów hipotezy okazały się nad wyraz trafne i dobrze oddają obecne zmiany w mediach lokalnych.

Oczywiście można znaleźć drobne błędy i nieścisłości. Powszechnie stosowana przez autorów na określenie właściciela koncernu Polskapresse nazwa Passauer Neue Presse dotyczy tylko niemieckiej części koncernu, zaś jego właściwa nazwa brzmi Verlagsgroupe Passau. Bariera 33% udziałów inwestorów zagranicznych w mediach elektronicznych została zniesiona – ale tylko dla inwestorów z Unii Europejskiej – w ramach tzw. małej nowelizacji Ustawy o radiofonii i telewizji. W najmniejszym stopniu nie uchybia to jednak wartości publikacji, której przynajmniej niektóre części powinny stać się lekturą obowiązkową dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

Jerzy Pałosz

MIĘDZY SACRUM A PROFANUM

Katarzyna Skowronek: MIĘDZY SACRUM A PROFANUM. STUDIUM JĘZYKOZNAWCZE LISTÓW PASTERSKICH KONFERENCJI EPISKOPATU POLSKI (1945–2005). Prace Instytutu Języka Polskiego PAN, nr. 129, Lexis, Kraków 2006; S. 335.

Listy pasterskie konferencji episkopatów krajowych są sposobem komunikowania wiernym przez hierarchię kościelną jej poglądów i wskazówek, dotyczących bieżącego życia społecznego i religijnego na obszarze lokalnej wspólnoty. Z perspektywy teologicznej są przedłużeniem praktyki epistolarniej świętego Pawła Apostoła. Odczytywane we wszystkich parafiach podczas uroczystych mszy świętych, stanowią w ko-

munikacji między wiernymi a ich „pasterzami” – biskupami medium o wyjątkowo szerokim zasięgu. W Polsce lat 1945–1989 – czyli prawie całego okresu, który objęła swym badaniem Katarzyna Skowronek – było to medium praktycznie jedyne (w obliczu niechęci komunistycznych władz wobec Kościoła i blokowania mu dostępu do radia, prasy czy telewizji). W Polsce demokratycznej przekazy katolickie stały się zaś jednym z elementów wolnorynkowej konkurencji. W obu wypadkach bardzo istotne jest pytanie o ich zawartość semantyczną i stosowane strategie perswazyjne. Zadano je w doskonale napisanej i arcyciekawej książce „Między sacrum a profanum...” (stanowiącej zarazem pracę habilitacyjną pani Skowronek).

Aby na nie odpowiedzieć, badaczka posługuje się metodami bazującymi na warsztacie językoznawcy, ale odwołującymi się do szeregu nauk humanistycznych. Są to głównie: analiza dyskursu, badająca relację tekst – kontekst (społeczny, polityczny, religijny...) i pragmalingwistyka, opierająca się na analizie procesu komunikacji literackiej i założeniach kognitywistyki. „Tekst” definiowany jest tu jako całość komunikacyjna, posiadająca – poza wymiarem językowym – również tematyczny, prakseologiczny (celowość) i interakcyjny – wpływa bowiem z relacji między nadawcą i odbiorcą, a zarazem warunkuje ją i określa.

Gatunek listu wpisuje się w tę definicję doskonale, jako *tekst (za)pisany i (od)czytany, którego powstanie i odbiór motywowane i warunkowane są elementami pozajęzykowymi* [s. 16]. Zarazem, jak zauważa cytowana przez autorkę Stefania Skwarczyńska, list jest *rozpięty między biegunowymi przeciwieństwami o różnym charakterze: użytkowością a literackością, monologowością a dialogowością, efemerycznością a dokumentalnością, indywidualizmem a konwencjonalnością, stylem języka mówionego i pisanego* [s. 76]. Kontekstem dla tak pojętej formy językowej będą m.in. role społeczne podmiotów komunikacji, jej tło historyczne (w wymiarze lokalnym i globalnym) czy intencja, z jaką dochodzi do jej nawiązania. Korpus ponad czterystu listów KEP wraz z ich kontekstem został poddany przez Katarzynę Skowronek wzorcowej analizie dyskursu, czyli językowego faktu społecznego, interakcji dokonującej się przy udziale języ-

ka w kontekście psycho-socjo-kulturowym. Kilkakrotnie dołącza do tej metody elementarna analiza statystyczna, połączona z wyliczeniem wszystkich użytych w danej sytuacji tekstowej określeń i środków.

Badaczka dysponuje kompetencją niezbędną do sprawnego posługiwania się tymi metodami, czego bezdyskusyjnie dowodzi w swojej książce. Jest członkiem Zakładu Onomastyki Instytutu Języka Polskiego PAN Krakowie i współpracownikiem Komisji Języka Religijnego przy Radzie Języka Polskiego PAN, autorką pracy „Reklama. Studium pragmalingwistyczne” (Kraków 1993) oraz licznych artykułów naukowych. Autorami, za którymi chętnie podąża w swej książce, są z jednej strony teoretycy kultury i dyskursu, tacy jak Teun A. van Dijk, Michel Foucault czy John Searle, z drugiej zaś polscy badacze fenomenów języka, religii i kultury, jak Irena Bajerowa, Jerzy Bartmiński czy Jerzy Bralczyk (i wielu innych).

Analiza tak dużego korpusu tekstów miała pozwolić *odczytać i zinterpretować nie tylko słowa wprost eksplikowane, które mają charakter jawny czy nawet deklaracyjny, ale przede wszystkim zrozumieć te typy działań mownych, komunikacyjnych, które wyraźnie przejawiają się dopiero w ramach długofalowych, wieloletnich strategii językowych* [s. 14–15]. Pierwsza część książki obok przybliżenia metodologii pracy zajmuje się zagadnieniem listu jako formy tekstowej, także w rozumieniu samych hierarchów. Biskupi na różne sposoby ujawniają własną definicję formy nadawczej, jaką dysponują, oraz jej celu. W toku analizy Skowronek wykazuje (pośród wielu innych prawidłowości), że to cel perlokucyjny stanowi według autorów centrum listu; zdają się oni mówić: „piszemy do Was, by wasze poglądy, przekonania, opinie, stały się takie same, jak nasze”.

W części drugiej badaczka prześledziła kilka wątków treściowych pojawiających się w listach KEP na przestrzeni sześćdziesięciolecia, wybranych pod kątem różnorodności strategii perswazyjnych, jakie się w nich ujawniają. Rozdziały te poprzedza wprowadzenie w historię Kościoła katolickiego w Polsce powojennej i współczesnej. Jest to fragment doskonale dopełniający całość pracy, wpływający z przekonania o głębokiej interakcji między tekstem a kontekstem. Skowronek swój wywód przeplata fragmen-

tami samych listów, a spośród książek historycznych i publicystycznych wybiera także te, których autorami są księża bądź ludzie blisko z Kościołem związani. Ma to prowadzić do stworzenia obrazu tych lat właśnie z perspektywy przedstawicieli tej instytucji, bowiem z taką narracją mamy do czynienia w badanym materiale.

Tematem otwierającym część analityczną książki jest mariologia, będąca rozbudowanym w listach pasterskich zagadnieniem teologicznym. Na drodze wyliczenia mnogich określeń używanych przez episkopat w odniesieniu do matki Chrystusa, wraz ze wskazaniem na ich kulturowe źródło (ewangelie, dogmatyka katolicka, modlitwy i pieśni religijne, sztuka, literatura i obrzędowość specyficznie polskie, słownik prywatny niektórych świętych i hierarchów – zwłaszcza św. Maksymiliana Marii Kolbego, kard. Stefana Wyszyńskiego i Jana Pawła II), Skowronek opisuje funkcje pełnione przez tę postać w przekazie epistolarnym. Przede wszystkim sposób jej prezentacji (w tym metaforyka Królowej i Matki) powoduje, że *wymiar narodowy dystrybuowany jest w ramach myśli teologiczno-duszpasterskiej listów, a znaczenia religijne nacjonalizują się. Konglomerat ten tworzy obraz tzw. polskiej mariologii* [s. 137].

Co ciekawe, teologia posoborowa (po roku 1965) prezentowana jest w listach również ze wskazaniem na Maryję, mimo że jej obecność w dokumentach jest marginalna, a w dodatku wynegocjowana właśnie przez polskich Ojców Soborowych. Skowronek komentuje to jako *uchwytny językowo syndrom niepełnego (czy raczej «nie w pełni całościowego») obrazu teologii katolickiej, przedstawianego wiernym w Polsce* [s. 143].

Problemy alkoholizmu i trzeźwości to wątek tematyczny, na którym badaczka oparła swą analizę strategii perswazyjnych służących kształtowaniu aksjologicznych postaw adresatów listów pasterskich. W tym celu wykorzystanych zostaje z jednej strony szereg ekspresywnych metafor i narracji parabolicznych (alkoholizm jako bestia, katastrofa, droga społeczeństwa ku własnej zgubie), mających wzbudzić pożądane stany emocjonalne połączone z wartościowaniem negatywnym; z drugiej zaś strony mamy do czynienia z dyskursem racjonalizującym, aż po naśladowanie stylistyki z pogranicza nauk ścisłych, co ma podkreślić obiektyw-

ność, rzeczowość, faktograficzność wywodu (nazwanie alkoholizmu chorobą sugeruje pozycję nadawcy jako lekarza stawiającego diagnozę). Współistnienie tych dyskursów ma świadczyć o obecności w listach *pewnego balansu pomiędzy sacrum a profanum, o próbie oswojenia współczesnego świata zarówno przez jego racjonalizację, jak i mitologizację* [s. 181].

Ciekawym wątkiem analiz Skowronek jest wskazywanie na przejawy neosemantyzacji przez episkopat – jako autora listów pasterskich – pewnych słów. I tak, w omawianym rozdziale zauważa ona, że przekaz nacechowany aksjologicznie, stawiający sobie za cel tworzenie „moralnych wizerunków świata” płynął za czasów PRL również z oficjalnych tekstów propagandowych, o treści dla katolicyzmu niejako konkurencyjnej. Biskupi, rozumiejąc to, tworzyli swoiste „słowniczki” słów odnoszących się do tych samych zjawisk, lecz pochodzących z dwu (przeciwnika i własnej) domen aksjologicznych. *Najpierw «wylamuje się» pewne wydarzenia z typowego dla nich semantycznego kontekstu, a następnie ponownie się je zestawia ze sobą w nowych relacjach, zwykle z równoczesnymi, nieraz zaskakującymi przesunięciami semantycznymi. Procesowi dezintegracji kontekstowej towarzyszy więc mechanizm integracji na poziomie nowego tekstu i jego ramy kontekstowej* [s. 161].

Przykładem takiego zabiegu jest znaczenie nadane przez autorów słowu trzeźwość, mocno odbiegające od słownikowego. Posiada ona w listach charakter stopniowalny, co wyraża się np. w postulatach *większej [bardziej dojrzałej] trzeźwości narodu*, oraz swoisty superlatyw: *abstynencki* (tyle co „najtrzeźwiejszy”). Pozwala na tworzenie fraz *sierpniowy czyn trzeźwości, praca trzeźwościowa*. Stan ten jawi się tym samym w listach episkopatu jako „nienaturalny a zarazem nieneutralny aksjologicznie”. Zabiegi takie mogą przypominać ideologizację języka w obrębie „nowomowy”, ze względu jednak na odmienność kontekstu Skowronek konsekwentnie poprzestaje w tym wypadku na określeniu „neosemantyzacja”.

Następne trzy rozdziały wiążą się z definiowaniem dyskursu epistolarnego jako skierowanego zarazem *ad intra* i *ad extra* aktu komunikacji. Dotyczą bowiem kolejno autocharakterystyki nadawcy, kontekstu lokalnego oraz globalnego funkcjonowania

tekstu. Prezentacja samego siebie przez episkopat dokonuje się przez szereg formuł – tak nominalnych (np. *my, biskupi polscy; metafory pasterza, ojca i dowódcy wojsk*), jak i werbalnych (*wyrażamy zaniepokojenie, mamy obowiązek o tym mówić, pragniemy przypomnieć*). Skowronek interpretuje je jako środek integracji wspólnoty (*my z wami*), wyraz władzy instytucjonalnej (*my nad wami*) i polemiki prowadzonej z władzą państwową (*my przeciwko nim*).

Najciekawsze ze sformułowań – *widzimy, więc wiemy* – autorka diagnozuje jako pełniące funkcję panoptyczną (wszechwiedza wypływająca z perspektywy oglądu sięgającej dalekich przestrzeni oraz ogromnego zakresu czasowego). W projektowanym w listach obrazie lokalnego, polskiego kontekstu ich funkcjonowania, zwraca uwagę specyficzny zakres znaczeniowy słowa *naród*. Nie ma ono wiele wspólnego z definicją wypracowaną na gruncie nauk społecznych czy politycznych. Autorzy listów pasterskich odwołują się przy jej konstruowaniu do kwestii więzów emocjonalnych tudzież krwi, łączących członków narodu (rodziny rodzin). W konsekwencji tworzą obraz organicznego związku między cechami polskości i katolicyści.

Rekonstrukcja strategii tekstowych do niego prowadzących zasługuje na lekturę w pełnej wersji zawartej w książce Skowronek. Tymczasem wspomnę jeszcze o owocach badania obecności kontekstu globalnego – czyli kościoła powszechnego – w interesującym nas dyskursie. W okresie, który objęła swoim badaniem Skowronek miał miejsce Sobór Watykański II – narzędziem jego popularyzacji wśród wiernych w Polsce mogły z powodzeniem stać się właśnie listy pasterskie. Aby sprawdzić, na ile tak się stało, badaczka dokonuje wylczenia „metatekstyzmów” (sygnałów obecności „cudzego słowa” w tekście) obecnych w listach i formuł wprowadzających fragmenty intertekstualne: dokumenty soborowe, teksty Papieskie czy też utwory literackie.

Na pierwszy rzut oka taka drobiazgowość może sprawiać wrażenie przesadnej, jednak pozwala jej to – dzięki precyzyjnemu aparatowi językoznawcy – na sformułowanie bardzo ciekawych wniosków. Okazuje się, że *w intencji nadawcy cytaty soborowe pełnią rolę podtrzymującą autorytet listów*

episkopatu. Nie są zatem tekstami autonomicznymi, które, stanowiąc główny temat listów, podlegałyby jednocześnie dłuższemu objaśnieniu bądź służyły głębszym refleksjom snutym niejako na ich kanwie. [...] W dużej mierze mamy tu do czynienia z instrumentalizacją nauk SW II [s. 277]. Podobnie sposób wprowadzenia cytatów z wypowiedzi Jana Pawła II prowadzi do tego, że *funkcja dydaktyczna wypowiedzi Głowy Kościoła nie jest w tym wypadku właściwie wykorzystana* [s. 283].

Na koniec Skowronek zajmuje się tematem „Kościół a świat współczesny” na przykładzie listów pasterskich o mediach, a raczej – zgodnie z nazwą, jaką posługuje się KEP – o „środkach masowego przekazu”. Różnica leksykalna okazuje się odpowiadać różnicy w sposobie rozumienia i wartościowania tego zagadnienia, oraz przyjmowaniu odmiennych modeli komunikacji z odbiorcami: modelu linearnego (przez Kościół) i interakcyjnego (przez świeckich medioznawców). Zrozumieniu tego zjawiska sprzyja znajomość kontekstu: *Kościół powszechny w dokumencie soborowym Inter mirifica uznał i przyjął teorię behawiorystyczną, która reprezentuje pierwszą zaledwie generację koncepcji medioznawczych. Definiowała ona media masowe jako mechanizmy, które wpływają bezpośrednio na postawy i zachowania ludzi, wywołując efekt silny, zgodny z zamierzeniem nadawcy* [s. 302]. Od tej pory jednak koncepcja statusu ontologicznego mediów uległa radykalnym przekształceniom, w stronę ich większej elastyczności i wolności w akcie odbioru.

Zaproponowana przez Katarzynę Skowronek metoda badawcza (językoznawcza analiza dyskursu), mimo uczynionego we wstępie zastrzeżenia o jej relatywności, wydaje się wyjątkowo adekwatną do omawianego przedmiotu. Po pierwsze z uwagi na charakter listu pasterskiego jako formy tekstowej, zanurzonej zarówno w tradycji, jak i w doraźnym akcie komunikacyjnym, a przy tym stanowiącej artefakt władzy instytucjonalnej. Po drugie ze względu na wagę kontekstu historycznego w badanym okresie oraz interakcje między językami oficjalnej propagandy i Kościoła (badane teksty zestawiane są częstokroć z cytatami z *Trybuny Ludu*). Po trzecie wreszcie ze względu na delikatność materii oficjalnej

wypowiedzi KEP. Trudno komukolwiek poza samym papieżem, również reprezentantom świata naukowego, przyznać kompetencje do oceny ich wymowy.

Świadoma tego autorka zaznacza na początku pracy, że *sformułowane w niej sądy i opinie dotyczą jedynie sposobu wyrażania prezentowanych treści, nie zaś samych treści* [s. 19]. Dlatego też wnioski płynące z pracy „ograniczają się” do wskazania na szereg strategii nadawczych polskiej hierarchii kościelnej i oceny, na ile sprzyjają one twórczemu odbiorowi ze strony wiernych.

Skowronek wykazuje, że nadawca listów ściśle planuje ich cel komunikacyjny oraz przypisuje sobie wyłączne prawo do zabrania głosu, określania treści i kierowania przebiegiem komunikacji, co prowadzi do jednokierunkowości przekazu. Pojawiają się próby zmniejszania asymetrii w kontakcie z masowym odbiorcą (mowa o *serdecznej rozmowie*), jednak asymetryczność pozycji nadawczych pozostaje dominująca. Dzieje się tak również ze względu na zamkniętość struktury komunikatu, która wynika z selektywności podejmowanych tematów połączonej z repetycją i usytuowaniem ich w „świecie” wydarzeń świąteczno-rocznicowych. *Fortunność tych wypowiedzi ma być zagwarantowana m.in. poprzez nadanie sprawom świeckim wymiaru religijnego, stałą repetycję tematów i wątków myślowych oraz ich selektywny dobór* [s. 320].

Listom i opisywanym w nich wydarzeniom zostają przypisane cechy ważności i sakralności: *sfera sacrum jest zasadniczą ramą merytoryczną listów, wewnątrz której konstruowane i budowane są wydarzenia bieżące. Jest więc ich ramą, lecz nie esencją. Teologia często przybiera kształt «teologii politycznej», wiele zjawisk uchodzących za świeckie jest stale odnoszonych do sfery transcendentnej i w niej osadzonych, a wydarzenia religijno-duszpasterskie (np. milenijne) spletają się z problemami ściśle politycznymi* [s. 318]. Rozpoznanie to łączy się w zakończeniu książki z postulatem, by listy pasterskie KEP stawały się w przyszłości *raczej płaszczyzną pogłębionej propedeutyki teologicznej niż elementem przedwyborczej debaty lub rocznicowej celebracji* [s. 321]. Prowadzić do tego miałyby przesunięcie akcentów tematycznych, uelastycznienie repertuaru środków językowych, rozluźnienie

formuły, zmniejszenie dystansu komunikacyjnego.

Można do tego dodać jedynie życzenie, aby praca Katarzyny Skowronek miała recepcję jak najszerszą i połączonej z popularyzacją stanu świadomości językowej, metodologicznej i interdyscyplinarnej, którą zaprezentowała.

Karina Jarzyńska

KOMUNIKOWANIE W GLOBALIZUJĄCEJ SIĘ KULTURZE

Jerzy Mikułowski Pomorski:
JAK NARODY POROZUMIEWAJĄ SIĘ
ZE SOBĄ W KOMUNIKACJI MIĘDZY-
KULTUROWEJ I KOMUNIKOWANIU
MEDIALNYM. Towarzystwo Autorów
i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSI-
TAS, Kraków 2006. S. 408.

Wiedza na temat komunikowania, szczególnie przy pomocy mediów, ulega obecnie nie tylko weryfikacji. Globalizujący się świat mediów – dla ujęcia nowych zjawisk, wcześniej rzadko, albo w ogóle niespotykanych – potrzebuje nowych ujęć teoretycznych. Naprzeciw tym oczekiwaniom niewątpliwie wychodzi praca Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego, w której autor postawił sobie za cel przemyślenie całokształtu zjawisk komunikacyjnych, w związku z zachodzącymi na naszych oczach przemianami, w wyniku których następuje proces szybkiego nakładania się na siebie i mieszania się kultur.

Zmiany te prowadzą do powstawania nowych typów ludzi (tzw. – „trzeciej kultury”), charakteryzujących się wewnętrzną wielokulturowością, powstają różne formy adaptowania się ludzi do zmieniającego się świata. Te zmiany jednak zachodzą na bazie pierwotnej kultury, w której ludzie kulturowo zostali uformowani. *Procesom zmniejszania się roli państwa – pisze autor – nie muszą towarzyszyć procesy zanikania narodu. Dziś żyjemy w przekonaniu, że kulturowego dążenia do otwartości nie można zatrzymać i że nastąpi zatarcie granic między narodami w ogólnej wspólnocie globalizmu.*

W książce staramy się rozważyć, czy taka konsekwencja jest nieunikniona. Tymczasem okazuje się, że granice między narodami istnieją w ludzkich umysłach i są wynikiem przebytej socjalizacji w narodowym otoczeniu. Szeroko przedstawiona tu wiedza o komunikacji międzynarodowej (cross-cultural) ukazuje te granice, podczas gdy wiedza o komunikacji poprzekulturowej (inter-cultural) – możliwości ich przewyżczenia. Komunikacja poprzekulturowa spełnia rolę przypisaną międzynarodowości, rozumianej jako otwartość, komunikacja międzykulturowa potwierdza różnice, których broni państwo suwerenne [s. 14].

Kolejne rozdziały książki noszą tytuły: „Komunikacja kulturowa”, „Międzynarodowość jako płaszczyzna komunikacji”, „Ewolucja modeli komunikacji i komunikowania”, „Komunikowanie w zmieniającym się społeczeństwie”, „Rola zmysłów w procesie komunikowania”, „Kultura i jej miejsce w komunikowaniu”, „Kulturowe postacie komunikowania”, „Typy kultur narodowych w perspektywie komunikacji”, „Europejczyk w świetle wymiarów kulturowych” i „Od spotkania kulturowego do wielokulturowości”. Jak więc widać, praca Mikułowskiego Pomorskiego jest ogromnym przedsięwzięciem i nieprzypadkowym. Codziennie doświadczamy bowiem sygnalizowanych przez autora przemian, szczególnie od momentu, kiedy Polska stała się pełnoprawnym członkiem Unii Europejskiej.

Nie tylko więc w komunikowaniu społecznym, ale i medialnym, multimedialnym, właściwie każdy może zetknąć się z innymi formami kultur, z którymi wcześniej nie mógł się bezpośrednio spotkać. Ta nowa jakość musi wpłynąć na gruntowne przemyślenie podstawowych teorii komunikologicznych zajmujących się efektywnym oddziaływaniem zarówno ludzi na ludzi, jak i mediów na ludzi i *vice versa*.

W koncepcji krakowskiego badacza i teoretyka mediów szczególne ważne jest, że zwrócił on uwagę na rolę interfejsu we wszelkich formach komunikowania (w tym międzykulturowego i poprzekulturowego). Interfejs bowiem stanowi złożenie zarówno wzorców kultury, jak i najnowszych technologii i aplikacji komunikacyjnych. Bez ich znajomości nie jest ono możliwe.

Kwestia zmysłów w procesie komunikowania staje się obecnie ważna, a komuniko-

wanie pozawerbalne, które warunkuje głębię znaczenia przekazu, nierzadko staje się kluczowe w komunikowaniu międzykulturowym. Nieprzypadkowo więc idee sformułowane w ramach koncepcji szkoły Palo Alto, głoszącej, że „wszystko jest komunikowaniem”, zostały w pracy docenione, a kwestie kontekstowania aktów komunikacji i kulturowego ramowania przekazu o świecie – w sposób szczególny wyeksponowane. Ewolucja komunikowania w świecie współczesnym zmierza przeciw w kierunku coraz bardziej intensywnego poszukiwania i kształtowania tożsamości odbiorców przekazu. Musi zatem nastąpić wzmocnienie tendencji eksponujących w komunikowaniu jego ciągłość, korelacyjność, interpretacyjność, mobilizacyjność i ekspresyjność. Ważna staje się również postawa emotywna w komunikowaniu oraz funkcja fatyczna i perswazyjna języka, co umożliwi rozwój interaktywności w ramach całości procesów komunikacyjnych, zarówno w obszarze społecznym, jak i medialnym.

Omawiając komunikowanie w płaszczyźnie międzynarodowej, autor wyróżnia szereg jego nowych form, wynikających z nałożenia się na nie komunikowania politycznego, co owocuje – szczególnie w jednoczącej się Europie – wieloma kierunkami działań komunikacyjnych, nie tylko instytucjonalnie organizowanych, ale również obywatelskich (tzw. dyplomacja obywatelska), pomnażających ilość aktorów komunikacji w szeroko rozumianych stosunkach międzynarodowych.

To, co się wiąże z ową „obywatelską komunikacją międzynarodową” oraz łączącymi się z nią formami interakcji społecznych, zgodnie ze starą zasadą: „jak cię widzą, tak cię piszą”, tworzy nowy fundament, wzbogacający nie tylko komunikację międzykulturową, ale medialną. W tym kontekście istotny dla zrozumienia efektywności komunikowania staje się społeczny charakter narodu, jego geneza oraz formy koegzystencji z innymi kulturami.

Mikułowski Pomorski analizuje więc w tej perspektywie typologie kultur opracowane przez Geerta Hofstede i Alfonsa Trompenaarsa, by się zorientować, na ile procesy komunikacyjne zachodzące między kulturami wymagają nowego ujęcia teoretycznego. W tym kontekście dokonuje cie-

kawego wglądu w metafory, którymi (na porównawczym tle europejskim) określana jest m.in. kultura polska, w której ważnym momentem okazuje się doświadczenie historycznego narodu.

W podsumowaniu autor w sposób przekonujący analizuje wytwór owego komunikowania międzykulturowego, którym są tzw. „dzieci (ludzie) trzeciej kultury”. Charakteryzują się specyficznym widzeniem świata, osobowością postrzegającą świat trójwymiarowo; podobnie jak przysłowiowe kameleony, dysponują wieloma nowymi umiejętnościami, umożliwiającymi im elastyczność w adaptacji do złożonego kulturowo świata. Wcześniej owe umiejętności na taką skalę nie rozwijały się u kolejnych pokoleń ludzi i w wymiarze globalnym.

Praca jest nader ważnym podsumowaniem przemian ostatnich lat polegających na nakładaniu się kultur na siebie, które to przemiany niewątpliwie zmieniły podstawę teoretyzowania na temat procesów komunikacyjnych, zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej. Ma również głęboki sens praktyczny, gdyż jasno ukazuje całą skalę transformacji w infosferze i uświadamia ograniczenia dotychczasowej wiedzy na temat nowych form komunikacji, rozwijających się na naszych oczach i sieci ich powiązań pomiędzy sobą. Warto więc po tę książkę sięgnąć, by nabrać dystansu i krytycyzmu w stosunku do zjawisk, które jeszcze niedawno uważano za wystarczająco wyjaśnione.

Ignacy S. Fiut

O SZTUCE PUBLICZNEGO WYSTĘPOWANIA

O SZTUCE PUBLICZNEGO WYSTĘPOWANIA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ. Pod red. Pawła Nowaka, Warszawa 2007. S. 246.

Skuteczna komunikacja społeczna, a także podstawy umiejętności publicznego występowania stają się niezbędne, by zaistnieć we współczesnym społeczeństwie. Komunikacja musi być nie tylko efektywna, ale

i efektywna, pozbawiona błędów stylistycznych. Niezbędna jest także znajomość zasad rządzących gatunkami wypowiedzi, jak również podstawowych reguł komunikacji werbalnej, niewerbalnej i sposobów kształtowania wizerunku mówiącego. Do tej pory trudno było znaleźć publikacje, w których można było zapoznać się z informacjami dotyczącymi zarówno kwestii związanych z językoznawstwem, jak i z praktyczną retoryką oraz elementami *public relations* (kształtowania wizerunku). Łukę wydaje się skutecznie wypełniać recenzowana książka.

Publikacja jest złożona z sześciu rozdziałów. W pierwszym z nich Paweł Nowak przybliży zasady atrakcyjności i efektywności komunikacji językowej. Omawia podstawy teoretyczne dotyczące aktu mowy. Jak podkreśla autor: *Atrakcyjność i efektywność (skuteczność) komunikacji językowej uwarunkowana jest tak wieloma czynnikami i jest tak bardzo wieloaspektowa, iż wielu badaczy próbowało i próbuje w dalszym ciągu znaleźć przepis na idealną komunikację* [s. 35]. P. Nowak akcentuje, że sztuka publicznego występowania zobowiązuje nadawców do pełnej kontroli nad komunikatem, którego są jedynymi twórcami i dlatego dążenie do atrakcyjności i efektywności porozumiewania się z innymi jest wpisane już w normy działań w tej sferze naszej cywilizacji. Rozdział kończy się zestawem ćwiczeń sprawdzających i słowniczkiem terminów związanych z podstawami komunikacji językowej.

W drugiej części Maria Wojtak opisała piękno i poprawność wypowiedzi w komunikacji publicznej. *Przez gnuśność i niedbalstwo, przez brak wiedzy, przez bezmyślne naśladowanie niewłaściwych zachowań komunikacyjnych, przez zbyt wielkie zaufanie do własnych intuicji językowych i umiejętności komunikacyjnych oraz przez wiele innych zaniedbań użytkownicy języka naruszają normy językowe, tworząc innowacje. Takie odstępstwo od normy, które nie znajduje funkcjonalnego uzasadnienia, które niczemu nie służy, jest uznawane za błąd językowy* [s. 48]. Autorka porusza także problem usterek językowych, których nie traktuje jako rażących odstępstw od norm językowych. M. Wojtak szczegółowo omawia poszczególne typy błędów i ilustruje je konkretnymi przykładami (np. fragmentami dokumentów pochodzących z różnych insty-

tucji czy listów petentów). W tym rozdziale można także odnaleźć słownik podstawowych terminów z zakresu poprawności wypowiedzi oraz szereg ćwiczeń, sprzyjających szybkiemu przyswojeniu i powtórzeniu materiału, w formie pytań z odpowiedziami.

Trzecią część omawianej publikacji jej autor, Jacek Wasilewski z tytułował „Retoryka użytkowa”. Autor przedstawia etapy przygotowywania przemówienia, udzielając przy tym praktycznych porad. Omówione zostały także podstawowe działy retoryki i sposoby kreowania wiarygodności. Ważnym uzupełnieniem tekstu jest przedstawienie schematu organizacyjnego wystąpienia. Autor w bardzo przystępny sposób, krok po kroku, prowadzi czytelnika przez zagadnienia prowadzące do poprawienia komunikatywności i sukcesów podczas wystąpień publicznych. Artykuł kończy studium przypadku, a także odpowiedni zestaw ćwiczeń.

Rozdział czwarty poświęcono podstawom pisemnych form komunikacji z otoczeniem i kreowania własnego wizerunku. Barbara Boniecka i Jolanta Panasiuk przedstawiły m.in. sposoby autoprezentacji dokonywanej za pomocą wizytówki, życiorysu, podania, CV, listu motywacyjnego. Opisały różnice pomiędzy opinią a rekomendacją i referencjami, a także biogramem a wspomnieniem. Wszystkie zagadnienia przybliżone są w przystępny sposób, poparte szeregiem przykładów. Autorki udostępniają gotowe wzorce CV i listów referencyjnych. W rozdziale tym, po głównych częściach tekstu, można odnaleźć ćwiczenia sprawdzające i utrwalające wiedzę.

W piątej części tomu zamieszczono artykuł Ewy Nowak, która przedstawiła sposoby budowania wizerunku osobistego w komunikacji społecznej. Oprócz aspektów teoretycznych autorka przedstawia zagadnienia związane z perswazją i manipulacją oraz techniki autoprezentacji i wywierania wpływu na ludzi. Jak pisze autorka: *Prezentacja wizerunku osobistego w relacjach społecznych i publicznych może się opierać na trzech różnych strategiach. Pierwsza z nich polega na prezentacji postaw i podejmowaniu zachowań odzwierciedlających rzeczywiste cechy osobowości. Druga, najczęściej stosowana, obejmuje selektywny obraz własnej osoby i przedstawianie określo-*

nych cech w zależności od potrzeb i sytuacji, trzecia zaś sprowadza się do „produkowania” postaw i wywoływania zachowań, które wymusza otoczenie poprzez obietnicę zaspokojenia ważnych potrzeb lub interesów [s. 217]. Rozdział kończą ćwiczenia sprawdzające i słownik podstawowych terminów, związanych z zagadnieniem budowania wizerunku osobistego.

W podsumowującej, ostatniej, części książki Paweł Nowak opisał podstawowe funkcje komunikacji publicznej, powody nieprzezroczystości i nietransparentności w komunikowaniu (na przykładzie reklam) oraz rolę humoru i dowcipu w komunikacji społecznej. Jak podsumowuje publikację autor artykułu i redaktor tomu, *sztuka publicznego występowania i komunikacji społecznej [...] nie da zamknąć się w sztywnych i jednoznacznych przepisach i ramach, ale ich znajomość połączona ze świadomością procesualności i zmienności komunikacji, daje szansę na jej zrozumienie oraz skuteczne wykorzystanie.*

Publikacja niewątpliwie jest warta polecenia studentom wszystkich kierunków studiów, dziennikarzom i tym, którzy chcą udoskonalić komunikowanie z otoczeniem. Szybkie opanowanie i zapamiętanie materiału ułatwiają ćwiczenia zamieszczone po każdym rozdziale.

Lidia Pokrzycka

W KWESTII MEDIÓW PUBLICZNYCH

Tadeusz Skoczek: **MIEDZY MISJĄ A KOMERCJĄ. PROBLEMY FINANSOWANIA MEDIÓW PUBLICZNYCH W POLSCE.** Fundacja im. Karola E. Lewakowskiego, Instytut Mediów Regionalnych i Lokalnych, Bochnia–Warszawa 2007. S. 77.

Ta niezbyt obszerna publikacja jest ważnym głosem w toczącej się debacie nad przyszłością mediów publicznych w Polsce. Ważnym choćby ze względu na kompetencję autora – byłego członka Rady Nadzorczej Radia Kraków (1995–1998), członka Zarządu Telewizji Polskiej SA (1998–2004) i kierow-

nika Działu Rozwoju Telewizji Regionalnej (2004–2006), a także medioznawcę.

Autor unika jednoznacznych recept. W zasadzie jedynym faktem, który uważa za niepodważalny i bezdyskusyjny, jest konieczność istnienia telewizji i radiofonii publicznej jako dobra wspólnego. W innych kwestiach poprzestaje na pokazaniu spektrum możliwych rozwiązań bez jednoznacznego wskazania, które z nich uważa za najlepsze.

Sporządza wreszcie – i to chyba najcenniejsze w omawianej pracy – mapę problemów, z którymi musi się zetknąć prawodawca przy nowelizacji (lub całkowitej zmianie) prawa radiofonii i telewizji, zwłaszcza publicznej i społecznej. Konieczność takiej zmiany lub nowelizacji jest bezdyskusyjna, zwłaszcza po spustoszeniach dokonanych w sferze prawa i praktyki przez ekipę PiS–LPR–„Samoobrona”.

Pierwszy i najważniejszy problem to tzw. misja mediów publicznych. W tekście głównym pracy znajdziemy więc klasyczną, siedmiopunktową definicję misji BBC, zaś w załącznikach – dokumenty po raz pierwszy publikowane w ogólnodostępnym wydawnictwie: „Misja Telewizji Publicznej SA jako nadawcy publicznego” (tzw. projekt Karola Jakubowicza) z 1994 roku i zastępującą go uchwałą pt. „Zasady realizowania przez Telewizję Polską SA misji publicznej” z 2005 roku. Ponieważ jednak dokumenty tego typu są bardziej deklaracjami intencji, niż egzekwowalnymi aktami prawnymi, T. Skoczek przedstawia rozwiązanie alternatywne – tzw. licencje programowe, czyli dokumenty podpisywane co cztery lata przez przewodniczącego KRRiT, z jednej strony precyzyjnie opisujące obowiązki programowe nadawcy publicznego i preferowane gatunki audycji, z drugiej zaś – prognozujące wpływy finansowe z abonamentu.

Kolejny problem – źródła finansowania działalności misyjnej. Czy pozostać przy dotychczasowej formule abonamentu, quasi-podatku, praktycznie nieściągalnego, a przez to społecznie demoralizującego? W Polsce abonament stanowi 30% wpływów telewizji publicznej, podczas gdy np. w Niemczech – prawie 80%. A może pobierać go wraz z opłatami za energię, jak w Wielkiej Brytanii, lub finansować misję z budżetu państwa, jak np. Holandii, Litwie czy Estonii?

Koncesjonowanie działalności nadawczej uchodzi za istotne utrudnienie w działalności nadawców komercyjnych. Jednak działanie na podstawie koncesji daje pewne przywileje, które są trudno dostępne lub wręcz niedostępne dla nadawcy publicznego. Przykładem może być tworzenie kanałów tematycznych czy choćby możliwość przerywania programów blokami reklamowymi. Projekt nowej ustawy z 2002 roku zakładał definicję koncesjonowania, obejmującą także nadawców publicznych. Prace nad nim zostały jednak przerwane wskutek tzw. afery Rywina. Pomysł jednak wart jest rozważenia.

To tylko niektóre z problemów, które T. Skoczek podnosi w swojej pracy. Ogólny wniosek, jaki nasuwa się po jej lekturze brzmi: obecną ustawę o radiofonii i telewizji trzeba zmienić, bowiem nie przystaje do realiów. Dość powiedzieć, że np. TVP Info działa w sposób zupełnie pozaprawny. Ponadto w ustawie nie ma nawet definicji nadawcy publicznego. Możemy też mieć poważne problemy z wprowadzeniem unijnej Dyrektywy o usługach audiowizualnych, która wchodzi w życie 1 stycznia 2008 roku, a na jej wprowadzenie będziemy mieli tylko dwa lata.

W naszym kraju wciąż znajdujemy się na początku drogi do określenia właściwych zasad funkcjonowania [...] mediów publicznych. Odpowiedzialność nadawców wciąż ma źródło w politycznej poprawności względem jakiejś opcji, która w danym momencie dominuje w Parlamencie. Nie wypracowaliśmy jasnych i czytelnych zasad medialnej służby publicznej – konstatuje autor. Nic dodać, nic ująć.

Jerzy Pałosz

MEDIALNE KSZTAŁTOWANIE ŚWIATA

Thomas De Zengotita: *MEDIATED. HOW THE MEDIA SHAPE YOUR WORLD.* Bloomsbury Publishing Plc., London 2005. S. 292.

Obecnie, nieomal na wszystko, o czym myślimy i co robimy, mają wpływ doświad-

czenia, które czerpiemy z mediów: z Internetu, z telewizji, radia, nagrań muzycznych, książek czy filmów. Możemy ulec wrażeniu, że wszystko już było, pojawiło się w tym czy w innym medium. Thomas de Zengotita, który otrzymał w 2006 roku, od Media Ecology Association, nagrodę im. Herberta Marshalla McLuhana za wybitną książkę z dziedziny ekologii mediów, przekonuje, że nowoczesne media kształtują ludzkie życie na różne, zupełnie nowe, sposoby.

Wykładowca antropologii i filozofii jednego z nowojorskich uniwersytetów w omawianej książce podejmuje wiele wątków i zagadnień, prezentując ciekawe spojrzenie na media, związane z nimi znaczenia i efekty oddziaływania. Swoje rozważania zaczyna od miejsca, w którym skończył jego wielki poprzednik, Marshall McLuhan, który pisał, że media elektroniczne, a w szczególności telewizja, uczyniły ze świata globalną wioskę, w której „środek przekazu jest przekazem” (*medium is a message*); innymi słowy, że środki komunikacji mają większy wpływ na ludzi niż przekazywana przez nie wiadomość. Samo medium (poza treścią, jaką przekazuje) niesie ze sobą określone konsekwencje społeczne i indywidualne. Według bowiem McLuhana każde medium, istniejące w danym czasie historycznym, kształtuje oblicze swojej epoki.

Thomas De Zengotita pozostaje wierny tezm McLuhana, rozszerzając je o refleksje dotyczące najnowocześniejszych mediów, ich dalszego rozwoju, wpływu, jaki mają na naszą rzeczywistość. Przemyslenia wzbogać ciekawymi anegdotami z własnego życia, a także posługuje się przykładami z historii najnowszej, opisując, co się działo na świecie i jakie były reakcje społeczne na wieść o śmierci księżnej Diany, na wieść o atakach na WTC czy o aferze seksualnej z Billem Clintonem w roli głównej.

Centralnym pojęciem, pojawiającym się w tej książce na każdym kroku, jest *mediatyza*, która według De Zengotity występuje we wszystkich sferach życia. Ogólnie może być ona definiowana jako doświadczenie rzeczywistości przez media – za McLuhanem rozumiane jako „przedłużenia” człowieka. Dla De Zengotity wśród zagadnień mediatyzacji ważny jest wpływ, jaki mają media na sposób doświadczenia przez nas świata i siebie samych w nim. Zdobywca nagrody im. McLuhana twierdzi, że problem

z pojmowaniem, czym jest proces mediatyzacji polega na tym, że nie możemy wyjść poza niego. *Jest jak cień, który nie posiada energii i nie daje wkładu, nigdy się nie przerywa* [s. 26].

Autor podkreśla, że znane nam wzory życia, jak i media, zmieniają się w szybkim tempie. Zdigitalizowana rzeczywistość jest całkiem różna od tej, którą znały poprzednie pokolenia. Współcześnie, każdego dnia, media dostarczają nam tysiące niekończących się dziennikarskich sprawozdań, w pewien sposób bardziej przemawiających i zapierających dech w piersiach niż gdybyśmy byli rzeczywistymi świadkami tych wydarzeń, ponieważ wirtualnie jesteśmy tam obecni z wielu różnych perspektyw, czyli w praktyce jesteśmy właściwie wszędzie.

Dzięki mediom doświadczamy głębiej, każdy z nas czuje się nie tylko obserwatorem, ale i uczestnikiem rozgrywających się na światowej scenie wydarzeń, dlatego ludzie spontanicznie reagują, wychodzą na ulice demonstrować swój smutek po śmierci ukochanej księżnej oraz mają tysiące historii do opowiedzenia, gdy zapytamy ich o to, gdzie byli i co robili, gdy dowiedzieli się o zamachu na prezydenta Kennedy'ego. Z drugiej strony niewiele – poza tymi, którzy fizycznie byli świadkami tych wydarzeń – pamięta Pearl Harbour. Dzieje się tak dlatego, że wówczas nie istniały tak rozwinięte media, które by w czasie rzeczywistym transmitowały z wielu różnych perspektyw zachodzące tam wydarzenia. Żadne pokolenie przed nami nie dysponowało tak wielkim bankiem zmediatyzowanej zbiorowej pamięci. Ludzka egzystencja była wtedy w pewnym stopniu ograniczona i ciasna. Większość miała tylko kilka życiowych decyzji do podjęcia, gdyż życie jako takie dostarczało niewiele możliwości wyboru.

De Zengotita powiada, że w zmediatyzowanym świecie opozycją do tego, co rzeczywiste, nie jest to, co fałszywe czy iluzoryczne, lub też fikcyjne, ale to, co opcjonalne. W jego mniemaniu obecnie nic, co realne (prawdziwe) nie zabiega o naszą uwagę. Zmediatyzowani ludzie to – według niego – ludzie poruszeni, przyzwyczajeni do tego, że są nieustannie czymś indagowani. Badacz stwierdza więc, że skoro wszyscy jesteśmy zmediatyzowani, nie znaczy to wcale, że jesteśmy fałszywi czy udawani. Przeciwnie, nazywa nas ekspertami w wyrażaniu naszej

autentyczności i tożsamości, które świadomie kreujemy, zachowując się jak aktorzy. Świadomie dokonujemy definiujących nas wyborów. Można by przewrotnie powiedzieć, że jesteśmy tym, co kupujemy w hipermarketach, oglądamy w multiplexach i słuchamy w iPodach. Żyjemy w świecie nieustannych wyborów. Nasze życie przemieniamy więc w nieustające występy.

Zmediatyzowani wiemy, że tożsamość i styl życia są pewnego rodzaju konstrukta-
mi, które można mieć, można dowolnie wybierać i kształtować w zależności od preferencji. Kultura niegdyś oznaczała podążanie za zwyczajami brany za dane raz na zawsze, była formą *necessity*, czyli czegoś koniecznego i niezbędnego, dlatego była realna i rzeczywista. Obecnie w kulturze wszystko jest „dla nas” i wszystko jest „o nas”.

De Zengotita twierdzi również, że media sprawiły, że staliśmy się bardziej nerwowi i wrażliwi na punkcie tego, co powiedzą lub pomyślą o nas inni ludzie, że zmusiły nas do bycia świadomymi samych siebie i pola możliwych działań. Dlatego jesteśmy otoczeni przez reprezentacje medialne, nieprzerwanie zabiegające o naszą uwagę, pragnące się nam przypodobać. Jesteśmy świadomi tego, że sami siebie kreujemy, oraz że media mają na nas bezgraniczny wpływ. Twórcy mediów z kolei wiedzą o tym i kierują do nas odpowiednio skonstruowane przekazy, które pogłębiają ten stan.

Idea *method actors* i *method acting* została stworzona przez Stanisławskiego, a rozwinięta przez tak wielkich aktorów jak James Dean czy Marlon Brando – przypomina De Zengotita. *Method acting* zawiera się w tym, że gra aktorów nie polega na udawaniu i preparowaniu doznań, a na reagowaniu na to, co w bieżącej chwili się dzieje, na byciu tu i teraz, życiu chwilą nawet, gdy jest się na scenie czy gra w filmie. Cel jest jeden, dotrzeć do prawdziwych uczuć i spontanicznych reakcji (ekspresji). Jak na ironię, w momencie, w którym udaje się nam to osiągnąć, przekształcamy nasze prawdziwe uczucia i reakcje w występ. *Method acting* to z kolei ciągły przekaz, jakiego dostarczają grający aktorzy. Jak twierdzi autor, tysiące londyńczyków, którzy pojawili się na pogrzebie księżnej Diany, prawdziwie i autentycznie oplakiwało jej śmierć, jednocześnie będąc też dobrowolnymi aktorami, szukającymi

okazji do zaznaczenia swojej obecności na scenie historii świata.

Na pytanie, czy i jak można uciec od wszechogarniającej mediatyzacji, autor odpowiada, że należy otworzyć się na przypadek, wypadek i konieczność. Według niego, jesteśmy wtedy najbardziej wolni od mediatyzacji, a przez to najbardziej prawdziwi, gdyż z natury jesteśmy narażeni na wiele wypadków i konieczności, a więc pozbawiani przez nie wyborów. Dawniej o większości spraw decydował ślepy los i przypadek. Stopniowo ludzie starali się jednak podporządkowywać sobie kolejne sfery i fazy życia. Dlatego obecnie wszystko mamy zaplanowane. Pod wpływem wszechogarniającej mediatyzacji planujemy i wybieramy przyszłość nawet dla naszych dzieci, zanim jeszcze przyjdą na świat. To, w którym momencie naszego życia się to stanie, również coraz rzadziej jest dziełem przypadku.

Jednocześnie De Zengotita wierzy, że chęć przeżycia czegoś prawdziwego wciąż w nas jest i czasem decydujemy się jej podporządkować, szczególnie wtedy, gdy wybieramy się na łono natury. Ponadto ciągle jesteśmy jeszcze zaskakiwani nagłymi wydarzeniami, których nie sposób przewidzieć, co pozwala nam unikać absolutnej mediatyzacji naszego życia.

De Zengotita zaznacza we wstępie, że właściwy proces mediatyzacji jest bardzo trudny do uchwycenia, gdyż przebiega on inaczej u różnych ludzi, w różnych krajach i w różnym czasie. Autor skupia się więc na pewnych jego charakterystycznych cechach, i zaznacza, że wszelkich uogólnień, które czyni, nie należy traktować jako rozstrzygających. Zmediatyzowane życie składa się z niespotykanej wcześniej syntezy tego, co rzeczywiste i tego, co jest jedynie przedstawiane, a więc wirtualne. Taki model współczesnego życia kształtuje rozprzerznięta przez media kultura wstępu, która tworzy nową jakość zmediatyzowanej osoby. Zmediatyzowani ludzie są bowiem nader refleksyjni i świadomi swoich możliwości – świadomie grają swoje role.

De Zengotita nie ma żadnych wątpliwości co do tego, że obecnie żyjemy w świecie bogatym nie tylko w media, ale (dzięki nim) i w opcje, które są widoczne na każdym kroku. Wszystko jest opcjonalne od narodzenia aż po śmierć. W konsekwencji prawdziwe

jest wszystko to, na co nie mamy wpływu, co jest nieopcjonalne, co nie walczy o naszą uwagę, nie próbuje się przypodobać, nie tworzy nieskończonej ilości ciekawych zastosowań, nie mnoży powodów, dla których powinniśmy to wybrać.

Badacz nie zawsze odpowiada w sposób jednoznaczny na pojawiające się w toku czytania tej książki pytania, ale świetnie pokazuje, jaki wpływ na ludzi mają media na obecnym etapie ich rozwoju. Zauważa wiele tak pozytywnych, jak i negatywnych skutków mediatyzacji. Ponadto uważa, że mamy wybór: albo możemy dalej walczyć o autentyczność naszych opcji i występów, albo zaakceptować sztuczność naszej społecznej roli i wykonywać ją tak czy inaczej.

Urszula Dolska

MEDIA. MIĘDZY
INFORMACJĄ
A DEFORMACJĄ

Piotr Legutko, Dobrosław Rodziewicz: GRA W MEDIA. MIĘDZY INFORMACJĄ A DEFORMACJĄ. Stentor, Warszawa 2007. S. 147.

Recenzowaną publikację trudno zaliczyć do ściśle naukowych. Po lekturze można dojść do wniosku, że jest to przewodnik po współczesnych środkach masowego komunikowania – przeznaczony dla początkujących. Spojrzenie na media od strony odbiorcy, uświadomienie, jak bardzo jesteśmy manipulowani, może być jednak bardzo cenne.

Jak piszą autorzy (aktywni dziennikarze), współczesne media obserwują swoich odbiorców. Wiedzą, w jaki sposób sprzedać produkt (np. egzemplarz gazety), wiedzą, jak przekazywać. Problem polega jednak na tym, że sami odbiorcy o mediach wiedzą niewiele. Autorzy w bardzo przystępny sposób przybliżają podstawowe zasady funkcjonowania zarówno mediów drukowanych, jak i elektronicznych. P. Legutko i D. Rodziewicz opisują ponadto historię polskich środków masowego komunikowania, procesy komercjalizacji i tabloidyacji.

Autorzy podkreślają, że dzięki inforozrywkowej konwencji – z racji tempa narracji, dowcipu komentarza, zwartej puenty – wieczorne serwisy komercyjnych stacji osiągają zawrotną oglądalność. [...] Cel wydaje się jasny. Włączając odbiornik, liczymy na solidną porcję informacyjnej stawy i taką obietnicę otrzymujemy. Atrakcyjna forma powinna służyć jedynie uprzystępnieniu przekazu. Problem polega jednak na tym, że ceną za inforozrywkowe opakowanie newsa bywa często nie jego uprzystępnienie, lecz zniekształcenie informacji, którą on niesie [s. 65]

Widzowie nie są oczywiście ostrzegani przez autorów programów, że dany przekaz ma charakter komercyjny. Są pewni, że oglądają zwyczajny program informacyjny. Nie mają więc świadomości, że przyjmowany przez nich za dobrą monetę obraz świata coraz bardziej oddala się od ideału zwierciadła rzeczywistości [s. 68]. W medialnej przestrzeni publicznej na pierwszy rzut oka nie sposób rozpoznać, czy przekaz ma charakter jeszcze neutralny, czy też już komercyjny. [...] Kostium, w jaki ubiera się dziś promocję wszelakich produktów, staje się coraz bardziej wyszukany, a granice między poszczególnymi formami i gatunkami telewizyjnymi coraz bardziej się zaciera [s. 106].

W polu zainteresowań autorów publikacji znajduje się także wykorzystywanie mediów przez polityków. Odbiorcom wyborcom nadal wydaje się, że dzięki mediom ich znajomość życia publicznego i polityki pozwała na dokonywanie najtrafniejszych w danym momencie decyzji przy urnach wyborczych. Tymczasem wszyscy są w błędzie, chociaż każdy na inny sposób. Politycy są już nie tylko przez media obserwowani, prześwietlani i recenzowani [...], ale coraz częściej przez te media uzależniani i poddawani swoistej tresurze [s. 125]. Jak akcentują autorzy, ludzie mediów bardzo dobrze rozpoznają własny interes, ale mają małe pojęcie o dobru wspólnym. Odbiorcy są przez media manipulowani, a tylko w małym stopniu informowani, edukowani czy angażowani w poważne debaty o sprawach publicznych.

P. Legutko i D. Rodziewicz podsumowują swoją książkę w charakterystyczny sposób: Państwo polskie i aspirująca do kierowania nim klasa polityczna wciąż nie dopracowały się żadnej polityki medialnej. Zaabsorbowani doraźnymi korzyściami i za-

grozzeniami politycy obozu władzy na równi z opozycją nadal widzą drzewa, nie dostrzegając lasu [s. 137]. Akcentują, że zamiast dalekowzrocznej wizji budowy zrównoważonego ładu medialnego obserwujemy ze strony polityków albo przejawy idealizowania zasług czwartej władzy wobec demokracji, albo retoryczny bunt przeciw tym mediom, które uważają za wrogów. Publikację uzupełniają subiektywny słowniczek terminów medialnych.

Książka może być pouczającą lekturą dla początkujących dziennikarzy, a także studentów dziennikarstwa, podczas np. warsztatów prasowych. Myślę jednak, że również czytelnik, który nie ma nic wspólnego z dziennikarstwem zainteresuje się wpływem środków masowych na życie przeciętnego odbiorcy mediów.

Lidia Pokrzycka

NOWY, MEDIOZNAWCZY
TOM „CZERWONEJ SERII”

KREOWANIE ŚWIATÓW W JĘZYKU MEDIÓW. Pod red. Pawła Nowaka i Ryszarda Tokarskiego, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007. S. 310.

Recenzowana publikacja stanowi kolejny, dwudziesty czwarty już, tom ze znanej i słusznie cenionej lubelskiej „czerwonej serii”. Książka zawiera 16 artykułów, będących pokłosiem konferencji naukowej o nazwie tożsamej z tytułem zbioru, zorganizowanej przez UMCS w październiku 2005 r. w Kazimierzu n. Wisłą. Autorzy, których prace wydrukowano w tomie, reprezentują 9 ośrodków naukowych w kraju (Gdańsk, Kraków, Lublin, Olsztyn, Rzeszów, Szczecin, Toruń, Warszawa, Wrocław) i 2 za granicą (Debreczyn i Praga).

„Kreowanie światów w języku mediów” to już drugi tom „czerwonej serii”, poświęcony problematyce kreacji (kreowania świata) w tekstach, tj. kreatywności językowej. Poprzedni zbiór poświęcony tym zagadnieniom stanowił siódmy tom serii i opublikowany został w 1995 roku¹. W ciągu 12 lat, dzielących oba wydawnictwa, nie zaszły –

jak się wydaje – aż tak istotne zmiany w polskiej rzeczywistości językowej, które uzasadniałyby ponowne podjęcie tej samej problematyki. A zatem istoty pomysłu naukowego inicjatorów należy raczej upatrywać w zawężeniu pola obserwacji do zjawisk zachodzących w języku mediów². W sposób konieczny implikuje to wieloparadygmatyczność oglądu, językowa rzeczywistość medialna bowiem opisywana jest dziś z wielu – nie zawsze komplementarnych – perspektyw metodologicznych: filozoficznej, socjologicznej, psychologicznej, komunikologicznej, medioznawczej, kognitywistycznej i w końcu językoznawczej. To zróżnicowanie jest widoczne również w lubelskim tomie – poszczególni autorzy, z których większość to filologowie o orientacji lingwistycznej, korzystają z osiągnięć wspomnianych dyscyplin humanistycznych. Zamiarem redaktorów tomu było, jak można sądzić, poszukiwanie płaszczyzny integracji badań nad medialną kreatywnością językową. Piszą bowiem we Wstępie: *Czy w ogóle możliwe jest znalezienie wspólnej płaszczyzny, na której te różnorodne sposoby rozumienia i ujmowania kreatywności nie tylko się stykają, ale także wzajemnie dopełniają i warunkują? [...] Wyszliśmy z hipotetycznego założenia, że zestawienie listy rozmaitych ujęć kreatywności nie wystarczy, że możliwa i celowa jest próba ujawnienia wzajemnych zależności między nimi [s. 8].*

Założenie to ambitne, lecz chyba nie do zrealizowania w ramach przedsięwzięcia zbiorowego, jakim w sposób nieunikniony jest konferencja naukowa i dokumentująca ją tom. Nie należy powyższego stwierdzenia odczytywać jako deklaracji niechęci wobec podjętego przez redaktorów trudu, lecz jedynie jako wątplenie w możliwość pozytywnej odpowiedzi na pytanie, rozpoczynające powyższy cytat. O ile – jak wiele publikacji konferencyjnych – recenzowany tom jest w miarę spójny pod względem treściowym (niemal wszystkie artykuły dotyczą jakiegoś aspektu medialnej kreacji świata), o tyle od

¹ A. M. Lewicki i R. Tokarski (red.): *Kreowanie świata w tekstach*, Lublin 1995.

² W tomie z roku 1995 skupiano się zasadniczo na poszukiwaniu semantycznych transformacji w różnego typu tekstach, tak więc podejmowano w nim – oprócz zagadnień ogólnych (4 teksty) – problemy tekstu artystycznego (9 artykułów) i perswazyjnego (5 rozpraw).

strony metodologicznej cechuje się dużym zróżnicowaniem – przeważają ujęcia deskryptywno-faktograficzne, w mniejszości są autorzy preferujący ogląd teoretyczno-systematyzujący (artykuły P. Nowaka i R. Tokarskiego, T. Piekota, J. Wasilewskiego; w pewnym stopniu także teksty M. Rutkowskiego i M. Wojtak).

Lektura recenzowanego tomu uświadamia także, że w dzisiejszym opisie medialnego kreowania światów można wyróżnić dwie podstawowe tendencje. Pierwsza z nich (i – jak się wydaje – przeważająca) podporządkowuje kreację świata, jako zjawisko tekstowe, p e r s w a z y j n e j funkcji wypowiedzi medialnej (widać to najwyraźniej w studiach P. Nowaka i R. Tokarskiego, B. i K. Skowronków, T. Piekota, J. Wasilewskiego, M. Rutkowskiego i M. Wojtak), przy czym badacze opowiadający się po stronie takiego ujęcia, uwzględniają w swoich analizach zmienne pragmatyczne, retoryczne czy genologiczne, warunkujące każdorazowo kształt wykreowanego obrazu. Druga tendencja wyrasta z pierwszej, ale uzupełnia ją o czynnik aksjologiczny, polega bowiem na – deklarowanym niekiedy *expressis verbis* – traktowaniu kreacji jako d e f o r m a c j i (falsyfikacji) rzeczywistości (ten punkt widzenia organizuje sposób widzenia omawianego zjawiska np. w rozprawach: J. Kowalewskiej-Dąbrowskiej, A. Zekin-Kompanowskiej, W. Kajtocha, M. Karwatowskiej). Trzecie możliwe ujęcie kreacji świata w tekstach medialnych – jako t w ó r c z o ś c i słownej sensu *stricto* – nie jest reprezentowane w recenzowanej publikacji w ogóle. Prawdopodobnie dlatego, że autorzy poszczególnych artykułów nie podjęli zasadniczo tematyki związanej z przekazami medialnymi opartymi na fikcji, takimi jak przekazy artystyczne czy reklamowe.

Warto jeszcze zwrócić uwagę na to, że w większości rozpraw pomieszczonych w tomie medialna kreacja świata uwikłana jest w paradygmat postmodernistyczny – autorzy akcentują konieczność holistycznego spojrzenia na kreowane w tekstach światy, wskazują na czynniki relatywizujące ewaluację określonych obrazów świata, odwołują się do różnorodnych kontekstów metodologicznych i interpretacyjnych. Szczególnie wyraźnie takie podejście zaznacza się

w artykułach B. i K. Skowronków i W. Kochmańskiej.

Po tych uwagach ogólnych czas na krótkie omówienie podejmowanych przez poszczególnych autorów problemów szczegółowych.

Otwierające tom studium P. Nowaka i R. Tokarskiego „Medialna wizja świata a kreatywność językowa” przynosi teoretyczne ustalenia na temat typologii aktów kreacji w mediach. Autorzy wyróżniają cztery rodzaje kreacji obecne w wypowiedziach medialnych: 1. kreację wizji ś w i a t a, która różni się od innych kryteriami wyboru i sposobem przedstawienia, układem informacji, wyróżnianiem lub ukrywaniem poszczególnych wydarzeń [s. 12] i podporządkowana jest jakiejś makrointencji (termin przejęty od T. van Dijka), którą najczęściej jest chęć przekonania odbiorcy do przyjęcia za własną kreowanej wizji; 2. kreację sytuacji komunikacyjnej (p r a g m a t y c z n ą), zasadzającą się na skracaniu dystansu między nadawcą i odbiorcą, dialogizowaniu i kolokwializowaniu dyskursu medialnego, tworzeniu niby-interpersonalności przekazu; 3. kreację kulturową, której istotą jest aktualizowanie zawartego w językowym obrazie świata relatywizmu poznawczego przez wybór konkretnego, historycznie utrwalonego w języku sposobu ujęcia danego wycinka rzeczywistości; 4. kreowanie t e k s t o w e, oparte na użyciach innowacyjnych czy reinterpretujących już istniejące kategorie pojęciowe. Każdy z wymienionych typów kreowania badacze ilustrują starannie dobranymi przykładami. Zaproponowane przez nich ujęcie wydaje się trafne z teoretycznego punktu widzenia i możliwe do przeniesienia na grunt badań nad kreacją w innych typach dyskursów.

B. i K. Skowronkowie w artykule „Szkolny „świat odwrócony”” podejmują analizę słynnego filmu nakręconego przez uczniów toruńskiego Technikum Budowlanego, który dokumentował akty przemocy wywieranej przez nich na nauczycielu. Autorzy rozpatrują semiotyczne wyposażenie tego przekazu w odniesieniu do kilku kontekstów badawczych: pragmatologicznego, medioznawczego, antropologiczno-kulturowego i pedagogicznego, skupiając się na pokazaniu, w jaki sposób dokonuje się odwrócenie ról społecznych uczestników

sytuacji lekcyjnej, prowadzące do aktów przemocy podmiotów społecznie podporządkowanych wobec podmiotu uprzywilejowanego. Analiza prowadzi badaczy do skonstatowania *głębokiego kryzysu relacji społecznych, edukacyjnych oraz funkcjonujących dotychczas modeli komunikacji werbalnej* [s. 51].

Kolejny szkic, „Jak obudzić słuchacza – infotainment po czesku”, napisany przez R. Rusin Dybalską, przynosi opis językowych strategii i chwytów, stosowanych przez autorów dwóch popularnych w Czechach porannych audycji radiowych, w celu zatrzymania uwagi słuchacza i dostarczenia mu rozrywki. Spośród wykorzystywanych w nich środków – na pierwszy plan wysuwają się: nastawienie na interaktywność przekazu (przez upotoczenie języka) oraz operowanie humorem (głównie przez gry językowe). Ciekawe jest spostrzeżenie, że współcześnie pojęcie gatunku medialnego zastępowane jest wygodniejszym (i nowym w metodologii lingwistycznej) pojęciem formatu. Analizy autorki potwierdzają, że na gruncie czeszczyzny infotainment realizuje się dzięki zabiegom podobnym jak w polszczyźnie. Istotną wartością jej pracy jest wskazanie kulturowych uwarunkowań rządzących doborem sposobów przedstawiania wydarzeń ze sfery pozamedialnej (politycznej, obyczajowej, sportowej itp.).

Tekst T. Piekota „Obraz świata w polskich wiadomościach dziennikarskich – propozycja metody rekonstrukcji” ma być natomiast w zamyśle autorskim przede wszystkim studium metodologicznym, w którym egzemplifikacje empiryczne służą zasadniczo dowiedzeniu trafności przyjętej metody postępowania badawczego. Badacz proponuje ścisłą, bo opartą na danych ilościowo-jakościowych, analizę treści pierwszych stron najważniejszych polskich dzienników. Pogłębił ją o wymiar aksjologiczny (kreowanie ukazano jako narzucanie obrazu świata, a nie jego dialogiczne współtworzenie przez nadawcę i odbiorcę), zaczerpnięty z płodnej dziś metodologii analizy dyskursu i lingwistyki tekstu. Autor skupia się na trzech wymiarach medialnego obrazu świata: przestrzeni, ludziach i typach zdarzeń, a w konkluzji wysuwa wniosek o *subiektywnym, antropocentrycznym, scentralizowanym i przestrzennym (geograficzno-politycznym) charakterze obrazu*

świata wykreowanego przez polskie media informacyjne [ze streszczenia, s. 69].

J. Kowalewska-Dąbrowska w artykule „Gry językowe w tekstach publicystycznych. Kreacja czy manipulacja?” powraca do dobrze już rozpoznanych przez lingwistów problemów manipulacji językowej. Autorka zastrzega, że nie traktuje tytułowych terminów alternatywnie, lecz poszukuje odpowiedzi na pytanie o powiązania między kreatywnością tekstów publicystycznych a manipulacją. Do analizy wybrała kilkanaście nagłówków prasowych, konstytuowanych przez grę językową oraz metafory występujące w jednym artykule publicystycznym. Omawiając pierwszą grupę przykładów, badaczka zauważa obecność w nagłówkach czynnika informacyjnego i czynnika perswazyjnego (z przewagą tego ostatniego), a przejawy potencjalnej manipulacji upatruje w sposobie ukształtowania nagłówkowej informacji (dobór określeń ekspresywnych czy wartościujących, ekspozowanie pewnego punktu widzenia). Z kolei dokładniejsza jest analiza obrazu świata, wyłaniającego się z wybranego artykułu prasowego. Badaczka uwzględniła różne zastosowane w nim środki językowe i wskazuje na konkretne przejawy intencji manipulacyjnej i konkluduje, że świat wykreowany w tym artykule jest światem postulowanym, ukazywanym jednak jako rzeczywisty i bezalternatywny, co przesądza o jego manipulacyjnym statusie.

Ustalenia J. Kowalewskiej-Dąbrowskiej są kolejnym dowodem na nieostrość pojęcia manipulacji i uzależnienie fortuności aktu manipulacyjnego od czynności recepcyjnej odbiorcy (jeśli w nią włączyć wiedzę odbiorcy, jego system wartości i przyjęty przez ten sposób kategoryzowania świata). Biorąc to pod uwagę, wydaje się, że kwalifikowanie opisywanych zjawisk jako „tylko” sprzyjających (czy wręcz *szujących* – s. 102) manipulacji utrudnia rozpoznanie ich rzeczywistego statusu i funkcji. Są to bowiem każdorazowo przejawy jednego z typów kreacji, które wyróżnili Nowak i Tokarski (zob. wyżej), głównie kreacji wizji świata i kreowania tekstowego. Przewaga takiego ich ujęcia jak u Nowaka i Tokarskiego polega na tym, że umożliwia ono dostrzeżenie choćby wspólnototwórczej funkcji konkretnych aktów kreacji, nie przekreślając jednak możliwości postrzegania ich jako działania in-

tencjonalnie przeciwnego (antywspólnotowórczego), czyli możliwości pełnienia przez nie funkcji manipulacyjnej.

Kolejna rozprawa, „*Le plaisir du text* po polsku. O języku krytyki literackiej Tadeusza Boya-Żeleńskiego” A. Zawiszewskiej, jest jedynym w recenzowanym tomie tekstem ściśle literaturoznawczym i tym samym odbiega – zarówno od strony problemowej, jak i metodologicznej – od głównego tematu publikacji. Autorka nie posługuje się zatem przyjętą w lingwistyce terminologią, wybierając aparat pojęciowy reprezentowanej przez siebie dziedziny. Jej studium nie wiąże się bowiem w żaden wyraźny sposób ani z problematyką przekazu medialnego, ani z kreatywnością językową *sensu stricto*. Badaczka skupia się na ukazaniu działalności krytycznoliterackiej Boya jako świadectwa tego, że *wszelkie czynności związane z literaturą, począwszy od czytania, poprzez tłumaczenie, po czynności badawcze, uważał [Boy] za źródła przyjemności, rozpusztę, namiętność, nalóg, perwersję* (s. 120).

Zawiszewska ujmuje to jako uruchamianie kodu erotycznego w interpretacji tekstu literackiego i uważa Boy'a za polskiego prekursora „przyjemnościowego” modelu lektury zaproponowanego wiele lat później przez Rolanda Barthes'a. Mimo tematycznej odrębności w stosunku do pozostałych rozpraw pomieszczonych w tomie, artykuł badaczki jest metodologicznie spójny i ponawczo wartościowy.

Autor kolejnego studium: „Co nas łączy – co nas dzieli. Relacje w komunikacji publicznej (politycznej)”, J. Wasilewski, poświęca je omówieniu i egzemplifikacji trzech metod retorycznego opisu kreowania relacji między nadawcą (zawężonym tu do polityka) i odbiorcą. Pierwsza z nich opiera się na analizie wszystkich relacji wpisanych w trójkąt nadawca – temat – odbiorca. Autor pokazuje bezpośrednie i pośrednie sposoby kreowania relacji nadawca – odbiorca, wymiary stosunku nadawcy do tematu i jego oceny (ujęte w pary pojęć opozycyjnych). Do analizy relacji odbiorca – temat autor proponuje metodę Hugh'a Ranka, bazującą na czterech motywach komunikacji publicznej: groźbie, jednoczeniu, argumentowaniu, reakcji. Trzecią omawianą w artykule metodą analizy powyższych relacji stanowi pentada Kennetha Burke'a obejmująca pięć ka-

tegorii: akt, scenę, aktora (nadawcę), wykonanie, powód/cel. Użyteczność wszystkich trzech metod egzemplifikowana jest przez badacza głównie wypowiedziami Lecha Każyńskiego i Donalda Tuska z kampanii prezydenckiej 2005 roku, co bez wątplenia zwiększa atrakcyjność czytelniczą artykułu ze względu na aktualność odniesień.

Pracę Wasilewskiego można odbierać zarówno jako praktyczny instruktaż dla publicznych mówców, jak i próbę zbudowania teoretycznego modelu służącego konstruowaniu skutecznych retorycznie wypowiedzi. Dodatkowym walorem studium jest uwzględnienie przez autora niedostatecznie znanych polskim lingwistom koncepcji badaczy anglojęzycznych.

Szkic M. Rutkowskiego „Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej” poświęcony jest omówieniu funkcji propriów w kreowaniu rzeczywistości medialnej. Badacz wyróżnia trzy szczegółowe strategie wykorzystywania wartości pozadenotacyjnej nazw własnych: metaforyzację onimów (*Wietnam*), utrwalanie się znaczenia symbolicznego nazw (*Balcerowicz*) oraz wyzyskiwanie fleksji propriальной do ewokowania znaczeń niereferencjalnych (*pani Rapczyński*). Autor podkreśla, że nazwy własne wzbogacone o komponent konotacyjny często wykorzystywane są przez media m.in. w celu kreowania uproszczonej wizji świata, bliskiej przekazowi perswazyjnemu czy manipulacyjnemu.

Lektura artykułu skłania do wniosku, że wszystkie przeanalizowane przez Rutkowskiego techniki można postrzegać także jako prowadzące do częściowej apelatywizacji jednostek onimicznych, w związku z czym nabywają one zdolności do skondensowanego, wyrazistego i jednoznacznego nominiowania określonych treści (jako utrwalone stereotypy nazewnicze), co czyni je atrakcyjnym budulcem komunikatów medialnych. Autor sam wskazuje przykłady jednostek funkcjonujących na tej samej zasadzie co onim *Wietnam: Himalaje, Enron, Reagan, Jedwabne*, a w konkluzji zaznacza, że *można znacznie wzbogacić spektrum badanych zjawisk o chociażby derywaty odnawicze, ekspresyjne deformacje nazw czy wzajemne relacje między nazwami a kontekstem* [s. 169].

Dociekania Rutkowskiego lokują się na bardzo ciekawym i chętnie dziś eksplorowa-

nym pograniczu między onomastyką a pragmatyką (podobnie jak koncepcja „geografii mentalnej” W. Chlebdy lub niektóre studia o języku polityki ukazujące stygmatyzującą funkcję nazw własnych, albo analizy jednostek onimicznych jako nośników treści reklamowych itp.). W tym sensie poszukiwania autora wpisują się w szerszy kontekst funkcjonalizowania nazw proprialnych.

Artykuł „Flirt komputerowy – sztuka zdobywania partnera”, który wyszedł spod pióra B. Księżopolskiej, poświęcony jest tytułowemu „nowemu gatunkowi mowy” [ze streszczenia, s. 171]. Opis tego zjawiska jest dość pobieżny – nastawiony co prawda na główne funkcje flirtu komputerowego (może bardziej pasowałoby tu określenie: internetowego?) i jego cechy (w porównaniu z flirtem tradycyjnym), ale nie pogłębiony analizą stricte językoznawczą, z tego względu praca autorki ma charakter bardziej prezentacyjny niż analityczny. Badaczka przywołuje niepełną definicję flirtu za A. Wierzbicką, następnie przechodzi do omówienia – jak to nazywa – zachowań językowych rozmówców, które konstytuują flirt: komplementów, przechwałek, autoprezentacji. Zastrzeżenia budzi brak definicji tych gatunków mowy (przynajmniej komplementu i przechwałki, gdyż autoprezentacja to raczej pewien ciąg aktów mowy niż zamknięta struktura gatunkowa) i pokazania ich relacji do gatunku flirtu. Czytelnik zatem nie wie, czy flirt komputerowy należy traktować jako supergatunek, a komplement i przechwałkę jako subgatunki (gatunki sekundarne użyte jedynie w celu realizacji intencji flirtu), czy też, pomijając kwalifikacje genologiczne, powinien pojmować flirt jako złożony makroakt mowy, w skład którego wchodziły poszczególne mikroakty (akt chwalenia się, akt komplementowania). Ten dylemat jest kolejną ilustracją podnoszonego od dawna problemu granicy między gatunkiem i aktem mowy. Z drobniejszych kwestii można zwrócić uwagę na nieuwzględnienie istniejącej literatury na temat flirtu (choćby książki J. Olekszyk⁷).

W szkicu „Językowy obraz świata w reklamie zewnętrznej na Węgrzech i w Polsce”, autorstwa Ewy Urbaniec, także czynnik prezentacyjny przeważa nad anali-

tycznym. Przyjmując porządek chronologiczny, badaczka przedstawia szereg danych marketingowych, socjologicznych i antropologicznych obrazujących recepcję i funkcjonowanie reklamy polskiej w ostatnim dziesięcioleciu XX wieku. Autorka ukazuje wykorzystywanie zarówno toposu „zagraniczności” (a więc „lepszości”) reklamowanych wtedy produktów, jak i toposu ich „swojskości”, skutecznego dzięki aktywizowaniu w komunikatach reklamowych polskiej odrębności kulturowej. W dalszej części następuje porównanie z sytuacją na Węgrzech i ukazanie różnic kulturowych motywujących sposoby odczytywania wpisanych w poszczególne komunikaty znaczeń.

Mimo wrażenia pewnej chaotyczności opis autorki nie nasuwa większych wątpliwości. Niektóre sady Urbaniec jednak będą zastrzeżenia z powodu braku możliwości ich weryfikacji przez czytelnika. Autorka pisze na przykład: *Konotacje semantyczne, środowiskowe i indywidualne spowodowały, że na skutek przeżyć odbiorców [...] hasła zostały odebrane niezgodnie z intencją nadawcy, wywołując u nich niezamierzone przez producentów skojarzenia* [s. 189].

Wobec niewskazania źródła potwierdzającego te fakty zdania takie muszą być odczytywane jako zbyt arbitralne lub wręcz niewiarygodne. W artykule trafiają się także sformułowania nieprecyzyjne i w sposób nieuzasadniony operujące wielkim kwantyfikatorem i my inkluzywnym: *Przytoczone reklamy osiągnęły tylko efekt estetyczny, a nie rynkowy: mówiąc za profesorem Markowskim, sparodiowano w nich, niestety, dawną jedność prawdy, dobra i piękna. Dobrze wiemy, iż w USA nie można kupić polskiej wody Arctic, a żadna Włoszka, zamieniając okrzyk „Mamma!” na nazwę Malma, nie może być wiarygodna, mówiąc, że najlepszy makaron to ten produkowany w kraju słowiańskim* (s. 191).

Nie można też zgodzić się z sądami jawnie fałszywymi. Na s. 192 czytamy: *Już sama nazwa [Heyah – R.Z.] ma sugerować ścisłe powiązanie ze współczesną kulturą młodzieżową o zasięgu globalnym. Świadczy o tym zarówno literactwo, jak i użycie angielskiego odpowiednika polskiej partykuły „hej”, która przyjęła się właśnie w tej obcej wersji jako pozdrowienie/pożegnanie w slangu młodzieżowym* (s. 192).

⁷ J. Olekszyk: *O języku flirtu prawie wszystkim*, Warszawa 2005.

W wypowiedzi tej są aż dwa błędy rzeczowe: po pierwsze, leksem *hej* nie jest partykułą, lecz wykrzyknikiem; po drugie, żaden ze znanych mi współczesnych słowników języka angielskiego nie odnotowuje leksemu *heyah* jako slangowego ekwiwalentu *hey* czy *hi* (wniosek ten potwierdziła także przeprowadzona przeze mnie powierzchowna kwerenda internetowa), nie może być to więc angielski odpowiednik polskiego *hej!* Wydaje się, że mamy tu do czynienia jedynie z anglicyzacją pisowni polskiego ludowego/młodzieżowego *heja*, co jest równoznaczne z tym, że neologizm *heyah* ma wyłącznie polską proveniencję.

Tematem refleksji M. M yc a w k i i M. R i t t n e r jest „Językowy obraz lustracji w mediach”. Autorki na podstawie bardzo szerokiej ekscerpcji polskich mediów (23 źródła, łącznie 90 wypowiedzi) odtwarzają obraz lustracji z podziałem na konkretne kategorie (czas, miejsce, podmiot działania, czynności, obiekt działania, cel, skutek, rodzaje lustracji, źródła informacji i najważniejsza z nich – ocena) i sporządzają bardzo bogatą listę wykładników leksykalnych oraz metafor (w polu oceny) służących wyrażeniu poszczególnych kategorii. W ten sposób dokonany opis jest szczegółowy i obiektywny, a wartość poznawcza wyników badania niezaprzeczalna. W podsumowaniu badaczki zauważają, że obraz lustracji w dyskursie publicznym jest silniej spolaryzowany i bardziej szczegółowy niż w innych rodzajach dyskursu.

M. W o j t a k w rozprawie „Świat przedstawiony w prasie motoryzacyjnej (na przykładzie magazynu *Auto+*)” opisuje sposoby kreowania obrazu świata samochodów, uwzględniając sytuację komunikacyjną (nadawca, odbiorca, cel przekazu, typowe gatunki, użyte środki językowe) oraz wpisane w ten obraz punkty widzenia (ekspert, producent, kierowca). Następnie autorka przechodzi do omówienia obrazu świata przedstawianego w wybranych gatunkach (wzmianki i mutacje artykułu zwane testami), na koniec zaś skupia się na ukazaniu obrazu świata samochodowego w wybranym tekście. W konkluzji Wojtak wskazuje motywy rządzące doбором obiektu prezentacji (nowość), mozaikowość i panoramiczność uzyskiwanego obrazu oraz wieloaspektowość obrazu samochodu osobowego. Badaczka podkreśla oryginalność takiego

obrazu w porównaniu z reklamą i innymi piśmami motoryzacyjnymi. Artykuł można także traktować jako sprawdzian dla skonstruowanego przez autorkę aparatu analitycznego.

Studium „Językowa wizja świata a obraz rzeczywistości na przykładzie przemówień polskich i francuskich polityków z lat 1989–2004” A. Z e k i n - K o m p a n o w s k i e j rozpoczyna cykl rozpraw, których autorzy kreację świata w mediach pojmują jako deformację rzeczywistości. W artykule badaczka wybrała metodę analizy statystycznej prowadzonej przy użyciu komputera, a badanym materiałem uczyniła kilka *exposés* polskich i francuskich premierów. Przeprowadzone przez nią postępowanie badawcze wykazało, że kreacje świata w zgromadzonym korpusie dają się przedstawić w odniesieniu do dwóch par opozycji: świata pesymistycznego vs optymistycznego oraz świata abstrakcyjnego vs konkretnego. W dalszej części Zekin-Kompanowska pokazuje dominujące w wystąpieniach premierów pola leksykalne – dla premierów francuskich najważniejsze są *zatrudnienie* i *rozwój*, dla polskich – *państwo*, *społeczeństwo* i *ekonomia*, *finanse*. W zakończeniu autorka podkreśla, że wszystkie opisane światy służą konkretnym celom, dlatego też są wizjami uproszczonymi, odbiegającymi od rzeczywistości.

Badania statystyczne w duchu metody analizy zawartości prasy W. P i s a r k a wykorzystuje także w swoich rozważaniach W. K a j t o c h, autor tekstu „Fizjologia w tekstach prasy młodzieżowej (ciało medialne II)”. Niezwykle skrupulatne wyczerpania badacza (zawierające je przypisy obejmują około połowy tekstu!) dowodzą, że w tytułach komercyjnych dominuje zbiologizowany obraz człowieka, w którym to obrazie najwyraźniej zaznaczają się seksualność i hedonizm. Media alternatywne (krążące w obiegu subkulturowym) z kolei eksponują mniej cielesny wizerunek człowieka, więcej pozytywnych określeń odnosi się do używek (papierosów, narkotyków) czy stanów odbiegających od normy (nienormalność, choroba). Można więc chyba stwierdzić, że odmiennosć obu obrazów wyłaniających się z analiz Kajtocha wyznaczana jest wektorami opozycji konformizm (media komercyjne) – bunt (media alternatywne), co potwierdzają także wyniki badań

np. M. Lisowskiej-Magdżiarz⁸. Oba obrazy zdaniem autora odzwierciedlają wizję świata redaktorów i autorów tekstów, przy czym jest to wizja po wielokroć falsyfikująca rzeczywistość [s. 255].

W pewnym związku z artykułem W. Kajtocha pozostaje studium M. Karwatowskiej „Kreowanie obrazu „chłopaka” w czasopiśmie młodzieżowych”, autorka bowiem ekscerpowwała także komercyjną prasę młodzieżową, skierowaną raczej do nastoletnich dziewcząt (tytuły *Twist* i *Dziewczyna*). Taki adres odbiorczy wpływa niewątpliwie na sposób ukształtowania obrazu *chłopaka* i jego relacji z nastoletnimi rówieśnikami. Badaczka wskazuje na to, że w stosunku do słownikowej definicji *chłopaka* jego obraz w analizowanym korpusie tekstów ulega znacznemu przetworzeniu, gdyż składają się nań zarówno cechy związane z tradycyjnym stereotypem mężczyzny (*sila*, *niezależność*), jak i te, których kulturowo raczej mężczyznom się nie przypisuje (*uczuciowość*, *oddanie*). Taka kreacja obrazu *chłopaka* z pewnością zbiega się z lansowaną przez komercyjne media młodzieżowe postawą konformistyczną. W tym sensie artykuł badaczki jest kolejnym przyczynkiem do badań nad postawami, światopoglądem i stosunkiem do świata współczesnej młodzieży.

Zamykająca tom rozprawa W. Kochmańskiej „Językowy obraz tolerancji w audycji „Rower Błażeja” nawiązuje do dwóch poprzednich skupieniem się na zagadnieniach przekazu medialnego skierowanego do młodzieży. Badaczka wybiera kognitywną metodę opisu obrazu świata, uzupełniając ją o rekonstrukcję rozumienia tolerancji przez młodzież. Zajmuje ją tylko społeczny aspekt tolerancji i dostrzega następujące jej profile: przełamywanie postawy oceniającej, uznanie innych, konformistyczna realizacja konwencji społecznej, źródło cierpienia, wartość edukacyjna, wartość zwympiarowana i źródło odczuć psychicznych. Erudycyjna analiza wypowiedzi uczestników tytułowego programu skłania autorkę do wniosku, że tolerancja jest dla młodzieży wartością trudną, prowadzącą do wyboru różnych postaw wobec innych ludzi,

ale ma także udział w kształtowaniu ich własnej świadomości.

Powyższy przegląd zagadnień podjętych przez autorów tekstów składających się na recenzowaną publikację dowodzi, że problematyka medialnej kreacji świata jest wciąż atrakcyjna dla – zwłaszcza młodych – badaczy. Widać też wyraźnie, że jest to zagadnienie, które jednoczy różne podejścia metodologiczne i różne sposoby myślenia naukowego. Mimo częściowej zbieżności z problematyką podjętą w tomie o 12 lat wcześniejszym – czytelnicy otrzymali jednak nową, wartościową publikację, rozszerzającą pojęcie kreatywności językowej o kolejne obszary. Z racji aktualności tematyki i różnorodności warsztatów badawczych korzyść z lektury artykułów pomieszczonych w tomie będą mieć nie tylko lingwiści, ale także prasoznawcy, teoretycy kultury, socjologowie, komunikolodzy, pedagodzy, a także praktycy słowa – głównie dziennikarze.

Od strony edytorskiej tom jest wydany bardzo starannie, z okładką utrzymaną w graficznej stylistyce „czerwonej” serii, co zapewnia natychmiastową rozpoznawalność książki (przynajmniej w środowisku lingwistów). Wydawcy jednak nie ustrzegli się drobnych błędów i usterek. W trzech tekstach zamiast systemu oksfordzkiego zastosowano tradycyjny model przypisów (u dołu strony i bez bibliografii na końcu artykułu). Odnotowałem też kilka błędów literowych (np. na s. 54 jest *Partyk* zamiast *Patrik*, a na s. 180 występuje *komuniakcja* zamiast *komunikacja*). W kilku miejscach analizowane przykłady wydrukowano czcionką prostą zamiast kursywą (np. na s. 95). Zdarzają się też błędy w zakresie przenoszenia wyrazu (np. na s. 188 *wyk-orzystanie*). Oprócz tego w tomie trafiają się nieliczne formy niezgodne z normą wzorcową polszczyzny. Te niewielkie błędy nie obniżają jednak w niczym wartości heurystycznej recenzowanej publikacji, którą można z całym przekonaniem polecić jako ważną lekturę dla wszystkich zainteresowanych problematyką języka mediów.

Rafał Zimny

⁸ M. Lisowska-Magdżiarz: *Bunt na sprzedaż* (Przemysł muzyczny – Reklama – Semiotyka), Kraków 2000.

Mediatyzacja kampanii wyborczych

Konferencja w Ustroniu i Katowicach, 25–27 września 2007 r.

W dniach 25–27 września 2007 roku Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego zorganizował konferencję naukową o mediatyzacji kampanii wyborczych, która odbyła się częściowo w siedzibie Instytutu, częściowo w Ustroniu.

Jeśli można znaleźć odpowiedni moment na zorganizowanie konferencji naukowej na taki temat, to organizatorzy wybrali najlepszy, czyli w rok po wyborach samorządowych w 2006 roku. Upływ tego czasu umożliwił już wyciągnięcie wniosków, dotyczących przebiegu, stosowanych form mediatyzacji tych wyborów i – mówiąc wprost – manipulacji medialnej. A przy tym konferencja odbyła się na kilka tygodni przed wcześniejszymi wyborami parlamentarnymi, które – co trudno komentować bez żalu – potwierdziły bodaj wszystkie obawy uczestników konferencji.

W ciągu niespełna trzech dni odbyto cztery sesje: „Rzeczywistość polityczna w mediach”, „Mediatyzacja społeczeństwa przez stare i nowe media”, „Medialne aspekty kampanii wyborczych” i „Lokalno-regionalne kampanie wyborcze”.

Rzeczywistość polityczną w mediach bodaj najlepiej oddał tytuł referatu Kazimierza Krzysztofka (UwB): „Popolityka. Rzecz o ekspansji przemysłu polityki”. Autor eksponował głównie (choć nie wyłącznie) plusy i minusy komunikacji internetowej w sferze polityki.

Spojrzenie autora, oparte na dwóch, wprowadzonych przez niego pojęciach: „popolityka” i „przemysł polityczny” było następnie rozwijane w kolejnych referatach. Lech Rubisz (UO) mówił o polityce jako o widowisku („Polityka jako widowisko. Wybrane narzędzia komunikacji politycznej”), Janusz Sztukski (UŚ) ukazał me-

chanizmy „ubarwiania” polityki w mediach („Dramatyzacja polityki w środkach masowego przekazu”), zaś Dorota Pióntek (UAM) zaprezentowała sposoby mediatyzacji polityki w tzw. „miękkich mediach” („Mediatyzacja polityki w tzw. „miękkich mediach”). W swym referacie zastosowała do świata polityki i polityków (wprowadzone za Danielem Boorstinem przez Wiesława Godzica) pojęcie „celebrytów”, a więc „ludzi o których się mówi dlatego, że się o nich mówi”. Związek zjawiska „celebrytów” w polityce z jej dramatyzacją i obecnością „popolityki” rysował się w jej wystąpieniu jako oczywisty.

Beata Ociepka (UWr) podjęła temat zmian podmiotów dyplomacji, wywołanych przez ewolucję międzynarodowej komunikacji politycznej („Komunikowanie polityczne w środowisku międzynarodowym: podmioty dyplomacji politycznej”). Próby uogólnienia zmian w rzeczywistości politycznej podjęli także: Marek Jachimowski (UŚ) w referacie „Wykorzystanie przestrzeni medialnej w kampaniach politycznych” i Jerzy Zdański z Akademii im. Jana Długosza Częstochowie („Demokracja w dobie społeczeństwa medialnego”).

Debatę na temat mediatyzacji społeczeństwa przez stare i nowe media rozpoczęły dwa wystąpienia zmierzające do dalej idących uogólnień. Pierwszym było wystąpienie Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego (AE Kraków) pod prowokującym tytułem: „Masowe media komunikacji społecznej”. Autor zwracał uwagę na fragmentaryzację debaty publicznej – raczej utrudniającą niż wspierającą dyskurs publiczny, a także na postępującą deprecjację polityków i polityki. Kolejny referat – „Mediatyzacja publiczności przez nowe me-

dia” – mieszczący się w podobnym nurcie, wygłosił Ignacy S. Fiut (WNSS AGH). Skupił się głównie na zjawiskach politycznych związanych z nowymi mediami, rozpatrując je w kontekście politycznym, a także z punktu widzenia koncepcji tzw. „spirali ujadania i jazgotu”, będącej rozwinięciem i uzupełnieniem teorii „spirali milczenia” Elisabeth Noelle-Neumann. Mówił też o tzw. spojlowaniu i jego znaczeniu w medialnych kampaniach politycznych. Zwrócił również uwagę na kryzys mediów publicznych, które – stając się tubą aktualnych układów politycznych – tracą funkcje krytyczne i przestają być rzeczywistą przestrzenią debaty publicznej.

W ramach tej debaty wygłoszono referaty: „Agora medialna” Bogusława Nierenberga (UO), „Medialna mitologizacja rzeczywistości” Marka Bednarza (UŚ) i „Rola zawodowa dziennikarza w procesie przekazywaniu informacji” Lucyny Szot (UWr) (nawiasem mówiąc, słuchając tego ostatniego trudno było oprzeć się wrażeniu, że niektóre jego fragmenty mówią bardziej o postulowanym niż rzeczywistym obrazie współczesnego dziennikarstwa polskiego).

Natomiast Felicjan Byłok (PCz) podjął stosunkowo rzadko poruszany w naszej literaturze politologicznej problem reklamy społecznej („Reklama społeczna jako „sumienie” współczesnego społeczeństwa”). Jego wystąpienie do pewnego stopnia korespondowało z wygłoszonym w ostatnim dniu konferencji referatem Andrzeja Piaseckiego o: „Kampania pozytywna w polskich referendach”.

Zbigniew Oniszczyk (UŚ) wygłosił referat „Rola telewizji w mediatyzacji komunikowania politycznego w Niemczech”, otwierając tym samym kwestię analogicznych zjawisk mediatyzacji kampanii wyborczych w innych krajach europejskich, którą zajęto się na kolejnej sesji. Wskazać tu trzeba na wystąpienie Mariana Gieruli (UŚ) „Marketing polityczny w wyborach parlamentarnych i prezydenckich w Rosji” oraz na dogłębne studium Radosława Sajny (UKW) pt. „Silvio Berlusconi – Ikar czy Odyseusz włoskiej polityki. Próba analizy porażki politycznej”.

Trzecią sesję zdominowały zagadnienia politycznego marketingu i jego roli w budowaniu wizerunku partii politycznych. Warto tu wymienić m.in. wystąpienia Doro-

ty Dolińskiej (PŚ) – „Polityczne public relations w kształtowaniu wizerunku partii politycznych na przykładzie PO i PiS”, Michała Kaczmarczyka (UŚ) – „Rola public relations w budowaniu wizerunku partii politycznych” i Mariusza Koleczyńskiego – „Komunikacyjny efekt „jojo” – propagandyzacja polskiego marketingu politycznego”.

Innym nurtem konferencji były analizy wcześniejszych kampanii wyborczych i dyskusje nad ich przebiegiem. Zwracają tu uwagę zwłaszcza referaty Tomasza Mielczarka (AŚ) – „Kampanie wyborcze w TVP SA”, Teresy Sasińskiej-Klas (UJ) – „Kampania negatywna w wyborach prezydenckich w 2005 roku i jej medialny wymiar” oraz Bogusławy Dobek-Ostrowskiej i Bartłomieja Łódzkiego (UWr) „Relacjonowanie kampanii wyborczej 2005 roku przez polskie media”. Interesującym uzupełnieniem tego nurtu były również wystąpienia dotyczące prawnych aspektów politycznych manipulacji: Jacka Sobczaka (UAM) – „Prawne granice manipulacji w kampaniach wyborczych” i Joanny Taczowskiej (UKW) – „Postępowanie sądowe w związku z rozpowszechnianiem nieprawdziwych informacji jako element kampanii wyborczej”.

W ostatnim dniu uczestnicy konferencji skupili się na lokalno-regionalnych aspektach kampanii politycznych. Dominowały tematy związane z wyborami, np. wystąpienie Ilony Biernackiej Ligęzy (WSZ Wrocław): „Reklama dźwignią polityki: marketing polityczny w powiecie dzierzoniowskim przed wyborami samorządowymi”, Dariusza Skrzypińskiego (UWr): „Media relations jako narzędzie marketingu politycznego. Studium funkcjonowania lokalnych rynków politycznych”, Jerzego Pałosa (WNSS AGH), analizującego taktykę małopolskich mediów regionalnych w wyborach samorządowych 2006 roku („Małopolskie dzienniki regionalne w procesie mediatyzacji polityki”). Kluczowe pytanie o polityczne i biznesowe uwarunkowania niezależności medium lokalnego postawił Adam Szynol (UWr) w wystąpieniu: „Polityka i biznes a niezależność lokalnego medium”.

Choć problem mediatyzacji polityki jest zjawiskiem wieloaspektowym i jego kompletne opisanie wydaje się zgoła niemożliwe, organizatorzy zadbali o to, aby wszyst-

kie ważniejsze wątki tego procesu zostały przynajmniej zasygnalizowane. Można mieć nadzieję, że efektem konferencji będzie publikacja zawierająca najcenniejsze referaty.

Także i te, których autorzy nie mogli wygłosić osobiście i porzestali na przesłaniu tekstów.

Jerzy Pałosz

Media – kultura – edukacja

Rzeszów, 8–10 października 2007

W dniach 8–10 października 2007 roku odbyła się Międzynarodowa Konferencja „Media – Kultura – Edukacja. Na pograniczu narodów i kultur. Tradycja – doświadczenia – perspektywy”. Uczestniczyli w niej przedstawiciele różnych środowisk uniwersyteckich Polski i Europy Środkowo-Wschodniej. Głównym organizatorem i zarazem gospodarzem Międzynarodowej Konferencji był Uniwersytet Rzeszowski, a dokładniej Zakład Edukacji Medialnej i Technologii Informacyjnych Instytutu Pedagogiki. Współorganizatorami były instytuty Muzyki Uniwersytetu Rzeszowskiego oraz Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji Towarzystwa Wiedzy Powszechnej we Wrocławiu, Zakład Pedagogiki Wydziału Studiów Edukacyjnych Uniwersytetu UAM w Poznaniu oraz Stowarzyszenie *VEUBE – Spohns Haus* w Niemczech.

Komitetowi Naukowemu przewodniczył rektor Uniwersytetu Rzeszowskiego, prof. Włodzimierz Bonusiak. W skład Komitetu weszli także: prof. Marta Wierzbieniec – dyrektor Instytutu Muzyki Uniwersytetu Rzeszowskiego, dr Ryszard Pęczkowski – prodziekan Wydziału Pedagogiczno-Artystycznego Uniwersytetu Rzeszowskiego, prof. Wojciech Skrzydlewski z Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu, prof. Stanisław Dylak z Uniwersytetu A. Mickiewicza w Poznaniu, prof. Irena Mednańska z Uniwersytetu w Preszowie, Hans Bollinger – dyrektor Stowarzyszenia *VEUBE Spohns Haus* oraz dr Marta Wrońska, ks. dr Janusz Miąso i mgr Piotr Karaś – sekretarze konferencji.

Patronat medialny nad konferencją objęło Katolickie Radio Via z Rzeszowa.

Uroczystego otwarcia konferencji dokonał prof. Stanisław Krawczyk, prorektor ds. Kształcenia Uniwersytetu Rzeszowskiego. Kolejno głos zabrała prof. Marta

Wierzbieniec, zapoznając uczestników z bogatą tradycją muzyczną regionu Polski południowo-wschodniej. Następnie gości powitał dziekan Wydziału Pedagogiczno-Artystycznego prof. Mieczysław Radocznicki, charakteryzując krótko kierunki badań prowadzonych na Wydziale. Natomiast dr Ryszard Pęczkowski odczytał list nadesłany do wszystkich uczestników konferencji od bpa Kazimierza Górnego – ordynariusza diecezji rzeszowskiej.

Do udziału w konferencji zaprosiliśmy badaczy mediów, socjologów, pedagogów, politologów oraz dziennikarzy i nauczycieli. Zaproszenie przyjęli, a tym samym obdarzyli naszą konferencję zaufaniem i wyróżnili przez swoją obecność naukowcy z Polski i z zagranicy. Ogółem w konferencji wzięło udział 119 przedstawicieli różnych ośrodków akademickich (między innymi: z Uniwersytetu Warszawskiego, Poznańskiego, Jagiellońskiego, Wrocławskiego, Gdańskiego, Bydgoskiego, Opolskiego, Lubelskiego, Łódzkiego, Zielonogórskiego, Rzeszowskiego, Szczecińskiego, Warmińsko-Mazurskiego; byli także obecni naukowcy z AGH w Krakowie, z Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie, z Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Akademii Świętokrzyskiej, Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej, a także z Narodowego Instytutu Leków w Warszawie). Gościliśmy także na naszej konferencji 20 uczestników z zagranicy (Niemcy, Słowenia, Czechy, Słowacja, Ukraina, Litwa, Białoruś, Rosja, Węgry). Wygłoszono 103 referaty. W konferencji wzięli liczny udział studenci edukacji medialnej oraz edukacji artystycznej w zakresie sztuki muzycznej.

Obecność gości z Polski i zagranicy przyczyniła się do kreowania twórczej atmosfery współpracy, była także inspiracją do naukowych analiz teoretycznych i empirycznych. Problematyka pogranicza stanowi

ważny obszar zainteresowań badaczy różnych dyscyplin. A główne elementy strukturalne integracji pogranicza narodów to przede wszystkim media, edukacja i kultura. Elementy te uzupełniają się wzajemnie, choć zdarza się, że są w opozycji do siebie. Współczesny człowiek żyje na pograniczu narodów i w miejscu przenikania się kultur. Międzykulturowość może być zarówno wielką szansą rozwoju człowieka, jak też dla niego zagrożeniem.

Konferencja miała na celu:

- stworzenie uczestnikom z różnych krajów i ośrodków naukowych możliwości spotkania, wspólnej pracy oraz wymiany poglądów;
- prezentację teorii i praktycznych rozwiązań dotyczących funkcjonowania mediów, kultury i edukacji na pograniczu narodów;
- dyskusję o oczekiwaniach formułowanych wobec mediów, kultury i edukacji na pograniczu w kontekście globalizacji życia politycznego, gospodarczego i społecznego;
- opracowanie wspólnych projektów dotyczących mediów, kultury i edukacji na pograniczu;
- stworzenie sieci połączeń instytucji zainteresowanych podejmowaniem współpracy w zakresie badań, edukacji i doskonalenia.

Wyodrębniliśmy następujące obszary merytoryczne, wokół których odbywały się dyskusje: media, kultura, edukacja na pograniczu kultur i narodów wobec globalizacji życia – wyzwania, nadzieje, zagrożenia; kultura pogranicza narodów – doświadczenia, tradycje, perspektywy; rola i znaczenie mediów w kreowaniu kultury i edukacji; międzyregionalna współpraca w obszarze kultury i edukacji; media, kultura i edukacja wobec procesów integracji; nauczyciel pogranicza jako współtwórca pedagogiki integracji kulturowej. Obrady prowadzone były zarówno w trybie plenarnym, jak i sekcyjnym.

Swoistą ucztą intelektualną dla uczestników były wystąpienia w trakcie obrad plenarnych najwybitniejszych medioznawców, politologów, socjologów, pedagogów. W pierwszym dniu konferencji obrady rozpoczął Wojciech Skrzydlewski z Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP we Wrocławiu referatem pt. „Kulturotwórcza

rola mediów w procesach integracji pogranicza narodów”. Celem wystąpienia było ukazanie roli współczesnych mediów, a w szczególności Internetu w inicjowaniu i prowadzeniu procesów integracyjnych na pograniczu narodów. Poruszono następujące kwestie: analiza współczesnego statusu mediów, rozumianych jako narzędzia intelektualne człowieka; media, edukacja i kultura jako główne elementy strukturalne integracji pogranicza narodów; status nowych mediów (interakcyjność, indywidualizacja, integracja); konwergencja mediów – Internet wehikułem cywilizacyjnym XXI w.; kompetencje medialne, alfabetyzm medialny i kultura informatyczna jako zasadnicze czynniki zmianotwórcze edukacji, komunikacji społecznej, rynku pracy i procesów społecznych. W konkluzji przedstawiono projekt wirtualnej przestrzeni kulturowej integrującej pogranicze narodów.

Następnie Stanisław Dylak z Uniwersytetu Adama Mickiewicza, w referacie „Edukacyjna inwazja mediów – koniec nauczania?” wyraźnie podkreślił, że dla funkcjonowania współczesnej szkoły nie wystarczy profesjonalny nauczyciel, to musi być nauczyciel z „charakterem nauczyciela”, który lubi to, co robi, oraz kocha dzieci.

Irina Sipakowa, z Uniwersytetu w Saratowie (Rosja) zaprezentowała referat pt. „English-German and English-Russian Code Switching in Printed Mass Media”, w którym klarownie wypukliła problem dotyczący dwujęzyczności, który jest jednym z elementów przejścia od narodowych kultur do multikulturowości.

Obrady plenarne w pierwszym dniu zakończył Waław Wierzbieniec z Uniwersytetu Rzeszowskiego referatem pt. „Rzeszów na pograniczu narodów i kultur”. Profesor skonstatował, iż dostrzegalne różnicowanie etniczne, wyznaniowe i kulturowe miasta Rzeszowa, pomimo że obejmuje obecnie stosunkowo niewielką część mieszkańców, tworzy niezmiernie ważny element miasta, sytuujący je w szerokim kontekście wielokulturowości.

W drugim dniu konferencji uczestnicy wysłuchali trzech referatów. Paweł Januszewicz z Narodowego Instytutu Leków w Warszawie w swoim referacie pt. „Media a przemysł farmaceutyczny”, jasno zaakcentował tezę, iż rozwój przemysłu farmaceutycznego zależy w dużym stopniu od deli-

katnej równowagi pomiędzy informacjami na temat leku a ich promocją. Informacja o treściach merytorycznych jest zawsze ściśle regulowana prawem krajowym, unijnym oraz międzynarodowym, podczas gdy promocja jest często przedmiotem różnych działań „z pogranicza”. Obok samoregulacji, czyli przestrzegania kodów postępowania, stworzonych przez same firmy farmaceutyczne, media bardzo często wychytują i opisują najprzeróżniejsze działania promocyjne, budzące wiele znaków zapytania.

Ks. Janusz Mastalski z Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie w swoim wystąpieniu „Smog medialny a dekonstrukcja środowisk wychowawczych” próbował ukazać cechy charakterystyczne dla tzw. „smogu medialnego”. Autor wskazał między innymi na toksyczność mediatyzacji rodziny, szkoły, środowiska rówieśniczego, a także Kościoła. Określił różnego rodzaju wymiary ich dekonstrukcji. Spróbował także wskazać konkretne sposoby budowania „systemu immunologicznego”, stanowiącego antidotum na toksyczne oddziaływanie współczesnych mediów.

Alina Ryńko z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego opisała „Rolę środków społecznego przekazu w integralnym wychowaniu osoby”. Autorka stwierdziła, że wynikające z wadliwej edukacji niewłaściwe formy zachowania się wielu ludzi, na różnych etapach ich rozwoju, wymagają od wychowujących różnorodnych działań zapobiegawczych, opartych na dogłębnym poznaniu przyczyn i przejawów występujących trudności. Przyczyny owych trudności często bywają nieświadomione. Są one generowane przez brak odpowiedniej edukacji medialnej i nowoczesną kulturę masową, której twórcy świadomie obniżają coraz bardziej poziom intelektualny i moralny wielomilionowych rzesz odbiorców, a nawet – jak to niektórzy ostro określają – spychają współczesną kulturę do poziomu wielorako manifestującego się barbarzyństwa. Niesie ono za sobą zanik duchowości, depersonalizację, desakralizację i dehumanizację.

Podczas konferencji pracowano w trzech sekcjach: Media, Kultura, Edukacja¹.

¹ Pełny wykaz referatów znajduje się na stronie internetowej Zakładu Edukacji Medialnej i Technologii Informacyjnych Uniwersytetu Rzeszowskiego: <http://www.z.univ.rzeszow.pl>

W pierwszym dniu sekcji Media przewodniczyli Zbigniew Oniszczuk z Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach oraz Marta Wrońska z Uniwersytetu Rzeszowskiego. W drugim dniu funkcje te pełnili Ignacy S. Fiut z Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie oraz dr Paweł Topol z UAM w Poznaniu. Poruszane wątki tematyczne dotyczyły między innymi wychowawczych i etycznych aspektów oddziaływania mediów, wpływu mediów masowych na problemy ochrony zdrowia, integracyjnej roli mediów w procesie komunikowania międzykulturowego i edukacyjnego wykorzystania nowych mediów.

Sekcja Edukacja pracowała pod przewodnictwem Ireny Mednianskiej z Uniwersytetu w Preszowie oraz Marii Chodkowskiej z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. W drugim dniu konferencji przewodnictwem objęli Iwona Laska oraz Marek Kosiorowski z Uniwersytetu Rzeszowskiego. Przewodnie nurty tematyczne to wybrane problemy edukacyjno-wychowawcze wobec wyzwań cywilizacyjnych we współczesnym świecie, idea pogranicza w kontekście budowania dyskursów edukacyjnych, pedagogika medialna w dobie technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Sekcji Kultura przewodniczyli – w pierwszym dniu Iwona Hofman z UMCS w Lublinie oraz ks. Janusz Miąso z Uniwersytetu Rzeszowskiego. W drugim dniu przewodnictwem objęli Elżbieta Szubertowska z Uniwersytetu w Bydgoszczy oraz Irena Marciniak z Uniwersytetu w Zielonogórsku. W sekcji podjęto następujące obszary merytoryczne: pogranicze jako konfrontacja kultur, edukacja muzyczna i jej wybrane aspekty, kultura muzyczna młodzieży oraz jej związki z mediami.

Na sympozjum obecni byli także przedstawiciele podkarpackich mediów regionalnych i lokalnych (*Gazeta Codzienna: Nowiny i Supernowości, Dziennik Polski* oraz rozgłośnie radiowe: Radio Rzeszów, Radio Via), dla których specjalnie zarezerwowaliśmy czas w napiętym programie, mając świadomość, iż konferencja prasowa to ważny instrument *public relations*.

Aby uatrakcyjnić pobyt uczestników konferencji, oprócz wykładów plenarnych i obrad w sekcjach zorganizowaliśmy imprezy o charakterze kulturalno-rozrywkowym. W pierwszym dniu uczestnicy wysłuchali

koncertu w wykonaniu pracowników Instytutu Muzyki Uniwersytetu Rzeszowskiego (Olga Popowicz – sopran, UR Leszek Suszycycki – gitara, Jacek Ścibor – tenor, Magdalena Prejsnar-Wąsacz – fortepian, Paweł Węgrzyn – fortepian). Można było obejrzeć także trzy wystawy artystyczne: wystawę ilustracji książkowej dla dzieci pt. „Język spod jabłoni” (autor: Marta Berman, Uniwersytet Rzeszowski); wystawę grafiki pt. „Drzeworyty” (autor: Michał Tokár, Prešovská univerzita v Preszowie (Słowacja)) oraz wystawę malarstwa pt. „Obrazy” (autor: Jerzy Tomala, Uniwersytet Rzeszowski). Natomiast wieczorny bankiet połączony był z otwarciem wystawy fotograficznej artystów: Leonarda Banasa (Słowacja), Gabriela Grunda (Słowacja), Marka Hallady i Jerzego Wygodę z Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Stworzyliśmy także wszystkim gościom możliwość poznania dziedzictwa kulturowego w naszym regionie, organizując wyjazd

w Bieszczady, do ośrodka położonego w Ciśniańsko-Wetlińskim Parku Krajobrazowym, w miejscowości Bystre koło Baliogrodu.

Duża liczba zgłoszonych referatów oraz ożywiona wymiana poglądów dowiodły, iż spotkanie to było potrzebne. Dyskusja przeprowadzona na zakończenie konferencji umocniła nas w przekonaniu o celowości wyboru tematów oraz o potrzebie kontynuacji i rozwoju formuły konferencji. Goście podkreślali wysoki poziom merytoryczny sympozjum, ciepłą i życzliwą atmosferę. Nawiązaliśmy nowe, ciekawe kontakty. Z pewnością będziemy je podtrzymywać i wymieniać się doświadczeniami. Dorobek naukowy konferencji zostanie opublikowany w formie książkowej.

Marta Wrońska

Dyskurs religijny w mediach

Konferencja naukowa w Warszawie, 22–24 XI 2007

Konferencja „Dyskurs religijny w mediach”, zorganizowana przez Komisję Języka Religijnego Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN, Wydział Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Katedrę Komunikacji Religijnej Papieskiej Akademii Teologicznej oraz Katolicką Agencję Informacyjną, odbyła się w dniach 22–24 listopada 2007 r. w Warszawie. Podczas trzech dni konferencji wygłoszono 20 referatów, których autorami byli nie tylko językoznawcy, ale i teolodzy, religioznawcy, socjologzy.

Trzy referaty dotyczyły zagadnień *stricto* medioznawczych. Wygłosili je: Józef Majewski (Uniwersytet Gdański), ks. Krzysztof Marcyński (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego), Aleksander Woźny (Uniwersytet Wrocławski).

Prof. Józef Majewski („Modele rozumienia relacji «religia a media»”) przedstawił trzy modele: instrumentalno-neutralnościowy, przeciwstawny oraz interakcji kulturowych. Zastanawiał się nad rodzajami interakcji, jakie zachodzą między mediami a religią, stwierdzając, że nie są to byty auto-

nomiczne, ale – jako elementy składowe kultury – wzajemnie na siebie oddziałują. Media tworzą bowiem kontekst językowy kultury religijnej.

Ks. Krzysztof Marcyński („Kościół katolicki a media”) wyszedł od zdefiniowania pojęć: Kościół, hierarchia kościelna i władza kościelna. Podkreślił, że Kościół, rozpoznając znaki czasu, dostosowuje swój przekaz do aktualnych mediów. Pokazał poparcie Watykanu dla nowych sposobów przekazywania informacji. Jak stwierdził, Kościół (władza kościelna) nie może zrezygnować z mediów. Powinien dostosować swój przekaz do rodzaju mediów, by móc szybciej reagować na współczesne problemy świata.

Aleksander Woźny („Zapomniany dyskurs stanu wojennego. O roli polskojęzycznych edycji *L'Osservatore Romano* i Radia Vaticana w dobie zniewolenia mediów”) podkreślił, że *L'Osservatore Romano* i Radio Vaticana nie funkcjonują w polskim medioznawstwie. Przedstawił, w jakich warunkach docierały do polskich czytelników pierwsze numery pisma i prze-

kaz radiowy w czasie stanu wojennego. Omówił, jakimi sposobami władze PRL utrudniały ludziom dostęp do mediów watykańskich. W Polsce stanu wojennego dokonana była bowiem rzecz znamienna – władza była bardziej skoncentrowana na mediach papieskich, robiła wszystko, by zdegradować dyskurs religijny. Działaniami tymi osiągnęła jednak efekt przeciwny do zamierzonego: nawet obojętni religijnie postrzegali media papieskie jako bardzo wiarygodne. Czasopismo i radio watykańskie – zdaniem referenta – uzyskały więc wtedy status pierwszego obiegu, to one nadawały na bieżąco, a oficjalna prasa polska grała rolę drugiego obiegu.

Najwięcej (13) wygłoszonych prac omawiało dyskurs religijny w mediach katolickich. Niektóre analizowały wymienione media pod kątem dyskursu prowadzonego na tematy religijne – dotyczące Kościoła Katolickiego (8 referatów), inne pod kątem dyskursu prowadzonego na tematy pozareligijne albo ukazujące problemy Kościoła z perspektywy innych wyznań czy osób świeckich (5 referatów). Pierwszą grupę reprezentowali: Igor Borkowski (Uniwersytet Wrocławski), Grzegorz Kubiński (Uniwersytet Zielonogórski), Andrzej Kominek (Akademia Świętokrzyska), Katarzyna Zagórska (Uniwersytet Adama Mickiewicza), Małgorzata Nowak i Beata Kułak (Katolicki Uniwersytet Lubelski), Aleksander Gomola (Uniwersytet Jagielloński), Jolanta Sławek (UAM) oraz Katarzyna Czarnecka (UAM).

Dr Igor Borkowski („Definiowanie niedefiniowalnego – jak księża i byli księża interpretują znaczenie leksemu *powołanie*”) zauważył, że w ostatnich latach media świeckie i katolickie oddają głos tym dwóm opozycyjnym grupom. Pojęcie „powołanie”, które wkroczyło do debaty publicznej i medialnej, jest różnie definiowane przez księży i przez eks-księży. Każdy z wypowiadających się chce je redefiniować (często na podstawie osobistych doświadczeń), co w efekcie sprawia, że leksem *powołanie* staje się niedefiniowalny. Wypowiedzi księży o powołaniu często są bardzo osobiste, pełne patosu, profetyczne, co utrudnia debatę. Według nich powołanie jest stałe i niezmienne. Zdaniem tak zwanych „eksów” – powołanie to raczej zbiór dyspozycji. Byli księża pytają, dlaczego Kościół, który tyle wysiłku wkłada w budowanie powołań, nie

chce i nie umie angażować w działania kościelne ludzi, którzy odchodzą.

Grzegorz Kubiński („Afekty w artykułach o tematyce religijnej na przykładach z *Niedzieli*”) przeanalizował wydania tygodnika *Niedziela* z czterech lat. Zauważył, że odwołanie się do afektów występuje w nim niezwykle rzadko. Referent podkreślił, że uczucia (zwłaszcza patos) zazwyczaj odgrywają ważną rolę w piśmiennictwie wyznaniowym, które pełni funkcję formacyjną. Analiza wykazała, że w *Niedzieli* odwoływanie się do afektów występuje głównie w felietonach i tekstach nieobiektywnych. Z negatywnych uczuć można odnaleźć: rozpacz, smutek, żal, strach i pogardę, z pozytywnych – solidarność, życzliwość, miłość, radość, zachwyty i dziękczynienie. Badacz doszedł do zaskakującego wniosku, że mimo performatywnego, formacyjnego celu, *Niedziela* nie bierze pod uwagę tego wymiaru egzystencji, jakim są afekty.

Andrzej Kominek („O dwóch konkurencyjnych metaforach systemowych „walki dobra ze złem” na przykładzie czasopisma *Miłujcie się*”) pokazał, że opis świata duchowego w czasopiśmie *Miłujcie się* jest zdominowany przez metaforykę walki, dla której polem bitwy jest dusza. Podkreślił kinestetyczny charakter analizowanych metafor. Wskazał również na pragmatyczny aspekt metaforyki militarnej. W omówionym obrazie walki Bóg jest dobrem, Szatan złem, a zwycięstwo zależy od właściwego przygotowania się (uzbrojenia) do nieuniknionego starcia. Badany materiał pokazał, że główne źródło odwołań stanowią teksty biblijne. Analizowana metaforyka walki charakteryzowała między innymi zamieszczone w czasopiśmie listy do redakcji, w których „dzielenie się zwycięstwami” jest często głównym celem piszących.

Katarzyna Zagórska („Misja edukacyjna lokalnej radiofonii katolickiej”), omawiając zagadnienie misji edukacyjnej lokalnej radiofonii katolickiej, podkreśliła, że lokalność mediów jest elementem programowym i propagandowym. Tego typu radiofonie katolickie pełnią funkcje informującą, edukacyjną i rozrywkową, przy czym funkcja edukacyjna nie zawsze jest równoznaczna z ewangelizacją. Radiofonie te podejmują też inicjatywy pozaprogramowe, np. organizowanie koncertów, współpraca z innymi rozgłośniami czy innymi mediami lokalnymi.

Małgorzata Nowak i Beata Kułak („Wokół medialnej dyskusji na temat lekcji religii”) zanalizowały oficjalne wypowiedzi prasowe, zamieszczane na stronach internetowych czasopism katolickich i świeckich, dotyczące dyskusji na temat lekcji religii. Podejmowany w nich problem dotyczył decyzji włączenia stopnia z religii do średniej ocen. Autorki wskazały na podstawowy typ dyskursu, jakim była polemiczność. Skupiły się na leksykalno-syntaktycznej analizie wyrażania zgody i niezgody. Z analizy wynika, że omawiany dyskurs cechuje: stylistyczna niejednorodność, typowy dla danego medium emocjonalizm, subiektywizm, stereotypowość przekonań.

Aleksander Gomola („«Wszyscy Kreteńscy kłamią»). Analiza językoznawcza wybranych świętokrzyskich homilii radiowych biskupa Józefa Zawitkowskiego”) poddał analizie homilie z lat 2000–2006. Jej celem było określenie sytuacji katolików i Kościoła w Polsce po 10 latach demokracji poprzez wskazanie mocy perlokucyjnej wymienionych homilii. Autor zauważył, że wśród poruszanych przez biskupa wątków przeważają wątki patriotyczne, maryjne, natomiast brak jest w nich odniesienia do nauczania Kościoła. Pokazał też, że w prezentowanych homiliach ich autor zwykle wykorzystuje metaforykę życia wiejskiego, a główną formą przekazu kazań są poetyckie kompozycje złożone z kompilacji cytatów literackich i biblijnych, uznanych przez referenta za główny element perswazji biskupa. Aleksander Gomola na podstawie tej analizy określił też obraz odbiorcy wspomnianych kazań – jest nim patriota, katolik, mieszkaniec wsi. Pokazał również, że nakreślony przez bpa Zawitkowskiego obraz Polski jest obrazem kraju wyizolowanego i zagrożonego. Wykazał też niebezpieczeństwo tej formy przekazu, która przez zbyt duży ładunek emocjonalny wpływa istotnie na odbiór.

Jolanta Sławaek („Sposoby kształtowania i przekazywania informacji w tygodnikach katolickich”) objęła badaniami takie tygodniki katolickie, jak: *Niedziela*, *Przewodnik Katolicki* i *Tygodnik Powszechny*. Materiałem badawczym były informacje dotyczące sytuacji arcybiskupa Stanisława Wielgusa. Okazało się, że najbardziej neutralny sposób przekazu informacji cechuje *Przewodnik Katolicki*. *Niedziela* najczęściej posługuje się wyrazami nacechowanymi ak-

sjologicznie i emocjonalnie, a *Tygodnik Powszechny* dopuszcza kolokwializm i frazeologizmy.

Badania Katarzyny Czarneckiej („List do redakcji na łamach czasopism religijnych – formy i funkcje”) zostały oparte na analizie czasopism *Miłujcie się* i *Przewodnik Katolicki*. Praca ta pokazała, że stwarzanie więzi z czytelnikiem bywa w dużej mierze fikcyjne. W obu przypadkach listy do redakcji funkcjonują na zasadzie listu otwartego. Najczęściej zawierają one pytania i prośby, wypowiedzi na tematy aktualne, świadectwa, nawiązania do tematyki publikowanych artykułów. W *Miłujcie się* listy do redakcji wspierają działania formacyjne.

Drugą grupę referatów reprezentowali: Zbigniew Pasek (Uniwersytet Jagielloński), Katarzyna Skowronek (Instytut Języka Polskiego PAN), Ewa Bobrowska (Uniwersytet Jagielloński), Katarzyna Leszczyńska (Akademia Górniczo-Hutnicza), Paweł Binek (Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Krakowie) i Katarzyna Perdzińska (Uniwersytet Warszawski).

Zbigniew Pasek („Propaganda antykultowa w Polsce”) badania swoje oparł na analizie czasopism wydawanych przez stowarzyszenia katolickie. Jako ośrodki antykultowe w Polsce wymienił Stowarzyszenie Effata, Ruch Obrony Rodziny i jednostki oraz centra informacyjne o sektach i nowych ruchach religijnych (np. dominikańskie). Podkreślił negatywny stosunek tych ośrodków do wszelkich nowych religii, pokazując, że autorzy katolickich informacji najczęściej posługują się językiem pseudonaukowym, językiem przemilczeń i uogólnień, deprecjonując przy tym osoby, które przeszły na inną wiarę. Zarzucił tym ośrodkom stronniczość, która doprowadza do nasilenia religijnych uprzedzeń.

Katarzyna Skowronek („Między prokreacją a prostytutką. Ciało w dyskursie prasy katolickiej na przykładzie *Niedzieli*”) wykazała, że w tygodniku *Niedziela* figuruje ciało, które powinno być: nieindywidualne, zdyscyplinowane i poddane rygorystycznym normom. Nagość jest wg czasopisma figurą pustki, a nagie ciało – przedmiotem, towarem. Strój w tekstach tygodnika staje się kategorią nie tyle estetyczną, co etyczną. Co ciekawe, autorkami rygorystycznych artykułów są przeważnie kobiety.

Ewa Bobrowska („Walka o wartości w dyskursie radiomaryjnym”) próbowała

nakreślić wizję świata społeczno-politycznego, opierając się na tekstach wiadomości prasowych z *Naszego Dziennika*. Według dr Bobrowskiej świat ten zbudowany jest wokół obrazu wroga. Opisy skoncentrowane są na sytuacjach konfliktowych. Autorzy posługują się prostymi przeciwieństwami: silny, niemoralny, mający złe intencje oraz słaby, dobry, mający dobre intencje. W wizji tej mieszają się pojęcia wroga konkretnego i mitycznego. Radio Maryja nie toleruje pluralizmu myślowego, domagając się, by wszyscy myśleli jak jego społeczność.

Katarzyna Leszczyńska („Dyskurs metaforyczny na temat Europy duchownych katolickich w Polsce na łamach tygodnika *Niedziela* od 1990 do 2004”) zbadała 289 wypowiedzi stu duchownych o Europie, publikowanych na łamach tygodnika *Niedziela*. Analiza ta pokazała, że Europa była metaforycznie przedstawiana jako: „osoba”, „roślina”, „droga”. Metafory ukazały też kontrast w opisie Europy chrześcijańskiej i Europy zsekularyzowanej (pierwsza była określana jako zdrowa i pełna życia, druga jako poraniona i chora). Autorka wskazała też na domeny przestrzenne, ukazując motywy „oddalania się” bądź „przybliżania się” Europy do chrześcijaństwa.

Paweł Biniek („Poprawność polityczna w dyskursie religijnym”), definiując język poprawności politycznej, określił go jako rewolucyjny z założenia. Zauważalny jest w nim prymat pragmatyki nad semantyką. Język ten posługuje się retoryką sloganu, tworzą go takie mechanizmy, jak scjentyzacja czy redefiniowanie pojęć. Ma to znaczący wpływ na jakość dyskursu religijnego, w którym religia zostaje sprowadzona do poziomu ideologii, pełniącej rolę służebną. Refleksja teologiczna jest więc wtedy ważna, jeśli jest podporządkowana poprawności politycznej, wypada mówić o religii tylko jako o formie terapii, stylu życia, ekspresji artystycznej. Efektem tego jest, według autora, zanik dyskursu *stricto* religijnego. Referent wskazał też na pokrewieństwo łączące język poprawności politycznej z językiem nazizmu oraz jego zbieżność z nowomową.

Katarzyna Perdyńska („Świat według Stowarzyszenia Kultury Chrześcijańskiej im. ks. Piotra Skargi na przykładzie portretu homoseksualistów”) na początku wystąpienia przywołała statutowy cel Stowarzyszenia Kultury Chrześcijańskiej im.

ks. Piotra Skargi, którym jest obrona wartości chrześcijańskich, by potem, przez analizę stylu zamieszczanych na stronie internetowej Stowarzyszenia informacji, pokazać negatywny stosunek organizacji do homoseksualistów.

Problematyka dyskursu religijnego w mediach świeckich została zaprezentowana jedynie w trzech referatach. Autorzy dwóch z nich – Iwona Pałucka-Czerniak (Uniwersytet Zielonogórski) i Artur Czesak (Instytut Języka Polskiego PAN) – oparli swe badania na tekstach pochodzących zarówno z mediów świeckich, jak i katolickich. Tylko jeden referat Marty Dalgiewicz (Biuro Prasowe KEP) i ks. Wiesława Przyczyzny (Papieska Akademia Teologiczna) przedstawiał badania przeprowadzone wyłącznie na materiale z mediów świeckich.

Materiał badawczy przeanalizowany przez Iwonę Pałucką-Czerniak („Analiza sylwetki w prasie laickiej i katolickiej”) prezentował dwa korpusy tekstów. Pierwszy pochodził z lat 2005–2006 z gazet ogólnopolskich, a drugi z lat 2006–2007 z prasy katolickiej. Celem referatu była analiza zintegrowana (ilościowo-jakościowa) gatunku, jakim jest sylwetka. Badania wykazały, że gatunek ten jest w swej stylistyce niezależny od charakteru pisma i światopoglądu autora. Nie ma więc potrzeby wyodrębniania gatunku: sylwetka religijna.

Na początku swego referatu Artur Czesak („Śląski dyskurs religijny – między hieratycznością a poufałością”) nakreślił sytuację językową Śląska, uwarunkowaną społecznie i historycznie, by potem pokazać relację, jaka zachodzi między codziennym językiem Ślązaków a językiem religijnym. Okazuje się, że świadomość językowa Ślązaków nie pozwala na obecność dialektu śląskiego w liturgii czy w jakichkolwiek oficjalnych wypowiedziach na tematy religijne. Tematy te pojawiają się zwykle w tekstach folklorystycznych, takich jak np. „Gawędy Staska Kropiciela”, napisane przez księży Kominka i Gawlinę. Jak pokazał autor, jedynie takie formy mówienia w dialekcie o religii, które odnoszą się do folkloru, które folkloryzują życie religijne, są akceptowane przez szersze kręgi. Dialekt śląski używany na co dzień został więc zakwalifikowany do języka poufałości, który nie nadaje się do hieratycznego stylu liturgii – tam obowiązuje polszczyzna literacka.

Wiesław Przyczyna i Marta Dalgiewicz („Czy dziennikarze przestrzegają zasad pisowni słownictwa religijnego?”) sprawdzili, czy dziennikarze przestrzegają zasad pisowni słownictwa religijnego. Przeanalizowali 200 artykułów z ośmiu kolejnych wydań gazet codziennych w okresie 8–16 czerwca 2007 (po Bożym Ciele). Okazało się, że dziennikarze na ogół poprawnie zapisują nazwy osobowe, najwięcej trudności sprawiają im natomiast nazwy instytucji i zwroty do osób duchownych.

Najbardziej ożywiona dyskusja towarzyszyła referatom analizującym dyskurs religijny w mediach katolickich, w kontekście podejmowanych przez nie tematów pozareligijnych czy ukazujących problemy Kościoła katolickiego z perspektywy innych wyznań lub osób świeckich.

Swoistym podsumowaniem konferencji była dyskusja panelowa z udziałem znanych publicystów: Ewy Czackowskiej (*Rzeczpospolita*), Alicji Wysockiej (*Idziemy*), o. Andrzeja Majewskiego SJ (TVP), Szymona Hołowni (*Newsweek*) i Tomasza Terlikowskiego (*Rzeczpospolita*), w której m.in. szukano odpowiedzi na pytanie, czy istnieją wyraźne różnice między dyskursem religijnym w mediach wyznaniowych i laickich. Publicyści zgodnie stwierdzili, że taka różnica jest bardzo widoczna. Alicja Wysocka zauważyła, że prasa katolicka nie inicjuje debat na tematy ważne dla Kościoła. Debaty te swój początek przezważnie zawsze mają w mediach świeckich, a katolickie ograniczają się jedynie do odpowiadania na postawione już problemy. Zdaniem Ewy Czackowskiej różnica wynika z przyczyn naturalnych – przede wszystkim media świeckie interesuje obecność Kościoła w życiu publicznym, a nie jego misja duszpasterska. Tomasz Terlikowski podkreślił, że różnica między mediami laickimi a wyznaniowymi dotyczy celu, jaki sobie stawiają. Zadaniem mediów kościelnych jest często rola rzecznika diecezji i biskupa lub Kościoła. Mają one przyjmować dyskurs całkowicie zgodny ze stanowiskiem Kościoła. Efektem tego, jak mówi Terlikowski, jest brak dyskursu jako takiego. W mediach laickich natomiast dyskurs ustalony jest przez kulturę newsa – liczy się zasada: im gorszy news tym lepszy.

Postawiono publicystom pytanie, czy zgadzają się z tezą, że w dyskursie religij-

nym toczącym się na łamach mediów katolickich brakuje pogłębionej refleksji nad prawdami wiary i dylematami moralnymi, że sprawy religii są tam traktowane dość płytko? O. Andrzej Majewski zauważył, że choć od telewizji wymaga się pogłębionej treści, w istocie jest to niemożliwe, ponieważ telewizja nastawiona jest na przekaz emocji, a nie na długą, szczegółową debatę, na którą składałyby się długie wywody. Szymon Hołownia przekonywał, że nie ma sensu postulować obiektywizmu w mediach – one nigdy nie są i nie będą obiektywne. Zdaniem publicysty *Newsweeka* za dużo wymagamy od mediów katolickich, które *jednocześnie mają zaspokajać ego biskupa, prezentować stanowisko Kościoła i prowadzić dialog. Tymczasem media katolickie powinny się specjalizować. Powinny podejmować heroiczną debatę, ale muszą również stawiać pytania, a tego nie robią.*

Pytano także o to, co robić, by dyskurs religijny był rzetelny. Okazuje się, że wina nie leży tylko po stronie dziennikarzy. Problem dotyczy często samego Kościoła, jego przedstawicieli, którzy nie chcą o wielu sprawach wystarczająco informować. Zaproszeni dziennikarze uznali, że w Kościele Katolickim brakuje polityki medialnej (tylko kilkanaście diecezji ma rzeczniców prasowych). Jak powiedzieli – dopóki Kościół nie będzie współpracował z mediami, nie można liczyć na wyczerpujące informacje.

Kolejna kwestia, która podniosła (i tak gorącą) atmosferę dyskusji, dotyczyła osobistych poglądów dziennikarzy – czy powinni oni je ujawniać, czy też nie? Ewa Czackowska uważa, że publicysta piszący o sprawach religijnych musi mieć odpowiednie przygotowanie. Nie powinien ukrywać swoich poglądów, ale też nie powinien na siłę manifestować swojej wiary. Tomasz Terlikowski wprowadził tu ważne rozgraniczenie – stwierdził, że u *dziennikarza informacyjnego nie ma miejsca na manifestowanie wiary, inaczej niż publicysta, który jest od tego, by prezentować swój światopogląd.* Szymon Hołownia był natomiast za tym, by otwarcie przyznawać się do swojej wiary i powiedział, że *manifestowanie swojego poglądu jest bardzo dziennikarskie i należy to robić, bo odbiorcy potrzebują ludzi wyrazistych i to ich angażuje.*

Agata Grzełńska, Izabela Rutkowska

Warszawska debata nad ustawodawstwem medialnym

17 grudnia 2007 roku odbyła się konferencja: „Czy potrzeba zmian w ustawodawstwie środków społecznego przekazu? Pozycja regulatora, rola mediów publicznych”. Organizatorami byli: Instytut Dziennikarstwa Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego oraz Fundacja „Media Pro Bono”. W roli moderatorów wystąpili profesorowie: Janusz Adamowski (Instytut Dziennikarstwa UW), Jan Błeszyński (Wydział Prawa i Administracji UW), Tadeusz Kowalski (Instytut Dziennikarstwa UW), Stanisław Piątek (Wydział Zarządzania UW). Dyskusją kierował dr Lech Jaworski, przewodniczący Rady Fundacji „Media Pro Bono”.

Trudno o lepszy moment na zorganizowanie takiej konferencji. Do Sejmu wpłynął bowiem projekt nowej ustawy, regulującej kwestie mediów elektronicznych, co było sygnałem, że ta delikatną materią znów zaczynają się interesować politycy. Że zaś mariaż polityki i mediów publicznych jest szkodliwy dla obu stron, tego dowiodła dotychczasowa historia regulacji prawnych (i działań praktycznych), zwłaszcza w minionej kadencji Sejmu i Senatu RP. Jest szkodliwy dla mediów, bowiem często z publicznych stają się mediami jednej partii lub formacji politycznej. Jest, paradoksalnie, szkodliwy także dla polityków, gdyż – jak zwrócił uwagę jeden z dyskutantów – każda ekipa polityczna, która podporządkowała sobie media publiczne, przegrywała wybory.

Dyskusja koncentrowała się na czterech zasadniczych problemach:

- po pierwsze, kwestii potrzeby zmian w polskich prawodawstwie medialnym;
- po drugie, roli, jaką ma odgrywać (jeśli ma odgrywać) centralny regulator, a więc Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji lub może Urząd Komunikacji Elektronicznej, ewentualnie oba te organa razem, połączone lub dzielące dzisiejsze kompetencje KRRiT;
- po trzecie, kwestii finansowania mediów publicznych;
- po czwarte wreszcie, na problemie bodaj najtrudniejszym – zdefiniowaniu na nowo tzw. misji mediów publicznych (w podtekście przewijało się pytanie, czy i do jakiego stopnia jej zdefiniowanie w ogóle jest możliwe).

W pierwszej sprawie nie było zasadniczej różnicy zdań. Dotychczasowe prawodawstwo dotyczące mediów – uznano – musi zostać zmienione. Najbardziej radykalne stanowisko zajął tu Jan Błeszyński: mówienie o nowelizacji prawa mediów nie ma sensu. Zarówno prawo prasowe, jak i ustawę o radiofonii i telewizji trzeba napisać od początku. Są one bowiem zlepkiem różnych konstrukcji prawnych, wywodzących się z różnych okresów historycznych, zlepkiem wewnątrznie niespójnym. Skoro w naszym prawie prasowym nie ma jednoznacznej definicji dziennikarza (co świetnie wyszło przy okazji debaty nad ustawą lustracyjną), skoro brak jednoznacznych uregulowań wytyczających granicę między prawem do informacji a ochroną dóbr osobistych, to trudno mówić, że mamy spójne prawo w tej materii. Skoro obecna konstrukcja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji powoduje, że wbrew intencji ustawodawcy, który widział w niej organ apolityczny, kolejne składy Rady reprezentują interesy polityków – podważa to sens obecnej regulacji.

Kwestia centralnego regulatora mediów elektronicznych wzbudziła – obok sprawy tzw. misji publicznej – bodaj największą dyskusję. Jej obszar wyznaczyły dwa skrajne stanowiska. Jan Błeszyński postulował wprowadzenie w miejsce kolegiальной Rady jednoosobowego organu na wzór Rzecznika Praw Obywatelskich. Kolegiálny charakter dotychczasowej Rady powoduje rozmycie się odpowiedzialności, ponadto ustalenie kadencji owego organu tak, aby nie pokrywał się z kadencją parlamentu, może spowodować jego większą niezależność. Propozycja wydaje się interesująca, choć powierzenie jednej osobie tak ogromnej władzy, i to władzy o dużym stopniu autonomii wobec sfery polityki, z pewnością wzbudzi opór większości sił politycznych.

Lech Jaworski wyznaczył drugi, skrajny biegun debaty w tej materii. Jego zdaniem, dotychczasowy system centralnego regulatora wynikał głównie z ograniczonej ilości dostępnych dóbr, czyli wolnych kanałów. Po wprowadzeniu powszechnej cyfryzacji ten problem przestaje istnieć. Po co więc wszystkie przepisy dotyczące koncesjonowania i cała sfera przepisów reglamentacyjnych? Z tym stanowiskiem kore-

spondowały głosy tych, którzy sugerowali likwidację KRRiT lub połączenie jej z Urzędem Komunikacji Elektronicznej, ewentualnie przekazanie temu ostatniemu kompetencji Rady.

Wydaje się jednak, że większość uczestników konferencji skłaniała się do zdania Tadeusza Kowalskiego, który podkreślał potrzebę istnienia zintegrowanego regulatora mediów elektronicznych. Jego zdaniem, powinien on być skonstruowany wokół KRRiT, a nie UKE, gdyż pozycja Rady, jako organu konstytucyjnego, zawsze będzie silniejsza. Podkreślał potrzebę istnienia silnego regulatora choćby dlatego, że przy obecnej strukturze telewizji publicznej w istocie nikt nie odpowiada za jej program. Wiąże się to z zasadą „anteny są niezależne”, która powoduje, że w pewnych przypadkach nawet Zarząd TVP jest bezsilny.

Kolejny punkt dyskusji – to sposób finansowania mediów publicznych. Uczestnicy konferencji w większości byli zgodni, że dotychczasowy system abonamentu jest nieskuteczny i demoralizujący. Nieskuteczny, bowiem abonament opłaca relatywnie niski odsetek użytkowników telewizji i radia. Demoralizujący, bowiem ustanawianie podatków czy *quasi*-podatków w praktyce nieściągalnych, podrywa autorytet państwa. Szkoda, że nie podniesiono jednego jeszcze argumentu: jest demoralizujący także dlatego, że coraz większy odsetek Polaków korzysta z platform cyfrowych – i nie korzysta *de facto* z programu publicznego, nadawanego w systemie naziemnym rozsiewczym.

Skonstatowanie wad dotychczasowego rozwiązania nie rozstrzygało jednak *meritum* problemu: z czego finansować media publiczne? Problem to szczególnie istotny w przypadku radia, gdzie abonament pokrywa blisko 70% wydatków, zaś w przypadku stacji regionalnych – nawet 90%. Pole debaty w tej materii wyznaczały dwa stanowiska. Pierwsze z nich zakładało likwidację abonamentu i przejęcie finansowania mediów publicznych przez budżet. Drugie – na wzór brytyjski – to propozycja wliczenia abonamentu do opłaty za energię elektryczną. Pojawiały się też pomysły traktowania go jako swoistej daniny publicznej, co w istocie jednak byłoby konserwowaniem obecnego stanu rzeczy. Dyskutanci szukali też możliwo-

ści ograniczenia kosztów, np. poprzez połączenie stacji regionalnych – działających obecnie jako niezależne przedsiębiorstwa – w jedną strukturę z oddziałami regionalnymi na wzór TVP SA.

Wreszcie – problem tzw. misji mediów publicznych. Nikt wprost nie negował potrzeby jej istnienia, co więcej – zwracano uwagę, że w koncepcjach Unii Europejskiej owa misja powinna być podstawowym zadaniem mediów publicznych. Nie zmienia to wszakże faktu, że zdefiniowanie jej na podstawie obecnie obowiązujących przepisów jest niesłychanie trudne. Innego zdania był Jan Dworak, prezes Zarządu TVP w latach: 2004–2006. Jego zdaniem, całkowicie wystarczy oprzeć się na klasycznej definicji BBC, której sednem jest wskazanie na wysoki poziom merytoryczny programu i apolityczność dziennikarzy.

Wobec trudności w zdefiniowaniu misji – przewagę w debacie uzyskała koncepcja tzw. licencji programowych, a więc kontraktów podpisywanych na cztery lata, definiujących i redefiniujących ową misję, z natury zmienną i trudną do ustalenia raz na zawsze.

W debacie zwracano uwagę na jeszcze jeden, rzadko podnoszony aspekt działalności misyjnej mediów publicznych. We wszystkich krajach, w których digitalizacja przekazu, a co za tym idzie – poszerzenie oferty programowej postępuje najszybciej, spada oglądalność programów telewizji publicznej. Czy zatem media publiczne powinny się dofinansowywać z reklam i sponsoringu, czy też przeciwnie – powinny zrezygnować ze „ścigania się” z mediami komercyjnymi i realizację misji uczynić swym głównym zadaniem.

Warto zapytać, czy przyjęcie ostatniego rozwiązania nie spowodowałoby powstania wokół mediów publicznych swoistej „kultury getta”, przeznaczonej dla osób o wyższych potrzebach kulturowych? Zapewne tak, ale czy na pewno byłoby to zjawisko tylko i wyłącznie negatywne?

Należy przypuszczać, że kwestie dyskutowane na warszawskiej konferencji rozpoczęły potrzebną i ważną debatę publiczną, której swoistość i ducha oddaje pytanie: dokąd zmierzają nasze polskie media?

Jerzy Pałosz

SUMMARIES

MARTA DAŁGIEWICZ I WIESŁAW PRZYCZYNA: DO JOURNALISTS FOLLOW THE RULES OF CORRECT SPELLING OF RELIGIOUS TERMS?

Eight consecutive issues (8–16 June 2007) of Polish national daily newspapers were analysed: *Dziennik*, *Gazeta Wyborcza*, *Nasz Dziennik*, *Rzeczpospolita*, *Trybuna*, and *Życie Warszawy*. The period immediately after the feast of Corpus Christi (7 June 2007) was chosen, as it was expected that there would be more information on the Catholic Church in the newspapers then. The main themes discussed by the press were: reports from the feast of Corpus Christi ceremonies, especially the comments on the homily delivered by archbishop Józef Michalik in which he criticized the government for the absence of separate regulation protecting unborn children in the Polish constitution; an “Italian strike” of Polish shop workers on Corpus Christi day; a discussion whether the final grade from religious education course in Polish schools should be a part of the mean grade of a learner; secret police provocations aimed at archbishop Tadeusz Gołowski during the communist regime and lustration of Polish clergy; a resignation of the director of Caritas Polska, accused of mobbing and finally the announcement of a plenary meeting of the Polish Episcopate Conference. The total number of articles was 200 – some of them consisted of a few sentences only, others occupied more than one column. The analysis has shown that the journalists generally do not have any serious problems with correct spelling of religious terms. Only 134 instances of wrong spelling/usage of a religious term were recorded out of 2030 terms used in the texts, which is merely 6, 6%. (Authors’ Summary)

Aleksander Kiklewicz: IDEOLOGY IN PRESS TEXTS: THEMATIC CATEGORIES, METAPHORICAL CONCEPTUALIZATION, AND EVALUATION

The article focuses on the semantic aspects of functioning of the conceptual category “ideology” in Polish press texts (considering the realization of ideological semantics in Russian and German languages). The author defines “ideology” as a sentential (i.e. situational) symbol, which specifies the proposition ‘X considers that S’. The definition of ideology contains several semantic attributes (which are formulated in the form of postulates): purposefulness, mentality, relevance, plurality, sequence, evaluation, and demonstration (manifestation).

Ideological semantics is expressed through language system and discourse. On one hand, it functions as semantic connotation, on the other hand, it is represented by special (particularly political) ideological vocabulary. In addition to that, operational and implicational forms of ideological information exist in the texts.

The author researched thematic sets of ideological semantic and axiology in Polish press. The results of the research indicate that 70% of the statements are affiliated with politics while 37% express communistic ideology. Of all the all the statements, 74% represent negative estimation of ideology.

The analysis of the metaphoric nomination of ideology in the press indicates that the category ‘thing, a material subject’ is used as source domain. In total 31 source domain are used for the purpose of the metaphorical nomination of ideology.

More often the metaphorical nomination is utilized to define two ideological characteristics: existence (occurrence, distribution, and disappearance) in 37% of the texts and functioning in 21% of the texts. The majority of metaphorical expressions has a structure of, so called, predicative metaphors and conventional character. (Authors' Summary)

Paweł Załęski:
PROPAGANDA OF CIVIL SOCIETY IN THE PERIOD OF TRANSFORMATION

Common knowledge connects beginnings of a postmodern concept of "civil society" to a pro-democratic opposition in the communist countries of the Soviet block, especially in Poland. Content analysis of periodicals of the period preceding the political transformation of the communist countries does not allow for supporting this view. Idea of "civil society" appeared quite late in the underground press that is in 1987, and despite that, the term was almost absent in the oppositionist articles. The idea got great popularity in the period of the "round table" negotiations in Poland in 1989 – albeit not in the underground but in the official communist newspapers. Polish communist party used the idea to legitimize the changes of a very limited politically character – concerning just freedom of associating, but not full plurality of the political system. It is communist propaganda that popularized the idea of civil society around the world because the international media picked it up while reporting on changes in Poland at the time. (Authors' Summary)

Marcin Hernas:
LINGUISTIC PICTURE OF THE JEW IN THE RIGHTIST PRESS IN THE LIGHT
OF CHOSEN KEY WORDS

This article presents the analysis of the linguistic picture of the Jew in the rightist press. This image is of a great importance in this speech community: Jews are being perceived as enemies, "strangers", who threaten a group called "us". Analysis upon the language of rightist commentators' articles allows to draw some general conclusions about their real perception of the world and at the same time to make some further thesis upon behaviour of these people, because language determines to some extent thinking and acting of the people using it.

I treat my survey as a phenomenological and hermeneutic, judging by the fact that reality is interpreted in language; the elements of the reality are represented in texts, particularly in lexical sources. Because of this fact the analysis is based on assumptions of cultural linguistics, perceived as an interdisciplinary science being one of the elements of philosophy of culture.

Main part of the text concerns names of Jews, starting from the central category, namely the lexeme JEW, ending on such modifiers as: sionist, enemy, neighbour. Analysis draws to some synthetic conclusions and allows to put all names into superior categories. Reconstructed image of Jew shows not only how the enemy appears, but also how this speech community perceives itself. (Authors' Summary)

Agnieszka Lorenz:
SILHOUETTE OF WITOLD GOMBROWICZ IN THE POLISH PRESS IN 1970–2004

This thesis is to describe Witold Gombrowicz's image in the Polish press and to notice the changes in the process of creating this image. 1179 press articles on Gombrowicz, published between 1970 and 2004, were first classified into genres. Then a sample of 172 pieces was chosen to be analyzed in terms of presenting Gombrowicz as a person in the Polish press. The key elements in the writer's image were pinpointed and characterized within particular periods of time: 1970–79, 1980–89, 1990–99, 2000–04.

The following sections were distinguished in Gombrowicz's image: physical issues, personality, Gombrowicz in his work and Gombrowicz outside his work. The last two sections were both divided into the same categories: self-creator, politician, philosopher, art critic and others. All passages were then sorted according to particular periods in Gombrowicz's life they referred to: early years in Poland; maturity in Argentina; senility and death in Europe (Germany and France); other (unspecified).

The observation of individual elements in Gombrowicz's press image is embellished with quotes from the investigated material, as well as illustrated with charts, diagrams and a full bibliography of the 1179 articles. The thesis is not only to show the ways in which Gombrowicz was presented to the press reader in Poland but also many differences and contradictions in these descriptions. Finally it tried to examine the influence of the writer himself on the media approach to his persona after his death. (Authors' Summary)

A. Czyżyk-Cyzió:
 "ZERO TOLERATION", THAT IS HOW TO HEAL EDUCATIONAL SYSTEM –
 MANIPULATION IN NEWSPAPER REPORTS

Manipulation – sophisticated way to influence somebody in to order obtain particular interests. It is a hidden phenomenon and it is often difficult to recognize it, that's why it becomes more and more dangerous. It penetrates into many spheres of life – also into the daily press.

The article, besides information about definition of manipulation, brings closer the reasons of their evolution in the mass media. The second part constitutes the analysis of texts from the *Rzeczpospolita* and the *Nasz Dziennik*. They regard the same subject, but there occur a lot of considerable differences for information presentation. Manipulation about the texts under analysis displays in leaving out or exhibiting of the chosen information, in choice of quotes, text constructions and language.

The author also tries to show similarity between the language of PRL and the language of contemporary mass media. She proves that manipulation techniques taken by politicians and journalists are the repetition of those from communism days. (Authors' Summary)

Adrian Gamoń:
 THE PICTURE OF FREEDOM IN ANARCHISTIC NEWSPAPER *INNY ŚWIAT*

According to a number of studies, freedom is an important value in many people's lives. However, for anarchists it is one of the most important ones, if not the most important one. The comparison of linguistic ideas pictures of freedom in an anarchist magazine *Inny Świat* (Another World) and *Korpus Języka Polskiego PWN* (the PWN Polish Language Corpus, which is here treated as a source of language norm) shows significant differences between the two. One may say that the creation of freedom in *Inny Świat* is only partially based on the concept as widely understood. This is a consequence of the fact that, while using Polish, contributors to *Inny Świat* add some new and additional meaning to the concept. Freedom as presented in the anarchist magazine has a very positive connotation and it is frequently described by emotional statements. Furthermore, it is regarded as an absolute. The authors of the texts published in *Inny Świat* have their own vision of true freedom. (Authors' Summary)

Michał Michalak:
 METAPHORS IN PRESS SPORT REPORTS 1957–2007

The article concerns different ways of using metaphors by press journalists. It shows how those ways changed depending on a period that was taken into consideration. There were

five such periods extracted, each of them ten years long. During the research 198 articles and 649 metaphors were analyzed. Each metaphor was linked to the general category. The purpose of the category was to show what particular metaphor referred to. There were 18 categories made based on the similarities between the metaphors. It occurred that in all periods journalists were most likely to refer to war. Sport was most often described like a great battlefield and athletes were shown as warriors who consider honour and bravery as their vital virtues. Also metaphors referring to art and journey were popular. The changes among periods were not crucial but there was one constant regularity: the later period the number of metaphors per one text was lower. In years 1957–1967 it was 3,58 metaphors per text while in the last period (1998–2007) it was 2,89 metaphors per text. (Authors' Summary)

Olga Mytnik:

HOW THE CRITICS OF *RUCH MUZYCZNY* APPRECIATE MUSIC, ITS EDITIONS AND PERFORMANCE

How does one describe the ineffable? For years this question has posed a challenge to those who approach music from the professional point of view – musicians, writers and academics, but also critics.

The task of the later isn't an easy one. Not only do they have to describe music using language that it is comprehensible for the average reader, they must also evaluate it. How do they approach this difficult task? What words do they use to express their opinions?

In this article I attempted to answer these questions. My goal was to present the evaluative vocabulary used by professional critics in music magazines. In order to do so I searched the reviews of concerts, operas and newly released albums, published in *Ruch Muzyczny* for such words and measured the frequency with which they appear. Having done this I divided them into axiological systems, which I next set together and compared. This way I created an overview of the evaluative vocabulary used in the Polish music magazines. (Authors' Summary)

Małgorzata Rodak:

COMPARISON OF THE POLISH AND GERMAN EDITIONS OF THE MAGAZINE FOR TEENAGERS *BRAVO*

The article is an attempt to compare Polish and German editions of *Bravo*, the magazine for young people, published by the concern H. Bauer. The Polish and German editions of the magazine were subjected to the comparative content analysis in order to detect resemblances and differences, resulting from the cultural dissimilarity of Poles and Germans. Analysis was based on the samples selected from of the Polish and German editions of the magazine. A description of the research on values, promoted by both editions of *Bravo*, constitutes the body of the article. The analysis consisted in counting frequency of the evaluating words, distinguished earlier from texts, making up the Polish and German corps. The evaluating words from both samples were categorized and tidied up into axiological systems, and next compared.

The way, into which editorial offices are judging individual elements of presented world, is pointing, what ways they want to amuse their readers, to capture the interest of their audience, what hierarchy of values they are trying to promote, how they are building the image of binding values.

The research findings, as well as conclusions taken out from analysis carried out are showing resemblances and differences of both *Bravo* editions; they let examining values confessed by young Poles and young Germans, as well as they are giving picture of the editorial policies of „the most popular magazine for teenagers in Europe”.