

Rafał Zimny

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego

Bydgoszcz

Medialna sytuacja komunikacyjna a obraz świata (na przykładzie doniesień prasowych poświęconych stuleciu urodzin)

Podjęte w artykule rozważania podyktowane są chęcią uszczegółowienia ustaleń poczynionych przeze mnie we wcześniejszych pracach (Zimny 2007, 2008) poprzez zbadanie zależności między sytuacją komunikacyjną wypowiedzi prasowej a wytworzonym w tekstach obrazem osoby stuletniej. Dalsza analiza opiera się na tym samym korpusie materiałowym, który był przedmiotem mojego zainteresowania wcześniej, czyli na zbiorze około 150 tekstów wyekscerpowanych z lokalnych dodatków „Gazety Wyborczej” (głównie z dodatku bydgoskiego), pochodzących z lat 1996-2007.

Maja Wolny zwraca uwagę na dwie dominujące w polszczyźnie przeciwstawne tendencje obrazowania starości: **kakofemizacyjną** (służącą wulgaryzowaniu, ośmieszaniu, deprecjonowaniu starości) oraz **eufemizacyjną** (motywowaną przez społeczno-kulturowe tabu, co skutkuje językową konwencjonalizacją mówienia o starości, która w ten sposób bywa niekiedy dowartościowywana) (2003:193-198). Autorka nie ustala zależności między tymi tendencjami a typologią sytuacji komunikacyjnych, można jednak przyjąć, że pierwsza z nich będzie charakterystyczna raczej dla kontaktu nieoficjalnego, w którym tabu może być zniesione, a za jego złamanie mówiącemu nie grożą społeczne sankcje. Wniosek ten potwierdzają podane przez autorkę egzemplifikacje z gwary uczniowskiej, a także zarejestrowane przez *Słownik polszczyzny potocznej* (Anusiewicz, SkaWiński 1996) pogardliwe lub lekceważące określenia starych kobiet i mężczyzn: *pudernica, purchawa, próchno, (stara) franca / jędza / klepa / prukwa / raszpla / rura, stare pudło* (o starych kobietach); *dziad, dziadyga, ramol, (stary) cap / grzyb / pierdoła / pierdziel / piernik / pryk, wapniak* (o starych mężczyznach). Tendencja eufemizacyjna może się przejawiać w sytuacji nieoficjalnej (głównie poprzez spieszczenia typu *babunia, staruszek*), częstsza jednak będzie w sytuacjach oficjalnych. Typowe określenia eufemizujące starość, takie jak: *trzeci wiek, jesień życia, wiek matuzalemowy, słuszny wiek, podeszły wiek, dojrzały wiek, być w pewnym wieku, być już niemłodym, starsza pani, włosy przyprószone siwizną* itp., są bowiem odnotowywane przez słowniki polszczyzny ogólnej bez kwalifikatorów pragmatycznych. Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, że określenia eufemizujące starość mogą być pragmatycznie zabarwione pozytywnie (na przykład *staruszek*) lub negatywnie (*jesień życia*).

Można w polszczyźnie wyróżnić ponadto jeszcze jedną tendencję obrazowania starości – nazywam ją tu **honoryfikacyjną**. Występuje ona w wypowiedziach „których prymarną i inwariantną intencją jest **wyrażenie szacunku** (a może nawet złożenie hołdu) starości, zwłaszcza bardzo późnej (symbolizowanej »magiczną« liczbą lat – 100), i wyrażenie podziwu dla człowieka w tak sędziwym wieku” (Zimny 2007: 199). Honoryfikacja również charakterystyczna będzie dla kontaktu oficjalnego, a w kontakcie nieoficjalnym wystąpi z pewnością rzadziej niż eufemizacja.

Zależność między tendencjami obrazowania starości a rodzajem sytuacji przedstawia poniższy schemat:

	sytuacja nieoficjalna	sytuacja oficjalna
kakofemizacja	+	–
eufemizacja pozytywna	+	+
eufemizacja negatywna	+	–/+
honoryfikacja	+/-	+

Sytuację komunikacyjną w mediach masowych określa się dziś często mianem **paktu faktograficznego** (więcej o tym: Bauer 2000), na mocy którego nadawca ponosi odpowiedzialność za takie ukształtowanie przekazu, które jest zgodne z następującymi głównymi warunkami: ekonomii, jasności, prawdziwości i funkcjonalności środków. Nadawca jest ponadto identyfikowany przez odbiorcę jako realny podmiot komunikacyjny, istniejący w realnym świecie i zanurzony w określonym – częściowo wspólnym dla nadawcy i odbiorcy – kontekście kulturowym. Tak więc obowiązkiem nadawcy jest komunikować zasadniczo o faktach niefikcyjnych i dostosowywać sposób ich przekazywania do założonej wiedzy i kompetencji kulturowej odbiorcy. Pakt faktograficzny oznacza także, że zapośredniczony przez media kontakt między nadawcą i odbiorcą jest kontaktem oficjalnym (w odmianie publicznej – jeden lub niewielu nadawców komunikuje się z nieograniczoną liczbą odbiorców), co powoduje, że nadawca nie ma pełnej swobody w doborze zarówno sposobów stylistycznego ukształtowania przekazu, jak i jego nacechowania aksjologicznego.

W przypadku zebranego przeze mnie korpusu tekstów nadawca nie podlega zewnętrznym instytucjonalnym ograniczeniom ze względu na niekontrowersyjny (a nawet błahy) temat wypowiedzi – jubileusz stulecia urodzin „zwykłych ludzi”, osób niepublicznych, znanych niewielkiemu kręgowi ludzi. Dlatego też założyć można, że autorzy tych przekazów dążą w nich przede wszystkim do realizacji następujących **makrointencji**: (1) „Chcę, by mój przekaz był dla ciebie interesujący” oraz (2) „Chcę, by zawarte w nim treści i poglądy były zgodne z normami kulturowymi obowiązującymi w naszym (wspólnym) świecie”.

Pierwsza z nich realizowana jest przez dążenie do zgodności tekstu z obrazem świata odbiorcy oraz z jego stylistycznymi i retorycznymi oczekiwaniami (więcej o tym: Zimny 2007, 2008), co przejawia się już na poziomie wyboru ukształtowania genologicznego wypowiedzi. Większość z analizowanych dalej tekstów reprezentuje gatunek zwany sylwetką (więcej o tym: Zimny 2008), która według W. Pisarka (2002: 170) jest gatunkiem niezwykle atrakcyjnym czytelniczo, gdyż odbiorcy wypowiedzi medialnych ponadprzeciętnie interesują się m.in. tym, co się wiąże z ich codziennym życiem, tym, co bliskie (portretowani seniorzy są członkami lokalnych społeczności oraz jako „zwykli ludzie” są podobni do odbiorcy, który też może osiągnąć długowieczność), a także tym, co niezwykle, nowe i nieoczekiwane (stulecie jest faktem statystycznie rzadkim, w Polsce w XXI wieku stu lat dożywa jedna osoba na około 20 000¹). W tym sensie zawsze jednostkowo indywidualizowana sylwetka człowieka stuletniego jest zajmująca dla czytelnika, dzięki czemu możliwe staje się skrócenie dystansu komunikacyjnego między nadawcą i odbiorcą przy zachowaniu oficjalności przekazu. Zgodnie z propozycją P. Nowaka i R. Tokarskiego dobór takiej formy przekazu dziennikarskiego można traktować jako przejaw **kreowania sytuacji komunikacyjnej** (2007: 20-24).

Druga z wymienionych makrointencji odpowiada za to, co Nowak i Tokarski nazwali **kreowaniem wizji świata** (2007: 10-19) oraz **kreacją językowego obrazu świata (kulturową)** (2007: 24-30). Pierwsza z nich polega na selekcji informacji, wyborze sposobu ich przedstawienia i ułożenia w komunikacie, na wyróżnianiu lub ukrywaniu poszczególnych wydarzeń (2007:12). Istotą drugiej jest aktualizowanie zawartego w językowym obrazie świata relatywizmu poznawczego poprzez wybór pewnego historycznie utrwalonego w języku sposobu ujęcia danego wycinka rzeczywistości. W omawianych tu tekstach kreacja wizji świata odbywa się poprzez uwypuklanie w poszczególnych komunikatach określonych cech człowieka stuletniego, składających się na **jego medialny stereotyp (obraz)**, a kreacja kulturowa przejawia się w wyborze którejs z kulturowych tendencji obrazowania starości, co tworzy **medialny stereotyp mówienia o starości ludzi stuletnich**.

W przekazach medialnych, którymi się tu zajmuję, kakofemizacja starości jest nieobecna ze względu na to, że jej występowanie odbiorczo związane mogłoby być z dążeniem nadawcy do realizacji celu antagonistycznego, niweczącego warunki paktu faktograficznego. To samo dotyczy eufemizacji negatywnej. Z kolei eufemizacja pozytywna i honoryfikacja służą w tym rodzaju komunikacji osiągnięciu celu nieantagonistycznego – zgodności obrazu seniora z normami społeczno-kulturowymi będącymi wynikiem tabu.

¹ Obecnie w 38-milionowej Polsce żyje około 1800 osób stuletnich (dane za: P. Walewski, *Wiek długowiecznych*, „Polityka” 2008, nr 8, s. 74).

Zarówno eufemizacja pozytywna, jak i honoryfikacja mają w zgromadzonym korpusie swoje eksponenty leksykalne nominujące bądź osobę stuletnią, bądź jej wiek.

Nazwy osób stuletnich: a) honoryfikacja – głównie przymiotniki: *dostojni, szacowni* (kilkadziesiąt poświadczeń w korpusie 150 tekstów), *sędziwi, czcigodni* (kilkanaście poświadczeń); b) eufemizacja – *starszy pan, starsza pani / starsza kobieta* (najczęściej), także *hipocoristica*, takie jak: *staruszka, staruszek* (około 20 wystąpień).

Nazwy wieku stuletniego: a) honoryfikacja – *dostojny, szacowny, sędziwy* (najczęściej), *matuzalemowy* (jednostkowo); b) eufemizacja – *śluszný* (kilka razy).

Z wymienionych wyżej powodów nie ma w badanej próbie ani eufemizmów wprost wartościujących starość negatywnie, ani konotacyjnie ją deprecjonujących, takich jak: *leciwy, zaawansowany wiek, jesień życia, trzeci wiek*, nie ma też kakofemizmów w rodzaju: *starość nie radość, stary cap / grzyb / piernik, staruch* itp. W prasowych doniesieniach o stuleciu czyichś urodzin najczęściej zatem aktualizowany jest stereotyp: „O ludziach stuletnich tylko dobrze (z szacunkiem)”.

Przytoczone wyżej określenia (komponenty proste – leksemy z pola semantycznego szacunku, a nawet hieratyczności) wraz z komponentami złożonymi (presupozycjami, implikaturami, metaforami pojęciowymi²) stanowią tekstowe wypełnienie składnika oceniającego sylwetki. Składnik informacyjny natomiast realizuje się w prezentacyjnych segmentach opisywanych portretów – nadawcy przedstawiają w nich uwarunkowania biograficzne, rodzinne, psychologiczne, społeczne, zawodowe poszczególnych ludzi. Nierzadko jednak w jednym segmencie sylwetki oba komponenty przeplatają się (wytluszczam określenia wartościujące):

Pani Zofia jest **elegancką** kobietą. **Db**a o siebie. **Skrupulatnie** dobiera kosmetyki, **lubi się** stroić. – **Bardzo żaluje, że nie może chodzić** – mówi Siwkowski³.

Stereotyp osoby stuletniej w przedmiotowym korpusie tekstów obejmuje dwa rodzaje cech: **cechy relacyjne** – wartościujące pozytywnie wyłącznie ze względu na sędziwy wiek osoby, gdyż kulturowo przypisuje się je ludziom młodym; **cechy nierelacyjne (bezwzględne)** – kulturowo właściwe ludziom starym, dlatego nazywa się je wprost lub eufemizuje.

Motywacją dla tych pierwszych jest to, że w analizowanych wypowiedziach osiągnięcie wieku stu lat jest ujmowane jako wartość stała, która nie wymaga kul-

² Kilka metafor pojęciowych starości analizuje M. Wolny (2003).

³ Ze względu na ograniczenie miejsca rezygnuję z podawania odsyłaczy do źródeł materiału.

turowego uzasadnienia, bo jest powszechnie uznawana i szanowana. Przypisanie ich człowiekowi stuletniemu pełni z jednej strony funkcję eufemizującą („odmładza” człowieka stuletniego), z drugiej – jest wyrazem szacunku i podziwu dla osoby, która mimo swego zaawansowanego wieku może się nimi poszczycić, stąd ich wartość honoryfikatywna.

Cechy nierelacyjne mogą być motywowane intencją honoryfikatywną lub eufemizującą, ale mogą wynikać także z czynników czysto pragmatycznych – z podobieństwa bohatera tekstu do odbiorcy lub z chęci nadawcy do potwierdzenia założonego u odbiorcy stereotypu człowieka starego.

W profilowaniu obrazu ludzi stuletnich najczęściej wykorzystuje się trzy główne cechy relacyjne:

Optymizm eksponuje się za pomocą różnych środków leksykalnych, z których na pierwszy plan wysuwa się *uśmiech / śmiech* lub *pogodność / pogoda ducha*:

Wszyscy zgodnie podkreślają **pogodę ducha** stulatki. – Nigdy się nie denrowowała, uśmiech rzadko schodził z jej twarzy – mówi wnuczka Agnieszka Babyszka-Pociągiciel.

Wiecznie **uśmiechnięta** wygląda na osobę znacznie młodszą.

– Dziadek [...] – twierdzi jego wnuczka Anna. – [...] jest niezwykle **pogodnym**, rodzinnym człowiekiem.

Wszyscy ją chętnie odwiedzają, bo **zaraża swoim optymizmem** nawet największego ponuraka.

Żywotność znajduje kilka szczegółowych, uzupełniających się wzajemnie konkretyzacji. Często bywa wyrażana **wprost**: *hoży staruszek, żwawy stulatek, energiczna staruszka, krzepka, samodzielnie się porusza, żywotna i pełna energii*. Wartościowania **nie wprost** opierają się na mechanizmie metonimii, to znaczy, że o żywotności osoby stuletniej mówi się poprzez aktywowanie określonego pola semantycznego metonimicznie powiązanego z tą kategorią, na przykład **aktywności fizycznej**:

Stulatka, która jeszcze wyszywa obrusy.

[...] codziennie chodzi na spacerze ze swoim psem Psotą. – Nic nie trzeba przy nim robić, nawet do sklepu sam pójdzie – mówi wnuczka Teresa. – Sam się ubierze, ogoli, umyje. Bardzo sprawny jest – chwali go synowa Melania.

Uwielbia podróże. Jeszcze nie tak dawno sama pojechała do Wilna, do rodziny. Należy do kółka różańcowego w parafii św. Jadwigi. Jest bardzo samodzielna, nie lubi prosić o pomoc.

Wartościowanie to dotyczy także **dobrego zdrowia** lub **kondycji fizycznej**:

Cieszy się świetnym zdrowiem, jedynie nieco gorzej słyszy.

Pan Michał pomimo swojego wieku zachował świetne zdrowie i kondycję.

Nie narzeka na problemy ze zdrowiem, nie opuszcza jej poczucie humoru i lubi przyjmować gości.

Pani Genowefa cieszy się pełnią zdrowia.

Pasje, hobby i marzenia osób stuletnich wiążą się pojęciowo z ich żywotnością – częściej w sferze intelektualno-poznawczej niż w sferze aktywności fizycznej:

– Wędkowanie to moje **hobby** – przyznaje 100-latek.

Pani Urszula **uwielbia** czytać gazety. – Zawsze musi wiedzieć, co się na świecie dzieje – mówi córka. Jednak ostatnimi czasy największym hobby stulatki jest oglądanie filmów.

Jubilatka **kocha** sztukę, szczególnie muzykę poważną.

Dwa lata temu odkrył bowiem nową **pasję** – poezję. Napisał i sam wystukał na maszynie tomik poetycki pt. *Wypociny 100-latka*.

Nie kryje jednak, że wciąż **marzy** o kilku podróżach.

Illokucyjnie wszystkie trzy zespoły odniesień służą neutralizowaniu (eufemizowaniu) przykrych aspektów starości – bliskości śmierci, cierpienia spowodowanego złym stanem zdrowia, świadomości przemijania, samotności itp., dlatego ukazują stuletnich seniorów jako spełnionych życiowo, dzielnych w pokonywaniu trudności wynikających z ich wieku, podejmujących działania „odmładzające”, aktywnych fizycznie i poznawczo.

Jako najważniejszą z cech **wartościujących nierelacyjnie** eksponuje się z kolei osobistą historię życia stuletniego seniora, często splecioną z ważnymi dla dziejów narodu i narodowej tożsamości wydarzeniami (jak na przykład II wojna światowa):

– Mama przeżyła dwie wojny i często wspomina tamte trudne czasy. W jej opowieściach wojna to przede wszystkim ubóstwo. Jednak nawet w najcięższych chwilach zapewniła rodzinie opiekę. Pracowała zawodowo tylko w czasie okupacji, kiedy dorabiała w niemieckim tartaku – opowiada Piszczel.

– Wybuchła wojna, pewnego dnia Sowieci zabrali mojego męża i już nigdy więcej go nie widziałam – mówi pani Bronisława. – Po latach dowiedziałam się, że rozstrzelali go w lesie pod Mińskiem. Do dziś nie wiem, gdzie jest jego mogiła – przyznaje. Rodzina Mędelskich została repatriowana do Człuchowa i stamtąd w latach 60. pani Bronisława przeprowadziła się do Bydgoszczy.

Pani Zenobia nie miała łatwego życia. [...] W czasie II wojny światowej pracowała przymusowo dla Niemców, a jej mąż przebywał w różnych obozach hitlerowskich.

Odniesienia tego rodzaju świadczą o narodowej „współpamięci” (funkcja **komemoratywna**) traumy wojny, co motywuje ich funkcję **honoryfikatywną**. Powstaje więc tu stereotypowy układ treściowy, którego tekstowe wypełnienie jest kulturowo mniej istotne – inwariantne jest zrealizowanie funkcji, wariacja zaś dotyczy tylko faktów biograficznych portretowanych osób (czyli indywidualizacji wizerunku). W odbiorze ma dominować stereotyp: człowiek stuletni jako ten, kto przeżył wojnę, obligatoryjnie zasługuje na szacunek.

Szczęśliwość życia rodzinnego osoby stuletniej jest przedstawiana jako czynnik łagodzący dotkliwość późnej starości, jako swoista nagroda za trud życia, za cierpienia spowodowane przez wojnę. Historię prywatną (pozytywnie wartościowaną) konfrontuje się tu z historią ponadjednostkową (będącą źródłem tragedii i cierpień jednostek).

Kontrapunktem dla wydarzeń historycznych, w których brali udział portretowani seniorzy, są przywołania faktów z ich rodzinnego życia:

Jubilatka [...] najbardziej lubiła spędzać czas, opiekując się domem. – Gdy byliśmy z moim bratem dziećmi, uwielbiała się nami zajmować – wspomina Slinko. – Zabierała nas na długie spacerunki po Bartodziejach i do parku na Osiedlu Leśnym, a miała wtedy już ponad siedemdziesiątkę. Nigdy na nas nie podniosła głosu, rozpieszczała do granic możliwości – opowiada.

I mimo że córki zgodnie określają mamę jako pogodną i serdeczną osobę, ze śmiechem wspominają, jak zjedzenie w Wielki Piątek ciasta drożdżowego groziło zamknięciem w schowku pod schodami.

* * *

Przedstawiona analiza dowodzi, że uwarunkowania sytuacyjne aktu komunikacji medialnej stanowią ważny czynnik rządzący modelowaniem obrazu człowieka stuletniego. Oficjalność komunikacji w prasie wpływa na preferowanie honoryfikacji i eufemizacji pozytywnej jako składników tego obrazu. Sylwetka obcho-

dzącego jubileusz stulecia seniora indywidualizowana jest głównie na poziomie faktów biograficznych, psychologicznych czy rodzinnych, wariacji natomiast nie podlega wprowadzane do tekstu wartościowanie, zgodne z przyjętym przez nadawcę stereotypem. Przebadane portrety można więc interpretować jako kulturowo fatyczne – nadawca próbując maksymalnie zindywidualizować tekstowo obraz osoby stuletniej, dąży jednocześnie do tego, by był on w jak największym stopniu kulturowo redundantny.

Literatura

- Anusiewicz J., Skawiński J. (1996). *Słownik polszczyzny potocznej*, Warszawa.
- Bauer Z. (2000). *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, s. 143-173.
- Nowak P., Tokarski R. (2007). *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, Lublin, s. 9-35.
- Pisarek W. (2002). *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków.
- Wolny M. (2003). *Językowy obraz starości ludzi i zwierząt w polszczyźnie*, „Język a Kultura”, t. 15, *Ópozycja homo-animal w języku i kulturze*, red. A. Dąbrowska, Wrocław, s. 189-199.
- Zimny R. (2007). *Portret osoby stuletniej w doniesieniach prasowych (analiza pragmatyczno-kulturowa)*, [w:] *Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (POLYSLAV)*, band 10, hrsg. von B. Brehmer, V. Ždanova und R. Zimny, München, s. 199-208.
- Zimny R. (2008). *Gatunkowy kształt prasowej sylwetki osoby stuletniej*, [w:] *Polszczyzna bydgoszczan 4*, red. M. Świącicka, Bydgoszcz, s. 135-159.

THE COMMUNICATIVE SITUATION VERSUS THE IMAGE OF THE WORLD (BASED ON THE EXAMPLES OF PRESS RELEASES ON ONE HUNDREDTH ANNIVERSARY OF BIRTH)

The aim of the paper is to show the relationship between the press communicative situation and the image of the one-hundred-years-old.

First the author presents the tendencies of depicting senescence and senility in Polish: cacophemisation, positive or negative euphemisation and honorification, and thereafter shows to which extent they are manifested in speech acts made in both unofficial and official situations.

In the next part of the paper it is claimed that the ‘factographic pact’, mandatory in media-communication, impels broadcasters to follow two main macrointentions: 1. ‘I want my message to be interesting and attractive to you (the recipient)’ and 2. ‘I want my message to be in accordance with the cultural norms of our common world’. In consequence two stereotypes are distinguished: 1. the image of the one-hundred-years-olds in the media, and 2. the stereotype of talking about the one-hundred-years-olds in the media.

In the analytical part of the paper it is proved that positive euphemisation and honorification are only present in the media discourse referring to the elderly aged one hundred years or more. Both tendencies are expressed mainly: by the lexis signifying the one-hundred-years-olds or their age, and by the features (relative or non-relative) attributed to them. In culture the relative features are usually attributed to the young, but if in reference to the elderly they function as the means of axiologisation. The author describes the following: optimism, vivacity and hobbies or dreams. The non-relative features are culturally accredited to the elderly, so their axiological power is in close relationship with the recipient's idealized image of a very old person. Most often journalists underline that the one-hundred-years-old is a witness to important events in national history, and therefore he/she deserves special respect from the younger.

The author concludes that: 1. situational circumstances play a crucial role in modeling of the image of the one-hundred-years-old, which is evident in preference for honorification and positive euphemisation, 2. the portrait of the elderly is individualized on the level of biographical, psychological or familial facts but invariant in respect to the evaluation which must be in accordance with the assumed stereotype, 3. the press portraits of the one-hundred-years-olds are then culturally phatic and textually differentiated.