

W kręgu „stylistycznych remanentów” – uwagi po lekturze książki *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* pod redakcją Ewy Malinowskiej, Jolanty Nocoń i Urszuli Żydek-Bednarczuk (Kraków 2013, 528 s.)

We wprowadzeniu do kolejnego wydania *Stylistyki polskiej* autorstwa Haliny Kurkowskiej i Stanisława Skorupki – klasycznego już kompendium myśli stylistycznej, wciąż znajdującego się w czytelnym obiegu – zaakcentowano potrzebę stworzenia nowej syntezy, przedstawiającej najnowsze koncepcje, narzędzia badawcze i dokonania wskazanej dyscypliny oraz uaktualnioną wiedzę o „komunikacyjnojęzykowym świecie człowieka” (GAJDA, 2001: 1–2). Wydaje się, że odpowiedzią na wysunięty przed laty postulat stało się co najmniej kilka pozycji – w ostatnim czasie między innymi książka pt. *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, która ukazała się w 2013 roku nakładem TAiWPN Universitas.

Style współczesnej polszczyzny... to próba reinterpretacji sytuacji bieżącej (próba – moim zdaniem – ambitna i udana), a jednocześnie ważny „głos” w dyskusji podejmowanej nadal w środowisku językoznawców, ściślej zaś – stylistyków. Naukowym namysłem objęto tu okres od początku lat 90. XX wieku do roku 2012¹. Praca, przygotowana przez badaczy z Uniwersytetu Opolskiego, z Uniwersytetu Śląskiego i z Uniwersytetu Wrocławskiego, jest poniekąd kontynuacją znanej publikacji z 1995 roku², uwzględnia jednak zdecydowanie szersze spektrum odmian stylowych polszczyzny (s. 13). Dodajmy, że dialogiczna relacja obu tytułów ujawnia się na wielu płaszczyznach; analogie dotyczą głównego celu tych pozycji i zastosowanych w nich rozwiązań kompozycyjnych (o czym niżej), różnice – podejścia do wybranych zjawisk stylowych.

Formułując zamierzenia zespołu autorskiego, redaktorki recenzowanego przewodnika uprzedziły na wstępie:

Wśród opisanych w opracowaniu stylów znalazły się zatem i style „stare” (potoczny, artystyczny, naukowy, popularnonaukowy, dydaktyczny, urzędowy, religijny), i „nowe” (medialny, elektroniczny, radiowy, telewizyjny, reklamowy, komunikacji politycznej), niektóre o statusie jeszcze nie do końca oczywistym, wątpliwym i dyskusyjnym, wszystkie jednak przyporządkowane do jednej z czterech kategorii: styl funkcjonalny – odmiana języka – stypologizowana grupa tekstów – dyskurs.

s. 14

Deklaracja ta sugeruje, jak sądzę: po pierwsze, akceptację interferencji zachodzących pomiędzy sferami komunikacyjnymi o zmienionej nieco konfiguracji; po drugie, chęć odejścia od „stylistyki środków” i poszukiwania wyłącznie formalnych wyznaczników stylu.

¹ Ta cezura czasowa nie zawsze obowiązuje. Por. wyjątki, o których mowa na s. 14 lub 112.

² Idzie o *Przewodnik po stylistyce polskiej* pod redakcją Stanisława Gajdy (GAJDA, red., 1995). Ukazuje on „dzieje stylistyki” aż do 1992 roku.

Niezależnie od tego czytelnik może się spodziewać przystępnego omówienia stanu badań oraz wytyczenia ich dalszych kierunków bądź perspektyw. Warto też dodać, że uzupełnieniem każdej części pracy jest bogaty wykaz literatury – autorzy zastrzegają, że bibliografia, naturalnie, nie mogła być kompletna.

Dokonując przeglądu (z konieczności wybiórczego) poszczególnych zagadnień, pozwalających zorientować się w położeniu współczesnej stylistyki, zachowam zaproponowany układ stylów „starych” i „nowych”. Ponieważ nie ma tutaj miejsca na jednakowe (pełne) oświetlenie owych konstruktów, odpowiadających określonym domenom społecznej aktywności, skupię się na dokładniejszej prezentacji „stylów” w podobnych systematyzacjach na razie pomijanych. Wszak ich wyodrębnienie – i opatrywanie takimi czy innymi nazwami – jest dziś zabiegiem niezbędnym, choć mogącym budzić wielorakie kontrowersje³.

Za swoisty punkt odniesienia zebranych w książce analiz uznać trzeba tekst Stanisława Gajdy – *Teoria stylu i stylistyka*⁴. Badacz przypomina o czynnikach, pod których wpływem kształtowało się myślenie humanistyczne i stylistyczne przełomu XX i XXI wieku, zwraca uwagę na różnorodne instrumentarium i wielonurtowość zajmującej go subdyscypliny językoznawstwa – nauki o „nieprecyzyjnym przedmiocie badawczym” (s. 18), przywołuje także stylistyczne typologie oraz najistotniejsze konceptualizacje stylu (notabene w książce przyjęto humanistyczne/antropologiczne rozumienie tego pojęcia; zostało ono wypracowane przez wymienionego autora).

Problematyka stylów „starych”, które „wywalczyły” już swoją autonomię⁵, potraktowana zresztą przekrojowo i wieloaspektowo, powraca w wypowiedziach: Aldony Skudrzyk i Jacka Warchali (*Język potoczny – dyskurs potoczny*), Elżbiety Dąbrowskiej (*Styl artystyczny – kondycja ponowoczesna*), Stanisława Gajdy (*Styl naukowy*), Anny Starzec (*Styl popularnonaukowy – styl dyskursu popularnonaukowego*), Jolanty Nocoń (*Styl dydaktyczny – styl dyskursu dydaktycznego*), Ewy Malinowskiej (*Styl – dyskurs – komunikacja urzędowa*) oraz Marzeny Makuchowskiej (*Styl religijny*). Odnajdziemy tu zarówno ustalenia ogólnodefinicyjne, jak i informacje o wyróżnikach stylowych wyłonionych odmian/dyskursów, wewnętrznym zróżnicowaniu tychże odmian, wchodzących w ich zakres praktyk mownych, gatunkach i/lub fenomenach (por. ekspansję potoczności, wielokanałowość popularyzacji nauki itd.).

Drugi blok „wystąpień” otwiera tekst Urszuli Żydek-Bednarczuk poświęcony dyskursowi medialnemu, a po części także językowi mediów, językowi w mediach oraz wpływowi „nowych technologii na miejsce słowa w komunikacji” (s. 185). „Dyskurs medialny – czytamy w rozdziale siódmym – należy do określonego typu społecznej praktyki komunikacyjnej. Ma bowiem swoją instytucjonalność, ideologię i władzę (IV władza) oraz społeczność korzystającą ze środków masowego przekazu” (s. 189). Obejmuje on swym zasięgiem prasę, radio, telewizję i Internet. W refleksji językoznawczej zadamowiło się także wyrażenie *odmiana*

³ Niepokój może wywoływać np. „kategoria medialna”, odnosząca się do komunikowania z wykorzystaniem odmiennych przekazników. Por. stanowisko Iwony Loewe i obawy, którymi podzieliła się w artykule tego numeru „Forum Lingwistycznego”.

⁴ Recenzowana praca składa się z piętnastu rozdziałów; *Teoria stylu i stylistyka* to jej rozdział pierwszy.

⁵ Pamiętajmy, że style: religijny, dydaktyczny czy popularnonaukowy dołączyły do tej grupy niedawno (s. 487, 111, 81). Z naszkicowanej w książce mapy polszczyzny ostatecznie zniknął styl publicystyczny.

medialna (z tego sformułowania autorka ostatecznie rezygnuje). Istnienie tej odmiany – podobnie jak istnienie stylu publicystycznego, do którego do niedawna włączano związane z mass mediami przekazy – może być wszelako kwestionowane ze względu na wewnętrzną niejednorodność czy brak komponentów wyraźnie ją specyfikujących.

Z kolei w przypadku Internetu – przekonuje ta sama badaczka – można mówić o dyskursie internetowym/elektronicznym, współtworzącym, jak wcześniej nadmieniłam, rozległy obszar dyskursu medialnego. Co ciekawe, oprócz interakcji dokonujących się za pośrednictwem komputera, uwzględniono także telefonię komórkową. Wypada zgodzić się z twierdzeniem, iż: „Styl wypowiedzi internetowej nie ma formy homogenicznej” (s. 369). Nie wszystkie właściwości z poziomu pisowni, ortografii i interpunkcji, leksyki, składni itd.⁶ (zob. podrozdział 11.2.) uobecniają się w tym samym stopniu w komunikatach typu konwersacyjnego, korespondencyjnego czy hipertekstowego – posłużmy się chociażby opisanymi w tym rozdziale formami gatunkowymi: czatem, e-mailem, blogiem, stroną www. Wpływają one natomiast na poważne zmiany kultury języka.

Małgorzata Kita, która przygląda się dyskursowi radiowemu, zastanawia się m.in. nad tym, kto mówi w radiu, kim jest dzisiejszy radiosłuchacz, jaka jest struktura programu radiowego, jakie kody semiotyczne są składnikami transmisji radiowej (oto postępująca cyfryzacja zaciera granice ustanawiane przez audialność, a także wizualność). W centrum podejmowanych tu rozważań sytuują się prócz tego: gatunki radiowe, środki werbalne i parawerbalne oraz mechanizmy autorefleksji – właściwe wypowiedzi radiowej, dialogowość i tekstowość audycji.

W poznaniu językowych czy genologicznych (i nie tylko tych) aspektów prasy, rozpatrywanych zwłaszcza w nowszych pracach, których liczba i różnorodność doprawdy imponuje (zob. s. 255–288), pomaga rozdział ósmy; jego autorką jest również Małgorzata Kita. Spostrzeżenia nadbudowane nad tą wielością dyskursów o prasie i dyskursów prasy uwyppuklają ewolucję – tak samego obiektu obserwacji (por. pozycję podmiotów dyskursu prasowego, artykułowane w nim ideologie, tabloidyzację prasy, nowe kanały jej dystrybucji, spadek znaczenia „wersji papierowej” itd.), jak i badawczej refleksji teoretyczno-metodologicznej z tym obiektem splecionej. Zacytujmy jeszcze następującą konkluzję:

Prasa znajduje się w paradoksalnej sytuacji: pozostając „tradycyjną”, „papierową”, wchodzi równolegle w e-przestrzeń, nowoczesną, nieustannie zmieniającą się – „płynną”, korzystając tyleż z dobrodziejstw, co i niebezpieczeństw dynamicznych obecnie procesów konwergencyjnych [...].

s. 207

Osobnego omówienia wymagają części zatytułowane *Dyskurs telewizyjny* i *Styl reklamy komercyjnej*. Tematykę sygnalizowaną przez wymienione nagłówki podjęła Iwona Loewe. Jak wynika z pierwszego szkicu, związanego z elementami i tekstowymi reprezentacjami dyskursu telewizyjnego (eksploatowanymi badawczo mniej lub bardziej intensywnie) oraz profilami jego opisu, wiele ustaleń poczynionych w ostatnim dwudziestolecu należałoby zrewidować. Ustalenia te w większości nie dotyczyły medium nowego typu – „neotelewi-

⁶ Por. np. zwielokrotnienie liter i/lub znaków interpunkcyjnych, stosowanie skrótów i emotikonów, występowanie zapożyczeń oraz gier słownych, uproszczenia reguł składniowych.

zji”, która w Europie pojawiła się w latach 80. XX wieku, w Polsce zaś znacznie później (s. 302). Dalsze eksploracje winny przynieść, w opinii Iwony Loewe, odpowiedzi na pytania o piśmienność w telewizji, taktylność lub haptyczność tego medium, jego autotematyzm, realną interaktywność, wreszcie – stałość albo zmienność telewizyjnych gatunków.

O ile nie udało się dotąd udowodnić istnienia języka telewizji (jako odrębnego typu odmiany polszczyzny), o tyle „w innych stylach i dyskursach rozpoznajemy strategie reklamowe, co dowodzi silnie obecnej w pamięci zbiorowej organizacji tekstów realizujących ten styl” (s. 294, 383). Reklama wciąż przyciąga uwagę badaczy (socjologów, psychologów, lingwistów itd.), stąd przywołanie i uzupełnienie – w oparciu o zgromadzone lektury – podstawowych wiadomości na temat struktury, „gramatyki” i retoryki komunikatu reklamowego (również sloganu), typowych dlań strategii leksykalnych, tudzież obrazu świata, jaki reklama projektuje (lista ta nie jest oczywiście zamknięta), nie było zadaniem łatwym. Szczególnie interesującymi punktami komentowanego rozdziału są fragmenty traktujące o tych przejawach działań promocyjnych, które mimo wszystko reklamą nie mogą być nazywane, oraz o uwikłaniach pragmatycznych i hybrydyczności reklamy komercyjnej, będącej – zgodnie z zasadniczym założeniem wywodu – formą generyczną o prymarnej funkcji impresyjnej/perswazyjnej.

Na koniec wspomnieć należy o zajmującym tekście Ireny Kamińskiej-Szmaj (rozdział trzynasty: *Komunikacja polityczna – język, styl, dyskurs*). Oceniając dotychczasowy dorobek politolingwistyki, autorka opisuje próby sytuowania języka polityki (to tylko jeden z wielu terminów, po który sięgają przedstawiciele wymienionej gałęzi językoznawstwa) na tle stylów funkcjonalnych, wyznacza kierunki i ramy dociekań nad dyskursem politycznym oraz językiem tekstów politycznych z różnych epok – por. okres międzywojenny, lata 1939–1945, czasy PRL czy III RP. Charakteryzuje przy tym takie zjawiska, jak np. propaganda, marketing polityczny, kultura polityczna i poprawność polityczna.

Co wobec tego można by powiedzieć o zreferowanych w ten sposób „stylistycznych remanentach”⁷? Otóż po raz kolejny wyłania się z nich zarys dyscypliny rozwijającej się, żywej, pogranicznej, podlegającej wpływom zewnętrznym. Odzwierciedlone w książce podziały⁸ wyrastają z gwałtownych przeobrażeń rzeczywistości językowej, na którą wpływ miały/mają procesy społeczno-cywilizacyjne i kulturowe. Są ponadto konsekwencją odejścia od sztywnego paradygmatu strukturalistycznego; uzasadniają „eklektyczną różnorodność” metodologii oraz perspektyw opisu (s. 13–14). O *novum* tego ujęcia stanowi jego wyraźne ciążenie ku opcji dyskursywnej (czego wymownym wyrazem jest nomenklatura i „konkurowanie” kluczowych przeciwieństw dla całego przedsięwzięcia określić: *styl, dyskurs, styl dyskursu*). Opcja ta „jest bliska stylistyce [...] dlatego, że, wprowadzając ogląd języka w użyciu, wysuwa na plan pierwszy podmiot jako uczestnika społecznej gry” (WITOSZ, 2009: 266–267). Stylistyka dyskursu – powtórzmy za Bożeną Witosz – znacząco rozszerza zakres analiz, podkreśla też wagę kontekstualizacji (WITOSZ, 2009: 74–75).

Autorzy publikacji *Stylie współczesnej polszczyzny...* nie roszczą sobie prawa do rozstrzygnięcia/zamykania poruszonych przez siebie kwestii, nie stronią więc od naukowego sporu

⁷ Nawiązuję do metafory, jaką ukuła Ewa Rudnicka. Zob. KŁOSIŃSKA, red., 2004: 136.

⁸ Dla porównania przywołam dwie inne propozycje: ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008; BARTMIŃSKI, NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, 2009: 113–121.

i wymiany argumentów. Również z tego powodu pracę tę warto zarekomendować – filologom i niefilologom, specjalistom z różnych dziedzin, lecz także niespecjalistom.

Literatura

BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA S., 2009: *Tekstologia*. Warszawa.

GAJDA S., 2001: *Stylistyka polska i stylistyka w Polsce. Wstęp*. W: KURKOWSKA H., SKORUPKA S.: *Stylistyka polska. Zarys*. Warszawa, s. I–IX.

GAJDA S., red., 1995: *Przewodnik po stylistyce polskiej*. Opole.

KŁOSIŃSKA K., red., 2004: *Formy i normy, czyli poprawna polszczyzna w praktyce*. Warszawa.

WITOSZ B., 2009: *Dyskurs i stylistyka*. Katowice.

ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK D., 2008: *Wykłady ze stylistyki*. Warszawa.

