



POLSKIE RADIO



R A D A  
JĘZYKA POLSKIEGO  
PRZY PREZYDIUM PAN

# JĘZYKOWY PRZEKAZ MEDIALNY

Istota kultury tkwi w języku –  
takim, jakim się posługujemy.

# kultura języka

W Polskim Radiu o kulturę języka,  
o jakość wypowiedzi antenowych  
dbamy na co dzień.

# jakość wypowiedzi

Media publiczne mają dzisiaj największy wpływ  
na kształtowanie postaw językowych,  
być może większy niż szkoła i dom.

# media kształtują postawy językowe

Telewizja i radio publiczne zastępują wiele instytucji,  
które nie spełniają funkcji niezbędnych  
w prawidłowym funkcjonowaniu demokratycznego państwa.

# telewizja i radio

Styl wystąpień radiowych i telewizyjnych  
powinien być jasny, prosty i zwięzły.

# jasny i prosty styl

JĘZYKOWY  
PRZEKAZ  
MEDIALNY







POLSKIE RADIO



R A D A  
JEZYKA POLSKIEGO  
PRZY PREZYDIUM PAN

# JĘZYKOWY PRZEKAZ MEDIALNY

Materiały z sesji zorganizowanej przez Polskie Radio S.A.  
i Radę Języka Polskiego przy Prezydium PAN,  
pod patronatem przewodniczącego  
Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jana Dworaka

Warszawa 2014

Opracowanie i realizacja  
**Biuro Programowe i Rozwoju Korporacyjnego**  
**Agencja Promocji Polskiego Radia**

Redakcja  
**Tomasz Bereda i Maria Dolacka-Gasparska**

Fotografie  
**Jacek Konecki**

Projekt graficzny  
**Adam Kundzicz**

Korekta  
**Bożena Grochala**

© Copyright by Polskie Radio S.A. 2014

ISBN 978-83-933128-9-4

Druk  
**Drukarnia Dimograf Sp. z o.o.**

Wydawca  
**Polskie Radio S.A.**  
al. Niepodległości 77/85, 00-977 Warszawa

● [polskieradio.pl](http://polskieradio.pl)

## Spis treści

Słowo wstępne.....	7
<b>OTWARCIE SESJI.....</b>	<b>9</b>
Andrzej Siezieniewski – prezes Polskiego Radia S.A. ....	11
Jan Dworak – przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.....	15
Krzysztof Luft – członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.....	19
Andrzej Markowski – przewodniczący Rady Języka Polskiego, Uniwersytet Warszawski.....	21
<b>REFERATY I DYSKUSJA.....</b>	<b>23</b>
Prowadzenie: Piotr Lignar – dyrektor Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia S.A.	
Stanisław Jędrzejewski – przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia S.A.	
<b>Kulturotwórcza rola mediów publicznych na świecie.....</b>	<b>27</b>
Andrzej Markowski – przewodniczący Rady Języka Polskiego, Uniwersytet Warszawski	
<b>Norma językowa obowiązująca w mediach.....</b>	<b>33</b>
Małgorzata Tułowiecka – Polskie Radio S.A., Rada Języka Polskiego	
<b>Najczęstsze błędy językowe popełniane w radiu i telewizji.....</b>	<b>39</b>
Dyskusja.....	45

Joanna Luboń – trener medialny, Zespół Języka w Mediach Rady Języka Polskiego	
<b>Rola prozodii – jej wpływ na rozumienie i odbiór treści.....</b>	<b>59</b>
Jerzy Podracki – Uniwersytet Warszawski, Rada Języka Polskiego	
<b>Język pisany w wypowiedziach ustnych.....</b>	<b>65</b>
Wiesław Godzic – Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie	
<b>Społeczne mechanizmy zmiany standardów w mediach.....</b>	<b>73</b>
Dyskusja.....	79
<b>DYSKUSJA PANELOWA: Normotwórcza rola radia i telewizji.....</b>	<b>89</b>
Prowadzenie: Katarzyna Kłosińska – sekretarz Rady Języka Polskiego, Uniwersytet Warszawski	
Uczestnicy:	
Janusz Adamowski – dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego	
Krzysztof Luft – członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji	
Sławomir Zieliński – dyrektor Biura Koordynacji Programowej TVP	
Michał Samul – zastępca redaktora naczelnego TVN 24	
Marcin Zaborski – Program 3 Polskiego Radia S.A., Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie	
Piotr Lignar – dyrektor Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia S.A.	
<b>BIOGRAMY.....</b>	<b>123</b>



## Słowo wstępne

21 marca 2014 roku w siedzibie Polskiego Radia S.A. w Warszawie odbyła się sesja „Językowy przekaz medialny” zorganizowana przez Polskie Radio S.A. oraz Radę Języka Polskiego przy Prezydium PAN, objęta patronatem przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jana Dworaka.

Uczestnicy sesji poszukiwali między innymi odpowiedzi na pytania: Czy radio i telewizja pełnią jeszcze funkcję normotwórczą? Jak pogodzić poprawność językową ze skutecznością przekazu? Jakie są społeczne i kulturowe przyczyny zmian języka mediów? Czy rozwój mediów społecznych ma wpływ na język mediów profesjonalnych? Jakiego języka powinni używać dziennikarze, by być w zgodzie z normą językową?

Pomysłodawcą i inspiratorem sesji była red. Małgorzata Tułowiecka, przewodnicząca Zespołu Języka w Mediach Rady Języka Polskiego. Przyszła do mnie z tym pomysłem kilka miesięcy wcześniej. W rezultacie tego spotkania powstał zespół z udziałem dr hab. Katarzyny Kłosińskiej, sekretarz Rady Języka Polskiego; Joanny Luboń, wybitnej trenerki medialnej; oraz Bożeny Piwowar, zastępcy dyrektora Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego. W tym gronie podczas licznych spotkań wypracowaliśmy tematykę i ostateczny kształt sesji, a także założenia organizacyjne. W realizacji przedsięwzięcia brało udział również wiele osób pracujących w Polskim Radiu. Szczególnie chciałbym podziękować pracownikom Agencji Promocji i pionu Głównego Inżyniera.

W opracowaniu, które przedstawiamy, przygotowanym przez zespół Sekcji Językowej BPIRK pod kierownictwem red. Tomasza Beredy, zostały zamieszczone wypowiedzi osób uczestniczących w sesji: referentów oraz gości. Podstawę stanowiły stenogramy wystąpień. Całość jest utrwalona w zapisie cyfrowym i przechowywana.

Z ocen, które już po sesji trafiły do naszego Biura, wynika, że przedsięwzięcie uznano za udane. Zgłaszano też szereg sugestii co do podjęcia innych tematów językowych istotnych dla języka mediów oraz warsztatu dziennikarskiego. Wierzę zatem, że tegoroczna sesja otworzyła cykl spotkań.

Piotr Lignar  
dyrektor – redaktor naczelny  
Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego  
Polskiego Radia S.A.



# OTWARCIE SESJI





Andrzej Siezieniewski

## **Andrzej Siezieniewski – prezes Polskiego Radia S.A.**

Bardzo serdecznie witam wszystkich państwa. Rozpocznę tę sesję od refleksji, której prazródłem jest dla mnie osobiste wydarzenie sprzed 40 lat, kiedy jako początkujący dziennikarz stawałem przed Komisją Kart Mikrofonowych Polskiego Radia. Pamiętam, że miałem tak samo ściśnięte gardło, towarzyszyły mi podobne emocje. Zawsze bowiem występowanie przed gronem tak wybitnych osobowości, profesorów specjalizujących się w dziedzinie kultury języka, kultury wypowiedzi, przed tyłoma znakomitymi specjalistami – to nie lada wyzwanie i w jakimś sensie prawdziwy egzamin. Zatem żeby zwiększyć swoje szanse na dobrą ocenę, pozwolą państwo, że na wstępie powitam patrona naszej sesji, pana przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Jana Dworaka, członków Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, panów ministrów Krzysztofa Lufta, Stefana Pastuszkę oraz Sławomira Rogowskiego. Witam przewodniczącego Rady Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk, współorganizatora naszej sesji, pana profesora Andrzeja Markowskiego, dobrze znanego także z anten Polskiego Radia. Witam przewodniczącego Rady Nadzorczej Polskiego Radia, pana profesora Stanisława Jędrzejewskiego. Bardzo serdecznie witam pozostałych naszych gości, w tym koleżanki i kolegów dziennikarzy.



**W Polskim Radiu o kulturę języka,  
o jakość wypowiedzi antenowych  
dbamy na co dzień.**

Nie jest przypadkiem, szanowni państwo, że sesja „Językowy przekaz medialny” odbywa się w siedzibie Polskiego Radia. Radio publiczne to wciąż, w moim najgłębszym przekonaniu, świątynia słowa mówionego, gdzie kultura wypowiedzi podniesiona jest do rangi kanonu. Radio ma także ustawowy obowiązek dbania o jakość języka. Używana przez nas polszczyzna powinna być – i mam nadzieję jest – piękna i poprawna. Oczywiście, może ktoś powiedzieć, że nie zawsze tak się dzieje, ale przecież w każdej świątyni zdarzają się grzesznicy. Mamy świadomość, że nie jesteśmy wolni od słabości i dlatego na co dzień nad nimi pracujemy. Ciekawe przypadki z naszych anten z pewnością będą omawiane podczas sesji.

Nieprzypadkowo rozpocząłem od osobistej refleksji związanej z kartą mikrofonową. Dla każdego dziennikarza Polskiego Radia ubieganie się o nią to zawsze wielkie przeżycie. Od wielu dziesięcioleci jest to formalna przepustka do występowania przed mikrofonem. W ciągu ostatnich dwóch lat, co poczytuję sobie za honor i osobisty sukces, w efekcie działania obecnego Zarządu przywróciliśmy rangę karty mikrofonowej do należnego poziomu. Dzisiaj jest realną przepustką do studia i cały czas kładziemy nacisk na utrzymanie w tym zakresie odpowiednich standardów.

Dbamy także o to, by dziennikarz Polskiego Radia mający wątpliwości językowe, a przecież każdy, nawet najwybitniejszy erudyta, może je mieć, mógł poradzić się specjalistów. W Biurze Programowym i Rozwoju Korporacyjnego znajduje się Sekcja Językowa. Warto zauważyć, że w ubiegłym roku udzieliła ona prawie czterech i pół tysiąca porad, co daje kilkadziesiąt codziennie. Równolegle dokonujemy także recenzji językowych audycji *post factum*. Wnioski z nich płynące znajdują odzwierciedlenie w wydawanym przez nas comiesięcznie poradniku „Od Słowa do Słowa”.

To są działania, które prowadzimy wewnętrznie i, co chcę podkreślić, systematycznie, a nie jako działania akcyjne. A na zewnątrz? Dla milionów słuchaczy na wszystkich czterech antenach od zawsze nadajemy cykle audycji poradnikowych o języku ojczystym. Udział w tych audycjach brali tak wybitni specjaliści od mowy polskiej, jak profesor Witold Doroszewski czy profesor Mieczysław Szymczak. Dzisiaj możemy słuchać rad i objaśnień profesorów Andrzeja Markowskiego, Jerzego Bralczyka, Jerzego Podrackiego i wielu innych wybitnych specjalistów. Obliczyliśmy, że w ciągu ostatnich siedmiu lat, gdyby zsumować wszystkie audycje poświęcone językowi, poradom z nim związanym, zajęłyby one dwadzieścia dwie doby nieprzerwanej emisji.

Jak zatem choćby z tego bardzo pobieżnego omówienia wynika, w Polskim Radiu o kulturę języka, o poziom i jakość wypowiedzi antenowych dbamy na co dzień. Mam nadzieję, że dzisiejsza sesja tylko umocni to wrażenie i pozwoli Polskiemu Radiu nadal nosić dumne miano prawdziwej świątyni słowa mówionego. Bardzo dziękuję i proszę teraz o zabranie głosu patrona naszej sesji, przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, pana Jana Dworaka.

” Istota kultury tkwi w języku –  
takim, jakim się posługujemy.



Jan Dworak



## Minister Jan Dworak – przewodniczący Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji

Szanowni państwo, ja może odczuwam mniejszy respekt przed gronem profesorskim niż pan prezes Polskiego Radia, ale to wynika tylko z przyczyn osobistych. Po prostu tak się kiedyś złożyło w historii, że studiowałem z panem profesorem Andrzejem Markowskim, byliśmy w jednej uniwersyteckiej grupie, więc z tego powodu liczę, że będzie mnie przepytywał łagodnie.

Sprawy związane z językiem i jego rolą w życiu społecznym są niesłychanie ważne, podstawowe. Pan profesor Markowski przez ostatnich kilkadziesiąt lat specjalizował się w tym, żeby przypominać, jak istotna jest rola języka, i dziś również będzie mówił o tym na pewno w sposób niesłychanie kompetentny. Ja chciałbym powiedzieć tylko o jednej rzeczy, przywołując przykład Herty Müller. To jest, jak wszyscy wiemy, laureatka Nagrody Nobla, Niemka, która wychowywała się w Rumunii, w miejscowości, w której żyła społeczność niemiecka. W jednym z esejów pisze ona, że mieszkańcy, ci niemieckojęzyczni Rumuni, a właściwie Niemcy, zastanawiali się, gdzie jest istota ich kultury. Byli na obczyźnie, więc dość szybko doszli do wniosku, że istota kultury mieści się właśnie w języku, w kultywowaniu języka niemieckiego. Wydaje się to stwierdzeniem dosyć banalnym, bo jest jasne, że jak ktoś mieszka w otoczeniu innojęzycznym, to jego język jest podstawą tego, żeby mówić o swojej własnej rodzimej kulturze. Jednak za tym kryje się głębsza myśl: ważne jest nie tylko, jakim językiem się posługujemy, ale też jak się nim posługujemy. Język określa na różne sposoby, jaka jest nasza kultura.

**” Istota kultury tkwi w języku – takim, jakim się posługujemy.**

Przechodziliśmy przez ostatnich dwadzieścia lat różne okresy zmian obyczajowych, bardzo gwałtownych, bardzo szybkich; język podlegał też rozmaitym zmianom, które jak zawsze w języku nie są przecież do opanowania, ponieważ są sumą wielu spontanicznych działań środowiskowych, pokoleniowych. Nie zawsze były to zmiany, które przemawiają na korzyść klasycznego języka polskiego. Warto wziąć pod uwagę, że w zależności od tego, jak mówimy, tak myślimy, tak kształtujemy kulturę, z której będą czerpać inni. Istota kultury tkwi w języku – takim, jakim się

posługujemy, poczynając od składni. Wielką zasługą Polskiego Radia jest to, że podnosi poziom języka polskiego.

Warto też powiedzieć o tym, co obserwujemy na pewno w życiu politycznym (nie wiem, jak dalece zjawisko to jest obecne w Polskim Radiu), że istnieje język oficjalny i język prywatny. W języku używanym w mediach staramy się coraz bardziej, na szczęście, przestrzegać wszystkich zasad związanych nie tylko z poprawnością, ale – szerzej – z kulturą języka polskiego. W życiu prywatnym bywa różnie, bo w życiu prywatnym czasami jest więcej emocji i wyrażamy je za pomocą dosadnych wyrażeń. Chciałbym w związku z tym wygłosić apel w języku obcym: *Verba docent, exempla trahunt* – *Słowa uczą, przykłady pociągają*. Pamiętajmy o tym, że wszystkie słowa, które padają z anteny, o tyle mają siłę, o ile są poświadczone naszym osobistym zachowaniem również w sytuacjach nieantenowych, a więc i prywatnych. Im mniej hipokryzji, tym lepiej dla życia publicznego i języka polskiego. Mam nadzieję, że tak właśnie się będzie działo coraz częściej. Dziękuję bardzo.

**Andrzej Siezieniewski:** W części inauguracyjnej naszą sesję przewidziane są jeszcze dwa wystąpienia. Proszę teraz o zabranie głosu pana Krzysztofa Lufta, członka Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

”

Media publiczne mają dzisiaj największy wpływ na kształtowanie postaw językowych, być może większy niż szkoła i dom.



Krzysztof Luft

## **Minister Krzysztof Luft – członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

Bardzo dziękuję, panie prezesie, ale prawdę mówiąc, jestem całkowicie zaskoczony. Chciałem wszystkie swoje uwagi i myśli dotyczące tego, jaka jest rola mediów i jakie mam refleksje na ten temat, przekazać w trakcie panelu, w którym będę uczestniczył w końcowej części. Mogę tylko zasygnalizować, że oczywiście będzie to dotyczyło przede wszystkim kwestii mediów publicznych, bo one mają chyba dzisiaj największy wpływ na kształtowanie postaw językowych, być może większy niż szkoła i dom. W świecie mediów, wiemy, nie dzieje się pod tym względem najlepiej, ale nie możemy zrobić niczego innego niż budowanie pewnej alternatywy, którą są właśnie media publiczne.

Dobrze, że akurat spotykamy się w tej sprawie w radiu publicznym, bo radio publiczne jest taką instytucją, o której na ten temat można powiedzieć najwięcej dobrego. Ale jest też telewizja publiczna, są inne media, o tym – pozwoli pan prezes – będę mówić, konfrontując moje przemyślenia z innymi uczestnikami panelu, w drugiej części konferencji. Dziękuję bardzo.



**Media publiczne mają dzisiaj największy wpływ na kształtowanie postaw językowych, być może większy niż szkoła i dom.**

**Andrzej Siezieniewski:** Dziękuję bardzo. Usłyszenie nawet tych kilku pozytywnych zdań na temat roli Polskiego Radia w dbaniu o kulturę wypowiedzi to już wartość sama w sobie. Bardzo dziękuję, panie ministrze. Proszę teraz o zabranie głosu pana profesora Andrzeja Markowskiego, przewodniczącego Rady Języka Polskiego przy Prezydium Polskiej Akademii Nauk.



Andrzej Markowski

## **Prof. Andrzej Markowski – przewodniczący Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN, Uniwersytet Warszawski**

Dzień dobry, serdecznie wszystkim państwa witam. Teraz występuję jako przewodniczący Rady Języka Polskiego; za chwilę wystąpię w roli językoznawcy. Przede wszystkim bardzo serdecznie dziękuję Polskiemu Radiu, że podjęło się wspólnie z Radą Języka Polskiego organizacji tej sesji. To, że jest ona potrzebna, widać po wypełnionej po brzegi sali. Wiem też, że wiele osób już nie mogło się dostać na tę sesję, zainteresowanie jest bardzo duże. Świadczy to o tym, że przynajmniej pewne kręgi społeczeństwa przywiązują dużą wagę do języka, do jakości polszczyzny.

Mam nadzieję, że dzisiejsza sesja pozwoli pokazać, jaki jest stan polszczyzny w mediach (czy w środkach przekazu), czy coś można zrobić, i pomoże to robić. Bardzo liczę na to, że oprócz krótkich referatów odbędą się dłuższe dyskusje. Ucieszyłem się niezmiernie, kiedy zobaczyłem, że na każdy referat jest przeznaczony 10 minut, na zagajenie właściwie, a na dyskusję 20 minut. To jest dobra proporcja. Niestety, bardzo często na różnych konferencjach, także naukowych, jest tak, że referat trwa 25 minut, a dyskusja 5 minut. Oczywiście nie chodzi o to, żeby przedstawiać tylko referaty, ale żebyśmy wszyscy tutaj dyskutowali i doszli do pewnych wniosków. Mam nadzieję, że wnioski te będą później realizowane. Życzę wszystkim, powiedziałbym, głębokiego przeżycia tej sesji i tego, żeby ona zaowocowała. Dziękuję.



**Przynajmniej pewne kręgi społeczeństwa przywiązują dużą wagę do języka, do jakości polszczyzny.**

**Andrzej Siezieniewski:** Dziękuję bardzo, panie profesorze. Kończymy część wstępną naszego spotkania. O poprowadzenie sesji poproszę dyrektora Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia, pana Piotra Lignara.





# REFERATY I DYSKUSJA





Piotr Lignar

## **Prowadzenie: Piotr Lignar, dyrektor Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia S.A.**

**Piotr Lignar:** Pozwoliłem sobie zająć to miejsce, ponieważ będę występował w roli może nie tyle moderatora tego spotkania, ile kogoś, kto będzie dyscyplinował mówców, żeby zachować proporcje, o których pan profesor wspominał. Bardzo nam zależy na państwa wypowiedziach i dyskusji. Cieszymy się, że państwo tak licznie nas zaszczylili swą obecnością. Wierzę, że dyskusja będzie miała dynamikę na miarę naszych oczekiwań.

Przypomnę zasady. Kto będzie mówcą, wiadomo z materiałów, które państwo otrzymali. Pierwszym będzie pan profesor Stanisław Jędrzejewski. Każdy z występujących rzeczywiście ma około 10 minut i apeluję, żeby wszyscy zachowywali ten czas. Później będą państwo mieli możliwość wypowiedzenia się w sprawach, które inspirowały te wystąpienia. Mikrofony są na sali dostępne w każdej chwili. W godzinach popołudniowych zapraszamy państwa na skromny lunch. Po lunchu nastąpi panel, o którym wspominał pan minister Luft. Myślę, że reguły naszego spotkania są jasne, więc nie pozostaje mi nic innego, jak tylko zaprosić pana profesora Stanisława Jędrzejewskiego, socjologa mediów, na mównicę. Proszę bardzo.



Stanisław Jędrzejewski

## Kulturotwórcza rola mediów publicznych na świecie

### Prof. Stanisław Jędrzejewski – przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia S.A.

Podczas wykładu inauguracyjnego, który otwierał konkurs Prix Italia w Turynie we wrześniu ubiegłego roku, szef BBC Trust, lord Patten, przypomniał znamienne słowa napisane tuż przed utworzeniem BBC przez założyciela korporacji, sir Johna Reitha: *Broadcasting represents a job of entertaining, informing and educating the nation, and should therefore be distinctly regarded as a public service*. Jakkolwiek brzmi to dzisiaj jak *credo* paternalizmu, to te właśnie słowa stworzyły podstawę działania mediów publicznych i do tej triady właściwie ciągle wracamy.

Skandale obyczajowe, które w kilku ostatnich latach wstrząsnęły BBC, paradoksalnie skłoniły lorda Pattena do spojrzenia wstecz, a zatem do powrotu do źródeł, i oświadczenia, że właściwie dzisiaj nadawcy publiczni powinni w całości odrzucić gatunki programowe kojarzone z sektorem komercyjnym mediów i skoncentrować się na informacji, kulturze artystycznej, w tym sztuce, oraz edukacji kulturalnej, i we współpracy z różnymi organizacjami, instytucjami artystycznymi, na przykład muzycznymi, jak muzea, galerie sztuki – wykorzystując oczywiście nowe technologie, zwłaszcza Internet – rozwijać tylko treści i gatunki tradycyjnie kojarzone z kulturotwórczą rolą mediów.



**Telewizja i radio publiczne zastępują wiele instytucji, które nie spełniają funkcji niezbędnych w prawidłowym funkcjonowaniu demokratycznego państwa.**

Ale – wszyscy wiemy – powrót do źródeł nie jest wcale taki prosty i łatwy. Gdy na początku lat dziewięćdziesiątych, na fali tendencji neoliberalnych i w wyniku deregulacji, telewizyjne i radiowe organizacje publiczne straciły zajmowaną pozycję monopolistyczną, to okazało się, że ich misja społeczna, obejmująca również kulturę, jest mało precyzyjna, a plany strategiczne dość mgliste. Stacje komercyjne spełniają dziś wiele oczekiwań widzów i słuchaczy, należało więc na nowo określić tę misję. Czy mają pełnić funkcję dopełniającą ofertę innych telewizji i radiofonii, zwłaszcza komercyjnych,

czy też funkcję autonomiczną? Jak odpowiedziały na nową sytuację wtedy, gdy pojawili się konkurenci komercyjni, i jak to wygląda dzisiaj?

W statutach oraz kartach praw i obowiązków nadawców publicznych spotkać można wiele zapisów dotyczących przekazów związanych z kulturą, w tym z kulturą artystyczną, a także z różnorodnością programu, pluralizmem programowym, zapisów obejmujących na przykład języki mniejszościowe czy nawet dialekty regionalne. Koncepcja mediów, funkcji mediów publicznych, może być również rozumiana jako rodzaj pedagogiki społecznej czy narodowej, w tym przykładowego, poprawnego posługiwania się językiem. Tu przykładem jest tradycja angielskiego Oxbridge.

W niektórych krajach Europy Środkowo-Wschodniej do tego katalogu funkcji, jaką powinny spełniać media publiczne, dodaje się jeszcze inną. Telewizja i radio publiczne zastępują wiele instytucji, które nie spełniają funkcji niezbędnych w prawidłowym funkcjonowaniu demokratycznego państwa. Dotyczy to również instytucji kultury, z których finansowania wycofało się państwo.

Wszelkie funkcje, które mają do spełnienia telewizja i radiofonia publiczna, schodzą jednak na plan dalszy w warunkach działania systemu dualnego, gdzie obok publicznego pojawia się sektor komercyjny, a emisja wielu pozycji o charakterze edukacyjnym i kulturalnym okazuje się po prostu przeszkodą w docieraniu do szerokiej publiczności. Oczywiście w mediach publicznych, szczególnie w telewizji, widoczna jest polityka zmniejszania oferty, nawet likwidacja, na przykład programów artystycznych, mimo że wymagania koncesyjne i ustawowe stawiają je na równi z innymi.

Jest to związane z poziomem finansowania ze środków publicznych tych organizacji. Również w Polsce mamy do czynienia z tym problemem. Chodzi o to, by media publiczne uzyskały gwarancję pewności, przewidywalności finansowania, by uniknąć wchodzenia w rynkowe kompromisy programowe. Oczywiście sytuacja telewizji jest zupełnie inna niż radia. W telewizji sytuacja wymusza tak zwaną monetyzację programu; w przypadku radia takiego zjawiska, na szczęście, nie ma.

Funkcję ściśle kulturotwórczą i funkcję edukacji kulturalnej – sądząc po wynikach badań odbioru – dostrzegają dzisiaj nieliczni odbiorcy, ale to nie oznacza, że media publiczne takich funkcji nie spełniają. Przecież i publiczne radio, i telewizja „żywią się” oprócz informacji właśnie literaturą, muzyką, w tym poważną, a więc tymi dziedzinami działalności symbolicznej człowieka, którą zwykło się utożsamiać z kulturą wyższą. Zapewne jednak dla przeciętnego odbiorcy nadawane przez media treści o charakterze

kulturalnym czy artystycznym nie wiążą się ze sferą doznań estetycznych i intelektualnych i są kwalifikowane jako, po prostu, rozrywkowe. Istnieje też ze strony nadawców tendencja do upraszczania treści należących do kultury elitarnej.

Jeśli media publiczne mają realizować taką koncepcję kulturotwórczej funkcji publicznego radia i telewizji, w myśl której na tych instytucjach spoczywałby obowiązek nie tylko zaspokajania potrzeb kulturalnych, ale równocześnie rozbudzania aspiracji kulturalnych bądź nieuświadomionych potrzeb wyższego rzędu, a także edukacji kulturalnej, należy przyjąć takie rozwiązania, by po pierwsze: słuchaczowi czy widzowi opłacało się takie aspiracje i potrzeby posiadać; oraz po drugie: by miał możliwości ich zaspokojenia. A zatem trzeba tu przyjąć zasadę minimalizacji kosztów własnych odbiorców.

Dzisiaj znaleźliśmy się w zupełnie nowym środowisku technologicznym, którego konsekwencją jest fakt, że zarówno w ekonomii, jak i kulturze odchodzi się od reguły *push*, czyli reguły *pchnij*. Gdy przedsiębiorstwa funkcjonują na podstawie analizy popytu na rzecz gospodarki i kultury typu *pull* - *przyciągnij*, rozwijają się dzięki ekspansji nowych mediów, wychodząc naprzeciw potrzebom odbiorców i użytkowników. Ale dzięki nowym mediom interaktywnym przyciąganiu dóbr kultury towarzyszy „wypychanie” treści własnych lub przetworzonych przez ludzi. W tej sytuacji najważniejsze wydaje się dzisiaj, by media publiczne, wykorzystując nowe technologie, dostarczały użytkownikom narzędzi do tworzenia, przetwarzania i przekazywania własnych treści, własnej twórczości. Będzie to, jak pisał przed laty profesor Wiesław Godzic, *oddanie kultury obywatelom*, bardzo mi się podoba ten zwrot i to przekonanie, bo chodzi tutaj nie tylko o ułatwienie dostępu czy tworzenie warunków dostępu do kultury, ale o włączanie użytkowników, widzów, słuchaczy, odbiorców w proces tworzenia kultury. Dzisiaj odbywa się ono już w dużej części w przestrzeni wirtualnej, w sieci. A jak pisał Manuel Castells, *w sieci rodzi się obywatel*.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo, panie profesorze. Teraz mamy czas na rozwinięcie myśli, odniesienie się do poruszonych wątków, czas na dyskusję. Proszę bardzo, mikrofon jest do państwa dyspozycji. Kto z państwa chciałby zabrać głos? Ja myślę, panie profesorze, że pan zbyt wcześnie opuścił mównicę, bo wypowiedzi będą się odnosiły też do pańskiego wystąpienia i do pana bezpośrednio. Proszę państwa, aż mi się nie chce wierzyć, żeby tak wielowątkowe wystąpienie nie zawierało żadnych elementów inspirujących

do wypowiedzi. Pan profesor Godzic postuluje, żebyśmy dopiero po kilku wypowiedziach mieli okazję do zabrania głosu. To w duchu dyscypliny czasu, której jestem strażnikiem. Myślę, że państwo zgodzą się na takie rozwiązanie. W takim razie proszę bardzo: następny mówca – pan profesor Andrzej Markowski, w innej nieco roli, niż go już dzisiaj słyszeliśmy.





” Nastąpiło rozchwianie tradycyjnej zasady *decorum*,  
polszczyzna potoczna zdominowała przekaz  
medialny.



Andrzej Markowski

## Norma językowa obowiązująca w mediach

### Prof. Andrzej Markowski – przewodniczący Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN, Uniwersytet Warszawski

W streszczeniu mojego wystąpienia, które przekazałem organizatorom, określiłem jego temat wężej, niż zostało to zapisane w programie sesji. Pisałem tam mianowicie o normie językowej w Polskim Radiu, jednak nie sądzę, by rozszerzenie zakresu tematycznego na inne tradycyjne media mówione (wyłączam z tych rozważań język w prasie i w Internecie jako odrębne zagadnienia) spowodowało zasadniczą zmianę konstatacji i wniosków.

Wszystkie media w ciągu ostatnich dwudziestu pięciu lat podlegały przecież, być może w niejednakowym stopniu, zmianie paradygmatu kulturowego. Dominującą rolę zaczęła odgrywać kultura masowa, co spowodowało także gwałtowne zmiany w języku, wszyscy o tym wiemy. Najwyrazistsze jest to w zakresie normy stylistycznej: nastąpiło zachwianie, czy rozchwianie, tradycyjnej zasady *decorum*, polszczyzna potoczna zdominowała przekaz medialny. Nazwanie *pani minister – szefową resortu*, określenie *oszustwa na wielką skalę* jako *przekreću*, stwierdzenie, że *jakiś plany się zawaliły*, stały się normalnym sposobem przekazywania informacji w mediach.



**Nastąpiło rozchwianie tradycyjnej zasady *decorum*, polszczyzna potoczna zdominowała przekaz medialny.**

Używanie dużej liczby wyrazów zapożyczonych, nieraz ze slangu PR-owskiego, zmiany tradycyjnych związków składniowych, a także widoczne zmiany w zakresie wymowy spowodowały – oprócz pozytywnego przyjęcia przez dość liczne grupy słuchaczy i widzów – także protesty i głosy zaniepokojenia wcale niemałej grupy odbiorców mediów. W połączeniu z tym, że współcześnie inne niż dawniej wartości ceni się w medialnym przekazie językowym, spowodowało to, że nierzadkie są głosy, iż polszczyzna mediów, a także polszczyzna publiczna w ogóle, znajduje się w kryzysie.

Nie należy tych odczuć lekceważyć, zwłaszcza że jednocześnie w pewnej części społeczeństwa, niechby to było 20 procent, ale jest to najlepsze 20 procent..., więc w odczuciu pewnej części społeczeństwa istnieje silna potrzeba poszukiwania i znalezienia wzorca dobrej polszczyzny.

W tej sytuacji uważam, iż podstawową funkcją języka środków przekazu, w tym języka radia, zwłaszcza radia publicznego, powinna być funkcja stabilizacyjna. Polegałaby ona na propagowaniu określonych, sprecyzowanych norm językowych obowiązujących w różnych typach sytuacji komunikatywnych obecnych w przekazach radiowych. W popularnych przecież w dalszym ciągu programach językowych w radiu widać, coraz częściej wyrażaną przez słuchaczy, potrzebę jasnego, wyrazistego skodyfikowania przynajmniej części kwestii językowych, czyli ustabilizowania normy. W obecnym stanie świadomości językowej w polskim społeczeństwie należy w przekazach medialnych zachować wzorec językowy oparty na normie wysokiej. Ważne postulaty to na przykład w zakresie wymowy utrzymywanie tradycyjnego akcentu typu *robiliśmy*, *chcieliśmy*, *fizyka*; utrzymywanie tradycyjnej intonacji zdania twierdzącego: opadającej, a nie pytającej; odmiana rzeczowników, odmiana nazwisk, stosowanie takich form, jak *meczów* czy *koców*, a nie *meczy* czy *kocy*; przestrzeganie tradycyjnej składni, na przykład z wyrazem *procent*; czy odmiana rocznika, w którym jesteśmy: *dwa tysiące czternasty*, a nie *dwutysięczny czternasty*; mówienie: *przeznaczony dla*, a nie *dedykowany czemuś*; unikanie sformułowań, które na przykład są masowe w Telewizji Polskiej: *hokej liga* (*Wczoraj grała Hokej Liga Polska*) zamiast *liga hokejowa*.

Spełnię tu oczekiwania tych Polaków, dla których język jest wartością, a te grupy, którym jest wszystko jedno, jakim językiem się do nas mówi, którym wystarcza *jakoś*, a nieważna jest *jakość*, te grupy nie będą pokrzywdzone, bo nawet nie zauważą, że coś się zmieniło, a coś zmienić trzeba. W praktyce chodzi tu o dwa typy działań. Pierwszy jest ważniejszy; chodzi o to, by wszyscy dziennikarze i dziennikarki, oraz inne osoby „dziennikarzopodobne” występujące zawodowo w radiu i telewizji, mieli odpowiednie – nazwijmy to – certyfikaty językowe. Dla dziennikarzy mówiących jest to karta mikrofonowa. Instrument, który, jak można sądzić, dobrze się sprawdził. Rolą osób na stanowiskach kierowniczych, od tych najniższych, powinno być sprawdzanie tego, czy ich podwładni i podwładne mają językowe uprawnienia do wystąpień publicznych. Jeżeli to nie będzie egzekwowane, to nie będzie można mówić o normotwórczej roli mediów.

Realne jest osiągnięcie tego w mediach publicznych. Zdaję sobie sprawę, że wymaganie tego od mediów prywatnych nie leży w kompetencji żadnego organu, który miałby rzeczywisty wpływ na takie media. Można jednak sobie wyobrazić cykliczne, stałe językowe audycje satyryczne w mediach

publicznych, w których cytowano by i komentowano (podając, jeżeli trzeba, formy poprawne) także najgorsze językowo wystąpienia radiowe czy telewizyjne dziennikarzy i dziennikarek mediów komercyjnych.

Czy można wymagać odpowiedniego poziomu językowego od zaproszonych gości? Oczywiście w ograniczonym zakresie, szczególnie przy przekazie bezpośrednim, jednakże w programach nagrywanych, zwłaszcza radiowych, możliwości montażowe są ogromne i pozwalają wyeliminować z zapisu najgorsze błędy. Mam tutaj doświadczenia chociażby z ostatniego Dnia Dobrej Polszczyzny, kiedy redaktor Małgorzata Kownacka dokonywała cudów z nagraniami słuchaczy, które trwały 2 minuty, a z tego na antenę poszło 25 sekund jako piękna wypowiedź: jednolita stylistycznie, bez żadnych błędów. Oczywiście to wymaga pracy, ale można to zrobić i można tak przedstawić słuchacza, żeby było to językowo poprawne.

Należy też dbać o poprawność językową reklam. Zajmowała się tym kiedyś jednostka w telewizji publicznej, z panią redaktor Marią Dolacką, która mogłaby wiele powiedzieć na ten temat, o tym, jak rzeczywiście można powstrzymać emisję reklam niepoprawnych językowo.

Drugi typ działań to oczywiście programy radiowe i telewizyjne poświęcone polszczyźnie. Będę uznany za lobbyistę własnej grupy zawodowej (a czemu nie?), jeśli powiem, że w moim odczuciu programów takich, zwłaszcza w telewizji, jest stanowczo za mało. Gdzie te czasy, kiedy audycje na żywo poświęcone polszczyźnie trwały w radiu kilkadziesiąt minut, a nawet więcej? Podobno to nuda, nie do słuchania, ale nie pamiętam sytuacji, żeby w którejkolwiek z takich audycji zabrakło telefonów od słuchaczy. Głęboko nie zgadzam się z tezą, że w radiu można słuchać pięciominutowej piosenki, ale audycja językowa może mieć tylko sto sekund albo dotyczyć jednego słowa. Prowokacyjnie powiem: podejmuję się przy pomocy mojej radiowej siostry, redaktor Małgorzaty Tułowieckiej, poprowadzenia sześciogodzinnej audycji poświęconej polszczyźnie, z udziałem słuchaczy i zaproszonych gości niejęzykoznawców, na żywo, przeplatanej z rzadką muzyką, a jeśli z piosenkami, to wyłącznie polskimi, dobrymi, w Pierwszym Programie Polskiego Radia, i to nie między północą a szóstą rano. Oczywiście z wiadomościami czy aktualnościami, radiem kierowców, wiadomościami sportowymi, jeśli będzie taka konieczność. I nie boję się oceny słuchaczy, nawet tych młodych, rzekomo niezainteresowanych polszczyzną.

W tytule mojego wystąpienia jest sformułowanie: norma językowa obowiązująca w mediach. Otóż to *obowiązywanie* powinno się odczytywać

jako *zobowiązanie* – stałe i bezwzględne – do szerzenia w mediach normy wysokiej. Ale żeby to nastąpiło, trzeba, by wśród decydentów mediów dokonał się przełom w myśleniu o wartości polszczyzny. Jeżeli ci, którzy decydują o kształcie programów w mediach i ich formie językowej, nie rozumieją potrzeby sanacji językowej mediów, to nasze wysiłki, szaraczków, będą tylko przynosiły rezultaty w postaci kolejnych sesji, konferencji, dni i sekund polszczyzny, z których nic dalej nie będzie wynikać. Oł, sztuka dla sztuki albo wołanie na puszczy. Dziękuję.

**Piotr Lignar:** Dziękuję, panie profesorze. Przyjmujemy postulat stworzenia tej audycji, a czy będzie to sześć godzin – to pan prezes podejmie taką decyzję. Natomiast proszę się nie martwić, gdyby to przypadło w godzinach, które pan przywołał, kto wie, czy nie byłoby to jakieś wyjście, ponieważ o tej porze – jak z naszych badań wynika – wprawdzie audytorium nie jest zbyt liczne, ale złożone ze słuchaczy bardzo uważnych. I teraz się trzeba zastanowić, czy chodzi nam o dotarcie do szerokich mas, czy dotarcie do tych, którzy słuchają nas uważnie. Kto wie, czy te godziny nie byłyby lepsze niż te, w których wprawdzie jest liczne audytorium, ale jednak skupiające uwagę na różnych innych elementach otoczenia, a nie zawsze na tym, o czym mówimy.



Powinniśmy wszyscy propagować dobrą polszczyznę wśród wszystkich występujących na antenie.



Małgorzata Tułowiecka



## Najczęstsze błędy językowe popełniane w radiu i telewizji

**Red. Małgorzata Tułowiecka – Polskie Radio S.A., Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN**

Proszę państwa, powiem o błędach i pewnych tendencjach, o tym, co można zaobserwować, słuchając radia, i to nie tylko naszego, publicznego, i oglądając telewizję, też nie tylko publiczną. Brałam pod uwagę przede wszystkim programy informacyjne i publicystyczne.

Jak państwo już wiecie, nie jestem naukowcem, ale praktykiem. Audycje w radiu przygotowuję od czterdziestu lat. Pierwszego lutego minęło czterdzieści lat i będą to w związku z tym spostrzeżenia oparte na moich własnych doświadczeniach jako słuchacza, jako widza, a także autorki audycji kontaktowych, w których słuchacze przekazują opinie dotyczące właśnie języka mediów, o czym wspominał profesor Andrzej Markowski. Jestem również od wielu lat członkiem Komisji Kart Mikrofonowych. Komisja Kart Mikrofonowych także ma pewne obserwacje dotyczące polszczyzny.



**Powinniśmy wszyscy propagować dobrą polszczyznę wśród wszystkich występujących na antenie.**

Moje spostrzeżenia będą również oparte na uwagach omawianych w naszych wewnętrznych wydawnictwach, czyli poradnikach językowych Polskiego Radia „Od Słowa do Słowa”. Pan prezes wspominał o tych poradnikach; są one opracowywane przez Annę Limont i Tomasza Beredę. Proszę państwa, wiadomo, język się zmienia, zmienia się słownictwo, składnia, wymowa. Zaczynamy odmieniać wyrazy do tej pory nieodmienne, a także zaczynamy nie odmieniać wyrazów, które do tej pory były odmieniane. Jednak uważam, że w radiu, w telewizji, które dla wielu odbiorców stanowią ciągle pewien wzorzec do naśladowania, staranność i świadomy wybór form językowych są szczególnie wskazane. Błędy językowe, oczywiście, pojawiają się też w wypowiedziach zaproszonych gości. Pojawiają się w reklamach – reklamy mają ogromny wpływ na nasz język. Ja przede wszystkim się skupiałam na wypowiedziach dziennikarzy, bo to jest dla nas najważniejsze.

Jak już było wspomniane, zmienia się wymowa, niekorzystnie, na przykład wyrazów zakończonych na *-ą* typu: *robią, siedzą, piją*. Już pomijam,

że zdarzają się dziennikarze mówiący: *rękom, nogom, pijom, siedzom*, ale pojawia się też końcówka *-ot*: *siedzoł, pijoł*, co jest o tyle istotne, że nie wszyscy to słyszymy. Jeżeli ktoś powie *idom*, to *cha-cha-cha*, jak on mówi, ale jeżeli powie *idoł*, to już nie wszyscy zauważamy, że to jest niedobrze. A taka wymowa bardzo się szerzy w tej chwili. Nie będę teraz wiele mówiła o akcentowaniu, bo pan profesor już poruszył ten temat. Jednak ciągle powinniśmy w radiu i w telewizji akcentować poprawnie: *polityka*, *matematyka*, *siedzieliśmy*, *robiliśmy*, a nie jak coraz częściej słyszymy: *siedzieliśmy*, *robiliśmy*, *polityka*, *matematyka* i tak dalej, i tak dalej.

Chciałabym także zwrócić uwagę na końcówkę celownika w liczbie mnogiej. Słyszymy: *utrudnić kierowcą; ktoś dziękował amerykańskim dyplomatom*. To jest jakaś plaga i, biję się w piersi, sama tej pladze uległam. W ostatniej audycji na żywo, w „Poradniku językowym”, na samo zakończenie, kiedy już właściwie straciłam kontrolę nad tym, co mówię, podziękowałam *sluchaczom*. Jest mi ogromnie wstyd za to właśnie. Przeraziłam się, okropnie się przeraziłam. Usłyszałam to i natychmiast się poprawiłam. Pomógł mi obecny tutaj pan profesor, który był wówczas w studiu, a także Agnieszka Kunikowska, uratowaliśmy sytuację, mam nadzieję.

Źle akcentujemy liczebniki: zamiast poprawnego *osiemset* – *osiemset*, zamiast *siedemset* – *siedemset*. Z kolei wymowa *piętnaście*, bardzo wytworna, pojawia się, nie wiedzieć czemu, zamiast *piętnaście* (pis. *piętnaście*). Pan profesor wspomniał już o tym, że mamy kłopoty z odmianą. Coraz częściej przestajemy odmieniać nazwiska polskie zakończone na *-o*. A jednak trzeba je odmieniać: *spotkałam się z Janem Ziobrą*, a nie z *Janem Ziobro*. Tak samo nazwiska zakończone na *-e* typu *Paszke*, *Sztompke*. Odmieniamy je? Chyba nie. A jednak nikt nie powie: *słownik Linde*. *Słownik Lindego*, prawda? Inne problemy dotyczące odmiany: *sto gram* zamiast poprawnego *sto gramów*. Nagminne. O *procencie* pan profesor wspomniał. Oczywiście: *pięć i trzy dziesiąte procenta*, *półtora procenta* zamiast poprawnych form *półtora procent*, *pięć i trzy dziesiąte procent*.

Szerzą się formy, których ja nie lubię, przejęte z języka potocznego typu: *wysyłać SMS-a*, *mejla*. Jednak w Polskim Radiu lansujemy formy: *wysyłać SMS*, *wysyłać mejl*. *Jesteśmy teraz na Facebook* – mówi jedna dziennikarka, a inna: *Możecie odwiedzać naszego Facebooka*. Okropne. *Sos ze szpinaka*. *Mam smaka na kurczaka* – to już z reklam, ale to jest groźne, bo przenika do języka, którym się posługujemy prywatnie i potocznie, ale także do języka mediów. Sama słyszałam niedawno, jak jedna dziennikarka, na szczęście nie w Polskim Radiu, powiedziała: *Narobił mi pan smaka* w rozmowie z jakimś gościem

na tematy kulinarne. *Narobił mi pan smaka* – nie wiem, czy się przejęzyczyła, tak jak ja z tym *sluchaczą* zamiast *sluchaczom*, czy po prostu uważa, że to już powinno tak być. Łączenie wyrazów: *za około pięć minut* zamiast *mniej więcej za pięć minut*. *Okolo sto* zamiast *około stu*. Kłopoty z celownikami: *Szybowcu odchylają się skrzydła* zamiast *szybowcowi*. Boimy się tego celownika, prawda? *Tylko Warszawie i Białemustoku wyraźnie przybywa mieszkańców*.

Z kolei ekspansja przyimka *dla*: *Bardzo polecam tę książkę nie tylko dla tych, którzy...* Nie wiem, dlaczego *dla tych*, a nie *tym*. W wielu konstrukcjach się szerzy. Czasowniki to w ogóle jest problem, wiadomo. *Poszukiwać czego, używać czego, potrzebować czego*. Cały czas słyszymy: *używać co, poszukiwać co*, no może nie cały czas, ale w każdym razie w wypowiedziach wielu dziennikarzy również. *Wybrać prezydentem* – tak słyszymy. Już prawie nikt nie mówi: *wybrać na prezydenta*. Cały czas słyszymy: *uznać najlepszym aktorem*. Powinno być oczywiście: *uznać za najlepszego aktora*.

Pominę już, bo „rozwijam się za bardzo”, inne przykłady, ale podam parę nieudanych konstrukcji z imiesłowami, bo imiesłowowy to jest oddzielny problem. *Sprawdziła, dlaczego pływając w kajaku, zawsze jest szansa na to, aby odkryć coś nowego*. To tak, jakby ta szansa pływała. *Czy wchodząc na ten festiwal, będzie sprawdzana metryka urodzenia?* No przecież to nie metryka będzie wchodziła. *Jadąc samochodem, wyskoczyła sarna*. To kto jechał tym samochodem? Sarna jechała tym samochodem? Oczywiście, to zabawne konstrukcje, ale jednak są to konstrukcje błędne. Takie też jest zdanie: *W ostatnim tygodniu drożał już nie tylko autogaz, ale także olej napędowy, a wszystko – uwaga! – dzięki napiętej sytuacji w Syrii*. Nie z powodu, nie wskutek, ale dzięki. Napięta sytuacja nie jest przecież czymś pozytywnym.

Konstrukcje zaprzeczone: *jakby nie było* zamiast *jakkolwiek by było*. *Jakby nie patrzeć, gdzie by nie patrzeć* uważane są za rusycyzmy, panie profesorze? Właśnie. Inne stare rusycyzmy: *póki co* zamiast *na razie, tymczasem; tym niemniej* zamiast *niemniej jednak*. Rosyjska składnia się zdarza, już chyba językoznawcy się z tym pogodzili. *Nie w tym miesiącu, a dopiero we wrześniu mamy poznać decyzję rządu* zamiast *Nie w tym miesiącu, ale, lub, lecz we wrześniu* i tak dalej. Liczebniki zbiorowe: *dwadzieścia dzieci* zamiast *dwadzieścioro dzieci*.

Frazeologia: *zawieszenie broni* bywa modyfikowane na *zawieszenie ognia*. Bardzo często słyszałam. Mówiono także niedawno o *zawieszaniu konfliktów, zawieszeniu naszej pracy*. Taki frazeologizm bardzo mi się spodobał: *Dziewczyna jest warta świeczki*. Myślę sobie: *dziewczyna jest warta świeczki?* Ho, ho! *Dziewczyna jest warta grzechu*, oczywiście, oraz *gra jest warta świeczki*. Komuś się to połączyło i wyszło: *dziewczyna jest warta świeczki*. Będę do tego

wracał jak pijany do płota – mówi ktoś. Wiemy: trzymać się – kogo? czego? – jak pijany płotu, oczywiście. Proszę państwa, smalić cholewki zmieniło się w smarować cholewki, no bo kto wie, co znaczyło: smalić cholewki?

Słyszeliśmy ostatnio o przysłowiowych podwójnych toaletach w Soczi. Nie tylko, że one były podwójne, ale o przysłowiowych podwójnych toaletach. Inne przykłady z przymiotnikiem przysłowiowy: *Tam przysłowiowe światło dzienne może być. Nie należy czekać, aż spadnie nam przysłowiowa maca z nieba albo gwiazdka.*

Wyrazy zmieniają znaczenia, rozszerzają znaczenia. *Kondycja* – już wiadomo, może być kondycja wszystkiego. Jeszcze do niedawna to była tylko *kondycja* związana z organizmem człowieka czy zwierzęcia, a teraz jest: *kondycja literatury, kondycja społeczeństwa*. Zresztą najnowsze słowniki akceptują już rozszerzenie treści tego rzeczownika, ale słownik poprawnej polszczyzny zaleca jednak jako lepsze słowa: *sytuacja, stan. Dywagacje, dywagacje* – kto jeszcze pamięta, że *dywagacje* to jest *mówienie rozwlekle, nie na temat?* Wszyscy dywagują, myśląc, że rozważają, rozumują, a nie zdają sobie sprawy, że właśnie mówią nie na temat. A mówią czasami nie na temat, więc bardzo mnie to bawi, jak ktoś się nadmie i mówi, że dywaguje. Rzeczywiście dywaguje, ale nie wie o tym, że dywaguje. Następny przykład: *dedykowany. Krem dedykowany dla cery suchej*. Wszystko dedykujemy. *Ekskluzywny* w tej chwili to już tylko *na wyłączność*, a nie jak dotąd: *elitarny, luksusowy, elegancki. Ekskluzywny wywiad* oznacza jedynie: *na wyłączność*. *Dzisiejsza piosenka dnia w naszej stacji to ekskluzywna, pierwsza w Polsce prezentacja utworu*. Czyli jaka? *Ekskluzywna*, czyli *elegancka?* *Luksusowa?* Czy tylko dla wybranych? *Festiwal. Festiwal pierogów, smaków, skromności, festiwal piękna, chamstwa i agresji, festiwal przepychu i intryg*. To wszystko zapisałam, słuchając radia, oglądając telewizję.

Inne przykłady: używanie obcojęzycznych cytatów, kalk językowych. *Mieć deal, event* czy *research*. Powiedzmy: *mapa drogowa*. O, słuchacze bardzo protestują przeciwko *mapie drogowej*. *Projekt*. Wszystko jest *projektem*. Rzadko, ale już się pojawia sformułowanie: *jest pięć do dziewiątej*. Przecież to jest kalka z języka angielskiego! Po polsku mówimy: *jest za pięć dziewiąta*, nie: *jest pięć do dziewiątej*, błąd. Różne inne anglicyzmy. Ktoś mówił o tym, że trzeba *konfirmować informacje* zamiast je *potwierdzać*. *Case Hoffmana* – dlaczego nie *przypadek?* *Face to face* – cały czas słyszymy zamiast *w cztery oczy*. No i – to nie dotyczy na szczęście naszego radia – pełno obcojęzycznych tytułów programów. *Project Runway, reality show, X-Factor, The Voice of Poland, Tylko muzyka. Must be the Music, Nowy dzień z Polsat news* (program informacyjny),

a dla dzieci – *Junior TV*. Ja rozumiem, że się kupuje licencje, to są formaty, ale te tytuły też oddziałują, według mnie, niekorzystnie na język ogólny. *Ustalilo to „Merkury” Polskie Radio* – co to jest za konstrukcja? *Ustalilo to Polskie Radio „Merkury”*. *Projekt Zima* albo *Polska Hokej Liga*, która się ostatnio pokazała, no, coś koszmarnego. Dlaczego to nie jest *Polska Liga Hokeja*? Tylko *Polska Hokej Liga*, jakaś nowość.

I oczywiście wtręty typu: *tak naprawdę, jakby, dokładnie, praktycznie*. Te wtręty często utrudniają odbiór tekstu, słuchacz skupia się na liczeniu, ile razy dana osoba powiedziała *tak naprawdę* w tym tekście, a już nie słucha tego, co ona chciała powiedzieć. No i oczywiście wyrazy i wyrażenia zbyt potoczne w sytuacjach oficjalnych. *Wkurzyć*. Eleganckie dziennikarki coraz częściej mówią, że coś je *wkurza, cholera*. Można już uznać, że to świetne słowo, nadające się na każdą okazję. *Ożeż ty* – jedna z dziennikarek bardzo elegancko ubrana od rana, szpilki, elegancka bluzka i *ożeż ty* mówi.

**Piotr Lignar:** Dobrze, że nie kończy.

**Małgorzata Tułowiecka:** Bo jest tak elegancka. Ktoś *robił w polityce*. *W Niemczech internauci ganiają polityków, którzy dopuszczają się plagiatów* i tak dalej. Można by było podać jeszcze wiele innych przykładów. Niektóre zabawne, inne mniej zabawne, niektóre błędy rażące, inne mniej rażące. Pewnie z niektórymi trzeba by się pogodzić. Nie wiem zresztą, być może państwo będą mieli swoje zdanie na ten temat. Ja uważam, że jednak język mediów powinien być wzorem i tego bardzo często oczekują od nas odbiorcy.

Oczywiście zdaję sobie z tego sprawę, że są różne stacje przeznaczone dla różnych odbiorców. W naszym radiu jest Program Drugi przeznaczony dla bardziej wyrobionego, kulturalnego słuchacza. Jest Program Czwarty przeznaczony dla młodego słuchacza. To jednak wcale nie znaczy, że dziennikarze występujący w tych programach mogą lekceważyć to, jak mówią. Powinniśmy, proszę państwa, wszyscy propagować dobrą polszczyznę wśród wszystkich występujących na antenie, nie tylko dziennikarzy, także wśród gości. Co zrobić z reklamami – to jest oddzielny problem. Tutaj chciałabym apelować do dziennikarzy oraz do kierowników pasm, do wydawców, żeby jednak zwracali uwagę nie tylko na treści, by pilnowali, żeby dana informacja nie tylko była bardzo krótka i treściwa, ale żeby była także poprawna. Dziękuję bardzo.



Uczestnicy: Jerzy Podracki, Wiesław Godzic,  
Małgorzata Zalewska, Małgorzata Tułowiecka,  
Joanna Luboń

## Dyskusja

**Piotr Lignar:** Dziękujemy bardzo. Rzeczywiście nadszedł już czas na nasze rozważania w szerokim rozumieniu tego słowa. Mam pytanie, które chciałem zadać wcześniej. To jest pytanie do państwa, wszystkich trojga występujących: Gdzie tkwią źródła największych zagrożeń? Gdzie te zagrożenia są najbardziej widoczne i jak my moglibyśmy im przeciwdziałać? Jest jasne, że radio publiczne ma misję zapisaną w ustawie i wypełnia tę misję, wierzę, najlepiej, jak może, to jest jedna z form walki o czystość języka. Oznaczenie zagrożeń jest chyba pierwszym krokiem we właściwą stronę. Jak państwo, nasi mówcy, odnieśliby się do tego pytania? Oczywiście, proszę również państwa o pytania, w każdej chwili jest możliwość włączenia się w ten dialog. Może najpierw pozwólmY odpowiedzieć panu profesorowi.

**głos z sali:** Może najpierw gościom?

**Piotr Lignar:** Proszę bardzo.

**Bogusław Nierenberg:** Uniwersytet Jagielloński. Otóż ostatnia prelektka użyła takiej osobliwej konstrukcji: *rozwinęłam się być może za bardzo*. Być może *rozwinęła się za bardzo*, mówiąc o *wyrobionym* słuchaczu, zawsze mi się wydawało, że ciasto się wyrabia, a nie słuchaczy, ale to jest niebezpieczeństwo, kiedy się jest strażnikiem ognia. Otóż względem języka możemy przyjąć dwie postawy: albo taką postawę, jaką przyjął profesor Markowski, który z pogodą patrzy na nas i na błędy, które popełniamy, albo też takiego strażnika świętego ognia: trochę więcej wiem i będę pouczać. Wydaje się, że w języku, każdym języku, winno chcieć się porozumieć, to jest podstawowa funkcja. Ten język powinien być urodziwy i piękny, jak mówił poeta: *Chodzi mi o to, aby język giętki powiedział wszystko, co pomyśli głowa*. Dwóch znakomitych profesorów, autorów najpopularniejszego słownika języka polskiego, Taszycki i Jodłowski... Kiedyś na jakimś spotkaniu zapytano profesora Taszyckiego: *Kto tak naprawdę zna reguły języka polskiego?* Profesor odpowiedział: *Jak to kto? Ja i profesor Jodłowski, ale pod warunkiem że jesteśmy razem* – ponieważ każdy z nich znał się na czymś innym. To jest niebezpieczeństwo pouczania nas, co jest normą, a co nie. Otóż wydaje się, że uczeni winni patrzeć, jak ten język się rozwija i być może próbować wskazywać nam: *Może idźmy inną drogą*, a nie: *Mów tak, bo to jest błąd*. Nie ma w języku polskim czasownika *włanczać*, a 99 procent naszych rodaków mówi

włanczać światło, ale być może za chwilę to będzie norma, ponieważ nasi rodacy tak mówią. To będziemy w takim razie przeciw temu protestować? Otóż nie.

Myślę sobie, że to jest praca nad językiem i chwała Bogu, że Polskie Radio taką piękną pracę wykonuje. Nie da się jednak tego zrobić z dziś na jutro. To jest praca rozpisana na wiele lat, na wiele pokoleń. Być może – tak jak powiedział profesor Markowski – tych audycji sześciogodzinnych, diabli wiedzą kiedy, powinno być znacznie więcej, ale właśnie w takiej formie, żeby to była anegdota. Kiedy widzę w Krakowie przy ulicy Jagiellońskiej: *wchód do mleczarni*, to zaczynam się zastanawiać, dlaczego mówimy *schody*, a nie *wchody*, prawda? Dlaczego tak się język ułożył? Jeżeli ktoś będzie w radiu opowiadał w ten sposób, anegdotą o języku, mówił o naszej tradycji, naszej historii i że może lepiej byłoby używać takiej formy, a nie innej, to ja będę tego słuchać z przyjemnością. I to jest powinność Polskiego Radia, która – mnie się wydaje – jest najważniejsza i najistotniejsza. Dziękuję bardzo.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo. Wróćmy do mojego pytania, jeśli można, panie profesorze.

**Stanisław Jędrzejewski:** Bardzo dobrze, że profesor Nierenberg poruszył tę kwestię. Ale to wiąże się również z odpowiedzią na pytanie dyrektora Lignara. Postawy wobec kultury – i popularnej, i elitarnej – są różne w przypadku mediów publicznych i w przypadku mediów komercyjnych. Nadawcy komercyjni, mówiąc w uproszczeniu, chcą, by media publiczne zostały odcięte od masowego audytorium, a konkurencję traktują jako zasadę. Inaczej mówiąc, chcą, by publiczni nadawcy trzymali się z daleka przede wszystkim od nowych mediów i jednocześnie nie wchodzili w obszar zarezerwowany dla kultury popularnej. Paradoksalnie to przekonanie podziela przynajmniej część elit kulturalnych, artystycznych, naukowych, traktując media publiczne jako własną świątynię, finansowaną właśnie ze środków publicznych, więc są też przeciwni wydawaniu pieniędzy ze źródeł publicznych na programy popularne właśnie. Siłą rzeczy wpycha się media publiczne w takie kulturalne getto – przeciwko czemu protestował nieżyjący już, niestety, Karol Jakubowicz, który mówił o modelu klasztornym mediów publicznych. W rezultacie media publiczne znajdują się w kleszczach założonych z jednej strony przez sektor komercyjny, z drugiej zaś przez elity kulturalne i intelektualne. Myślę, że nie ma żadnych przeciwwskazań, by media publiczne obejmowały swoim działaniem



również kulturę popularną. Ale powinny robić to, oczywiście, na odpowiednim poziomie jakościowym. To jest główna kwestia. Ale żeby to robić, muszą mieć pewność finansowania i odpowiedni poziom finansowania. A tego niestety nie ma. Wobec tego ciągle czekamy na uregulowania, które te zagrożenia, o których powiedziałem, zniosą.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo, panie profesorze.

**Andrzej Markowski:** Ja widzę zagrożenie takie: media publiczne nie mogą się ściągać z mediami komercyjnymi, bo wtedy schodzimy do najniższego poziomu. Założenie jest takie, że jak będziemy schlebiać najniższemu gustom, także językowym, to wtedy osiągniemy większą słuchalność, oglądalność, a wtedy dadzą nam więcej pieniędzy. I to się oczywiście kończy zawsze na pieniądzu. Zagrożeniem jest tutaj schlebienie najniższemu gustom, także językowym. Przejawia się w zbytnej potoczności czy właśnie traktowaniu wszystkiego na luzie, z humorem – zawsze musimy być tacy wyluzowani, jak to się teraz mówi. To jest jedna sprawa. Uważam, że powinno się trzymać odpowiedni poziom językowy w mediach, w mediach niekomercyjnych, nie zważając na to, jakie są trendy (jakby się mówiło w latach siedemdziesiątych) czy tendencje w mediach komercyjnych. Nie sądzę, żeby przez to straciło się słuchaczy.

To, co powiedziała redaktor Tułowiecka, co wywołało sprzeciw pana... Ja nie będę jej bronił, bo sama się wybroni, ale chodzi mi o to, że ona powiedziała to dla nas tutaj, a nie publicznie. Nigdy w radiu nie pouczamy, występujemy razem czterdzieści lat, zawsze radzimy, tak jak pan powiedział. Rada, ale nie pouczanie, bo językoznawcy w zdecydowanej większości nie chcą być, jak to nas ktoś określił, ORMO językowym czy ZOMO językowym – tak kiedyś o Radzie Języka Polskiego ktoś powiedział. Niektórym osobom to właśnie przeszkadza. Mówią: *Zakazcie*. Ile razy dzwonią do radia: *Proszę zakazać mówienia „weekend”, ma się mówić „sobniedź” albo „sobniela”, a najlepiej „zapiątek”, bo „weekend” to jest obce słowo, proszę zakazać. Proszę pouczyć pana ministra, pana premiera, że nie mówi się... i proszę, żeby to słowo zostało wykreślone*. Nigdy w życiu tak nie powiemy. Ja mogę powiedzieć: nie wolno napisać *kura* przez *o* z kreską – zakazuję pisania *kura* przez *o* z kreską – chociaż niektórzy mówią, że wymienia się na *kogut*, prawda, więc jest wymiana na *o*...

W zakresie ortografii ja mogę powiedzieć: jest nakaz, jest zakaz, dopóki jest jakaś obowiązująca reguła ortograficzna, i tutaj Rada Języka Polskiego ma moc stanowiącą. Natomiast jeżeli chodzi o język, ja zawsze będę radził. Jeżeli

piszą do nas, do Rady Języka Polskiego, rodzice: *Chcemy nadać synkowi imię Montezuma, niech Rada się na to zgodzi, to my udzielamy tylko rady, wyrażamy opinię, że imię Montezuma jest nieodpowiednie, czy imię Opieniek, i tak dalej, i tak dalej. Tutaj się całkowicie z panem zgadzam: nie wolno pouczać, bo pouczenia – oprócz tego, że rzadko kiedy co dają – to jeszcze zniechęcają do pouczających, bo będzie: A, wymądrza się.*

Redaktor Tułowiecka pokazała, na jakie błędy najczęściej słuchacze się skarżą. Ja bym tu jeszcze dodał, że chyba nie można już walczyć z *wypłacaniem pieniędzy z bankomatów*. Ludzie *wypłacają pieniądze* zamiast po prostu *pobierać pieniądze z bankomatu*. *Wypłaca* bankomat albo bank. Zagrożenia to, jak mówię, obniżanie poziomu, bo wydaje się, że wtedy będzie lepiej. Nie – będzie gorzej.

**Piotr Lignar:** Pan prezes Siezieniewski, proszę bardzo.

**Andrzej Siezieniewski:** Ja właściwie chciałem postawić dwa pytania i tak się za chwilę stanie, rozpocznę jednak od odniesienia się do tego, o czym mówiła pani redaktor Tułowiecka. Każdą sesję czy też każdą publikację poświęconą poprawności językowej zawsze ubarwiają błędy i chętnie się z nich śmiejemy, dziwimy się, jak można było tak powiedzieć. Nie chciałbym jednak, żeby powstało takie wrażenie, że to są pomyłki popełniane tylko przez dziennikarzy Polskiego Radia czy dziennikarzy Telewizji Polskiej. To są błędy, które spotykamy na antenach wszystkich mediów, w tym także pewnie i Polskiego Radia. Należałoby przy tym podzielić przykłady, które zostały tutaj przytoczone, na błędy dziennikarskie i błędy popełnione przez rozmówców. A teraz pytanie, które się z tym wiąże: Czy do zadań dziennikarza należy zwrócenie na antenie uwagi rozmówcy, że ten popełnia błąd językowy i powinien mówić poprawnie, i że poprawnie mówi się tak, a nie tak? Czy nie jest to przejaw arogancji, braku kultury i zachowanie niedopuszczalne na antenie Polskiego Radia? Dyskutowaliśmy o tym i właściwie ostatecznej odpowiedzi nie wypracowaliśmy. Być może warto byłoby chwilę także na ten temat porozmawiać.

Druga kwestia, którą warto poruszyć, to charakterystyka naszych programów, które są bardzo różne. Jest uniwersalny Program Pierwszy, Program Drugi o wysokiej kulturze, Program Trzeci dla wyrobionej, wymagającej grupy odbiorców – młodej polskiej inteligencji, Program Czwarty adresowany do najmłodszego pokolenia. Oczywiście, w każdym z tych programów dziennikarze Polskiego Radia powinni używać języka

poprawnego, pozbawionego błędów, ale język, jak pan profesor sam powiedział, jest tworem żywym, zmieniającym się, różnym dla każdej grupy, podlegającym wpływom szczególnie w najmłodszym pokoleniu. W jaki sposób zatem skutecznie komunikować się z młodzieżą, studentami, by nie przemawiać do nich *ex cathedra*, tylko rozmawiać z nimi językiem, którego używają? Innymi słowy: czy przenieść język z podwórka na antenę, czy też uszlachetniać go?

**Andrzej Markowski:** Młodzi między sobą mówią po swojemu, natomiast my mamy mówić do nich oczywiście nie *ex cathedra* i nie językiem bardzo wykwinnym czy jakimś takim zarozumiałym, ale zwyczajną polszczyzną, i wtedy do nich dotrzemy. Młodzież absolutnie nie znosi, nie lubi, jeżeli mówić do nich ich językiem. Uważa, że starzy się zgrywiają. To tak samo, jakbym tutaj cały czas paradował w dżinsach, chociaż mam brzuch, i to by się wylewało. To jest niespójność.

**Andrzej Siezieniewski:** Ale, panie profesorze, problem jest bardziej skomplikowany. W tym ujęciu, które pan przedstawił, zgadzam się. Warto jednak pamiętać, że program prowadzą ludzie młodzi, często rówieśnicy słuchaczy, i to nie jest sztuczne, kiedy młody człowiek, dwudziestodwuletni, rozmawiając ze swoimi kolegami siedemnasto-, osiemnastoletnimi, używa ich języka.

**Andrzej Markowski:** Ale to zawsze musi być stylizacja. Najlepsza improwizacja jest zawczasu przygotowana; najlepsza polszczyzna młodzieżowa jest polszczyzną stylizowaną. Ci młodzi dziennikarze powinni mieć świadomość językową i panować nad tym, co mówią, bo mówią publicznie, a nie mówią spontanicznie. Każdy dziennikarz, który występuje, gra w pewnym sensie; on musi wiedzieć, że on gra. To nie jest sytuacja spontaniczności, no, poza jakimiś wyjątkowymi historiami.

A teraz co do tego zwracania czy niezwracania uwagi rozmówcom – są dwa, zasadniczo różne typy: jeżeli coś jest nagrywane, to można spokojnie to zrobić; natomiast jeżeli coś jest na żywo, to ja mam metodę taką, że można powtórzyć kwestię, którą powiedział gość, używając poprawnej formy, i wtedy albo się zorientuje, albo nie, a słuchacz się zorientuje. W audycjach poświęconych językowi mamy takie sytuacje, że dzwoni słuchaczka i mówi: *proszę panią, coś tam tego*, to my odpowiadamy: *proszę pani*. Nie mówimy, że *proszę panią* jest źle, ale używamy formy poprawnej. To jest ewentualnie jakieś

wyjdzie, bo rzeczywiście na żywo mówić: *przepraszam, pan źle powiedział, no to...* Tak, zdarzyło się to pewnej dziennikarce w „Kropce...” nad czymś tam, że pewien polityk, minister edukacji, kiedyś powiedział właśnie: *proszę panią*, a ona do niego: *a pan wie, że to jest błąd, że się nie mówi „proszę panią”, tylko „proszę pani”*. No i, niezależnie od jej intencji, było to jakoś niegrzeczne, bo jak już mówi, to powinna to zrobić poza anteną. Przepraszam, że się za dużo wtrącam.

**Marek Kotyński:** Chciałem zapytać o jedną kwestię... Język rozwija się i pojawiają się sytuacje, że trzeba użyć jakiegoś wyrazu, którego w języku polskim nie ma. Dlatego na przykład używamy czasami słowa *dokładnie* w niepoprawnym znaczeniu. To jest może nie najlepszy przykład zapożyczenia. W każdym razie, czy jest jakiś sposób, jakaś metoda na to, żeby pomóc ludziom znaleźć nowe formy, zakwalifikować je czy doradzić. Co państwo eksperci na ten temat powiedzieliby. I druga rzecz, taka krótka uwaga, używanie języka włoskiego w Polskim Radiu. Są różne audycje kulturalne i często akcenty i wymowa są niepoprawne. O ile dziennikarze nieźle radzą sobie z angielskim, francuskim i niemieckim, o tyle mają kłopoty z włoskim. Te akcenty są dosyć istotne.

**Piotr Lignar:** W Polskim Radiu, w Redakcji Językowej, która była tu przywoływana wielokrotnie, właśnie udzielamy tego rodzaju porad. Liczba słowników oraz różnego rodzaju materiałów źródłowych, które pozwalają udzielić odpowiedzi, jest tam znaczna. Podziwiam zręczność kolegów z Redakcji Językowej: w krótkim czasie na pytanie dziennikarza, który zaraz wchodzi na antenę i spotkał się na przykład w depeszy z jakąś obcojęzyczną nazwą albo sformułowaniem, udzielają mu odpowiedzi, wierzę, że właściwej. Małgosiu, właśnie nadchodzi czas twojej odpowiedzi, proszę, wydaje się, że twój głos jest szczególnie potrzebny w tym momencie.

**Małgorzata Tułowiecka:** Ja tylko chciałabym przeprosić pana profesora z Krakowa za to, że się niestosownie *rozwinęłam*. Rzeczywiście nie powinienam była w oficjalnej wypowiedzi użyć takiego sformułowania, ale potraktowałam państwa jako osoby bliskie, nie tak oficjalne, i stąd pozwoliłam sobie na taki potoczny rodzaj żarciku. Ale właśnie różnie bywa, bo czasami ktoś sobie zażartuje, a ten żart w ogóle nie dociera do odbiorców i odbiorcy czują się dotknięci, urażeni. No więc być może rzeczywiście było to niestosowne.

Jeśli chodzi o *włanczać*, pan powiedział, że być może, ponieważ wszyscy albo prawie wszyscy mówią *włanczać*, to *włanczać* zostanie uznane za formę poprawną. Jeśli się nie mylę, językoznawcy uważają, że uzus nie zawsze decyduje o tym, że coś jest poprawne, a coś nie. Na przykład to, że bardzo wiele osób mówi *poszłem, wyszłem*, nie oznacza, że to będzie uznane za formy poprawne. W naszych audycjach, profesor Markowski już o tym wspominał, my radzimy, to są porady językowe. Audycja w Pierwszym Programie nosi tytuł „Poradnik językowy”, więc my radzimy, my niczego nie narzucamy, radzimy, tłumaczymy, dlaczego taka, a nie inna forma jest dobra i powinna być używana. No i czy zwracać uwagę rozmówcom? To jest rzeczywiście problem; raczej się nie da, bo wtedy byśmy byli postrzegani jako osoby niekulturalne, niegrzeczne. Jest to problem.

**Piotr Lignar:** Poza tym jesteśmy gospodarzami anteny, a kiedy wystąpimy w roli gospodarza, jest to dosyć poważne ograniczenie.

**Małgorzata Tułowiecka:** Często rozmówca ma wyższe stanowisko, jest może bardziej wiekowy, więc tym bardziej nie wypada, ale to jest też taka niestosowność stylistyczna, kiedy młody dziennikarz zwraca się do kogoś zasłużonego, doświadczonego i mówi: *panie Andrzeju*. To tak, jakbym do pana prezesa dzisiaj tutaj powiedziała: *panie Andrzeju* czy do pana tutaj: *panie Janku*, bardzo miło tak. Czasami jest miło, a czasami jest taki zgrzyt w formach grzecznościowych.

**Piotr Lignar:** Ja myślę, że to jest taka, Małgosiu, maniera skracania dystansu. Nie sądzą państwo? Troszkę przyniesiona z techniki marketingowej, w której wyraźnie eksponowane jest, że należy skracać dystans za wszelką cenę. I właśnie przejście natychmiast na *panie Piotrze* do mnie – od razu mnie usztywnia. Aczkolwiek trzeba trochę z tym uważać, bo kiedyś, pamiętam, zatrzymał mnie policjant. Sprawdza dokumenty i mówi do mnie właśnie: *panie Piotrze*. To ja pytam: *A my się skądś znamy?* On mówi: *Nie znamy się, ale się poznamy, bo nie ma pan ważnego ubezpieczenia na przyczepę*. Tak że trzeba czasami szanować ten chwyt.

**Małgorzata Tułowiecka:** Pan powiedział, że czasami trzeba użyć jakiegoś nowego słowa, ale akurat *dokładnie* to nie był dobry przykład, bo oczywiście jest takie słowo w języku polskim i można go używać, ale zależy kiedy. Jeżeli jest używane jako potwierdzenie, to mamy świetne inne

sposoby, które można wykorzystać: *tak, właśnie, zgadzam się* zamiast *dokładnie*.

**Piotr Lignar:** Dziękujemy bardzo. Może jeszcze jedno pytanie i będą odpowiedzi specjalistów, z których obecności korzystajmy tak intensywnie, jak się tylko da.

**Krzysztof Grzegorzewski:** Proszę państwa, zacznę od tego, że podziękuję za zaproszenie. Jest mi niezmiernie miło, że mogę tu być i skorzystać z okazji, żeby się czegoś nauczyć. Na razie obserwujemy, że ta dyskusja biegnie w kierunku kultury języka, poprawności językowej przede wszystkim. Jestem bardzo ciekaw, jak to się dalej rozwinie i czy jeszcze o jakichś innych kategoriach językowego przekazu będziemy mówić. Proszę państwa, śledzimy pilnie, można powiedzieć, wybór byłego ministra Rostowskiego pomiędzy Toruniem a *Bydgoszczem*. Zresztą pan minister stwierdził: *decyzji jeszcze nie podjąłem*. Tak, proszę państwa.

Obserwujemy przekazy medialne. W jednej z telewizji prywatnych rozmawiano o sprawie bardzo poważnej, bo o wątku ukraińskim obecnie i wątku tej wojny, której się niektórzy widzowie czy słuchacze obawiają. W pewnym momencie redaktor, zacytuje przecież, Krzysztof Skórzyński mówi do Jarosława Kuźniara: *wszystkiego dobrego, stary*. Cóż więcej powiedzieć, proszę państwa? Mam ochotę powiedzieć: *cześć, Krzysiu* i *wyłączyć* telewizor.

A jednak – miałem powiedzieć *tym niemniej*, przepraszam państwa – a jednak jest kilka pozytywnych przykładów. Mając przyjemność współtworzyć telewizję internetową Uniwersytetu Łódzkiego, koordynować współpracę z Telewizją Polską w Łodzi, z Polskim Radiem, w Łodzi również, bo Uniwersytet Łódzki z tymi mediami współpracuje, mam okazję obserwować, jak wygląda ta współpraca. Jeszcze chciałbym poprosić szacownych przedmówców o odniesienie się do takiej kwestii związanej z dopuszczalnością pewnego rodzaju stylu na antenie, przekazu językowego, już nie tylko wiążącego się z poprawnością językową, ale także ze stylem. Obserwuję taką rzecz: studenci, których szkolimy teraz i którzy tworzą program „STUŁ”, Studencka Telewizja Uniwersytetu Łódzkiego, więc on musi być pisany przez *u* otwarte, ci studenci są tam uczeni dziennikarstwa informacyjnego, już nawet nie newsowego, informacyjnego. Tam na przykład zarówno dziennikarze Polskiego Radia, jak i Telewizji Polskiej w Łodzi bardzo dbają o to, żeby student szalenie starannie zredagował tekst, zanim

w ogóle cokolwiek pozwoli mu się powiedzieć na antenie, zanim pozwoli mu się nagrać wypowiedź w studio, zanim postawi się go przed kamerą. Często te teksty są bardzo intensywnie poprawiane i tam faktycznie odstępstwo – już nawet nie mówię o kulturze języka, bo to jest w ogóle oczywiste, odstępstwo od stylu, który ma być ściśle informacyjny – jest nieakceptowane. I to dobrze, dlatego że kiedy na przykład *trzymaj się, stary* mówi jeden dziennikarz do drugiego, kiedy słyszymy o wszystkich tych rzeczach, o których mówiła pani redaktor czy pan profesor Markowski, o dopuszczalności pewnych określeń, które przecież ściśle są zderzane czy korelują z wypowiedzią dziennikarską – należą do wypowiedzi dziennikarskiej, ale są bardziej marketingowe niż informacyjne – to powstaje zamieszanie. My w Łodzi w każdym razie (nie *każdym bądź razie*, ale w *każdym razie*) robimy wszystko, żeby temu zapobiegać. Dziękuję.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo. Zastanawiam nad tym, o czym pan mówił, jak przeglądam materiały archiwalne albo w kalendarzu radiowym słyszę dźwięki z lat pięćdziesiątych czy sześćdziesiątych, które były na naszej antenie. Tam czasami „wystaje” w tych dźwiękach, ja bym powiedział, ówczesny sposób mówienia. Nie chodzi tu o poprawność językową, ale właśnie styl, taki strasznie koturnowy wręcz. Z dzisiejszego punktu widzenia uznałbym go za nienaturalny i myślę, że to dobrze, że proces zmian zmierza w tę stronę, o której pan wspominał, a że idzie za daleko momentami i dziennikarze zachowują się w stylu cześć, równiacha, mówi wasz równiacha, bo taka jest konwencja... Może to jest też trochę umizgiwanie się do słuchacza czy widza w ten sposób, że wszyscy jesteśmy jedną wielką rodziną, jedni jedzą chipsy, patrząc na nas, a my się staramy tutaj dołączyć do waszego grona. Może tak jest, nie wiem na pewno, jednak uproszczenie form jest chyba nieuniknione. Pan profesor Markowski chyba się zgodzi z taką tezą, że to jest pewne niebezpieczeństwo, ale też proces, który trudno wstrzymać. Ja się jednak najbardziej boję tych wpływów angielskich. Zawsze jestem pod wrażeniem, jak student pisze do mnie: *Drogi Panie Lignar* na przykład. Tłumaczę to tym, że on po prostu nie został nauczony po polsku, tylko wzięł kalkę z angielskiego: *Dear Mr. Lignar*. Sami państwo rozumieją, że to może wywołać niepokój, więc tu jest tego rodzaju zagrożenie.

Wróciłbym jeszcze do wypowiedzi księdza i może pan profesor Markowski najbardziej czuje się kompetentny do odpowiedzi na pytania, które ksiądz profesor zadał. Mamy prośbę do księdza: proszę przypomnieć pytania – trochę nam umknęły te wątki – już w krótkich żołnierskich słowach.

**Marek Kotyński:** Chodziło o to, że czasem brakuje jakiegoś wyrazu. Czy jest jakiś sposób na to, żeby zasugerować właściwą formę.

**Andrzej Markowski:** To na antenie radiowej zawsze można powiedzieć. My w audycjach „Sto sekund polszczyzny” bardzo często mówimy o tych wyrazach, które wychodzą z użycia albo które są potrzebne, bo akurat brakuje słowa, nie w polszczyźnie, tylko komuś brakuje słowa. To trzeba by zawsze odwołać się do słowników specjalistycznych, jak na przykład *Słownik dobrego stylu* – podaje on wyrazy, które się ze sobą łączą najlepiej.

Drugie pytanie było o włoszczyznę. Rzeczywiście Polacy słabo znają włoski i tutaj być może także akcentowanie jest niepoprawne, nazw miejscowości na przykład, ale nie zgodziłbym się, że jeżeli chodzi o inne języki, to jest dobrze. Dobrze jest, jeżeli chodzi o angielski. Natomiast bardzo wielu Polaków, jeżeli widzi wyraz obcy, to od razu traktuje go jako angielski. Ilu naszych rodaków mówi *kerfur* na nazwę tej sieci handlowej (pis. *Carrefour*), podczas gdy to jest sieć francuska i ona jest *karfur*, a jeżeli już spolszczać to *karfur*, ale nie *kerfur*, bo to nie jest żadna sieć angielska. Pewnie Francuzi byliby bardzo niezadowoleni, gdyby słyszeli, że mówimy w ten sposób. Janek, profesor Miodek, opowiadał mi kilkanaście dni temu o tym, że w szkole, w której pracowała jego żona, maturzystka powiedziała, że druga wojna światowa zaczęła się na *łesterplatte*. Natomiast nie powiem, w którym programie, w jakiej audycji, przeznaczonej dla jakich słuchaczy, mówi się o samochodzie *wolcwagen* (pis. *volkswagen*). Kilkakrotnie słyszałem o *wolcwagenie*, no bo jak na początku jest literka *v*, to po angielsku się czyta *w*, a niestety, jest to *folkswagen*. To są przykłady tendencji, że jak widzimy wyraz obcy, wymawiamy go z angielska, bo to jest, jak wiadomo, jedynie słuszny język.

**Maciej Kledzik:** Uniwersytet Warmińsko-Mazurski. Chciałem powiedzieć o narzucanych nam formach językowych i sposobach pisania. W 2001 roku popełniłem małą rozprawę naukową *Nie zwrócony dług generała Skrzynckiego*. Od paru lat wstydzę się, że napisałem *nie zwrócony*, bo jak cytuję to jako bibliografię, to wszyscy mnie poprawiają: *niezwrócony*, a nie: *nie zwrócony*. Oczywiście, te zmiany nam zostały w jakiś sposób narzucone.

To samo jest z Internetem. Korekta dziennika „Rzeczpospolita” od czasów redaktora Fikusa się nie zmienia, zmieniają się redaktorzy naczelni i sekretarze redakcji. Przynajmniej w korekcie, że według słownika języka polskiego *Internet* pisze się dużą literą. To dlaczego *telewizja*, *radio*



piszemy małą literą? Gdyby *Internet* był na przykład *Internet SA*, to powinien się pisać dużą literą. Ostatnio na ten temat wypowiedział się profesor Bralczyk, też uznając, że *internet* powinno się pisać małą literą, ale przyjmuje to, co nam słowniki dyktują, czyli pisanie *Internetu* dużą literą. Panie profesorze Markowski, chciałem pana jako przewodniczącego Rady zapytać: Co pan w tej sprawie doradzi?

**Piotr Lignar:** Widzę, że pan profesor jest dzisiaj oblegany.

**Andrzej Markowski:** Zgodnie z Ustawą o języku polskim Rada Języka Polskiego jest organem, który ma funkcję stanowiącą w zakresie ortografii języka polskiego. W 1997 roku – odpowiadając na prośbę wielu nauczycielek, które bardzo się denerwowały, że raz się pisze *nie palący* osobno, a raz łącznie, i kiedy tak, a kiedy inaczej, że *nie znane* wszystkim to oddzielnie, a *nieznane* *mnie* to razem albo odwrotnie, że *nie żyjący* w tej chwili to oddzielnie, a *nieżyjący* stale to razem i tak dalej, i tak dalej – Rada Języka Polskiego podjęła uchwałę, że *nie* z imiesłowami przymiotnikowymi zawsze pisze się łącznie. Żeby uprościć tę regułę, imiesłów przymiotnikowy traktuje się tak jak przymiotnik. *Nie* z przymiotnikami piszemy zawsze razem. Istnieje taki drobny wyjątek: jeżeli ktoś bardzo mocno chce podkreślić czasownikowy charakter tego imiesłowu, może zastosować pisownię rozdzielną, ale w zasadzie pisownia łączna jest tutaj poprawna.

Co do *Internetu*, *Internet* był nazwą własną, tak jak różne inne nazwy, które były nazwami wymyślonymi przez kogoś. Dopóki jest to jedna sieć, to pisze się to dużą literą, natomiast używa się tej nazwy w znaczeniu pospolitym, tak jak *walkman*, *adidas* czy inne nazwy, które kiedyś były tylko nazwą własną. Z *walkmanem* była historia dosyć znana kilkanaście lat temu. Firma, która produkowała te walkmany (nie będę wymieniał nazwy, bo to będzie reklama krypto), upierała się, że *walkman* należy pisać tylko dużą literą, jednak nastąpił tutaj taki proces, który spowodował, że jest to już nazwa pospolita i możemy ją pisać małą literą. A więc jeżeli chodzi o Internet, o nazwę konkretnej sieci, piszemy ją wielką literą; natomiast pisownia małą literą jest dopuszczalna, jeżeli chcemy powiedzieć, że to jest rodzaj mediów, tak jak radio czy telewizja. *Radio* i *telewizja* nigdy nie były nazwami własnymi i nikt nie opatentował czy nie wymyślił nazwy *telewizja* jako nazwy konkretnej instytucji, tak samo nazwa *radio*. *Polskie Radio* już jest nazwą własną i *Polskie Radio* napiszemy zawsze wielkimi literami, od wielkich liter rozpoczynając *P* i *R*.

Odpowiem tak: bardzo proszę, żeby rozgraniczać ortografię i interpunkcję od spraw ściśle językowych. W zakresie ortografii i interpunkcji możemy coś stanowić, bo prawodawca, czyli Sejm, dał Radzie takie uprawnienia. Zresztą korzystamy z nich bardzo, bardzo oszczędnie i jeżeli zmieniamy coś w ortografii, to nie są to zmiany zasadnicze, chociaż i takich się ludzie domagają. Nie ma roku, żeby nie było listu o tym, że należy znieść *rz*, *ch* oraz *o* z kreską, i żeby oczywiście pamiętać o tym, kto pisał, że to on zaproponował i żeby korzyści materialne z tego miał. Nie ma roku, żebyśmy takich listów nie otrzymywali, ale w ogóle nasze zmiany ortograficzne, oprócz tej jednej zmiany związanej z pisownią imiesłowów, to są tylko korekty uzupełniające i uściślające dotychczasowe przepisy. Profesor Jerzy Podracki jest przewodniczącym Zespołu Ortograficzno-Onomastycznego Rady Języka Polskiego, mieliśmy posiedzenie ostatnio w poniedziałek, ale nie będę teraz zdradzał, nad czym się zastanawialiśmy. W każdym razie nic nie zmieniamy tak, żeby to było wbrew istniejącym zasadom ortograficznym. Najlepszą metodą, jeżeli chodzi o ortografię, jest utrzymywanie stanu istniejącego i ewentualne precyzowanie, a nie gwałtowna rewolucja; rewolucja nigdy się nie opłaca.

**Piotr Lignar:** Dziękuję, panie profesorze. Ostatnia wypowiedź, proszę.

**Katarzyna Kłosińska:** Chciałabym zaapelować do wszystkich państwa, szczególnie do dziennikarzy, o większe zaufanie do siebie jako użytkowników polszczyzny, jako osób uczestniczących w kulturze, bo przecież normę językową kształtujemy my wszyscy, społeczeństwo. Im większe zaufanie będziemy mieli do siebie, do swojego wyczucia językowego, tym bardziej będziemy się czuli odpowiedzialni za język.

Zauważyłam też, że dosyć częste są takie postawy wobec języka: *Aha! Wy już pozwalacie używać określonej formy, to będziemy jej używać* – a to przecież nie chodzi o to, czy ktoś „pozwala”, czy nie, lecz o to, czy użytkownik języka tę formę akceptuje. Jesteśmy pytani na przykład o to, czy jakieś słowo już zostało uznane za niewulgarne. Wtedy pytam: *Czy chciałby pan użyć tego słowa na przykład na antenie? Nie? To znaczy, że uznaje je pan za wulgarne.* To nie językoznawcy decydują, co jest poprawne, co jest niepoprawne, co jest stosowne, co niestosowne, tylko my, użytkownicy języka.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo za tę wypowiedź. Dotarliśmy do przerwy na kawę, po przerwie pani Joanna Luboń rozpocznie drugą część. Dziękuję.

\*\*\*

**Piotr Lignar:** Proszę państwa, rozpoczniemy drugą część naszego spotkania. Głos zabierze pani Joanna Luboń, trener medialny, znana nam wszystkim, wybitna specjalistka, także od języka mediów, a właściwie jego brzmienia.





Joanna Luboń

## Rola prozodii – jej wpływ na rozumienie i odbiór treści

### Joanna Luboń – trener medialny, Zespół Języka w Mediach Rady Języka Polskiego

Do tej pory mówiliśmy dużo o języku. Na języku znają się wszyscy, ale często zapominamy, że przekaz werbalny powinien być oprawiony. Język jest bardzo ważny, bo jest nośnikiem treści, ale oprawa treści jest czasami jeszcze ważniejsza. I to jest to, o czym będę chciała mówić. Otóż wszystkie media elektroniczne chcą mieć gwiazdy, i słusznie. To znaczy ludzi, którzy są lubiani, którzy zostają w pamięci odbiorcy, bo oczywiście siłą mediów jest człowiek i jego sposób komunikowania się.



**Źle zrealizowany przekaz dźwiękowy nudzi i odstrasza odbiorcę.**

Co to znaczy sposób komunikowania się? Jaki ten komunikat powinien być? Otóż poza tym, że poprawny językowo, powinien być przede wszystkim zrozumiały i estetyczny. I z tym zrozumiałym i estetycznym różnie bywa. Za to właśnie odpowiedzialna jest prozodia. Niektórzy pytają: a co to właściwie jest ta prozodia? To jest przekaz dźwiękowy, czyli nasza mowa, sposób, w jaki się porozumiewamy. Mówiąc bardziej książkowo, to jest akcent, iloczasy i intonacja, czyli te elementy, które wypowiadamy raz mocniej, raz dłużej, raz wyżej, raz niżej, i to buduje nasz sposób mówienia. Jak ten sposób mówienia powinien wyglądać? A jak on wygląda? Otóż nasz sposób mówienia powinien być zgodny z prawami i zasadami związanymi właśnie z prozodią. Wiemy, że są prawa i zasady, które rządzą językiem, ale często zapominamy o tym, że są prawa i zasady, które rządzą także naszą mową, formą dźwiękową naszej mowy. Musimy pamiętać o tym, że dobrze realizowane elementy prozodyczne powodują, że sens przekazu lepiej rozumiemy i łatwiej się go słucha. Źle realizowany przekaz dźwiękowy nudzi i właściwie odstrasza naszego odbiorcę.

Jeszcze jest jeden bardzo ważny element, istotny w realizacji prozodii. Otóż my często nie zdajemy sobie sprawy z tego, że przez sposób mówienia nie tylko nawiązujemy kontakt z odbiorcą (to jest bardzo ważne, w mediach szczególnie), ale także prezentujemy siebie i coś mówimy o sobie. Prezentujemy siebie, swoją kulturę i swoje zaangażowanie.

Zacznijmy od akcentu. Otóż w języku polskim występuje akcent intonacyjno-przyciskowy. Pozwala on wyróżnić jedno słowo. Akcent

pomaga lepiej zrozumieć sens zdania. Pokazuje także stosunek emocjonalny do tekstu. Dam państwu przykład na takim prostym zdaniu. Otóż jeżeli powiemy: *Za rok wyjedziemy na wakacje do Amsterdamu* – powiedziałam to zdanie bez wyraźnego akcentu. Jeśli powiem: *Za rok wyjedziemy na wakacje do Amsterdamu* lub: *Za rok wyjedziemy na wakacje do Amsterdamu* – w ten sposób ukierunkuję tę wypowiedź. Jeżeli ją ukierunkuję, to odbiorca lepiej ją zrozumie.

A co słyszymy w mediach? Bardzo często dziennikarze zapominają o akcencie zdaniowym, nie ukierunkowują treści, nie pomagają jej zrozumieć. Mówią: *Za rok wyjedziemy na wakacje do Amsterdamu*. W tej wersji występują akcenty inicjalne – jest to przykład źle realizowanej prozodii. Bardzo często w mediach słychać ten błąd. Jest to akcent inicjalny, czyli akcent przesunięty na pierwszą sylabę, który zaburza melodię zdania, zaburza estetykę. A także wtedy trudniej jest mówić płynnie. A jeżeli taki właśnie akcent uderzeniowy stawiamy na pierwszą sylabę, to wtedy słuchający czuje pewien dyskomfort. Jest jeszcze zjawisko w prozodii, które nazywa się przeakcentowaniem. *Za rok wyjedziemy na wakacje do Paryża*. Które słowo jest ważne? Nie wiemy, wszystkie są tak samo ważne.

Jak powiedziałam, jest to akcent intonacyjno-przyciskowy. A co słyszymy w mediach? Coraz częściej słyszymy tak zwane akcenty intonacyjne. (...) Ja wtedy nie bardzo wiem: Czy człowiek się dziwi, czy coś oznajmia? Dziennikarze przyzwyczajają się do takiego sposobu akcentowania, które potem staje się zaraźliwe, trochę jak choroba zakaźna, więc my przez osłuchanie zaczynamy powtarzać ten sposób stawiania akcentu (akcent intonacyjny).

Jest jeszcze jeden sposób dźwiękowego realizowania mowy – pokrzykiwanie: *Za rok! wyjedziemy! na wakacje! do Paryża!* Ja wtedy nie wiem: czy ten człowiek się tak cieszy, że wyjeżdża? I co jest ważne w tym zdaniu? Proszę zwrócić uwagę, że już ten pierwszy element prozodyczny, czyli akcent, źle realizowany zaburza zrozumienie. A przecież w mediach elektronicznych jesteśmy słuchani, a nie czytani. Akcent pełni jeszcze jedną ważną rolę, a mianowicie wyraża emocjonalny stosunek mówiącego do przekazywanego tekstu. W mediach elektronicznych bardzo często nie słyszymy tego zróżnicowania emocjonalnego, które byłoby spójne z treścią przekazywanego tekstu. (...)

Następnym elementem, równie ważnym i bardzo zaniedbanym w mediach, jest pauza. Pauza to zatrzymanie, to ułamek ciszy, który jest ogromnie ważny i dla mówiącego, i dla słuchającego. Ten ułamek ciszy, to zawieszenie

głosu, pojawia się między logicznymi częściami naszej wypowiedzi. Dzielimy logicznie tekst, ale także dajemy chwilę wytchnienia naszemu odbiorcy, co nie jest bez znaczenia. A co słyszymy w mediach? Przede wszystkim nieprawdopodobny lęk przed pauzą. Pauza wydaje się dziennikarzom czymś niezwykle nagannym. Mówią tak: jak zrobię pauzę, to pewno pomyślą, że nie wiem, co dalej mówić. No tak, ale gdzie jest ten moment wytchnienia? Człowiek słuchający ma ograniczoną percepcję. Jeżeli wypowiadamy szereg słów, które tworzą jeden ciąg, bez elementów prozodycznych, to słuchacz czy odbiorca po prostu się wyłącza. Często słyszymy takie wypowiedzi, w których nie ma nawet przerwy między zdaniami, zdania się zlewają w jedną całość. Tworzy się tak zwana magma słowna. Jeżeli ja z państwem tak bym rozmawiała, to każde zdanie zaczynałoby się w taki sam sposób, na takim samym poziomie – a państwo przestałoby tego słuchać, ponieważ nikt nie jest w stanie wchłonąć tak wypowiedzianej treści. Po prostu tracimy odbiorcę.

Są jeszcze dwa elementy bardzo istotne, mianowicie kadencja i antykadencja, czyli sposób kończenia zdania i zawieszenie głosu. Kończenie zdania, czyli kropka, jest tym elementem, który pokazuje, że kończymy myśl i za chwilę zaczniemy następną. W języku polskim kropkę stawia się przez obniżenie tonu, co oznacza koniec zdania. Natomiast zawieszenie głosu jest linią lekko wznoszącą: zawieszam – znaczy będę kontynuowała myśl. A co słyszymy? Słyszymy intonację wznoszącą zarówno przy zawieszeniu głosu, jak i przy kropce. Nie wiem, czy to jest zamknięcie zdania, czy będzie jego kontynuacja. Zaburza to estetykę mówienia i utrudnia zrozumienie.

Innym sposobem realizacji kropki jest zawieszenie tonu (...), co bardzo obniża dynamikę głosu. Zakończone w ten sposób zdanie tworzy powtarzającą się melodię, która odciąga uwagę odbiorcy od przekazywanej treści. To zjawisko jest bardzo w tej chwili popularne w mediach.

Kolejnym elementem prozodycznym jest tempo mówienia. Tu znowu musimy wrócić do percepcji słuchającego. Słuchający może wchłonąć określoną liczbę słów. Jeżeli zwiększymy tempo mówienia, to okazuje się, że właściwie prawie nic z tego nie zostaje w świadomości odbiorcy. Tempo mówienia powinno być zróżnicowane, powinno także pomagać zrozumieć tekst. A więc jeżeli jest coś ważne, mówimy wolniej; jeżeli jest coś mniej ważne lub coś wtrącamy, możemy powiedzieć szybciej. To wzbogaca naszą linię melodyczną, a także powoduje, że lepiej rozumiemy tekst. Pojęcie dynamiki w mediach jest rzeczą niezwykle skomplikowaną, ponieważ wszyscy używają tego słowa, a każdy rozumie je na swój sposób. Często są

takie uwagi: *Mów dynamiczniej!* Co to znaczy: Mów dynamiczniej? Jeden zaczyna krzyczeć (...), inny mówi po prostu bardzo szybko. I uważa, że mówił bardzo dynamicznie. Nie, proszę państwa, dynamika to sztuka kontrastów, czyli: mocniej – słabiej, wyżej – niżej, wolniej – szybciej, i to buduje dynamikę, a nie szybki i głośny sposób mówienia.

Ostatnim elementem związanym z naszą mową, naszym przekazem dźwiękowym, jest głos. Głos jest bardzo ważny, ale nie tylko barwa głosu. Barwa głosu jest nam dana przez naturę; jeśli jest estetyczna, to bardzo dobrze, ale jeśli nie, no to trudno, nic nie zrobimy. Natomiast głos musimy modulować, głos musi pracować. Jeżeli głos pracuje, to nabiera dźwięku, mówi się nawet, że głos powinien mieć dźwięk i wdzięk. Czasami słyszymy głosy o ładnej barwie, ale są one martwe, mają ubogą modulację i nie wyrażają żadnych emocji. To zjawisko związane jest bardziej z oporami natury psychicznej niż z możliwościami fizycznymi, ponieważ modulacja głosu wyraża emocje. Ludzie o „zamkniętej” psychice często mówią na jednym tonie.

Co to jest modulacja głosu? Coś mówimy wyżej, coś mówimy niżej. To powoduje, że głos żyje. Głos wyraża emocje, a odbiorca medialny bardzo lubi, jeśli może coś powiedzieć o swoim nadawcy i jego nastroju. Jeżeli dziennikarz potrafi pokazać trochę siebie przez sposób użycia głosu, to bardziej go lubimy, bo wydaje nam się, że jest nam bliższy, że on jest sobą. Głos odgrywa ogromną rolę przy wyrażaniu emocji, a także zabarwia estetycznie komunikat.

Należy pamiętać, że dobrze realizowane elementy takie, jak: akcent, operowanie pauzą, właściwa modulacja głosu (która jest spójna z sytuacją i treścią), utrzymują i przyciągają uwagę słuchającego, a zła realizacja tych elementów odstrasza odbiorcę. Dlatego warto pamiętać o tym i dążyć do tego, by zadowolony z siebie nadawca nie został bez odbiorcy.

**Piotr Lignar:** Nie mam zbyt dużych doświadczeń telewizyjnych, ale pamiętam, że najbardziej frustrująca była dla mnie dyrektywa: *Mów na uśmiechu*. Nie bardzo wiem, co to miało znaczyć, ale utkwiła mi w pamięci ta ekwilibrystyczna dyspozycja. Profesor Podracki, bardzo proszę, panie profesorze.



” Styl wystąpień radiowych i telewizyjnych powinien być jasny, prosty i zwięzły.



Jerzy Podracki

## Język pisany w wypowiedziach ustnych

**Prof. Jerzy Podracki – Uniwersytet Warszawski, Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN**

Szanowni państwo, z góry przepraszam, że w przeciwieństwie do moich poprzedników włączę pewne akcenty akademickie, a więc powiem trochę również o teorii, co jest związane z tym, że tytuł mojego wystąpienia prowokuje jednak pewne wyjaśnienia pojęciowe czy też terminologiczne. Zacznę od wyjaśnienia niezbędnych, moim zdaniem, pojęć.

Każdy język naturalny jest zróżnicowany. Wyróżniamy jego odmiany, typy, style. W mediach masowych, oczywiście także w Polskim Radiu i Telewizji Polskiej, posługujemy się (a raczej powinniśmy się posługiwać) odmianą ogólną (czyli językiem ogólnopolskim), zwaną także odmianą kulturalną (dawniej: literacką), którą z angielska nazywa się niekiedy standardową, a z niemiecka – wysoką. To język centralnych instytucji administracyjnych, kulturalnych, oświatowych i w ogóle wykształconych elit. Wśród odmian języka wyróżnia się najczęściej odmianę mówioną (pierwotną) i pisaną oraz odmianę oficjalną (używaną właśnie w kontaktach oficjalnych, na przykład w urzędzie, w szkole, w mediach masowych) i nieoficjalną (stosowaną na przykład w kontaktach towarzyskich, w rodzinie). Dawniej za najważniejszą uważano pierwszą opozycję (mówiony – pisany). Współcześnie coraz częściej podkreśla się wagę rodzaju kontaktu językowo-społecznego, a więc opozycję: oficjalny – nieoficjalny.



**Styl wystąpień radiowych i telewizyjnych powinien być jasny, prosty i zwięzły.**

Styl językowy – to, najogólniej definiując, szczególne ukształtowanie wypowiedzi (pisanej lub mówionej), wynikające z celowego doboru środków językowych (ze wszystkich dostępnych w systemie). Wyraża się w różny sposób – najwyraźniej w doborze słownictwa i frazeologii, ale także w wymowie, ortografii czy składni (tu możliwe są na przykład zmiany szyku wyrazów, wybór określonych konstrukcji syntaktycznych). Wyraża się także we fleksji (możemy na przykład świadomie używać form starszych czy nawet archaicznych).

Wyróżnia się style indywidualne: idiolekty – którymi się tutaj nie będziemy zajmować, bo wiadomo, że niektórzy dziennikarze przedstawiają się od razu dzięki sposobowi swojego mówienia, ale to jest rzadki wypadek –

oraz, ważniejsze dla nas tutaj, style społeczne, typowe, wybierane ze względu na cel, temat, sytuację nadawcy i odbiorcy wypowiedzi. Te style zwane są stylami funkcjonalnymi. Są to na przykład: styl naukowy, urzędowy, normatywno-dydaktyczny, artystyczny i wreszcie, interesujący nas tutaj najbardziej, styl dziennikarsko-publicystyczny, zwany też stylem dziennikarskim czy też szerzej – medialnym.

Teraz kilka słów na temat stylu dziennikarskiego – w ujęciu opisowym, podkreślam, styl ten charakteryzuje się tak dużym zróżnicowaniem, że właściwie trudno wskazać na stały zestaw jego cech. Czasem mówi się także o stylu dziennikarskim w ujęciu normatywnym, wartościującym, wtedy jest to często synonim połączenia: żargon dziennikarski. Jest to wówczas określenie negatywne, stosowane zwłaszcza wobec tekstów banalnych, pełnych utartych wyrażen. Style językowe wypowiedzi radiowych i telewizyjnych wynikają z dominacji w określonym programie czy audycji określonych funkcji oraz są zależne od przewidywanego odbiorcy. Można mówić o stylu programów i audycji dla dzieci, dla młodzieży, dla kobiet, o stylu programów i audycji rozrywkowych, wyznaniowych, informacyjno-rozrywkowych, o stylu informacji, publicystyki, reportażu i tak dalej.

W ostatnich latach coraz częściej mówi się o celowości wyodrębnienia stylu medialnego, widocznego przede wszystkim w radiu i telewizji, choć jednocześnie wszyscy specjaliści wiedzą, że media to *stylowy tygiel współczesnej polszczyzny* (to określenie profesora Gajdy, często cytowane). Wskażę w tym miejscu kilka charakterystycznych cech takiego stylu medialnego – tym samym będę mówił o charakterystycznych cechach języka w radiu i telewizji.

1. Przy charakterystyce stylu medialnego wskazuje się na przykład antropocentryzm; opisuje się świat ze względu na potrzeby i zainteresowania poszczególnego człowieka, to widać w tematyce, ale nie tylko.

2. Widać dążenie do potęgowania wyrazistości przekazu; wyraziste i atrakcyjne muszą być nie tylko tematy – widowiskowe, kontrowersyjne, konflikty, tragedie, katastrofy (wiadomo, to dominuje), ale musi być również wyraziste słownictwo, silnie ekspresyjne, operujące kontrastami, hiperbolami.

3. Wymienia się w związku z tym również ludyczność języka; media pełne są dowcipów, gier, zabaw, żartów, czy to potrzebnych, czy niepotrzebnych, chodzi o to, aby uatrakcyjnić przekaz.

4. Wreszcie trzeba tu wspomnieć o nowoczesności i aktualności; dominują takie tematy (i związane z tym wyrażenia), jak: biznes,

informatyka, elektronika, motoryzacja. To się zmienia w miarę upływu czasu.

5. Z nowoczesnością i aktualnością wiążą się: barwność i obrazowość, liczne metafory.

Radio zaliczane jest do tak zwanych mediów gorących (podobnie jak mowa, pismo, druk), które angażują wprawdzie jeden zmysł, ale w stopniu wysokim, tak aby nie umknęła żadna informacja. Telewizja z kolei należy do mediów zimnych (podobnie jak telefon), które angażują więcej zmysłów, lecz dostarczają informacji nieprecyzyjnych, powierzchownych, wymagają więc od odbiorcy zaangażowania, zapewniają aktywne współuczestnictwo. Ten podział środków przekazu, wprowadzony już dość dawno przez Marshalla McLuhana, jest wykorzystywany w charakterystyce mediów masowych.

Komunikacja za pośrednictwem radia i telewizji ma charakter mieszany, podkreślam, to określenie dla mnie bardzo ważne. Ma charakter mieszany, pośredni pomiędzy komunikacją ustną i pisaną. Język stosowany w typowych wypowiedziach mówionych i w typowych tekstach pisanych wykazuje znaczne różnice. W radiu i telewizji przede wszystkim mówimy, ale dialogowość mowy w mediach jest jednak, rzecz jasna, inna niż w typowej komunikacji twarzą w twarz. Oprócz tradycyjnego języka mówionego mamy tu do czynienia z językiem wtórnie mówionym, czyli odtwarzanym na podstawie zapisanego wcześniej tekstu lub przygotowanych punktów. Stąd, tak podkreślana, cecha odmiany ustnej, czyli spontaniczność, przejawia się jedynie w niektórych gatunkach radiowo-telewizyjnych, takich jak na przykład dyskusje i debaty na żywo.

W ustnej odmianie polszczyzny ogólnej występuje wariant oficjalny i nieoficjalny; ten pierwszy bardziej nas tu interesuje. Cechuje go poprawność, staranność wymowy i tendencja do respektowania norm językowych. Tak jest przynajmniej w teorii. Wariant oficjalny charakteryzuje również swoisty konserwatyzm i uleganie wzorcom tradycji, jest też on bardziej otwarty na przemiany cywilizacyjno-kulturowe. Bogactwo słownictwa z różnych dziedzin życia oraz staranna budowa zdań powodują, że wariant oficjalny zbliża się w znacznym stopniu do polszczyzny pisanej, ale zależy to także od konkretnego gatunku radiowo-telewizyjnego. Na przykład w tekstach informacyjnych obserwuje się dominację „pisanych środków językowych”. Natomiast w reportażach czy gorących dyskusjach – przewagę mają właśnie te „mówione środki językowe”.

Pora wskazać przykłady oddziaływania „pisanych środków językowych” na wypowiedź mówioną. Wypisałem sobie na podstawie materiałów

autentycznych, radiowych – dziennikarskich, powtarzam, nie gości – kilka takich cech, które uważam za objaw wpływu języka pisanego na mówiony. Jest to nadużywanie strony biernej, tak charakterystycznej dla stylu naukowego czy urzędowego, a rzadko występującego w języku mówionym. Czyli tu będą konstrukcje: *budżet będzie zrównoważony; zadania zostały wyznaczone*. Tego typu konstrukcje językowe mają często schemat: czasownik modalny + *być* + imiesłów bierny, na przykład: *Te zadania mogą być powierzone najlepszym wykonawcom*. Tymczasem zaleca się, we wszystkich poradnikach radiowo-telewizyjnych, stosowanie raczej strony czynnej albo konstrukcji nieosobowych (typu: *omawia się*). W radiu i telewizji powtarza się również niepotrzebnie sformułowania dyrektywne znane ze stylu urzędowego z czasownikami *należy, powinien, winien* typu: *W dokumentach należy powoływać się na... Przepisy winne być postrzegane jako przyjazne dla odbiorcy*.

Zaobserwowałem – w języku mówionym, podkreślam – stosowanie niepoprawnych zdań z orzeczeniem imiennym, w którym orzecznik przymiotnikowy jest wyrażony w narzędniku zamiast w mianowniku, na przykład: *Ta wersja jest najczęściej grywaną* (zamiast *grywana*); *Średniowiecze nie było tak prymitywnym* (zamiast *prymitywne*). Dodam na marginesie, że taka składnia była poprawna w przeszłości, ale w tej chwili jest uważana za niepoprawną.

W języku mówionym radiowo-telewizyjnym słyszy się nadzwyczaj często (choć w tekstach pisanych pojawiają się jeszcze częściej) konstrukcje typu: *wydaje się (zdaje się) być. Miasto wydawało się być wymarłe* – dzisiaj też słyszałem tę konstrukcję – zamiast: *Miasto wydawało się wymarłe/wymarłym*. Konstrukcja *wydawało się być wymarłe* to genetycznie składnia łacińska, upowszechniana obecnie wskutek oddziaływania języków germańskich.

Wpływ języka pisanego widać w użyciu połączeń między zdaniami składowymi. Bardzo często w języku mówionym pojawiają się spójniki (czyli wyrazy łączące) charakterystyczne dla tekstów pisanych, na przykład zamiast *i* pojawia się *oraz*, zamiast *albo* pojawia się „pisane” *lub*, zamiast *choć*, *chociaż* pojawia się *aczkolwiek*. I przykład zdania z radia: *Aczkolwiek mamy duże zapasy węgla, może nam grozić brak prądu*. To jest „pisany środek językowy”.

Dalej – inercyjne przejmowanie innych sformułowań stylu urzędowego. W styczniu tego roku zanotowałem zdania: *Eurostat wskazuje, że największy wpływ wzrostowy na poziom inflacji w strefie euro miały wyższe ceny elektryczności, wyrobów tytoniowych i usług restauratorskich*; i to: *Najbardziej znaczący wpływ spadkowy miały z kolei niższe ceny paliw, usług telekomunikacyjnych i medycznych*.

Mamy tutaj niezręczne sformułowania: *wpływ wzrostowy* i *wpływ spadkowy*. Nie są to środki języka mówionego, to samo można byłoby oczywiście powiedzieć inaczej. Inny przykład – z wiadomości Polskiego Radia: *Wiktor Janukowycz jest podejrzany z artykułu mówiącego o zabójstwie dwóch lub więcej osób*. Do sali sądowej, a nie do radia pasuje to zdanie.

Takim „pisanym środkiem” jest stosowanie w tekstach mówionych nadmiernie rozbudowanych zdań wieloczłonowych, które często są błędne, pojawiają się tam anakoluty, potoki składniowe, na przykład: *Na okładce programu tegorocznego tygodnia modlitwy pod hasłem „Czyż Chrystus jest podzielony” znajduje się piękny mandylion, mandylion Kościoła wschodniego. Ja muszę, od kilku lat zauważyłem i tutaj też moi goście w studio mi odpowiedzieli też taką ciekawą, ciekawą... pewien proces, myślę, bardzo dobry, to znaczy takiego przenikania wielu na przykład w liturgii czy we świątyniach innych wyznań obecności właśnie ikon prawosławnych, takiego większego jakby pochylenia czy wychylenia ku Kościołowi wschodniemu. Czy pani też coś takiego zauważa, żyjąc w środowisku, które dla pani jest bardziej naturalne, oczywiście?*

Styl wystąpień radiowych i telewizyjnych (mówię tu o stylu, a nie o języku, uważam, że to pojęcie jest tutaj lepsze) powinien być jasny, prosty i zwiezły jednocześnie. Na przykład zbędne, a tym bardziej zbanalizowane metafory świadczą o pretensjonalności nadawcy, a nie o ozdobności. Kiedy słyszę po raz tysięczny z ust dziennikarza czy polityka, że *ktos chce zamieść coś pod dywan* czy że *nie można tego zamieść pod dywan* – pragnę włączyć porządną odkurzac! I jeszcze przykład z ostatniego miesiąca – dziennikarz mówi: *Ale ważne jest to, czy się łapie tym sitkiem etycznym w szkole tych tylko, którzy właśnie są w mniejszości*. Jest to rozmowa o nauce etyki w szkole. Mamy tutaj nowatorskie *sitko etyczne*! Kunsztowna metafora, ale moim zdaniem zbędna.

Dziennikarze powinni, oczywiście, unikać wyrażen specjalistycznych, bo one zakłócają prostotę i komunikatywność. Przykład z prognozy pogody z ostatnich tygodni: *Na pewno najwięcej chmur będzie na północy. Tam z zachodu na wschód będzie przesuwiał się front okluzji*. Czy odbiorca musi wiedzieć, co to są *okluzje*?! A to jest najczęściej słuchany komunikat radiowy o pogodzie. Wrogiem dobrego języka dziennikarskiego jest szablon językowy. Przykładowo: *scena polityczna, dziura budżetowa, osiągnięcie konsensusu, element gry politycznej* oraz wiele, wiele innych, których w gronie specjalistów przytaczać nie trzeba.

Konkluzja: w języku radia i telewizji z natury rzeczy współistnieją środki językowe charakterystyczne dla języka mówionego i pisanego (z przewagą tych pierwszych) i na siebie oddziałują. Muszą one być jednak zharmonizowane,

dostosowane do typu odbiorcy i programu. Styl medialny w publicznych środkach przekazu powinien przekazywać wzorce pozytywne. Dziękuję za uwagę.

**Piotr Lignar:** Dziękujemy bardzo, panie profesorze. I pan profesor Godzic... Podejrzewam, że będzie potem mnóstwo pytań do obydwu panów. Proszę bardzo.







Tylko media mogą mieć program naprawy.  
Media publiczne i komercyjno-społecznościowe.  
Razem psują, niech razem naprawiają.



Wiesław Godzic

## Spoleczne mechanizmy zmiany standardów w mediach

**Prof. Wiesław Godzic – Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie**

Bardzo dziękuję za zaproszenie na konferencję. Dzięki temu mam możliwość wejścia do grona wielkich językoznawców... Nie było moim zamiarem, żeby to zabrzmiało jak aluzja do pewnej historycznej formuły. Powiedziałem tak, a potem pomyślałem, że to można odczytać jako ironię. Nic takiego. Cofam to, co powiedziałem. Cieszę się bardzo, że zostałem zaproszony.

Coraz mniej jesteśmy przekonani, że istnieją stabilne standardy w mediach. Rozpaczliwe pytania dziennikarzy, czy już przekroczyliśmy normę (w przypadku mamy Madzi na przykład), kierowane są do ekspertów za każdym razem, kiedy zdarzenie przekracza horyzont rozpoznania pytających, a zdarza się to coraz częściej. Ja, niestety, będę to „medialnie akcentował” po to, żebyście państwo wiedzieli, o co mi chodzi.



**Tylko media mogą mieć program naprawy. Media publiczne i komercyjno-społecznościowe. Razem psują, niech razem naprawiają.**

Nasze błędy w kontaktach z mediami polegają często na tym, że jednocześnie traktujemy je zbyt poważnie, jak i łatwo lekceważymy, gdy myślimy o możliwościach ich społecznego oddziaływania. Sądzimy, myląc się, że przekazy medialne mają moc odmieniania rzeczywistości, gdy tylko zostaną wypowiedziane i pokazane. Tak sądzą politycy: pokażcie naszego, to słupki poparcia dla partii od razu pójdą do góry. Wprost przeciwnie, znam takie przykłady, jest ich wiele, gdy pokazywanie lidera i pokazywanie osoby z danej partii obniżało te słupki. Z drugiej strony odkładamy na później rozmowę o faktycznym wpływie przekazu medialnego na odbiorców. Często życzeniowym i wydumanym. Wybrałem kilka przykładów i chciałem je państwu podać z taką konkluzją, która jest hipotezą. Przykłady pochodzą z ostatnich miesięcy.

Przykład pierwszy: dziewięcioletni raper bluzgający wulgarnymi słowami w telewizyjnej stacji audycji śniadaniowej. On użył słów: *hajs*, *dziwki* i *kodeina*, które bardzo wzburzyły na pewno prowadzącą i wszystkich obecnych w studio, w ogóle ludzie się dziwili, że takie słowa istnieją. Natomiast dziewięcioletek sprawnie posługiwał się tymi określeniami,

wypowiadał złote myśli: *Jak się nie ma rymu, to trzeba pisać byle co*. To była jedna z jego ważnych myśli. Celnie przedstawiał zasady show-biznesu: *Przed wszystkim trzeba być zauważonym, a potem zobaczymy, jak będzie*. Widziałem na twarzach rodziców, którzy tam byli obecni, zmieszanie, jak gdyby po raz pierwszy się dowiedzieli, co ich syn robi pod kontrolą, w ich przekonaniu, za drzwiami. W każdym razie potencja była, zakłopotanie rodziców, prowadzących. Rodzice bronią syna słabo, widać taką bezradność i chęć rozmowy. No i co zrobić z tym, że chłopak wypowiedział te słowa. Tak to czułem.

Drugi przykład dotyczy takiej triady reality show. Trzeba zacząć od wydarzenia, które zmieniło naszą rzeczywistość współczesną, czyli od „Big Brothera” w 2001 roku. Z dzisiejszej perspektywy „Big Brother” to taka wyspa marzeń dla badaczy języka. Język mówiony, żywy, częściowo autentyczny, ale niewulgarny. Warto sobie uzmysłowić, jakie było najbardziej skandalizujące określenie: *Piotrek pociesza Karolinę*, a ci, którzy widzieli, wiedzą, o co chodzi. Cytuję: *Jakbyś chciała, to zawsze możesz się do mnie przytulić, a nawet wskoczyć do mnie do łóżka*. Przecież to wersal językowy, proszę państwa. No, wersalikiem, mniejszym wersalem, było stwierdzenie Manueli: *Idę wywiesić majtki dla fanów*. Mimo wszystko to się mieściło w ramach ówczesnej przyzwoitości językowej. Jak państwo pamiętacie tę atmosferę, mówiło się, że świat się kończy, to miało także wielki wpływ, ten show językowy, na administrację państwową, bo w kilku miejscach zamieniono *salę obrad* na *pokój zwierzeń*.

Kolejnym, już bardziej współczesnym „showem” jest „Wawa non stop” TVN-u, ale to nadal przedszkole językowe. To taki serial z naturščzykami, dzieje się w Warszawie. Mało w nim wulgarności, no, kontynuacja jest w postaci Manueli, ta sama osoba występuje właśnie tam. Mówią dość przyzwoicie, widać chęć takiego autentycznego dialogizowania rozmowy, co jest bardzo, bardzo rzadkie, bo my na ogół stosujemy monologi, nasze więzki mijają się, nie wchodzimy sobie w paradę.

No i trzeci przykład, to już jest mocniejsza rzecz: „Ekipa z Warszawy”. Nie powiem, jak brzmi to po angielsku, żeby nie zaśmiecać języka. I tam panuje rzeczywisty festiwal imprezowania. Ja wiem, że źle mówiliśmy o słowie *festiwal*, ale to jest w pełni festiwal imprezowania. A jeśli tak, to czemu nie mam użyć tego słowa. Tam są pokazane liczne stosunki seksualne traktowane jako zaliczanie i niejako przyjemnościowy wysiłek fizyczny. Paweł Trybson, osiłek, love machine, mówi: *Jestem ostrym dzikiem, każda świnka przy mnie ryczy*. Kobiety to świnię albo gąski, same zgadzają się na

takie nazwy. Po zakończeniu sezonu pierwszego teraz kręci się drugi sezon, ogromny sukces, Fanpage hula po całej Polsce, nadzieja na kontakty. Następny przykład to nastolatki w pewnym popularnym programie Ewy Drzyzgi. Nastolatki, kandydatki na celebrytki. To są jedenasto-, dwunastoletnie dziewczyny, które już zagrały jakoś tam w filmie. Są nakierowane na osiągnięcie celu, znają świetnie język korporacyjno-biznesowy. Tak świetnie, że aż strach.

Teraz państwa zaskoczę: ja nie zamierzam bić na trwogę. Każda z tych postaci ma wyraźnie określony cel życiowy, taki show jest częścią ich planu. Nie wiem, jaka będzie przyszłość tego dziewięćciolatka, ale wydaje mi się on bardziej świadomy od wielu dwudziestopięcioletków dwadzieścia lat temu. Większość tych postaci ma swój idiolekt językowy, to znaczy oni są jacyś (odróżnimy to, że mówi Durczok do Miecugowa). To jest pewien zestaw elementów stałych gry, ale także pewnego rodzaju twórczość. Ja to bardzo cenię i bardzo radzę (nie można *bardzo radzić*), radzę, żeby dziennikarze stosowali się do tego. Nie mówimy o rodzinach dysfunkcyjnych. Przypominam na przykład „Balladę o lekkim zabarwieniu erotycznym”. Rodzice tam współpracowali, przywozili po prostu dzieciaki, żeby tańczyły na rurce. Ta inicjatywa pochodziła od nich, rodzice przywożą maślaki na spotkania z Trybsonem i czekają, aż dzieciaki naćpają się, napiją, posłuchają ostrego rocka. I są z dziećmi podczas eliminacji w licznych „talent show”. Mówimy o działaniach pozytywnie ocenianych przez dużą część polskiego społeczeństwa. „Ekipa z Warszawy” oglądana przez dwudziestopięcioletków – trzydziestoczworoletków jako instruktaż. Inni natomiast ją oglądają pewnie z innych powodów, w części być może jako wyraz niezgody.

I kolejna, bardzo króciutka już sfera przykładów. Dorzucimy bliskie mi strategię, bo chcę mówić o nowych sposobach komunikowania społecznego, które się teraz narodziły, którym może pomóc język, ale nie zawsze to być musi język. Myślę o manifeście człowieka sieciowego. Piotr Czerski w „Polityce” wyrażał kilka miesięcy temu zachwyt nad łatwością nawiązywania komunikacji z osobami dotychczas chroniącymi się za ścianami instytucji państwowych, za murami wyższych uczelni. Jaka to komunikacja?

Liściki, które są do mnie skierowane. Pierwszy – od znanej mi osoby: *Szanowny Panie Profesorze, miałam się odezwać po wakacjach, ale trochę zrezygnowałam z doktoratu, jednak przemyślałam sprawę i chyba się tego podjęła, zwłaszcza że będę prowadzić zajęcia w pipipi być może i gdzie indziej pewnie*

doktorat by mi się przydał. Czy możemy porozmawiać na ten temat? Pewnie, że możemy. Zadziwia lekkie traktowanie doktoratu jako jednego z etapów do nie wiadomo jakiej przyszłości. To nie życiowe wyzwanie, które było w moich czasach; to jest po prostu punkt na drodze do osiągnięcia tożsamości.

Drugi przykład, też od znanej mi osoby: *Miałam zjawić się w lipcu z pracą, a tu już mikołaj. Niestety, mam kłopoty w swojej firmie, trochę wyjazdów i odpoczynku, ale chyba udało się. Przesyłam, mam nadzieję, główny rozdział i dwa poboczne. Czy mogę się zjawić jutro na dyżurze?* Pół roku dla doktorantki, magistrantki; kilka godzin dla mnie na przeczytanie jej pracy. Zapewniam, że nie jest to wyraz nonszalancji, ale nieznaną mi presją jakiegoś medium, samego przekaznika.

Trzeci. Nieznana mi osoba. Bardzo popularny list: *Zwracam się do Pana jako do niekwestionowanego autorytetu w dziedzinie mediów (zapala się świeciółko – czegoś będą chcieli). Na licencjacie dostałam temat manipulacji w mediach. Niestety, nie znalazłam nigdzie bibliografii na powyższy temat. Bardzo proszę o przesłanie podstawowej bibliografii. Czy mogę liczyć na Pana w tej kwestii? Czy mógłby Pan to zrobić szybko? Z poważaniem i oczekiwaniem.* Proszę państwa, ja na to nie zasłużyłem. Skąd się to wszystko bierze? Jest coś ogólnego, jest jakaś presja. Takiej szybkości. Przecież ja mogę do niego napisać, a on... No, raz pomogłem, dwa razy pomogłem nawet. To nie jest nawet bezczelność, to nie jest ten poziom.

Jak zachować standardy w czasach pozbawionych wyrazistych reguł, gdy nie przydają się rady starszych dotyczące obserwowania tych, którzy wiedzieli, jak się zachować. Czy w taki sam sposób nie postępują młodsze, komercyjne stacje, które nie oglądają się na tych, którzy dawniej wiedzieli, jak się zachować, czyli telewizję publiczną, media publiczne? Co sądzimy aktualnie? Jak postrzegamy praktycznie społeczną rolę słowa dzisiaj? Najpierw należącego do sfery oralnej, potem piśmiennej i wreszcie telepiśmiennej. Mniej martwią mnie kłopoty z semantyką, szczególnie powstawanie różnych kontaminacji, frazeologizmów, o których mówiliśmy dzisiaj. (Ale nie podawaliśmy jeszcze takiego przykładu: *o, i tu jest kruczek pogrzebany* – pewien polityk, bardzo piękna kontaminacja). Otóż jakoś to rozumiemy. Uważam, że przeżyjemy również rozchwianie syntaktyczne w porządku wypowiedzi. Coraz mniej użytkowników języka zna te reguły. Coraz mniej z nas odczuwa poprawność jako wypracowaną lub nabytą kulturę języka. Obawiam się natomiast pragmatycznej zapaści, gdy słowa na powrót staną się hieroglifami pozbawionymi semantycznej treści. Nastąpi

taki moment, w którym w *fast foodzie* zażyczymy sobie *zestaw trzeci z podwójnym napojem w wersji XL*, nie mając pojęcia o tym, że można zamówić coś także w inny sposób.

Zrozumieć Trybsona, pochylić się nad nim – to jest trudne zadanie, ale obawiam się, że to nas czeka. To tak jakby zrozumieć frazę z „The Sun”: *Topowy ręcznik puknięty w Brighton. Brighton* – wiadomo – nie zmienia się; *puknięty* – to nie jest to, co państwo myślicie, tylko zastrzelony; *ręcznik* – to ten, *co nosi turban*, jakieś arabskie coś tam; *topowy* – ten z góry. Inne gazety. „The Times” napisał: *Zastrzelony saudyjski następca tronu*. To jest tłumaczenie tego zdania: *Topowy ręcznik puknięty w Brighton*. Sorry, takie mamy popkulturowe mechanizmy, prawdopodobnie jesteśmy z nimi tylko w pozornej komitywie, bardzo rzadko przeciwko nim. Możemy nasycić je tym wszystkim, co uważamy za mądre, szlachetne i dobre.

I ostatnia propozycja. Standardy medialne na ogół chcemy widzieć w układzie metaforycznym, pionowym: to, co na górze, jest bardziej artystyczne, profesjonalne, ambitniejsze. Pora, żeby potraktować większość z nich jako współpracujące na jednej i tej samej płaszczyźnie, obdarzone tymi samymi wartościami, nie w sensie bezwzględnym, rzecz jasna, ale dla swoich odbiorców. Ktoś powie, że to w istocie zamach na wartości w kulturze. Zapewne miałby rację. Kłopot polega na tym, że ten zamach już się dokonał, a mnie trudno dostrzec poza mediami inne instytucje społeczne, które mogłyby coś zrobić poza narzekaniem i ogłaszaniem krucjat medialnych. Rodzice pomagają dzieciom w nabyciu złego gustu, Kościół zajmuje się sam sobą i, może to dobre w tej chwili, szkoły jeszcze nie pokochaliśmy. Tylko media mogą mieć program naprawy tego, co psują. Razem: media publiczne, państwowe, i komercyjno-społecznościowe. Razem psują, niech razem naprawiają. Dziękuję bardzo.

**Piotr Lignar:** Bardzo żałuję, że nie ma pana przewodniczącego Jędrzejewskiego i pana prezesa Siezienieńskiego, bo rozumiem, że ten apel jest skierowany do nich, ale – tak jak powiedziałem – wszystko się nagrywa i na pewno poznają oni państwa wypowiedzi. Proszę bardzo, jest czas na zabranie głosu. Cieszę się, że jest już pierwsza osoba, proszę bardzo.



Dyskusja, plk Tomasz Szulejko



## Dyskusja

**Piotr Milewski:** Dzień dobry. Jestem kierownikiem redakcji Polskiego Radia RDC, dawniej: Radio dla Ciebie, to jest jedna z rozgłośni regionalnych. Mam problem – jakkolwiek to zabrzmie – z *procentami*. Mówimy: *dwa i pół procent*. Mówimy: *pół procent, pięć dziesiątych procent*. I nie miałbym problemu z tym, gdyby nie doktor polonista, który był u nas gościem na antenie. Poprosiłem prowadzącego, by zadał pytanie, czy ciągle powinniśmy mówić *pół procent*, ponieważ coraz częściej słyszę: *pół procenta*. A gość wyjaśnił, że ortodoksyjni językoznawcy mówią: *pół procent*, aczkolwiek forma *pół procenta* jest też właściwa.

**Andrzej Markowski:** Nie wiem, dlaczego *pół procenta* miało by być uzasadnione. W dalszym ciągu poprawna jest forma *pół procent*, tak jak *siedem i pół procent*, tak jak *dwadzieścia siedem i pół procent*.

**Piotr Milewski:** Jak Rada Języka Polskiego zapatruje się na feminizację języka polskiego? Bo o ile nie ma problemów z *korespondentką, reporterką, dyrektorką*, to im dalej w las, tym więcej wątpliwości językowych się pojawia. Coraz częściej w mediach słyszymy o *socjolożkach, psycholożkach*. Zastanawiam się, jak określić kobietę, która jest zawodowym kierownicą. *Kierownica*? Wczoraj Joanna Erbel, która będzie startować w wyborach samorządowych i będzie walczyć o fotel prezydenta stolicy, powiedziała, że ona będzie świetną *prezydentką*.

**Andrzej Markowski:** Formy żeńskie są formami potencjalnymi w większości wypadków, jeżeli nie stoją na przeszkodzie jakieś względy fonetyczne albo strukturalne. Można powiedzieć: *socjolog – socjolożka, psycholog – psycholożka, filolog – filolożka*. Od *kierowca* – jak tu mi podpowiada pani profesor Kłosińska – utworzymy formę *kierowczyni*, tak jak od *zwycięzca – zwyciężczyni*. Prawie od każdej formy męskiej można byłoby utworzyć formę żeńską, tylko pytanie – czy te formy nas nie rażą, czy nas nie śmieszają. Dopóki nie, to przypomnę pytanie do Radia Erywań i odpowiedź: *Czy można wprowadzić socjalizm w Wielkiej Brytanii?* – *Można, ale po co*. Jeżeli jednak kobiety chcą być *premierkami, prezydentkami, ministerkami* (oczywiście nie mówimy *ministra*, tylko *ministerka*), *profesorkami, doktorkami habilitowanymi, prezeskami*, to niech będą.

Kobiety chcą używać żeńskich nazw zawodów, a od przeszło pięćdziesięciu lat bardzo nie chcą mieć nazwisk w formie żeńskiej. Dawniej był pan *Nowak* – pani *Nowakowa* i panna *Nowakówna*, a dzisiaj żadna z pań nie chce być *Nowakową* ani *Nowakówną*. Proponuję, żeby wprowadzić zasadę, że kobiety mają nazwisko po matce, mężczyźni po ojcu i wtedy będzie równość płci. Ale tego się w ogóle panie jakoś nie domagają.

**Jerzy Podracki:** Jeżeli spojrzelibyśmy na ten problem poprawnościowy z perspektywy iluś ostatnich lat, to trzeba stwierdzić, że stał się on aktualny właśnie ostatnio. Tendencja do tworzenia nazw żeńskich pojawiła się na naszych oczach i coraz częściej to akceptujemy. Formy typu *filolożka*, *psycholożka*, które jeszcze dziesięć, dwadzieścia lat temu prawie wszystkich raziły, w tej chwili już niewielu osobom przeszkadzają, a więc mamy tutaj do czynienia z czymś, co w innych językach europejskich już dawno nastąpiło. W języku czeskim, w niemieckim normą cywilizacyjną jest stosowanie właśnie tych form obocznych i myślę, że nas również to czeka – jedne formy się przyjmą wcześniej, drugie później.

**Piotr Lignar:** Dziękuję bardzo. Pani doktor Kłosińska.

**Katarzyna Kłosińska:** Chciałabym tutaj dodać krótki rys historyczny. Otóż na początku XX wieku w pismach językoznawczych, w „Języku Polskim” i „Poradniku Językowym”, pojawiły się głosy, i były to głosy mężczyzn, którzy pisali mniej więcej tak: *Ponieważ coraz więcej kobiet studiuje i zostaje adwokatami czy doktorami, zachodzi potrzeba nazwania tych stanowisk w sposób żeński i całkiem naturalne jest mówienie: adwokatka, mecenaska, doktorka itd.* To pisali mężczyźni na początku XX wieku. Na co kobiety mówiły wtedy – ta dyskusja toczyła się mniej więcej do połowy lat trzydziestych – *Dlaczego jeżeli mężczyzna jest doktorem, ja mam być doktorką? To świadczy o nierówności płci* – równość była rozumiana wtedy właśnie tak, że kobieta posługuje się taką samą formą jak mężczyzna. Na co mężczyźni językoznawcy pisali, że jedynym powodem, dla którego kobieta lekarz ma na wizytówce *doktor*, a nie *doktorka*, jest to, że ona się wstydzi swojej płci. Czyli wtedy było zupełnie odwrotne niż dziś rozumienie tych zjawisk.

**Andrzej Markowski:** Oczywiście czasami jest trudno utworzyć formę żeńską: *widz* – *widzka*, *szpieg* – *szpiegini*, *szpieżka*, *szpieżanka*? Profesor Głowiński kiedyś mówił, że miał przedstawić *Wisławę Szyborską* i po-

wiedział, że Wisława Szymborska jest jednym z najwybitniejszych poetów współczesnych, bo gdyby powiedział, że jest jedną z najwybitniejszych poetek współczesnych, toby ją ustawił tylko w rzędzie samych kobiet. W *Nie-boskiej komedii* żona hrabiego Henryka chciała być *poetą* – nie *poetką*, ona chciała dorównać mężowi.

**Piotr Lignar:** Bo my w istocie, proszę państwa, mówimy o zmianie obyczajowej raczej, a dopiero ona się przekłada na język. Nawet środowiska feministyczne nie mają jednego stanowiska, w jakim wymiarze należy używać nazw żeńskich.

**Maria Lisowa:** Maria Lisowa z Uniwersytetu Papieskiego w Krakowie. Przypomina mi się, że Jadwiga była *królem* Polski, a nie *królową*, *królową* była Bona. Forma nazwy była przypisana do funkcji.

**Teresa Stylińska:** Teresa Stylińska, „Tygodnik Powszechny”. Czytałam stanowisko Rady Języka Polskiego w sprawie feminizacji nazw zawodów. Mam co do tego bardzo duże wątpliwości, ponieważ wydaje mi się, że tutaj państwo wykazujecie zbyt daleko idącą tolerancję. Myślę, że doza konserwatyzmu powinna być znacznie większa właśnie dlatego, żeby te zjawiska należycie hamować. Jeśli chodzi o nazwy, o których państwo mówili, te sfeminizowane, to się czasami wręcz ociera o śmieszność, bo ja już widziałam i *adiunktkę* – co jest nie do wymówienia – i *architektkę*, i – to już absolutne kuriozum – *biskupkę*. Mam jeszcze jedno pytanie: Jak do misji Polskiego Radia ma się zmiana nazwy Programu Pierwszego? Przecież obecnie obowiązująca i używana forma *Pierwszy Program Polskiego Radia* jest niepoprawna.

**Katarzyna Kłosińska:** Ta sesja się trochę zamieniła w koncert życzeń pod adresem Rady Języka Polskiego. W naszym stanowisku dotyczącym form żeńskich zawodów i stanowisk wyraźnie podkreślaliśmy, że różne są potrzeby użytkowników języka. I że niektórzy chcą właśnie mówić *socjolożka*, *architektka*, nazywać w sposób żeński kobietę, która jest ministrem, a również są tacy, którzy tego nie chcą. Dlatego nie zabramy, bo zresztą nie mamy takiego prawa, nikomu używania form żeńskich ani nie nakazujemy tego, tylko pokazywaliśmy, jakie są sposoby tworzenia tych form, trochę przestrzegając przed tą okropną *ministra*, bo jednak poprawna forma to *ministerka*. Nie jest zadaniem Rady Języka Polskiego narzucanie ludziom

stosowania pewnych form, które są zgodne lub niezgodne ze światopoglądem, bo to jest już kwestia światopoglądu.

**Andrzej Markowski:** Po prostu takie formy są przez system językowy polszczyzny dopuszczane. Nie możemy twierdzić, że nie wolno powiedzieć *ministerka*, skoro od nazwy męskiej można tworzyć formy żeńskie z przyrostkiem *-ka*: *chłop* – *chłopka* i tak dalej.

A co do Pierwszego Programu Polskiego Radia, to nie wiem, czy to jest tak bardzo niepoprawne. Przecież mamy *Polskie Radio*, a nie *Radio Polskie*. Prawda? Nazwa *Pierwszy Program Polskiego Radia* ma być taką grą słów. To jest pierwszy program Polskiego Radia, czyli program, który ma jedynkę, ale jest jednocześnie najlepszy.

**Piotr Lignar:** Dokładnie takie były intencje tej zmiany.

**Andrzej Markowski:** To zresztą było konsultowane ze mną i ja nie wyraziłem sprzeciwu. Owszem, byliśmy przyzwyczajeni, że jest Program Pierwszy, tak jak Program Trzeci, powiedzmy; ale Pierwszy Program Polskiego Radia nie jest gwałtem na polszczyźnie, tak bym powiedział. Przydawka tego rodzaju tradycyjnie stoi po rzeczowniku, ale bywają wyjątki, a może w wyjątkach jest cały urok.

**Jerzy Podracki:** Gdybyśmy przyjęli, że pewne wyrazy w jakiś sposób neutralizują rodzaj, to może nie byłoby tylu skarg ze strony płci żeńskiej. Jest jeden taki wyraz, który ma rodzaj nazywany żeńskim – może właśnie ta nomenklatura szkodzi, że się jedne deklinacje nazywa żeńskimi, inne męskimi. To jest *osoba* – i nie ma odpowiednika rodzaju męskiego. A przecież może się też odnosić do mężczyzn i nikomu to nie przeszkadza. Jest *osoba*, *osobistość*, jest *osobowość* – i to wszystko razem funkcjonuje.

**Piotr Lignar:** Nie chciałbym, żebyśmy odchodzili od tematu naszej sesji, czyli od języka medialnego. Zadam państwu pytanie: Czy media publiczne powinny być też twórcą owych standardów nowoczesności? (no bo przejawem bez wątpienia nowoczesności jest ta ekspansja słów w rodzaju żeńskim). Czy my raczej powinniśmy być bardziej konserwatywni i z dystansem odnieść się do tych nowinek? Czy państwo uważają, że to jest tylko moda?

**Katarzyna Kłosińska:** Ja bym wolała nie widzieć na przykład podpisów *redaktorka naczelna*, bo odbieram je jako manifest feminizmu, tylko: *redaktor naczelna*, ale też nie: *redaktor naczelny*, bo to już byłby zbyt duży konserwatyzm. Dopóki te formy się nie utrwały w języku, to są bardzo silnym manifestem ideologicznym.

**Piotr Lignar:** Czyli jednak zachowajmy dystans. Poczekamy, co z tego wyjdzie.

**Tomasz Szulejko:** Dzień dobry państwu. Bardzo niedobrze czują się panie w wojsku, gdy mówi się do nich: *kapitanka*, *majorka*, *sierżantka*, *komandorka*. Mówimy: *pani kapitan*, *pani sierżant*, *pani major*, *pani pułkownik*, jeszcze *generała* nie doczekaliśmy. W każdym razie zdecydowanie ta forma brzmi mocniej, twardziej, podnosi autorytet pani kapitan wśród żołnierzy. Ten naturalny, a nie formalny autorytet. Zdecydowanie ta forma lepiej się sprawdza i jeśliby ktoś powiedział do pani kapitan per *kapitanka*, to w prostych żołnierskich słowach mógłby liczyć na ripostę.

**Piotr Lignar:** Brawo, brawo.

**Sławomir Drygalski:** Radio Mazowsze. Drodzy państwo, czy my się uporamy ze słowem *super*, które już dominuje wszędzie? Czy jest na to w ogóle jakaś rada? (Głos z sali: *megasposób*). No, nie wiem.

**Jerzy Podracki:** Myślę, że sami nie możemy temu zaradzić. W audycjach radiowych poświęconych kulturze języka próbujemy z tym walczyć, komentować w odpowiedni sposób tego typu zjawiska, ale nadużywanie wyrazów typu: *super*, *mega* wiąże się z nieco ogólniejszą tendencją. Nie chodzi tylko o te konkretne wyrazy. Ta tendencja to jest dążenie do potęgowania wszystkiego, co się da. Dostrzec ją można i w różnych epitetach, i w ocenach przeciwników politycznych, i w reklamach. A więc jest to przykład ogólnej tendencji językowej, którą rzeczywiście – nie zawsze – oceniamy negatywnie, ale wpływ językoznawców czy w ogóle wpływ poradnictwa językowego jest w tym zakresie niewielki.

**Eugeniusz Wąsik:** Stowarzyszenie Dziennikarzy. Mam dwa pytania. Pierwsze do pani redaktor Tułowieckiej. Wspomniała pani o takim zwrocie: *zrób dla, daj dla, kup dla*. Otóż ja traktuję to jako regionalizm podlaski i mam

pytanie, czy w programach nie na żywo takie regionalizmy usuwać, kosztem straty tej „regionalności” wypowiedzi, czy je pozostawiać. I drugie pytanie. Jak powinny brzmieć tytuły naukowe: *magisterka filologii* czy *magister filologii*, *doktorka filologii* czy *doktor filologii*?

**Małgorzata Tułowiecka:** Wiemy, że to jest regionalizm wschodni, i oczywiście jeżeli w ten sposób wypowiada się rdzenny mieszkaniec danej okolicy, to nic z jego wypowiedzi nie należy wycinać. Ale jeżeli to mówi dziennikarz, to może jednak należałoby mu zwrócić uwagę. Ja zresztą mówiłam o tym w kontekście nie regionalizmów, tylko chciałam zwrócić uwagę, że to się szerzy w całym kraju w polszczyźnie używanej przez dziennikarzy w różnych stacjach radiowych i telewizyjnych.

**Jerzy Podracki:** Jeszcze króciutko uzupełnię to w szerszym kontekście. Językoznawcy odróżniają pojęcie regionalizmu od formy dialektalnej. Regionalizmy są charakterystyczne dla większych obszarów Polski i uznawane są za formy poprawne. Nie należy ich nadużywać, ale to nie są nigdy błędy językowe, w przeciwieństwie do form gwarowych, które pojawiają się w języku ogólnym – nie na zasadzie cytatu. I wtedy to są oczywiście błędy.

Jeżeli chodzi o formy: *magister*, *doktor*, to odpowiedź jest prosta. Formą urzędową jest: *magister*, *doktor*, a nie: *magisterka* czy *doktorka*. W Niemczech absolwent z tytułem magistra ma tytuł *magister*, ale kobieta ma tytuł *magistra*. To jest zresztą forma pochodząca z języka łacińskiego i akurat w niemieckim obszarze językowym jest ona przyjęta urzędowo. U nas poprawne formy to tylko: *magister*, *doktor*, *profesor*, nie: *profesorka* i tak dalej.

**Piotr Lignar:** Wrócę do regionalizmów. Mieliśmy taki przypadek na antenie, przed laty: jeden z prominentnych gości ze świata nauki, wprawdzie nie był przedstawicielem nauk humanistycznych, tylko nauk ścisłych, mówił: *kedy*, *kerownik* i tak dalej. Tego było mnóstwo, to nie było przejęzyczenie, on tak mówił. A ponieważ był poza tym znakomitym specjalistą i świetnie tłumaczył zawile rzeczy z zakresu swojej specjalności, to mieliśmy poważny problem, czy przestać go zapraszać, czy może jakoś na niego wpłynąć. Zaczęliśmy mu zwracać delikatnie – poza anteną oczywiście – uwagę na tę przypadłość. On w pewnym momencie już zorientował się, że to nie są żarty, lecz poważna praca nad nim i powiedział: *Proszę państwa, ja nie będę się zmieniał, bo ja pochodzę z Mazowsza, a tak się mówi na Mazowszu,*

a Mazowsze zostało najechane przez Polan, i nie będę mówił językiem okupantów. Do dziś nie wiem, czy to był z jego strony żart. Jak państwo się odnoszą do takiej formy właśnie? Pan profesor kiwa głową, że nic się nie da zrobić.

**Jerzy Podracki:** Znam takiego księdza, który pełni funkcję proboszcza i mówi: *wszystkie grzechi*. Nic na to nie poradzimy, bo tylko biskup coś tu może zdziałać.

**Grażyna Majkowska:** Nie wiem, czemu państwo w dyskusji pominęli wspaniały referat profesora Godzica. Przewrotny od początku do końca, tak go odczytałam. Mam w związku z tym konkretne pytania dotyczące szkoły i Kościoła, bo nie wiem, czemu z przekąsem mówił pan o szkole, że nikt jej nie lubi. Podejrzewam, że jednak szkoły coraz bardziej teraz, kiedy chcą pozyskać dzieci, zaczną być lubiane. Niewątpliwie to jest ta instytucja, która chyba nawet bardziej niż media za polszczyznę odpowiada. Myślę, że Kościół podobnie, o czym pan profesor tutaj wspomniał.

Proszę państwa, może nie należy się wstydzic mazowizmów. Ja sama pochodzę z Mazowsza. Jak się zdenerwuję, to zdarza mi się mówić: *kedy i bokem*. *Chiba* też mi się czasem zdarza. Wiem oczywiście także, że rzeczywiście Mazowsze zostało najechane. Ktoś, kto zna historię, doskonale o tym wie.

I jeszcze jedno pytanie do profesora Godzica – czy ten *akcent medialny*, podobnie jak ci *wielcy językoznawcy*, to był przekąs, czy było to serio?

**Wiesław Godzic:** We wrześniu odbędzie się Pierwszy Kongres Edukacji Medialnej. Dobrze, że we wrześniu tego roku, bardzo źle, że tak późno. W roku 2000 powstał pierwszy raport na temat edukacji medialnej. Teraz wraca się do niego. Uważam, że edukacja medialna powinna być w ogóle sensem działania bardzo wielu szkół. Znam takie szkoły amerykańskie, w których pracuje się na projektach i tak naprawdę to robi się film. O czymś, o jakimś kraju. Robiąc film, prosimy o konsultacje geografa, prosimy o konsultacje językoznawcę, historyka i tak dalej. Tymczasem my ciągle nie doceniamy, jak ważne są media. Owszem, przeceniamy, gdy kogoś zabijają, gdy szukamy wzorców w mediach. Nie doceniamy, gdy nie sądzimy, że robienie filmu przez dzieciaki w szkole może być głównym ich zajęciem w danym semestrze – jeśli to jest dobrze przygotowane, dobrze wykorzystane. Jeśli chodzi o Kościół, to ja zawsze mam Piotra Skargę w pamięci. Wspomniała retorykę wielu księży. To jest już coraz bardziej zapomniane. Mniej

chodzę do kościoła, ale gdy tylko przyjdę, to widzę, że to jest jakieś takie mało retoryczne. Tymczasem ja chciałbym, żeby ksiądz – pomijam sferę merytoryczną religii – uczył, jak mówić publicznie, w jaki sposób się zachowywać.

Jeśli znasz metody wpływania, to tym samym możesz się chronić przed tymi metodami, które są dla ciebie niemiłe, z którymi się nie zgadzasz. Szkołę widzę jako ciągle jeszcze niewykorzystane pole oddziaływania medialnego, zrozumienia mediów. Rozumiem przez edukację medialną coś szalenie prostego na pozór: krytyczną analizę mediów. Dlaczego dzieciaki w Stanach Zjednoczonych mogą już na poziomie gimnazjalnym albo późnoprzedzszkolnym analizować newsy, magazyny informacyjne? Oceniać, jak to jest skonstruowane, że to nie jest sama prawda, tylko pewien przekaz, za którym ktoś stoi. Nam wszystkim jest to ogromnie potrzebne, bo okazuje się, że jesteśmy raczej takimi barankami wystawionymi na działanie tych fal.

Jeśli chodzi o pani wątpliwość – skonstruowałem taką oto metaforę, że pomyślałem o językoznawcach, o wielkim językoznawcy, o Stalinie. I teraz tak sobie pomyślałem – wypowiedzieć takie coś, no to ktoś może zrozumieć opacznie jako podobieństwo tu obecnych do Stalina, no ale już wypowiedziałem. W momencie, w którym wypowiedziałem, pomyślałem, że trzeba to zdekonstruować, to znaczy powiedzieć, że ja to wiem, że tak może być rozumiane, ale moją intencją właśnie to nie było. Taki oto chwycik zastosowałem.

**Karol Małcużyński:** Chciałbym jedną anegdotę opowiedzieć, a również zadać pytanie, co media publiczne powinny robić wobec tego zjawiska kaleczenia języka polskiego, bo wydaje mi się, że odpowiedź jest dosyć prosta. Ale pierwsza sprawa. Kiedyś podróżowałem przez rok do różnych miejscowości w Polsce i przyglądałem się różnym językowym zjawiskom. Jeśli byłem w komisariacie rejonowym, to miejscowemu komendantowi zadawałem pytanie, jak on mówi na swoją żonę i córkę – w sensie, skąd one pochodzą. Póki to było w takich miejscowościach, jak Wałbrzych, gdzie to była *wałbrzyszanka*, albo Zielona Góra, gdzie była *zielonogórzanka*, to wszystko się zgadzało. Później dochodziły bardzo zabawne różne miejscowości, gdzie płakaliśmy wspólnie z tymi policjantami ze śmiechu, kiedy te formy tworzyliśmy. Pewnego dnia trafiłem do komisariatu w Szklarskiej Porębie. I zdałem sobie sprawę, że to słowo, które utworzymy, nie będzie na miejscu, ale sprawę wysypał operator, który powiedział: to w waszym wypadku będzie *szklarska porębianka*.



Chciałbym jeszcze wrócić do tego, co mówiła pani Joanna Luboń na temat tej zarazy, która istnieje w mediach – chodzi mi o akcentowanie słów na pierwszej sylabie. Jeżeli one się jeszcze zaczynają od samogłoski, to ludzie robią to niemal automatycznie. Zadajmy sobie pytanie, co mogą media publiczne robić w tej sprawie. Wydaje mi się, że mogą robić bardzo dużo. Na pewno nie powinny tej formy upowszechniać. Dotyczy to głównie telewizji – ale również w biuletynach newsowych w radiu to się zdarza. A przecież to są ludzie, którzy są zatrudnieni, wysoko opłacani, więc po prostu można ich szkolić i zabronić im w ten sposób mówić. Bo my możemy organizować tego rodzaju konferencje w zasadzie co drugi dzień, natomiast jeżeli główni prezenterzy programów informacyjnych będą w ten sposób mówić, to będą mówili również pośledniejsi reporterzy i będzie mówiła tak publiczność.

**Piotr Lignar:** Powstaje pytanie, czy robimy to w zadowalającym stopniu, ale oczywiście to robimy. Komisja Karty Mikrofonowej, o której już tutaj sporo powiedziano, to jest także komisja kwalifikacyjna. Osoby, które ubiegają się o pracę w radiu, zwłaszcza młodzi ludzie stawiający pierwsze kroki, są przesłuchiwane przez część komisji. I czasami ci kandydaci słyszą, że przyszłości w radiu nie mają ze względu na ewidentne uchybienia głosowe, ale bardzo istotnym elementem jest też umiejętność posługiwania się językiem polskim. Ktoś z państwa powie, że tego można się nauczyć. Nie mam odwagi wypowiadać się tutaj jako autorytet – bo nim nie jestem, ale mam pewne doświadczenia. Otóż byłem założycielem Dziennikarskiej Szkoły Polskiego Radia i prowadziłem ją przez trzy lata, jej ławy opuściło kilka znaczących obecnie postaci anteny radia publicznego. Przez tę szkołę przewinęło się kilkadziesiąt osób. Co roku w trudnym konkursie spośród ponad setki kandydatów wybieraliśmy dwanaście, czternaście, osiemnaście osób, które potem w trakcie dwóch semestrów były uczone dziennikarstwa radia publicznego. Badaliśmy, oczywiście, nie tylko ich predyspozycje językowe, braliśmy pod uwagę również inne kryteria.

I był przypadek jednego ze słuchaczy, naszego późniejszego kolegi zresztą, który miał znakomite wyniki w spełnianiu tych innych kryteriów, natomiast miał duże zaniedbania, jeśli chodzi o język polski. Po długiej rozmowie doszliśmy do wniosku, że jednak to jest rzecz, której można nauczyć. Więc zgodziliśmy się na obecność tego człowieka w naszej szkole, ponieważ on ma tyle zalet, no a ma tylko tę jedną wadę. Będziemy intensywnie pracowali nad nim, żeby tę wadę usunąć i on też zresztą obiecał, że podda się intensywnemu szkoleniu. Rzeczywiście z zaciełością naprawdę

godną podziwu rozpoczął pracę nad sobą. Chodził na lekcje do Joasi Luboń i do innych kolegów. Pracował nad wymową, bo było jasne – to był warunek ukończenia szkoły. Absolwenci musieli otrzymać określoną kategorię karty mikrofonowej, czyli stanąć przed komisją i potwierdzić swoje umiejętności. Zakładaliśmy, że w chwili ukończenia szkoły natychmiast trafią na antenę. I otóż ten człowiek ku naszemu podziwowi i uznaniu osiągnął rzeczywiście poziom gwarantujący, że otrzyma kartę mikrofonową wymaganej kategorii. On naprawdę zaczął mówić poprawnie po polsku, wydawało się, że ten problem został rozwiązany. Minęły lata. Okazało się jednak, że po latach, kiedy już presja była mniejsza w jego przypadku, kiedy już był mającym pewne osiągnięcia dziennikarzem, wyspecjalizowanym w konkretnej dziedzinie, nastąpił powrót, najpierw delikatny, a potem coraz mocniejszy tych cech, które były rażące na początku. Nie w takim stopniu jak kiedyś, ale wyraźnie słychać było, że pewne rzeczy w nim tkwią i wraca to, co miało nie wrócić. Zatem trzeba się zastanowić, czy należy wybierać ludzi – to jest odpowiedź na pańskie pytanie – czy ich uczyć. Ja bazując nie tylko na tym doświadczeniu, ale również na szeregu innych z czasów tej szkoły, jestem zdania, że trzeba wybierać, a nie uczyć. To znaczy wybierać ludzi o pewnych predyspozycjach – oczywiście jasno sformatowanych, także językowych – i potem je szlifować. Nie ma co zawracać rzeki, bo tego się nie da.

**Karol Małcużyński:** Polecam wszystkim państwu dzisiaj obejrzenie „Panoramy”, „Wiadomości” i „Faktów”. Będziemy mieli pełno tych przykładów: absolutny, ostatecznie, masowe zalesianie, katastrofalne skutki, implementacja, potrzebującym rodzicom, a na koniec prezydent pożegna się z państwem: *Miłego wieczoru państwu życzę* – są tu cztery wyrazy i każdy stoi nie w tym miejscu, co trzeba.

**Piotr Lignar:** Dziękuję państwu bardzo. Zapraszam na lunch, potem będzie część panelowa.

# DYSKUSJA PANELOWA





Dyskusja panelowa

## Normotwórcza rola radia i telewizji

**Prowadzenie: dr hab. Katarzyna Kłosińska, sekretarz Rady Języka Polskiego, Uniwersytet Warszawski**

**Uczestnicy:**

**prof. Janusz Adamowski – dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego**

**min. Krzysztof Luft – członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

**dyr. Sławomir Zieliński – Biuro Koordynacji Programowej TVP**

**dyr. Michał Samul – zastępca redaktora naczelnego TVN 24**

**dr Marcin Zaborski – Program 3 Polskiego Radia S.A., Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie**

**dyr. Piotr Lignar – Biuro Programowe i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia S.A.**

**Piotr Lignar:** Dziękuję państwu bardzo za wspólnie spędzony czas, kiedy miałem przyjemność sterować częściowo tą dyskusją. A teraz oddaję głos pani doktor Kłosińskiej – proszę bardzo.

**Katarzyna Kłosińska:** Dzień dobry państwu. Przede wszystkim witam bardzo serdecznie moich gości. Bardzo się cieszę, że panowie przyjęli zaproszenie do udziału w tym panelu. Wymienię w kolejności alfabetycznej, żeby było sprawiedliwie. Pan profesor Janusz Adamowski, dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Pan dyrektor Piotr Lignar, którego już państwo poznali, dyrektor Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego Polskiego Radia. Pan minister Krzysztof Luft, członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Pan dyrektor Michał Samul, zastępca redaktora naczelnego TVN 24. Pan doktor Marcin Zaborski z radiowej Trójki oraz Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. I pan dyrektor Sławomir Zieliński z Biura Koordynacji Programowej Telewizji Polskiej. Mamy tutaj tak znakomitych gości, reprezentujących tak szacowne, znakomite instytucje, dlatego że chcielibyśmy podyskutować na temat, najogólniej mówiąc, kulturotwórczej czy normotwórczej roli mediów. Będę prosiła panów o wypowiedzi, ale również zapraszamy wszystkich państwa do udziału w tej dyskusji.



Katarzyna Klośńska

Oczywiście zakładamy, że radio i telewizja pełnią funkcję normotwórczą, bo nawet jeżeli się przed tym bronią niektóre stacje czy niektóre media, to jednak zawsze są wzorcem. Tutaj pojawia się pierwsze pytanie, które chciałabym zadać panom i też państwu z sali: Czy tylko media publiczne mają tę misję do spełnienia? Chcielibyśmy, aby i media niepubliczne poczuwały się do tej misji. Mówimy tutaj oczywiście o wzorcach nie tylko językowych, ale w ogóle o wzorcach kulturowych, no bo przecież język jest osadzony w kulturze. Oczywiście chcemy, żeby radio i telewizja pełniły tę funkcję stabilizującą, żeby poruszały się w tym coraz bardziej zmieniającym się świecie, w tej coraz bardziej zmieniającej się rzeczywistości kulturowej. Normy, jak wiadomo, są potrzebne. Nie tylko ze względu na szacunek dla kultury (czy ściślej – dla języka) czy dla tradycji, ale też po prostu dlatego, że normy sprawiają, że czujemy się bezpieczniej. Norma językowa reguluje nam wiele zachowań językowych, szczególnie jeśli chodzi o kwestie stosowności, etykiety, grzeczności językowej. Ale nie tylko. Nawet przestrzeganie zwykłej poprawności gramatycznej sprawia, że jako użytkownicy języka, ludzie, którzy wchodzą w relacje z innymi, czujemy się bezpieczniej.

Za chwilę poproszę o odpowiedź na kilka pytań. Czy media są jednak wzorami? Co zrobić, jeśli nie są albo są w niewystarczającym stopniu? Inaczej mówiąc, od czego to zależy? Czy tylko od zaangażowania dyrekcji, dziennikarzy, czy od spraw finansowych – to wiem na pewno, ale jeszcze od czego? I już na sam koniec powiem, że nie chciałabym, żeby myślą przewodnią naszych rozważań były dwie wypowiedzi przytoczone dzisiaj przed południem przez pana profesora Godzica. Jedna to wypowiedź dziewięcioletniego chłopca, który tworzy jakieś teksty i muzykę do tych tekstów: *Jak się nie ma rymu, to trzeba pisać byle co*. I wypowiedź uczestniczki jednego z reality show: *Idę wywiesić majtki dla fanów*. Te dwa cytaty są znamienne, ponieważ pokazują, co się dzieje z językiem w mediach. Po pierwsze, piszemy byle co. A drugi cytat będzie dla mnie przez długi czas symbolem ekshibicjonizmu i celebrytizmu. Mam nadzieję, że te dwie wypowiedzi nie podsumowują tego, co się dzieje w języku mediów. Bardzo dziękuję. Poproszę o zabranie głosu pana ministra.

**Krzysztof Luft:** Media powstały po to, żeby ludziom pomagać zrozumieć świat, samych siebie, otaczającą rzeczywistość. Poinformować, także dostarczyć wartości o charakterze edukacyjnym. Dwadzieścia pięć lat temu, kiedy w Polsce powstawały media nowe, prywatne, niezależne od państwa,

liczyliśmy na to, że te media właśnie dzięki temu, że będą niezależne, tę funkcję wypełnią. Dzisiaj wiemy, niestety, że tak nie jest, że jeśli chodzi o cały sektor mediów prywatnych – a one jednak stanowią ogromną część – to ich głównym celem działania jest po prostu zarabianie pieniędzy i wszystko jest temu podporządkowane – i to, co się mówi i o czym się mówi, i muzyka. Jest to zasadnicza różnica, czy my funkcjonujemy po to, żeby zarobić pieniądze, czy po to, żeby zrealizować jakiś cel, owszem, także za pomocą pieniędzy, bo inaczej się nie da.

**Katarzyna Kłosińska:** Nie da się pogodzić jednego z drugim?

**Piotr Lignar:** To jest bardzo trudne.

**Krzysztof Luft:** Nie bez powodu media publiczne w Polsce mają status spółek Skarbu Państwa, które nie mogą zarabiać pieniędzy. To znaczy – mogą zarabiać, ale właściciel nie dostanie ani złotówki. Nie ma prawa do ewentualnych zysków. I to bardzo silnie, natychmiast określa, jak te media funkcjonują. Jeżeli jedziemy przez Polskę i włączamy radio, to większość rozsądnych ludzi natychmiast rozpoznaje, czy jest to stacja komercyjna, bo ona zupełnie inaczej brzmi. I nie chodzi tylko o muzykę, ale także o sposób mówienia, o to, co się tam mówi. Przepraszam, być może uogólniam, ale tak prawdę mówiąc, to rozgłośnie komercyjne, poza jedną, która nadaje muzykę klasyczną, i jedną, która nadaje słowo, wszystkie są niesłychanie do siebie podobne. Natomiast radio publiczne jest zupełnie inne i zupełnie inny tam jest język. Polskie Radio – i to duże, ogólnopolskie, i rozgłośnie regionalne Polskiego Radia – jest jednak finansowane mniej więcej w osiemdziesięciu procentach z abonamentu, ze środków publicznych, a zaledwie w dwudziestu procentach ze środków komercyjnych, czyli z reklamy. I proszę zobaczyć, jaka jest zupełnie inna sytuacja Telewizji Polskiej, która jest finansowana w odwrotnej proporcji. Dwadzieścia procent w tej chwili (był moment, kiedy nawet trzynastą procent) pochodzi ze środków publicznych, a osiemdziesiąt procent ze środków komercyjnych. I o ile Polskie Radio odróżnić od stacji komercyjnych jest na ogół bardzo łatwo, o tyle Telewizja Polska różni się znacznie mniej od stacji komercyjnych. Z tego prostego powodu, jak jest finansowana. Dzisiaj media mają największy wpływ na kształtowanie wzorców językowych, dom, szkoła – myślę, że mniejszy. Nie da się komercyjnym mediom nakazać poprzez jakieś rozstrzygnięcia prawne, w jaki sposób one mają posługiwać się językiem, o czym mają



mówić. Można tylko tworzyć alternatywę. Tą alternatywą – i to wszędzie w Europie – są publiczne media, które są inaczej finansowane i dzięki temu można od nich pewnych rzeczy wymagać, one się inaczej rozwijają, co innego proponują.

**Katarzyna Kłosińska:** Bardzo dziękuję. Pan dyrektor Lignar.

**Piotr Lignar:** My trochę idealizujemy świat mediów. Słuchając pana ministra, przez moment miałem takie wrażenie. Nazwijmy rzeczy po imieniu, może brutalnie. Media niepubliczne w większości – poza mediami społecznymi, niektórymi lokalnymi rozgłośniami – w Polsce w tej chwili to są media, których celem jest „wymywanie” pieniędzy z rynku. One są po to, żeby zarabiać pieniądze, a nie po to, żeby robić cokolwiek. Co innego robią media publiczne. Na tej sali padło dwa lata temu z ust niestety nieżyjącego, a przywoływanego już dzisiaj Karola Jakubowicza sformułowanie bardzo przyjemne dla nas, że media publiczne powinny być pasem transmisyjnym od elit do nieelit. Proszę się zastanowić nad tego rodzaju rozumieniem misji radia publicznego. Oczywiście, można zacząć rozmowę, co to są elity, gdzie są te elity, czy one mają coś do powiedzenia, ale przynajmniej w założeniu powinno tkwić takie przesłanie, że jesteśmy tym pasem transmisyjnym, objaśniającym, tłumaczącym rzeczywistość w różnych wymiarach i różnych projekcjach.

Natomiast media komercyjne nawet nie deklarują czegoś takiego. A skoro większość audytorium stanowią, posługując się językiem profesora Pisarka, odbiorcy nieprzygotowani, no to w naturalny sposób zaczyna się dobierać – mówię o mediach komercyjnych – język i sposób zwracania się, który do nich trafia i jest skuteczny. Dlaczego? No bo oni zapewnią audytorium, a to się przełoży na ceny minuty na antenie – sprzedawanej w czasie handlowym. I tu jest cała tajemnica tego wszystkiego. My byśmy też mieli ogromną słuchalność, podejrzewam, gdybyśmy przyjęli ten sposób myślenia. Tylko że wtedy nie byłibyśmy pasem transmisyjnym czegokolwiek do kogokolwiek. I tu jest główny dylemat. Więc jeżeli nie będzie finansowania mediów publicznych w jakikolwiek sposób, to my będziemy ciągle w rozdarciu. Z jednej strony będziemy musieli trochę na siebie zarobić, ale jednak głównie – co pan minister przed chwilą potwierdził – liczymy na to, że dostaniemy pieniądze na realizację misji. W tej chwili jesteśmy w takim właśnie stanie. Kiedyś nazwał to jeden z naszych kolegów, że jest to stan bycia w *śmiatku*. Nie wiem, czy państwo wiedzą, co to jest *śmiatek*? Otóż podobno



Michał Samul

w jakimś gwarowym określeniu jest to mleko, które jeszcze nie jest zsiadłe, ale już nie jest słodkie.

**Krzysztof Luft:** Przepraszam, panie dyrektorze, nie możemy zapominać o tym, że akurat Polskie Radio finansowane jest ze środków publicznych w stopniu wcale niezłym.

**Piotr Lignar:** Procentowo – tak, przyznaję.

**Krzysztof Luft:** Jest gigantyczny problem w Polsce z telewizją. Doskonale zdaję sobie sprawę z tego, że doszliśmy do pewnej ściany w finansowaniu dużego radia, dalsze zmniejszenie środków odbijałoby się już negatywnie na jakości programu. W tej chwili jest duży problem z utrzymaniem zespołów artystycznych. Ale dzięki racjonalizacji kosztów udało się te proporcje abonamentu i przychodów reklamowych w radiu cały czas utrzymać. Uważam, że Polskie Radio publiczne – zarówno duże radio, jak i rozgłośnie regionalne – swoją funkcję misyjną spełnia. Rozgłośnie regionalne Polskiego Radia są na przykład najważniejszym ośrodkiem debaty publicznej w regionach. Tam prawie nie ma już gazet regionalnych, które albo nie istnieją, albo są całkowicie skomercjalizowane, stabilizowane. Rozgłośnie komercyjne, które działają na lokalnym rynku, też tej funkcji nie spełniają. Zostały tylko rozgłośnie regionalne Polskiego Radia. Do tego zaledwie nieco ponad czterdzieści rozgłośni niezależnych, lokalnych. Cała reszta, było ich chyba ze dwieście, została przejęta przez duże sieci ogólnokrajowe.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Poproszę pana dyrektora Michała Samulę, który jest redaktorem naczelnym TVN 24.

**Michał Samul:** TVN 24 to komercyjna stacja informacyjna, która uznaje słowo za równie ważną dziedzinę jak wizualna część opowieści o świecie. Muszę przyznać, że trochę mnie martwi brak wiary moich przedmówców w media komercyjne. Nie chcę mówić tylko i wyłącznie o swojej firmie, ale na rynku informacyjnym mamy stacje komercyjne także naszych konkurentów, którzy, wydaje mi się, podobnie jak my czują odpowiedzialność za jakość debaty w Polsce, także za jakość języka i dyskursu, który się na łamach tych mediów rozgrywa. Chciałem podkreślić, że my czujemy zobowiązania, jakie stoją przed nami, wiemy, że jesteśmy po to, żeby pomagać ludziom rozumieć



Marcin Zaborski

zmieniającą się rzeczywistość, komunikować się ze światem. Wiemy o tym, że trafność doboru środków językowych, jakie my zastosujemy, będzie się przekładała bezpośrednio na to, czy nasz odbiorca ten świat rozumie lepiej, czy gorzej. Oczywiście wszyscy padamy w jakimś sensie ofiarą wyścigu komercyjnego. Znamy jego zagrożenia. Chcielibyśmy, żeby było krótko, atrakcyjnie, chcielibyśmy opowiadać językiem potocznym – tak, żeby ludzie zrozumieli. Żeby to miało ładunek emocjonalny, żeby to ludzi angażowało. I w tym gronie nie ma co uprawiać jakiejs hipokryzji. Takie są media dzisiaj – nie tylko w Polsce – wszędzie tam, gdzie ich ekonomika jest taka, a nie inna.

Jednak jakość języka ma wielkie znaczenie, także w tym wyścigu po widza. Można by to porównać do rynku pracy. Jeżeli poszukującym jest ktoś, kto posiadał kompetencje biegłego posługiwania się językiem, to on nie ma problemu z tym, żeby znaleźć pracę. Nie ma problemu z tym, żeby być zrozumianym, zostanie przyjęty w każdym miejscu, gdzie się pojawi, bo ma przewagę nad konkurentami. Im szybciej firmy medialne zdadzą sobie sprawę z tego, że jakość komunikowania się z odbiorcami wpływa bezpośrednio na to, że będą pozytywnie odbierane – tym lepiej.

Tutaj padły bardzo ważne słowa: *stabilizacja, okres pośredni*. Jako student dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim – u profesora Adamowskiego między innymi – na początku lat dziewięćdziesiątych uczestniczyłem w seminariach, które mówiły o tym, jak bardzo trzeba odejść od urzędniczego slangu komunikatów, typu: *ten minister tam przybył, spotkał się ze swoim odpowiednikiem*, że to wszystko takie oficjalne, nudne. Dzisiaj mamy wychylenie wskaźnika w drugą stronę. Wszystko jest hej, łoś, hura, do przodu! Wydaje się, że mediom w Polsce brakuje stabilizującej tradycji, ważnej dla kultury języka, brakuje ciągłości działania.

Być może jesteśmy blisko tego, żeby jasno można było sobie powiedzieć: to są media jakościowe, które dbają o interes odbiorców, a to są media, które tylko zabawiają odbiorców. Tu jest linia podziału. Niekoniecznie jest ona związana z tym, czy medium jest komercyjne, czy publiczne. Jednak uważam, że to na mediach publicznych spoczywa szczególnie obowiązek posługiwania się językiem polskim w taki sposób, by podstawy naszej tożsamości językowej, kulturowej, przetrwały i nie zamieniły się w jakiś system dziwnych emotikonów.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo i poproszę pana doktora Zaborskiego.

**Marcin Zaborski:** Skoro mówimy o mediach jakościowych, to pozwalam sobie włączyć się do dyskusji jako dziennikarz Programu Trzeciego. Padło pytanie o to, czy tylko media publiczne mają do odegrania rolę normotwórczą czy kulturotwórczą. Moim zdaniem, wszystkie media, *nolens volens* – odgrywały ją, odgrywają i odgrywać będą. Pytanie tylko – w jaki sposób? I oczywiście jest, że od mediów publicznych będziemy wymagać więcej niż od mediów komercyjnych. Niezależnie od tego, czy są pieniądze, czy ich nie ma, bo myślę, że to jest margines dzisiejszej dyskusji – to są takie media, które starają się realizować rolę normotwórczą w sposób często dużo bardziej zaangażowany, niżby te pieniądze pozwalały.

Mam to szczęście, że pracuję w Programie Trzecim Polskiego Radia, programie z kilkudziesięcioletnimi tradycjami. Mogę więc się do nich odwoływać i uczyć się od mistrzów, którzy je przez lata tworzyli. Bardzo często mówi się o tym, że coś jest Trójkowe – w domyśle: wartościowe. Dlaczego możemy powiedzieć, że ten Trójkowy sposób prowadzenia programu jest wartościowy? Zastanawiając się nad odpowiedzią na to pytanie, skupiłem się na języku i na tym, jak ten język w Trójce wygląda. Gdyby zrobić eksperyment proponowany przez pana ministra – podróżować po Polsce i słuchać radia na wrywki – to szybko da się rozpoznać Trójkę właśnie za sprawą języka. Dlaczego? Dlatego że, jak mi się przynajmniej wydaje, ta komunikacja jest przemyślana, wypracowana przez dłuższy czas. W radiowej Trójce traktujemy słuchacza jako przyjaciela *in pectore*, przyjaciela, którego nie zdradzamy, nie opowiadamy o nim całemu światu, nie ogłaszamy, że jest naszym przyjacielem. Nie ma tu miejsca na mizdrzenie się, nie ma pretensjonalności, nie ma nachalności – a przynajmniej nie powinno być. A gdyby się zdarzyło, to na szczęście są ludzie, którzy siedzą chociażby za szybą, w realizatorce i podpowiedzą na ucho, że tego mizdrzenia się nie powinno być. Słuchacz jest traktowany z szacunkiem.

**Katarzyna Kłosińska:** Jeśli mogę się wtrącić, bardzo ważne jest to, co pan w tej chwili mówi. Ja dostaję bardzo dużo – to czasami idzie w wiele setek miesięcznie – mejli od słuchaczy, którzy różne rzeczy piszą, często się ze mną nie zgadzają, ale przez tych kilka lat, odkąd mam skrzynkę na serwerze Polskiego Radia, może mi się zdarzyły dwie czy trzy wypowiedzi, w których byłoby coś, co nazywamy *hejterstwem*, które by były niegrzeczne. Inaczej mówiąc, słuchacze odnoszą się z szacunkiem do osoby, która traktuje ich poważnie. I odwrotnie, tak jak pan tutaj powiedział – mizdrzenie się czy próba przypodobania się komuś kończy się źle. Chciałabym podkreślić

ważną rzecz – skoro, jak wcześniej mówił pan profesor Godzic, zamach na instytucje w kulturze już się dokonał i nie zmienimy tego stanu rzeczy, nie odwrócimy pewnych tendencji, to największy nacisk należałoby położyć – i to nie jest tylko rola mediów, ale i szkoły, i w ogóle różnych innych instytucji – na edukację społeczeństwa do świadomego uczestnictwa w kulturze. I wtedy media wychowają sobie swoich odbiorców.

**Piotr Lignar:** To, o czym państwo mówili, to jest właśnie wychowywanie słuchacza, fana, przyjaciela – jak pan powiedział – choć tam są pewne warunki jasno określone, na których można zostać przyjacielem. To nie jest tak, że może nim być każdy. Ja tak to odbieram jako słuchacz Trójki. Chciałbym zwrócić uwagę jeszcze na jedną rzecz – przez cały dzień dzisiaj prawie nie mówiliśmy o mediach społecznościowych. To jest zjawisko, z którym chyba my, dziennikarze, nie bardzo dajemy sobie radę. Natomiast skala tego jest tak ogromna, że nie możemy go nie brać pod uwagę. Nie bardzo też wiemy, co będzie dalej. Trudno sobie wyobrazić, żeby to była tylko efemeryda i przejściowa sprawa. Proszę zauważyć. Tracimy nasz medialny monopol. Przecież kiedyś w przeszłości możliwość wypowiedzania się była zarezerwowana dla jasno określonych ośrodków. To zawsze była ambona, to był tron, dla naukowców to była katedra. Potem, w bliższych, współczesnych nam czasach, pojawiła się trybuna – i tyle. Jeżeli ktoś się próbował wypowiedzieć poza któryś z tych ośrodków, no to nie był słuchany, nie był traktowany poważnie. Ha, mógł stracić życie. Natomiast w tej chwili każdy może się wypowiedzieć – błyskawicznie skomunikować się ze wszystkimi. Język, jakim się posługuje, wartości, jakie eksponuje albo kwestionuje – to jest zupełnie niekontrolowane. Ja nie postuluję jakiejś kontroli tutaj, ale proszę popatrzeć – to tworzy zupełnie nową sytuację, musimy brać pod uwagę ten społeczny dialog. On się toczy także na Facebooku i różnych innych forach. Stykamy się z pewną rzeczywistością, której nie możemy nie dostrzegać. To też modyfikuje i wpływa na nasz język.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Poproszę pana profesora Adamowskiego o wypowiedź.

**Janusz Adamowski:** Pan dyrektor Lignar zabrał mi trochę tematów, o których chciałem mówić. Powiem o kilku kwestiach. Po pierwsze, jesteśmy zgodni co do tego, że normotwórcza rola radia i telewizji jest bardzo duża. Przed chwilą pan dyrektor Lignar zwrócił uwagę, że kiedyś media audiowizualne



Janusz Adamowski



w Polsce miały komfortową sytuację. Właściwie funkcjonowały w warunkach monopolu. Poza tym to była komunikacja jednostronna. Pamiętam nabożny podziw, z jakim przyjmowano wszystkie prawdy płynące z mediów państwowych. To były media obdarzone przez wielu ludzi pełnym autorytetem. Oczywiście mogliśmy kwestionować różnego rodzaju prawdy polityczne, ale mówię o prostych sprawach, także językowych. Dzisiaj ten monopol media straciły. Działamy w warunkach konkurencji. Dlatego też nie chciałbym dzielić mediów na publiczne i komercyjne. Ja dzielę media na dobre i złe. Oczywiście, tych dobrych jest bardzo wiele w rodzinie mediów publicznych – sam jestem wielkim admiratorem tych środków przekazu, ale doceniam także ważność niektórych komercyjnych środków przekazu, które także pełnią określone funkcje: informacyjne, edukacyjne i rozrywkowe. Niezbyt odpowiada mi koncepcja pasa transmisyjnego. Kojarzy się z wielkim językoznawcą, który przewidywał właśnie taką rolę – pasa transmisyjnego – funkcjonującego, oczywiście, tylko z góry do dołu. Bardziej postrzeżałbym media jako płaszczyznę debaty. Im wcześniej zrozumieją, że prawdy objawione przez nie nie zawsze będą się spotykały z akceptacją, tym będzie lepiej. Myślę, że środki przekazu powinny być miejscem szerokiej debaty – to jest bardzo odpowiedzialna funkcja.

Nawiążę jeszcze do tego, o czym mówił Piotr Lignar, a mianowicie do roli mediów społecznościowych. Ja szerzej powiem – o Internecie. Otóż w warunkach, kiedy tradycyjne publikatory utraciły monopol, życie przenosi się w stronę tego medium, które zdemokratyzowało komunikację społeczną. To tam znajdujemy nowe autorytety, to tam znajdujemy licznych czytelników. Pytanie, czy bloger, który ma dwa miliony słuchaczy, odbiorców swojego bloga, jest dziennikarzem czy nie. Na pewno jest opiniotwórczy, jeśli czytuje go regularnie kilka milionów osób, to w dużym stopniu będzie wpływał na normy – także językowe. Widzimy, jak język się demokratyzuje. I to już nie media tradycyjne dzisiaj tworzą pewne normy językowe, tylko właśnie ci studenci rozpoczynający mejle: *witam profesorze; witam, pani Kasiu*. Nawiązując do tego, co Jerzy Stuhr kiedyś wyśpiewał w Opolu – dzisiaj uczestniczyć w dyskusji każdy może, pisać każdy może, mówić każdy może.

**Katarzyna Kłosińska:** Wzorem być każdy może.

**Janusz Adamowski:** Tak, i nieszczęściem jest to, że w warunkach kryzysu media tradycyjne bardzo często nie potrafią dać oporu tego typu



Sławomir Zieliński

działalności. Prawo Kopernika-Greshama odnosi się również do mediów. Bezmyślne cięcie kosztów, zwłaszcza w mediach komercyjnych, prowadzi do tego, że często wyrzuca się dziennikarzy kosztownych, ale dobrych. A przyjmuje w to miejsce kiepskich, ale za to tanich. I dodam – poslušnych. No więc jak to jest z mediami? Myślę, że sytuacja jest bardzo skomplikowana. Z jednej strony mamy tradycyjne media, które walczą o swoją pozycję, ale są też nowe media, w tym społecznościowe.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Czy może pan dyrektor Sławomir Zieliński chciałby zabrać głos?

**Sławomir Zieliński:** Radiowcy pracują tylko głosem, wobec tego cały czas muszą zapełnić wyłącznie sobą – właśnie głosem i osobowością. My z telewizji mamy lepiej, bo możemy jeszcze uzupełnić przekaz wyglądem czy obrazkiem i przez to możemy mówić krócej.

Mam świadomość, że jestem w świątyni języka polskiego i wysokiej kultury. Jest to taka podróż sentymentalna dla mnie, bo pamiętam jak tutaj trzydzieści osiem lat temu pierwszy raz przyszedłem i zostałem olśniony profesjonalizmem, pięknymi głosami, wspaniałymi osobowościami i świetnymi ludźmi. Nie wiem, czy jeszcze jest, ale w tym budynku, na czwartym piętrze było kultowe studio Kubuś, gdzie reżyser Jan Małkowski uczył czytać. Pan Janek uczył nas dykcji, jak mówić, ale uczył nas też rozumienia tekstu, abyśmy wiedzieli, co czytamy i z jaką intencją chcemy taki tekst przekazać. Byliśmy w tej świątyni, chcieliśmy być najlepsi, tak jak ci wszyscy najwięksi – Zbigniew Lutogiewski, jego żona pani Stella Weber, Bolesław Kielski – miałem zaszczyt odbierać od niego wiadomości, idąc do Studia S-2, jako młody student prowadzić „Radiokurier”, gdzie mnie dopuścił do mikrofonu Andrzej Turski. To byli nasi mistrzowie. Mieli cierpliwość do tego, aby nas uczyć, tłumaczyć, jak się wymawia nazwisko prezydenta czy premiera Pakistanu w tamtych latach. Jak się wymawia po francusku, włosku czy po niemiecku, a my młodzi o wszystko ich pytaliśmy. Mistrzowie zawsze mówili – pamiętaj, musisz mówić dobrze po polsku, ponieważ jak ktoś będzie miał wątpliwości, to powie: *w radiu tak mówią*. Siłą rzeczy nasz zawód i to miejsce, w którym jesteśmy, skazuje nas na to, aby swoją pracę wykonywać dobrze i porządnie. My powinniśmy, jako ludzie mediów, szczególnie ci, którzy kierują zespołami, być wzorcem dla tych, którymi kierujemy, a nasi współpracownicy powinni być wzorcem dla tych, którzy odbierają naszą twórczość czy nas słuchają. To jest oczywiste. Bardzo

mnie denerwuje, jeśli ktoś mi przysyła SMS-a bez *ś, ć, q, ę*. Nie odpisuję. Nauczono mnie, żeby pisać dokładnie. Jest to kwestia pewnej jakości, którą sami sobie narzucamy.

Nie jestem rzecznikiem mediów komercyjnych, proszę mnie tak nie postrzegać, ale padły tu słowa o wyższości jednych nad drugimi. Wyobrażam sobie lekarza, który pracuje w publicznej służbie zdrowia i potem leczy prywatnie. Czy on jest gorszym lekarzem tam w osiedlowej przychodni? Czy gorzej operuje? Jeśli jestem dziennikarzem informacyjnym i prowadzę program – powinienem to robić jak najlepiej, powinienem używać odpowiednich słów, właściwie intonować zdania, mówić mądrze. Nie ma znaczenia, czy jest to misja publiczna czy „komercja”. Mylimy też czasem dziennikarstwo z rozrywką, bo część kolegów dziennikarzy – szczególnie w telewizji – zapędziła się trochę w tamtą stronę. Jeszcze sądzą, że są dziennikarzami, a otoczenie widzi to inaczej.

Co mnie jeszcze martwi? Niestety w radiu i telewizji jest coraz mniej świetnych, charakterystycznych głosów. Pewnie zmieniły się kryteria, bo jest więcej stacji radiowych. My nawet wielu aktorów nie rozpoznajemy z głosu – może dlatego, że jest mniej Teatru Polskiego Radia? Że nie czyta się powieści głośno?

Gazety bardzo szybko się poddały, jeśli chodzi o brzydkie słowa. O ile na przykład my pikamy, staramy się nie używać wulgaryzmów, to we wszystkich, nawet w prestiżowych tygodnikach one się pojawiają – może drukowane mniej razi?

Największym zagrożeniem dla poprawności języka i uprawianego przez nas zawodu wydaje się, nazwałbym to, „celebryctwo językowe”, czyli to wszystko, co niesie ze sobą nowoczesna technologia, ona pozwala iść na skróty. Ale my powinniśmy trwać i być najbliżsi wzorcowi metra, ten nasz powinien być bliski ideału.

Jeszcze jedna sprawa. Każdy w jakiś sposób chce być charakterystyczny, chce się wyróżnić ze społeczeństwa. Są tacy, którzy mając pieniądze, kupują sobie świetne samochody, mimo że wyglądają w nich jak własny kierowca. Są tacy, którzy szyją sobie bardzo drogie garnitury, mimo że nie potrafią ich nosić, tacy, którzy pożyczają bądź kupują drogie zegarki, żeby ktoś na nich zwrócił uwagę. Gdy z kimś rozmawiam i słyszę, że on jest w *Konstancinie-Jeziornie* czy w *Starej Miłośnie*, że mówi: w *dwa tysiące czter nastym roku*, że nie używa wyrażenia *szeroki wachlarz*, że mówi *przekonujący*, a nie *przekonywujący*, to sobie myślę: O, to jest człowiek, którego należy poważnie potraktować.

Powinniśmy krytykować bylejakość w kontaktach między ludźmi, lansować modę na piękne wysławianie się. Jest to najtańszy, najprostszy, a zarazem może i najpiękniejszy sposób, aby się wyróżnić z tłumu w dzisiejszych czasach.

**Katarzyna Kłosińska:** Bardzo dziękuję. Chciałam podkreślić jeden ważny wątek pańskiej wypowiedzi, mam na myśli kwestię odpowiedzialności. Zapytam państwa, czy teraz poziom językowy programów radiowych i telewizyjnych zależy tylko od odpowiedzialności. Pan doktor Zaborski chciał zabrać głos.

**Marcin Zaborski:** Ta odpowiedzialność się rozkłada. Mówiąc o języku mediów, skupiamy się w tej chwili na dziennikarzach. Problem polega jednak na tym, że przekaz medialny tworzony jest nie tylko przez dziennikarzy i nie tylko przez tych, którzy pracują w redakcji. Jest przecież tworzony także przez gości zapraszanych do studia i, co równie ważne, przez twórców reklamy, na których redakcja bardzo często nie ma wpływu. W skrajnych przypadkach może oczywiście zablokować emisję jakiejś reklamy, ale w sytuacjach niedrastycznych nie interweniujemy. Media publiczne są w trudniejszym położeniu niż komercyjne, bo słuchacze oczekują, że tu reklam głupich, kaleczących język polski nie będzie. Stoimy więc w obliczu dylematu – dopuścić taką reklamę, narażając się na nieprzychylność słuchacza, czy ją zablokować, narażając się na straty ekonomiczne i oddając pole tym stacjom, które ją wyemitują.

To jest jeden problem. Drugim bywają goście audycji. Bardzo często po programach, do których zapraszam osoby zajmujące ważne stanowiska, a nieposługujące się doskonałą polszczyzną, osoby, których prozodia pozostawia wiele do życzenia, które nie odróżniają kadencji od dekadencji i które mają problem z akcentem inicjalnym, otrzymuję listy od słuchaczy z pytaniami, dlaczego godzę się na to, żeby tacy ludzie występowali na antenie. Pada pytanie – dlaczego promuję negatywne wzorce? I tu rodzi się dylemat, którego rozstrzygnąć nie potrafię. Zastanawiam się – jak należy postąpić w tej sytuacji? Bo przecież te osoby, mimo że często im nie po drodze z kulturą języka, są ministrami, szefami klubów parlamentarnych, posłami, czyli zajmują określone stanowiska. Zostały namaszczone do pełnienia funkcji publicznych. Zatem – zapraszać je do mediów czy nie?

Przeglądając rano depesze Informacyjnej Agencji Radiowej, opisujące nasze dzisiejsze obrady, znalazłem w nich pewną radę pani redaktor

Tułowieckiej, żeby... kopać pod stołem zarówno dziennikarzy, jak i gości, którzy kaleczą język. Zastanawiam się, czy napominanie gościa w studiu to rzeczywiście dobra metoda. My w Trójce aż tak drastyczni nie jesteśmy. Wpadliśmy na pomysł – już w zeszłym roku zastosowany przy okazji gali Srebrne Usta – aby wydać kalendarz, który przypomina o pewnych błędach językowych. Wręczyliśmy go politykom, którzy się na gali pojawili. W tym roku również ten kalendarz został przygotowany. Trafił do wszystkich posłów i senatorów, także do innych redakcji radiowych i telewizyjnych. Widziałem, że państwo też go dzisiaj otrzymali – za co organizatorom dziękuję. No, być może to jest jakiś sposób.

**Krzysztof Luft:** Dzisiaj mamy w mediach wszystko. Są media społecznościowe, jest Internet. W sąsiedniej sali, rozmawiałem o tym z panem dyrektorem, kiedyś przez wiele lat były tak zwane wycinki prasowe, czyli taki analogowy Internet, mówiąc anegdotycznie. W naszych dużych mediach są także reklamy. Co jest bardziej kwintesencją komercyjności niż reklama? Teraz znowu powraca nam temat mediów publicznych, które mogą mieć mniej reklam. Nawiasem mówiąc, Telewizja Polska – trzeba pamiętać, kosztem około 400 mln zł rocznie, bo takie są nieuzyskane dochody – nie przerywa jednak filmów. To ma pewną swoją wartość, i to bardzo konkretną, którą da się wymierzyć. Uważam, że tych reklam mogłoby być jeszcze mniej, zarówno w telewizji, jak i w Polskim Radiu, gdyby można było zapewnić finansowanie ze środków innych, pozakomercyjnych. Wtedy negatywny wpływ języka reklamy, przynajmniej w mediach publicznych, byłby na pewno mniejszy.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Jeszcze pan profesor Adamowski, a potem pan profesor Godzic.

**Janusz Adamowski:** Chciałem trochę *pro domo sua*. Spotykam się często z opiniami, że stan zawodu dziennikarskiego się pogarsza, oskarża się o to szkolnictwo dziennikarskie. Chcę powiedzieć, że jest to niesłuszne, chcę się usprawiedliwić. Z wielką radością zwiększyłbym liczbę zajęć dotyczących języka. Uważam, że bardzo potrzebne są też przedmioty prawno-etyczne. To są moim zdaniem dwie w tej chwili najważniejsze grupy przedmiotów, jeśli chodzi o szkolnictwo dziennikarskie, a więc wszystkie przedmioty związane z językiem, z kulturą języka i właśnie z prawem i etyką zawodową. Ale państwo jakoś nie dostrzega większej potrzeby w podtrzymywaniu tego

szkolnictwa, bowiem przelicznik, który mamy, to jest przelicznik związany z kształceniem studentów, wynosi 1 i jest najniższy z możliwych. A studia dziennikarskie jednak są studiami niesłychanie kosztownymi. Taka jest tendencja w Polsce, żeby łączyć szkolnictwo zawodowe ze szkolnictwem akademickim, jednak nasyconym techniką. I wydatki z tym związane są ogromne. Więc jeśli cokolwiek ma się przebić z mojej wypowiedzi szerzej, to chciałbym zaapelować do decydentów, żeby jednak szkolnictwo dziennikarskie trochę hojniej dofinansować.

**Katarzyna Kłosińska:** Gdyby pracownicy wydziałów dziennikarstwa czy instytutów dziennikarstwa aplikowali i wykładali tylko po angielsku, to na pewno ten przelicznik byłby o wiele wyższy niż obecnie, żartuje oczywiście. Mówię o słynnej sprawie punktacji.

**Janusz Adamowski:** Pani profesor, 1,1 za angielski.

**Katarzyna Kłosińska:** A, za angielski. Pan profesor Wiesław Godzic.

**Wiesław Godzic:** Proszę państwa, z pewnym smutkiem słuchałem wystąpienia, w którym nie wiadomo, dlaczego przedstawiciele mediów publicznych po raz kolejny usiłują zdyskredytować to, co dzieje się po stronie komercyjnej. Dyskusja ta odbywa się pod hasłem „Normotwórcza rola radia i telewizji”, powiedziałbym, że normotwórczą rolę, może nie językową, w stosunku do wszystkich innych programów telewizyjnych pełniła raczej TVN niż TVP 1. Są na to „twarde” dowody i to dwoistego typu. Po pierwsze, TVN robi pewne rzeczy, które wyrastają bardzo powyżej tej nazwy *telewizja komercyjna* – myślę o TVN 24, myślę o cyklach dokumentalnych. I drugi element, styl. Otóż wiem – bo wielokrotnie badałem, że od lat, na pewno od 2003, 2004 roku, to „Fakty”, podobnie jak wiele telewizyjnych produkcji rozrywkowych, są znacznie lepsze od programów telewizji publicznej. Czytamy dzisiaj, jak będzie wyglądał najnowszy program w telewizyjnej Dwójce z panią Lis, mianowicie że przejdzie do nowego studia, tu zada jedno pytanie, tam się zwróci... Tymczasem przypominam, że TVN to robi od kilku lat – to jest przejście między TVN a TVN 24 do rozmowy. Nie rozumiem, po co chcemy mieć takie dobre samopoczucie, my – to znaczy ludzie z mediów publicznych. Dlatego przyjmuję i mam na to dowody, że TVN jest ciekawszym graczem na tym polu, więc proponuję. Z tego, co wiem, „Fakty” zbliżają się do „Wiadomości”, jeśli chodzi o liczbę oglądających. To jest punkt wyjścia.

A teraz drugi punkt i ostatni – co z tym robić. Ale nie z TVN, nie z Polsatem, nie z telewizją publiczną, tylko z wszystkimi tymi podmiotami. Pan profesor Adamowski poruszył tę kwestię. Ale myślę, że problemem telewizji publicznej nie jest brak pieniędzy, nie chodzi o to, żeby je wpompować w firmę, która jest źle zarządzana. Wszyscy o tym wiemy. I to nie jest wina pana prezesa Brauna, tylko takie jest umocowanie tej właśnie stacji publicznej. Tak sobie myślę, żeby doprowadzić do sytuacji, w której te wszystkie telewizje jakoś razem wreszcie przekonałyby się, że istnieją inni gracze. „Stopklatka” Agory to na razie kanał, ale to będzie telewizja hybrydowa i dość szybko pójdzie do przodu.

Proszę państwa, dla nas najważniejszy powinien być content, przepraszam za słowo – zawartość treściowa. Otóż ta zawartość treściowa wcale nie potrzebuje rozbuchanej administracji, wielkiej struktury. Wprost przeciwnie, ona potrzebuje pomysłów na programy nie potężne, wielkie, tylko na show. Znamy przykład Majewskiego. Majewski ze swym show został trochę zmuszony, żeby przejść z TVN do Internetu. Tam nieco gorzej zarabia, ale to jest pewnego rodzaju pomysł, to jest inny, a jednocześnie ten sam program, tylko w innym medium i trwa znacznie krócej. Przestańmy mówić, kto tu jest lepszy, kto tu jest gorszy, skoncentrujmy się na tym, co można ugrać w przyszłości, a ugrać w przyszłości można właściwie całe życie. Tu chodzi o to, czy telewizja będzie jeszcze istniała, czy nie, czy wystarczą wideoblogi. Dziękuję bardzo.

**Sławomir Zieliński:** Panie profesorze, zapraszam pana serdecznie na Woronicza, pan wyciąga wnioski po jakimś... godzinę dziennie oglądaniu naszego programu telewizyjnego. Ja oczywiście się z panem nie zgadzam, ulega pan mitom, które są rozprowadane. Jest kilka rzeczy, które musimy robić i chętnie oddalibyśmy to komercji, gdyby to robiła. Mówmy jasno: jeżeli pan przywołuje TVN 24, to przypomnę, że Telewizja Polska kanał informacyjny z prawdziwego zdarzenia ma dopiero od 1 września 2013 roku. Do tej pory to był miks telewizji regionalnej z czymś, co przypominało kanał informacyjny. Nie chcę, żeby dyskusję na temat językowego przekazu medialnego zdominowała w tej chwili kłótnia o wyższości telewizji komercyjnej nad publiczną czy odwrotnie, ale naprawdę z radością oprowadzę pana profesora po telewizji, pokażę, jakie dokumenty, jakie programy robimy, jaką pożyteczną rolę pełniemy. Pan mówi o „Stopklatce”, tymczasem telewizja hybrydowa publicznej telewizji ma dzisiaj około pół miliona użytkowników, dalej to rozwijamy, tylko że o tym się nie wspomina,



ale dobrze jest powiedzieć, że komercja to zaczyna robić. W ogóle niesłusznie pokutuje pogląd, że wszystko co w komercji – jest dobre, a z założenia w mediach publicznych – złe. Na koniec mogę powiedzieć, nie zdradzę żadnej tajemnicy: „Stopklatka”, zanim wystartowała, przysłała trzy strony różnych pozycji, które chętnie kupiłaby z archiwum Telewizji Polskiej po to, żeby u siebie wyświetlać – seriali, filmów i programów. I tak wygląda „Stopklatka”. Jesteśmy atrakcyjni, kiedy trzeba coś od nas kupić.

**Krzysztof Luft:** Jeżeli można, to też chciałbym nawiązać do tego tematu, nie z punktu widzenia człowieka mediów publicznych, bo nim obecnie nie jestem, ale z punktu widzenia uczestnika regulatora rynku i instytucji, która w jakiś sposób działalność mediów publicznych nadzoruje. Nie uważam bynajmniej, aby Telewizja Polska spełniała dobrze funkcję medium publicznego. Ale trudno tego oczekiwać w sytuacji, gdy finansuje swoją działalność w tym roku w dwudziestu, ale dwa lata temu w trzynastu procentach ze środków publicznych. Było kiedyś takie powiedzenie: *tyle misji, ile abonamentu* – ono jest przesadą, dlatego że również ze środków uzyskiwanych z rynku komercyjnego można produkować bardziej misyjny program. Ale oczywiście jest w tym logika i daje się ona bardzo dobrze uzasadnić na przykładzie radia. Jeżeli mówimy o tym, jak media publiczne realizują te zadania także w odniesieniu do pewnych wartości językowych, to radio jest właściwym polem, na którym można to analizować. Dlatego że radio jest tak finansowane, że rzeczywiście ma możliwość, żeby się odróżniać od rozgłośni komercyjnych. Panie profesorze, chyba jednak programy Polskiego Radia odróżnia się zasadniczo od programów rozgłośni komercyjnych właśnie dzięki temu. A Telewizja Polska rzeczywiście znacznie mniej się odróżnia od stacji komercyjnych właśnie z powodu jej finansowania. Rzecz jasna, można mówić, że coś może być lepiej zarządzane i zorganizowane. Zgadzam się z tym i nawet znam te słabości bardzo dobrze. To ważne, ale bez innego finansowania w ogóle trudno o tym mówić.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Poproszę o wypowiedź panią Wioletę Wichrowską.

**Wioletta Wichrowska:** Chciałam poruszyć następującą kwestię. Wydaje się oczywiste, że jeśli mówimy o językowym przekazie medialnym, to mamy na myśli wypowiedzi ustne. A w programach informacyjnych – i tutaj niestety muszę się odnieść do TVN 24, ale to wcale nie znaczy, że w innych

stacjach jest inaczej – to słowo mówione jest bardzo często podkreślane przez słowo pisane. Na paskach przez kilka minut wyświetlane są różne napisy. Jeżeli mówimy o normotwórczej roli telewizji, to dobrze byłoby, aby były one poprawne ortograficznie, a często nie są. Na tych paskach nie odróżnia się łącznika od myślnika, partykuła *nie* jest często pisana rozdzielnie z rzeczownikami odczasownikowymi, zdarzają się zapisy typu *6-cioletnie*. Te napisy widać przez kilka minut. W gazecie jest korekta, dobrze byłoby, żeby również tutaj zwrócić uwagę na napisy, by były poprawne ortograficznie.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Widocznie już przyszła pora na to, by przejść do spraw przyziemnych. Chciałabym zapytać przedstawicieli stacji radiowych i telewizyjnych, publicznych i niepublicznych. Proste pytanie: Co wasze media robią, żeby dziennikarze mogli być wzorem dla odbiorców? Nie mamy wpływu na język gości, nie mamy wpływu na język reklam, ale wiem, że w Polskim Radiu jest karta mikrofonowa, o czym wcześniej była mowa. Czy na przykład w TVN mają państwo jakiś sposób doboru dziennikarzy pod tym kątem, czy szkolą ich państwo? Czy w ogóle w jakiś sposób próbują państwo wpłynąć na język dziennikarzy i wydawców? Nie ma tutaj przedstawicieli na przykład TVP Info, gdzie zdarzają się identyczne rzeczy jak te, o których mówiła przed chwilą koleżanka.

**Michał Samul:** To jest praca codzienna, ciężka, wielka troska kierownictwa redakcji, wydawców, dziennikarzy odpowiedzialnych. Nie sposób nie przyjąć tych uwag, dotyczących ortografii, bo ona jest rzeczywiście bardzo zauważalna i dzieją się tam spektakularne rzeczy, jeśli chodzi o błędy. Staramy się je szybko poprawiać.

**Katarzyna Kłosińska:** Czy osoby, które mają przygotowywać te teksty, znają podstawy ortografii? Bo na przykład student polonistyki nie zaliczy roku, jeżeli nie zaliczy kultury języka.

**Piotr Lignar:** Pani doktor, proszę państwa, nawiązuję do tego, co powiedział profesor Adamowski, proszę nie zapominać – zawód dziennikarza jest zawodem nielicencjonowanym. W świetle prawa prasowego każdy może zostać dziennikarzem, nie ma żadnego ograniczenia poza własnym poczuciem przyzwoitości, tak bym powiedział, i chęciami. Decyzje podejmuje wydawcy. Stacjom komercyjnym potrzebni są wydajni ludzie, nie-

zwykle sprawni i oddani, nawet jeżeli szybko też wykańczający się – bo tam rotacja kadrowa jest niesamowita. Jeżeli to wszystko połączymy, to mamy, co mamy. Mediom komercyjnym – przepraszam, że się za pana wypowiadam – znacznie bardziej się opłaca wymieniać ludzi na kolejnych niż kształcić tych, którzy są, a części umiejętności nabywa się tylko w wyniku praktyki, nie w wyniku kursu językowego. A zatem to nie jest kwestia tego, że państwo źle kształcą dziennikarzy – ja absolutnie nie zgadzam się z tym poglądem, chyląc czoła przed waszymi dokonaniem.

**Katarzyna Kłosińska:** Teraz poproszę pana Bartosza Ławskiego ze Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich.

**Bartosz Ławski:** Dzień dobry. Ja ze Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich i pan redaktor Maślankiewicz ze Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej reprezentujemy chyba 5, może 6 tysięcy dziennikarzy – gdyby policzyć wspólnie liczbę członków naszych stowarzyszeń. Żyjemy w czasach, kiedy dziennikarzem może być naprawdę każdy. I nie ma żadnych limitów w dostępie do zawodu. Nie jest tak, panie profesorze, że blogerzy są dziennikarzami. My na użytek nasz, Stowarzyszenia Dziennikarzy, określamy, kto jest dziennikarzem i kogo możemy przyjąć. Blogerów nie, przyjmujemy tylko i wyłącznie dziennikarzy z udokumentowanym dorobkiem medialnym, czyli pochodzącym z mediów tradycyjnych, drukowanych bądź też elektronicznych.

Jakim językiem mówią media? Media mówią dokładnie takim językiem, jakim mówią osoby je tworzące. A dziennikarze są taką samą częścią społeczeństwa jak lekarze, prawnicy i mówią językiem takim, jakim mówi tak zwana średnia, przeciętna. Stąd błędy ortograficzne na pasku. W tej chwili kryterium wykształcenia nie jest w jakikolwiek sposób wiążące. Więc albo się z tym pogodzimy, albo spróbujemy zastosować pewną rozsądną normę. Język mediów zmienia się wraz z językiem, jakim posługuje się średnia społeczeństwa. Tutaj mogę odwołać się do mojego wspólnego z dyrektorem Zielińskim doświadczenia z czasów, kiedy tworzyliśmy „Teleexpress”. Zaczęliśmy mówić innym językiem, krótszymi zdaniami, ale bardzo uważaliśmy na to, żeby to był język poprawny, żeby to była literacka polszczyzna, mimo że w formie jak na owe czasy bardzo, powiedzmy sobie, kolokwialnej. Nad jakością językowego przekazu medialnego powinniśmy stale pracować. My jako Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich jesteśmy w każdej chwili gotowi służyć naszymi skromnymi możliwościami, jeśli

chodzi o organizowanie szkoleń, proszę przysłać do nas młodych dziennikarzy, my ich na pewno wyszkolimy. Natomiast jeśli chodzi o tak zwane media tradycyjne, to obawiam się, panie profesorze, że ma pan rację i powoli następuje ich zmierzch.

**Katarzyna Kłosińska:** Czy państwo chcieliby się ustosunkować do tej wypowiedzi?

**Krzysztof Luft:** Zgadzam się z tym, że dzisiaj każdy może być dziennikarzem, ale pan powiedział też, że dziennikarze są tacy jak społeczeństwo, jak lekarze na przykład. Właśnie tu jest inaczej. Nie każdy jest lekarzem i nie każdy może operować, nie każdego się do operacji dopuści. Jeszcze parę innych zawodów można byłoby wymienić. Dzisiaj rzeczywiście są tak rozmaite możliwości, że dziennikarzem może być każdy. I nie chodzi tu o problem ich kształcenia. To jest problem wydawców, nadawców, tych, którzy o tym decydują, jakich ludzi chcą mieć, czego od nich oczekują i czego potrzebują na swoich antenach.

**Katarzyna Kłosińska:** Pan prezes Polskiego Radia, Andrzej Siezieniewski.

**Andrzej Siezieniewski:** Muszę zabrać głos jako przedstawiciel nadawcy, ponieważ kiedy słyszę, że dziennikarzem może być każdy, to jako gospodarz tej instytucji mogę tylko powiedzieć, że nie – otóż nie każdy, szczególnie w Polskim Radiu. Dziennikarzem radia publicznego po pierwsze może zostać tylko ten, kto ma dyplom wyższej uczelni. Ale to jeszcze nie wszystko. Po drugie – musi przejść, zanim wypełni jakiegokolwiek dokumenty w kadrach, egzamin sprawdzający predyspozycje mikrofonowe – jeśli deklaruje gotowość pracy przed mikrofonem. Dopiero spełniwszy te kryteria, po uzyskaniu promesy, że w przyszłości będzie mógł otrzymać kartę mikrofonową, może pójść do kadr i wypełnić ankietę personalną.

**Krzysztof Luft:** Panie prezesie, oczywiście bardzo dobrze, że tak jest, ale mamy jednak jeszcze parę innych rozgłośni, w których karty mikrofonowe nie obowiązują.

**Katarzyna Kłosińska:** A oprócz tego, o czym mówili już państwo, istnieje też cała sfera mediów społecznych, bo już nawet nie społecznościowych.

Każdy może nagrać film czy nagrać jakąś wypowiedź i umieścić w Internecie. Pisać każdy może, mówić każdy może, śpiewać każdy może i uczestnicy naszego życia społecznego, którzy nie czują się pewnie w tej rzeczywistości, po prostu nie mają wzorców. Jeszcze pan profesor.

**Janusz Adamowski:** Muszę trochę zaprotestować przeciwko ograniczaniu dziennikarzy do grupy osób należących do stowarzyszeń dziennikarskich. Tu padła liczba 5 tysięcy. Kiedyś, kiedy związki dziennikarskie miały dużo większy autorytet i być może więcej konfitur też obiecywały swoim członkom (przepraszam, to jest jakieś tam uproszczenie), wtedy ta liczba była znacząco większa. Dlaczego dzisiaj młodzi dziennikarze nie wstępują do związków? Dlatego że nie widzą w nich chyba realnego wsparcia w ich różnego rodzaju problemach, takich jak wyrzucanie z pracy, nakaz samozatrudnienia i tak dalej. Tutaj protestowałbym jednak przeciwko ograniczaniu zawodu wyłącznie do grupy osób należących do stowarzyszeń, przy pełnym moim szacunku dla działalności tych stowarzyszeń. I druga rzecz, związana właśnie z tym pogarszającym się jakościowo standardem wypowiedzi w mediach. Otóż myślę, że odpowiadają za to również reklamodawcy. Przecież mizdrzenie się, ten slang coraz bardziej pospolity, który przewija się przez wiele programów radiowych, telewizyjnych, to kokietowanie młodego słuchacza – pochodzi właśnie stamtąd. Bo przecież dla reklamodawcy ważny jest człowiek stosunkowo młody, do czterdziestego któregoś roku życia; nie dostrzega się tego, że pieniądze mają również trochę starsze osoby. Z tego powodu słucha się czasem tych programów z pewnego rodzaju, powiedziałbym, obrzydzeniem.

**Bartosz Ławski:** Czy można *ad vocem*? Panie profesorze, nie trzeba należeć do żadnego stowarzyszenia dziennikarskiego, żeby być dziennikarzem. Ale ktoś, kto do stowarzyszenia dziennikarzy należy, na pewno dziennikarzem jest, ponieważ przeszedł właśnie przez sito komisji członkowskiej. Fryzjer może uważać, że operacja Barbarossa to jest nowy teleturniej dla fryzjerów, ale dziennikarz już nie może, prawda?

**Katarzyna Kłosińska:** Tak, bardzo dziękuję. Jeszcze pozwolę sobie udzielić głosu na chwilę. Teraz każdy, kto nie ma jakichkolwiek zahamowań, może sobie napisać coś w Internecie o kosmosie, o języku, o czymkolwiek, zyskuje dzięki temu szczytne miano blogera, jest blogerem i na przykład jest zapraszany przez różne instytucje, też przez media, ale nie tylko jako

publicysta. Osoby, które są znane z tego, że są znane, które reprezentują sobą niewiele oprócz tego, że się lansują, mówiąc ostro, czyli inaczej mówiąc, celebryci, są traktowane przez społeczeństwo czy przez elitarne warstwy tego społeczeństwa na równi z fachowcami, ze specjalistami. I ich język również staje się wzorcem.

**Andrzej Maślankiewicz:** Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej. Odeszliśmy od zasadniczego nurtu naszej dyskusji: od języka w mediach. Będzie on taki, jacy będą dziennikarze, a idąc dalej – jakich dziennikarzy przygotujemy do pracy. Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego przygotowuje dziennikarzy w sposób właściwy w znacznej mierze. Natomiast jest cała masa uczelni, w których są wydziały dziennikarskie, a ich absolwenci są zupełnie nieprzygotowani do tego odpowiedzialnego zawodu. W związku z tym trzeba sięgnąć jednak do przyczyn tego, co teraz mamy w mediach. Nie zgadzam się z panem ministrem Luftem, że jak się jedzie przez Polskę, to się słyszy rozgłosnie regionalne, a ich ocena wypada bardzo pozytywnie. Odwrotnie – regionalne rozgłosnie, te rozgłosnie nie tylko komercyjne, są na bardzo niskim poziomie. W wielu rozgłosniach regionalnych kierownictwo przejęli ludzie, którzy są do tego zupełnie nieprzygotowani. Jeszcze raz podkreślam – trzeba zacząć od nauczania, od przygotowania dziennikarzy do zawodu. Jeżeli chodzi o liczbę dawnych członków stowarzyszenia, to ich było ponad 12 tysięcy.

**Krzysztof Luft:** Rzeczywiście do rozgłosni regionalnych Polskiego Radia trafiało bardzo dużo ludzi spoza zawodu, ale to było, proszę pana, dwadzieścia i dwadzieścia pięć lat temu. Dziś oni zdążyli się już uzawodowić.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Pan profesor Jędrzejewski.

**Stanisław Jędrzejewski:** Trzy obserwacje trochę wykraczające poza kwestie języka. Po pierwsze, chciałem powiedzieć, jak to się stało, że pojawiło się dziennikarstwo publiczne i dziennikarstwo obywatelskie, o którym mówimy tutaj trochę krytycznie. Pojawiło się w wyniku niezadowolenia społecznego z funkcjonowania sfery publicznej. Ale inaczej to wygląda w Stanach Zjednoczonych, inaczej – w Europie. W Stanach dziennikarstwo obywatelskie jest o wiele żywsze, popularniejsze, a w Europie – nie, mimo pierwszych sukcesów i euforii z tym związanej. A dlaczego? Dlatego że

w Europie są bardzo silne media publiczne. Druga obserwacja jest z tym związana – bardzo proszę wszystkich, aby nie mówić o zmierzchu mediów tradycyjnych. Nie ma zmierni mediów tradycyjnych, one się w sposób naturalny przekształcają, a przyczyn tych zmian jest wiele. Przede wszystkim jedną z najważniejszych są zmiany technologiczne. Zatem przestańmy mówić o zmierzchu, bo tego zmierni nie ma.

Trzecia obserwacja jest taka. Oburzył się dyrektor Zieliński na to, co powiedział profesor Godzic, jednak ma on trochę racji. To, jaka jest dzisiaj telewizja publiczna, nie wynika przecież z jakiegoś widzimisię szefów telewizji, ale sytuacji, w jakiej się znaleźli. Jeżeli pojawiają się gatunki zbliżone do tych, które są w mediach komercyjnych, to dlatego, że telewizja chce sprostać oczekiwaniom widzów. Chce, by były obecne w jej programie te gatunki, które ci widzowie tak lubią i które oglądają w innych telewizjach. Być może powstaną jakieś nowe gatunki w wyniku tej konwergencji programowej między mediami komercyjnymi i publicznymi. Nie widzę w tym nic złego. Chodzi o to, żeby to robić dobrze, tutaj popieram tezę profesora Adamowskiego, niezależnie od tego, gdzie te programy się pojawiają. Również nowe programy, hybrydowe w gruncie rzeczy, w których wykorzystuje się nowe technologie.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo.

**Iwona Kostka-Kwiatkowska:** Zastanawiałam się, jak się powinnam przedstawić – czy jestem redaktorką, ale chyba jestem redaktor naczelny Radia „Kampus” Uniwersytetu Warszawskiego. Chciałam nawiązać do tego, o czym mówili pan profesor Adamowski, pan minister Luft i pan prezes Siezieniewski – do tego, czy każdy może być dziennikarzem i jak to wpływa na językowe brzmienie anteny. Odpowiadam za radio, w którym pracują wyłącznie młodzi ludzie, bez wcześniejszego doświadczenia antenowego – ale mogę o nich śmiało powiedzieć, że są dziennikarzami, mimo że nie należą do żadnego stowarzyszenia. Jest tak, jak powiedział pan minister – to, jakich mamy dziennikarzy, zależy od nadawców, wydawców, od dyrektorów anten. Nie wystarczy skończyć studia dziennikarskie czy jakiegokolwiek inne, żeby zostać dziennikarzem. Trzeba jeszcze zdobyć praktykę zawodową, a praktykę zdobywa się pod opieką wydawców, nadawców, szefów anten. I jeżeli wydawcy pozwalają sobie na to, żeby dziennikarz nieprzygotowany językowo, warsztatowo pojawił się na antenie, reprezentował ich na konferencji prasowej czy na jakimkolwiek innym spotkaniu, to jest to

problem nadawcy i wydawcy, nie dziennikarza – bo od niego się po prostu tego nie wymaga. U nas, mimo że jesteśmy radiem, można powiedzieć, amatorskim, studenckim, są te same wymagania co w radiu publicznym: trzeba przejść kurs u logopedy, trzeba przejść szkolenia językowe, żeby znaleźć się na antenie. Więc namawiałabym do tego, żeby spojrzeć na problem odwrotnie, winić nie dziennikarza, lecz nadawców i wydawców.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję bardzo. Pani redaktor, redaktorka Joanna Luboń.

**Joanna Luboń:** Zgadzam się z panią w pełni. Od dwudziestu lat pracuję w mediach z ludźmi bardzo młodymi. I mogę powiedzieć, że ci ludzie nie są źli. Oni mają wiedzę, ale nie bardzo umieją się odnaleźć w naszej rzeczywistości. Oczywiście mają jakieś luki w wiedzy, ale ważne jest, aby młody człowiek, który przychodzi do mediów, został właściwie poprowadzony. A to zależy od wydawcy i szefa. Jeżeli młody człowiek ma dobrego wydawcę, to on czuwa nad tym, w jaki sposób dziennikarz pisze teksty, jakim operuje językiem. Można powiedzieć, że jest to rola wychowawcy. Oczywiście wszystkiego nie nauczymy. Ale wyróbnymy w dziennikarzach intuicję, co jest stosowne, co jest niestosowne w sposobie komunikowania się z odbiorcą. Młodzi ludzie nie mają tak zwanych komunikatów zwrotnych. Przynoszą tekst, na którym będziemy ćwiczyli, tekst ma wiele błędów – pytam: *Czy ktoś czytał ten tekst? Tak, wydawca. I co? No nic, bo on nie ma czasu, proszę pani, nie ma czasu, żeby to poprawić.* I tu jest ogromny problem. Ten młody człowiek powiela własne błędy. Kiedyś było tak, że był mistrz i uczeń. Niestety, teraz jest inaczej. Często wydawcy to ludzie młodszy od dziennikarzy, a więc mniej doświadczeni, i nie są w stanie im pomóc. To jest ogromny problem. Młody człowiek powinien być przynajmniej przez pół roku, rok prowadzony. Oni mają tysiące pytań, na które nie ma im kto odpowiedzieć. Mówią: *Chcielibyśmy, żeby to ktoś ocenił.* Często powtarzają: *Ja nie mam z kim porozmawiać na ten temat, niech mi pani powie...* Oczywiście, robię, co mogę, co wiem, to mówię, ale nie wszystko wiem. Początkujący dziennikarze uczą się od nieco starszych kolegów, którzy też niewiele wiedzą, powielają własne błędy, i tak idzie to dalej. Potem narzekamy, że media dają złe wzorce. Zacznijmy od podstaw i od szkolenia codziennego młodych ludzi.

**Krzysztof Luft:** Ja pójde nawet jeszcze dalej. To nie jest tylko kwestia taka, że wydawcy, nadawcy, redaktorzy powinni tych młodych ludzi szkolić



i czegoś od nich wymagać. Proszę posłuchać wielu stacji radiowych bardzo silnie skomercjalizowanych. Czy wyobrażają sobie państwo, że wydawcy i nadawcy oczekują od prezenterów, którzy występują na antenie, żeby mówili poprawnym językiem? Myślę, że wręcz przeciwnie. Komuś, kto mówiłby tam poprawnym językiem...

**Katarzyna Kłosińska:** ...nie tylko poprawnym, ale i stosownym...

**Krzysztof Luft:** ...natychmiast by podziękowano. Więc to jest kwestia pewnego pomysłu, co chcemy robić, i nie tylko samych treści, ale i sposobu ich formułowania. Nie możemy wymagać od komercyjnej stacji, która sobie wymyśliła, że będzie mówiła językiem bardzo potocznym, wręcz zbliżającym się do wulgarności, że oni mają mówić poprawną polszczyzną. Nie będą tego robić, dlatego że to nie jest ich pomysł na radio, ich pomysł jest inny. W demokratycznym kraju, gdzie przecież nie będzie się nakazywać, co i w jaki sposób się mówi – można tylko przedstawiać alternatywę. I tu jest ważna rola mediów publicznych, z tym że mamy problem, nie tyle z radiem publicznym, ile z telewizją, z powodów finansowych.

**Katarzyna Kłosińska:** Zgadzam się w całej rozciągłości. Poproszę pana Marcina Zaborskiego.

**Marcin Zaborski:** Z jednej strony absolutnie przyklaskuję temu, co powiedziała pani Joanna. Ale z drugiej strony – nie po to, żeby wywyższać swoją redakcję czy media publiczne jako takie – muszę zauważyć, że są takie redakcje, w których to się dzieje. Myślę o Trójce, ale nie mówię, że wyłącznie. I jestem szczęśliwy, że tak jest. Chcę jednak powiedzieć jeszcze, że tak jak powinniśmy stawiać wymagania każdej redakcji, tak te same wymagania należy postawić młodym ludziom. Bo to, że są oni pełni obaw i niewiedzy, to jest jedno, ale z drugiej strony bardzo często młody człowiek, który decyduje się na pracę w mediach, nie ma kompletnie pomysłu na to, jak ta praca miałaby wyglądać i kim chce być w świecie dziennikarskim. Jeśli wybieramy studia dziennikarskie, podobnie jak inne humanistyczne – jak chociażby politologię, której jestem absolwentem – to musimy wiedzieć, co chcemy po nich robić. Same studia dziennikarskie nie dają przecież legitymacji prasowej. Nie zapewniają sukcesu. Mogą pomóc w byciu dziennikarzem, ale wcale nie muszą, więc oczekiwanie, że ulepią gotowego dziennikarza, jest iluzją.

**Katarzyna Kłosińska:** Przepraszam, że wpadnę w słowo, nie sądzę, żeby ktoś tutaj formułował takie oczekiwania. Zapewne dobrze byłoby taki system mistrz – nauczyciel, zresztą nie tylko w mediach, ale i na uczelniach, wprowadzić. Jeszcze pan dyrektor Zieliński, potem pan dyrektor Lignar.

**Sławomir Zieliński:** Rozmawiamy tutaj o naszej profesji, ale nikt nie powiedział, że jest to jeden z nielicznych zawodów, w którym trzeba mieć co najmniej odrobinę talentu. Jak się ktoś nie urodził z mikrofonem pod poduszką, to żeby nie wiem, ile różnych studiów skończył i tytułów zebrał, nic mu to nie pomoże.

**Piotr Lignar:** Każdy zawód wymaga talentu. Jak się go ma, to się w tym zawodzie coś osiąga. Jak się nie ma, to się osiąga wolniej, tak bym powiedział, żeby nikogo nie urazić. Odniosę się jeszcze do tego, co pani powiedziała o mistrzu i uczniu. Wzrastałem w czasach, gdy właśnie ten model uczenia dziennikarstwa w tym budynku, w tej sali nawet właśnie dominował. Każdy z nas miał swojego mistrza albo mistrzów. Sławek zresztą nawiązał do tego, wymienił kilka nazwisk, które też z szacunkiem wymawiam. Ale obawiam się, i mówię to z żalem, choć też i z pewnym poczuciem rzeczywistości, że ten czas niestety mija. Tu pewnie socjologom zostawimy rozstrzygnięcie, dlaczego mija i na czym to mijanie polega. Ale jestem też nauczycielem akademickim, prowadziłem przez jakiś czas własną firmę, zatrudniającą młodych ludzi, i te dwanaście lat nauczyło mnie dużo pokory. Stąd wnoszę, że to, co mówię, ma jakieś podstawy. Otóż, ci młodzi ludzie oczekują nie tyle mistrzów naprawdę, tylko oni oczekują recept raczej, reguł i zasad, które też będą oczywiście kwestionowali, ale argument, że *mają tak robić, bo tak się robiło* albo *tak się robi*, albo *tak jest dobrze*, albo *patrz, jak ja robię*, jest naprawdę coraz mniej skuteczny. Oni oczekują regulek. Widzę to na wykładzie. Mogę próbować opowiadać barwnie różne rzeczy dotyczące jakiegoś zjawiska albo prawidłowości, ale jak wyświetlam na ekranie slajd z kwintesencją tego, co powiedziałem, oni tylko to zapisują, resztę pomijają. Ich nie interesują przemyślenia i refleksje. To jest, podejrzewam, już inny czas. Zgadza się z tym, co panowie powiedzieli, co powiedziała młodsza koleżanka – rzeczywiście rzecz polega na tym, żeby kontrola (użyjmy może tego brzydkiego słowa) spoczywała w rękach kompetentnych wydawców i oni zastąpią mistrzów w jakimś stopniu.

Ale przede wszystkim powinny być znane standardy. Mamy chyba z tym problem, bo duch głębokiego liberalizmu podpowiada, że – jak powie-

dział Pirandello – jest tak, jak nam się wydaje. I jednemu się wydaje tak, drugiemu się wydaje inaczej, i tu się zaczyna rozmowa, szkoda, że czasami jałowa. Otóż my w radiu publicznym właśnie dążymy do tego, żeby, o ile to jest możliwe, wprowadzić standardy. Przypominam sobie swoje doświadczenia z wizyty w BBC czy CBC. W kanadyjskim radiu spędziłem więcej czasu – tam obowiązują reguły zapisane w dwujęzycznej, jak to w Kanadzie, potężnej książce, która jest integralną częścią umowy o pracę dla dziennikarza radia publicznego. I w tej książce jest sprecyzowane, co on potrafi albo wręcz co musi umieć i czego mu nie wolno robić na antenie jako dziennikarzowi radia publicznego. Być może my się dorobimy takiej książki kiedyś.

**Katarzyna Kłosińska:** Dziękuję państwu bardzo, dziękuję moim gościom. Dziękuję Polskiemu Radiu za przychylność – inicjatywa zorganizowania tej konferencji wyszła od Rady Języka Polskiego, a ściślej od pani redaktor Tułowieckiej. Dziękuję bardzo panu prezesowi, oczywiście Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji – za przychylność, za goszczenie nas i za to, że tak ważne tematy mogły być podejmowane właśnie w tym budynku.



Dyskusja panelowa

# BIOGRAMMY



**Prof. Janusz Włodzimierz Adamowski** – profesor Uniwersytetu Warszawskiego, politolog i medioznawca, dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych (od 2008), uprzednio dyrektor Instytutu Dziennikarstwa tego Wydziału (1999-2008). Członek Komitetu Nauk Politycznych Polskiej Akademii Nauk, a także kilkunastu rad programowych i redakcyjnych polskich i zagranicznych czasopism naukowych oraz instytucji ze sfery nauki. Promotor ponad 300 prac magisterskich oraz 10 prac doktorskich z zakresu nauk o polityce i nauk o mediach, recenzent w wielu przewodach doktorskich, habilitacyjnych oraz postępowaniach o nadanie tytułu naukowego profesora. Autor ponad 100 publikacji poświęconych mediom masowym. W latach 2003-2006 oraz 2011-2014 członek Rady Nadzorczej Polskiego Radia S.A., w kwietniu 2014 ponownie powołany w jej skład przez KRRiT na kolejną kadencję.

**Prof. Wiesław Godzic** – profesor zwyczajny, filmoznawca i medioznawca. Związany z Uniwersytetem Śląskim (do 1983) i Uniwersytetem Jagiellońskim (do 2003). Obecnie jest wykładowcą w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, kierownikiem Katedry Mediów Audiowizualnych. Zajmuje się semiotyką i retoryką przekazów medialnych. Stypendysta Fundacji Kościuszkowskiej, Central European University, Getty Foundation i Deutscher Akademischer Austauschdienst oraz norweskich fundacji rządowych. Wykładał m.in. w Cleveland State University, Rochester University w USA, Middlesex University w Londynie oraz w Bergen i Trondheim, w Norwegii. Redaktor naczelny kwartalnika „Kultura Popularna” (od 2002). Ostatnio wydał: *Kuba i inni. Twarze i maski popkultury*, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2013, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, WAiP, Warszawa 2007 oraz zredagował podręcznik akademicki *Media audiowizualne*, WAiP, Warszawa 2010.

**Prof. Stanisław Jędrzejewski** – absolwent Instytutu Socjologii na Uniwersytecie Warszawskim. Ukończył też studia MBA w Akademii Leona Koźmińskiego. Autor książek, redaktor zbiorów prac badawczych oraz ponad 100 artykułów z zakresu socjologii mediów, badań nad masowym komunikowaniem i radia, m.in.: *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*, Universitas, Kraków 2010. Współredaktor zbioru prac *Radio Content in the Digital Age*, Intellect Books, London 2011. W latach 2009-2011 pracował

w Communication and Society Research Centre University of Minho w Bradze, w Portugalii. Członek Międzynarodowej Sieci Badań nad Radiem IREN. Członek Rady Redakcyjnej periodyku „Radio Journal. International Studies in Broadcast and Audio Media”, Rady Redakcyjnej pisma „Nowe Media” wydawanego przez Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu i kwartalnika „Central European Journal of Communication” wydawanego przez Uniwersytet Wrocławski. Współprzewodniczył Komisji ds. Reformy Polskiego Radia i Telewizji (1989-1990). Uczestniczył w pracach powołanego przez ministra kultury zespołu ekspertów przygotowującego ustawę o nadawcach publicznych (2008-2009). Wiceprzewodniczący i członek Komisji Radiowej EBU (1995-2007), dyrektor programowy Polskiego Radia (1990-1993), członek Zarządu I kadencji Polskiego Radia S.A. (1994-1998), dyrektor Programu I Polskiego Radia (2003-2005), członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (2005). Przewodniczący Rady Nadzorczej Polskiego Radia SA.

**Dr hab. Katarzyna Kłosińska** – językoznawca, pracownik naukowy na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Zajmuje się współczesną polszczyzną: kulturą języka polskiego, semantyką i leksykologią, a także lingwistyką kulturową i językiem polityki. Od 1999 pełni funkcję sekretarza naukowego Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN. Od 2004 współpracuje z Programem Trzecim Polskiego Radia, w którym prowadzi audycję „Co w mowie piszczy?”.

**Dyr. Piotr Lignar** – menedżer mediów, dziennikarz, praktyk *public relations*, nauczyciel akademicki. Absolwent Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, politolog, przez ponad 25 lat dziennikarz radia publicznego, założyciel i dyrektor Centrum Szkolenia Polskiego Radia S.A. oraz Dziennikarskiej Szkoły Polskiego Radia. Od 2012 ponownie w radiu publicznym – dyrektor Biura Programowego i Rozwoju Korporacyjnego PR S.A. Członek Komisji Karty Mikrofonowej. Pracownik i wykładowca Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, autor programu i kierownik Podyplomowych Studiów „Public relations w praktyce”, wykładowca – współpracownik Centrum Europejskiego i Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. W latach 1999-2011 współwłaściciel i szef agencji public relations LIGNAR PR, autor publikacji na temat *public relations*, *public speaking* i *media relations*, konsultant, trener. Autor i współautor projektów kampanii komunikacyjnych, promotor prac dyplomowych z zakresu *public relations*.

**Joanna Luboń** – specjalista z zakresu logopedii medialnej. Absolwentka Wydziału Neofilologii Uniwersytetu Warszawskiego i Podyplomowego Studium Logopedii UW. Wieloletni pracownik Polskiego Radia i Telewizji; członek komisji przyznających karty mikrofonowe i ekranowe w obydwu instytucjach. Od lat prowadzi szkolenia i zajęcia dotyczące poprawnej wymowy i interpretacji tekstu z dziennikarzami radia i presenterami telewizji, zatrudnionymi w stacjach publicznych i komercyjnych w całej Polsce. Ponadto prowadzi treningi dla polityków i menedżerów z zakresu prezentacji, wystąpień publicznych i budowania wizerunku przez przekaz werbalny.

**Krzysztof Luft** – członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (od 2010). Absolwent Państwowej Wyższej Szkoły Teatralnej w Warszawie. W latach osiemdziesiątych był aktorem Teatru Nowego w Warszawie. Dziennikarz i presenter Telewizji Polskiej (1990-1998); prowadził m.in. Studio Dwójki, program „Kawa czy herbata” oraz Studio TVP Polonia. Rzecznik prasowy rządu Jerzego Buzka (1999-2001). Członek Rady Nadzorczej Rozgłośni Regionalnej Polskiego Radia „Radio Gdańsk” S.A. (2008-2010). Dyrektor Biura Prasowego Kancelarii Sejmu (2008-2010).

**Prof. Andrzej Markowski** – profesor zwyczajny, językoznawca. Pracownik naukowy Uniwersytetu Warszawskiego. W latach 1991-2008 kierownik Zakładu Leksykologii i Kultury Języka, w latach 1991-1999, 2005-2012 dyrektor Instytutu Języka Polskiego, od 2005 członek Senatu UW. Od 1996 członek Komisji Kultury Języka Komitetu Językoznawstwa PAN, a od 2011 – Prezydium Komitetu Językoznawstwa PAN. Członek Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN, od 2000 jej przewodniczący. Członek rzeczywisty Towarzystwa Naukowego Warszawskiego, członek Collegium Invisible. Zainteresowania naukowe: semantyka, leksykologia, leksykografia, kultura języka polskiego. Autor wielu prac naukowych i popularnonaukowych (ponad 40 pozycji książkowych, ponad 180 artykułów naukowych, kilkaset felietonów popularnonaukowych). Redaktor naukowy i autor licznych słowników: ortograficznych, języka polskiego, wyrazów obcych, poprawnej polszczyzny, m.in. *Wielkiego słownika poprawnej polszczyzny PWN*. Popularyzator wiedzy o języku w licznych audycjach radiowych i telewizyjnych oraz w odczytach i wykładach dla różnych środowisk. Prowadził lektoraty języka polskiego na uniwersytetach we Florencji i w Bratysławie.



**Prof. Jerzy Podracki** – językoznawca. Od 1965 pracownik naukowo-dydaktyczny w Instytucie Języka Polskiego oraz w Instytucie Polonistyki Stosowanej na Wydziale Polonistyki UW, kolejno na stanowiskach: asystenta, adiunkta, docenta, profesora nadzwyczajnego, profesora zwyczajnego. W latach 1972-1975 oraz 1986-1990 wykładowca języka polskiego w Seminarium Sławistycznym na Uniwersytecie w Bonn (Niemcy). Stypendysta DAAD (Niemcy) i visiting professor w latach 1979, 2001, 2003, 2006, 2010 (wykłady gościnne). Kierownik Zakładu Metodyki Języka Polskiego na Wydziale Polonistyki UW (kilka kadencji); kierownik Instytutu Języka Polskiego na Wydziale Polonistyki UW (dwie kadencje); kierownik Pracowni Języka Elektronicznych Środków Przekazu na Wydziale Polonistyki UW; członek Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN (obecnie kierownik Zespołu Ortograficzno-Onomastycznego tej Rady); członek Państwowej Komisji Poświadczania Znajomości Języka Polskiego jako Obcego; językowy konsultant naukowy w Polskim Radiu S.A. i w Telewizji Polskiej S.A.; rzeczoznawca ds. podręczników szkolnych w Ministerstwie Edukacji Narodowej; członek zespołu ekspertów polonistycznych w CKE (prace nad modernizacją matury z języka polskiego od 2015). Promotor ponad 150 prac magisterskich i 10 rozpraw doktorskich. Publikacje: ponad 200 recenzji, artykułów, ekspertyz i książek, przede wszystkim z zakresu językoznawstwa polonistycznego (składnia, dydaktyka języka polskiego, ortografia, interpunkcja, kultura języka, leksykologia, język mediów elektronicznych).

**Dyr. Michał Samul** – zastępca redaktora naczelnego TVN 24 odpowiedzialny za programy telewizyjne i aktywność redakcji w nowych mediach. Absolwent Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. W mediach elektronicznych od 1996. W TVN 24 od początku istnienia stacji, najpierw jako wydawca anteny, następnie jako szef redaktorów i szef wydawców TVN 24.

**Red. Małgorzata Tułowiecka** – w Polskim Radiu od 1974, w różnych programach i redakcjach związanych z oświatą i edukacją oraz popularyzacją wiedzy. Tematyka audycji: historia i kultura języka, poprawność językowa, zmiany zachodzące w polszczyźnie, tendencje rozwojowe, język i literatura – historia literatury a rozwój języka, indywidualne cechy twórczości poszczególnych autorów, język polski na tle innych języków europejskich, kultura i literatura ojczysta oraz jej związki z kulturą europejską. Organizowała, współorganizowała i prowadziła akcje antenowe – Tydzień Kultury Języka,

Dzień Dobrej Polszczyzny, Międzynarodowy Dzień Języka Ojczystego. Przygotowywała relacje dziennikarskie z Forów Kultury Słowa. Od 1993 w Komisji Kart Mikrofonowych PR S.A. Od 2006 członek Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN i przewodnicząca Zespołu Języka w Mediach. Nagrody: dwa razy Nagroda Przewodniczącego Komitetu ds. Radia i Telewizji, Brązowy, Srebrny i Złoty Krzyż Zasługi, Złoty Mikrofon, tytuł Mistrza Mowy Polskiej, Nagroda Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, Medal Komisji Edukacji Narodowej, Honorowa Odznaka PR.

**Dr Marcin Zaborski** – dziennikarz Polskiego Radia, zastępca kierownika Redakcji Aktualności Programu Trzeciego, autor audycji publicystycznych: „Salon Polityczny Trójki”, „Puls Trójki” i „Biuro Myśli Znalezionych”. Politolog, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. W pracach badawczych zajmuje się komunikowaniem społecznym i politycznym, etyką w mediach, kulturą pamięci oraz stosunkami polsko-niemieckimi. Szczególnie interesuje się wątkami niemieckimi w polskich kampaniach wyborczych. Autor książki *Współczesne pomniki i miejsca pamięci w polskiej i niemieckiej kulturze politycznej*, Toruń 2011, nagrodzonej przez Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych oraz Kapitułę Konkursu im. Profesora Piotra Dobrowolskiego. Wydał również *Biuro Myśli Znalezionych*, Jabłonna 2013 – książkową wersję wywiadów przeprowadzonych w radiowej Trójce.

**Dyr. Sławomir Zieliński** – dziennikarz radiowy i telewizyjny, prezenter, człowiek mediów. W latach 1980-1989 pracował w Polskim Radiu. Przez siedem lat był zastępcą dyrektora radiowej Trójki. Prowadził „Radiokurier”, „Zapraszamy do Trójki” (PR), „Teleexpress”, „Panoramę” (TVP). W 1991 był dyrektorem-redaktorem naczelnym Dyrekcji Programów Informacyjnych TVP. W telewizji kierował także zespołami „Teleexpressu”, „Wiadomości” i „Panoramy”. Dyrektor Programu I TVP (1998-2004). Dyrektor programowy TVS „Silesia” (2007-2009), twórca koncepcji programowej tej stacji oraz zespołu dziennikarskiego. Zastępca dyrektora TVP Polonia (od 2011). Obecnie jest dyrektorem Biura Koordynacji Programowej TVP.

Istota kultury tkwi w języku –  
takim, jakim się posługujemy.

# kultura języka

W Polskim Radiu o kulturę języka,  
o jakość wypowiedzi antenowych  
dbamy na co dzień.

# jakość wypowiedzi

Media publiczne mają dzisiaj największy wpływ  
na kształtowanie postaw językowych,  
być może większy niż szkoła i dom.


# media kształtują postawy językowe

Telewizja i radio publiczne zastępują wiele instytucji,  
które nie spełniają funkcji niezbędnych  
w prawidłowym funkcjonowaniu demokratycznego państwa.

# telewizja i radio

Styl wystąpień radiowych i telewizyjnych  
powinien być jasny, prosty i zwiezły.

# jasny i prosty styl



Uczestnicy sesji poszukiwali między innymi odpowiedzi na pytania: Czy radio i telewizja pełnią jeszcze funkcję normotwórczą? Jak pogodzić poprawność językową ze skutecznością przekazu? Jakie są społeczne i kulturowe przyczyny zmian języka mediów? Czy rozwój mediów społecznych ma wpływ na język mediów profesjonalnych? Jakiego języka powinni używać dziennikarze, by być w zgodzie z normą językową?

Więcej informacji



Wydawca  
Polskie Radio S.A.  
al. Niepodległości 77/85, 00-977 Warszawa

● [polskieradio.pl](http://polskieradio.pl)