

Ewa Kołodziejek

*Festiwal radosnych zakupów – moda językowa na tle współczesnych zmian kulturowych**

*Artykuł opublikowany w tomie: *W kręgu polszczyzny dawnej i współczesnej*. Księga ofiarowana dr. hab. Kazimierzowi Długoszowi, profesorowi Uniwersytetu Szczecińskiego, pod red. E. Kołodziejek, Szczecin 2006, s.219-231.

1. Swoje uwagi chciałabym poświęcić współczesnej modzie językowej. Nie będzie to – rzecz jasna – pierwsza refleksja językoznawcy na temat leksykalnych fascynacji Polaków. Modzie w języku poświęcało uwagę wielu badaczy i obserwatorów współczesnej polszczyzny. Cenne są zwłaszcza szczegółowe analizy zmian znaczeniowych i kontekstowych tych elementów języka, które autorzy uznali za natrętne: *kolejny*, opisany przez Zofię Kurzową¹, *opcja*, *filozofia*, *consensus*, *oszołom*, *czytelny*, *totalny* przez Mirosławę Mycawkę², *temat* przez Kazimierza Ożoga³ i Jana Miodka⁴, *mieć miejsce* przez Stefana Reczka⁵, *w ogóle*, *spoko*, *kultowy* przez Kazimierza Ożoga⁶, *super* przez R. Przybylską⁷, *problem* przez W. Cienkowskiego⁸, S. Bąbę i B. Walczaka⁹, E. Kołodziejek¹⁰. Lektura tekstów omawiających pojedyncze leksemy, a także zbiory modnych w danym okresie wyrazów i wyrażeń uświadamia, jak zmienne bywają nasze językowe fascynacje i jak słowa nadużywane odzwierciedlają postawy i wartości uznawane przez mówiących za pożądane. Choć moda językowa jest zjawiskiem ulotnym, to jednak pozostawia trwały ślad w zasobie

¹ Z. Kurzowa, Wyrazy natrętne. Moda i bezmyślność, „Język Polski” 1978, LVIII, s. 165-182.

² M. Mycałka, „Opcja” – wyraz modny we współczesnych tekstach politycznych, „Język Polski” 1991, LXXI, s. 207-213; O modyfikacji znaczeniowej wyrazu „filozofia”, „Język Polski” 1991, LXXI, s. 98-105; Kilka uwag o wyrazie „consensus”, „Język Polski” 1992, LXXII, s. 64-67; Ekspresywizmy w tekstach oficjalnych: oszołom, (w:) Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej), red. Z. Kurcowa, W. Śliwiński, Kraków 1994, s. 115-122; Wyrazy modne w świetle kultury języka, (w:) Kultura języka dziś, pod red. W. Pisarka i H. Zgólkowej, Poznań 1995; *Totalny luz – o łączliwości modnego przymiotnika*, „Język Polski” 1994, LXXIV, s. 87-92.

³ K. Ożóg, Wyraz modny współczesnej polszczyzny mówionej – temat, „Język Polski” 1990, LXX, s. 100-104.

⁴ J. Miodek, Ekspansywny temat, „Język Polski” 1990, LXX, s. 104-106.

⁵ S. Reczek, W polską rzecz wstąpić, Wrocław 1988, s. 154-161.

⁶ K. Ożóg, Leksem *w ogóle* w polszczyźnie mówionej, „Język Polski” 1991, LXXI s. 199-206; Wyrazy modne i nadużywane w polszczyźnie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, (w:) Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 87-94; *Polszczyzna przełomu XX i XI wieku*. Wybrane zagadnienia, Rzeszów 2001, s. 100-101.

⁷ R. Przybylska, Super, „Język Polski” 1995, LXXV, s. 104-107.

⁸ W. Cienkowski, Język dla wszystkich, cz. II, Warszawa 1980, s. 21-26.

⁹ S. Bąba, B. Walczak, Na końcu języka. Poradnik leksykalno-gramatyczny, Poznań 1992, s. 14-15.

¹⁰ E. Kołodziejek, Językowa corrida. Jak mówić i pisać poprawnie. Poradnik dla całej rodziny, Szczecin 1995, s. 18-19.

leksykalnym i semantycznym języka, dlatego rejestrowanie tych zmian jest potrzebne i pouczające.

2. Moda to charakterystyczny dla danej epoki i środowiska zespół cech obejmujących strój, zachowanie, zainteresowania, światopogląd¹¹. Do tej definicji słownikowej trzeba dodać język, moda bowiem obejmuje także słowa, ich połączenia, części słowotwórcze. Wyraz czy wyrażenie stają się modne wówczas, gdy są używane częściej niż zwykle, a ich użycie nie jest uzasadnione potrzebami komunikacyjnymi. Wyrazy modne wydają się użytkownikom języka lepsze, ładniejsze, oryginalniejsze, atrakcyjniejsze od innych, sygnalizują w ich mniemaniu przynależność do określonego środowiska lub do jakiejś pożądanej „grupy wtajemniczenia”.

Modny wyraz, zrazu atrakcyjny, staje się jednak bardzo szybko językowym natrętem i zaczyna pojawiać się w połączeniach dla niego niewłaściwych, wypierając słowa kontekstowo i znaczeniowo ustabilizowane. Nadużywanie takich wyrażen prowadzi do zmian w całym zasobie słownym języka. Można by rzec, że nadużywane wyrazy zmieniają „układ sił” w słownictwie, modyfikują całe pola znaczeniowe. Wzmoczona częstotliwość występowania jakiegoś elementu języka zmienia zarówno jego strukturę znaczeniową, łączliwość frazeologiczną i składniową, jak i nacechowanie stylistyczne. Rozszerzenie zakresu użycia modnego wyrazu powoduje, że jego sens staje się ogólnikowy, rozmyty, co w skrajnych wypadkach prowadzi do pustki semantycznej. Taki „los” spotkał słowo *praktycznie*, w SWJP definiowane jako 1. w sposób praktyczny, zgodnie z doświadczeniem, pragmatycznie, np. *wykorzystywać coś praktycznie*, oraz 2. mając na uwadze korzyści praktyczne, np. *działać praktycznie*. Tymczasem *praktycznie* jest dziś używany zamiast *całkowicie, zupełnie, właściwie, w zasadzie, prawie, niemal*: „*Praktycznie* znaleziono ciała wszystkich ofiar”. „Pracę magisterską napisałam *praktycznie* nie korzystając z piśmiennictwa polskiego”. „Podczas pisania pracy *praktycznie* nie otrzymywałam wskazówek ze strony profesora”. Za Danutą Buttler można powtórzyć opinię, że moda leksykalna „żłobi głębokie rysy w całej strukturze słownikowej języka. Zmienia się skład grup synonimicznych, (...) zmienia się kształt słowny wielu frazeologizmów. Skutki zatem żywiołowego szerzenia się pewnych wyrazów okazują się o wiele trwalsze od samej mody”¹². Konsekwencją takiej sytuacji mogą być na przykład przesunięcia semantyczne w wyrazach uznanych dziś za atrakcyjne: *dywagacje* używane teraz w znaczeniu ‘refleksje, przemyślenia, rozważania’, podczas gdy utrwalone w normie wzorcowej znaczenie to ‘zbyt długie rozważania zwykle

¹¹ Słownik współczesnego języka polskiego, red. B. Dunaj, Warszawa 1996.

¹² D, Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, Kultura języka polskiego. Zagadnienia poprawności leksykalnej (słownictwo rodzime), Warszawa 1987, s. 122.

odbiegające od tematu’, *oportunista* zastępujący ‘buntownika, przeciwnika, tego który stawia opór’, *spolegliwy* kojarzony ze słowem *ulegać* i używanym w znaczeniu ‘uległy, miękki’ czy *delikwent*, którego podstawowe znaczenie ‘człowiek sądzony za przestępstwo, winowajca oczekujący kary’ zostało już zapomniane, a norma potoczna zaaprobowała modne żartobliwe: ‘ktoś, kto znalazł się w trudnej, kłopotliwej sytuacji, zwykle z własnej winy, i jest od kogoś zależny’.

Przyczyny, dla których jakiś wyraz zamienia się w językowego natręta, nie są jasne. Modne są przede wszystkim słowa nowe, obce, „mądre”, atrakcyjnie brzmiące. Czasem jednak niespodziewanie modny staje się wyraz już dawno istniejący w polszczyźnie, wyeksploatowany w języku obiegowym i przesunięty do językowego archiwum, do leksyki książkowej lub rzadkiej. Mam tu na myśli partykułę *bynajmniej*, którą z niewiadomych powodów upodobali sobie Polacy używający języka na poziomie kodu ograniczonego. Wypowiedzi typu „Bynajmniej moja klasa jest dobrze przygotowana do matury” albo „Mi się bynajmniej ten film podobał” można usłyszeć w wielu codziennych sytuacjach.

Szczególnie jednak atrakcyjne są słowa, które pochodzą z odmian języka cieszących się prestiżem: z książkowej, naukowej, urzędowej, niegdyś też - z partyjnej. W czasach Polski Ludowej względami cieszyły się przymiotniki i imiesłowy: *nabolały*, *odstający*, *nabrzmiaty*, *wiodący*. Dwa pierwsze rusycyzmy używane były przede wszystkim w języku propagandy i publicystyki socjalistycznej. *Nabolałe* były zwykle *problemy* i *zagadnienia* społeczne. *Słownik poprawnej polszczyzny* pod red. W. Doroszewskiego, aktualny w tamtym okresie, zalecał zamiast negatywnie ocenianego słowa *nabolały* użycie wyrażenia *od dawna dolegający*, *wymagający zaradzenia*, *palący*. *Odstający* natomiast, dziś używany jedynie w znaczeniu ‘oddzielający się od czegoś’, znaczył ‘pozostający w tyle, spóźniający się, niedotrzymujący kroku’. *Ostające* były więc niektóre *gminy* albo *gospodarstwa rolne*, *ostający* mógł być *personel w pracy* albo *kolarze od peletonu*.

Nabrzmiaty używany w znaczeniu ‘pilny, palący, nie cierpiący zwłoki’ to rodzimy językowy „wynałazek”. *Nabrzmiate* bywały *problemy*, *konieczności*, *procesy*, *sprawy*, *zjawiska*, *sprzeczności* itp. „Stwierdzamy *nabrzmiatą* konieczność przystosowania struktury społeczno-politycznej do struktury ekonomicznej kraju” – to wypowiedź charakterystyczna dla tekstów z tamtych czasów. *Nabrzmiawać* mogła także *władza*, co oznaczało – wbrew oczywistym skojarzeniom - że się *umacnia* i *krzepnie*¹³.

¹³ Przykłady zaczerpnięte z W. Cienkowski, Język dla wszystkich cz. II, op. cit. s. 39-40.

Moda na te wyrażenia minęła bezpowrotnie. W polszczyźnie współczesnej pozostał z tamtych czasów tylko imiesłów *wiodący*, niegdyś zastępujący wyrazy *przewodni*, *przodujący*, *kierowniczy*, *czołowy*, a dziś często używany w tekstach reklamowych zamiast określeń: *najlepszy*, *najatrakcyjniejszy*, *najważniejszy*. Z języka polityki przenikają teraz do polszczyzny ogólnej inne modne wyrażenia, na przykład *opcja* (*opcja prezydencka*, *opcja zerowa*), *konsensus*, *czytelny*, *nie potwierdzam i nie zaprzeczam*, *bez komentarza*, *fakt prasowy*, choć oddzielenie języka polityki od języka ekonomii i od języka mediów jest w naszych czasach niezwykle trudne, jeśli nie niewykonalne.

Dla użytkowników polszczyzny zawsze atrakcyjna jest leksyka zaczerpnięta z odmiany naukowej i terminologii. *Problem*, *filozofia*, *edycja*, *asertywność*, *eksplikacja*, *ewaluacja*, *pakiet*, *kondycja* to atrakcyjne słowa, które dodają powagi współczesnym tekstom, niekiedy kosztem sensu i poprawności: „*Swoim abonentom Idea oferuje dwa proste i czytelne pakiety cenowe*” – przeczytałam w ofercie zachęcającej do kupna telefonu komórkowego. „Prosty pakiet”, „czytelny pakiet”, „pakiet cenowy” to zupełnie nowe połączenia składniowe, frazeologiczne i znaczeniowe, nieaprobowane w polszczyźnie kulturalnej. Jednak atrakcyjny *pakiet* coraz częściej wypiera *zestaw*, *zbiór*, jest także określeniem wielkości, np. *pakiet ustaw*, ale i *pakiet zarzutów*.

Wzmożona częstotliwość pojawiania się w polszczyźnie obiegowej słów wywodzących się z odmian specjalistycznych powoduje przeniesienie tych wyrazów poza pierwotną sferę ich funkcjonowania¹⁴. Prześledźmy to na przykładzie kilku specjalistycznych terminów medycznych: *stres*, *depresja*, *szok*, *trauma*, których wzmożona frekwencja w języku ogólnym świadczy o ich atrakcyjności dla użytkowników. Wiąże się to zapewne z większą świadomością społeczną i rozleglejszą wiedzą Polaków, a także ze zmianą społecznej aksjologii, w której wartością stał się człowiek postrzegany jako jednostka, jako indywiduum, w przeciwieństwie do wyżej swego czasu wartościowanych „mas”. *Stres* po raz pierwszy zanotowany został w SJPD w dwóch znaczeniach: geologicznym ‘ciśnienie kierunkowe występujące na skałach podczas metamorfozy’ i psychologicznym ‘stan napięcia, będący wyrazem oporu ciała wobec nacisku zewnętrznego’. Słownik nie podaje żadnych form derywowanych. Dwa znaczenia notuje też SJPS, tam także trzy derywaty, mające cechy

¹⁴ Por. D. Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, *Kultura języka polskiego. Zagadnienia poprawności leksykalnej (słownictwo rodzime)*, Warszawa 1987, s. 123; D. Buttler, *Tendencje rozwojowe w zasobie słownym powojennej polszczyzny, (w:) Współczesna polszczyzna. Wybór zagadnień*. Pod red. H. Kurkowskiej, Warszawa 1981.

terminów psychologicznych: *stresor*¹⁵, *stresować* ‘wywoływać, powodować stres’, *stresowy* ‘czynnik stresowy’, co świadczy o stopniowym przyswajaniu tego anglicyzmu do polszczyzny. Moda na *stres* spopularyzowała w języku potocznym jego znaczenie psychologiczne¹⁶, toteż w SWJP *stres* pojawia się tylko w tym znaczeniu. Tu także zarejestrowano nowy derywat przedrostkowy *zestresować* obok znanego już *stresować*. O zadomowieniu się leksemu *stres* w polszczyźnie potocznej dowodzi jego definicja sformułowana w ISJP, odpowiadająca powszechnemu rozumieniu tego zjawiska: ‘stan silnego napięcia i niepokoju, jaki odczuwamy, gdy mamy jakieś problemy życiowe, np. boimy się czegoś nowego lub nie możemy sprostać jakimś wymaganiom’: „Egzaminy z gramatyki wywołują zwykle wiele stresów u kandydatów”. W tymże słowniku pojawiły się nowe derywaty: *stresujący* i *stresująco*. Obserwacja polszczyzny ogólnej pozwala jednak postawić wniosek, że *stres* używany jest dziś jako synonim każdego napięcia psychicznego, zmartwienia, złości czy lęku. W *Praktycznym słowniku współczesnej polszczyzny dla czasowników stresować i stresować się* znaleziono aż 19 synonimów: *denerwować, irytować, drażnić, podrażniać, rozdrażniać, niepokoić, budzić niepokój, spędzać sen z oczu, działać na nerwy, szarpać nerwy, wyprowadzać z równowagi, trwożyć, niecierpliwic, poruszać, złościć, wywoływać gniew, rozsierdzać, rozjuszać, rozwścieczać*, co świadczy o istotnym poszerzeniu, a nawet rozmyciu granic znaczeniowych tego pojęcia.

Procesowi determinologizacji uległ też medyczny termin *szok* oznaczający ‘silną reakcję psychiczną wywołaną niespodziewanymi i zwykle negatywnymi zdarzeniami lub przeżyciami’, który wszedł na stałe do polszczyzny potocznej i może oznaczać każde zdziwienie, zaskoczenie albo emocjonalną reakcję na niezwykłą sytuację. „Szok przeżyli mieszkańcy miasta, chcąc 2 maja załatwić ważną sprawę. Wszystkie urzędy zastali zamknięte!” – napisał dziennikarz, któremu *szok* wydał się trafniejszy niż stosowniejsze w tym kontekście określenia, jak choćby *zdenewowanie, irytacja, wściekłość, zgorzenie*.

Od niedawna szczególnymi względami Polaków cieszy się słowo *depresja*, medyczna nazwa choroby, która w języku potocznym stała się modnym synonimem *smutku, przygnębienia, zniechęcenia, załamania*, co potwierdza PSWP, podając taki przykład użycia: „Depresja Hanksi wynikała stąd, że Witek nie zwracał na nią uwagi”. Obserwacja polszczyzny slangowej pozwala też przypuszczać, że wkrótce do modnych określeń stanów

¹⁵ Stresor ‘czynnik zewnętrzny, fizyczny lub psychiczny, utrudniający lub uniemożliwiający zaspokojenie potrzeb i wykonanie zamierzonych zadań, zagrażający czymś jednostce (wywołujący stresy)’.

¹⁶ SWJP - Stan wzmożonego napięcia organizmu spowodowany oddziaływaniem szkodliwych bodźców fizycznych i psychicznych, wywołujących mobilizację sił lub – przy dłuższym trwaniu – prowadzących do zaburzeń organicznych i psychosomatycznych.

emocjonalnych obok *stresu, szoku i depresji* dołączy *trauma*, którą młodzi ludzie przeżywają przed (!) egzaminem, przed trudną rozmową z dziekanem lub z rodzicami i w podobnych niełatwych, choć przecież nie *traumatycznych* w pierwotnym znaczeniu tego słowa sytuacjach. *Trauma* - w języku greckim oznaczająca ‘ranę’ - to inaczej ‘uraz psychiczny, gwałtowne wzruszenie powodujące trwałą zmianę w psychice’. Jednak takie słowa jak *lęk, strach* czy nawet *stres* już się pewnie w ocenie młodzieży zużyły, a *trauma* jest nowa, modna, ekscytująca. Notabene jeśli każdy Polak przeżywa w supermarkecie „ekstazę cenową”, to właściwie dlaczego bojący się student nie może przeżyć egzaminacyjnej *traumy*?

Podsumowując, trzeba stwierdzić, że moda językowa, choć efemeryczna, powoduje istotne zmiany zarówno w strukturze słownej języka, jak i jego strukturze semantycznej: wyrazy nadużywane w polszczyźnie ogólnej neutralizują znaczenie wyspecjalizowane, dominują nad innymi w ciągach synonimicznych, reorganizują kształt pól wyrazowych, rozszerzają lub zmieniają znaczenia i z natręta słownego stają się elementem organizującym semantyczną przestrzeń języka.

3. Moda językowa obejmuje także (a może przede wszystkim) słowa obce, przyswajane z języka i kultury będącej w jakimś okresie przedmiotem narodowych lub środowiskowych fascynacji. W zależności od okresu historycznego fascynowano się łaciną, włoszczyzną, francuszczyzną, angielszczyzną. Owa fascynacja obcością i językową cudzoziemszczyzną była niejednokrotnie przedmiotem krytyki i negatywnej oceny. W ostrych słowach krytykował modę na francuszczyznę Witold Doroszewski: „Zbyteczna rzecz mówić o wartości i uroku kultury francuskiej, ale językowe małpiarstwo nie jest hołdem składanym tej kulturze, tylko wyrazem skłonności do kulturalnego fagasowania i bezsensownego snobizmu”¹⁷. Współcześnie jak nigdy aktualne są słowa wielkiego językoznawcy, zmienił się tylko obiekt „językowego małpiarstwa” i od kilkunastu lat - w odczuciu większości Polaków - „zalewa nas fala” modnych anglicyzmów „zatapiająca” słowa rodzime¹⁸. Upowszechnia je reklama, która kreuje modę na cudzoziemszczyznę. Slogany sformułowane na poły po angielsku pojawiają się w większości tekstów reklamowych. Odwołują się do snobizmu odbiorcy i zwiększają atrakcyjność przekazu. Nazwy reklamowanych towarów mają przeważnie formułę angielską: *Johnson's naturalny soft... shower gel with oat milk and*

¹⁷ W. Doroszewski, *Wśród słów, wrażeń i myśli. Refleksje o języku polskim*, Warszawa 1966, s. 67.

¹⁸ Takie jest powszechne przekonanie, choć A. Markowski wyliczył, że liczba zapożyczeń leksykalnych obecnych w mediach ogólnych wynosi ok. 250-300, liczba obcych wzorów słowotwórczych nie przekracza 20, a zapożyczeń semantycznych jest około stu, por. A. Markowski, *Jawne i ukryte nowsze zapożyczenia leksykalne w mediach*, (w:) *Język w mediach masowych*, pod red. J. Bralczyka i K. Mosiołek-Kłosińskiej, Warszawa 2000, s. 106.

orange, Garnier Skin Naturals, Beauty Kreator Body, Signal Fresh Actions, Physiogel Hypoallergic Cleanser, Duo Skin Supplier – to opis tylko kilku kosmetyków stojących na naszych łazienkowych półkach. Teksty reklamy potęgują też modę na słowa, które są sygnalizatorem przynależności do określonego środowiska. Dziś, by odnaleźć się w grupie, wśród ludzi uchodzących za nowoczesnych, by – mówiąc modnymi słowami – być na *topie, trendy, super* i *cool*, trzeba używać obcych wyrażań, być *menedżerem*, nie *kierownikiem*, zamienić bycie *twórczym* na bycie *kreatywnym*, *wizerunek* na *image*, *model* na *design*, *podkoszulek* na *T-shirt*, *przepraszam* na *sorry*, a *dobrze* na *o key*. Dziś modnie jest nawet kłąć po angielsku (*fuck, shit*).

Fala językowego snobizmu objęła także nazwy własne instytucji, firm, sklepów i restauracji: *Fan Auto & Music, New Camping Elita Sport, Optik Center* (dawniej po prostu *Optyk*), „*Advertising & You*”, *Polygraph, Uni Color, Moto Top, Translift, Veco, Stanley & Co.* Znamiona obcości wprowadzają obce znaki graficzne: *Complet, Cobra, Tropic, Botanica, Bravo, Nova, Alexander, Fenix, Ajax*. Modnie jest też, tworząc nowoczesną nazwę sklepu czy firmy, użyć cząstki *-ex* i *-land*: *Ziołotex, Helpex, Tomex, Zenex, Ewex, Waldex* (produkuje fontanny), *Tortex* (szyje bluzki, spódnice i kamizelki), *Car-Rex, Mirex, Palex, Pilex, Galtex, Nurex, Jurex*, a także *Śmiecholand, Sławland, Drewland, Boboland, Rywland, Sztormland* itp. W pogoni za modą autorzy nazw nie boją się nawet śmieszności: *Indorshop* to sklep mięsny, *Autobody* – warsztat samochodowy, *Rex* – spółka handlująca świeżymi jajami, a *Credo* to nazwa hurtowni obuwia¹⁹. Moda na język angielski spopularyzowała też przedrostki *super-*, *ekstra-*, *mega-*, *hiper-*, które w tekstach reklamy i w mowie potocznej używane są głównie jako elementy dodatnio wartościujące, służące intensyfikacji cechy: *mega tanie esemesy, hiperatrakcyjny superkredyt, jogurt z extradużymi kawałkami owoców*.

Fascynacja angielszczyzną ma jednak głębsze przyczyny, związana jest bowiem z globalizacją wzorców kulturowych, konsumeryzmem jako nowym sposobem uczestnictwa w kulturze i globalną amerykańską kulturą. Przedmiotem konsumpcji na wzór amerykański jest dziś wszystko: od pożywienia, przez wyroby przemysłowe, do kultury. Asymilacja tego wzorca kulturowego na gruncie polskim spowodowała pojawienie się nowej odmiany języka - polszczyzny konsumpcyjnej²⁰, charakterystycznej dla nowego typu tekstów i nowego stylu²¹ –

¹⁹ Por. E. Kołodziejek, *Polszczyzna Pomorza Zachodniego wobec integracji europejskiej*, (w:) *Integracja i tożsamość. Zachodniopomorskie w przededniu rozszerzenia Unii Europejskiej*, Materiały z I Kongresu Zachodniopomorskiego 24-25 kwietnia 2003, pod red. S. Flejterskiego, J. Jasnowskiej i W. Olejniczaka, Szczecin 2003.

²⁰ Por. K. Ożóg, *Polszczyzna przełomu XX i XI wieku*, op. cit. s. 196-215.

²¹ G. Sawicka, *Narodziny nowego stylu*, (w:) *Przemiany współczesnej polszczyzny*, red. S. Gajda, Z. Adamiszyn, Opole 1994, s. 93-100.

reklamy. W tekstach reklam słowa mające do niedawna ograniczone i sprecyzowane znaczenie nabierają nowych sensów, pojawiają się w nietypowych kontekstach, stając się z biegiem czasu raczej elementem ozdobnym niż przekaźnikiem informacji. Tak się stało ze słowem *kultowy*, które przeszło krętą drogę od znaczenia sakralnego związanego ze słowem *kult* (*kultowe naczynia, kultowe obrzędy*), przez użycie subkulturowe (*irokez to kultowa odjechana fryzura*) i „skandalizująco-awangardowe” (*Marek Piwowski - kultowy reżyser kultowego filmu „Rejs”*), aż do funkcji leksykalnego ozdobnika odpowiadającego znaczeniu ‘popularny’²². Przymiotnik *kultowy* wypiera słowa: *ważny, fascynujący, modny, popularny, taki, o którym się mówi*. Dziś określa się nim nawet fakty z przeszłości, które dla uczestników tamtych sytuacji *kultowe* nie były: „Kornel Makuszyński jest autorem utworów dla dzieci, a zwłaszcza *kultowego* *Koziołka Matołka*”. Ludziom wychowanym na *Koziołku Matołku* nie przysłoby do głowy określić go tym modnym słowem. Okazuje się też, że *kultowe* dzieło może na odbiorcę *kultowo* oddziaływać: „Oto jeszcze jeden dowód na *kultowe* oddziaływanie komedii *Barei*” – napisał rozentuzjasmowany dziennikarz. *Kultowe* może też być nie tylko to, co zdobyło sobie uznanie, ale i to, co dopiero powstaje: „Na Starej Pradze powstało miejsce *kultowe*, *Fabryka Trzciny*, koncentrujące różne rodzaje działalności artystycznej”. Nowe, rozszerzone znaczenie przymiotnika *kultowy* zostało zarejestrowane w najnowszych słownikach języka polskiego (PSWP, ISJP, USJP).

Językowym natrętem pochodzącym z konsumpcyjnej odmiany polszczyzny jest słowo *promocja*, która zarówno w tekstach reklamowych, jak i w języku obiegowym pojawia się jako synonim słów *przecena, okazja*. Taka *promocja* jest okcydentalizmem semantycznym, czyli wyrazem istniejącym od dawna w polszczyźnie, który pod wpływem języka angielskiego poszerzył ustabilizowane znaczenie²³. Okcysemantyzmów²⁴ mamy we współczesnej polszczyźnie więcej, by wymienić tylko parę szczególnie natrętnych: *kondycja* ‘stan, położenie’ („W języku jak w lustrze przegląda się *kondycja* polskiej szkoły”), *kreatywny* ‘twórczy’, *inteligentny* i *przyjazny* w odniesieniu do przedmiotów użytkowych. Upowszechniają je media i reklamy. Swój wielki czas przeżywa słowo *festiwal* pojawiający się w niespotykanych połączeniach: „Wiosna. Lada dzień we wszystkich parkach rozpocznie się *festiwal* tłustych czwartków, co znaczy, że drzewa obsypią się pączkami”. „Zaczął się *festiwal* przedwyborczych przedstawień”. „*Festiwal* radosnych zakupów”. „*Festiwal* zasług

²² K. Ożóg, *Polszczyzna przełomu XX i XI wieku*, op. cit. s. 100-101.

²³ W SJPS *promocja* to 1. prawo ucznia do przejścia do następnej klasy, 2. przyznanie tytułu naukowego lub wojskowego.

dyrektora”. „*Festiwal* wiejskich inicjatyw europejskich”. A ponadto *festiwal szyncla wiedeńskiego, festiwal golonki, festiwal pięknie nakrytych stołów, festiwal niskich cen, festiwal wypadków na rajdzie samochodowym, festiwal salmonelli*. PSWP umieszcza *festiwal* w ciągu synonimów: *biennale, konkurs, zlot, zjazd, przegląd, igrzyska* i odsyła do hasła *impreza*. ISJP rozszerza znaczenie w stosunku do utrwalonego w tradycji²⁵ na serię wydarzeń związanych z osobą lub rzeczą tworzących wokół niej atmosferę pokazu lub święta. W strukturze semantycznej formy *festiwal* znajdują się zatem następujące komponenty: ‘widowisko, pokaz’, ‘święto, odświętność’, ‘dużo, intensywnie’, ‘pozytywnie, radośnie’²⁶. Komponent wartościowania pozytywnego staje się jednak nieobowiązkowy, czego dowodzą połączenia: *festiwal wypadków na rajdzie samochodowym* czy *festiwal salmonelli*. Przytoczone przykłady dowodzą, że *festiwal* zbyt często bywa używany głównie w funkcji leksykalnego ozdobnika.

4. Pochodną amerykanizacji kultury i konsumpcyjnych wzorów uczestnictwa w kulturze jest emocjonalizacja i wulgaryzacja języka publicznego. W preferowanym współcześnie modelu językowych zachowań społecznych panuje moda na ekstremalne wyrażanie emocji. Można by stwierdzić, że przecież zawsze człowiek mówiący miał skłonność do intensyfikowania i wyolbrzymiania własnych przeżyć. Służyły temu metaforycznie użyte rozmaite przymiotniki i przysłowki. W czasach powojennych rozpowszechnione były przymiotniki *bombowy, szatowy, fajny* (nb. popularny po dziś dzień). Ze swoich szkolnych czasów pamiętam często używane określenia *fajowy* i *wdechowy* (od wyrażenia *w dechę*). Wtedy też były modne przysłowki *niesamowicie, dziko* (pisze o tym W. Doroszewski, przytaczając przykłady: *niesamowicie wesoly, jest mi to dziko obojętne*²⁷), wcześniej, w Polsce międzywojennej, przysłówek *szalenie*, a jeszcze dawniej – przysłówek *okrutnie*²⁸, który wyśmiewał Franciszek Bohomolec: „Jedna piękna dama jest *okrutnie* grzeczna, a druga *okrutnie* gruba. Jednego *okrutnie* kocha, drugiego *okrutnie* nie lubi. Jeden jest *okrutnie* piękny, a drugi *okrutnie* szpetny”²⁹. Współcześnie w modzie są inne „wzmacniające” przysłowki: *strasznie, super, ekstra, totalnie, masakrycznie, na maksa,*

²⁴ Pojęcia *okcysemantyzm* używa A. Markowski, nazywając tak zapożyczenie semantyczne, por. A. Markowski, Jawne i ukryte nowsze zapożyczenia leksykalne w mediach, (w:) *Język w mediach masowych* pod red. J. Bralczyka i K. Mosiołek-Kłosińskiej, Warszawa 2000.

²⁵ Festiwal ‘impreza artystyczna z zakresu muzyki, teatru, filmu, plastyki itp., zwykle cykliczna, będąca przeglądem osiągnięć w danej dziedzinie, często ujęta w ramy konkursu’ (SWJP).

²⁶ H. Marszałek na podstawie zebranych przykładów, m. in. *festiwal bramek, kolarski festiwal w wykonaniu dwóch kolarzy* wyodrębnia komponent ‘popis’; por. H. Marszałek, *Słowa, słowa, słowa...*, (W:) *Polszczyzna płata nam figle. Poradnik językowy dla każdego* pod red. J. Podrackiego, Warszawa 1991, s. 208-209.

²⁷ W. Doroszewski, *O kulturę słowa*, Warszawa 1962, s. 155.

²⁸ Por. W. Cienkowski, *Język dla wszystkich*, cz. II, Warszawa 1980, s.26.

²⁹ Cyt. za W. Cienkowski, *Język dla wszystkich*, op. cit. s. 26.

wypas, zajefajnie, zarąbiście, zagrzebiście, jedwabiście i - najpopularniejszy - ich „mocniejszy” odpowiednik *zajebiście*.

Rzecz jednak nie w emocjonalizacji mówienia, ale w przekonaniu, że im dosadniejsze publiczne zachowanie słowne, tym nowocześniejszy jest jego użytkownik. Współcześnie przekraczanie zasady *decorum* nie wyklucza już mówiącego z grona ludzi o dobrym smaku, nie powoduje środowiskowego ostracyzmu. Modny dosadny odpowiednik przymiotnika *dokuczliwy* (*upierdliwy*) pojawia się w języku mówionym inteligencji i na antenie radiowej. Reklama na witrynie szczecińskiego sklepu: *marża zdechła, a ceny zerżnięte* spotkała się z aprobatą mieszkańców miasta, choć podbitą leciutkim ekscytującym zgorzeniem. Modnie jest też zacierać językowe granice pokoleniowe: opracowania językoznawców pełne są przykładów dokumentujących modę na nieprzemijającą młodość w mówieniu. Wyrażenia młodzieżowe przywołują preferowane społecznie wartości i swobodny styl bycia. Swoistą karierę robi dziś rodzina wyrazów: *luz, luzik, na luzie, luzacko, luzacki, wyluzowany* itd., a także słowa: *spoko, w porzo, o key*, itp. Takie wyrazy w mniemaniu mówiącego nadają mu towarzyskiej atrakcyjności i sytuują w wielkiej społeczności ludzi wiecznie młodych.

Moda na wulgarne zachowania językowe ma inne skutki niż moda na słowa książkowe czy obce: nie tyle zmienia strukturę słownictwa, ile prowadzi do obniżenia jakości języka publicznego i do zachwiania hierarchii odmian języka. Język potoczny, emocjonalny, agresywny, nieestetyczny pojawia się w sytuacjach komunikacyjnych zarezerwowanych dotąd dla odmiany literackiej (kulturalnej). Usankcjonowana współcześnie tzw. norma użytkowa aprobuje użycie języka w funkcji instrumentalnej: liczy się nie tyle poprawność, estetyka i zgodność z tradycją, ile ekonomiczność, prostota i skuteczność. Modę na szokujące zachowania słowne popularyzują media, walczące o odbiorcę wszelkimi metodami i mające największy wpływ na upodobania językowe Polaków.

Moda to zjawisko z aksjologicznego poziomu społecznego funkcjonowania człowieka. Wartością dodatnią jest *bycie modnym*. Formuły określające, że coś *jest w modzie*, coś *jest modne*, a także *być modnym, iść za modą, hołdować modzie, rewia mowy, ostatni krzyk mody* – są wyrazem społecznej aprobaty. Negatywnie wartościowany jest ktoś (lub coś) *niemodny*, a *nie nadążać za modą, coś wychodzi z mody* to określenia o dużym ładunku deprecjonującym. Moda jest jednak niebezpieczna: rządzi człowiekiem, panuje nad nim (*ulegać modzie*), sprawuje dyktat (*dyktator mody*), kreuje nowe postawy (*kreator mody*), wyznacza kierunki rozwoju. Moda w języku - wbrew oczekiwaniom jego użytkowników - nie wzbogaca środków wyrazu, lecz przeciwnie, zawęża je i zuboża, schematyzując i banalizując każdą wypowiedź.

Jest więc zjawiskiem niepożądanym, gdyż zwalnia z twórczego myślenia, przynosząc i językowi, i jego użytkownikom więcej szkody niż pożytku.

Użyte skróty:

SJPD - Słownik języka polskiego pod red. W. Doroszewskiego, Warszawa 1959 – 1968.

SJPS - Słownik języka polskiego pod red. M. Szymczaka, Warszawa 1988.

SWJP - Słownik współczesnego języka polskiego pod red. S. Dunaja, Warszawa 1996.

ISJP - Inny słownik języka polskiego pod red. M. Bańki, Warszawa 2000.

USJP - Uniwersalny słownik języka polskiego pod red. S. Dubisza, Warszawa 2003.

PSWP - Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny pod red. H. Zgólkowej, Poznań 1994 – 2005.