

Ewelina Mendala

"Panie, nie popełnia się takich fapa"
(A. Lepper) : bo generalnie- to
masakra : czyli o współczesnych
kreatorach języka medialnego oraz
ich świadomości językowej

Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa nr 3, 33-43

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Ewelina MENDALA
Uniwersytet Gdański

**SPANIE, NIE POPEŁNIA SI TAKICH FAPAŃ (A. LEPPER), BO GENERALNIE-
TO MASAKRA, CZYLI O WSPÓŁCZESNYCH KREATORACH JZYKA
MEDIALNEGO ORAZ ICH WIADOMO CI JZYKOWEJ**

Na języku zna się każdy i nikt. Jak niektórzy mówią: „Słyszy, ale dzwoni, ale nie wie, w którym kierunku”. Ma to odbicie w mowie współczesnych dziennikarzy i osób pracujących w mediach. Gdyby zapytano jakiegokolwiek dziennikarza o to, czy wypowiada się w sposób poprawny i zgodny z regułami języka polskiego, zapewne odpowiedziałby, że tak. Nie widziałby u siebie większych problemów z wyrażaniem własnych myśli w sposób werbalny, potrzebnych do codziennej komunikacji, jak i do pracy dziennikarskiej (zastrzeżenia mogłyby dotyczyć dykcji, artykulacji, nieprawidłowej emisji). Nie można się z tym nie zgodzić. Owszem, werbalizacja płynna, wydaje się, że rzeczowa, jednak jest bełkotliwa pod względem pragmatycznym, syntaktycznym i semantycznym. Obraz pięknie opracowany, ale niewyraźny. Tak można by skomentować język medialny używany przez dziennikarzy, którzy najczęściej uważają się za wszechwiedzących i znających na wszystkim. Niestety pokutuje to tym, że język mediów opiera się jedynie na inercji językowej dziennikarzy, nadbudowie metaforycznej, gdzie własne ciwne znaczenia przyswajania się ich uproszczonymi odpowiednikami, które brzmi zupełnie inaczej.¹

Dziennikarz powinien mieć wiadomo, jakich słów używa nadając komunikat lub pisząc tekst, bo od tego jest uzależniony cały odbiór informacji, jej wydźwięk. Wpływa on niejednokrotnie na odbiorcę, jego ocenę rzeczywistości. Media kreują świat i manipulują uczestnikami tego świata. Ludzie mediów używają języka w konkretnym celu. Chcą przekazać coś swojemu odbiorcy, swoje emocje, idee oraz przekonania. Zdecydowanie wykracza to poza granice przekazywania informacji. Jest to już wchodzenie w interakcję pomiędzy nadawcą komunikatu a jego odbiorcą.² Podstawą owej interakcji jest skuteczność i pragmatyzm, a potwierdzeniem tego jest jej własny odbiór, zgodny z oczekiwaniami nadawcy, jak i używanie języka zawartego w komunikacie, głoszenie podobnych lub tych samych poglądów, idei.

Informacja przyciąga uwagę, gdy się o niej mówi, pisze i dyskutuje. By odnieść taki skutek, musi ona stać się informacją ważną, mieć status zdarzenia publicznego, czyli dotyczyć postaci publicznych bądź instytucji. Relacja dziennikarska osiągnie taki status, gdy skupi uwagę jak największej liczby odbiorców. Obecnie z powszedniego wydarzenia tworzy się relację interesującą, ważną, co wiąże się z uzależnieniem formy tekstów i ich treści od kryteriów słychalności i oglądalności. Wszystkie te zabiegi mają wszelkimi możliwymi sposobami zdobyć uwagę słuchacza lub czytelnika i jak najdłużej ją zatrzymać. Wszystko to z wartością informacji. Współcześnie nie w mediach liczy się sensacja, szybko dotarcia do informacji i jej emisja, nie jako przekazywanego komunikatu, jak i sposób zaprezentowania go.

¹W. Luba: *Słownictwo potoczne w mediach*. W: J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska (red.): *Język w mediach masowych*. Warszawa 2000, s. 79-95

²J. Bralczyk: *Język na sprzedaż*. Warszawa 1992, s. 109-119

W komunikatach medialnych zmniejsza się obszar słownictwa w zakresie fleksji, składni i leksyki.³ Dotyczy to także frazeologii, a także jej użycia w neutralnych ramach stylistyki i emocji (*zabójcza grypa, superwyprzedaż, arcyciekawie wydarzenie*, zbyt duża egzaltacja. *totalna obniżenie, tytaniczna praca*). G. Majkowska⁴ wyróżnia cechy języka mediów, w których znalazły się liczne językowe upowszechniane przez telenowele, seriale, teksty artykułów prasy kobiecej. Zauważa także, że nie ma (czy to nawet go brak) dystansu między dziennikarzem a rozmówcą, co w tej roli nadawca komunikatu dostosowuje poziom języka do poziomu komunikacji odbiorcy, zwraca się do rozmówcy po imieniu lub wybiera formę: *pani Kasiu*. Autorka wskazuje na inercję języka dziennikarzy, którzy uważają, że ich zasób słownictwa, jak i kompetencja językowa jest na wysokim poziomie i uznają swój język za wzorcowy, który nie wymaga korekty. Ponadto dziennikarze epatują dosadnymi wyrażeniami i wulgaryzmami, posługują się także sto wyrazami/frazami obcymi, co prawdopodobnie ma świadczyć o ich znajomości profesjonalnego języka z różnych dziedzin (ze świata mody. *glamour, grunge*, artystów. *atelier, casting*, sztuki - *biennale, collage*, architektury. *design, developer*). Powoduje to ich niezrozumienie przez odbiorcę nawet, gdy wyraz obcy dawno funkcjonuje w języku polskim. Tworzy neologizmy, bo to, co nowe, jest atrakcyjne i przyciąga uwagę widza, słuchacza (laptop, wyprzedaż, biling, kliknij, komórka). Przerabiają, zmieniają znaczenie słów na własny użytek, tworzą zestawienia wyrazów, które nie byłyby zwykłe ze sobą, bo mają różne konotacje (*ceny spadają. z czego?, dzie dzisiejszy. a dzisiaj to nie dzieje?, w ka dym b d razie. pojęcie w ka dym razie z b d co b d, najmniejsza linia oporu. czy linia może być najmniejsza?, wysła smsa, maila. to tak wysła lista?, ci ko powiedzie. ci kies torby, to by byłoby na tyle. rusycyzm, lepiej to wszystko na dziś lub to tyle na dziś, zarabia na poczet przyszłego miesiąca. a có oznacza poczet?, niepotrzebnie dywagujesz na ten temat. co to jest dywagacja? i wiele innych). Przeróbki przyczyniają się do braku staranności o poprawność form językowych przekazów medialnych. Z drugiej strony świadczą o kreatywności dziennikarza, które owe gry znaczeniami słów wytwarza. Powstają powszechne błędy w odmianie nazwisk, niektórych czasowników i rzeczowników, jak i przymiotników, a także błędy ortograficzne, które zdarzają się nawet w tytułach gazet w dziale kulturalnym. Brak korektorów, adiustatorów powoduje brak granic między językiem prasy, radia i telewizji, a przede wszystkim niedbałość o mowę oraz wymowę. Pokutuje to niechlujstwem przekazów wystosowanych do odbiorcy, które przenikają do systemu języka wzorcowego i u użytkownika języka polskiego.⁵*

Zaznaczyć należy, że język medialny nie jest odrębnym językiem tylko dlatego, że jest językiem polskim, zatem rządzą nim takie same reguły i zasady, jakie są w języku ojczystym. Jeżeli współczesny człowiek nie może lub nie chce żyć bez świata mediów, to ten świat powinien zapewnić odbiorcy czysty przekaz, nieskażony wulgaryzmami, błędnymi zastosowaniami pragmatyki, semantyki i syntaktyki. Język ma ogromną potęgę, którą może na wykorzystanie w sposób dobry lub zły. Media niestety skierowane są na manipulację językiem, jak i na stosowanie błędnych konstrukcji

³ S. Frycie, M. Jurkowski, K. Sicińska: *Kultura języka polskiego*. Warszawa 2005, s. 244-250

⁴ G. Majkowska: *O języku mediów*. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.): *Dziennikarstwo i świat mediów*. Kraków 2000, s. 232-242

⁵ A. Cegieła: *Norma wzorcowa i norma użytkowa komunikacji we współczesnej polszczyźnie*. W: J. Miodek (red.): *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny*. Wrocław 1996

j zykowych (zamierzenie b d nie). Oddziaływ na wiadomo odbiorców, promuj wychodzenie poza ramy poprawnej polszczyzny, tworząc j zyk współczesnych mediów. Dziennikarze radiowi i telewizyjni s pewnych zabiegów j zykowych, których dokonuj , wiadomi, natomiast powinni by odpowiedzialni za poprawno przekazywanych informacji, bior c pod uwag ka dy aspekt mowy. Stosowana cz sto technika w mediach w stosunku do odbiorców to łyko nie my l o du ym, ró owym sjonuq co daje w efekcie, e ka dy, kto to usłyszy, wja nie o takim ró owym sjonu pomy li. Informacja, która dociera z mediów opiera si na zasadzie 3Z . ma zdoby , zszokowa i zostawi odbiorc z tym, co wja nie usłyszały zobaczyły lub przeczytały. Następnie nale y da czas odbiorcy, by t wiadomo powtórzył utwalił i zapewne zmienił nieco bieg wydarze , czyli tworzył medialn plotk q która z jednej wiadomo ci tworzy kolejn wiadomo , a ta dalsze. Podsuwa to dziennikarzom kolejny temat do rozmów lub publikowania nast pnych wiadomo ci oraz utrwalania b dnych form j zykowych (*wymy le , wysoko wydajne, dokładnie tak*).⁶ Zaznaczaj ca si wyra nie swoboda j zykowa, jak i nieprzestrzeganie regu j zyka polskiego w mediach, wzbudza niepokój nie tylko j zykoznawców, ale i przeci tnych odbiorców. Zastanawia zatem to, czy ludzie kreuj cy wiat mediów s wiadomi swojego stanu u ytkowania j zyka zgodnie z obowi zuj cymi regu jami j zyka polskiego.

Słyszysz si cz sto głośy w ród u ytkowników j zyka, którzy pytaj czym jest wiadomo j zykowa i po co j bada , skoro rodowisko dziennikarskie mówi, tak jak mówi, co wi cej, s przecie zrozumieli dla odbiorców? wiadomo j zykowa⁷ to ogólnopogl dów na j zyk, jak i s dów o nim, które charakterystyczne s dla określonej osoby lub grupy społecznej. Charakteryzuje si tak e dobozem i ocen poszczególnych form j zykowych, które pozwalaj uzna dan form za niepoprawn lub prawidłow . Pogl dy i s dy mog mie charakter intuicyjny oraz nie tworzy współgraj cego systemu, jednocze nie musz by trwałe i wpływa na zachowanie u ytkowników j zyka. Powinny by uzewn trzniane, co pozwoli na odró nienie pogl dów i s dów od wewn trznych przekona . Refleksje j zykowe cz sto opieraj si na intuicji u ytkownika j zyka (czyli na znajomo ci j zyka, wja ciwej dla ka dej jednostki, która si j zykiem posługuje), rzadko na wiedzy naukowej. Wiedza intuicyjna pozwala na swobodne porozumiewanie si ludzi w codziennych sytuacjach yciowych, jak i na refleksje, które dotycz oceny oraz wyboru form j zykowych. Zazwyczaj refleksja charakteryzuje własny sposób pisania i mówienia, ocen j zyka swojego i innych ludzi. Poziom wiadomo ci mo na zbada obserwuj c reakcje na zjawiska j zykowe, sposób i skuteczno radzenia sobie z problemami j zykowymi oraz sprawdzaj c sposób wiedzy teoretycznej. A. Markowski⁸ uwa a, e nasza wiadomo j zykowa opiera si na intuicji i wiedza na ten temat jest cz ciowa, bo badania s nadal w fazie pocz tkowej. Wskazuje na fakt, i cz sto ocen człowieka jest jego poprawno mówienia, która staje si wizytówk qjednostki. B. Toczyska⁹ podkre la, by mowa stała si naszym logoq nazywaj c tak

⁶ E. Kołodziejek: *Festiwal radosnych zakupów . moda j zykowa na tle współczesnych zmian kulturowych*. W: E. Kołodziejek (red.): *W kr gu polszczyzny dawnej i współczesnej*. Szczecin 2006, s. 219-232

⁷ A. Grybosiova: *Zmiany w wiadomo ci j zykowej współczesnych Polaków*. W: *Poradnik J zykowy+* 1996, z. 1, s. 65-71

⁸ A. Markowski: *Kultura j zyka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*. Warszawa 2008

⁹ B. Toczyska: *Głoś no i wyra nie. 9 lekcji dobrego mówienia*. Sopot 2007

wszystkie aspekty mowy, jak i czynniki określające oraz charakteryzujące danego człowieka, tak by interesowały wzbudzały zachwyty oraz zaciekawienie i były zapamiątane.

Uogólniacz, o język Polacy nie dbają, nie stosują w codziennej polszczyźnie nie poprawnie, ale jak się okazuje nie są zadowoleni ze stanu użycia języka prywatnego i publicznego.¹⁰ Razi ich wulgarność zawarta w komunikatach, nadużywanie wyrazów obcego pochodzenia, ubogi zasób słownictwa, niezrozumiałość języka stosowanego przez dziennikarzy oraz krytykują wady wymowy prezenterów telewizyjnych i radiowych, jak i lektorów. Znaczna część osób ocenia pozytywnie własną poprawność języków, deklarując przy tym nieustannie dbają o nią i przyznają się czasami, że język pięta im figle. Wyniki badania CBOS¹¹ przeprowadzonego na prośbę Rady Języka Polskiego w 2005 roku wśród dorosłych użytkowników języka polskiego ukazują zaistnienie powyższych kwestii. Okazuje się, że Polacy chcą dbać o język ojczysty, gdy jest dla nich wartościowy i spaja naród. Spójność słowa uważają tak, że ludzie kulturalni powinni wyświadczać sobie poprawnie oraz, że wychowanie wyrobiło w nich pozytywne postawy wobec poszanowania własnego języka. Zapytano także o to, co użytkowników języka razi najbardziej w mowie publicznej. Zdecydowana większość wskazuje na używanie wulgaryzmów, również liczna grupa głoszących na stosowanie licznych zapożyczeń z języków obcych, a także na niechlujność wymowy i ubóstwo słownictwa. Wskazano również odpowiedź dotyczącą stosowania zbyt często wyrazów m. drychów zapewne dlatego, że komunikaty, które docierają do odbiorców są po prostu niezrozumiałe. Respondenci zapytani o to, kto decyduje o faktycznym stanie języka polskiego, czyli o jego poprawności odpowiedzieli w większości, że są to znani językoznawcy lub instytucje do tego stworzone oraz osoby publiczne, jak i zwykli użytkownicy języka. Ostatnie pytanie rozstrzygało o tym, czy na nasz wizerunek (inteligencja, kultura) wpływa stan naszej wymowy. Ponad połowa ankietowanych odpowiedziała twierdząco na to pytanie, uzasadniając, że język odzwierciedla nasz poziom kultury i inteligencji, jak i ludzie na tak zwanym poziomie mówią sprawnie i poprawnie. Kwestie dotyczące użycia języka, szczególnie jego poprawności zawsze były poruszane i zawsze były powodem różnych refleksji na ten temat oraz przyjmowanych postaw przez użytkowników języka polskiego.

W tym zakresie zainteresowała badaczego, jak i zaistniał problem przeprowadzenia ankiet, badając stan wiadomości językowej w grupie 48 osób. Z zamiarowania dziennikarzy radiowych, udzielających się w rozgłośni radiowej. Wiedza na temat własnego stanu wiadomości językowej skorelowano z ich codziennym użyciem języka podczas audycji radiowych, przesłuchując nagrania programów autorskich. Posłużyło ono się ankietą oraz nagraniami audycji radiowych do przeprowadzenia analizy materiału badawczego. Metoda ankietowa pomogła w szybkim zebraniu informacji na temat stanu wiadomości językowej dziennikarzy, a nagrania były odbiciem praktycznego, werbalnego użycia języka. Ankieta została podzielona na dwie części. Część dotyczyła danych osobowych oraz części związanej z wiadomością językową. W drugiej części testu wykorzystano dwa sposoby udzielania odpowiedzi. Ankietowani musieli uzupełnić lub wybrać odpowiedź w celu sprawdzenia znajomości norm oraz umiejętności ich zastosowania. Wybrano

¹⁰ H. Satkiewicz: *Norma współczesnego języka polskiego w odbiorze społecznym*. W: W. Pisarek, H. Zgórkowa: *Kultura języka dziś*. Poznań 1995, s. 38-45

¹¹ <http://www.rjp.pan.pl>

niektóre zagadnienia lingwistyczne, b d ce istot problemu j zyka medialnego. Odpowiedzi udzielone na pytania z ankiety ukazuj , jakie maj poj cie o j zyku badani, a tak e odzwierciedlaj ich stosunek do kwestii kultury j zyka polskiego i estetyki ywego s jowa. Poprawno j zykow oceniano na podstawie normy wzorcowej okre lonej przez D. Micha jowsk ¹² oraz B. Toczysk ,¹³ a tak e w niektórych przyk adach odnoszono si do Wielkiego s jownika poprawnej polszczyzny PWN pod red. A. Markowskiego.¹⁴

Na ankiety odpowiedzi a 48 os b w przedziale wiekowym od 19 do 30 lat. Odpowiedzi udziela y kobiety i m czy ni, z nieznaczn przewag tych drugich (22/26). Analiza cz ci socjalno-osobowej kwestionariusza wskazuje, e grupa badanych os b jest w trakcie studi w wyszych lub takie studia ju uko czy a. Respondenci zazwyczaj mieszkaj w mie cie, w województwie pomorskim, maj -cym powy ej 100 tysi cy mieszka c w lub (w dziewi ciu przypadkach) powy ej 50 tysi cy mieszka c w. Ich rodzice w wi kszo ci legitymuj si wyszszym wykszta czeniem lub wy szym zawodowym lub rednim, a w o miu przypadkach wy szym magisterskim, przy czym matka maj przewa nie wy sze wykszta czenie od ojc w lub na takim samym poziomie.

Druga cz testu dotyczy a problematyki j zyka polskiego. Pierwsze dwa pytania odnosi y si do znacze poj g j s ka i fonem. Badani w ka dym z tych pyta mieli cztery odpowiedzi do wyboru. Trafno odpowiedzi by a ró norodna. G j s k poprawnie scharakteryzowa y 41 os b, a fonem 27. Trzecie pytanie wymaga j okre lenia liczby g j s ek w podanych wyrazach (*kot, czas, biel, wiza, rzeczownik*). Wi kszo ankietowanych odpowiedzi a dobrze na to pytanie, bo a 39 os b.

W kolejnym pytaniu nale a y wybra poprawn form wymawiani w okre lonego wyrazu. Spo ród czterech form wyrazu *w j cza* respondenci wybierali niemal e na równi wariant [w j ncza] (22) oraz [w j cza] (18). Nieliczni, bo 8 os b wskaza y poprawn form [w j ncza]. Zastanawiaj ca jest do niska frekwencja poprawnej formy wymawianiowej. Wynika by mo e to z obawy badanych przed tak , wydawa y by si , niechlujn wymow . Wol bardziej ortograficzn lub b j dn , która jest utrwalona w uzusie. Ma na to wp yw morfologia danego czasownika, w której dochodzi do alternacji o: a zwi zanej ze znaczeni w opozycji jednokrotno : wielokrotno .

Rzeczownik *d em* (ze wzgl du na zaistnienie zjawiska niepoprawno ci w wymowie danego wyrazu) podano w dwóch wariantach. Wymow b j dn , tj. [d- em] wskaza y 19 os b, poprawn [d em] pozostaj a grupa os b. Natomiast z kolejnym wyrazem dziennikarze nie mieli ju wi kszych problemów, a mianowicie poprawn form s jowa *laboratorium* wskaza y 43 osoby, za pozosta y osoby wskaza y wariant [labolatorium].

Ogromne problemy sprawi y wskazanie prawid jowej wymowy s jowa *benzyna*. Otó 46 os b uznaj a, e dany wyraz wymawia si tak, jak si pisze [benzyna], a tylko 2 osoby uznaj a, e [benzyna] i [b zyna] s wersjami opcjonalnymi, z podkre leniem dominacji tego drugiego wariantu. Wynika mo e to z obawy przed hiperpoprawn wymow g j s ki nosowej w danym wyrazie. Zastosowanie obydwu form jest fakultatywne, przy przewadze wersji [b zyna].

¹² D. Micha jowska: *O polskiej wymowie scenicznej*. Kraków 2006

¹³ B. Toczyska, op. cit.

¹⁴ A. Markowski (red.): *Wielki s jownik poprawnej polszczyzny*. Warszawa 2010

Podobnych w tpiwo ci ju nie byö przy wyrazie *konwalie*, zapewne dlatego, e wymowa jest zgodna z pisowni , bo gösk w poprzedza spöygöska *n* (podobnie jest w przypadku poprzedzenia przez *n* gösek *f*, *ch*). Poprawn odpowied wskazają wi kszo osób (47). Natomiast poprawny wariant wymawianiowy wyrazu *rece* nie byöprosty w okre leniu . gros osób (36) uznają wariant [r ce], za ten, który dominuje w wymowie, a wariant [rence] zaznaczyli pozostali. W wyrazie *benzyna* respondenci unikali u ycia göski nosowej w wymowie, tak w tym przypadku nagminnie j zastosowali, niestety byö dnie.

Wiod cym byö dem j zykowym (obok [wöncza]) jest niepoprawna wymowa wyrazu *wzi* . Spo ród czterech wariantów wymawianiowych trzy byö wskazywane najcz cie. Wariant [wzi] byö najcz cie wskazywany w ród pozostaöych, a 29 osób uznają t form za poprawn . Kolejnym typem byö[wzi] (10) oraz forma [wzio] (9). Okazuje si , e propagowan form w mowie dziennikarskiej jest odmiana byö dna. Najmniej liczna grupa wskazają trafn odpowied . Zwi zane jest byö mo e to z tym, e w mediach upowszechnia si niepoprawn wymow niektórych wyrazów.

Czasownik *chc* podano w ankiecie w pi ciu wersjach wymawianiowych. Najcz cie wybierano form [hc ö] oraz [hcöm]. Tylko sze osób wskazają dobr form [hc]. Przy wyborze odpowiedzi z realizacj wygökowego jako dyftongu [-om] lub [- ö] badani przypuszczalnie kierowali si wöasn lub czyj wymow . Podobne stwierdzenie mo na wysun przy nast pnym wyra eniu . *köj mnie* . gdy ankietowani w wi kszo ci zaznaczali warianty z dyftongiem [-oö] lub [-om]: [köjom mnie]/[köjoömnie], a tylko nieliczni (9) uznali form [köj mnie] za zgodn z reguami poprawno ciowymi pod wzgl dem fonetycznym.

Wymowa liczebników *sze set*, *pi dziesi t* i *pi tna cie* okazaöa si wiod cym problemem. Do ka dego wyrazu byö podane trzy odpowiedzi. W przypadku liczebnika *sze set* wskazają 29 osób form [szejset] jako poprawn , 14 wariant [sze set] i tylko 5 ankietowanych wybraö [sze set] (wariant [szejset] jest wskazany do u ycia w mowie potocznej, za [sze set] powinien wyst powa w realizacji mowy wzorcowej . A. Markowski).¹⁵ Liczebnik *pi tna cie* realizowany jest najcz cie w formie [pietna cie] (19), równie cz sto wyst puje w mowie jako [pietna-cie] (18), a w jedenastu przypadkach jako [pi tna cie]. Forma [pie dziesiont] to forma preferowana przez respondentów, gdy wybraö j jako poprawn a 32 osoby. Dziesi cioro respondentów zdecydowaö si na [pie dziesiont], a pozostali na [pi dziesi t]. Zebrane dane ukazuj jak wielki jest problem z poprawn wymow liczebników, którymi przecie posöugujemy si na co dzie . Lektorzy telewizyjni nierzadko *dziewi set* wymawiaj jako [dziewie cet], czyli byö dnie, a powinni by wzorcem wymowy dla söuchaczy, którzy zapewne z tak form si osöuchuj i bezmy lnie powtarzaj w swojej mowie.

Ostatnim wyrazem w tym zadaniu byökeczup. Podane zostają dwa warianty wymowy. Zdecydowana wi kszo opowiedziaöa si za form [keczup], a tylko 7 za form [keczap]. Ma najprawdopodobniej na to wpöyw wymowa angielska danego söwa oraz ch u ywania zapo ycze j zykowych. Bycie modnym j zykowo cz -sto jest wa niejsze ni aspekt poprawno ciowy wymowy polskiej; przyködem

¹⁵ A. Markowski (red.): *Wielkiö* , op. cit.

mo e by wymowa słowa *image* (modnie, lecz pretensjonalnie [imid], poprawnie [ima]).¹⁶

W pytaniu pi tym nale ać podkre li poprawne formy wyrazowe. Najwi cej bñ dnych odpowiedzi dotyczył słów: *wymy li* (bñ dne wymy le), *gerbera* (bñ dne gerber), *romantyzmie* (bñ dne romanty mie . zapewne dlatego, e w mowie dopuszczaln form jest [romanty mie]), *dag* (bñ dne dkg), *zgniñy* (bñ dne zgnity), *dwuipóyletni* (bñ dne dwu i póyletni), *pizzeria* (bñ dne pizzernia), *tylny* (bñ dne tylni), *priorytet* (bñ dne piorytet). Mo liwe jest, e bñ dne nawyki wymawianiowe oraz zñ wzorce j zykowe przyczyniły si do udzielania nietrafnych odpowiedzi.

Szóste zadanie dotyczył akcentu wyrazowego. Respondenci poproszeni byli o zaznaczenie akcentu w podanych wyrazach. Najwi ksze problemy sprawiły wyrazy *nauka*, *muzyka*, *czteryista*, *miałyby my*, *zrobiliby cie*, *polityka*, *kosmetyki*, *apropos i e cru*. Stwierdzi mo na, e akcent proparoksytoniczny (3 lub 4 sylaba od ko ca) jest akcentem nierealizowanym w mowie, gdy tylko 6 osób wskazał poprawne miejsce stawiania akcentu w danych wyrazach. Niewielk uwag niestety zwraca si na poprawne akcentowanie. Najcz cieiej stosuje si akcent paroksytoniczny (2 sylaba od ko ca), a w mediach coraz cz cieiej inicjalny (na pierwszej sylabie wyrazu), ze wzgl du na nieumiej tne stawianie akcentu logicznego i zdaniowego lub na skutek znajomo ci niektórych gwar. Akcent oksytoniczny pojawił si w dwóch wyrazach: *ecru i apropos*. Jednak e adna z tych osób nie zaznaczyła poprawnie miejsca realizacji danego akcentu.

Kolejne zadanie polegał na ocenie poprawno ci konstrukcji, które s podstawowym składnikiem codziennej komunikacji. W sformułowaniach cz stych, a przy tym bñ dnych pojawiły si pleonazmy, tautologie, redundancje, a tak e takie, które wywodz si ze sñownictwa sportowego, dziennikarskiego oraz potocznego. Os dowi poddano 26 wyra e , z których 15 uznano za poprawne lub niewzbudzaj ce w tpliwo ci, co do ich prawidłowej formy. Były to formy: *w ka dym b d razie*; *dlatego, bo*; *najmniejsza linia oporu*; *ci ki orzech do zgryzienia*; *przekonywuj cy*; *jak na razie*; *w okresie czasu*; *w dniu dzisiejszym*; *w miesi cu maju*; *posiadam telefon*; *pójtorej miesi ca temu*; *na chwil obecn* ; *to by był na tyle*; *póki co*; *mnie osobi cie*.

Z powy szego wynika, e wskazywano jako poprawne sformułowania te, które s stosowane najcz cieiej w mowie potocznej, jak i w tekstach medialnych, co wi cej, nie s one akceptowane w tekstach ortoepicznych. Cz sto u ytkownicy tñmacz , e u ywaj danych form po to, by celniej i klarowniej wyrazi wñasne my li, intencje. Uwa aj , e jak powiedz *dokładnie tak* lub *tylko i wyñ cznie* to bardziej podkre l wag swoich słów. Niestety bñ dne sformułowania stały si automatyzmami, które, jak wiadomo, niełatwo zwalczy .

Istotnym problemem dzisiejszych mediów, jak i ich odbiorców jest brak zrozumienia znacze niektórych wyrazów. S one niestety utrwalane w bñ dnym znaczeniu i u ytkownicy nie zdaj sobie cz sto sprawy z ich niepoprawno ci. W ankiecie zawarto cztery przykłady najcz cieiej stosowanych wyrazów wraz z dwoma definicjami do wyboru (jedna prawidłowa) . *adaptowa* , *oportunista*, *dywagacje*, *efektowny*. Najwi cej bñ dnych, a tym samym potocznych znacze wskazano przy wyrazach *oportunista* (rozumiany jako przeciwnik, kto opieraj cy si czemu lub

¹⁶ H. Kurek: *Współczesna norma fonetyczna . obowi uj cy wzorzec a rzeczywisto* . W: J. Miodek, M. Za ko-Zieli ska, I. Borkowski (red.): *Mowa roz wietlona my I . wiadomo normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*. Wrocław 1999, s. 201-207

komu) i *dywagacje* (rozumiane jako rozważania, rozmyślania), bo aż ponad 90% ankietowanych udzieliło takich odpowiedzi. Pozostaje definicje były w większości trafnie określone, gdy tylko jedynie 9 osób zaznaczyło błędne odpowiedzi.

W dziewięciu punktach ankiety poproszono o utworzenie poprawnych form słów fleksyjnych, w szczególności form biernikowej i dopełniaczowej. Popełniane błędy w zastosowaniu obydwu przypadków są jednym z najczęstszych problemów współczesnej fleksji. Form *banda* a preferowały w większości respondenci; *banda* u wybrało 6 ankietowanych. *Wiem jednego kotleta* uznało za poprawną wersję 40 osób, natomiast twierdzący (w mowie wzorcowej) wybrało zaledwie 8 osób. W zdaniu *Gram w (bilardzie)* za poprawną wersję (gram w bilard) opowiedziało się mniejszość, za za wariantem *bilarda* zdecydowana większość. Ankietowani tak i w tej kwestii wskazują błędne formy *wyrwał zdrowego z białego zdrowy z białego*. Człowieka spotykamy w dem w mowie spontanicznej, potocznej współczesnego społeczeństwa (nie tylko dziennikarzy) jest *wyślij mi smsa/maila*. Przeciwnie nie wysyłamy *śmiać* tylko *śmiać* adekwatnie do stosowanej formy w wymowie, tak i w ankiecie prawie 100% zaznaczyło, że wysyła *maila/smsa*. Ten sam błąd wystąpił w stwierdzeniu: *Kupuję dziś kiełbasę na grill*, gdy większość napisało formę *na grilla*.

Problem przysparza także poprawne użycie zaimka wskazującego *tego* w bierniku. Utrwalono formę w mowie użytkowej, jak i wzorcowej (coraz częściej) jest odmiana *to*. Oczywiście w starannym języku mówionym, jakiego oczekuje się od dziennikarzy radiowych i telewizyjnych, a także osób publicznych, powinna obowiązywać forma *to*. W ankiecie tak i wskazano formę *to*, jako *to*, którą stosuje się w poprawnej mowie.

Racjonalnym błędem występującym w mowie jest określanie dat, a w szczególności jej poszczególnych elementów. Nieustannie sięgamy się *piętych kwiecień*, *rok dwutysięczny szósty* lub *w roku dwutysięcznym piątym*. Respondenci uznali za prawidłowe formy wyrażenia nie wymienione a w 88%, a tylko nieliczni wskazali, że odmiana *w roku dwa tysiące piątym* jest najbardziej pożądana.

Odmieniano także wyrażenie *kasza manna*, uznając drugi człon za przymiotnik, a jest on rzeczownikiem i w odmianie występuje w postaci *kaszy manny*, *kasz manna*, itd. Respondenci także próbowali odmieniać słowo *procent* przy podawaniu liczb ułamkowych, a przyjęte jest, że określenie procent odmienia się tylko celownikiem, miejscownikiem i narzędnikiem, natomiast w pozostałych przypadkach, jak i z liczebnikami ułamkowymi pozostaje w postaci nieodmienionej.

Jedno z ostatnich zadań zajęło się z semantyką, gdy pytano o znaczenie zwrotów frazeologicznych. Zaproponowano pięć przykładów (*musztarda po obiedzie*, *kruszy o co kopie*, *w gorzej wodzie kłaniamy się*, *jak pies ogrodnika*, *mie w a w kieszeni*), do których podano dwie definicje. Było to zadanie, w którym respondenci mieli najmniej problemów ze wskazywaniem poprawnych odpowiedzi. Dwa przykłady były najbardziej niefortunne dla wypełniających ankiet (*kruszy o co kopie* oraz *jak pies ogrodnika*), choć wydawałoby się, że występujące w mowie użytkowej. Jednak i zwroty frazeologiczne rzadko pojawiają się w wypowiedziach medialnych, gdy są tworzone innowacje frazeologiczne, które dotyczą obecnej rzeczywistości i są potrzebne do jej określenia, np. *falandyzacja prawa*, *filozofia grubej kreski* czy *chyl przed kim czołga* (pierwotnie *czołga*). Frazeologia jest często wyznacznikiem stylu potocznego, lecz zdarza się, że przenika do tekstów pisanych/mówionych stylem wzorcowym.

Trzy ostatnie pytania dotyczą własnych refleksji na temat swojego poziomu poprawno ci j zykowej w tek cie pisanym i mówionym, popejñianych bñ dów, których badani s wiadomi oraz wskazania autorytetów j zykowych. 45 osób uznaję, e mówi i pisze poprawnie, dodaj c przy tym, e zdarza im si czasami popejñi jaki bñ d. Najcz stszyimi wymienianymi bñ dami j zykowymi, które popejñiali byj z zakresu fonetyki (tu tak e wady wymowy), stylistyki oraz ortografii (te ostatnie najcz stsze).

Autorytetami dla respondentów byj osoby medialne, publiczne. Cz sto wymieniao Jana Miodka, Jerzego Bralczyka, Piotra Fronczewskiego, Marka Kondrata, Jerzego Stuhra, Krystyn Czubówn , Gra yn Torbick , lektorów u yczaj cych gñs postaciom filmowym oraz niektórych dziennikarzy (Jolant Pie kowsk , Dorot Wellman, Marcina Prokopa, Kamila Durczoka, Anit Werner, Wojciecha Manna, Ew Drzyzg , Tadeusza Sznuka). Pojawij si tak e nazwiska pracowników naukowych, z którymi respondenci mieli przyjemno współpracowa , a tak e osoby z najbli szego otoczenia . rodzice, ciocia, polonistka.

Porównuj c wyniki otrzymane z ankiety z przesłuchanymi nagraniami osób bior cych udział w badaniu mo na stwierdzi , e s one kompatybilne. W obydwu badanych materiajach pojawiaj si problemy natury ortofonicznej, fonetycznej, semantycznej, stylistycznej i fleksyjnej.¹⁷ Zadania opieraj ce si na wskazaniu poprawnej formy wymawianiowej, wyrazowej, akcentowej, fleksyjnej byj dla respondentów zagadnieniami o najwy szym poziomie trudno ci. Stwierdzi nale y, e mowa, któr si posługuj i, której słuchaj na co dzie , jest odzwierciedleniem ich poziomu komunikacji j zykowej oraz poprawno ci u ycia j zyka. Nieliczni tylko realizuj poprawne formy wymawianiowe, które wskazali równie za prawidłowe w ankiecie. Pozostali, mimo e, wiedz o tym, jak stosowa niektóre poprawno ciowe formy w mowie (np. wyrazy: *wy cza* , *wzi* , *t* , *d em* , *chc* , *wymy li* , *rozumiem* , *5 zjótch* , *zgniñj*), niestety w sytuacjach komunikacyjnych ich nie stosuj . Ortofonia, czyli nauka o poprawnej wymowie i prawidłowym brzmieniu wyrazów oraz ich poñ cze jest najcz sts przyczyn popejñianych bñ dów j zykowych, a tak rzadko respektowan w ród programów edukacyjnych, rozpoczynaj c od szczebla najni szego, czyli przedszkola po studia wy sze. Nagrania dziennikarzy ukazañ , jak bardzo dany problem si zakorzeni w mowie u ytkowej i niestety we wzorcowej. Kardynalnym bñ dem jest wadliwa realizacja samogłosek nosowych, a raczej ich brak. Bardzo cz sto s wymawiane jako [. om] : [chodzom], [-o] : [robio], [-em] : [chcem], [-e] : [umyje] lub jako formy odnosowione typu [. o] : [czytajó]. Od dawna obserwuje si dane zjawisko w ródgñsie i wygñsie wyrazów. Niestety takiej wadliwej wymowy bardzo trudno si pozby . Niewiele osób jest wiadomych popejñianych bñ dów, a nawet niektórzy z nich my l , e mówi bardzo starannie. Nieliczni znawcy przewiduj , e prawidłowa realizacja samogłosek nosowych zaniknie i b dzie zast powana przez wy ej wymienione warianty.

Transkrypcja nagra na wietlija inne problemy zwi zane z zastosowaniem wytycznych wymowy wzorcowej. Na uwag zasługuje wyst powanie upodobnie mi dzywyrazowych spójgñsek (*zdziwi si* , *bezczelny* , *zdziera* , *Zdzisław* , *rozszczep* . chocia WSPP na równi traktuje wymow [zdziwi si] i [dziwi si], jednak e inne ródja poprawno ciowe, dotycz ce wymowy wzorcowej/artystycznej nie

¹⁷ J. Porayski-Pomsta: *Bñ dy j zykowe i ich rodzaje*. W: K. Handke, H. Dalewska-Gre (red.): *Polszczyzna a/i Polacy u schyłku XX wieku. Zbiór studiów*. Warszawa 1994, s. 55- 66

zalecaj tej drugiej formy; niniejsza praca tak e takiej wymowy nie zaleca). Nie występuje hiatus, czyli rozziw samogłoskowy (*srebrna agrafka, mają ekery, krótko opowiedzie*), jak i geminata samogłoskowa (*peonia, aerobik, Leon*) i spółgłoskowa (*Anna, panna, willa, pizza, mocca*). WSPP nie zaleca wymowy [pica], [moka], natomiast D. Michałowska¹⁸ wskazuje, by podwojony spółgłosk wypowiada jako jedn , z odpowiednim iloczasetem). Uproszczenia w wymowie grup spółgłoskowych pojawiają się nader często, np. *...stwo* (królestwo), *...wski* (krakowski), *...dź* (jadź), *...l* (my l), *...st* (jest), *... (przyja)*, *...zm* (romantyzm), *...gŷ* (rozlegŷ), *...tr* (filtr), *...zn* (blizn), *... (ba)*, *...kŷ* (rzekŷ), *...kl* (motocykl).

Liczne zastosowanie pleonazmów w mowie jest często niewiadomione. Po zakończonej ankiecie nierzadko respondenci pytali o wyjątkowe odpowiedzi, gdy byli zaskoczeni, e niepoprawne formy *jest dzie dzisiejszy, dwutysięczny pięty rok, najmniejsza linia oporu* czy choćby *przekonywuj* czy (bardzo często by d ukazuje się w mowie wszystkich u użytkowników języka polskiego, nawet u osób posługujących się językiem literackim).

Akcent wyrazowy okazał się tak e niełatwym zadaniem. Często stosowane wyrazy w mowie u użytkownika, jak *muzyka czy nauka* były najczęściej zaznaczane z prawidłowym akcentem. Natomiast w mowie, jak i w ankiecie dziennikarze akcentu proparoksytonicznego nie stosują. Zamiast niego pojawia się akcent paroksytoniczny lub inicjalny. Zatem, odbiciem mowy mówionej jest mowa pisana i na odwrót. Na uwagę zasługuje swoista realizacja kadencji i antykadencji w zdaniu. Kadencja, która powinna być kończy frazę, my l, zdanie prawie nie występuje w mowie badanych osób. Fraza zamiast się kończy jest podbijana często na ostatniej sylabie, co daje półkadencję (niepełną kadencję) a nawet często pełną antykadencję i charakterystyczny przydech. Bardzo trudno skorygować przydech w mowie, który brzmi tak, jakby wypowiedź nigdy się nie kończyła.

Stosowanie zwrotów frazeologicznych pojawia się rzadko, jednak e nie są one tak bardzo zniekształcane jak formy wymawianiowe poszczególnych wyrazów i wyrażeń. Często można zauważyć zjawisko nieprawidłowego definiowania niektórych wyrazów, które są modne i stosowane nawet tam, gdzie by nie powinny.

Problematyka związana z użyciem odpowiedniej fleksji w zdaniu jest dość skomplikowana i często niepotwierdzona, stąd może e wynikać trudność z jej trafnym zastosowaniem. Często nie wiemy czy dany wyraz w dopełniaczu będzie przybierał końcówkę *...a* czy *...u*. Podobnie z biernikiem, gdzie zdarza się *...e* zamiast końcówki zerowej (wymaganej) pojawia się *...a* lub *...u*. Porównajcie oba materiały należą do i zaznaczone, e w realizacji dane były podobne, wysoka frekwencja.

Jak się okazało dla większości autorytetami językowymi są osoby udzielające się w mediach, osoby publiczne, rzadziej te, które są pracownikami naukowymi, w szczególności zajmującymi się tematami językoznawstwa czy literaturoznawstwa lub dziedzin pokrewnych. Niestety to słychać w wypowiedziach badanych osób. Sześciokrotnie kalkami swoich wzorców językowych, którzy są dalecy od stosowania kultury języka polskiego i jego wszystkich elementów na co dzieje się w swojej pracy dziennikarskiej.¹⁹ Pociężając jest to, e ankietowani selekcjonują najbardziej zaczynają selekcjonować niektóre nożki telewizyjne i radiowe, wybierając te,

¹⁸ D. Michałowska, op. cit.

¹⁹ A. Piotrowicz, K. Skibiński, M. Szczyszek: *Kształtowanie się wzorców i wzorców językowych*. Poznań 2009

które są nastawione nie tylko na komercję, ale także na pełen przekaz, na ludzi inteligentnych, oczekujących nieco więcej od radia. Nie tylko muzyki i bieżących wiadomości.

Niniejszy artykuł jest tylko cząstkowym opracowaniem badań nad wiadomością językową osób pracujących w mediach. Pozwoliły one zasygnalizować istnienie problemu dotyczącego wiadomości językowej i użycia poprawnej polszczyzny w tekstach, czyli umiejętności związanych z rozpoznawaniem i zastosowaniem poprawnych form sformotwórczych, wymawianiowych, składniowych oraz fleksyjnych, a także ze wskazywaniem podobnych znaczeń związków frazeologicznych i wyrazów. Wskazanie odpowiedzi nie jest zgodne z normą językową, którą badani powinni znać, gdy językiem posługują się w codziennej komunikacji. Wnioskuje się, że udzielając odpowiedzi opierali się na intuicji językowej, o której pisze A. Markowski.²⁰

Wyniki powinny skłonić respondentów do refleksji nad materią słowa, nad znaczeniem słów oraz panować nad tym, co się mówi i jak się mówi. Rezultaty prowadzą także do pytania, czy należy realizować kształcenie językowe wśród dziennikarzy i osób, które zamierzają wykonywać zawód publiczny oraz w jaki sposób je kształcić. Ważne jest także to, kto powinien być odpowiedzialny za edukację językową. Według Polaków istnieje przekonanie, że powinna tak funkcjonować szkoła, potem rodzina i najbliższe środowisko wychowawcze. Nie wskazuje się niestety własnej inicjatywy, jako drożyzny do samokształcenia, podejmowania własnej działalności edukacyjnej. Brakuje także masowego zainteresowania programami językowymi prowadzonymi w radiu czy telewizji.²¹ Stwierdzenie „jak ci widzę”, tak ci piszę” w tym przypadku „jak ci się żyje”, tak ci widzę” i opisuje wagę ogromnego znaczenia, bo słowo określa kim jestem, skąd pochodzę i jaki mam stosunek do języka ojczystego, a tym samym do innych.

²⁰ A. Markowski: *Kultura*, op. cit.

²¹ Ibidem