



DYSERTACJE  
WYDZIAŁU  
NEOFILOLOGII  
UAM  
W POZNANIU  
(NOWA SERIA)

4

JĘZYKOZNAWSTWO

JĘZYK  
W POZNANIU

11



## JĘZYK W POZNANIU



DYSERTACJE  
WYDZIAŁU NEOFILOLOGII  
UAM W POZNANIU  
(NOWA SERIA)

4  
JĘZYKOWNAWSTWO

## JĘZYK W POZNANIU

11

RADA NAUKOWA:

JAROSŁAW APTACY  
VIOLETTA FRANKOWSKA  
BEATA MIKOŁAJCZYK  
KAROLINA WALISZEWSKA  
MIŁOSZ WOŹNIAK  
MARTA WOŹNICKA  
WŁADYSŁAW ZABROCKI



POZNAŃ 2020

Projekt okładki:  
Wydawnictwo Rys

Na okładce:  
Fragment fasady Biblioteki  
Wydziału Neofilologii UAM w Poznaniu

Recenzent naukowy:  
prof. UW r dr hab. Roman Opilowski

Copyright by:  
Autorzy

Copyright by:  
Wydawnictwo Rys

**Redakcja Naukowa**  
**Dysertacji Wydziału Neofilologii UAM:**

Przewodniczący: prof. UAM dr hab. Dominika Skrzypek, prodziekan ds. nauki  
Wice-przewodniczący: prof. UAM dr hab. Marta Woźnicka

Członkowie:  
prof. UAM dr hab. Sylwia Adameczak-Krzysztofowicz  
prof. UAM dr hab. Barbara Łuczak  
prof. zw. dr hab. Piotr Muchowski  
prof. UAM dr hab. Wawrzyniec Popiel-Machnicki  
prof. UAM dr hab. Krzysztof Stroński  
prof. UAM dr hab. Janusz Taborek  
prof. UAM dr hab. Władysław Zabrocki

Korekta językowa:  
prof. dr hab. Izolda Kiec  
mgr Martin Stosik  
dr Stefan Wiertelwski

Redakcja techniczna:  
dr Miłosz Woźniak

Wydanie I, Poznań 2020

**ISBN 978-83-66666-05-4**  
**ISSN 2451-1013**

**DOI 10.48226/dwnuam.978-83-66666-05-4\_2020.4**

Wydanie:



Wydawnictwo Rys  
ul. Kolejowa 41  
62-070 Dąbrówka  
tel. 600 44 55 80  
e-mail: tomasz.paluszynski@wydawnictworys.com  
www.wydawnictworys.com

## Spis treści

|                                                                                                                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wstęp .....                                                                                                                                                                               | 7   |
| <i>Szymon Czarnecki</i><br>Formanty w słowotwórstwie odrzeczownikowym języka rumuńskiego .....                                                                                            | 9   |
| <i>Marta Gomolla</i><br>Deutsche Idiome mit den Komponenten <i>Mann</i> und <i>Frau</i><br>aus der Perspektive stereotyper Geschlechtsbilder .....                                        | 25  |
| <i>Hanna Kasperek</i><br>Parajęzykowe i prozodyczne cechy głosu wzbudzającego zaufanie .....                                                                                              | 39  |
| <i>Kinga Łagowska</i><br>Fremdsprachenunterricht mal anders – Einführung zum Flipped<br>Classroom .....                                                                                   | 57  |
| <i>Joanna Larysz</i><br>Badanie różnic i podobieństw kultury polskiej i niemieckiej na<br>podstawie porównania reklam internetowych z okresu świątecznego .....                           | 73  |
| <i>Aleksandra Lidzba</i><br>Zum Ausdruck der Emotionen am Beispiel der deutschen<br>und polnischen Phraseologismen mit Tiernamen .....                                                    | 93  |
| <i>Natika Puthran</i><br>Polish Perception of Emotion in Spoken Indian Languages.....                                                                                                     | 111 |
| <i>Lukasz Piątkowski</i><br>Korpusgestützte Lexikographie – Verbesserungsvorschlag<br>der Wörterbucheinträge am Beispiel der Funktionsverbgefüge<br>im deutsch-polnischen Vergleich ..... | 121 |
| <i>Anna Pilińska</i><br>Językowe sposoby deprecjonowania przeciwników politycznych<br>podczas kampanii samorządowej w 2018 roku w Warszawie .....                                         | 135 |
| <i>Zuzanna Przybysz</i><br>Polscy muzycy jako twórcy nowych wyrazów w polszczyźnie .....                                                                                                  | 151 |

*Katarzyna Skala*

„TITAnik” i „Yugo Boss”: komunikaty z memów internetowych jako  
ironiczne komentarze do aktualnej sytuacji w krajach byłej Jugosławii ... 159

*Jakub Sroka*

*Będziś i puffmama*, czyli o nazwach i określeniach osób występujących  
we wspomnieniach obozowych *Przeżyłam Oświęcim* Krystyny  
Żywulskiej..... 175

*Krystian Suchorab*

Zu semantischen Aspekten der Vulgarismen in deutschen und  
polnischen Liedtexten der Rap- und Rockmusik am Beispiel  
des Lexems *Scheiße / gówno* ..... 193

*Damian Wojciech Syjczak*

Perswazja w dyskursie politycznym na przykładzie wywiadów  
radiowych wybranych liderów komitetów wyborczych w kampanii  
do Sejmu i Senatu w 2015 roku..... 215

*Martyna Wardziak*

Legaldefinitionen in Gesetzestexten. Formen und inhaltliche Präzision ... 227

*Anna Waszau*

Czy *Rolnik szuka żony* może czegoś nauczyć? O rozwijaniu kompetencji  
(inter)kulturowej przy użyciu formatów rozrywkowych..... 241



## Wstęp

Miło nam przedstawić Państwu kolejny – już jedenasty – tom stanowiący zbiór 16 artykułów Autorów oraz Autorek, którzy zaszczytili nas swoją obecnością podczas kolejnej edycji językoznawczej konferencji studencko-doktoranckiej JĘZYK W POZNANIU – niektórzy nie po raz pierwszy. Reprezentują oni różne ośrodki badawcze naszego kraju, to jest Uniwersytet Gdański, Łódzki, Szczeciński, Warszawski, Wrocławski oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, gdzie w murach Instytutu Filologii Germańskiej wszystko się zaczęło.

Podobnie jak w latach ubiegłych Referujący zaskoczyli nas szerokim spektrum swoich zainteresowań, którymi podzielili się na stronach niniejszego tomu po przejściu przez wcześniejszy dwuetapowy proces recenzyjny. I tak oto (w kolejności występowania tekstów) dzięki pracy Szymona Czarneckiego zapoznajemy się z typami formantów w słowotwórstwie odrzeczownikowym języka rumuńskiego. Marta Gomolla opisuje w swojej analizie niemieckie idiomy z komponentami *Mann* oraz *Frau*, spoglądając na nie z perspektywy stereotypu płci. Głos wzbudzający zaufanie i jego parajęzykowe oraz prozodyczne cechy poznajemy dzięki Hannie Kasperek. W niniejszym tomie można zaczerpnąć również informacji na temat lekcji języka obcego, a dokładniej *flipped classroom* (Kinga Łagowska), czy też zagłębić się w różnice oraz podobieństwa kultury polskiej oraz niemieckiej na bazie reklam internetowych (Joanna Larysz). Świat emocji, również w ujęciu polsko-niemieckim, we frazeologizmach z komponentem zwierzęcym to obszar zainteresowań Aleksandry Lidzby. Natika Puthran omawia w swym artykule percepcję emocji przez Polaków w odniesieniu do kilku języków Indii (Hindi, Marathi, Tulu i Tamil), a Łukasz Piątkowski podaje propozycje ulepszenia wpisów słownikowych, a konkretnie wyrażen rzeczownikowo-czasownikowych w porównaniu polsko-niemieckim. Przedmiotem badań Anny Plińskiej stały się językowe sposoby deprecjonowania przeciwników politycznych podczas kampanii samorządowej w 2018 roku w Warszawie. Zuzanna Przybysz wprowadza nas w świat polskich muzyków jako twórców nowych wyrazów

w polszczyźnie. Wszechobecne dziś memy internetowe to temat pracy Katarzyny Skały, która przedstawia te dotyczące aktualnej sytuacji w krajach byłej Jugosławii. Osoby zainteresowane wspomnieniami obozowymi mogą zapoznać się z pracą Jakuba Sroki na temat nazw i określeń osób w dziele „Przeżyłam Oświęcim” Krystyny Żywulskiej. Entuzjaści muzyki, szczególnie rapu i rocka, z pewnością sięgną do lektury traktującej o wulgaryzmach w niemieckich oraz polskich tekstach piosenek (Krystian Suchorab). Artykuł Damiana Wojciecha Syjczaka mówi o perswazji w dyskursie politycznym na przykładzie wywiadów radiowych wybranych liderów komitetów wyborczych w kampanii do Sejmu i Senatu w 2015 roku, a interkulturowość w programach rozrywkowych stanowi obiekt badań Anny Waszau, która bierze pod lupę program telewizyjny „Rolnik szuka żony”. Tom wieńczy praca Martyny Wardziak dotycząca form oraz treściowej precyzji tekstów ustaw.

Chcielibyśmy podziękować wszystkim osobom zaangażowanym w powstanie niniejszego tomu. Podziękowania składamy na ręce Władz UAM za finansowe wsparcie. Naszą wielką wdzięczność kierujemy również do prof. UW r. dra hab. Romana Opilowskiego za pozytywną recenzję wydawniczą. Studentkom oraz Studentom z Sekcji Lingwistycznej Koła Naukowego Germanistów serdecznie dziękujemy za wsparcie organizacyjne. Dzięki pomocy i olbrzymiemu zaangażowaniu grupy osób w korektę językową tom zyskał taką formę i może być przekazany do rąk Czytelników. Szczególne słowa podziękowania kierujemy w tym miejscu do prof. Izoldy Kiec, dra Stefana Wiertelwskiego oraz mgra Martina Stosika. Nad redakcją techniczną czuwał przez cały proces tworzenia tomu dr Miłosz Woźniak.

Wyrażamy nadzieję, że kolejna edycja naszej konferencji również zaowocuje ciekawymi dyskusjami oraz bogactwem zainteresowań młodych pokoleń naukowców. A teraz życzymy z całego serca miłej i inspirującej lektury!

Redaktorzy tomu  
Poznań, lipiec 2020

*Szymon Czarnecki*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Formanty w słowotwórstwie odrzeczownikowym języka rumuńskiego**

### **The formatives in the denominal word-formation in Romanian**

The paper describes the types of formatives that occur in the denominal word-formation in Romanian on the basis of a sample containing the 60 most frequently used unmotivated nouns (20 for each gender class) and over 1,000 derivatives. The sample was created on the grounds of the nest derivatology methodology developed in Slavistics. The author discusses also the distribution and complexity of the types of formatives: according to the gender class of the word-formation basis, the structure of the nests and the grammatical class of derivatives. The author identified 18 types of formatives in the sample: 4 simple formatives (incl. suffixes, prefixes and paradigmatic formatives among the most frequent) and 14 complex formatives (incl. suffixal-reductional formatives as the most frequent, esp. in formation of verbs). The author identifies Romanian *se* formative in the motivated reflexiva tantum verbs as an ambifix with extrafixal positions. The nests with feminine nouns as word-formation bases have the most diversified range of types of formatives. While suffixes are the most common formatives in the sample, they predominate mainly in the first-level derivatives. The further the position of a derivative in the word-formation chain is, the more frequent the formatives with paradigmatic component are, while the occurrence of affixal formatives declines. The paradigmatic formative is also the most common formative in derivation of adverbs.

Słowa kluczowe: słowotwórstwo, słowotwórstwo gniazdowe, formant słowotwórczy, język rumuński, morfologia, ambifiks

Keywords: word-formation, nest derivatology, formative, Romanian, morphology, ambifix

## 1. Uwagi wstępne

Niniejsze badanie nad typami formantów w słowotwórstwie odrzeczownikowym języka rumuńskiego przeprowadzone zostało na materiale zawierającym gniazda słowotwórcze wywiedzione od sześćdziesięciu rumuńskich rzeczowników o najwyższej frekwencji<sup>1</sup>, reprezentujących w liczbie po dwadzieścia każdą z trzech rumuńskich klas rodzajowych. W celu poprawnej konstrukcji gniazd wykorzystano analizę budowy i semantyki ponad tysiąca rumuńskich wyrazów, przeprowadzoną wcześniej na potrzeby innych prac<sup>2</sup>. Metoda, która została przyjęta w badaniach nad rumuńską derywacją, to słowotwórstwo gniazdowe wypracowane w slawistyce przez A.N. Tichonowa i rozwijane na gruncie polskim głównie przez twórców *Słownika gniazd słowotwórczych współczesnego języka ogólnopolskiego* pod redakcją M. Skarżyńskiego. Tak pojęte gniazda słowotwórcze nie są zwykłymi rodzinami wyrazów, ujmowanymi diachronicznie lub etymologicznie, ale są sieciami synchronicznych relacji formalno-semantycznych, łączących wyrazy pochodne od jednego wyrazu słowotwórczo niemotywowanego.

## 2. Cel badań

Celem przeprowadzonych badań jest przedstawienie typów formantów występujących w gniazdach o podstawach od poszczególnych klas rodzajowych oraz opisanie ich dystrybucji w strukturze gniazda. Należy założyć, że różnorodność typów formantów biorących udział w derywacji rośnie wraz ze stopniem skomplikowania gniazda, niektóre zaś formanty są dominujące i obecne w większości gniazd. Wraz ze stopniem skomplikowania gniazda rośnie również prawdopodobieństwo, że łączliwość niektórych formantów, zwłaszcza afiksalnych, zaczyna spadać, natomiast frekwencja innych rośnie.

<sup>1</sup> Według *Frequency dictionary of Rumanian words* autorstwa A. Juillanda, I. Juilland oraz P. M. H. Edwardsa.

<sup>2</sup> Podstawę materiałową pracy stanowi *Dicționarul explicativ al limbii române* (Coteanu 2016), zaś teoretyczną – przede wszystkim – praca zbiorowa *Słowotwórstwo gniazdowe. Historia, metoda, zastosowania* (Skarżyński 2003).

### 3. Klasy rodzajowe rzeczowników w języku rumuńskim i ich gniazda

W tradycyjnych gramatykach rumuńskich wyróżnia się trzy klasy rodzajowe rzeczowników: męską, żeńską i nijaką, jakoby odziedziczone po języku łacińskim. Inaczej jednak niż w języku łacińskim czy w językach słowiańskich, język rumuński nie posiada odrębnych form nijakich przymiotnika ani zaimka trzeciej osoby rodzaju nijakiego. Tak zwane rumuńskie rzeczowniki nijakie wyróżniane są na podstawie faktu, że w liczbie pojedynczej przyjmują męski afiks rodzajnikowy i akomodują przymiotniki w formie męskiej, w liczbie mnogiej zaś przyjmują odpowiednio afiks rodzajnikowy żeński i akomodują żeńskie formy przymiotników. Na przykład wyraz *tramvai* ‘tramwaj’ w formie określonej liczby pojedynczej przybiera formę *tramvaiul*, paralelnie do form *bărbat* : *bărbatul* ‘mężczyzna’. W liczbie mnogiej zaś forma określona ma postać *tramvaiele*, podobnie jak *fetele* ‘dziewczęta’, gdzie afiks *-le* jest wykładnikiem określoności rzeczowników żeńskich w liczbie mnogiej. Tak więc tak zwane rzeczowniki nijakie są w rzeczywistości rzeczownikami heterogenicznymi i tu zostaną potraktowane jako takie.

Rzeczowniki żeńskie są zdecydowanie najliczniejszą grupą rodzajową. Najrzadsze są rzeczowniki męskie, a heterogeniczne zajmują pozycję pośrednią. W konsekwencji, rzeczowniki żeńskie zajmują także najwięcej najwyższych pozycji na listach frekwencyjnych. W niniejszym badaniu przyjęto założenie, że w konsekwencji gniazda o podstawie żeńskiej będą najbardziej produktywne, gniazda o podstawie męskiej najmniej produktywne, natomiast gniazda wywiedzione od rzeczowników tak zwanych nijakich będą wykazywać się szeregiem cech pośrednich między gniazdami o podstawie męskiej i żeńskiej.

W zgromadzonym materiale gniazda o podstawie żeńskiej dają 443 derywaty, w porównaniu do 309 w gniazdach heterogenicznych i 281 w gniazdach męskich. Gniazda o podstawie żeńskiej wyróżniają się także najdłuższymi łańcuchami słowotwórczymi, czyli tak zwaną głębokością gniazda, która w ich przypadku wynosi 3,1; dla gniazd

o podstawie heterogenicznej i męskiej, odpowiednio – 2,6 i 2,2. Przykładowe gniazdo słowotwórcze<sup>3</sup>:

- 0 FIU *s.m.* ‘syn’ : fi[u]
- 1 fiuleŧ *s.m.* ‘synek’ : fi-ułeŧ[Ø]
- 1 fiuŧ *s.m.* ‘synek’ : fi-uŧ[Ø]
- 1 fie *s.f.* ‘córa’ : fi[e]
- 2 fiică *s.f.* ‘córka’ : fi-ic[ă]
- 1 fiesc *adj.* ‘synowski’ : fi-esc[Ø]
- 1 desfia *vb.* ‘pozbawić praw synowskich’ : des-fi-a
- 2 desfiere *s. f.* ‘pozbawienie praw synowskich’ : desfi◊-er[e]
- 2 desfiat *adj.* ‘pozbawiony praw synowskich’
- 1 înfia *vb.* ‘usynowić’ : în-fi-a
- 2 înfiere *s.f.* ‘usynowienie’ : înfi◊-er[e]
- 2 înfiat *adj.* ‘usynowiony’
- 2 înfiator *s.m.* ‘usynowiający’ : înfi◊etor[Ø]
- 3 înfiatoare *s.f.* ‘usynowiająca’ : înfiatoar[e]

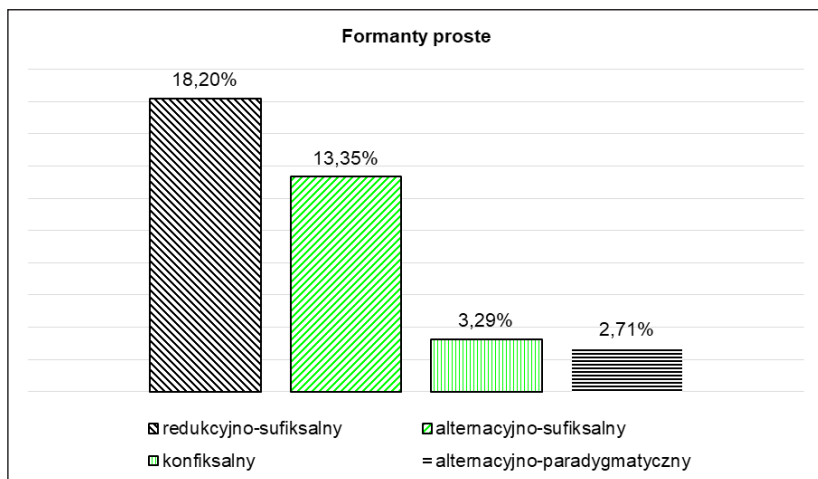
#### 4. Typy formantów

W zgromadzonym materiale zostało zidentyfikowanych osiemnaście typów formantów. Z tejże liczby cztery to formanty proste, czternaście zaś – to formanty złożone<sup>4</sup>. Wśród tych ostatnich osiem to formanty złożone dwuelementowe, a sześć to formanty trzykrotnie złożone.

Cztery typy formatów prostych to: sufiks, prefiks, formant alternacyjny i formant paradygmatyczny. Ich procentowe występowanie przedstawia poniższy wykres:

<sup>3</sup> Cyfry po lewej stronie oznaczają numery taktów.

<sup>4</sup> To jest składające się z więcej niż jednego formantu prostego.



Przykładem czystej sufiksacji mogą być liczne w języku rumuńskim zdrobnienia, na przykład *domnișor* ‘kawaler, młody mężczyzna’ od rzeczownika niemotywowanego *domn* ‘pan’. Para słowotwórcza *domn* > *domnișor* nie różni się przynależnością do klasy (oba rzeczowniki są męskie) ani zestawem końcówek fleksyjnych (w przytoczonej formie mianownika liczby pojedynczej końcówka jest zerowa), a zatem jedynym formantem jest sufiks<sup>5</sup>. Sufiksacja jest najczęstszym procesem derywacyjnym w zebranych materiale, tworząc prawie 32% derywatów.

Drugi co do częstotliwości występowania typ formantu prostego (blisko 71%), czyli formant paradygmacyjny jest bardzo charakterystyczny dla języka rumuńskiego. Derywacja paradygmacyjna jest na przykład głównym środkiem wzbogacenia inwentarza rumuńskich przysłówków, których większość jest homonimiczna z formami rodzaju męskiego liczby pojedynczej przymiotników. Na przykład wyraz tekstowy *frumos*, w zależności od relacji składniowych w jakie wchodzi, może pełnić funkcję przymiotnika, jak np. w zdaniu *pământul este frumos* ‘ziemia jest piękna’ lub przysłówka: *arăți frumos* – ‘wyglądasz pięknie’. W przypadku derywacji rzeczowników formant paradygmacyjny

<sup>5</sup> Nie traktuje się tutaj końcówek fleksyjnych jako formantów.

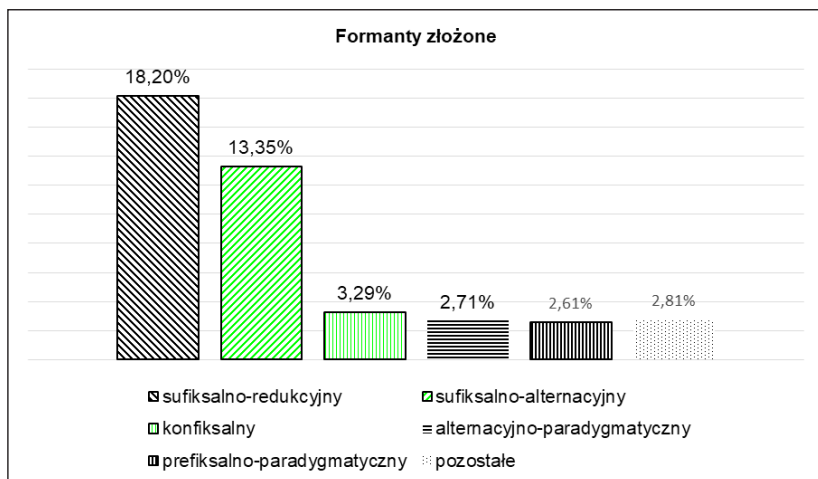
oznacza prostą zmianę klasy i paradygmatu fleksyjnego, to znaczy również zestawu końcówek, jak w parze rzeczownika męskiego *idealist* ‘idealista’ i jego derywatu, rzeczownika żeńskiego *idealistă* ‘idealistka’. Formant paradygmatyczny jest tutaj rozumiany wąsko, to znaczy obejmuje on tylko takie przypadki procesów derywacyjnych, które: (a) zachodzą wewnątrz jednej i tej samej klasy gramatycznej, czemu towarzyszy wymiana dwóch różnych zestawów końcówek fleksyjnych, (b) zachodzą między dwiema różnymi klasami gramatycznymi, czemu towarzyszy utrata lub nabycie całego zestawu końcówek fleksyjnych. Takie potraktowanie formantu paradygmatycznego ogranicza co prawda ogląd jego pełnego zakresu występowania, ale umożliwia oddzielenie tych formantów złożonych, w których formant paradygmatyczny jest podstawowym i niewarunkowanym składnikiem, od takich formantów złożonych, w których jest on składnikiem warunkowanym i wtórnym. Zawężenie pojęcia formantu paradygmatycznego umożliwia ponadto ekonomiczną i skuteczną analizę bardzo obszernego, jak na potrzeby artykułu, materiału językowego i obejmujących go danych liczbowych.

Przykładem prefiksacji jest para słowotwórcza *om* ‘człowiek’ > *supraom* ‘nadczyłowiek’, gdzie również prefiks jest jedyną różnicą formalną między wyrazem motywującym a motywowanym. Prefiksacja jest jednym z najczęstszych procesów słowotwórczych i odpowiada za ponad 8% derywatów w analizowanym materiale.

Formant alternacyjny występujący samodzielnie jest niezwykle rzadkim typem w języku rumuńskim: w zgromadzonym materiale zidentyfikowano tylko jedno jego wystąpienie, mianowicie w parze słowotwórczej *cap* ‘głowa’ i *capăt* ‘koniec’. Oba rzeczowniki są heterogeniczne. Wyraz *capăt* pochodzi od tematu nieregularnej formy liczby mnogiej rzeczownika *cap*, czyli *capete*, gdzie segment *-et-* stanowi wyjątkowe dla fleksji rumuńskiej rozszerzenie tematu przed końcówką *-e*. Z diachronicznego punktu widzenia *capăt* stanowi próbę odtworzenia regularnej formy liczby pojedynczej dla formy *capete*.

Częstotliwość występowania formantów złożonych przedstawia poniższy wykres:





Wśród typów formantów złożonych najczęstszy jest formant sufiksalno-redukcyjny, tzn. wynik ucięcia tematu podstawy słowotwórczej połączonego z sufiksacją. W ten sposób najczęściej tworzy się na przykład przymiotniki będące odpowiednikami polskich imiesłówów przymiotnikowych czynnych, takie jak *îndrumător* ‘kierujący (kogoś); kierowniczy, przewodni’ od *îndruma* ‘wskazywać drogę; kierować (kogoś)’, gdzie sufiks *-ător* występuje po redukcji sufiksu czasownikowego *-a* w podstawie słowotwórczej. Formant sufiksalno-redukcyjny odpowiada za ponad 18% derywatów w zgromadzonym materiale.

Drugim i ostatnim typem formantu złożonego o wysokiej produktywności jest formant sufiksalno-alternacyjny, tzn. wynik alternacji w temacie podstawy słowotwórczej połączonej z sufiksacją (ponad 13%). Alternacje przed sufiksami można podzielić na dwa podtypy<sup>6</sup>. Pierwszy stanowią alternacje samogłoskowe występujące wewnątrz tematu podstawy słowotwórczej, jak w parze słowotwórczej *oraș* ‘miasto’ i *orașean* ‘mieszkanin’. Drugim typem są alternacje spółgłoskowe w wygłosie tematu podstawy słowotwórczej, jak w parze *foc* ‘ogień’

<sup>6</sup> Tak zwane oboczności ilościowe, czyli formant ujemny, uznano tutaj za odrębny typ formantu.

i *fochist* ‘palacz’. Alternacja przed sufiksem występuje w rzeczywistości znacznie częściej, ale nie zawsze prowadzi ona do formantu. Nie zostały tu uznane za formanty wyniki alternacji, które mają miejsce w paradygmacie fleksyjnym podstawy słowotwórczej. Na przykład w rzeczowniku męskim *băiețaș* ‘chłopczyk’, motywowanym przez *băiat* ‘chłopiec’ jedynym formantem słowotwórczym jest sufiks *-aș*, ponieważ zarówno alternacja *a ~ e*, jak i *t ~ ț* ma miejsce wewnątrz paradygmatu fleksyjnego wyrazu *băiat*, którego forma liczby mnogiej brzmi *băieți*.

Spśród pozostałych typów formantów złożonych jedynie trzy mają w zgromadzonym materiale udział większy niż 1%. Są to: konfiks, czyli wynik dwóch różnych typów afiksacji (np. prefiksacji połączonej z sufiksacją), formant alternacyjno-paradygmatyczny, tzn. wynik alternacji współwystępującej ze zmianą paradygmatu, oraz formant prefiksально-paradygmatyczny, czyli wynik prefiksacji współwystępującej ze zmianą paradygmatu. Pozostałe typy formantów złożonych to: formant ambifiksalno-sufiksalny, ambifiksalno-prefiksalny, prefiksально-redukcyjny, prefiksально-alternacyjno-sufiksalny, ambifiksalno-prefiksально-sufiksalny oraz, mające pojedyncze wystąpienia, prefiksально-redukcyjno-sufiksalny, alternacyjno-redukcyjno-paradygmatyczny, ambifiksalno-alternacyjno-sufiksalny i ambifiksalno-prefiksально-redukcyjny.

Ostatni z wymienionych typów formantów złożonych o produktywności wyższej niż 1%, tzn. formant prefiksально-paradygmatyczny, występuje na przykład w parze słowotwórczej rzeczownika *seară* ‘wieczór’ i przysłówka *aseară* ‘wczoraj wieczorem’. Takie formacje nie zostały uznane w niniejszej analizie za composita zgodnie z założeniem, że przyimki jako wyrazy funkcyjne<sup>7</sup>, w odróżnieniu od wyrazów autosemantycznych, nie mogą tworzyć złożzeń, a jeśli pozornie biorą udział w derywacji, są w rzeczywistości rodzajem afiksów (prefiksami)<sup>8</sup>. Segment homonimiczny z przyimkiem, na przykład *în-*, bierze udział zresztą także w konfiksacji, o czym dalej. W innych przypadkach formant prefiksально-paradygmatyczny będzie oznaczał zmianę rodzaju

<sup>7</sup> Czyli nieposiadające odniesienia leksykalnego (pozajęzykowego).

<sup>8</sup> Na słuszność takiego założenia wskazują takie derywaty jak: *înfla* ‘usynowić’ od *fiu* ‘syn’ i *îndruma* ‘wskazywać drogę’ od *drum* ‘droga’, gdzie segment *în-* jest prefiksem homonimicznym z przyimkiem *în* ‘w’.

gramatycznego (a tym samym zestawu końcówek), na przykład z męskiego na heterogeniczny, jak w przypadku pary *ochi* ‘oko’ i *deochi* ‘urok złych oczu’, które różnią się rodzajem i końcówką liczby mnogiej. Formant prefiksally-paradygmatyczny odpowiada za nieco ponad 2% formacji w analizowanym materiale.

Wspomniany wcześniej segment prefiksally *în-* występuje w derywacji werbalnej jako składnik konfixsu (sufiksally-prefiksally), jak w przypadku czasownika *îndumnezei* ‘ubóstwiać, deifiować’ od rzeczownika *Dumnezeu* ‘Bóg’. Konfiksacja sufiksally-prefiksally tworzy nieco ponad 3% wyrazów motywowanych w zgromadzonym materiale. Ma ona większe znaczenie w zasadzie tylko w derywacji czasowników, tworząc ponad 18% z nich.

Co do formantu alternacyjno-paradygmatycznego, największy udział ma on w tworzeniu niektórych (7%) derywatów żeńskich od rzeczowników męskich, jak na przykład w parze słowotwórczej tworzonej przez rzeczownik męski *locuitor* ‘mieszkaniec’ i rzeczownik żeński *locuitoare* ‘mieszkanca’. Możemy w niej zaobserwować wymianę samogłoskową *o ~ oa* i zmianę końcówki. W całym materiale formant alternacyjno-paradygmatyczny odpowiada za niecałe 3% derywatów.

Spośród pozostałych typów formantów złożonych tylko dwa mają znaczenie większe niż marginalne, wyłącznie jednak w derywacji czasowników typu *reflexiva tantum*. Składnikami obu tych typów jest formant stwarzający trudności interpretacyjne, homonimiczny z zaimkiem zwrotnym *se* ‘się’. Wyraz tekstowy *se* w języku rumuńskim pełni funkcje paralelne wobec polskiego *się*: tworzy między innymi stronę zwrotną, formy bezosobowe czasowników, ale także bywa elementem składowym czasowników *reflexiva tantum*, na przykład *se feluri* ‘różnić się, być różnicowanym’ od *fel* ‘rodzaj’. W tych wyrazach, o ile są one motywowane, *se* może być tylko formatem słowotwórczym. Ponieważ jest segmentem, dodatnią zmianą ilościową w fonemicznej (i graficznej) postaci wyrazu, musi być afiksem. W języku rosyjskim podobne zjawisko, formant *-sja/-s’*, zostało zidentyfikowane jako postfiks, czyli afiks występujący po końcówce fleksyjnej. Interpretację tę zwykle stosuje się wobec polskiego *się* (por. Grzegorzczukowa 1998: 366), jednakże takiemu faktowi językowemu przypisać można nieco inny charakter. O ile bowiem rosyjski afiks *-sja/-s’* ma stałą pozycję

na końcu wyrazu, o tyle polskie *się* i rumuńskie *se* mają charakter ruchomy. W zależności od formy fleksyjnej czasownika, *se* może być postfiksem, jak w gerundium *uitându-se* ‘patrząc się’, w innych formach, tak jak w bezokoliczniku *se uita*, przybiera postać antefiksu<sup>9</sup>. Kategorią wyższą, obejmującą antefiksy i postfiksy, czyli wszystkie afiksy stojące niejako „na zewnątrz wyrazu”, jest – zgodnie z propozycją M. Haspelmatha (1990: 63) – ekstrafiks. Natomiast odnośnie do pozycji zajmowanej w formie derywatu w literaturze przedmiotu znane jest pojęcie ambifiksu<sup>10</sup> (por. Mugdan 2015: 268). Zgodnie z tymi założeniami, afiks *se* (podobnie jak polskie *się*) powinien być raczej definiowany jako ambifiks, pozycje zaś, w których występuje, można uogólnić do pozycji ekstrafiksalnych.

W zgromadzonym materiale *se* nie występuje jednak nigdy samodzielnie. Wspomniane wcześniej dwa typy formantów złożonych z udziałem ambifiksu *se* to typy konfiksów: 1) formant (konfiksalny) ambifiksalnie-sufiksalny, czyli ambifiks współwystępujący z sufiksem, 2) formant (konfiksalny) ambifiksalnie-prefiksalnie-sufiksalny, czyli ambifiks współwystępujący z prefiksem i sufiksem, który jest także najczęstszym w zgromadzonym materiale formantem trzykrotnie złożonym. Przykładem tego ostatniego niech będzie czasownik *se îngrijă* ‘martwić się’ od rzeczownika żeńskiego *grijă* ‘troska’. Ilustracją zaś wyniku ambifikсации z sufiksacją jest czasownik *se băieți* ‘zachowywać się jak chłopak’ od rzeczownika męskiego *băiat* ‘chłopak’; alternacja nie prowadzi tu do formantu.

Pozostałe formanty złożone, tak zresztą jak wcześniej przedstawiony formant alternacyjny w czystej postaci, mają w zgromadzonym materiale pojedyncze realizacje, razem niecałe 3% wystąpień formantów. Są to: 1) prefiks + formant redukcyjny + sufiks, 2) prefiks + formant redukcyjny (na początku tematu), 3) prefiks + formant alternacyjny + sufiks, 4) formant alternacyjny + formant redukcyjny + formant paradygmatyczny, 5) ambifiks + prefiks, 6) ambifiks + formant alternacyjny + sufiks, 7) ambifiks + prefiks + formant redukcyjny na początku

<sup>9</sup> Uznawanego tutaj za taki afiks, który stoi niejako przed formą wyrazową, będący przeciwieństwem postfiksu.

<sup>10</sup> Tutaj: afiks o zmiennych pozycjach w różnych formach fleksyjnych danego wyrazu.

tematu. Pełne zestawienie zidentyfikowanych formantów wraz z ich udziałem w derywacji poszczególnych części mowy przedstawia poniższa tabela.

Formanty w derywacji części mowy<sup>11</sup>

| F                            | D               |                 |                 |                  |                  |                 |        |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|--------|
|                              | D <sub>sm</sub> | D <sub>sn</sub> | D <sub>sf</sub> | D <sub>adj</sub> | D <sub>adv</sub> | D <sub>vb</sub> | Ogółem |
| Formanty proste              |                 |                 |                 |                  |                  |                 |        |
| F <sub>s</sub>               | 48              | 36              | 95              | 82               | 17               | 51              | 329    |
| F <sub>t</sub>               | 20              | 30              | 45              | 67               | 10               | 0               | 172    |
| F <sub>p</sub>               | 14              | 15              | 14              | 26               | 3                | 15              | 87     |
| F <sub>a</sub>               | 0               | 1               | 0               | 0                | 0                | 0               | 1      |
| Formanty dwukrotnie złożone  |                 |                 |                 |                  |                  |                 |        |
| F <sub>r+s</sub>             | 16              | 11              | 116             | 43               | 0                | 2               | 188    |
| F <sub>a+s</sub>             | 33              | 11              | 58              | 20               | 6                | 10              | 138    |
| F <sub>p+s</sub>             | 0               | 1               | 0               | 9                | 0                | 24              | 34     |
| F <sub>a+t</sub>             | 2               | 0               | 26              | 0                | 0                | 0               | 28     |
| F <sub>p+t</sub>             | 0               | 1               | 0               | 4                | 22               | 0               | 27     |
| F <sub>z+s</sub>             | 0               | 0               | 0               | 0                | 0                | 7               | 7      |
| F <sub>z+p</sub>             | 0               | 0               | 0               | 0                | 0                | 2               | 2      |
| F <sub>p+r</sub>             | 0               | 0               | 0               | 0                | 0                | 1               | 1      |
| Formanty trzykrotnie złożone |                 |                 |                 |                  |                  |                 |        |
| F <sub>p+a+s</sub>           | 0               | 0               | 0               | 1                | 0                | 8               | 9      |

<sup>11</sup> Oznaczenia w tabeli: F – formant, D – derywat; sm – rzeczownik męski (D<sub>sm</sub> – derywat przynależący do klasy męskiej), sn – rzeczownik nijaki, sf – rzeczownik żeński, adj – przymiotnik, adv – przysłówki, vb – czasownik; s – sufix, a – formant alternacyjny, z – ambifiks, r – formant redukcyjny, p – prefiks, k – formant paradygmatyczny.

|              |     |     |     |     |    |     |      |
|--------------|-----|-----|-----|-----|----|-----|------|
| $F_{z+p+s}$  | 0   | 0   | 0   | 0   | 0  | 5   | 5    |
| $F_{p+rr+s}$ | 0   | 0   | 0   | 0   | 0  | 2   | 2    |
| $F_{a+rr+t}$ | 1   | 0   | 0   | 0   | 0  | 0   | 1    |
| $F_{z+a+s}$  | 0   | 0   | 0   | 0   | 0  | 1   | 1    |
| $F_{z+p+rr}$ | 0   | 0   | 0   | 0   | 0  | 1   | 1    |
| Ogółem       | 134 | 106 | 354 | 252 | 58 | 129 | 1033 |

Stosunek liczby derywatów do liczby wystąpień poszczególnych składników formantów, czyli zsumowanie wszystkich rezultatów sufiksacji przy abstrahowaniu od tego, czy są one w konkretnych przypadkach składnikiem formantu złożonego, pozwala stwierdzić, jaki jest średni stopień złożenia formantów w gniazdach. Najbardziej złożone formanty występują w gniazdach o podstawie żeńskiej, w których stopień złożenia wynosi 1,47. Niewielka jest różnica między pozostałymi dwiema klasami rodzajowymi rzeczowników, gdzie formanty są mniej złożone. W gniazdach o podstawie męskiej i heterogenicznej współczynnik ten wynosi odpowiednio: 1,44 i 1,43.

## 5. Inwentarz typów formantów w gniazdach i różnice w ich dystrybucji

Zidentyfikowane gniazda słowotwórcze wykazują pewne różnice w bogactwie typów formantów w zależności od klasy rodzajowej podstawy gniazda. W gniazdach o podstawie męskiej typów formantów jest zaledwie dziesięć, z czego dwa to pojedyncze wystąpienia. Można założyć, że najbogatsze są gniazda o podstawie heterogenicznej, w których liczba typów formantów wynosi szesnaście, z czego jednak aż osiem to pojedyncze wystąpienia, które ze względu na wielkość zgromadzonego materiału mogą być akcydentalne. Zarówno w gniazdach o podstawie męskiej, jak i heterogenicznej tylko pięć typów formantów ma udział wyższy niż 5%, są to: sufiks, prefiks, formant sufiksarno-alternacyjny,

formant redukcyjno-sufiksalny i formant paradygmatyczny. W gniazdach o podstawie żeńskiej natomiast inwentarz typów formatów wynosi czternaście, z czego cztery to wystąpienia pojedyncze. W nich to aż siedem typów formantów ma udział wyższy niż 5%; do wyżej wymienionych pięciu typów formantów dołącza tutaj konfiks prefiksально-sufiksalny i formant prefiksально-paradygmatyczny.

Oprócz wyżej wskazanych różnic analizowane gniazda różnią się także stopniem zdominowania przez niektóre typy formantów. Tutaj swoistymi cechami wykazują się w szczególności gniazda o podstawie męskiej – przeważają w nich sufiksy i formanty złożone z udziałem sufiksów. W szczególności widoczna jest przewaga sufiksów oraz formantów sufiksально-alternacyjnych, które odpowiadają razem za większość derywatów w gniazdach (ponad 58%), podczas gdy w gniazdach o podstawie żeńskiej i heterogenicznej odpowiadają za około 40%. Różnica ta wynika z ogólnej charakterystyki gniazd o podstawie męskiej, które mają szersze paradygmaty i krótsze łańcuchy słowotwórcze, podczas gdy sufiksy występują szczególnie często na pierwszych taktach gniazd.

## **6. Dystrybucja typów formantów w strukturze gniazd według taktów**

Dystrybucja formantów zależy nie tylko od klasy rodzajowej podstawy gniazda, ale nawet w większym stopniu od taktu, na którym występuje dany wyraz motywowany. Sufiksy jako podstawowy środek derywacji rumuńskiej zdecydowanie dominują na takcie pierwszym, odpowiadając za prawie 55% formacji w całym materiale. Razem z formantem złożonym sufiksально-alternacyjnym odpowiadają one za 77% formacji na takcie pierwszym. Ich liczba spada z każdym kolejnym taktem, z wyjątkiem dość rzadkiego taktu piątego, gdzie udział procentowy sufiksów ponownie wzrasta. Na takcie drugim dominują formant sufiksально-redukcyjny oraz formant paradygmatyczny. Ten pierwszy typ formantu w ogóle nie występuje na takcie pierwszym, formant paradygmatyczny zaś pojawia się na nim marginalnie. Na kolejnych taktach

udział redukcji tematu połączonej z sufiksacją spada, a produktywność formantu paradygmatycznego oraz formantu alternacyjno-paradygmatycznego rośnie. Na takcie piątym już tylko trzy typy formantów wciąż mają możliwości derywacyjne: są to formant paradygmatyczny, formant alternacyjno-paradygmatyczny i sufiksy.

## 7. Wnioski

Przeprowadzona dla celów niniejszego artykułu analiza materiału składającego się z rzeczowników rumuńskich o najwyższej frekwencji – dwadzieścia dla każdej klasy rodzajowej (razem sześćdziesiąt) – dowodzi, że zgodnie z przewidywaniami: wraz ze stopniem złożenia gniazda, a dokładniej wraz z jego głębokością i wraz z długością łańcuchów słowotwórczych, rośnie inwentarz typów formantów występujących w gnieździe. Niektóre typy formantów, w szczególności sufiksy – podstawowy środek rumuńskiej derywacji – wyraźnie dominują nad innymi. Jednak wraz z głębokością gniazda spadają możliwości derywacyjne formantów afiksalnych, które są stopniowo zastępowane przez formant paradygmatyczny.

Odnosnie do możliwego zastosowania wyników niniejszego badania, mogą one posłużyć do analiz kontrastywnych z pozostałymi językami romańskimi, z językami słowiańskimi oraz z innymi językami ligi bałkańskiej. Ponadto zastosowanie przyjętej tutaj metody także do gniazd o podstawach należących do innych rumuńskich części mowy może stanowić efektywną bazę dla konstruowania (uogólnionych) modeli gniazd słowotwórczych w języku rumuńskim.

## Bibliografia

- Coteanu, Ion / Mareş, Lucreţia (red.) (2016): *Dicţionarul explicativ al limbii române (DEX)*. Bucureşti: Univers Enciclopedic Gold.
- Grzegorzczkova, Renata / Puzynina, Jadwiga (1998): „Słowotwórstwo. Problemy ogólne słowotwórstwa”. [w:] Grzegorzczkova, Renata / Laskowski,



- Roman / Wróbel, Henryk (red.): *Gramatyka języka polskiego. Morfologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Str. 361–388.
- Haspelmath, Martin (1990): „The Grammaticization of Passive Morphology”. *Studies in Language* 14 (1). Str. 25–71.
- Juilland, Alphonse / Juilland, Ileana / Edwards, Prior Maximilian Hemsley (1965): *Frequency dictionary of Rumanian words*. Haga: Mouton & Co.
- Mugdan, Joachim (2015): „Units of word-formation”. [w:] Müller, Peter / Ohnheiser, Ingeborg / Olsen, Susan / Rainer, Franz (red.): *Word-Formation. An International Handbook of Languages of Europe*. T. 1. Berlin / Boston: De Gruyter Mouton. Str. 235–301.
- Skarżyński, Mirosław (red.) (2003): *Słowotwórstwo gniazdowe. Historia, metoda, zastosowania*. Kraków: Księgarnia Akademicka.



Marta Gomolla

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Deutsche Idiome mit den Komponenten *Mann* und *Frau* aus der Perspektive stereotyper Geschlechtsbilder**

### **Gender stereotypes based on German idioms containing the words *Mann* and *Frau***

This paper showcases a semantic analysis of German idioms containing the words *Mann* and *Frau*. The aims of the article are to determine whether socially constructed gender norms are expressed in idioms and what constitutes those standards for each of the genders. In order to perform the analysis, 7 semantic classes based on the Bem Sex Role Inventory are established. Masculine gender stereotypes were found to include leadership, strength, professionalism, authority and general reference – a tendency to use *Mann* in reference to a person in general. The only female stereotype of the analysis is dependence.

Schlüsselwörter: Phraseologie, Mann, Frau, Geschlechterstereotypen

Keywords: phraseology, man, woman, gender stereotypes

## **1. Einleitung**

In diesem Beitrag wird das Ziel verfolgt, deutsche verbale Idiome mit den Komponenten *Mann* und *Frau* auf das Vorkommen von gesellschaftlichen Stereotypen zu untersuchen. Im Rahmen der Analyse werden die Idiome sieben semantischen Klassen zugeordnet, die gewissen kulturell kodierten Eigenschaften der Geschlechter entsprechen. Zudem wird auf die Bedeutung der phraseologischen Einheiten als Realisierung der einzelnen Stereotype eingegangen. Dies soll zur besseren Erforschung des sprachlich vermittelten Frauen- und Männerbildes beitragen und auf potentielle Benachteiligungsstrukturen hinweisen.

## 2. Allgemeine Begriffserklärung

Als Teil der Kultur spiegelt Sprache kulturelle Konzepte wider. Der Grad des gegenseitigen Einflusses von Sprache, Kultur und des Menschen als agierendes Individuum wurde von Sapir und Whorf (Whorf 1963) untersucht. Sie haben die These aufgestellt, dass sprachenspezifische semantische Strukturen einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Sprechenden haben und auf diese Weise ein bestimmtes Weltbild vermitteln (vgl. Matthews 2007: 354). In der polnischen Ethnolinguistik wurde der Begriff *sprachliches Weltbild* eingeführt, womit das „Bild der widergespiegelten Welt in einer bestimmten Muttersprache“ (Pisarek 1978: 143 nach Bartmiński 2012: 266) gemeint wird. Ob dieses Sprachbild das Verhalten des Sprechers maßgeblich beeinflusst, ist umstritten. Gewisse Strukturen können Einfluss darauf nehmen, dass man einige Verhaltensweisen naheliegender als andere empfindet, es gibt aber einen wesentlichen Unterschied zwischen dem „potentiellen und »habituellen« Gedanken“ (Sapir et al. 1978: 22).

Diese Erkenntnisse sind für die sog. feministische Sprachwissenschaft von Bedeutung. Nach Koniuszaniec (1999) ist das Ziel der feministischen Linguistik die „Aufdeckung und Bewertung der Benachteiligung von Frauen im Sprachsystem und Sprachgebrauch sowie auch [die] Entwicklung von Strategien für die sprachliche Gleichstellung von Frau und Mann“ (Koniuszaniec 1999: 107). Das sprachlich vermittelte Geschlechterbild hat einen Einfluss auf die Wahrnehmung von Frauen und Männern als Individuen und als Teile der Gesellschaft. Es kann dabei diskriminierende Strukturen beinhalten, weshalb deren Erforschung und die Aufdeckung der potentiellen Benachteiligung relevant ist.

Die sprachliche Diskriminierung von Frauen äußert sich auf vielen Ebenen, zum Beispiel in der deutschen Grammatik in Form des generischen Maskulinums, das zur Unsichtbarkeit vom weiblichen Sexus beiträgt (vgl. Klann-Delius 2005: 26f.).

Die Benachteiligung von Frauen äußert sich auch kulturell mittels der in dieser Arbeit untersuchten Stereotypen. Nach Quasthoff (1973: 31) wird ein Stereotyp definiert als:

der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeugung. Es hat die logische Form einer Aussage, die in ungerechtfertigt vereinfachender oder generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht.

Demnach ist ein Stereotyp nicht nur ein „Spezialfall mentaler Schemata“ (Heringer 2004: 199), der ermöglicht, die Welt wahrzunehmen und zu kategorisieren, sondern auch eine sprachliche Form von Wissensstrukturen, die als Produkt der Generalisierung zu verstehen sind (Heringer 2004: 201).

Einen interessanten Beitrag zur Untersuchung von sprachlichen Geschlechtsstereotypen leistete Pusch (1984), indem sie den DUDEN auf das darin vermittelte Konzept von Weiblichkeit untersuchte. Demnach sind Frauen oberflächlich, empfindlich, schwach, fürsorglich und vom „starken Geschlecht“ abhängig. Das männliche Sprachbild hingegen ist von Eigenschaften wie Rationalität, Stärke, Souveränität, intellektueller Überlegenheit und Machtanspruch geprägt (vgl. Pauwels 1998: 64).

Hinzu kommt, dass kulturelle Konzepte von Männlichkeit und Weiblichkeit nicht nur in der Grammatik und Lexikographie vorkommen. Nach Hellinger (2003: 163) eignen sich Metaphern und Sprichwörter besonders zur Untersuchung des sprachlich kodierten sozialen Geschlechts, da sie auf Normen und gesellschaftliche Erwartungen schließen lassen. In diesem Beitrag werden zwar keine Sprichwörter analysiert, jedoch weisen die untersuchten Einheiten einen idiomatischen und metaphorischen Charakter auf. Idiomatizität ist „eine Diskrepanz zwischen der phraseologischen Bedeutung und der wörtlichen Bedeutung des ganzen Ausdrucks“ (Burger 2007: 31) und ist neben der Polylexikalität und der Festigkeit eines der Hauptmerkmale von Phrasemen. Basierend auf dem Ausmaß des semantischen Unterschieds teilt man Ausdrücke in idiomatische, wo die Differenz der Bedeutung groß ist (*blau sein wie (zehn)tausend Mann*); teil-idiomatische, im Falle von Formulierungen, deren Teile ihre wörtliche Bedeutung behalten (*ein kleiner Mann*) und nicht idiomatische, wo der semantische Unterschied sehr gering ist (*frischer Kaffee*) (vgl. Burger 2007: 31f.).

Polylexikalität bezieht sich darauf, dass ein Phraseologismus aus zumindest zwei Wörtern bestehen muss (vgl. Fleischer 1997: 82). Laut Burger (2007: 16) bedeutet Festigkeit die Gebräuchlichkeit einer sprachlichen Form in einer synchronen Sprachgemeinschaft. Sie unterliegt der Relativierung mittels Variation und Modifikation. Erstere bezieht sich auf die Existenz mehrerer Nennformen eines Phraseologismus, die sich beispielsweise durch eine veränderte Reihenfolge der Elemente oder mehrere lexikalische Optionen äußert (*das haut/wirft den stärksten Mann vom Sockel*). Diese alternativen Formen funktionieren gleichzeitig in einer Sprachgemeinschaft. Modifikationen hingegen werden für konkrete Texte geschaffen und haben im Gegensatz zu Variationen keinen Platz im kollektiven Sprachgebrauch (vgl. Burger 2007: 25f.).

Es funktionieren verschiedene Typologien der Phraseme. Für die Zwecke dieser Arbeit ist Fleischers (1997: 138ff.) morphologisch-syntaktische Struktur relevant. Darin werden Phraseme analog zu Wörtern in Wortklassen und somit in „phraseologische Wortarten“ (Häusermann 1977: 56) eingeteilt. Fleischer (1997) differenziert zwischen substantivischen, adjektivischen, adverbialen und verbalen Phraseologismen, wobei die letztere hier untersuchte Gruppe die zahlreichste ist. Die verbalen Phraseme gliedern sich zudem noch in Wendungen mit einer obligatorischen verbalen Basiskomponente (*sich eine Frau angeln*), Wendungen mit einer adjektivisch-adverbialen Basiskomponente (*gang und gäbe sein*) und Wendungen mit zwei verbalen Basiskomponenten wie *seinen Mann gefunden haben* (vgl. Fleischer 1997: 154ff.).

### 3. Methodologie

In diesem Beitrag werden Geschlechtsstereotypen untersucht, die in deutschen Idiomen mit den Komponenten *Mann* und *Frau* vermittelt werden. Im Rahmen dessen werden 44 Idiome mit der Komponente *Mann* und acht mit *Frau* einer semantischen Klassifikation unterzogen und anschließend sieben Gruppen zugeteilt. Die semantischen Klassen wurden basierend auf dem Bem Sex Role Inventory (BSRI) erstellt – einem Katalog männlich und weiblich kulturell kodierter

Eigenschaften (Schneider-Düker / Kohler 1988). Nachfolgend wird näher auf das BSRI, die Phraseologismen und ihre Bedeutung eingegangen. Abschließend werden die Phraseme auf die Realisierung von Stereotypen hin analysiert.

Schemanns „Deutsche Idiomatik“ (2011) gilt als Korpus, wobei eine Einschränkung der untersuchten Einheiten notwendig war, da Schemann (2011) 96 Idiome mit der Komponente *Mann* und zwölf mit *Frau* anführt. Daher wurde das Korpus auf verbale Phraseologismen und Phraseologismen mit einer optionalen verbalen Komponente eingegrenzt. Zusätzlich wurden solche Idiome ausgeschlossen, die nur in sehr engen Kontexten verwendet werden (*den Ball auf den Mann schießen*) oder einen geringen Grad an Relevanz für diese Analyse aufweisen, weil sie sich beispielsweise auf physische Reife beziehen und im Falle beider Geschlechter funktionieren (*schon/... ein halber Mann (sein), schon/... eine halbe Frau (sein)*). Auf diese Weise wurden 44 Phraseologismen mit *Mann* und acht mit *Frau* untersucht.

Die semantische Analyse basierte auf dem Bem Sex Role Inventory (BSRI), das im Rahmen einer Erhebung (Bem 1974), die zur Erkundung der Androgynität beitragen sollte, entstand. Studienteilnehmern wurde ein Fragebogen zur Auswertung vorgelegt; sie sollten jeweils typisch männliche, typisch weibliche oder androgyne Eigenschaften markieren, die auf sie selber zutreffen. Auf diese Weise entstand eine Liste gesellschaftlich kodierter, geschlechtsspezifischer Charakteristiken. Diese Analyse basiert auf der deutschen Neufassung nach Schneider-Düker / Kohler (1988). Androgyne Eigenschaften wurden nicht angeführt, weil sie für die Zwecke dieses Beitrags geringe Relevanz aufweisen.

| Maskulinität                                                   | Femininität                                   |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| hat Führungseigenschaften                                      | romantisch                                    |
| tritt bestimmt auf                                             | abhängig                                      |
| ehrzeigig                                                      | weichherzig                                   |
| respekteinflößend                                              | glücklich                                     |
| kann andere kritisieren, ohne sich dabei unbehaglich zu fühlen | bemüht sich, verletzte Gefühle zu besänftigen |
| verteidigt die eigene Meinung                                  | feinfühlig                                    |
| entschlossen                                                   | sinnlich                                      |

|                                  |                                          |
|----------------------------------|------------------------------------------|
| sachlich                         | fröhlich                                 |
| nicht leicht beeinflussbar       | nachgiebig                               |
| unerschrocken                    | bescheiden                               |
| intelligent                      | empfänglich für Schmeicheleien           |
| hartnäckig                       | empfindsam                               |
| ist bereit, etwas zu riskieren   | selbstaufopfernd                         |
| kraftvoll                        | benutzt keine barschen Worte             |
| furchtlos                        | verspielt                                |
| wetteifernd                      | achtet auf die eigene äußere Erscheinung |
| sicher                           | leidenschaftlich                         |
| zeigt geschäftsmäßiges Verhalten | herzlich                                 |
| konsequent                       | liebt Sicherheit                         |

Tabelle 1: Maskuline und feminine Eigenschaften nach der deutschen Neufassung des Bem Sex Role Inventory (BSRI) (Schneider-Düker / Kohler 1988: 256f.)

Auf dem BSRI aufbauend wurden sieben semantische Klassen geschaffen, die kulturell kodierte Geschlechtsstereotypen ausdrücken. Männliche Konzepte sind demnach generische Bezeichnung, Stärke, Führungskompetenz, Professionalität und Ansehen. Idiome mit der Komponente *Frau* bezogen sich hingegen ausschließlich auf Abhängigkeit. Die semantischen Klassen werden nachfolgend im Laufe der Analyse erläutert und samt einiger Beispiele dargestellt. Manche Idiome wurden mehrmals zugeordnet. Alle verwendeten Abkürzungen und Zeichen wurden von Schemann (2011: 9) übernommen.

## 4. Analyse der Idiome

### 4.1. Generische Bezeichnung

Charakteristisch für die Klasse „generische Bezeichnung“ ist, dass im Falle der besagten Phraseologismen eine Substitution von *Mann* durch *Frau* oder *Mensch* möglich ist, weil diese sich nicht konkret auf



den Mann als Vertreter seines Geschlechts, sondern als Individuum agierende Person beziehen. Hier funktioniert demzufolge eine semantische Überschneidung mit der grammatischen Kategorie des generischen Maskulinums, das die „Fähigkeit maskuliner Personenbezeichnungen [ist], geschlechtsabstrahierend verwendet zu werden, insbesondere wenn es nicht um konkrete Personen geht“ (Doleschal 2002: 39).

Diese Klasse ist besonders aufschlussreich, wenn es darum geht, den Einfluss von Kultur auf Sprache zu beobachten. Ein Großteil der Idiome beinhaltet *Mann*, weil er sich auf Situationen bezieht, die in der Vergangenheit nur für Männer zugänglich waren. Heute sind Variationen mit der Komponente *Frau* denkbar, weil sich die gesellschaftlichen Gegebenheiten geändert haben. Damit wird zum Beispiel das Ausüben mancher Berufe gemeint, die für Frauen schwer erreichbar waren, deren Bildungschancen den männlichen nicht gleich waren. Berufszweige, die ihnen zugänglich waren, sind beispielsweise den Volkszählungen zu entnehmen (Zijdeman et al. 2014: 551f.). Berufsbezogene Idiome sind *ein Mann der Wissenschaft/der Kunst/des öffentlichen Lebens... (sein)*, *ein Mann der Feder (sein)*, oder *mit Mann und Maus untergehen*, wobei sich in diesem Fall *Mann* ursprünglich auf Matrosen auf einem sinkenden Schiff bezieht (Drosdowski & Scholze-Stubenrecht 1992: 475). Die untersuchten Einheiten verweisen auch auf Erfahrungen, die aufgrund der sozialen Unterordnung der Frau für diese unerreichbar oder erschwert waren, wie bei *ein weitgereister Mann sein*. Mit dem Einfluss des kulturellen Geschlechts auf das weibliche Reiseverhalten befasst sich Pickup (1984). Auch Idiome, die auf einen militärischen Kontext verweisen, wie *(alle) bis auf den letzten Mann fallen/aufgerieben werden/untergehen/...* und *Mann gegen Mann kämpfen* entstammen einerseits einer Kultur, in der Frauen weitgehend vom Kriegswesen isoliert wurden und in der andererseits der Archetyp des Mannes als Krieger dominiert. Dem Phraseologismus *an den Mann bringen* ist wiederum zu entnehmen, dass Männer traditionell das Vermögen verwalteten und als solche dazu berechtigt waren, Kaufentscheidungen zu treffen, wodurch vor allem um ihre Gunst als Verbraucher geworben wurde. Einige Idiome beziehen sich ausschließlich auf den Mann als Individuum, das über bestimmte Eigenschaften verfügt, so als Beispiel *das ist mein/sein/... Mann!, ich kenne/(du kennst/...) (doch) meinen/(dei-*

nen/...) Mann, du bist/das ist/der ist/der Schmidt ist/... mein/(sein/...) Mann, von Mann zu Mann sprechen. Durch die alleinige Referenz auf eine Person ist es im Falle dieser am einfachsten, Modifikationen mit *Frau* oder *Mensch* vorzunehmen.

## 4.2. Stärke

In dieser Analyse steht Stärke sowohl für physisches als auch psychisches Durchhaltevermögen und Würde. Idiome wie *etwas ertragen/.../ sich benehmen/... wie ein Mann, Manns genug sein, (um) etwas zu tun, sich Manns genug fühlen, etwas zu tun, selbst ist der Mann!*, zeigen, dass man ein Mann ist zeugen davon, dass das kulturelle Konzept männlicher Stärke mit Ehre verbunden ist. Laut diesem Wertesystem bedeutet *Mann sein*, schwierige Umstände würdevoll meistern zu können. Die Abwesenheit dieser Eigenschaften wird mit fehlender Männlichkeit gleichgestellt. Hier steht auch die männliche Souveränität im Gegensatz zur weiblichen Abhängigkeit von „starkem Geschlecht“. Stärke kommt auch oft im Kontext einer Gegenüberstellung vor, wie bei *kämpfen/... bis zum letzten Mann, Mann gegen Mann kämpfen, seinen Mann stehen/(stellen)*. Außer Hartnäckigkeit wird auch hier auf einen gewissen Ehrenkodex verwiesen, laut dem würdevolles Verlieren im Einklang mit den eigenen Werten mentale Stärke unter Beweis stellt. Im Falle von *seinen Mann gefunden haben* gibt es einen Bezug auf den Mann als geeigneten Gegner – jemanden, der einem gewachsen ist. Dies stellt wiederum einen Verweis auf das Kriegerethos dar. Wahrlich männliches Verhalten äußere sich demnach vor allem im Rahmen einer Gegenüberstellung, während der nicht nur Stärke, sondern auch das Einhalten gewisser sozialer Regeln und Normen eine Rolle spielt.

Innerhalb dieser Kategorie gibt es auch eine Gruppe von Phraseologismen, die Stärke als Eigenschaft negieren.

ein geschlagener Mann sein,  
das/etwas haut den stärksten Mann aus dem Anzug  
das/etwas haut den stärksten Mann aus den Latschen  
das haut/wirft den stärksten Mann vom Sockel/Stuhl

Trotz der Negation kommt ein deutlicher Verweis auf männliche Stärke vor. Dieser wird durch die Komparation des Adjektivs *stark* unterstrichen. Es geht hier eigentlich nicht um die Abwesenheit von Stärke, sondern um den Schwierigkeitsgrad der Situation, mit der man zu tun hat – dies überfordert sogar den Mann mit dem größten Durchhaltevermögen.

#### 4.3. Führungskompetenz

Diese Kategorie bezieht sich auf Eigenschaften wie Souveränität, Tapferkeit, Verlässlichkeit und Entschlossenheit. Hierin gibt es eine Überlappung mit der Klasse „Stärke“, da die Phraseologismen sich auf Männlichkeit als Synonym von Mut beziehen: *zeigen, dass man ein Mann ist, seinen Mann stehen/(stellen), sich als Mann zeigen, Manns genug sein, (um) etwas zu tun, sich Manns genug fühlen, etwas zu tun*. Demnach ist das Ergreifen von Initiative und Mut Teil des sprachlich realisierten Männerbilds. Die Formulierung *Manns genug sein* impliziert zudem, dass Männlichkeit als Eigenschaft graduierbar und performativ ist. *Mann sein* bedeutet nicht nur, als Mann geboren, sondern auch als solcher von der Gesellschaft anerkannt zu werden.

Die oben besprochene Gruppe von Phraseologismen wurde aufgrund ihres allgemeinen Bezugs auf Mut und Stärke ausgesondert. Weitere Idiome, die von Führungskompetenz zeugen, realisierten konkrete Eigenschaften, die auf eine Eignung als Führungsperson verweisen. So äußerte sich Entschlossenheit in zwei Idiomen: *ein/kein Mann von raschen/(schnellen) Entschlüssen sein, ein Mann der Tat sein*. Der Phraseologismus *ein Mann von Wort sein* bezeugt hingegen Konsequenz, Zuverlässigkeit und Beständigkeit in den getroffenen Entscheidungen. Ein direkter Verweis auf eine bereits erreichte oder ausgeübte Führungsposition ist in *der (erste) Mann an der Spritze (sein)* enthalten. Im Unterschied zu den früher genannten Idiomen, wie *zeigen, dass man ein Mann ist*, impliziert die zweite Gruppe nicht, dass die Abwesenheit von Entschlossenheit oder Konsequenz Männlichkeit ausschließt, jedoch werden diese Eigenschaften als erstrebenswertes

Ideal dargestellt. Als Erwartungshaltung der Gesellschaft ist dies also auch Teil des sozialen Geschlechts.

#### 4.4. Professionalität

Für die Zwecke dieser Analyse wird Professionalität breit definiert. Einerseits kann sie die Eignung einer Person für bestimmte, nicht nur mit Erwerbstätigkeit verbundene Zwecke sein. Andererseits kann sie auch einen Verweis auf konkrete Eigenschaften beinhalten. Zur ersten Gruppe gehören folgende Idiome:

das ist mein/sein/... Mann!  
du bist/das ist/der ist/der Schmidt ist/... mein/(sein/...) Mann  
nicht/ganz der Mann/(kein Mann) dafür/danach sein, (um)  
etwas zu tun  
(mit etwas), der richtige/(rechte) Mann am richtigen/(rechten)  
Platz/(Ort) sein  
bei jemandem/da an den falschen/verkehrten/(unrichtigen)/  
(unrechten) Mann kommen.

Hierbei muss angemerkt werden, dass im Falle der ersten zwei Phraseologismen das Substantiv *Mann* in Verbindung mit einem Possessivpronomen genügt, um die gemeinte Eignung auszudrücken. Die restlichen Einheiten sind komplexer, da sie genauer auf den Sachverhalt eingehen und auch dessen Negation zulassen.

*Das/jemand ist ein Mann vom Fach* bezieht sich am direktesten auf die eigentliche Bedeutung von Professionalität. In Anlehnung an das BSRI ist es ein Ausdruck von geschäftsmäßigem Verhalten und Sachlichkeit. Der Phraseologismus *ein (viel) geplagter Mann (sein)* hingegen verweist auf Fleiß und eine tüchtige Arbeitsmoral. *Ein Mann der Praxis (sein)* und *kein Mann von großen Worten sein* beziehen sich wiederum auf die eher praxis- und tatorientierte Natur des Mannes. Männliche Einsilbigkeit wird oft der weiblichen Geschwätzigkeit gegenübergestellt, was das Idiompaar *ein Mann, ein Wort – eine Frau, ein Wörterbuch* wiedergibt; obwohl die Phrase als humorvoll gilt, zeigt sie doch eine gesellschaftlich kritische Einstellung dem angeblichen weiblichen Sprechverhalten gegenüber.

Teil des sozialen Frauenbildes ist die Sensibilität; demnach geben Frauen mehr Acht darauf, das Gegenüber nicht zu beleidigen oder zu verletzen. Im Gegensatz dazu gelten Männer als sachlich und konsequent, was eine weniger gefühlsorientierte Sprechweise nahelegt.

#### 4.5. Ansehen

Die Klasse „Ansehen“ bezieht sich auf Werte wie eine feste gesellschaftliche Position, Autorität, Respekt und Erfolg. Sie lässt sich in drei Gruppen unterteilen.

I Gruppe: Idiome der ersten Gruppe sind *ein gemachter Mann sein*, *der Mann des Tages sein* und *der kommende Mann sein in/bei*. Sie stehen für Errungenschaften, die entweder schon stattgefunden haben oder noch nicht erzielt wurden, aber prognostiziert werden. Besonders *ein gemachter Mann sein* verweist in seiner Bedeutung – „in guter Position, vermögend sein“ (Röhrich 1992: 994) – auf die traditionelle Auffassung von Erfolg, also eine gute materielle Absicherung, das Erzielen eines gewissen gesellschaftlichen Status.

II Gruppe: Phraseologismen der zweiten Gruppe basieren eher auf Konzepten wie Weltgewandtheit und Autoritätsposition. Hier stehen *ein Mann von Welt sein* und *ein weitgereister Mann sein* nicht nur als Symbol breiter Bekanntschaften und einer finanziellen Lage, die das Reisen ermöglicht, aber auch für ein souveränes Auftreten, die Kenntnis kulturell unterschiedlicher Gepflogenheiten und Kosmopolitismus. Idiome wie *ein Mann von Ehren (sein)* und *ein Mann des öffentlichen Lebens (sein)* vermitteln wiederum einen hohen sozialen Status aufgrund von den vertretenen Werten und den Leistungen, die für die Gesellschaft erbracht wurden. Damit wird auf solche männlich kodierten Eigenschaften zurückgegriffen wie Respekt, Hartnäckigkeit und Konsequenz.

III Gruppe: Diese Gruppe bezieht sich im Wesentlichen auf die Vortäuschung der zuvor genannten Merkmale, die mit Ansehen verbunden sind. Diese Idiome sind *den feinen/großen/starken Mann markieren/mimen*, *den großen/feinen/reichen/... Mann herauskehren*, *den feinen/großen/starken Mann spielen*. Es wird entweder darauf verwiesen,

dass jemand die Werte der nachgeahmten Gruppe vertritt oder sich an das Verhalten der angestrebten gesellschaftlichen Wahrnehmung einer Person von hohem Status anpasst. Diese phraseologischen Einheiten stehen daher eher für eine Erwartungshaltung; ein sozial angepriesenes Ziel des ehrgeizigen Strebens nach Respekt.

#### 4.6. Abhängigkeit

Aufgrund des Auswahlverfahrens wurden zwei verbale Phraseologismen mit der Komponente *Frau* aus der Analyse ausgeschlossen, weil sie sich lediglich auf physische Reife beziehen (*schon/... eine halbe Frau (sein), zur Frau werden*). Die restlichen acht Einheiten verweisen auf die Abhängigkeit der Frau vom Mann – ihre Objektstellung.

Nach dem BSRI sind Abhängigkeit und das Verlangen nach Sicherheit typisch weibliche Eigenschaften. Dies spiegelt sich auch in der sprachlichen Realität wider, indem die Frau vor allem als potentielle oder tatsächliche Gattin vorkommt, wie im Falle der folgenden Idio-me: *sich eine Frau suchen, jemanden zur Frau begehren, jemanden zu seiner Frau machen, sich eine Frau nehmen und (ein Mädchen) zur Frau nehmen*. Die Position der Frau wird hierin klar als die des Objekts definiert, das sich dem Willen des Subjekts fügen muss. Die verwendeten Verben *machen, nehmen*, insbesondere als reflexives Verb *sich nehmen*, lassen Assoziationen von Besitzerlang zu. Indem die Frau zum Gegenstand gemacht wird, blendet man ihren eigenen Willen und Handlungsfähigkeit als selbständiges Subjekt aus. Ähnlich ist es bei *sich eine Frau angeln*, wobei die Heiratsabsicht nicht klar definiert wird – es könnte auch um Verführung gehen. Das Verb *angeln* stellt die Frau dem stummen Fisch gleich – im Gegensatz zum Mann, der die Initiative ergreift. So wird die gesellschaftlich kodierte weibliche Nachgiebigkeit mittels der Sprache realisiert.

Die Darstellung der Frau als Besitztum ermöglicht auch dessen Verlust, was sich in Phraseologismen wie *Frau und Kind(er) (verloren haben/...)* und *aussehen/..., als wäre einem seine Frau weggelaufen*. Auch hier gilt vor allem die Perspektive des Subjekts (impliziert: des Mannes), der davon beeinflusst wird.

## 5. Fazit

Die durchgeführte Analyse hat diverse sprachlich kodierte Geschlechtsstereotype hervorgebracht. Das sich in Idiomen äußernde Männerbild ist von Stärke, Führungseigenschaften, Professionalität und Ansehen geprägt. Die Kategorie „generelle Bezeichnung“ verweist zudem darauf, dass sogar in Idiomen, die theoretisch auch auf Frauen verweisen könnten, diese ausgeblendet werden. Das zahlenmäßige Verhältnis der Idiome von 44 zu 8 zeugt von einer schwächeren Vertretung der Frauen in diesem Bereich. Das aus der Analyse hervorgehende Frauenbild hingegen ist sehr einfältig – die einzige sprachlich realisierte weibliche Eigenschaft ist die Abhängigkeit vom Mann. Dies demonstriert einen großen Ausmaß an Objektifizierung und Bevormundung der Frau. Sprachliche Ungleichheit äußert sich somit in der schwächeren Repräsentation der Frauen im sprachlichen Weltbild und der Abwesenheit der Frau in Subjektpositionen.

## Bibliographie

- Bem, Sandra (1974): „The measurement of psychological androgyny“. *Journal of consulting and clinical psychology* 42(2). S. 155–162.
- Burger, Harald (2007): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Doleschal, Ursula (2002): „Das generische Maskulinum im Deutschen. Ein historischer Spaziergang durch die deutsche Grammatikschreibung von der Renaissance bis zur Postmoderne“. *Linguistik Online*. Band 11, Nr. 2. URL: <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/915/1594> [Zugang: 11.11.2019].
- Drosdowski, Günther / Scholze-Stubenrecht, Werner (1992). *Duden, Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*. Mannheim [etc.]: Bibliographisches Institut & FA Brockhaus AG.
- Häusermann, Jürg (1977): *Phraseologie. Hauptprobleme der deutschen Phraseologie auf der Basis sowjetischer Forschungsergebnisse*. Tübingen: Niemeyer.
- Hellinger, Marlis (2003): *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men*. Band 3. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

- Heringer, Hans Jürgen (2004): *Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte*. Tübingen: A. Francke Verlag.
- Klann-Delius, Gisela (2005): *Sprache und Geschlecht: eine Einführung*. Stuttgart: Verlag JB Metzler.
- Koniuszaniec, Gabriela (1999): „Das Frauenbild in Sprichwörtern aus kontrastiver Sicht“. [In:] Andrzej Kątny / Christoph Schatte (Hrsg.): *Das Deutsche von innen und außen. Ulrich Engel zum 70. Geburtstag*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza. S. 107–126.
- Matthews, Peter Hugoe (2007): *The Concise Dictionary of Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Pauwels, Anne (1998): *Women changing language*. London: Longman.
- Pickup, Laurie (1984): „Women's Gender-Role and its Influence on Travel Behaviour“. *Built Environment* 10 (1). S. 61–68.
- Pisarek, Walery (1978): „Językowy obraz świata“. [In:] Urbańczyk, Stanisław (Hrsg.): *Encyklopedia wiedzy o języku polskim*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo. S. 143.
- Pusch, Luise F. (1984): „Sie sah zu ihm auf wie zu einem Gott. Das Duden-Bedeutungswörterbuch als Trivialroman“. [In:] Luise F. Pusch (Hrsg.): *Das Deutsche als Männersprache*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 135–144.
- Quasthoff, Uta (1973): *Soziales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps*. Frankfurt am Main: Athenäum.
- Röhrich, Lutz (1992): *Das große Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Bd. 2, *Han bis Sai*. Freiburg [etc.]: Herder.
- Sapir, Edward / Stanosz, Barbara / Zimand, Roman / Wierzbicka, Anna (1978): *Kultura, język, osobowość: wybrane eseje*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Schemann, Hans (2011): *Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext*. Berlin [etc.]: Walter de Gruyter.
- Schneider-Düker, Marianne / Kohler, André (1988): „Die Erfassung von Geschlechtsrollen: Ergebnisse zur deutschen Neukonstruktion des Bem Sex-Role-Inventory“. *Diagnostica* 34 (3). S. 256–270.
- Whorf, Benjamin Lee (1963): *Sprache, Denken, Wirklichkeit*. Hamburg: Rowohlt.
- Zijdeman, Richard / Van Leeuwen, Marco / Rébaudo, Danièle / Pelissier, Jean-Pierre (2014): „Working women in France, nineteenth and twentieth centuries. Where, when, and which women were in work at marriage?“. *The History of the Family*, 19(4). S. 537–563.



*Hanna Kasperek*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Paralinguistic and prosodic features of a trustworthy voice**

### **Parajęzykowe i prozodyczne cechy głosu wzbudzającego zaufanie**

Relation between personality and the voice has been examined since around late 1920s. Even so, the current knowledge about the paralinguistic features of the human voice is quite modest compared to other aspects of psycholinguistics (e.g. language acquisition). The aim of the paper is to indicate the vocal features that induce trust in a listener. First, a literature review was carried out. Based on it, an experiment was conducted in the form of an on-line survey. Respondents were asked to assess a set of speech recordings. The recordings were in fact one female voice digitally altered to express certain vocal features. Findings indicate that tempo-altered voices cause dislike in both men and women. A preference to high-pitched female voice was observed in men, whereas women tended to rate this voice lower. Also, women tend to rate female voice higher. The findings generally support the claim that pitch and tempo affect perception of trustworthiness in a voice. This area, however, needs further research.

Keywords: trustworthiness; voice; pitch; tempo; paralinguistic features; vocal cue

## **Introduction**

For the vast majority of people the sense of sight might appear as the primary source of information and most of their experiences are known through seeing. It would seem that little information reaches

other sensory channels. It is quite the opposite as other modalities, including the sense of hearing, have an immense impact on us in a more subtle but equally effective manner. Studying speech gives invaluable useful insight into the human nature. A speaker's voice, in all its various aspects, evokes involuntary feelings in the listener, independent of their will, influencing their attitudes and expectations towards the other person (McAleer *et al.* 2014). Newly met people are often ascribed qualities based solely on feelings resulting from brief utterances, for instance a casual greeting heard on the phone; even such a tiny slice of information can win favour of a hearer and their desire to engage in the conversation or earn trust.

Despite the relevance to our daily lives, the swift attribution of personality traits to novel speakers is yet to be understood. The current knowledge about the paralinguistic features of the human voice is quite modest compared to other aspects of psycholinguistics. So far, research has focused on other issues, such as speech production and the recognition of sound signals. Little attention has been paid to the phenomena connected with forming attitudes on the basis of voice. A better understanding of the relationship between physical vocal features and associations made by its listeners may contribute to recognition of a pattern of a trustworthy voice. The importance of such a pattern is not limited only to the field of psycholinguistics but may also lead to improving interpersonal communication, reduced fear of human-machine contact or more intuitive user interfaces. Therefore, analysis of trust impressions formed from hearing an unknown voice is of great potential.

## **1. Trust**

Taking into account complexity of the trust, the theoretical framework of the phenomena encompasses explanations from two different angles, i.e. from a psychoevolutionary and sociological point of view.

### **1.1. Trust in the psychoevolutionary theory of emotions**

Robert Plutchik's (cited in: Jarymowicz & Imbir 2010) psychoevolutionary concept of emotions considers trust as one of the eight basic emotions, whose opposite pair is *disgust*. The basic emotions—evolutionary old and important modulators of one's behaviour—are held to be universal and primary. They are substantial for survival and, therefore, have a strong impact on actions taken in order to be kept alive. These emotions are responsible for the evaluation processes and shape attitudes towards the reality. Trust refers to a stance towards a stimulus that is first classified as either known or new. The assignment of one of these two values triggers an automatic affective reaction; it is positive for the previously known source of the impulse or negative for the unknown (Jarymowicz & Imbir 2010). Automatically excited primary emotions are beyond one's control.

### **1.2. Sociological theory of trust**

According to Piotr Sztompka (2007), every society has to face inescapable uncertainty about the future. The issue is addressed by adopting a certain approach, comprising the following pairs:

- Hope vs. resignation (passive attitudes, irrational premonitions);
- Belief vs. doubt (passive attitudes, somehow justified beliefs);
- Trust vs. mistrust (active attitudes, an anticipation of someone's behaviour).

Whereas the first two pairs are linked to external factors beyond one's control and commitment, the latter is an active attitude towards other people. The trust is meeting a challenge of uncertainty and undertaking steps towards achieving a goal. Such an attitude allows applying more effective strategies such as acceptance of the unknown or spontaneous actions. Depending on the object of the trust, the following types can be distinguished:

- personal—towards a specific person;
- positional—towards a specific social role;
- public—towards institutions and organisations.

Personal trust is given not only to people within one's physical reach but also to virtual entities e.g. compatriots or fellow professionals. In the context of this paper, only the personal trust is taken into consideration.

## **2. Voice production**

The sense of hearing and cognition allows one to discern hundreds of sounds. Yet humans are particularly sensitive to speech sounds. The specific features of a speaker's voice are equally important to what is being said as for the nervous system both are valuable sources of information. In order to understand how speech sounds are analysed, the acoustic characteristics of the voice must be taken into account.

### **2.1. The source-filter theory**

The basic model explaining the production of human speech is the source-filter theory. Speech production is a process of two largely independent stages which are a generation of a sound wave and shaping it by a vocal tract. The source of acoustic energy is the larynx, and the vocal tract serves as an acoustic filter, the shape of which determines the phonetic quality of the sound. Speech sounds are produced when the airflow from the lungs passes through a narrow opening, the glottis. Its size is regulated by vocal folds as they open and close quite rapidly in a periodic or quasi-periodic manner. Acoustic impulses produced this way determine the laryngeal tone, otherwise known as the fundamental frequency of phonation ( $F_0$ ). It is the harmonic with the longest wavelength and the lowest frequency and the basis for the perceived height of the sound thus produced. Subsequently, the vocal tract acts as a filter, amplifying certain frequencies of the source, called formants. The formant with the next lowest is called the first formant ( $F_1$ ), the next second formant ( $F_2$ ), and so on. The centre frequency of each formant is different and depends on the shape of the vocal tract (Baumann & Belin 2010).

## **2.2. Acoustic characteristics of voice quality**

Sounds, the cause of a subjective auditory impression, have objective characteristics that are physically measurable, i.e. pitch, intensity (loudness), quality (timbre) and duration. Here are brief explanations of the sound parameters:

- *Pitch*: depends on frequency—the higher the frequency of the signal, the higher the sound;
- *Intensity*: depends mostly upon sound wave amplitude;
- *Quality*: is mainly determined by a wave form, varying with the number of harmonics, their frequencies, and relative intensities;
- *Duration*: length of time of a sound.

Pitch is related to the length and mass of vocal folds. The larger, the slower they vibrate producing lower frequencies (O'Connor & Barclay 2017). Both the pitch and loudness derive from greater or less muscular tension in the larynx. Lax voice is usually associated with a low pitch-range and a soft loudness-range. Laryngeal elevation leads to a rise in the  $F_0$ ; for that reason, most voices produced with a raised larynx are perceived as higher-pitched (Laver 1980).

## **3. Voice perception**

An individual is able to discern a speaker's belonging to a certain dialectal or ethnic group from scant vocal information as voices are saturated with cues to a person's age, gender, and affective state. This leads to forming judgements which influence an overall perception of a speaker. For example, muscle tension in the upper part of the body, shoulders, jaw, and neck are typical symptoms of stress and anxiety (Seifert & Kollbrunner 2005). This tension affects voice pitch, hence higher pitched voice might be a sign of one's nervousness.

What is more, someone's character traits are also assessed basing on a pitch of their voice. It is not a new concept, as since around late '20s the relation between personality and the voice has been examined by asking panels of judges to describe a speaker's character based solely on the samples of their speech (Feldstein & Sloan 1984).

### 3.1. Personal cues

Belin et al. (2017) conducted a study which demonstrated that the more monotone or flat the voice sounded, the less appealing to the listener it was. At the same time, a voice richer in personal cues and intonation gave the most positive impression. Two synthetic voice prototypes were generated by averaging recordings from individuals who were rated either high or low in perceived trustworthiness. Then a continuous series of voices between these two prototypes were created and each in-between voice underwent an evaluation in an online survey.

McAleer et al. (2014) conducted a study of personality impressions of new voices, in which they proposed that consideration of numerous personality traits may be summarised to a two-dimensional space, with one trait emphasising warmth/trust/likeability, and a second trait emphasising strength/dominance. That two-dimensional ‘social voice space’ has axes mapping *Valence* (Trust, Likeability) and *Dominance*. The acoustical analysis revealed that *Valence* is related to pitch variation, whereas *Dominance* is related to other traits, among which are formant dispersion and a harmonic-to-noise ratio (HNR); the latter correlates with a roughness of a voice.

Feldstein & Sloan (1984) suggest in their research analysis that not only do extroverts speak faster than introverts but also it is a common belief. For that reason, the stereotypes might cause the extroverts, who tend to be better actors than are introverts, to display a more exaggerated form of speech in order to satisfy the social expectations.

### 3.2. Familiarity

There is a strong preference to grant familiar-sounding voice more trust. In a study of voice preference among African Americans, participants overwhelmingly expressed an inclination towards voices of African Americans and described them as “automatically putting you at ease,” (Albright *et al.* 2014). Also, as studies of a diverse range of languages have shown, there exists a phenomenon known as “Language-Familiarity Effect” (LFE). These neuro-cognitive mechanisms underlies

speech comprehension and causes better understanding and remembering speech spoken in a language one's familiar with. In other words, LFE is based on knowledge of the acoustical fingerprint of a given language (Fleming et al, 2014). These data suggest that familiarity is one of the crucial aspects of perceiving a voice as trustworthy.

### **3.3. Mating context**

The study by O'Connor & Barclay (2017) shows that voice pitch is tied to trust-related behaviours in terms of mating-related contexts via underlying hormone levels. Due to relatively higher levels of pubertal testosterone among males than females, an adult male voice pitch (120 Hz) is on average half that of the mean adult female voice pitch (220 Hz). High levels of testosterone produced in young males during puberty cause vocal folds to increase mass. The larger, the slower they vibrate and, therefore, produce lower frequencies. For that reason, during puberty, the male voice typically deepens an octave.

In mating context, highly sex-typical voices are usually perceived as less trustworthy than less sexually dimorphic voices due to the correlation between hormones, behaviour, and the voice pitch. Men with higher levels of testosterone tend to engage in adulterous behaviour. So do women with higher levels of oestrogen (see O'Connor & Barclay 2017).

## **4. Methods**

The aim of the experiment was to check whether the listeners will assess voice with a certain feature change as trustworthy. Since trust, as presented in section 1.1, in the psychoevolutionary theory of emotions, is an evolutionary feature, shared by people, the research design was adapted from social sciences. The research was developed from the quantitative point of view and was based on an experiment.

The main question behind this study is *Which paralinguistic features influence trustworthiness of a voice?* The following indicators were taken into consideration: *pitch* and *tempo*. In the beginning, *loudness* was also

included, however, since the experiment was not to be performed in a controlled environment, it was decided to select the two mentioned.

The following research hypotheses ( $\alpha=0.05$ ) have been formulated:

- H0 An altered-pitched voice will have the same average score as an original voice.
- H1 An altered-pitched voice will have a higher average score than an original voice.
- H2 An altered-tempo voice will have the same average score as an original voice.
- H3 An altered-tempo voice will have a higher average score than an original voice.

In addition, another variable has been included—gender. Therefore, additional hypotheses have been formulated:

- H4 The average score of man and woman will be the same.
- H5 The average score of man and woman will differ.

In order to collect data, an interactive online survey distributed by social media was conducted. Also, a poster was hung in the Institute of Applied Linguistics. The results were being collected from 29th of May to 15th of June 2018. Also, at the early stages of the survey planning the survey was to be taken from an IP once only. However, this would affect people sharing the same IP, for example living in one place. For that reason, no restrictions were applied.

The real purpose of the survey was masked by including questions related to perceived quality of a recording. What is more, the participants were informed they are taking part in a study aimed at assessing overall voice characteristics.

#### **4.1. Survey Design**

The survey consisted of three stimuli presentations and two demographics questions. The following different voice stimuli were presented to each participant:

- original, unchanged stimulus;
- altered pitch stimulus;
- altered tempo stimulus.



Moreover, each stimulus was accompanied by three questions in which people were asked to assess qualities of the stimuli. These will be presented in more detail in section 4.2 *Stimuli*. The questions in which a participant had to choose their scoring on a Likert scale (1-5) were:

- Czy nagranie jest wyraźne? (Eng. *Is the recording clear?*)
- Czy głos wzbudza zaufanie? (Eng. *Is the voice trustworthy?*)
- Czy głos brzmi naturalnie? (Eng. *Does the voice sound natural?*)

To reduce the impression of participating in the experiment and reduce a distorting impact on responses, graphic layout of the survey was as close to the current internet trends as possible.

What is more, to prevent the order of stimuli presentation affecting a user's choice they were randomised. The same applies to the stimuli assessment questions—for each stimulus and each participant they were presented in different order. As the three stimuli questions were shuffled, the following sets of stimuli orders were a possible outcome:

Table 1. Possible variants of categories of stimuli presentation order

|            | Stimuli category |      |          |      |          |      |
|------------|------------------|------|----------|------|----------|------|
|            | ORIGINAL         |      | PITCH    | HIGH | TEMPO    | FAST |
| Stimulus 1 |                  |      |          | LOW  |          | SLOW |
| Stimulus 2 | PITCH            | HIGH | TEMPO    | FAST | ORIGINAL |      |
|            |                  | LOW  |          | SLOW |          |      |
| Stimulus 3 | TEMPO            | FAST | ORIGINAL |      | PITCH    | HIGH |
|            |                  | SLOW |          |      |          | LOW  |

Each participant could only hear one type of pitch- and tempo-altered stimulus. These stimuli were presented on the A/B test plan, i.e. half of the surveyed were presented stimulus A, and the second half—B. The selection of the stimulus was random.

## 4.2. Stimuli

A 4-second-long recording of an emotionally neutral sentence “Widziały potem zdjęcia w gazetach” (Polish for “They have later seen photos in newspapers”) by a female was chosen. The voice was recorded in an anechoic chamber. The recording was originally a part of set prepared for purposes of an article “Prozodia niepewności” by Maciej Karpiński and Katarzyna Klessa of former Institute of Linguistics, Adam Mickiewicz University<sup>1</sup>. Thanks to the courtesy of the authors, that yet unused recording could be modified and presented in the survey.

Then the recording pitch and tempo were modified with free *Praat* and *Audacity* software respectively. The following stimuli were produced:

- with a reduction of 20% in the basic frequency  $F_0$ ;
- with an increase of 20% in the basic frequency  $F_0$ ;
- with a 13% of speech rate acceleration;
- with a 13% of speech rate deceleration.

All the recordings were stored in WAV format. Since tool used for collecting survey responses does not support this type of files, the recordings were converted into MP4. An online freeware converter <https://www.zamzar.com/> was used. Then the files were uploaded to *YouTube*, due to limitations of the survey tool. In order not to distract participants, all the videos had a black background; recordings were titled 0000 for the original voice, 0001, 0002, 0003 and 0004 for slower- and faster-tempo, high- and low-pitched voices respectively. Also, each video had all the extra options, e.g. comments or next video autoplay disabled.

## 4.3. Tools

SurveyMonkey was a tool used to create the survey. The software is available online at <http://www.surveymonkey.com> and offers both

<sup>1</sup> The original paper in which the recording was used: Karpiński, Maciej, Klessa, Katarzyna (2015): “Prozodia niepewności”. [in:] Danielewiczowa, Magdalena, Bilińska, Joanna, Doboszyńska-Markiewicz, Katarzyna, Zaucha, Joanna (Eds.) *Sens i brzmienie*. Warszawa: Wydawnictwo Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. Str. 49-63.

a free plan and paid services. Each answer, even an incomplete one, is stored. Raw results are to be accessed and analysed with the tool's functions such as aggregation. Finally, the answers and analysis are downloadable in different formats, CSV being one of them.

#### **4.4. Sample Profile**

To ensure a diverse representation in the study, a message about the survey was distributed among students and group of friends of a relative in his sixties. There were 74 subjects. Due to a technical issue, one survey was incomplete and for that reason was excluded from the analysis. The overall representation of different demographic groups is diverse with noticeable dominance of people between 26 and 45 years of age. There is also almost a 1:1 sex ratio.

### **5. Results**

Once the results were available, the raw outcomes were tagged, aggregated and gathered in form of a table (see Table 2). Since the percentage is a more credible value than total numbers, this form of presenting results was chosen. Recording with altered tempo received low scoring in naturality assessment. Also, all the recordings were rated as rather clear. In terms of trustworthiness original and pitch-altered stimuli received rather neutral grades whereas tempo-altered stimuli were deemed as rather not trustworthy.

Table 2. Distribution of percentage scores per question and per stimulus type

| Total number of respondents in a given stimuli category |      | 73       | 40     | 33     | 39     | 34     |
|---------------------------------------------------------|------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Question                                                | Note | Original | Pitch  |        | Tempo  |        |
|                                                         |      |          | High   | Low    | Fast   | Slow   |
| Czy głos brzmi naturalnie?                              | 1    | 8,22%    | 17,50% | 12,12% | 76,92% | 55,88% |
|                                                         | 2    | 20,55%   | 17,50% | 30,30% | 12,82% | 20,59% |
|                                                         | 3    | 16,44%   | 25,00% | 27,27% | 5,13%  | 11,76% |
| Does the voice sound natural?                           | 4    | 28,77%   | 22,50% | 15,15% | 2,56%  | 11,76% |
|                                                         | 5    | 26,03%   | 17,50% | 15,15% | 2,56%  | 0,00%  |
| Czy nagranie jest wyraźne?                              | 1    | 1,37%    | 2,50%  | 0,00%  | 2,56%  | 2,94%  |
|                                                         | 2    | 4,11%    | 2,50%  | 6,06%  | 2,56%  | 2,94%  |
|                                                         | 3    | 8,22%    | 10,00% | 12,12% | 15,38% | 23,53% |
| Is the recording clear?                                 | 4    | 28,77%   | 30,00% | 30,30% | 43,59% | 32,35% |
|                                                         | 5    | 57,53%   | 55,00% | 51,52% | 35,90% | 38,24% |
| Czy głos wzbudza zaufanie?                              | 1    | 4,11%    | 5,00%  | 6,06%  | 28,21% | 41,18% |
|                                                         | 2    | 16,44%   | 20,00% | 30,30% | 43,59% | 38,24% |
|                                                         | 3    | 27,40%   | 35,00% | 24,24% | 20,51% | 14,71% |
| Is the voice trustworthy?                               | 4    | 36,99%   | 32,50% | 30,30% | 2,56%  | 5,88%  |
|                                                         | 5    | 15,07%   | 7,50%  | 9,09%  | 5,13%  | 0,00%  |

### 5.1. Pitch-altered stimuli versus original voice assessment

In this part of the study, the dependent variable is the trust assessment expressed on a 1-5 Likert-type scale, and the independent variables—altered-pitch and original voices. Original voice was assessed mostly favourably, high-pitched voice gained average to mid-favourable assessment score. The low-pitched voice was either assessed as rather

not trustworthy or rather trustworthy. In all cases, the least commonly chosen score was 1-*Definitely not*.

Table 3. Basic statistics of original and pitch-altered stimuli

| Pitch    | Mean | SE   | Median | Mode | SD   | Variance |
|----------|------|------|--------|------|------|----------|
| Original | 3,42 | 0,12 | 4      | 4    | 1,07 | 1,14     |
| High     | 3,18 | 0,16 | 3      | 3    | 1,01 | 1,02     |
| Low      | 3,06 | 0,19 | 3      | 4    | 1,12 | 1,25     |

There is a slight variation incoherence. Standard Deviation (SD) indicates the results are rather centred. Normality was tested with Shapiro–Wilk test. However, since the sample does not meet the requirement of equal sample sizes, ANOVA test could not be run. Instead, Kruskal–Wallis test was applied. The results are not significant at  $p < .05$ , the H statistic is 2.9444 (2, N = 146),  $p = .23$ . There is not enough evidence to reject the null hypothesis, that *An altered-pitched voice will have the same average score as an original voice*.

## 5.2. Tempo-altered stimuli versus original voice assessment

In this part of the study, the dependent variable is the trust assessment expressed on a 1-5 Likert-type scale, and the independent variables—altered-tempo and original voices. Original voice was assessed mostly favourably, fast-tempo voice gained rather unfavourable assessment score. Slow-tempo voice was either assessed as definitely not trustworthy or rather not trustworthy.

Table 4. Basic statistics of original and pitch-altered stimuli

| Pitch    | Mean | SE   | Median | Mode | SD   | Variance |
|----------|------|------|--------|------|------|----------|
| Original | 3,42 | 0,12 | 4      | 4    | 1,07 | 1,14     |
| Fast     | 2,13 | 0,17 | 2      | 2    | 1,03 | 1,06     |
| Slow     | 1,85 | 0,15 | 2      | 1    | 0,89 | 0,8      |

There is a slight variation incoherence. SD indicates the results are rather centred. Since the sample size does not meet the requirement of equality, ANOVA test cannot be run. Instead, Kruskal-Wallis test was applied. The results are significant at  $p < .05$ , the H statistic is 47.8289 (2,  $N = 146$ ),  $p < .00001$ . There is enough evidence to reject hypothesis H2 *An altered-tempo voice will have the same average score as an original voice.*

### 5.3. Sex differences in voice assessment

There are differences between the two groups. Distribution of the results is different when assessing trustworthiness depending on whether a responder is a male or a female.

Weighted average of the original stimulus for men is 3.00, for women—3.82. Of the high-pitched stimulus for men—2.84, for women—3.48. Of the low-pitched voice for men—2.47, for women—3.59. Of the fast-tempo stimulus for men—1.86, for women—1.83. Of the slow-tempo voice for men—1.93, for women—2.23.

Women chose *4-rather trustworthy* more often than men. On average, women tend to grant higher scores than men do. However, their ratings are also more scattered.

Since the group of men and women were almost equally sized, a one-way ANOVA was conducted to compare the two groups. There was a significant effect of sex on a voice's trustworthiness at the  $p < .05$  level [ $F(3,215) = 6.9009$ ,  $p = .00019$ ].

## **6. Discussion**

The results presented that trustworthiness was impacted by factors such as pitch and tempo. Even though there was no statistical significance in pitch altering, the results indicate the differences are visible. This result matches the outcomes of the study by McAleer et al. (2014). Tempo-altered voices were statistically significantly different. Both men and women disliked these stimuli, which was expressed in low scoring. Faster tempo of speech, usually linked to extraversion (Feldstein & Sloan 1984), was not ranked high. As a side note, tempo-altered voices were considered as not sounding natural, which might also be a reason for low or even no trust in these voices. They probably sounded machine-like and, therefore, have a rather cold reception.

Men preferring high-pitched over the low-pitch female voice coincides with findings of O'Connor & Barclay (2017). Given the fact, that over half of the male responses also categorised low-pitched voice as rather not trustworthy one might conclude that overall, high-pitched voices in females are preferred. These might indicate higher oestrogen levels and smaller body frame, traits sought in women.

Interestingly, over a half of the surveyed women indicated that low-pitched voice was rather trustworthy. This result stands out from the rest of the responses. Lower pitch is usually related to lax voices (Laver 1980) and is related to the bigger body frame. The high pitch might indicate nervousness (Seifert, Kollbrunner 2005) which might be the reason why women were not eager to grant high-pitched voice credit of trust and, instead, left a rather mixed opinion. Nevertheless, it was skewed towards positive ranking.

The overall better reception of this female voice by women may indicate the existence of an effect similar to “Language-Familiarity Effect” (Fleming *et al.* 2014) but focusing on same sex preference. Also, the results support the idea found in work of Albright et al. (2014), who stated that familiar-sounding voice is granted trust more eagerly than an unknown one. Maybe women prefer other female voices because they tend to spend a lot of time among other females. This, however, needs further analysis.

In terms of the psychoevolutionary and the sociological theories of trust, men tend to grant trust to high-pitched voice women. Their smaller body frame and high oestrogen levels indicate youthfulness and, probably, are categorised as posing no danger. On the contrary, these cues might imply even gaining from trust in terms of mating context. Hence, the acceptance of unknown. For women, a female low-pitched voice was more trustworthy. It might be explained as expressed by women's tendency to seek female companions, not competitors. As previously mentioned, high-pitched voice is related to higher oestrogen levels. Therefore, a high-pitched female might be considered a rival and pose a danger in terms of psychoevolutionary theory of trust. Moreover, women might be eager to grant personal trust, which is also given to virtual entities such as fellow females (Sztompka 2007).

To conclude, there is a relation between paralinguistic voice features and trustworthiness of a voice. The reasons behind these relations are, however, yet to be discovered.

## Bibliography

- Albright, Karen, Richardson, Terri, Kempe, Karin & Wallace, Kristin (2014): „Toward a trustworthy voice: increasing the effectiveness of automated outreach calls to promote colorectal cancer screening among African Americans”. *The Permanente Journal* 18(2). Pp. 33–37.
- Baumann, Oliver & Belin, Pascal (2010): „Perceptual scaling of voice identity: common dimensions for different vowels and speakers”. *Psychological Research/Psychologische Forschung* 74(1). Pp. 110–120.
- Belin, Pascal, Boehme, Bibi, & McAleer, Phil (2017): „The sound of trustworthiness: Acoustic-based modulation of perceived voice personality”. *PLoS ONE*, 12(10), e0185651. [retrivered: 03.06.2018]
- Feldstein, Stanley & Sloan, Barbara (1984): „Actual and stereotyped speech tempos of extraverts and introverts”. *Journal of Personality* 52(2). Pp. 188–204.
- Fleming, David, Giordano, Bruno, Caldara, Roberto & Belin, Pascal (2014): „A language-familiarity effect for speaker discrimination without comprehension”. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 111(38). Pp. 13795–13798.



- Jarymowicz, Maria & Imbir, Kamil (2010): „Próba taksonomii ludzkich emocji”. *Przegląd Psychologiczny* 53(4). Pp. 439–461.
- Laver, John (1980): *The phonetic description of voice quality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McAleer, Phil, Todorov, Alexander & Belin, Pascal (2014): „How do you say ‘hello’? personality impressions from brief novel voices”. *PloS one*, 9(3):e90779. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0090779>. [retrieved: 16.06.2018]
- O’Connor, Jillian & Barclay, Pat (2017): „The influence of voice pitch on perceptions of trustworthiness across social contexts”. *Evolution and Human Behavior* 38(4). Pp. 506–512.
- Seifert, Eberhard & Kollbrunner, Juerg (2005): „Stress and distress in non-organic voice disorders”. *Swiss medical weekly* 135(27-28). Pp. 387–397.
- Sztompka, Piotr (2007): *Zaufanie: fundament społeczeństwa*. Kraków: Znak.



## **Fremdsprachenunterricht mal anders – Einführung zum Flipped Classroom**

### **Teaching foreign languages in a different way – an introduction to Flipped Classroom**

One of the key matters in foreign language teaching is the choice of an appropriate method. In contrast to the classic teaching format, the flipped classroom approach offers students theoretical learning contents (most frequently uploaded online) to gain some time to practice and debate in the classroom. Thanks to this solution students can learn at home more autonomously because they can learn at their own pace in accordance with their learning style. The issues discussed in the article are: the historical background of the beginnings of the aforementioned method, its classification in the particular context and the roles of a teacher and a student.

Schlüsselwörter: Flipped Classroom, Inverted Classroom, umgedrehter Unterricht

Keywords: flipped classroom, flipped learning, flipped teaching, inverted classroom, reversed classroom

## **1. Begriffsbestimmungen und Hintergrund**

Der Begriff *Flipped Classroom* wird in der Fachliteratur unterschiedlich definiert. Im englischsprachigen Raum wird die Methode entweder als ‚flipped classroom‘ (u. a. Bergmann/Sams 2012), ‚inverted classroom‘ (u. a. Rojo 2015) oder ‚reversed classroom‘ (u. a. Sherbino/Chan/Schiff

2013) beschrieben. Im deutschsprachigen Raum werden dagegen oft Nominalphrasen verwendet, unter anderem ‚der Flipped Classroom‘ (u. a. Ebel/Manthey/ Mütter/Spannagel 2015), ‚der Inverted Classroom‘ (u. a. Braun/Metzger/Ritter/Vasko/Voss 2012, Wala 2015), ‚umgedrehter Unterricht‘ (u. a. Behringer 2014) oder auch ein Verb ‚(aus)flippen‘ (u. a. Sprung 2017). Obwohl die deutschen Bezeichnungen in unterschiedlichen Kontexten verwendet werden, stellt Krause (2016: o. S.) fest, dass der Begriff ‚Flipped Classroom‘ grundsätzlich im schulischen Kontext vorkommt, während ‚Inverted Classroom‘ eher im Hochschulumfeld eingesetzt wird. In Polen werden die folgenden Termini benutzt: ‚odwrócona lekcja‘ (u.a. Puciłowska 2014, Kowalczyk o. J.), ‚lekcja odwrócona‘ (u. a. Janicki 2016, Grzebień 2017), ‚odwrócona klasa‘ (u. a. Mak 2016), und ‚nauczanie odwrócone‘ (u. a. Jackiewicz 2016). Da die Bezeichnung *Flipped Classroom* am häufigsten in der Fachliteratur angewendet wird, wird diese Form in diesem Beitrag konsequent verwendet.

Flipped Classroom (FC) unterscheidet sich vom traditionellen Frontalunterricht und gliedert sich in zwei Kompetenzen: die Selbstlernphase und die Präsenzphase. Die Selbstlernphase erfolgt immer zu Hause und die Präsenzphase wird im Klassenzimmer realisiert. Nach Behringer (2014: 130) beruht dieses Konzept auf der Grundidee, dass

[...] für die Vermittlungs- und Rezeptionssituation kein gemeinsamer Ort erforderlich ist. Die Inputphase wird nach Hause verlagert, wo die Lernenden sich mit Hilfe von Online-Material (zum Beispiel Videos, die über YouTube bereitgestellt werden) auf den gemeinsamen Unterricht vorbereiten.

Generell verbindet das Flipped Classroom-Konzept Präsenzveranstaltungen mit neuen Formen der E-Didaktik und wird dem Begriff ‚Blended Learning‘ zugeordnet. Beim ‚Blended Learning‘ handelt es sich vor allem um

nichts anderes als ein Lernen mit verschiedenen Medien und Methoden unter Einbezug von virtuellen und physischen Räumen, was in dieser Allgemeinheit als Kennzeichnung auf unzählige Lehr-Lernsituationen in allen möglichen Bildungskontexten zutrifft. (Reinmann 2011: 7)

Der Hauptunterschied besteht darin, dass diese beiden Ansätze in der Präsenzphase sichtbar sind. Beim ‚Blended Learning‘ kann sie reduziert oder durch Online-Aktivitäten (während der Selbstlernphase) ersetzt werden. Andererseits kann die Präsenzphase beim Flipped Classroom nie zeitlich reduziert oder durch Online-Aktivitäten ersetzt werden. Die Selbstlernphase zielt darauf ab, die Lernenden auf den Unterricht vorzubereiten (vgl. Scagnoli 2013).

So kann Kenner/Dirk (2016: 2) und Correa (2015: 114–123) zugestimmt werden, dass der Flipped Classroom im Allgemeinen auf die Nutzung und Ausschöpfung der Potenziale digitaler Medien ausgerichtet ist. Es ist aber zu betonen, dass er immer gut didaktisch bearbeitet werden sollte. Ungeachtet dieses Zusammenhangs ist die Kategorisierung vom Flipped Classroom in der Fachliteratur nicht einheitlich. Einerseits wird der Flipped Classroom als ein Modell angesehen (vgl. Handke/Kiesler/Wiemeyer 2013, Handke/Sperl 2012, Keengwe/Onchwari/Oigara 2014, Köpf 2017). Andererseits wird über eine Lehrmethode (vgl. Handke/Sperl 2012, Behringer 2014, Janicki 2016, Puciłowska 2014), eine Strategie (vgl. Dylak 2013), ein alternatives Unterrichtskonzept (vgl. Ebel, Manthey, Müter, Spannagel) oder ein didaktisches Unterrichtskonzept (vgl. Kück 2014, Arnold 2016, Czaplikowska 2015, Sprung 2017, Glöckner 2017a) gesprochen. Aufgrund der Tatsache, dass die Methodik an dem „wie“ interessiert ist, wird der Flipped Classroom der Definition der Methodik zugeordnet.

Im Fokus der Diskussion wird von Glöckner (2017b: 95) postuliert, dass der langfristige Einsatz vom Flipped Classroom als eine Methode hin zum Flipped Learning als konzeptionellem Lernprozess übergehen kann. Für Glöckner (2017b: 95) bedeutet das im Zusammenhang des Fremdsprachenunterrichts „eine Verstärkung des selbstorganisierten Lernens in Kombination mit einer verstärkten kompetenzorientierten und differenzierenden fremdsprachlichen Ausrichtung“ und lässt sich praktisch aufgrund der starren Bedingungen des Schulsystems und nicht ausreichender technischer Bedingungen in den Einzelschulen nur schwer umsetzen. Trotz dieser Herausforderungen verspricht diese Methode viel Potenzial, was erfolgreiche Projekte (u. a. „Flip your class!“, „Kolegium Śniadeckich – innowacyjny program nauczania przedmiotów przyrodniczych“) und Berichte von Lehrenden (Janicki 2016, Glöckner 2017a, Glöckner 2017b, Rojo 2015) bestätigen.

Es sollte gleichzeitig hervorgehoben werden, dass der Flipped Classroom nicht selten mit dem Konzept ‚Lernen durch Lehren‘ verwechselt wird. Während beim Flipped Classroom Online-Aktivitäten auf den nächsten Unterricht vorbereiten, handelt es sich beim ‚Lernen durch Lehren‘ um einen Rollenwechsel der Lernenden und Lehrenden im Fremdsprachenunterricht (vgl. Czaplikowska 2015: 127, Puciłowska 2014: 23).

## **2. Hintergrund und Einordnung**

Der Flipped Classroom wurde zuerst in den USA entwickelt und vor allem in der Sekundarstufe und im universitären Bereich etabliert. Die Anfänge dieser Idee gehen auf das Jahr 2007 zurück, als erstmals zwei Chemielehrer Jonathan Bergman und Aaron Sams aus der Woodland Park High School in Colorado die Methode in ihrem Unterricht implementiert haben. In ihren veröffentlichten Artikeln und in ihrem Buch „Flip your classroom: reach every student in every class every day“ (2012) erklären sie, dass der Einsatz vom Flipped Classroom aus der Not entstanden ist, ihren abwesenden und kranken Lernenden den Lernstoff zu vermitteln. Bergman und Sams (2012) haben angefangen, die Lerninhalte in der Form von selbstgedrehten Videos und Screencasts ihren Lernenden im Internet zur Verfügung zu stellen. Die Idee wurde unter der Schülerschaft so beliebt, dass andere Klassen aus dieser Schule und schließlich auch Lernende aus der ganzen Welt von dieser Idee profitieren wollten (vgl. Bergman/Sams 2012: 3f.).

Zur gleichen Zeit hat Salman Khan die Khan Academy in den USA gegründet. Zunächst hat er zahlreiche Erklär-Videos auf YouTube hochgeladen, aber wegen der starken und immer wachsenden Popularität der Videos hat sich die Academy mittlerweile in eine Bildungsplattform mit mehr als 13.000 erklärenden Videos und Tausenden Übungen für jede Altersgruppe umgewandelt. So wertet Klinkhammer (2017: 24) aus, dass diese erfolgreiche Bildungsplattform völlig im Einklang mit dem Flipped Classroom-Konzept steht und die Lernentwicklung stützt. Daraufhin hat sich sehr schnell ergeben, dass die Khan Akademie nicht nur die amerikanischen Lernenden und Lehrkräfte überzeugt hat.

Im Laufe der Zeit wurde das Flipped Classroom-Konzept auch in Europa verbreitet, hauptsächlich im naturwissenschaftlichen und mathematischen Kontext. Christian Spannagel hat im Jahre 2010 angefangen, das Flipped Classroom-Konzept in seinem Mathematikunterricht an der Hochschule Heidelberg einzusetzen. Darüber hinaus hat er mittlerweile das Projekt „Flip your class!“ in Zusammenarbeit mit drei Berliner Schulen initiiert und eine Webseite zu diesem Projekt<sup>1</sup> eingerichtet (vgl. Sprung 2017: 4f.).

Ein ähnliches Projekt wurde auch in Polen durchgeführt. Im Jahre 2009 hat Stanisław Dylak (2013: 9) an der Adam-Mickiewicz-Universität in Poznań begonnen, das Flipped Classroom-Konzept<sup>2</sup> wissenschaftlich zu untersuchen. In Zusammenarbeit mit Kolegium Śniadeckich und mit der Stiftung „Ogólnopolska Fundacja Edukacji Komputerowej“ hat er Erfahrungen während des dreijährigen Pilotprogramms zum Flipped Classroom-Konzept im naturwissenschaftlichen und mathematischen Kontext für die Lernenden in der Sekundarstufe in Polen gesammelt. Die Ergebnisse wurden im Buch „Strategia nauczania wyprzedzającego“ im Jahre 2013 beschrieben.

Aus den oben genannten Beispielen lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass das Flipped Classroom-Konzept vor allem im Fokus der naturwissenschaftlichen und mathematischen Fächer steht. Ein Grund dafür nennt Glöckner (2017a: 89):

Im deutschsprachigen schulischen Raum hat sich das Unterrichtskonzept des flipped classroom oder inverted classroom bisher insbesondere in den mathematischen und naturwissenschaftlichen Fächern etabliert, da es vor allem dort praktisch scheint, neue Lerninhalte mithilfe von Lernvideos zu vermitteln.

Nichtsdestotrotz wird versucht, den Flipped Classroom auch in anderen Fächern einzusetzen. Obwohl es im fremdsprachlichen Kontext bisher nicht so viele Beispiele bezüglich dieser Methode gibt, hebt

---

<sup>1</sup> Mehr zu dem Projekt „Flip your class!“ auf der Webseite: <http://flipyourclass.christian-spannagel.de> [Zugang am 25.02.2020].

<sup>2</sup> Das Flipped Classroom wird bei Dylak als „strategia kształcenia wyprzedzającego“ bezeichnet.

Glöckner (2017a: 89) hervor, dass Flipped Classroom eben in diesem Bereich über ein großes Potenzial insbesondere in der Spracherwerbsphase verfügt. Grund hierfür ist, dass die moderne Schule zurzeit sehr anspruchsvoll ist und die Schülerschaft insgesamt deutlich heterogener geworden ist. Außerdem bringt jeder Lernende andere Voraussetzungen, Veranlagungen, Interessen und Fähigkeiten mit (vgl. Kück 2014: 5). Janicki (2016: 36) hat den Versuch unternommen, diese modernen Schülerinnen und Schüler in Kategorien zu gliedern. Die kleinste Gruppe bilden Personen, die immer aktiv am Unterricht teilnehmen, sich schnell Wissen aneignen und es ausschöpfen. Die weiteren Lernenden kommen etwas schlechter zurecht. Sie brauchen mehr Zeit, um das Material zu verstehen, zu üben und anzuwenden. Nicht selten gibt es auch Lernende mit Lernschwierigkeiten oder Verhaltensstörungen, die sich schnell im Unterricht langweilen und an dem Thema nicht interessiert sind. Grzebień (2017: 4) merkt dabei an, dass normalerweise das Unterrichtstempo an die durchschnittlichsten Lernenden angepasst wird. Dies hat zur Folge, dass die besten Schülerinnen und Schüler nicht vollständig vom Unterricht profitieren können und die schwächsten nicht imstande sind, mit dem auferlegten Tempo mitzuhalten. Diese Lernenden müssen den Stoff selbst zu Hause nachholen und verlieren dadurch mit der Zeit an Lernmotivation.

Um dies zu ändern, sollte man die aktuelle Einstellung der Schülerinnen und Schüler verstehen. Uchwat-Zaród und Zaród (2017: 52) sind der Meinung, dass sich die Eigenschaften von Lernenden durch neue Technologien und freien Internetzugang geändert haben. Sie wollen nicht mehr als passive Empfänger gelten, sondern sich aktiv am Lernprozess beteiligen. Im Anschluss daran steht der Frontalunterricht im Mittelpunkt der Diskussion. Untersuchungen zeigen immer wieder, dass der Frontalunterricht die häufigste Unterrichts- und Sozialform ist und durchschnittlich rund zwei Drittel des gesamten Unterrichts ausmacht (vgl. Ebel, Manthey, Mütter, Spannagel 2015: 6). Laut der DESI-Studie (2008) sprechen Lehrerinnen und Lehrer im Durchschnitt mehr als doppelt so lange im Unterricht als alle Schülerinnen und Schüler zusammen (vgl. Helmke et al. 2008: 350). Infolgedessen haben die Lernenden besonders während des Fremdsprachenunterrichts nicht so viel Zeit und Möglichkeiten, die Fertigkeit Sprechen in der Praxis zu



üben. Meyer (2002: 109) bemerkt dieses Problem und schlägt in einer seiner Thesen ein angemessenes Gleichgewicht zwischen traditionellem und modernem Unterricht vor: „So wenig Frontalunterricht wie möglich! Aber wenn schon, dann bitte mit Pfiff, Phantasie und ohne schlechtes Gewissen!“

Die immer wiederkehrende Kernfrage lautet demnach, inwiefern der Teil des Frontalunterrichts reduziert werden kann und wie viel Zeit für individuelle Förderung und das selbstgesteuerte Lernen im Unterricht gewidmet werden kann, während Lehrkräfte immer noch das Gefühl haben, dass sie gebraucht und wichtig beim Bildungsprozess der Lernenden sind (vgl. Ebel et al. 2015: 3). Eine mögliche Antwort auf diese Frage bietet Flipped Classroom, der seit einigen Jahren im schulischen Kontext als eine methodische Alternative vorgeschlagen wird (vgl. Kück 2014, Bergmann und Sams 2012). Gerade bei dieser Methode werden die zentralen Aktivitäten des Lehrens und Lernens umgekehrt. Dank dem Flipped Classroom sind Schülerinnen und Schüler in der Lage, alle drei oben erwähnten Typen von Lernenden zu erreichen und ihnen zu helfen (vgl. Janicki 2016: 36). Ebel et al. (2015: 3) machen zusätzlich noch darauf aufmerksam, dass beim Flipped Classroom die Wissensvermittlung und -aneignung unabhängig von Ort und Zeit (meistens zu Hause) mit Hilfe digitaler Medien erfolgen. In der Präsenzphase bleibt also Zeit für die Vertiefung, Übung, Anwendung oder Reflexion des Gelernten. Wie Grzebiń (2017: 4) aus eigener Erfahrung als Lehrer in der Oberschule bemerkt, enthält das polnische Curriculum eine niedrige Anzahl an Unterrichtsstunden. Umso wichtiger ist es, die Präsenzphase völlig auszunutzen und Schülerinnen und Schülern die Chance zu geben, ihr Wissen im eigenen Tempo aufzunehmen und ein autonomes Lernen zu ermöglichen.

Außerdem nennen Bergmann und Sams (2012: 4) einen weiteren wichtigen Grund für den Einsatz vom Flipped Classroom und zwar haben dank dieser Methode die abwesenden Lernenden immer eine Möglichkeit, fehlende Unterrichtseinheiten nachzuholen. In solch einem Fall sind Lehrkräfte nicht mehr verpflichtet, einzelne E-Mails von abwesenden Schülerinnen und Schülern zu beantworten oder mit ihnen nach der Arbeitszeit zu bleiben. Biesiadecka (2015: 52) hat diese Situation selbst als Dozentin für Deutsch an der Universität in Wrocław erlebt:

„Studenten haben mich oft um Kontaktaufnahme per E-Mail gebeten: sie haben mir ihre Arbeiten geschickt und nach zusätzlichen Sprechstunden, Erläuterungen, Hinweisen und Ratschlägen gefragt.“ Solch ein sich immer wiederholendes Handeln hat die Autorin zum Nachdenken gezwungen. Sie hat mittlerweile bemerkt, dass moderne Schülerinnen und Schüler nicht nur mehr Zeit im Internet als im Klassenzimmer verbringen, sondern auch in der Online-Informationsbeschaffung fließender als in der traditionellen Informationsbeschaffung in der Bibliothek sind. Aus diesem Grund hat Biesiadecka auch das Flipped Classroom-Konzept in die Praxis umgesetzt.

Die Tatsache, dass sich so viele Lehrkräfte<sup>3</sup> entschieden, das Flipped Classroom-Konzept in ihren Unterricht zu implementieren, zeugt nur davon, dass neue Unterrichtsmodelle und die Organisation des Schulsystems in Betracht gezogen werden sollten, denn wie Bial (2017: 4) zu Recht bemerkt: „Die digitale Transformation verlangt *change management* im Klassenraum“. Das Unterrichten in der virtuellen Welt ist unsere Zukunft, was auch Mansfeld/Quast/Schütte (2013: 40) bestätigen:

Das Internet hat sich inzwischen durch neue technische Entwicklungen und niedrige Zugangshürden landesweit als neuer virtueller Lernort etabliert. Digitales Lernen findet quasi hinter dem Rücken der traditionellen Lernorte und klassischer Sozialisationsformen statt.

Darüber hinaus soll hinzugefügt werden, dass die Digitalisierung des Lernens nicht als ein Problem angesehen werden sollte, sondern als ein Lösungsansatz für Herausforderungen im schulischen Kontext (vgl. Schmid/Goertz/Behrens 2016). Daraus kann man schließen, dass der bewusste Einsatz vom Flipped Classroom-Konzept ein wichtiger Baustein in der modernen Didaktik sein kann.

---

<sup>3</sup> Exemplarisch hierfür: Biesiadecka (2015), Ebel/Manthey/Müter/Spannagel (2015), Jackiewicz (2016), Janicki (2016), Mak (2016), Reiher (2016), Grzebień (2017), Köpf (2017), Glöckner (2017).

### 3. Rolle der Lehrkräfte beim Flipped Classroom-Konzept

Beim Flipped Classroom nehmen Lehrende neue Rollen ein. Nach Mak (2016: 9) werden diese nur bei solchen Lernenden recht gut funktionieren, die auf die Rolle des „allwissenden Meisters“ und des „unfehlbaren Weisen“ verzichten können. In der Literatur zum Flipped Classroom kommen folgende Bezeichnungen für die neuen Rollen der Lehrenden vor:

- Lehrkraft als wissenschaftlicher Coach, der die Lernenden im Lernprozess leitet und unterstützt (vgl. Mak 2016: 9)
- Lehrkraft als Moderator, der für inhaltliche Fragen, thematische Übungen und Unterrichtsgespräche zur Verfügung steht (vgl. Mansfeld / Quast / Schüte 2013: 42 und Dylak 2013: 11)
- Lehrkraft als „E-learning Moderator“ (vgl. Gavranović 2017: 500)
- Lehrkraft als DJ vom fremdsprachlichen Lehren und Lernen (vgl. Bial 2017: 5)
- Lehrkraft als eine Aufsichtsperson (vgl. Kozik 2015: 20)

Für Biesiadecka (2015: 4) und Reiher (2016: 36) können die oben genannten Rollen eine Herausforderung für Lehrkräfte darstellen. Die Lehrenden sollten jetzt nicht nur als Couch/Moderator für Lernende gelten, sondern die neuen Technologien gleichzeitig beherrschen und interessante Lernmaterialien für den Kurs aussuchen. Dies erfordert in der Regel von den Lehrenden viel Arbeit unter Zeitdruck, viel Arbeitsaufwand (Aufnehmen, Schneiden, Hochladen etc.), Kenntnis der Organisation von *ad hoc*-Situationen und ein breites Repertoire an Lehrmethoden, Lehrtechniken und alternativen Unterrichtsszenarien verfügen (vgl. Czaplikowska 2015: 131). Dabei haben die Lehrenden die Aufgabe, die Lernenden im Lernprozess zu unterstützen, ihre Arbeit zu überwachen und das Flipped Classroom-Konzept geschickt in den Unterricht zu implementieren, was auch zur Entwicklung der Kompetenzen und der Stimulierung unterschiedlicher Aktivitäten beitragen sollte (vgl. Kozik 2015: 20).

Außerdem ist es wichtig, dass die Lehrkräfte ihren Unterricht oder den Medieneinsatz unter Berücksichtigung des Fachwissens (Content

Knowledge), des pädagogischen, didaktischen und methodischen Wissens (Pedagogical Knowledge) und ihrer technischen Möglichkeiten, Fähigkeiten und Fertigkeiten (Technological Knowledge) planen und gestalten. Falls sie über diese drei Arten von Wissensdimensionen verfügen, sind sie gleichzeitig auf die Arbeit mit dem Flipped Classroom vorbereitet, weil sie über „Technological Pedagogical Knowledge“ verfügen. Diese Situation wurde auf dem folgenden Modell dargestellt, das von den Bildungspsychologen Shulman (1986) erarbeitet und dann von Koehler und Mishra (2016) entwickelt wurde.

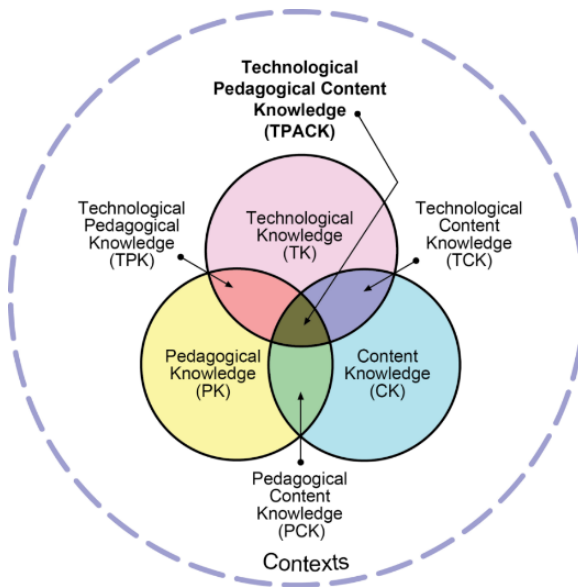


Abb. 1: Technological Content Knowledge (TPACK)<sup>4</sup>

Im Lichte der obigen Erwägungen ist zu betonen, dass die Rolle und Kompetenzen der Lehrkräfte beim Flipped Classroom aus einer

<sup>4</sup> Quelle: [www.educationaltechnology.net/technological-pedagogical-content-knowledge-tpack-framework](http://www.educationaltechnology.net/technological-pedagogical-content-knowledge-tpack-framework) (Zugriff am 25.02.2019).

ganz neuen Sicht präsentiert werden. Von zentraler Bedeutung ist im vorliegenden Fall die Änderung des Lehrstils: von dem autoritären zum liberalen. Das bedeutet, dass die Lehrkraft nicht mehr im Unterricht dominieren darf (vgl. Czaplikowska 2015: 131). Trotz dieser neuen Perspektive sollten die Lehrkräfte keine Angst haben, denn wie Bial (2017: 4) appelliert: „Machen Sie sich keine Sorgen: die allerwichtigste Ressource, die Schule hat, sind wir: ihre Lehrerinnen und Lehrer“. Darüber hinaus macht die Autorin darauf aufmerksam: „Denn schließlich gehen Sie ja auch *offline*, wenn Sie etwas langweilt. *Neu starten, nicht herunterfahren*, ist die große Herausforderung digitalen Lernens.“

#### 4. Rolle der Lernenden beim Flipped Classroom-Konzept

Flipped Classroom ändert nicht nur die Rollen der Lehrkräfte. Für die meisten Lernenden wird er auch ein Novum sein, das eine gute Vorstellungskraft und Anpassung an den neuen Arbeitsstil verlangt. Die neue Arbeitsweise wird nur dann erfolgreich sein, wenn die Lehrkraft die Veranlagungen ihrer Lernenden und die Dynamik der ganzen Klasse gut kennt. Genauso wie im Fall anderer Innovationen sollten die Lernenden genügend Zeit für die Umsetzung und das Vertrautmachen mit dem neuen Konzept haben. Dabei ist es wichtig, in der Umsetzungsphase die Rolle der Lernenden und Lehrenden und alle Regeln bezüglich der gegenseitigen Kommunikation (sowohl bei der Selbstlernphase als auch bei der Präsenzphase) vom Anfang an zu verdeutlichen. Jeder Lernende ist anders und wendet andere Lernstrategien an (vgl. Czaplikowska 2015: 132f.). Das Phänomen erklären Vock und Gronostaj (2017: 5), die den Begriff der Heterogenität näher beleuchten:

Kinder und Jugendliche unterscheiden sich in ihren Lernvoraussetzungen. Vielfalt besteht zum Beispiel hinsichtlich Alter und Geschlecht, ethnischer, kultureller und sozialer Herkunft, aber auch Interessen, Motivation und Leistungsfähigkeit. Heterogenität ist beides: Realität in Schulen und Klassenzimmern sowie Herausforderung für das schulische Lernen, die Unterrichtsgestaltung und die Organisationsform von Lerngruppen.

Glöckner (2017b: 39) stützt sich auf die Problematik der Heterogenität in Klassen auf der Sekundarstufe am Beispiel der deutschen gymnasialen Oberschulen, wo sie selbst Spanisch unterrichtet. Dort wird die Problematik besonders sichtbar, weil die Lernenden mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Vorkenntnissen in die Schule kommen. Dieselbe Situation beschreibt Reiher (2016: 36) aus der Perspektive der norwegischen Schule. Als Deutschlehrerin wird sie ständig mit dem gleichen Dilemma konfrontiert: manche Lernenden bringen gute Deutschkenntnisse aus der Grundschule mit, andere dagegen haben ein sehr bescheidenes Vokabular und keine Grammatikkenntnisse.

Es ist enorm wichtig, dass die Lehrkraft solche Probleme bemerkt und die Heterogenität im Klassenzimmer berücksichtigt, um alle Lernenden optimal zu engagieren (vgl. Czaplikowska 2015: 132–133). Die Arbeit in einer heterogenen Klasse mit einer Klassenstärke von bis zu 28 Lernenden scheint nicht einfach zu sein und aufgrund dessen wird Flipped Classroom als eine Alternative angesehen, die die Arbeit bei oben genannten Umständen erleichtern kann.

Nach Glöckner (2017b: 43) wird auf solche Art und Weise die Phase der Vermittlung verkürzt und die Phase des Erfassens und Begreifens verstärkt. Darüber hinaus haben alle Lernenden mit unterschiedlicher Vielfalt an Begabungen, Potenzialen und Interessen die gleichen Chancen, den Stoff in der Selbstlernphase zu erwerben. Sie können zu Hause individuell arbeiten und müssen sich nicht an bestimmte Orte, Gruppen oder Zeiten halten. Inhalte und Lernwege werden sich dagegen flexibel dem Vorwissen, dem Lerntempo und der zur Verfügung stehenden Zeit anpassen (vgl. Mansfeld/Quast/Schütte 2013: 42).

## **5. Zusammenfassung**

Das Flipped Classroom-Konzept wird zurzeit als eine neue Form der Mediendidaktik und eine Alternative zum frontalen Unterrichten angesehen. Ihr Einsatz im Fremdsprachenunterricht verändert nicht nur die Lernperspektive von Schülern und Schülerinnen, definiert aber auch neue Rollen für Lehrende. Obwohl die Methode Herausforderungen

darstellt, bestätigen viele erfolgreiche Projekte (u. a. „Flip your class!“, „Kolegium Śniadeckich – innowacyjny program nauczania przedmiotów przyrodniczych“) und Berichte von vielen Lehrenden (Janicki 2016, Glöckner 2017, Rojo 2015), dass es sich lohnt, sich Mühe mit dem Einsatz vom Flipped Classroom zu geben. Das Bewusstsein, dass sich Lernende dank dieser Alternative aktiver und bewusster am Lernprozess beteiligen werden, sollte für Lehrkräfte die größte Grundmotivation für den Einsatz dieser Methode sein.

## Literaturverzeichnis

- Arnold, Christine (2016): „Lernvideos: Chance und Herausforderung auch für Dozierende“. *Impact ZHAW* 33, 42. S. 42–43.
- Behringer, Nicole (2014): „Flipped Classroom: Der Unterricht wird auf den Kopf gestellt“. [In:] *wissens.blitz* 130. Verfügbar unter: [www.wissensdialoge.de/flipped\\_classroom](http://www.wissensdialoge.de/flipped_classroom) [Zugriff: 09.05.2018]
- Bergmann, Jonathan / Sams, Aaron (2012): *Flip your classroom. Reach every student in every class every day*. Eugene: Oregon.
- Bial, Jessica (2017): „Flipped Classroom. Oder: Gelerntes kann ein Problem sein“. *Praxis Fremdsprachenunterricht* 5, 4. S. 4.
- Biesiadecka, Magdalena (2015): „Uczę, oceniam, motywuję – o kursie językowym w przestrzeni wirtualnej“. *Języki Obce w Szkole* 4. S. 52–55.
- Braun, Isabel / Metzger, Gottfried / Ritter, Stefan / Vasko, Mikko / Voss, Hans-Peter (2012): „Inverted Classroom an der Hochschule Karlsruhe – ein nicht quantisierter Flip“. [In:] Handke, Jürgen / Sperl, Alexander (Hrsg.): *Das Inverted Classroom Model: Begleitband Zur Ersten Deutschen ICM-Konferenz*. Münster: Oldenbourg Verlag. S. 117–138.
- Correa, Maite (2015): „Flipping the Foreign Language Classroom and Critical Pedagogies: A (New) Old Trend“. *Higher Education for the Future* 2(2). S. 114–125.
- Czaplikowska, Renata (2015): „Odwrócona lekcja (flipped lesson) jako innowacyjny model organizacyjny lekcji języka obcego“. *Language and Literary Studies of Warsaw* 5. S. 125–135.
- Dylak, Stanisław (2013): *Strategia kształcenia wyprzedzającego*. Poznań: Ogólnopolska Fundacja Edukacji Komputerowej.
- Ebel, Christian / Manthey, Livia / Müter, Julia / Spannagel, Christian (2015): „Flip your class! – Ein entwicklungsorientiertes Forschungsprojekt an

- Berliner Schulen“. [In:] Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): *Individuell fördern mit digitalen Medien. Chancen, Risiken, Erfolgsfaktoren*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung Verlag. S. 311–331.
- Gavranović, Valentina (2017): „Enhancing learners' autonomy through flipped classes“. [In:] *Sinteza 2017 – International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research*. Belgrade, Singidunum University, Serbia. S. 498–502.
- Glöckner, Mareike (2017a): „Der geflippte Spanischunterricht – mit dem Fipped Classroom Konzept zu einem kompetenzorientierenden und differenzierenden Fremdsprachenunterricht“. *Hispanorama* 157. S. 88–95.
- Glöckner, Mareike (2017b): „Der geflippte Fremdsprachenunterricht-von einer (quasi) experimentellen Untersuchung zu einem Umdrehen des Fremdsprachenunterrichts“. [In:] Zeaiter, Sabrina / Handke, Jürgen: *Inverted Classroom-The Next Stage: Lehren und Lernen im 21. Jahrhundert*. Baden-Baden: Tectum Verlag.
- Grzebień, Waldemar (2017): *Nauczanie języka niemieckiego metodą CLIL z wykorzystaniem lekcji odwróconej*. Warszawa: Ośrodek Rozwoju Edukacji.
- Handke, Jürgen / Kiesler, Natalie / Wiemeyer, Leonie (Hrsg.) (2013): *The Inverted Classroom Model – The 2nd German ICM-Conference – Proceedings*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Handke, Jürgen / Sperl, Alexander (Hrsg.) (2012): *Das Inverted Classroom Model – Begleitband zur ersten deutschen ICM-Konferenz*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Helmke, Tuyet / Helmke, Andreas / Schrader, Friedrich-Wilhelm / Wagner, Wolfgang / Nold, Günter / Schröder, Konrad (2008): „Die Videostudie des Englischunterrichts“. [In:] Klieme, Eckhard (Hrsg.): *Unterricht und Kompetenzerwerb in Deutsch und Englisch. Ergebnisse der DESI-Studie*. Weinheim u.a.: Beltz. S. 345–363.
- Jackiewicz, Agata (2016): „Gry planszowe i karciane jako narzędzie do rozwijania umiejętności mówienia na zajęciach z języków obcych“. *Języki Obce w Szkole* 4. S. 107–109.
- Janicki, Bartłomiej (2016): „Lekcja odwrócona“. *TRENDY* 4. S. 36–38.
- Keengwe, Jared / Onchwari Grace /und Oigara, James N. (Hrsg.) (2014): *Promoting Active Learning Through the Flipped Classroom Model*. Hershey: IGI Global.
- Kenner, Alessandra / Dirk, Jahn (2016): „Flipped Classroom – Hochschulelehre und Tutorien umgedreht gedacht“. [In:] Alexandra, Eßer / Kröpke, Heike / Wittau, Heidemarie (Hrsg.): *Tutorienarbeit im Diskurs III – Qualifizierung*



- für die Zukunft. Münster: WTM Verlag für wissenschaftliche Texte und Medien. S. 35–58.
- Klinkhammer, Lothar (2017): „Khan Academy. Eine erstklassige Bildungsplattform für Jeden“. *L.A. Multimedia Magazin für Didaktik und digitale Medien: Flipped School* 2. S. 24–25.
- Köpf, Alexandra (2017): „Flip your grammar classroom! Schülerinnen und Schüler stärken individuell und lernerorientiert ihre grammatikalische Kompetenz mittels in-class flip“. *Praxis Englisch* 2. S. 34–37.
- Kowalczyk, Barbara (o. J.): *Zmień zasady gry – odwróć lekcję! Odwrócona lekcja – materiały dydaktyczne*. Warszawa: Centrum Edukacji Obywatelskiej.
- Kozik, Barbara (2015): „Nauczyciel w świecie TIK – nauczanie odwrócone jako metoda aktywizacji uczniów“. *Hejnal Oświatowy* 4/142. S. 20.
- Krause, Beatrice (2016): „Inverted, flipped Classroom oder Blended Learning?“. Verfügbar unter: <http://netzkulturlernen.ch/2016/09/inverted-flipped-classroom-oder-blended-learning> (25.02.2020)
- Kück, Alexandra (2014): *Unterrichten mit dem Flipped Classroom-Konzept – Das Handbuch für individualisiertes und selbstständiges Lernen mit neuen Medien*. Mülheim an der Ruhr: Verlag an der Ruhr.
- Mak, Justyna (2016): „Odwrócenie. Czy lekcje do góry nogami mają sens?“. *Cool School Nauczyciele Nauczycielom* 1. S. 8–10.
- Mansfeld, Tanja / Quast, Jan / Schütte, Friedhelm (2013): „Von der Fortbildungsschule zum Virtual Classroom“. *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis* 3. S. 40–43.
- Meyer, Hilbert (2002): „Unterrichtsmethoden“. In: Kiper, Hanna / Meyer, Hilbert / Topsch, Wilhelm (Hrsg.): *Studium kompakt – Pädagogik: Einführung in die Schulpädagogik*. Berlin: Cornelsen.
- Puciłowska, Marta (2014): „Odwrócona lekcja“. [In:] Puciłowska, Marta (Hrsg.): *Pięć metod, czyli jak uczyć Szkoły z Klasą 2.0. z doświadczeń centrum edukacji obywatelskiej, nauczycieli i uczniów*. Warszawa: Centrum Edukacji Obywatelskiej. S. 23–29.
- Reiher, Anne (2016): „Einsatz von Flipped Classroom im DaF-Unterricht“. *Aktuelles für den Deutschunterricht in Norwegen* 57/1. S. 36–41.
- Reinmann, Gabi (2011): „Blended Learning in der Lehrerbildung: Didaktische Grundlagen am Beispiel der Lehrkompetenzförderung“ [In:] *Seminar 3: Bundesarbeitskreis der Seminar- und Fachleiter (BaK) (Hrsg.): Blended Learning und Medienkompetenz*. Baltmannsweiler. S. 7–16.
- Rojo, Beatriz (2015): „A Spanish Inverted Classroom: Student’s Perceptions and Implications for Teachers“. *eLearning Papers* 45. S. 4–16.

- Scagnoli, Norma (2013): „What about “Flipping the Classroom” instead of Blending?“. Verfügbar unter: [https://publish.illinois.edu/blended-learning/flip\\_or\\_blend/](https://publish.illinois.edu/blended-learning/flip_or_blend/) [Zugriff: 09.05.2018]
- Schmid, Stefan (2016): „Flipped Classroom – Neue Medien für den Unterricht“. *Didaktische Materialien und Anregungen für den Unterricht, DidaktikPLUS*, 01/2016. S. 3-21.
- Sherbino, Jonathan / Chan, Teresa / Schiff, Karen (2013): „The reverse classroom: lectures on your own and homework with faculty“. *Canadian Journal of Emergency Medicine* 15(3). S. 179–181.
- Sprung, Tina (2017): „Wenn Lehrer ausflippen. Flipped Classroom als Unterrichtskonzept“. *Didacta: Das Magazin für lebenslanges Lernen* 2. S. 4–7.
- Uchwat-Zaród, Dorota / Zaród, Marcin (2017): „Wykorzystanie TIK do nauczania gramatyki“. *Języki obce w szkole* 1. S. 52–57.
- Vock, Miriam / Gronostaj, Anna (2017): *Umgang mit Heterogenität in Schule und Unterricht*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Wala, Thomas / Lerch, Anja (2015): „Inverted Classroom & Digitalisierung von Lehrinhalten“. *Schule. Zeitschrift für Lehrer, Schüler und Eltern* 277. S. 8–9.

*Joanna Larysz*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Badanie różnic i podobieństw kultury polskiej i niemieckiej na podstawie porównania reklam internetowych z okresu świątecznego**

### **The analysis of differences and similarities between Polish and German culture based on the comparison of the Internet advertising spots during the Christmas and Easter season**

In this paper, the author attempts to underline the subtle difference between Polish and German advertising spots posted on YouTube and present their significance for effective marketing strategies. The analysed spots concern Christmas and Easter due to the plethora of specific cultural references connected with those celebrations. The paper consists of a theoretical and a practical part. The aim of the theoretical part is to explain the main terms connected with the subject such as “advertisement”, “advertising spot”, “the Internet as a new medium”, “the relationship between the culture and advertising”. Subsequently, the paper contains an explanation of the method used in the analysis (Christiane Nord), the description of the corpus and the exemplary analysis of two chosen advertising spots (one Polish and one German). The paper ends with a conclusion and a short summary. Although the dissimilarity between Poland and Germany seems not to be significant, it should not be disregarded.

Słowa kluczowe: reklama, spot reklamowy, Internet, kultura, różnice kulturowe

Keywords: advertisement, advertising spot, the Internet, culture, cultural differences

## 1. Wstęp

Rozpoczynając przygotowania do pisania artykułu, można było odnieść wrażenie, że na rynku do tej pory pojawiło się niezwykle mało publikacji dotyczących porównań międzykulturowych w reklamie. Większość prac w tym zakresie wydaje się wciąż bazować na pracy Römer *Die Sprache der Anzeigenwerbung* z 1971 roku. Podczas gromadzenia literatury nie udało się znaleźć drugiego tak obszernego porównania interkulturowego na linii Polska–Niemcy, a przecież od czasu wydania wspomnianej pozycji minęło już prawie pięćdziesiąt lat. Co więcej, brakuje także literatury dotyczącej międzykulturowego porównania współczesnych reklam internetowych. Wiele polskich i niemieckich prac dotyczy wprowadzie marketingu internetowego, ale z okresu początku XXI wieku. W ciągu ostatnich kilkunastu lat Internet uległ jednak znaczącej przemianie, podobnie szybko rozwija się także marketing internetowy. Niniejsza praca jest zatem jedną z prawdopodobnie niewielu prób porównania kultury polskiej i niemieckiej na podstawie reklam internetowych. Pole badawcze zawęży się do analizy reklam z okresu świątecznego.

W artykule podjęto próbę udowodnienia, że badania międzykulturowe są ważne dla efektywnego marketingu. Choć analizy skupiające się na porównaniu konkretnych korpusów nie sprawiają wrażenia ponadczasowych, wydaje się, że święta Bożego Narodzenia i Wielkanocy są w kulturze polskiej i niemieckiej elementem na tyle stałym, że niniejsza praca nie powinna stracić terminu przydatności. Zawsze może ona stanowić źródło porównania z reklamami tworzonymi w następnych latach.

W artykule ustalono następujący porządek rozważań: pierwszym krokiem jest przywołanie etymologii i próba zdefiniowania pojęcia *reklama* oraz charakterystyka *spotu reklamowego* jako gatunku tekstu. Następnie pojawia się refleksja na temat Internetu jako nowego medium. Nie bez znaczenia jest także powiązanie reklamy z kulturą. Następnym etapem jest przedstawienie metody analizy, dalej opisanie korpusu oraz przeprowadzenie przykładowej analizy wybranej reklamy polskiej i niemieckiej. Całość pracy zamykają podsumowanie oraz wnioski.

Jak pisał Stefan Żeromski w *Szyfowych pracach* (Żeromski 2012: 153): „Nauka jest jak niezmierne morze... -mówił pan. – Im więcej

jej pijesz, tym bardziej jesteś spragniony. Kiedyś poznasz, jaka to jest rozkosz... Ucz się tylko, co jest sił w tobie, żeby jej zakosztować”. Motywowana tą refleksją autorka niniejszej pracy zaprasza do lektury swoich naukowych rozważań.

## **2. Reklama – etymologia i próba zdefiniowania pojęcia**

Wyraz *reklama* wywodzi się z łaciny. Słowa *reclamare*, *reclamavi*, *reklamo*, *reclamatum* oznaczają w tym języku hałasowanie, głośnie nawoływanie, przywoływanie, krzyczenie. Średniowieczni kupcy nawoływali w ten sposób przechodniów do zakupu swoich towarów na jarmarkach czy ulicznych straganach. Reklama nie jest zatem nową formą promowania produktów, lecz jednym z najdawniejszych działań gospodarczych na świecie (por. Starzyńska 2015: 276).

Sformułowanie jednolitej definicji reklamy jest w dzisiejszych czasach niełatwe ze względu na jej efemeryczność, dynamikę i różnorodność. Najczęściej jednak spotkać się można z definicją reklamy jako świadomej formy wpływania na ludzkie pragnienia w celu osiągnięcia zamierzonego celu, czyli sprzedaży produktu, zachęcenia do skorzystania z usług bądź skłonienia do popierania konkretnej idei.

W odniesieniu do reklamy jako rodzaju tekstu publicznego szczególnie nacisk w definiowaniu kładzie się na jej odmienny charakter. Reklama jawi się jako wyjątkowy twór, który świadomie łamie wszelkie konwencje językowe, bawi się językiem, korzysta z jego odmian potocznych, żargonowych, zawiera w sobie bogactwo figur retorycznych. Wszystkie zabiegi językowe mają na celu zwrócenie uwagi widza, zaskoczenie, rozbawienie, czasami nawet zszokowanie.

Niniejsza praca jest porównaniem międzykulturowym. Jak zauważyła w swoim artykule Schatte (2010), cytując za Wilkoniem „współczesna kultura ma charakter reklamowy i jest ona wpisana w specyfikę danej kultury, z której zasobów chętnie korzysta” (Schatte 2010: 109).

Reklamy świąteczne wydają się bogatym źródłem przykładów różnic i podobieństw kulturowych. Praca ta dotyczy jednak szczególnego typu reklamy, który pojawia się w Internecie w postaci krótkich spotów filmowych w okresie przedświątecznym.

### 3. Charakterystyka spotu reklamowego jako gatunku tekstu

Gdy mowa jest o tekście reklamowym, ma się najczęściej na myśli statyczną reklamę drukowaną (np. w gazecie), na którą składają się tekst oraz obraz. Wyss (1998: 21) określa jednak mianem tekstu także ten występujący w elektronicznych mediach. Spot reklamowy jest w jej pracy specyficznym gatunkiem tekstu telewizyjnego. Jest on gatunkiem audiowizualnym i składa się z trzech elementów: obrazu, słów i efektów dźwiękowych. Wyróżnia go to na tle prototypowego, pisanego tekstu (por. tamże). Jednocześnie należy podkreślić, że analizowane na kanale YouTube spoty reklamowe nie różnią się formą od reklam telewizyjnych, stąd przywołanie literatury zajmującej się telewizją jako medium.

Makowski (2013: 173nn.) opisuje charakterystyczne cechy różnych środków reklamy telewizyjnej, w tym spotu, w którym występują realne postaci. Czasem pojawiają się w nich też postaci zwierzęce, sławne osobistości albo osoby celowo wybrane na potrzeby reklamy (np. ze względu na specyficzną mimikę czy cechy zewnętrzne). Za treść werbalną uważa on wypowiedzi poszczególnych postaci. Z trzech wymienionych wyżej elementów spotu reklamowego najbardziej istotny wydaje się obraz. Jak pisze dalej Makowski (2013), to właśnie przede wszystkim na nim skupiają się widzowie i to on oddziałuje w największym stopniu na ich emocje. Dzięki możliwości demonstrowania ruchu w spocie reklamowym obraz staje się dynamiczny i pozwala dokładniej uwypuklić istotne cechy reklamowanego produktu (por. tamże).

Tekst w spocie reklamowym składa się najczęściej z sekwencji, w których nie widać na ekranie mówcy, oraz z tych, w których mówca występuje jako postać w reklamie (por. Janich 2005: 68n.); określa się to zjawisko mianem „*on-gesprochene Passagen*” i „*off-gesprochene Passagen*”. Czasem przybiera on formę śpiewaną, której specyficznym rodzajem jest tzw. *jingle*, czyli śpiewany slogan lub hasło reklamowe. Elementy dźwiękowe w reklamie można podzielić na pierwszo-, drugo- i trzeciorzędowe, w zależności od tego, jaką rolę odgrywają one w całości przekazu. Przykładowo muzyka występująca jako tło zalicza się do elementów dźwiękowych trzeciorzędowych, ponieważ pełni jedynie funkcję budowania odpowiedniej atmosfery w reklamie.

#### 4. Internet jako nowe medium

Internet jest stosunkowo młodym medium reklamowym, z tego względu niełatwo jest znaleźć literaturę zajmującą się badaniem reklam, szczególnie w postaci krótkich spotów na popularnym kanale YouTube. Większość prac dotyczy jednak analizy banerów reklamowych pojawiających się w różnych miejscach na wybranej stronie internetowej lub reklam przesyłanych w formie mailowej. Jednak ze względu na istnienie w obecnych czasach tzw. wtyczek umożliwiających blokowanie reklam danej przeglądarki czy skrzynek mailowych, które automatycznie sortują reklamy, przesyłając je do folderu spam, wydają się one nieco przestarzałe, choć nadal obecne. Jak w swoim artykule naukowym pisze Bomba (2017), serwis ten był w chwili pojawienia się pewnego rodzaju rewolucją medialną w sieci, która szybko zyskała na popularności (Bomba 2017: 11). Stał się on dziś świątynią marketingu internetowego, a nawet nowym miejscem pracy dla tzw. *youtuberów*, którzy czerpią korzyści finansowe z publikacji różnorodnych produkcji audiowizualnych na wspomnianym kanale.

Główną zaletą Internetu jako medium jest stosunkowo niski koszt kampanii reklamowej w porównaniu z innymi mediami, np. telewizją, oraz jego powszechność, która umożliwia przesyłanie informacji w ułamku sekundy nawet na drugi koniec świata. W swoim artykule Kuczamer-Kłopotowska (2009: 553) wymienia cały szereg cech Internetu, które wyróżniają go na tle innych mediów w komunikacji marketingowej. Charakteryzuje go między innymi multimedialny sposób rozpowszechniania treści, a także ich kompleksowy przekaz. Klient w wygodny dla siebie sposób (nie wychodząc z domu) może uzyskać dodatkowe informacje o produkcie, korzystając z odnośników, czy porównać go z ofertami konkurencyjnymi, wpisując odpowiednie hasło w przeglądarce. Internet umożliwia także przedsiębiorcom stworzenie reklamy przeznaczonej dla konkretnego adresata, co określa się angielskim pojęciem *targeting*. Odbiorca ma nieograniczony dostęp do przekazywanej informacji, dzięki czemu wzrosnąć może funkcja utrwalająca reklamy. Co więcej ma on często możliwość samodzielnego wybierania interesujących go treści. W tym aspekcie Internet różni się przykładowo od telewizji, która

nieustannie narzuca widzowi reklamę w przerwie pomiędzy kolejnymi transmisjami. Warto także zaznaczyć, że w obecnej dobie informacji dość powszechnym zjawiskiem jest wzajemne powiązanie mediów. Przykładowo reklama pierwotnie telewizyjna może zostać udostępniona w Internecie, który staje się wtedy wtórnym medium. Niekiedy powiązanie jest tak zawile, że trudno jest rozpoznać medium pierwotne, dlatego na potrzeby niniejszej pracy uznaje się, że wszelkie spoty reklamowe na kanale YouTube są reklamą internetową, ponieważ to właśnie Internet służył jako analizowane medium i stamtąd pochodzi korpus.

## 5. Reklama a kultura

Według antropologii tradycyjnej kultura jest traktowana jako „zespół ustalonych wzorów, wynik zwyczajów kulturowych i zbiór szczególnie cennych wytworów kulturalnych” (Goban-Klas 2001: 130).

Precyzyjne wyróżnienie szczególnych cech danej kultury nie zawsze jest jednak możliwe, ponieważ, cytując za Heppem (2011), „żyjemy obecnie w kilku kulturach jednocześnie ze względu na płynność, z jaką cechy danej kultury przechodzą do innej” (Hepp 2011: 10). Z drugiej strony – jako ciekawy przykład można w tym miejscu przywołać pracę naukową Abdallaha (2012), którego zainteresowanie reklamą wyniknęło między innymi z pewnej obserwacji podczas pobytu na kilkumiesięcznym stypendium naukowym w Niemczech. Mianowicie jego uwagę zwróciła reklama aspiryny, która przedstawiała ustawione w rzędzie trzy osoby w różnej kondycji zdrowotnej. Osoba po stronie prawej jest zdrowa, znajdująca w środku bierze tabletkę, natomiast ta po lewej stronie jest chora. Przeczytał on reklamę w typowy dla języka arabskiego sposób, z przyzwyczajenia, od prawej do lewej i reklama zyskała nagle sens odwrotny – pokazywała, że osoba zdrowa po wzięciu tabletki rozchorowuje się (por. Abdallah 2012: 11n.). Powyższy przykład dowodzi, że rozważenie różnic kulturowych w procesie tworzenia reklamy jest niezwykle ważne, ponieważ ich zlekceważenie prowadzić może do nieporozumień oraz że mimo panującej globalizacji wciąż odnaleźć można reklamy, które uwypuklają różnice międzykulturowe.



Gdy mówi się o kulturze masowej bądź kulturze popularnej ma się na myśli media masowe. Samo określenie *kultury masowej* sugeruje, że jest to kultura dla mas (choć masa w tym przypadku jest określeniem nieco pejoratywnym), dla licznych grup ludzi, na które ona znacząco oddziałuje. Media mają bez wątpienia wpływ na życie społeczne i zachodzące w nim zmiany. W rozprawie naukowej Gobana-Klasa (2001) znaleźć można także przywołanie teorii Ośrodka Współczesnych Studiów Kulturalnych Uniwersytetu w Birmingham, kierowanego w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku przez Stuarta Halla, która mówi, że „kultura popularna nie jest składnikiem biernym, odzwierciedlającym byt społeczny, lecz elementem aktywnym w kształtowaniu warunków życia zbiorowego” (Goban-Klas 2001: 138). Istotnie, na kształtowanie życia zbiorowości wpływ ma także reklama. Kreowany przez nią świat wartości często odbiega od rzeczywistości, ukazuje obraz idealny, narzuca pewne wzorce. Ma to oczywiście swoje źródło w celach perswazyjnych, ponieważ reklama oddziaływać ma na pragnienia widza, „oczarować” go swoim idealnym światem wartości.

## **6. Metoda analizy**

Przeprowadzając analizę zebranego korpusu, wzorowano się na metodzie opisanej przez Christiane Nord (por. Nord 1991: 40n.). Polega ona na znalezieniu odpowiedzi na pytania, które odnoszą się zarówno do czynników zewnątrz-, jak i wewnątrztekstowych, celem szczegółowego przedstawienia sytuacji komunikacyjnej. Analiza każdej reklamy rozpoczyna się przedstawieniem jej tytułu i krótkim opisem zdarzeń. Następnie opisane są czynniki zewnątrztekstowe, które odnoszą się do powierzchniowej warstwy tekstu. Jej analiza pozwala na przedstawienie sytuacji komunikacyjnej, bez dalszego interpretowania samej treści. Zadano kolejno następujące pytania:

1. Kto jest nadawcą w reklamie?
2. Jaka jest intencja nadawcy reklamy?
3. Do kogo jest ona skierowana?
4. Za pośrednictwem jakiego medium?

5. Jakie jest miejsce powstania i czas opublikowania reklamy?
6. Jaka jest jej funkcja?

Po udzieleniu odpowiedzi na powyższe pytania podjęto się analizy czynników wewnątrztekstowych, które wnikają w głąb tekstu, odnosząc się do jego struktury głębokiej. Poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania:

1. Jaka jest tematyka reklamy?
2. Jaka jest jej treść?
3. Jak zbudowany jest tekst reklamy?
4. Jak wygląda warstwa werbalna w reklamie?
5. Jakie są elementy niewerbalne?
6. Jak reklama oddziałuje na odbiorcę?

Analizę każdej reklamy zamyka krótkie odniesienie kulturowe, w którym przedstawiono głównie świąteczne symbole, motywy i wartości. Przeprowadzona w ten sposób analiza stanowiła punkt wyjścia do analizy porównawczej i sformułowania dalszych wniosków.

## 6.1. Przedstawienie korpusu

Analizie poddano dwadzieścia reklam (dziesięć polskich i dziesięć niemieckich). Źródłem materiału badawczego jest popularny kanał internetowy YouTube, natomiast kryterium doboru poszczególnych reklam było ich tematyczne powiązanie ze świętami. Udział procentowy w korpusie reklam bożonarodzeniowych wynosi 80%, natomiast reklam wielkanocnych 20%. Zostały one opublikowane na kanale YouTube w latach 2014-2019. Wśród reklam znalazły się także reklamy pierwotnie telewizyjne, ale na potrzeby niniejszej pracy pod uwagę bierze się źródło wtórne, którym jest Internet. Najwięcej zgromadzono reklam sklepów spożywczych i supermarketów.

Reklamy analizowano według ściśle określonych kryteriów, rozważając kolejno czynniki zewnątrz- i wewnątrztekstowe oraz poszukując odniesienia kulturowego. Wyniki analizy przyjmują formę tabelaryczną. Analiza rozpoczyna się przedstawieniem tytułu danej reklamy, następnie krótkiego opisu przedstawionych zdarzeń. Kolejnym etapem analizy jest udzielenie odpowiedzi na pytania o czynniki zewnątrz- i wewnątrz-

tekstowe opisane w rozdziale dotyczącym metod analizy. Nawiązania kulturowe omówione zostaną szerzej we wnioskach.

Ze względu na ograniczenia co do objętości tekstu w części praktycznej zostaną pokazane jedynie przykładowe analizy wybranych reklam – polskiej i niemieckiej. Kryterium wyboru była duża ilość występujących w nich odniesień kulturowych. Poniższa analiza to kontrastywne zestawienie reklam odnoszących się do podobnej tematyki (reklamy sklepów spożywczych).

## **6.2. Przykładowa analiza wybranej reklamy polskiej i niemieckiej**

### **6.2.1. REKLAMA PSS SPOŁEM KIELCE: „Życzenia Świąteczne od Społem PSS Kielce”**

Źródło: <https://www.youtube.com/watch?v=j6SXXgT9gY4> (22.10.2019)

Wybrana reklama PSS Społem pojawiła się na kanale YouTube w grudniu 2018 roku i przyjęła formę życzeń świątecznych od pracowników i zarządów oddziału w Kielcach. Każda osoba kolejno dopowiada fragment życzeń, co tworzy spójną, momentami rymowaną całość. W lewym górnym rogu pojawia się tabliczka z imieniem i pełnią funkcją osoby mówiącej, natomiast w prawym dolnym rogu obrazek Świętego Mikołaja z tabliczką „Włącz dźwięk”. Na koniec wyświetla się logo Społem z napisem „Kielce” na zielonym tle, po czym jeszcze raz pojawiają się (tym razem wszyscy) pracownicy Społem i składają życzenia. Tło reklamy wypełnia świąteczna melodia z dźwiękami dzwoneczków.

## CZYNNIKI ZEWNĄTRZTEKSTOWE

|                  |                                                                                                        |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nadawca          | Spółem Poznańska Spółdzielnia Spożywców/ grupa pracowników i członków zarządu sklepu Społem w Kielcach |
| Intencja nadawcy | Reklama sklepu/ złożenie życzeń świątecznych                                                           |
| Adresat          | Klienci/ szerokie grono polskich odbiorców; bezpośredni zwrot do adresata „Wam”                        |
| Medium           | Internet, kanał YouTube                                                                                |
| Miejsce          | Kielce                                                                                                 |
| Czas             | Opublikowano 22.12.2018 roku                                                                           |
| Funkcja reklamy  | Funkcja dialogu z odbiorcą, niebezpośrednia funkcja perswazyjna                                        |

## CZYNNIKI WEWNĄTRZTEKSTOWE

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tematyka reklamy | Życzenia bożonarodzeniowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Treść reklamy    | <p>Aneta (Sprzedawca): Wszyscy razem i każdy z osobna.<br/>         Krysia (Zastępca Głównej Księgowej): Życzymy wam wspaniałych świąt Bożego Narodzenia.<br/>         Iza (Kierownik Działu Społeczno-Samorządowego):<br/>         Spędzonych w niezwyklej, rodzinnej, beztroskiej atmosferze ze stołem pełnym...</p> <p>Józek (Dział Analiz): Bigosu według babci przepisu.<br/>         Ewa (Dział Handlowy): Barszczu z uszkami i szynką z PRL-u.<br/>         Bożenka (Dział Handlowy): Sałatką warzywną, struclą makową i klementynkami.<br/>         Kasia (Dział Handlowy): Schabem pieczonym, pierogami z kapustą i grzybami.<br/>         Asia (Dział Handlowy): Przy kawie spod lady i Ince.<br/>         Gosia (Dział Handlowy): I prawdziwie lasem pachnącej choince.<br/>         Gosia (Dział HR): Przy kolęd brzmieniu.<br/>         Ania (Dział HR): I opłatkiem się dzieleniu.<br/>         Przemek (Dział IT): Przy wtórze życzeń radosnych.</p> |

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | <p>Grażyna (Dział Marketingu): Białych, ale ciepłych z rodziną spędzonych.</p> <p>Ela (Sprzedawca): Z górą prezentów od św. Mikołaja.</p> <p>Edyta (Kierownik Sklepu Delikatesy): Kiedy ta szczególna więź nas spaja.</p> <p>Małgosia (Dział Marketingu): Przy Kevinie samym w domu.</p> <p>Paweł (Dział Handlowy): Z dala od komputera i telefonu.</p> <p>Honorata (Dyrektor Działu Handlowego): Z myślą o wszystkich klientach, współpracownikach i pracownikach.</p> <p>Grzegorz (Prezes ds. Handlu): Życzy Społem PSS w Kielcach.</p> <p>Wszyscy razem: Wesołych świąt życzy Społem Kielce!</p> |
| Budowa tekstu        | Każdy kolejno dopowiada fragment życzeń świątecznych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Elementy werbalne    | <p>rozbudowany epitet (przykładowo: <i>w niezwyklej, rodzinnej, beztroskiej atmosferze</i>)</p> <p>rym (przykładowa para: <i>brzmieniu-dzieleniu</i>)</p> <p>peryfraza (<i>wszyscy razem i każdy z osobna</i>)</p> <p>porównanie (<i>bigosu według babci przepisu</i>)</p> <p>metafora (<i>góra prezentów</i>)</p> <p>elipsa (<i>białych, ale ciepłych, z rodziną spędzonych [Świąt]</i>)</p>                                                                                                                                                                                                       |
| Elementy niewerbalne | <p>Osoby występujące w reklamie nagrane zostały w taki sposób, że widoczny jest jedynie ich profil. Podczas wypowiadania życzeń nie gestykulują i nie przemieszczają się, eksponowana jest jedynie mimika ich twarzy. W związku z tym twórca reklamy zdecydował się na dynamizm otoczenia, aby składane życzenia wypadły naturalnie. W tle odbiorca może zauważyć między innymi choinki i świąteczne ozdoby. Postaci w reklamie delikatnie uśmiechają się do odbiorcy. Życzenia wypowiadają płynnie i starannie, intonacja przypomina recytowanie wiersza.</p>                                      |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Oddziaływanie | Postawa ciała osób występujących w reklamie oraz ich sposób mówienia współgra z poetyckim charakterem życzeń. Dzięki temu mają one nieco podniosły charakter, co nadaje im autentyczności. Postaci występujące w reklamie sprawiają wrażenie zaangażowanych w składanie życzeń, a mimika ich twarzy dodatkowo jest przyjemna dla widza (sprawiają wrażenie osób niezwykle sympatycznych). |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## ODNIESIENIE KULTUROWE

Omawiana reklama jest bogatym źródłem odniesień kulturowych, szczególnie w sferze kulinarnej. W życzeniach wymienione zostają następujące polskie potrawy: bigos, barszcz z uszkami, sałatka warzywna, strucla makowa, pieczony schab, pierogi z kapustą i grzybami. Co więcej, pojawia się również nawiązanie historyczne: szynka z PRL-u. Dalsza część życzeń odnosi się do tradycji Świąt Bożego Narodzenia: „prawdziwie lasem pachnącej choinki”, „brzmienia kolęd” (nawiązanie do religii), „dzielenia się opłatkiem” (nawiązanie do religii), składania sobie „życzeń radosnych”, spędzania czasu w rodzinnym gronie. Dodatkowo jedna z postaci życzy spędzenia świąt przy filmie *Kevin sam w domu*.

### 6.2.2. Reklama sieci supermarketów Kaufland: „Wir sind offizieller Ausstatter des Weihnachtsmannes”

Źródło: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=59&v=TleN0Mh7MdM](https://www.youtube.com/watch?time_continue=59&v=TleN0Mh7MdM) (22.10.2019)

Reklamę udostępniono na kanale YouTube w listopadzie 2018 roku. Pierwsza scena ukazuje świętego Mikołaja, który przyjechał na nowoczesnych saniach do budynku z napisem „Santa”. Na zewnątrz pada śnieg. Św. Mikołaj rozgląda się po pomieszczeniu pełnym różnych przedmiotów i zabawek. Następnie pociąga za dźwignię i światło w pomieszczeniu gaśnie. Po opuszczeniu budynku nagle dostaje wiadomość SMS. Wyciąga telefon, na którego ekranie zauważyć można nadawcę

wiadomości „Santa Baby” oraz datę 24 grudnia (24. Dezember). Treść SMS-a brzmi następująco: „Gdzie się podziewasz? Pomyślałeś o jedzeniu? (Wo bleibst du? Hast du ans Essen gedacht?) [emotikona choinka] [emotikona indyk] [emotikona choinka]”. Św. Mikołaj wsiada pośpiesznie na nowoczesne sanie, ubiera gogle, następnie pojawia się zbliżenie kamery od tyłu na cztery rury wydechowe sań. Pędzi przez las i dojeżdża do sklepu Kaufland, gdzie porusza się między sklepowymi półkami na specjalnym, automatycznym wózku. Zdejmuje do koszyka z półek kolejno: figurkę św. Mikołaja, słodycze, czekoladowego św. Mikołaja oraz perfumy Santa Claus. Gdy stoi przy kasie, zauważyć można, że w kolejce są inni św. Mikołajowie. Wchodzi przez komin do domu i zastaje elfy z panią Mikołajową. Pokazuje ona na zegarek. Trzyma na rękach niemowlę z brodą, które się śmieje. Następnie pojawia się świąteczne logo Kaufland z napisem: „Offizieller Ausstatter des Weihnachtsmannes” na tle świątecznych potraw postawionych na stole. Ostatnia scena, po logo i sloganie „Dobrego tygodnia (Gute Woche)”, przedstawia śmiejącego się elfa. Elementy dźwiękowe współgrają z wydarzeniami (np. dźwięk SMS-a, melodia wprawiająca w bojowy nastrój podczas zakupowej misji).

## CZYNNIKI ZEWNĄTRZTEKSTOWE

|                  |                                      |
|------------------|--------------------------------------|
| Nadawca          | Sieć supermarketów Kaufland          |
| Intencja nadawcy | Reklama sieci supermarketów Kaufland |
| Adresat          | Szerokie grono odbiorców             |
| Medium           | Internet, kanał YouTube              |
| Miejsce          | -                                    |
| Czas             | Opublikowano 05.11.2018              |
| Funkcja reklamy  | Perswazyjna, humorystyczna           |

## CZYNNIKI WEWNĄTRZTEKSTOWE

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tematyka reklamy     | Zakupy, nowoczesny św. Mikołaj                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Treść reklamy        | Mężczyzna [głos w tle]: Kaufland. Der offizielle Ausstatter des Weihnachtsmannes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Budowa tekstu        | Jedyną wypowiedzią w reklamie jest nazwa sklepu wraz z hasłem reklamowym.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Elementy werbalne    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– epitet (<i>der offizielle Ausstatter</i>)</li> <li>– element humorystyczny zawarty w hasle reklamowym</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Elementy niewerbalne | Na początku reklamy, gdy św. Mikołaj rozgląda się po pomieszczeniu pełnym prezentów, można odnieść wrażenie, że jest on z siebie dumny. Trzyma ręce na biodrach i się uśmiecha. Wiadomość SMS wprawia go w osłupienie, robi z przerażenia wielkie oczy. Następnie kamera pokazuje zbliżenia na detale (światła sań, zbliżenie na twarz podczas ubierania gogli, rury wydechowe), aby potem pokazać pędzącego na saniach św. Mikołaja. Po sklepie porusza się on w pośpiechu, uśmiecha się lekko, biorąc z półki czekoladowego św. Mikołaja. W kolejce przy kasie stoją sami św. Mikołajowie, a postura ich ciała oraz miny świadczą o tym, że są zniecierpliwieni. Gdy główny bohater wchodzi do domu przez komin, spoglądają na niego elfy, a pani Mikołajowa podnosi rękę z zegarkiem skierowaną w stronę św. Mikołaja, sugerując spóźnienie. Św. Mikołaj wzrusza ramionami. Niemowlę, które trzyma kobieta, zaczyna się śmiać. Na koniec słychać jeszcze nienaturalny śmiech elfa. |
| Oddziaływanie        | W reklamie został wykorzystany nowoczesny wizerunek św. Mikołaja, przez co nie tylko bawi ona widza, ale też ułatwia odbiór: sprawia, że reklama jest bardziej atrakcyjna (szczególnie w przypadku młodych widzów). Z kolei trudno jest odczytać intencje autora reklamy, jeśli mowa o jej zakończeniu (śmiech dziecka i elfa). Nie jest ono do końca zrozumiałe.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



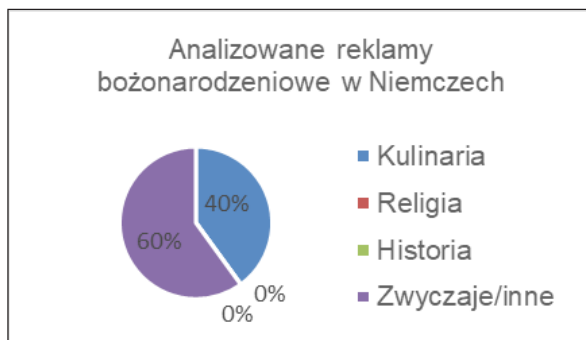
## ODNIESIENIE KULTUROWE

W reklamie główną postacią jest sam św. Mikołaj. Porusza się on na saniach, które jednak nie latają, lecz przypominają samochód wyścigowy. Jest to uzupełnienie elementu kultury tradycyjnej poprzez element kultury nowoczesnej, które można uznać za substytucję cech zwyczaju kulturowego. Pojawia się także tradycja dawania prezentów, które przynosi św. Mikołaj z elfami. Do świątecznych symboli pojawiających się w reklamie zaliczyć można jeszcze: choinkę, indyka, czekoladowego Mikołaja, wchodzenie przez komin (św. Mikołaj), lampki, bombki i ozdoby.

## 7. Wnioski

Porównując wybrane reklamy świąteczne, można dojść do wniosku, że różnice pomiędzy reklamami polskimi i niemieckimi są raczej subtelne. Dla efektywnego marketingu nie należy ich jednak lekceważyć.

Ze względu na dużo mniejszą liczbę reklam wielkanocnych (20% wszystkich badanych reklam) pominięte zostanie zaprezentowanie wykresów zawierających tematyczne powiązania kulturowe. Analiza ilościowa tematycznych powiązań kulturowych w wybranych reklamach polskich i niemieckich z okresu bożonarodzeniowego (80% wszystkich badanych reklam) prezentuje się następująco:





Z powyższych wykresów wynika, że w analizowanych reklamach niemieckich nie występuje nawiązanie do religii ani do historii. Zarówno na polskim, jak i niemieckim wykresie największy wynik procentowy uzyskała kategoria „zwyczaje/inne”. Była ona też najbardziej obszerna i mieściła w sobie świąteczne symbole (choinka, ozdoby, św. Mikołaj), zwyczaje (dawanie prezentów, wypatrywanie pierwszej gwiazdki) oraz inne elementy (np. film *Kevin sam w domu*), których nie dało się zakwalifikować do pozostałych kategorii. Z wykresu reklam niemieckich wynika, że częściej występowały w nich kulinaria niż w reklamach polskich. Należy tu podkreślić, że wśród niemieckich potraw wymieniono jedynie indyka, pierniki oraz gęś. Lista potraw polskich jest w tym przypadku dużo bardziej różnorodna (sałatka jarzynowa, pierogi z kapustą i grzybami, strucla makowa, bigos, barszcz z uszkami). Dla polskiego odbiorcy wymienione nazwy potraw wywoływać mogą zupełnie inne konotacje niż dla odbiorcy niemieckiego, ponieważ są one związane z polską tradycją świąteczną.

Kolejnym przykładem, który mógłby zostać różnie odczytany przez polskiego i niemieckiego odbiorcę, jest film *Kevin sam w domu* w reżyserii Chisa Columbusa. Nawiązanie do niego znaleźć można w dwóch analizowanych reklamach. Dla polskiego odbiorcy oczywisty jest fakt, że co roku w świąteczny wieczór w telewizji obejrzeć można będzie *Kevin*a, którego emisja zaczyna się już w październiku. Niekoniecznie film ten wzbudzać będzie takie same skojarzenia u odbiorcy niemieckiego.

Trzecią różnicę odnaleźć można w reklamie niemieckiej Vodafone „Vodafone Weihnachten 2018”, w której jedna ze scen pokazuje całujących się mężczyzn, co świadczy o panującej w Niemczech tolerancji i akceptacji różnych form miłości. Podobna reklama w Polsce mogłaby nie zawsze zostać pozytywnie odebrana. W przypadku próby przedstawienia wspomnianej reklamy w naszym kraju prezentowana w niej tolerancja mogłaby nie znaleźć uznania. Gdyby pokazano w niej klasyczny obraz pary heteroseksualnej, reklama nie wyróżniałaby się znacząco na tle innych przekazów reklamowych.

Ciekawe wydaje się również nawiązanie historyczne, które pojawia się w analizowanej wyżej reklamie. Polskiemu odbiorcy szynka z PRL-u kojarzy się prawdopodobnie z szynką konserwową, pakowaną w puszcze. Odbiorca niemiecki musiałby w tej sytuacji dysponować wiedzą na temat realiów życia w Polsce w czasach PRL-u, aby prawidłowo zrozumieć, czym jest wspomniana szynka.

W rodzimych reklamach pojawia się także odniesienie do religii, którego nie udało się znaleźć w analizowanych filmikach niemieckich. Są to na przykład: życzenia radości Chrystusa Zmartwychwstałego, dzielenie się opłatkiem, śpiewanie kolęd.

W polskich i niemieckich reklamach pojawiają się podobne symbole świąteczne, takie jak: choinka, św. Mikołaj, ozdoby świąteczne, sanie, prezenty, elfy.

Zarówno wśród analizowanych reklam polskich, jak i niemieckich, znaleźć można przykłady, w których zastosowano gry językowe. W niemieckiej reklamie Ikei „Opa” z 2017 roku pojawia się znacząca różnica w użyciu rzeczowników *Ort* i *Platz*. W reklamie polskiej pojawia się dwuznaczność słowa *jasne* (jasne piwo, jasne jako przytaknięcie).

Do najczęściej wybieranych motywów po obu stronach zalicza się motyw bycia razem oraz motyw dziecka. Obydwa pojawiły się nieco częściej w reklamach niemieckich niż w polskich.

## 8. Podsumowanie

Choć reklama ma za zadanie idealizować rzeczywistość, wiele spośród tych świątecznych, zarówno polskich, jak i niemieckich, pobudza do pewnej refleksji. Choć wzmożony konsumpcjonizm w okresie przedświątecznym bywa bez wątpienia męczący, można podjąć próbę dostrzeżenia w niektórych przykładach reklam czystego przekazu, a przymknąć oko na element marketingowy. Dojść można wtedy do wniosku, że choć świat w reklamie zawsze będzie wyidealizowany, niektóre przekazywane przez nią wartości mogą stać się celem do naśladowania, nie tylko w okresie przedświątecznym, ale także przez cały rok.

## Bibliografia

- Abdallah, Mohmoud Ali Mohammed (2012): *Werbesprache im Deutschen und Arabischen und die kulturelle Problematik ihrer Übersetzung. Eine linguistisch-interkulturelle kontrastive Studie*. Düsseldorf. URL: [https://docserv.uni-duesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-23409/Werbesprache%20im%20Deutschen%20und%20Arabischen\\_PDFA.pdf](https://docserv.uni-duesseldorf.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-23409/Werbesprache%20im%20Deutschen%20und%20Arabischen_PDFA.pdf) (24.02.2020)
- Bomba, Radosław (2017): *Formy reprezentacji teorii kultury w serwisie YouTube*. [w:] Bomba, Radosław / Olszewska, Paulina / Wuls, Anna (red.): *KulTube. Kultura wobec YouTube*. Lublin: Centrum Badań Gier Wideo UMCS. Str. 9–20.
- Goban-Klas, Tomasz (2001): *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa, Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hepp, Andreas (2011): *Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Janich, Nina (2005): *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Gunter Narr Verlag Tübingen.
- Kuczamer-Kłopotowska, Sylwia (2009): *Internet jako narzędzie komunikacji marketingowej*. [w:] Rosa, Grażyna / Smalec, Agnieszka (red.): *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Współczesne wyzwania komu-*

- nikacji marketingowej*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Str. 548–558.
- Makowski, Michał (2013): *Niewerbalna komunikacja w reklamie telewizyjnej. Zastosowanie i oddziaływanie*. Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.
- Nord, Christiane (1991): *Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Heidelberg: Julius Groos Verlag.
- Schatte, Czesława (2010): *Teksty reklamowe a problemy ich tłumaczenia*. [w:] Grucza, Sambor / Marchwiński, Adam / Płużyczka, Monika (red.): *Translatoryka: Koncepcje – Modele – Analizy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Kulturologii i Lingwistyki Antropocentrycznej Uniwersytetu Warszawskiego. Str. 107–118.
- Starzyńska, Katarzyna (2015): *Charakterystyka reklamy w oparciu o jej genezę i cechy*. [w:] Kania, Leszek (red.): *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Seria: Administracja i zarządzanie*. Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach. Str. 275–281.
- Wyss, Eva Lia (1998): *Werbespot als Fernsehtext. Mimikry, Adaptation und kulturelle Variation*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Żeromski, Stefan (2012): *Szyfrowe prace*. Ożarów Mazowiecki: Firma Księgarska Olesiejuk.



## **Zum Ausdruck der Emotionen am Beispiel der deutschen und polnischen Phraseologismen mit Tiernamen**

### **The expression of emotions on the example of German and Polish phrasemes with animal names**

Interpersonal communication is omnipresent. People express their emotions verbally as well as nonverbally using many different language devices, among them phrasemes. These play a big part in the conversation and give people the possibility to express emotions that may be hard to put directly into words.

The aim of article is to show the diversity of emotions that can be expressed by phrasemes with animal lexemes. The findings can be a basis for further studies in the area of phraseology and communication.

Schlüsselwörter: Emotionen, Phraseologismen, Tiernamen

Keywords: Emotions, Phrasemes, Animal Names

## **1. Einleitung**

Emotionen werden sowohl verbal als auch nonverbal ausgedrückt. Die Sprache bietet aber in dieser Hinsicht eine breite Palette an, sprachliche Mittel, Emotionen zu verbalisieren. Eine bemerkenswerte Gruppe bilden Phraseologismen, die einen gewissen und in vielen Fällen einen hohen Grad an Expressivität aufweisen.

Das Ziel meines Beitrags ist, die Vielfalt der Basisemotionen darzustellen, die im Deutschen und Polnischen mithilfe von Phraseologismen

ausgedrückt werden. Die empirische Basis stellen Phraseologismen mit Tiernamen im Komponentenbestand dar, die Wörterbüchern beider Sprachen entnommen wurden.

## **2. Emotionen – Begriffsbestimmung und Klassifikationsvorschläge**

Emotionen sind in verschiedenen Aspekten des Lebens anwesend. So findet man in der Forschung verschiedene Definitions- und Klassifizierungsvorschläge. Laut Šichová werden Emotionen auch als Gefühle bezeichnet, und

sind interne, subjektive und vor allem äußerst komplexe Phänomene, und es ist häufig schwierig, über diese zu sprechen bzw. diese exakt mitzuteilen, zu beschreiben. Nicht alle Emotionen und Emotionslagen lassen sich beispielsweise durch Lexeme eindeutig festhalten bzw. sie sind viel komplizierter und vielschichtiger, als es die Bedeutung des Lexems manchmal ausdrücken kann. Häufig werden also Emotionen eher beschrieben bzw. umschrieben. (Šichová 2010: 81)

Nach Fiehler „[...] sind Emotionen [...] ein spezifischer Bestandteil des Erlebens [...], machen aber nicht das ganze Erleben aus“ (Fiehler 2008: 758). Hrdinová (2010: 140) meint, dass man Emotionen in zwei Hauptgruppen unterteilen kann:

1. positive Gruppe, wohin Emotionen wie Freude, Glück (hier als Wohlergehen bezeichnet) und Liebe gehören,
2. negative Gruppe, die durch Zorn, Trauer und Angst charakterisiert wird.

Kaňovská und Křítková legen Emotionen wie folgt aus:

mehrdimensionale, intern repräsentierte und subjektiv erfahrbare Syndromkategorien, die sich vom Individuum introspektiv-geistig sowie körperlich registrieren lassen, wobei diese Erlebenskomponenten an eine positive oder negative Bewertung



(angenehm versus unangenehm) gekoppelt sind. Neben Wertigkeit bzw. Qualität lassen sich Emotionen noch durch weitere zwei Parameter beschreiben: Intensität und Dauer (permanent oder nicht). (Kaňovská / Křížková 2010: 199)

Pavić Pintarić und Miletić betonen auch, dass

[beim] Sprechen über Emotionen wiederum Gefühle anderer Personen für ihre Umgebung wahrnehmbar werden, und zwar mittels sprachlicher Formulierungen der betreffenden Person, durch die Intonation der Stimme, durch die Mimik, Gesichtsfarbe oder Körperbewegung. (Pavić Pintarić/Miletić 2018: 138)

Emotionen kann man nach Ekman (1999) konkreten Gruppen zuordnen. Laut ihm werden sie „Emotionen-Familien“ genannt, da seiner Ansicht nach keine Emotion nur ein einzelner Zustand, sondern eine Familie von verbundenen Zuständen ist:

Before turning to the question of how many emotions there are, let me mention the concept of emotion families, which may help to clear away some of the confusion and argument about this matter. Each emotion is not a single affective state but a family of related states. Each member of an emotion family shares the characteristics I have described. (Ekman 1999: 55)

In der Gruppe aller Emotionen kann man auch sog. Basisemotionen unterscheiden, nach Kowalska und Wróbel: „Basic emotions are hypothesized to be a special class of emotions out of which all other emotions are compounded. According to most theorists, they are innate, universal, and distinct affective states which evolved to serve adaptive functions“ (Kowalska / Wróbel 2017: 1).

Basisemotionen werden aufgrund konkreter Kriterien gewählt:

The decision whether a particular emotion qualifies as basic is based on a set of criteria. Although these criteria vary across theories, many authors agree that a basic emotion should be associated with distinctive universal nonverbal expression,

distinctive neural and physiological components, distinctive subjective experience, and distinctive regulatory and motivational properties (Izard 2007; Ekman and Cordaro 2011; Levenson 2011). Importantly, all of these elements should be correlated in intensity and coordinated in time because they are thought to be based on the same emotion-specific central mechanism (i.e., affect program; Ekman and Cordaro 2011; cf. Barrett 2006). (Kowalska / Wróbel 2017: 2)

Für den Bedarf meines Beitrags werde ich tierische Phraseologismen im Kontext von Basisemotionen nach Ekman und Friesen (1971) betrachten. Die Analyse wird auf sechs Basisemotionen beschränkt, d. h. Freude, Trauer, Angst, Überraschung, Wut und Ekel (Jarymowicz, Imbir 2010: 440, nach Ekman, Friesen 1971; Lazarus 1991).

In Anlehnung an Ekman (2012) führe ich im Folgenden kurze Charakteristika dieser Emotionen an.

Freude ist nach Ekman (2012) schwer zu definieren und das Problem besteht darin, dass man sie nicht so oft untersucht, was er folgendermaßen expliziert:

Jestem przekonany, że istnieje więcej niż tuzin radosnych emocji, a każda z nich jest uniwersalna i różna od innych w taki sam sposób, jak różne od siebie są smutek, gniew, strach, wstręt i pogarda. Tak jak istnieje zestaw emocji, które nas zazwyczaj nie cieszą, tak też istnieje zestaw poszczególnych emocji, które nas cieszą. Kłopot z takimi słowami, jak *wesołość* albo *szczęście* polega na tym, że nie są one wystarczająco dokładne. [...] O większości radosnych emocji nie wiemy jeszcze zbyt wiele, ponieważ prawie wszystkie badania nad emocjami, włączając w to również moje, koncentrowały się na uczuciach negatywnych. Uwagę przykuwają te emocje, które sprawiają problemy i nam samym, i innym. W efekcie wiemy więcej na temat zaburzeń psychicznych niż na temat zdrowia psychicznego.<sup>1</sup> (Ekman 2012: 199)

---

<sup>1</sup> „Ich bin davon überzeugt, dass es mehr als Dutzend fröhliche Emotionen gibt, und jede von ihnen ist universal und unterschiedlich auf dieselbe Art und Weise, wie sich Trauer, Wut, Angst, Ekel und Verachtung voneinander unterscheiden. So wie es eine Gruppe von Emotionen gibt, die uns nicht erfreuen, existiert auch eine Gruppe

Trauer ist einfach definierbar. Ekman (2012) nennt viele Ursachen, die diese Emotion verursachen können. Darüber hinaus unterscheidet er hier Traurigkeit und Drangsal:

Smutek może być aktywowany przez wiele rodzajów straty: odrzucenie przez przyjaciela albo kochanka, niskie poczucie własnej wartości związane z niepowodzeniem w realizacji przydzielonego zadania w miejscu pracy, utrata uznania lub pochwały ze strony zwierzchnika, utrata zdrowia, utrata części ciała albo jakiegś jego funkcji na skutek wypadku albo choroby oraz, w przypadku niektórych osób, utrata cennego przedmiotu. Jest wiele słów opisujących doznanie smutku, np.: strapiony, rozzarowany, przybity, przygnębiony, osowiały, zniechęcony, zrozpaczony, zmartwiony, bezradny, nieszczęśliwy, zatroškany [...]. Wally Friesen i ja zasugerowaliśmy, że uczucie to ma dwa odrębne aspekty — smutek i udrękę. W momentach udręki mamy do czynienia ze sprzeciwem, w przypadku smutku widzimy większą rezygnację i brak nadziei.<sup>2</sup> (ebd.: 98)

Über Angst berichtet Ekman (2012) wie folgt:

---

von solchen, die uns freuen. Das Problem mit solchen Wörtern wie *Fröhlichkeit* und *Glück* besteht darin, dass sie nicht ausreichend genau sind. [...] Über die Mehrheit der fröhlichen Emotionen wissen wir noch nicht sehr viel, weil beinahe alle Forschungen im Bereich der Emotionen, auch meine eingeschlossen, sich auf die negativen Gefühle konzentriert haben. Aufmerksamkeit erregen solche Emotionen, die uns und anderen Probleme bereiten. Im Endergebnis wissen wir mehr zum Thema der psychischen Störungen als über geistige Gesundheit.“ – Übersetzung der polnischsprachigen Zitate ins Deutsche hier und im Text – Aleksandra Lidzba.

<sup>2</sup> „Trauer kann durch viele Arten des Verlusts aktiviert werden: Ablehnung vom Freund oder Liebhaber, niedriges Selbstwertgefühl, das mit dem Misserfolg am Arbeitsplatz verbunden ist, Verlust des Ansehens oder Lobes seitens der Vorgesetzten, Verlust der Gesundheit, Verlust eines Körperteils oder einer Funktion des Körpers infolge eines Unfalls oder einer Krankheit und, im Fall einiger Personen, Verlust eines wertvollen Gegenstands. Es gibt viele Wörter, die das Empfinden von Trauer beschreiben, z. B.: betrübt, enttäuscht, niedergeschlagen, niedergedrückt, schwermütig, mutlos, verzweifelt, besorgt, ratlos, unglücklich, bekümmert [...] Wally Friesen und ich haben angedeutet, dass dieses Gefühl zwei eigene Aspekte hat – Traurigkeit und Drangsal. Im Moment der Drangsal haben wir es mit dem Widerspruch zu tun, und im Falle der Traurigkeit sehen wir größeren Verzicht und keine Hoffnung“.

Przeprowadzono więcej badań nad strachem niż nad jakąkolwiek inną emocją, prawdopodobnie dlatego, że łatwo go wzbudzić u niemal każdego zwierzęcia [...]. Zagrożenie skrzywdzeniem, czy to fizycznym, czy psychologicznym, przewija się we wszystkich wątkach, wariacjach i czynnikach spustowych tego uczucia. Głównym wątkiem jest zagrożenie fizyczne, a wariacje mogą dotyczyć wszystkiego, co możemy w procesie uczenia się zacząć uznawać za potencjalne źródło zagrożenia, niezależnie od tego, czy chodzi o niebezpieczeństwo fizyczne, czy psychiczne.<sup>3</sup> (ebd.: 161)

Überraschung wurde von Ekman (2012) folgendermaßen charakterisiert:

Zaskoczenie to najkrótsza ze wszystkich emocji, trwająca co najwyżej kilka sekund. Po chwili, kiedy połapiemy się w tym, co się wokół nas dzieje, zaskoczenie przemija i przechodzi w strach, rozbawienie, gniew, wstręt itd., zależnie od tego, z jaką niespodzianką mieliśmy do czynienia. Może się też zdarzyć, że zaskoczenie nie przejdzie w żadną inną emocję, jeśli tylko uznamy, że niespodziewane wydarzenie było zupełnie nieistotne.<sup>4</sup> (ebd.: 157)

Der Autor beschreibt Wut als Manifestation der Aggression und Gewalt:

<sup>3</sup> „Es wurden viel mehr Forschungen zur Angst als zu irgendeiner anderen Emotion durchgeführt, wahrscheinlich weil sie bei fast jedem Tier einfach zu wecken ist [...]. Die Gefahr des körperlichen oder psychischen Schadens kommt in vielen Motiven, Variationen und Auslözungsfaktoren dieses Gefühls vor. Das Hauptmotiv ist die körperliche Gefahr und die Variationen, die alles betreffen können, was wir im Prozess des Lernens für eine potentielle Quelle der Gefahr halten können, unabhängig davon, ob es um die körperliche oder psychische Gefahr geht“.

<sup>4</sup> „Die Überraschung ist die kürzeste Emotion, die höchstens einige Sekunden dauert. Nach einer Weile, wenn wir uns zurechtfinden, was sich um uns herum ereignet, vergeht die Überraschung und geht in Angst, Aufmunterung, Wut, Ekel usw. über, abhängig davon, mit welcher Überraschung wir es zu tun gehabt haben. Es kann auch vorkommen, dass die Überraschung in keine andere Emotion übergeht, solange wir anerkennen, dass das überraschende Ereignis ganz unwichtig war“.

Gniew to oblicze agresji i przemocy [...]. Kiedy ktoś przeszkadza nam w zrobieniu tego, co chcemy. Jeśli sądzimy, że taka ingerencja jest zamierzona, a nie przypadkowa lub konieczna [...], nasz gniew może jeszcze wzrosnąć. Gniew może być także generowany frustracją powodowaną przez dowolną rzecz, nawet przez jakiś nieożywiony przedmiot. Możemy być sfrustrowani nawet zawodnością naszej pamięci albo umiejętności. [...] Jedną z najbardziej niebezpiecznych cech gniewu jest fakt, że gniew prowokuje gniew, szybko prowadząc do eskalacji. Trzeba być niemal świętym, by nie zareagować gniewem na gniew drugiej osoby, szczególnie wtedy, kiedy jej gniew wydaje się nieuzasadniony i wynikający z zadufania. Gniew drugiej osoby możemy więc również uważać za kolejne źródło gniewu. Rozczarowanie czymś zachowaniem także może nas rozgniewać, szczególnie kiedy chodzi o kogoś, na kim nam bardzo zależy. Może wydawać się czymś dziwnym, że największy gniew kierujemy przeciwko tym, których najbardziej kochamy, ale to właśnie te osoby potrafią nas najbardziej zranić i rozczarować.<sup>5</sup> (ebd.: 123f.)

### Nach Ansicht des Autors ist der Ekel

[...] uczucie odrazy. Smak czegoś, co chce się wypłuć, a nawet sama myśl o zjedzeniu czegoś odpychającego wystarczy, by wzbudzić w nas obrzydzenie. Zapach, któremu chce się zablo-

---

<sup>5</sup> „Wut ist die Manifestation der Aggression und Gewalt [...]. Wenn uns jemand beim Machen dessen, was wir wollen, stört. Falls wir meinen, dass ein solcher Eingriff absichtlich und nicht zufällig oder notwendig ist [...], kann unsere Wut noch steigen. Wut kann durch Frustration verursacht werden, die von irgendeiner Sache hervorgebracht wird, sogar von einem unbelebten Gegenstand. Wir können auch von der Unzuverlässigkeit unseres Gedenkens oder unserer Fähigkeit frustriert sein. [...] Eine der gefährlichsten Eigenschaften der Wut ist die Tatsache, dass Wut Wut verursacht und dadurch schnell zur Eskalation führt. Man müsste beinahe heilig sein, um nicht mit Wut auf die Wut einer anderen Person zu reagieren, besonders wenn seine Wut unbegründet scheint und sich aus der Selbstüberschätzung ergibt. Die Wut einer anderen Person können wir also auch als eine weitere Quelle von Wut betrachten. Die Enttäuschung wegen jemandes Verhaltens kann uns auch wütend machen, besonders wenn es um jemandem geht, an dem uns sehr viel liegt. Es kann als seltsam bewertet werden, dass wir die größte Wut gegen die Personen richten, die wir am meisten lieben, aber genau diese Personen können uns am stärksten verletzen und enttäuschen“.

kować dostęp do naszych nozdrzy lub od którego chce się uciec, sprawia, że czujemy wstręt. I także w tym wypadku nawet myśl o tym, jak może pachnieć coś odrażającego, wystarczy do wywołania tego uczucia. Widok czegoś, co może odrażająco smakować albo pachnieć, potrafi wywołać w nas obrzydzenie. Także dźwięki mogą wzbudzać w nas odrazę, jeśli tylko wiążą się ze wstrętnym wydarzeniem. Nawet dotyk, poczucie czegoś odpychającego, takiego jak jakiś oślizgły przedmiot, może prowadzić do napływu takich emocji. [...] Rozin odkrył, że najpotężniejszym uniwersalnym czynnikiem spustowym są wydzieliny ciała: odchody, wymioty, uryna, śluz i krew<sup>6</sup> (ebd.: 181f)

Die Basisemotionen sind den Menschen gut bekannt und wurden von vielen charakterisiert. Im Lichte der oben präsentierten Definitionen ist festzustellen, dass diese Emotionen primär sind. In der Forschungsliteratur kann man überdies andere Typologien und Klasifikationsvorschläge finden, die jedoch nicht Gegenstand des vorliegenden Beitrags sind.

### 3. Phraseologismus – Begriffsbestimmung

Für die Bedürfnisse meiner Analyse übernehme ich die Definition des *Phraseologismus* von Burger:

Erstens bestehen sie aus mehr als einem Wort, zweitens sind die Wörter nicht für dieses eine Mal zusammengestellt, sondern es handelt sich um Kombinationen von Wörtern, die uns als

<sup>6</sup> „[...]das Gefühl des Ekels. Der Geschmack von etwas, was man ausspucken will, selbst das Denken an das Essen von etwas, was abstoßend ist, ist ausreichend, in uns Ekel zu wecken. Der Geruch, dem wir den Zutritt zu unseren Nasenlöchern blockieren möchten oder den wir meiden möchten, verursacht Ekel. Und auch in diesem Falle reicht selbst das Denken daran, wie etwas Abstoßendes riechen kann, für das Wecken von Ekel aus. Der Anblick von etwas, das ekelhaft schmeckt oder riechen kann, kann bei uns Ekel erregen. Klänge können auch Ekel wecken, wenn sie sich nur mit ekelhaften Ereignissen verbinden. Selbst die Berührung, die Empfindung von etwas Abstoßendem, wie ein schlüpfriges Objekt, kann zum Anstieg solcher Emotionen führen. [...] Rozin hat entdeckt, dass der wichtigste universelle Auslösfaktor Absonderungen des Körpers sind: Exkreme, Erbrechen, Urin, Schleim und Blut“.

Deutschsprechenden genau in dieser Kombination (eventuell mit Varianten) bekannt sind, ähnlich wie wir die deutschen Wörter (als einzelne) kennen. Ausdrücke mit diesen beiden Eigenschaften nennen wir Phraseme. (Burger 2015: 11)

*Phraseologismen* weisen auch konkrete und charakteristische Eigenschaften auf, d. h.: Idiomatizität (Burger 2015: 26), Stabilität/Festigkeit (Fleischer 1997: 36 / Burger 2015: 26) Lexikalisierung (Fleischer 1997: 63), Reproduzierbarkeit (ebd.) und Polylexikalität (Burger 2015: 15). Diese Eigenschaften weisen z. B. solche Einheiten auf, wie *ein blindes Huhn findet auch einmal ein Korn* oder *ich denk, mich laust der Affe!*. Ganz allgemein und in aller Kürze kann man hier als ersichtlich halten, dass die Summe der klaren Bedeutungen von einzelnen Wörtern in den Phraseologismen, nichts mit der Bedeutung vom ganzen Phraseologismus zu tun hat.

#### **4. Analyse des Korpus**

Tierische Phraseologismen bilden eine bemerkbare Mehrheit in der Phraseologie des Deutschen und Polnischen. Mit Hilfe von diesen Einheiten kann man auf eine kompakte Art und Weise komplexe Inhalte ausdrücken und auch Emotionen verbalisieren. Obwohl Phraseologismen mit Tiernamen eine ziemlich große Gruppe bilden, sind nicht so viele von ihnen konkret mit Emotionen verbunden.

Im Folgenden werden ausgewählte deutsche und polnische phraseologische Einheiten mit Tiernamen im Komponentenbestand analysiert und das mit dem Ziel, die Vielfalt der Emotionen in der deutschen und polnischen Phraseologie zu thematisieren. Die Phraseologismen zur Analyse sollten folgende Kriterien erfüllen: erstens der Phraseologismus muss die oben genannten phraseologischen Eigenschaften aufweisen, zweitens im Komponentenbestand des Phraseologismus muss sich eine tierische Komponente beinhalten und drittens der Phraseologismus muss sich in seiner Bedeutung auf eine der Basisemotionen beziehen.

## ➤ Deutsch

### 1. Freude / Glück

- *munter wie ein Fisch im Wasser* ,sich (sehr) wohlfühlen‘<sup>7</sup>
- *angenehmes Flohbeißen!* ,(scherzhaft) gute Nacht!‘
- *er hat Füchse in den Augenwinkeln* ,sein Gesichtsausdruck ist gleichzeitig listig und humorvoll‘
- *ein blindes Huhn findet auch einmal ein Korn* ,auch der vom Leben Benachteiligte hat einmal Glück‘
- *jetzt geht’s rund (erst die Oma, dann der Hund)* ,jetzt kommt Stimmung auf, jetzt wird es lustig, z.B. Da kommt Otto mit dem Schnaps, jetzt geht’s rund, Kinder!‘
- *sich pudelwohl fühlen* ,sich sehr gut fühlen‘
- *(ich glaub’,) daß dich das Mäuslein beißt!* ,(scherzhaft) du bist wohl verrückt; das kommt gar nicht in Frage; scherzhafte Verwünschung, harmloser Zwischenruf der Verwunderung‘
- *Schwein haben (Schwein gehabt)* ,Glück haben‘
- *sich suhlen wie eine Sau im Schlamm* ,sich sehr wohlfühlen‘
- *sich wohl fühlen wie zehntausend Säue* ,sehr glücklich sein‘

### 2. Trauer

- *hundeelend sein* ,sehr elend‘
- *Hundeleben führen* ,miserables, elendes Dasein, Leben‘
- *Krokodilstränen weinen / vergießen* ,heucheln; sich traurig stellen, z. B. Das Kind weint ~‘
- *ein armes Schwein* ,Mitleid, Mitgefühl mit jmdm. haben‘
- *das arme Vieh* ,Ausdruck für Mitleid‘

### 3. Angst

- *sei kein Frosch!* ,sei doch etwas mutig; sei kein Feigling; stell dich nicht so an!‘
- *ein Angsthase sein* ,Person, die übertrieben viel Angst, Furcht, keinen Mut hat‘
- *das Hasenpanier ergreifen* ,feiger Mensch‘
- *furchtsam/ängstlich wie ein Hase* ,sehr ängstlich‘
- *ein Hasenfuß sein* ,feiger Mensch‘

---

<sup>7</sup> Phraseologische Einheiten samt deren Bedeutungen wurden phraseologischen Wörterbüchern beider Sprachen entnommen, siehe Literaturverzeichnis am Ende des Beitrags.



- *hasenfüßig sein* ‚sehr ängstlich‘
- *ein Hasenherz sein* ‚ängstlich‘
- *feiger Hund* ‚feiger Mensch‘
- *Hundsfoth, hundsfoßtisch* ‚niederträchtiger, feiger Mensch‘
- *wie ein geprügelter Hund* ‚beschämt, kleinlaut, ängstlich‘
- *sich einigeln* ‚sich zurückziehen‘
- *sich in ein Mauselloch verkriechen* ‚jmd. schämt, ängstigt sich über allen Maßen, zieht sich zurück‘
- *feige Ratte* ‚Feigling‘
- *einen ins Bockshorn jagen* ‚einen in Furcht und Angst versetzen, Bange machen, einschüchtern, z. B. So leicht lasse ich mich doch nicht ins Bockshorn jagen‘
- *eine Gänsehaut kriegen / bekommen* ‚dostawać gęsiej skórki‘; ‚vor Kälte / Angst so geschüttelt werden, daß die Haut durch Hervortreten der Talgdrüsen völlig rauh wird, ähnlich einer gerupften Gans‘

#### 4. Überraschung

- *Ich dachte / ich denk, mich laust der Affe!* ‚Byłem ogromnie zaskoczony‘; ‚das überrascht mich! Ich bin völlig verblüfft!‘
- *ich denke / glaube, mich knutscht/küßt ein Elch* ‚Ausdruck der Überraschung‘
- *ein Gesicht machen wie die Gans, wenn es donnert* ‚ein verdutztes Gesicht machen‘
- *mein lieber Schwan!* ‚Ausruf, der Überraschung, z. B. ~, du hast aber abgenommen!‘
- *ich werde zur Sau* ‚Ausruf der Überraschung, z. B. ~ – du bist ja ein Mädchen!‘
- *Nun / Jetzt / Da brat‘ mir einer einen Storch!* ‚scherzhafter Ausdruck der Überraschung und Verwunderung über etwas Unerhörtes, das man mit etwas ebenso Unerhörtem erwidert‘
- *ein dicker Hund* ‚Das ist unglaublich!‘

#### 5. Wut / Ärger

- *du (blöder) Affe* ‚starkes Schimpfwort‘
- *geh zum Geier!* ‚Verwünschung; Geh zum Teufel!‘
- *dummes Huhn* ‚Schimpfwort für Frauen, Mädchen‘
- *jmdm. auf die Hühneraugen treten* ‚jmdn. mit Worten oder Verhalten an einer empfindlichen Stelle treffen, ihn an etwas deutlich

- erinnern, z. B. Ich bin ihm wieder mal auf die Hühneraugen getreten, und jetzt ist er beleidigt‘
- *dummer Hund* ‚Schimpfwort für Männer‘
  - *Hunde, die bellen, beißen nicht* ‚bellende Hunde beißen nicht; Menschen, die oft schimpfen und drohen, machen ihre Drohungen selten wahr‘
  - *hol's (dich) der Kuckuck* ‚Ausruf der Verärgerung, z. B. ~, meine Zigaretten sind alle‘
  - *weiß der Kuckuck* ‚ärgerliche oder resignierende Äußerung der Unkenntnis, z. B. ~, wo mein Schirm geblieben ist‘
  - *zum Kuckuck (noch mal)!* ‚Ausruf der Verärgerung, z. B. Zum Kuckuck noch mal! Kannst du mich nicht endlich in Ruhe lassen?‘
  - *jmdm. ist eine Laus über die Leber gelaufen / gekrochen* ‚jmd. ist verärgert, z. B. Was machst du für ein Gesicht! Ist dir ~‘
  - *das hält kein Pferd aus* ‚das ist unerträglich‘
  - *ich denk', mich tritt ein Pferd* ‚Ausdruck der Verblüffung, der Verärgerung, z. B. Da stellt der sich doch einfach auf meinen Parkplatz, ich dachte, mich tritt ein Pferd‘
  - *jmdm. gehen die Pferde durch* ‚jmd. verliert die Beherrschung, z. B. Ich wollte dich nicht so anschreien, aber bei diesem Thema gehen einfach die Pferde mit mir durch‘
  - *jmdm. zureden wie einem kranken Pferd* ‚jmdm. zureden wie einem lahmen Gaul / einem kranken Ross / einem kranken Schimmel / einem kranken Kind; jmdm. anhaltend und nachdrücklich zureden, z. B. Wir mussten ihm zureden wie~, bis er schließlich die Vollmacht unterschrieb‘
  - *jmdm. zureden wie einem kranken / lahmen Ross* ‚jmdm anhaltend und nachdrücklich zureden‘
  - *dummes Vieh* ‚Schimpfwort‘
  - *Mistvieh* ‚Schimpfwort für ein Tier oder einen Menschen‘
  - *Rindvieh* ‚Schimpfwort‘
  - *Bullenbeißer* ‚jmd., der aggressiv und laut ist‘
  - *(du) blöde Kuh* ‚Schimpfwort‘
  - *dumme Kuh* ‚Schimpfwort für Frauen‘
  - *jetzt ist der Bock fett* ‚jetzt ist meine Geduld erschöpft, jetzt reicht es‘

- *du Hammel* ,du unverschämter, bockiger, dummer, blöder Mensch‘
- *blöde (dumme) Ziege* ,Schimpfwort für Frauen‘
- *jmdn. zur Schnecke machen* ,jmdn. heftig tadeln, kritisieren; jmdn. verprügeln, z. B. Den Kerl mach’ ich zur Schnecke, wenn er meine Frau nicht in Ruhe läßt!‘
- *jmdn. zur Sau machen* ,jmdn. beschimpfen, anschreien, (vor anderen) demütigen, heruntermachen‘
- *etwas zur Sau machen* ,etwas vernichtend kritisieren, beschimpfen‘
- *ich werde zum Tier!* ,ich werde sehr böse!‘
- *du (blöder) Bock* ,Schimpfwort‘
- *blöde Schnepfe = diese Schnepfe* ,Schimpfwort für eine Frau‘
- *der böse Wolf* ,der böse Mensch‘
- *wurmen* ,quälen, ärgern, nagen, z. B. Es wurmt mich, daß ich nicht eingeladen wurde‘
- *jemanden stört <ärgert> die Fliege an der Wand* ,Wszystko kogoś drażni <komuś przeszkadza>‘

#### 6. Ekel

- *pfui Spinne!* ,Ausruf des Abscheus, z. B. ~, hier stinkt’s ja ganz erbärmlich!‘

In der Gruppe der deutschen Phraseologismen ist das Überwiegen von Einheiten sichtbar, die Wut ausdrücken. Die kleinste Gruppe bilden Einheiten, mit denen man Ekel zum Ausdruck bringen kann. Interessant ist auch, dass man im Deutschen sehr häufig Ausdrücke mit der Komponente *Hase* benutzt, wenn man über eine ängstliche Person spricht.

### ➤ Polnisch

#### 1. Freude / Glück

- *Czuć się jak ryba w wodzie*
- *Trafiło się ślepej kurze ziarno* (gehört)
- *Koń by się uśmieł* (gehört)
- *Tarzać się jak świnia w błocie* (gehört)
- *cały w skowronkach* ,radosny, szczęśliwy, pełen euforii‘

- *cieszyć się / być szczęśliwym / zadowolonym itp., jakby kogoś kto / ktoś na sto koni wsadził* ,być bardzo rozradowanym, szczęśliwym, zadowolonym‘
- *nosił wilk razy kilka* ,komuś udawało się coś, miał szczęście kilka razy z rzędu‘

## 2. Trauer

- *Pieskie życie* ,życie nędzne, pełne wyrzeczeń i trudności‘
- *krokodyle łzy* ,płacz nieprawdziwy, udawany, nieszczerzy, zwykle w celu uzyskania określonych korzyści‘
- *płakać / popłakać / beczeć jak bóbr* ,bardzo, rozpaczliwie płakać; zalewać się łzami, płakać bardzo mocno‘
- *«ktoś» czuje się jak zbity pies*

## 3. Angst

- *Nie bój żaby!* (gehört) (Ugs.)
- *«ktoś» (lękliwy, tchórzliwy) jak zajac*
- *(mieć) zajęcze serce* ,o kimś tchórzliwym, bojaźliwym‘
- *Chcieć schować się w mysią dziurę* (gehört)
- *Zapędzić kogoś w kozi róg* (gehört)
- *Dostać gęsiej skórki* ,skóra człowieka przybierająca pod wpływem silnych emocji lub zimna wygląd chropowaty, charakterystyczny dla skóry gęsi‘
- *«ktoś» boi się «czegoś» jak pies jeża* ,odnosić się do kogoś, czegoś ostrożnie, nieufnie: Zabieram się do tej roboty jak pies do jeża, już parę razy ten tekst poprawiałem i ciągle nie jest dobry‘
- *bać się czegoś jak świnia grzmotu* (gehört)

## 4. Wut / Ärger

- *pokazać komuś, gdzie raki zimują* ,dać komuś bolesną nauczkę; zemścić się, odegrać się na kimś‘
- *mieć muchy w nosie* ,dąsać się, gniewać się, mieć zły humor, zazwyczaj bez powodu‘
- *osa kogoś ukąsiła* ,ktoś jest rozgniewany, sfrustrowany, zwykle z powodu nieznanego obserwatorom‘
- *zły jak osa* ,bardzo zły, kąśliwy, cięty‘
- *mucha «kogoś» (ugryzła, ukąsiła)*
- *niech to gęś (kaczka) kopnie!* ,wykrzyknienie wyrażające złość, zdumienie, niekiedy podziw‘

- *kurczę blade!* ‚rubaszne przekleństwo‘
- *kurczę pieczone!* ‚rubaszne przekleństwo‘
- *kurza twarz!* ‚rubaszne przekleństwo‘
- *działać na kogoś jak (czerwona) płachta na byka* ‚drażnić kogoś, prowokować, irytować‘
- *«ktoś» drze koty z «kimś»*

#### 5. Ekel

- *brzydzić się kimś jak ropuchą* ‚czuć wstręt do kogoś‘
- *«ktoś» brzydzi się [«czymś»] jak pies (sadm, flakiem)*

In der Gruppe der polnischen Phraseologismen ist die Situation ähnlich wie im Deutschen. Die größte Gruppe bilden Einheiten, mit denen man Wut ausdrücken kann. Wenn es um die kleinste Gruppe von Phraseologismen geht, ist es auch die Gruppe *Ekel*. Eine etwas größere Gruppe schaffen die Einheiten, die Trauer bekunden.

### 5. Schlussfolgerungen

In den Phraseologismen, die Emotionen ausdrücken, findet man verschiedene Vertreter der tierischen Welt. Es sind sowohl kleine Tiere wie Spinnen oder Bienen als auch große wie Pferde oder Kühe. Man betrachtet ihre Charaktereigenschaften, ihr Aussehen oder ihre Abwehrmechanismen. Dies äußert sich darin, dass Menschen Anderen gern tierische Eigenschaften zuschreiben und oft Menschen mit Tieren vergleichen. Aus diesem Grunde wendet sich eine große Anzahl von Phraseologismen, die mit Emotionen verbunden sind, direkt an den Gesprächspartner.

Im Lichte der analysierten deutschen und polnischen phraseologischen Einheiten mit Tierkomponenten lässt sich anmerken, dass im Polnischen animalische Phraseologismen, die Emotionen verbalisieren, viel seltener vorkommen. Ein solcher Unterschied zwischen deutschen und polnischen Einheiten kann durch verschiedene kulturelle Aspekte bedingt sein.

Wenn man die Gruppe *Angst* unter die Lupe nimmt, sieht man, dass der Hase in beiden Sprachen als Symbol der Angst gilt. Im Polnischen kommt er aber wesentlich seltener als im Deutschen vor.

Besonders häufig kommen die Einheiten in Form des Ausrufs vor, z. B. *ich werde zum Tier!* oder *kurczę blade!*. Sie befinden sich sowohl im Deutschen als auch im Polnischen vor allem in der Gruppe, wo die versammelten Phraseologismen Wut / Ärger verbalisieren. Viele von ihnen, wenn nicht die Mehrheit, sind Schimpfwörter oder Beschimpfungen, deren Rolle das Entladen von Emotionen und schlechter Laune ist.

Anhand der Zusammenstellung ist ersichtlich, dass die Anzahl von Phraseologismen in den jeweiligen Gruppen sehr unterschiedlich und unverhältnismäßig ist. Die Gruppe *Ekel* hat eine sehr niedrige Anzahl von Phraseologismen in beiden Sprachen: im Deutschen ist es nur eine Einheit und im Polnischen zwei Einheiten. Diese Gruppe zeigt auch, dass Deutsche und Polen etwas ganz anderes als ekelhaft betrachten. Deutsche sprechen von Spinnen und Polen von Kröten oder Fett.

Wichtig ist hier, dass man schon aufgrund so kleiner Analyse feststellt, dass man unter den Phraseologismen mit Tiernamen im Komponentenbestand Einheiten für jede Basisemotion nach Ekman finden kann.

Aufgrund der Analyse kann man zum Schluss kommen, dass Phraseologismen die Möglichkeit geben, unsere Gefühle und Emotionen auf nicht wörtliche Art und Weise auszudrücken. Beispielsweise, wenn man zu jemandem sagen will, dass er uns nervt, kann man es durch den Phraseologismus *geh zum Geier!* ersetzen. Auch wenn jemand Glück hat, kann man den Phraseologismus *Schwein haben* benutzen. Zwar wird eine solche Ersetzung sehr oft verwendet, geben uns diese Gelegenheit nicht so viele tierische Phraseologismen. Man erkennt aber auch einen Beitrag der Tiere zu diesem Bereich.

## Literaturverzeichnis

### Quellen

- Budzowski, Andrzej (2004): *Niemieckie Idiomy i zwroty potoczne*. Warszawa: Graf-Pol.
- Czochralski, Jan / Ludwig, Klaus-Dieter (1999): *Słownik frazeologiczny niemiecko-polski*. Warszawa: Wiedza Powszechna.

- Duden (2011): *Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten*. Berlin: Duden Verlag.
- Lebda, Renata (2005): *Nowy Słownik Frazeologiczny*. Kraków: Krakowskie Wydawnictwo Naukowe.
- Mrozowski, Teresa (2007): *Słownik frazeologiczny*. Warszawa: C. H. Beck.
- Röhrich, Lutz (2003): *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. Freiburg / Basel / Wien: Herder Spektrum.
- Schön, Marion (1995): *Deutsch. Sprichwörter und Redewendungen*. München: Compact Verlag.
- www.edupedia.pl
- www.frazeologia.pl

## **Sekundärliteratur**

- Ekman, Paul (1999): „Basic Emotions“. [In:] Dalglish, Tim / Power, Mick J. (Hrsg.): *Handbook of Cognition and Emotion*. New York: John Wiley & Sons Ltd. S. 45–60.
- Ekman, Paul (2012): *Emocje ujawnione. Odkryj, co ludzie chcą przed Tobą zataić, i dowiedz się czegoś więcej o sobie*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Ekman, Paul / Friesen, Wallace (1971): „Constants across cultures in the face and emotion“. *Journal of Personality and Social Psychology* 17/ 2. S. 124–129.
- Fiehler, Reinhard (2008): „Emotionale Kommunikation“. [In:] Fix, Ulla / Gardt, Andreas / Knappe, Joachim (Hrsg.): *Rhetoric and Stylistics / Rhetorik und Stilistik, Teilband 1*. Berlin: De Gruyter. S. 757–772.
- Hrdinová, Eva Maria (2010): „Freuen wird sich meine Seele im Herrn oder der liturgische Text und Emotionen“. *Studia Germanistica*. Číslo 6. S. 139–144.
- Jarymowicz Maria / Imbir Kamil (2010): „Próba taksonomii ludzkich emocji“. *Przegląd psychologiczny* 53/4. S. 439–461.
- Kaňovská, Michaela / Křítková Zdenka (2010): „Emotionen in den Schlagzeilen Nordkorea meldet „erfolgreichen Atomtest“ – KLDR vyděsila svět jaderným testem“. *Studia Germanistica*. Číslo 6. S. 199–213.
- Kowalska, Magda / Wróbel, Monika (2017): „Basic Emotions“. [In:] Shackelford, Todd K. / Zeigler-Hill, Virgil (Hrsg.): *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Cham: Springer. S. 1–6.
- Pavić Pintarić, Anita / Miletić, Nikolina (2018): „Phraseme als Ausdruck der Emotionen am Beispiel der Fussballberichte“. *Fluminensia* 30/2. S. 137–156.
- Šichová, Kateřina (2010): „Überlegungen zu Emotionen und Phrasemen. Am Beispiel verbaler Phraseme mit somatischen Substantivkomponenten“. *Studia Germanistica*. Číslo 6. S. 81–92.





## **Polish Perception of Emotion in Spoken Indian Languages**

The purpose of this study was to examine Polish speakers' ability to successfully recognise emotions in Indian languages that they did not speak fluently. For this, 39 Polish participants were chosen to investigate if they were able to correctly identify emotions in four Indian languages. One female native speaker of each of the following languages, Hindi, Marathi, Tulu and Tamil was recorded. Each speaker uttered a sentence, neutral in connotation, in their own language while expressing four different emotions: happiness, surprise, sadness and anger. These utterances were then interpreted by Polish participants who had to identify the intended emotion purely on the basis of vocal cues. The results showed that recognition rates differed for each language. Sadness, with the lowest frequency, was the only emotion that was correctly identified as the intended emotion by over 90% of the participants. All the other emotions were identified correctly to a lesser extent. Furthermore, participants mistook sadness and happiness for anger.

Keywords: perception of emotions, Polish speakers, Indian languages

### **1. Introduction**

Expressing emotions through speech is not only one of the most fundamental aspects of human communication but is also a complex process. People believe that they can detect emotion when they hear another person speak. This idea has intrigued researchers for decades and led to numerous studies investigating emotional prosody which is defined by Besson et al. (2000: 405) as “the ability to express emotions through variations of different parameters of the human speech, such as pitch contour, intensity and duration”. A study conducted by Davitz & Davitz (1959) on

interpretation of feelings through speech observed that the interpretation varied greatly depending on who the speakers or listeners were and the emotions they listened to. There has been a growing interest in cross-cultural and cross-language perception of emotions using vocal utterances. Alison Tickle (2000) studied how English and Japanese native speakers decoded emotional vocalizations in English and Japanese. The English speakers' interpretation of emotions in English was more accurate than that in Japanese. Japanese speakers also decoded English vocalizations more accurately than Japanese vocalizations. Surprisingly, both English and Japanese participants were unable to correctly identify emotions expressed in Japanese and their success rate was 35-36%. In another study, Pell et al. (2009) examined how emotions are recognized using vocal expressions in four languages-English, German, Hindi and Arabic. They found that recognition rates differed for each language and that all emotions were correctly recognized to a great extent in all languages. They also observed that negative valence emotions like 'anger', 'sadness' and 'fear' were recognized with the highest accuracy in all languages. A study conducted by Abelin & Allwood (2000) to determine if there is any universality in the way in which we understand and interpret different emotion, observed the same trend. Their test subjects were native speakers of Finnish, Spanish, English and Swedish. Irrespective of the languages, emotions such as 'anger', 'sadness', 'fear' and 'surprise' were interpreted correctly to a greater degree than the other emotions. Jain et al. (2010) analysed the perception of Hindi speakers and their ability to decode the following emotions-'surprise', 'happiness' 'anger' and 'sadness' using Hindi utterances. Test results revealed that all the emotions were interpreted correctly to a great extent with a success rate of 90%. Taking inspiration from the above studies, the present study examined the accuracy of Polish speakers' perception of emotional utterances expressed in four Indian languages; Hindi, Marathi, Tulu and Tamil.

## **2. Participants**

39 native speakers of Polish, including 27 women and 12 men, participated in this study. Participants ranged between the ages 18-39. 16

Indians were also tested. All the Indian participants were multilingual and spoke fluently two or more languages used in the study. The main reason for testing native speakers of the languages used in this study was to check if the utterances offered a good baseline to use for the study. Results showed that Indian participants were able to correctly identify the intended emotion in the languages that they spoke and made more errors in identifying emotions in the languages that they did not speak.

### **3. Materials**

The recordings used in this study were contributed by four female native speakers, aged 25-35, of the following languages: Hindi and Marathi, which are Indo-Aryan languages, Tulu and Tamil, which are Dravidian languages. These specific languages were chosen to offer a variety of Indian languages as well as to create a stark distinction between the language groups. While recording, each speaker spoke in only one language i.e. their native language.

For this study, an emotionally neutral sentence was chosen which did not evoke any specific emotion. This choice was motivated by a study conducted by Defren et al. (2018: 714) which stated that both “semantics and prosody influence the perception of emotional speech”. Hence, many studies of prosody use words and sentences that are emotionally neutral to avoid any interference with the emotional content (Defren et al. 2018: 714). Based on this rationale, the native speakers were given the sentence, ‘There is a big cat in my house’. Each speaker translated this sentence into their own language and then reproduced this same sentence four times to emote four different emotions, namely happiness, surprise, sadness and anger. The reason these four emotions were chosen was a study conducted by Ekman et al. (1969), which researched universal recognition of emotion through facial expressions. Their study concluded that happiness, surprise, sadness, anger, disgust and fear were the most basic emotions, expressed through facial cues and understood by humans across different cultures. These findings influenced the decision to use the above emotions in this study.

## 4. Procedure

The study was conducted using the web survey tool Google Forms. Participants were sent a link and were instructed to evaluate each sound file and choose a corresponding emotion. They were presented with 16 utterances, 4 utterances in each language. The structure of the survey was such that participants were administered only one language at a time. At first, they heard four recordings of Hindi, one after another. Each recording expressed one of the four emotions. Participants were then asked to determine for each utterance of Hindi which of the four emotions the speaker expressed. They had to listen to the sound file and select the corresponding emotion. The following options were presented on the computer screen, ‘happy’, ‘sad’, ‘surprise’, ‘angry’, ‘don’t know’. Once they had finished determining the emotion for each utterance in one language they were then directed to the next page which had four recordings in the next language Marathi, then Tulu and lastly Tamil.

## 5. Results

The responses of Polish participants that correctly identified the emotion for every utterance in each language are presented in the following table. The numbers show the percentage of correct answers from each language.

|         | Happiness | Surprise | Anger | Sadness |
|---------|-----------|----------|-------|---------|
| Hindi   | 71.8      | 61.5     | 79.5  | 94.9    |
| Marathi | 48.7      | 74.4     | 64.1  | 92.3    |
| Tulu    | 89.7      | 66.7     | 79.5  | 97      |
| Tamil   | 28.2      | 92.3     | 0     | 84.6    |

Table 1. The interpretation of correctly identified emotions in the four languages, Hindi, Marathi, Tulu, and Tamil.

## **6. Happiness**

Based on the observations made using PRAAT, the pitch contour in all the languages rises at the start of the sentence and then falls immediately and then rises and falls again towards the end of the sentence. All the happy utterances have two points of highest pitch and intensity, both these high points coincide with the adjective, ‘big’ and noun, ‘cat’ or ‘house’ in the sentence. The speakers emphasise these words to produce prominence in order to express the heightened emotion of happiness. According to Rabiei & Gasparetto (2014), pitch contours of positive valence emotions like ‘happiness’ and ‘surprise’ have a high pitch value in the beginning which becomes lower towards the end. Furthermore, they state that Asian speakers’ expression of positive valence emotions is sharper than those produced by European or American speakers.

Polish interpretation of the emotion ‘happiness’ in Hindi and Tulu shows great agreement with the intended emotion. However, in Marathi, only 48.7% were able to identify the intended emotion while 12.8% heard anger. The remaining said they did not recognize the emotion. Similarly in Tamil, only 28.2 % responses correctly identified the intended emotion of happiness while 59% heard anger.

## **7. Surprise**

For surprise, the pitch curve was much bigger than the curve observed in the utterance of happiness. It had a rising pattern that held throughout the utterance. The pitch and intensity intertwine throughout the utterance. The pitch ranges between 400 to 600Hz.

Polish interpretation of the intended emotion of ‘surprise’ was the most accurate for Tamil with the result of 92.3%. There was also good agreement with the intended emotions in the other languages since the percentage of correct responses ranged between 60-75%. In all of the utterances of surprise which were not identified correctly, participants selected the emotion of anger. Abelin & Allwood’s (2000) study had

similar results. Their test subjects had to interpret words recorded by a Swedish native speaker. 30% of the Spanish subjects interpreted the emotion of ‘surprise’ as ‘anger’.

## 8. Anger

Of the negative valence emotions, anger was correctly identified by Polish participants to a great extent in Hindi, Marathi and Tulu. However, they wrongly identified this utterance as sadness in Tamil. Not a single participant identified it as anger, instead 100% responses stated that it was sadness. After observing the pitch contour of this recording, it became clear why all the Polish participants heard sadness. Below you can see the comparison of the pitch contour of the utterance of sadness in Marathi and anger in Tamil.

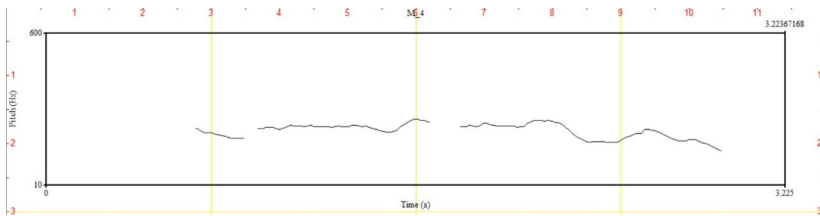


Figure 1. Pitch contour emoting sadness in Marathi

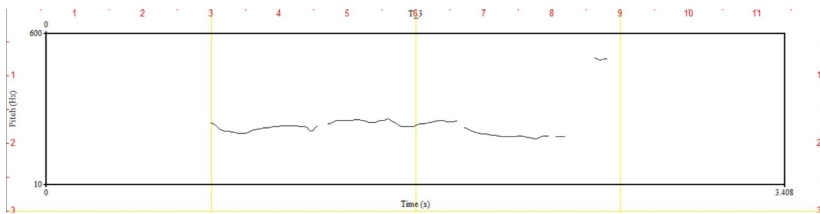


Figure 2. Pitch contour emoting anger in Tamil

Surprising as it may seem, the pitch contour emoting anger in Tamil in Figure 2, mimics all the features of the pitch contour emoting sadness in Figure 1. The frequency of the minimum pitch in Figure 2 was lower in comparison to the other pitch contours of anger in the other three languages. This appears to be a result of personal expression of an emotion that is subjective. An individual can express a single emotion with varying intensities on different days depending on their emotional situation or context. It is also important to note that the contributors were native speakers who are not professional actors.

## **9. Sadness**

Utterances that recorded sadness had one of the lowest frequencies of minimum pitch, 40 Hz. The pitch contour for all the utterances of ‘sadness’ demonstrates a hold pattern in the middle and fall towards the end. A similar pattern was observed by Jain et al. (2010) where their utterances of sadness tend to hold in the beginning and fall at the end of the sentence. These factors perhaps make the emotion of sadness the easiest to identify. Sadness was the only emotion that was hands-down identified correctly to a great extent in all languages. 84% respondents correctly identified the emotion as sadness in Tamil, whereas between 92-97% of participants correctly interpreted ‘sadness’ as the intended emotion in Hindi, Marathi and Tulu. Abelin & Allwood’s (2000) study also observed similar results stating that “the emotion ‘sadness’ is quite unanimously interpreted as expected.”

## **10. Conclusion**

Testing the ability of non-native listeners to infer the intended emotion of speech gives us useful insight into cross-cultural perceptions of emotions. To a great extent, Polish participants were able to correctly perceive the intended emotions in most languages in this study. This cannot be attributed to mere chance. The accuracy in interpreting

the emotions correctly can be attributed to certain acoustic cues and prosodic patterns that are generally associated with these emotions, irrespective of the language. According to Bachorowski (1999: 55) “Evidence for cross-cultural similarities in both perceptual accuracy and error patterns further suggests that the ability to infer emotion from speech is a fundamental component of human vocal communication.” She further states that error rates in correctly identifying the intended emotion can also be high in such studies because “some emotions may simply be more difficult to infer from voice than others, and actors vary in the quality of their emotion portrayals” (Bachorowski 1999: 55). Such a situation was encountered in this study, where all the Polish subjects unanimously identified the intended emotion of ‘anger’ as ‘sadness’ in a Tamil utterance.

Furthermore, cross-cultural differences exist in the way people express and perceive emotions (see Lim 2016). The possibility of misreading emotions is proof that emotion recognition through voice alone is not entirely a universal phenomenon because variations exist depending on the culture of the listener. In certain cultures, ‘anger’ and ‘happiness’ may be expressed with a different pitch and intonation, this might greatly change the perception of the emotion and possibly the meaning too. The Indian culture is related to “high arousal culture” (Lim 2016) where expressions of joy, excitement, happiness and anger are innately loud and demonstrative. This is starkly different from the Eastern-European culture. This difference in expression may have influenced Polish subjects to become confused between the emotions of happiness and anger. In conclusion, one thing is certain, that it is possible to identify certain basic emotions in a language that one does not know or does not speak fluently. But it is not a full proof since cultural factors may cause the listener to perceive an emotion differently.

## **Bibliography**

Abelin Åsa/Allwood Jens (2000) “Cross Linguistic Interpretation of Emotional Prosody”. *SpeechEmotion-2000*. Pp. 110-113. URL: <https://www.speechemotion2000.org/papers/Abelin%20Allwood.pdf>



- [iscaspeech.org/archive\\_open/\\_papers/speech\\_emotion/spem\\_110.pdf](https://iscaspeech.org/archive_open/_papers/speech_emotion/spem_110.pdf) [Access: 08.02.2019]
- Bachorowski, Jo-Anne (1999) "Vocal Expression and Perception of Emotion". *Current Directions in Psychological Science* 8(2). Pp. 53–57. URL: <https://doi.org/10.1111/-8721.00013> [Access: 12.10.2019]
- Besson, Mireille/ Magne, Cyrille/ Schön Daniele (2000) "Emotional prosody: sex differences in sensitivity to speech melody". *Trends in Cognitive Sciences*. Elsevier. URL: [https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/pdf/S1364-6613\(02\)01975-7.pdf](https://www.cell.com/trends/cognitive-sciences/pdf/S1364-6613(02)01975-7.pdf) [Access: 04.11.19]
- Davitz, Joel/ Davitz, Lois Jean (1959) "The communication of feelings by content free speech". *Journal of communication* 9. Pp. 6–13. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1460-2466.1959.tb00286.x> [Access: 29.10.19]
- Defren, Sabrina/ Wesseling, Patricia/ Allen, Shanley/ Shakuf, Vered/ Ben-David, Boaz/ Lachmann, Thomas. (2018) "Emotional Speech Perception: A set of semantically validated German neutral and emotionally affective sentences". *Speech Prosody* 10.21437. Pp. 714–718. URL: [https://www.researchgate.net/publication/325744304\\_Emotional\\_Speech\\_Perception\\_A\\_set\\_of\\_semantically\\_validated\\_German\\_neutral\\_and\\_emotionally\\_affective\\_sentences](https://www.researchgate.net/publication/325744304_Emotional_Speech_Perception_A_set_of_semantically_validated_German_neutral_and_emotionally_affective_sentences) [Access: 10.02.2019]
- Ekman, Paul/ Sorenson, Richard E. / Friesen, Wallace V. (1969) "Pan-Cultural Elements in Facial Displays of Emotion". *Science New Series*. Vol. 164, No. 3875. Pp. 86–88. URL: [https://www.jstor.org/stable/1726987?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1726987?seq=1#page_scan_tab_contents) [Access: 13.10.]
- Izard, Carol E. (2007) "Basic emotions, natural kinds, emotion schemas, and a new paradigm". *Perspectives on Psychological Science*. Vol 2. No.3 Pp. 260–280. URL: <https://www.jstor.org/stable/40212206> [Access: 20.03.2019]
- Jain, Anurag/ Prakash, Nupur/ Agrawal S.S. (2010). "Acoustical and Perceptual study of Intonational Patterns in emotional Hindi Speech". *African Journal of Mathematics and Computer Science Research* Vol. 3(10). Pp. 255–266. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/view/download/?=10.1.1.851.5509&rep=rep1&type=pdf> [Access: 10.02.201]
- Lim, Nangyeon (2016) "Cultural Differences in Emotion: Differences in Emotional Arousal Level Between the East and the West". *Integrative Medicine Research* Vol. 5(2). Pp. 105–109. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5381435/> [Access: 13.10.2019]
- Pell, Mark/ Paulmann, Silke/ Dara, Chinara/ Alasser, Areej/ Kotz, Sonja (2009) "Factors in the recognition of vocally expressed emotions: A comparison

- of four languages”. *Journal of Phonetics*. Vol. 37. No. 4. Pp. 417–435. URL: [https://www.researchgate.net/42424266\\_Factors\\_in\\_the\\_recognition\\_of\\_vocally\\_expressed\\_emotions\\_A\\_comparison\\_of\\_four\\_languages](https://www.researchgate.net/42424266_Factors_in_the_recognition_of_vocally_expressed_emotions_A_comparison_of_four_languages) [Access: 03.11.2019]
- Rabiei, Mohammad/ Gasparetto, Alessandro (2014) “A Methodology for Recognition of Emotions Based on Speech Analysis, for Applications to Human-Robot Interaction. An Exploratory Study”. *Paladyn, Journal of Behavioral Robotics*. 5(1). Pp. 11. URL: [https://www.researchgate.net/publication/276091649\\_A\\_Methodology\\_for\\_Recognition\\_of\\_Emotions\\_Based\\_on\\_Speech\\_Analysis\\_for\\_Applications\\_to\\_Human-Robot\\_Interaction\\_An\\_Exploratory\\_Study#pf3](https://www.researchgate.net/publication/276091649_A_Methodology_for_Recognition_of_Emotions_Based_on_Speech_Analysis_for_Applications_to_Human-Robot_Interaction_An_Exploratory_Study#pf3) [Access: 04.11.2019]
- Tickle, Alison (2000) “English and Japanese speakers’ emotion vocalisation and recognition: A comparison highlighting vowel quality,” *SpeechEmotion-2000*. Pp. 104-109. URL: [https://www.isca-speech.org/archive\\_open/archive\\_papers/speech\\_emotion/spem\\_.pdf](https://www.isca-speech.org/archive_open/archive_papers/speech_emotion/spem_.pdf) [Access: 08.02.2019]

Lukasz Piątkowski<sup>1</sup>

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Korpusgestützte Lexikographie – Verbesserungsvorschlag der Wörterbucheinträge am Beispiel der Funktionsverbgefüge im deutsch-polnischen Vergleich**

### **Corpus-driven lexicography – proposal for correction of dictionary entries on the example of light verb constructions in German and their Polish equivalents**

The article aims to show the impact of corpus analysis on the development of written lexicography. The example analysis of the concordance and co-occurrence of light verb construction *zu Ergebnis kommen* in The Mannheim German Reference Corpus (DeReKo) presents the basis for developing of dictionary microstructure and complementing morphological, syntactic and pragmatic multi-word units in the dictionary entries.

Schlüsselwörter: Funktionsverbgefüge, Wörterbucheinträge, korpusgestützte Lexikographie

Keywords: light verb constructions, dictionary entries, corpus-driven lexicography

## **Einleitung**

Die heutige Digitalisierung und Computerisierung des Alltags hat einen Einfluss auf die Sprachwissenschaft. Nicht nur die (Fremd-)

---

<sup>1</sup> Stypendysta Fundacji UAM w roku akademickim 2019/2020.

Sprachendidaktik profitiert von den computerlinguistischen Methoden der Sprachverarbeitung, sondern auch solche sprachwissenschaftlichen Teildisziplinen wie Lexikologie, Lexikographie, Phraseologie und viele andere. Mit dem technischen Fortschritt geht auch die Entwicklung der Korpuslinguistik einher, die ihre Anfänge in der zweiten Hälfte des 20. Jh. hat. Die Implementierung der Korpora in die linguistische Forschung zeigt, dass sie als Ausgangsbasis für die Erarbeitung einer neuen Methodik beim Fremdsprachenlernen, beim Prozess der Wörterbucherstellung, bei der Diskursanalyse sowie Fachsprachenforschung gelten können. Der folgende Beitrag zielt darauf ab, das Verhältnis der Korpuslinguistik und der Lexikographie zu erläutern, sowie darzustellen, wie die Korpora die Aktualisierung von Wörterbucheinträgen bedingen können. Am Beispiel eines Funktionsverbgefüges wird präsentiert, welchen Beitrag die Korpora bei der Vermittlung von Mehrwortlexemen leisten. Im Zentrum stehen die Partnerwörter (Kookkurrenzen), Argumentstruktur und Sachgruppenzuordnung des Funktionsverbgefüges *zu DET Ergebnis kommen*<sup>2</sup>.

## 1. Korpuslinguistik und Lexikographie

Lexikographie ist diejenige Teildisziplin der Sprachwissenschaft, die sich mit Wörterbüchern im weiteren Sinne beschäftigt. Im Zentrum der lexikographischen Interessen stehen sowohl die Erstellungspraxis von lexikographischen Werken als auch ihre Kritik, Klassifikationsversuche sowie Verbesserungsvorschläge (vgl. Engelberg/Lemnitzer 2008: 3). In der deutschsprachigen Fachliteratur wird sogar von *Metalexikographie* gesprochen, die die erwähnten Aspekte der Wörterbuchforschung anbetrifft (vgl. Glück/Schmoe 2005: 741). Es ist anzumerken, dass die Lexikographie in enger Verbindung zu Lexikologie steht, also zu derjenigen sprachwissenschaftlichen Disziplin, die aus unterschiedlichen Perspektiven (z. B. computerlinguistische, etymologische, didaktische usw.) den Wortschatz einer Sprache bzw. mehrerer Sprachen kontrastiv unter die Lupe nimmt. Es lässt sich schlussfolgern, dass die beiden Di-

---

<sup>2</sup> Als DET wird der Determinator (definit/indefinit) bezeichnet.

sziplinen der Linguistik das *Wort* ins Forschungszentrum stellen, jedoch ist die Lexikologie eine theoretische Wissenschaft, und die Lexikographie behandelt den Wortschatz praktisch, in einer organisierten Form, z. B. eines Wörterbuches, Lexikons oder einer Enzyklopädie. Obwohl Wörterbücher über die Jahre als Standardwerke in der Schule oder beim Studium galten, weisen sie nicht nur Vor-, sondern auch Nachteile auf, z. B. müssen die Printwörterbücher regelmäßig aktualisiert werden, denn die Sprachnormen, die diese Wörterbücher dokumentieren, unterliegen ständigen Veränderungen. Dies hängt mit dem hohen Arbeitsaufwand sowie mit der Erarbeitung neuer Wörterbucheinträge, z. B. im Falle von Neologismen, zusammen. Sprachnormen werden nicht nur von Wörterbüchern dokumentiert, sondern sind auch den sprachlichen Korpora zu entnehmen. *Korpus* ist

eine Sammlung schriftlicher oder gesprochener Äußerungen. Die Daten des Korpus sind typischerweise digitalisiert, d. h. auf Rechnern gespeichert und maschinenlesbar: Die Bestandteile des Korpus bestehen aus den Daten selber sowie möglicherweise aus Metadaten, die diese Daten beschreiben, und aus linguistischen Annotationen, die diesen Daten zugeordnet sind. (Lemnitzer/Zinsmeister 2015: 13)

Die vielfältige Korpustypologie führt dazu, dass man zu unterschiedlichen sprachlichen Informationen Zugang bekommen kann. Es drängt sich die Frage auf, ob Korpora als Quelle des sprachlichen Usus als Alternative für Wörterbücher bzw. als Grundlage der Wörterbuchkorrektur und -erweiterung gelten können. Im Weiteren wird versucht, die Frage am Beispiel der Analyse von einem Funktionsverbgefüge zu beantworten.

## **2. Funktionsverbgefüge**

Als Funktionsverbgefüge (nachstehend: FVG) werden Wortgruppen bezeichnet, die aus einem Funktionsverb und einer Nominal- oder Präpositionalphrase bestehen, z. B. *eine Frage stellen* oder *zum Abschluss*

*bringen*. Mit dem Begriff *Funktionsverb* wird ein Verb gemeint, das semantisch reduziert ist, d. h. dass die Grundbedeutung des Verbs verloren geht und es vor allem seine grammatischen Eigenschaften behält. Demnach liegt die Hauptbedeutung des FVG im Substantiv, das in der Regel eine Nominalisierung<sup>3</sup> ist. FVG werden als eine der Eigenschaften des Nominalstils angesehen und dadurch auch kritisiert (vgl. Kamber 2008: 3). Die Forschung an FVG hat eine lange Geschichte, was sich durch terminologische Vielfalt manifestiert, denn FVG sind auch bekannt als beispielsweise

- Funktionsverbformeln (Polenz 1963),
- Streckformen des finiten Verbs (Schmidt 1968),
- Funktionsverbfügung (Heringer 1968),
- Verbonominale Konstruktionen (Pottelberge 1996),
- Nominalisierungsverbgefüge (Storrer 2006),
- Kollokativgefüge (Ágel 2017).

Die Vielfalt der Termini führt auch zu Unstimmigkeiten bei der Aussonderung der Abgrenzungskriterien von FVG und anderen Mehrwortlexemen. Erwähnenswert ist hier die Diskussion über die Abgrenzung der FVG von den Kollokationen (vgl. Steyer 2000: 102, Burger 2003: 170, Heine 2006: 50f. und Helbig 2006: 171f.).

Das Problem beim Gebrauch der FVG beruht darauf, dass sie als Mehrworteinheiten über eine eigene Morphosyntax verfügen und nicht wortwörtlich zu verstehen sind. Für den Deutsch- oder Polnischlernenden kann es schwierig sein, FVG in der Kommunikation ohne Vorwissen zu benutzen, denn er weiß nicht, wie sie in die Satzstruktur integriert werden sollten, welche Valenz sie aufweisen und in welchen Kontexten sie eingesetzt werden könnten. Auch die Austauschbarkeit der FVG und der mit ihnen verwandten Vollverben wird zur Diskussion gestellt, was dazu beiträgt, dass die Lernenden auf ihren Gebrauch verzichten. Demnach scheinen die Wörterbücher als eine der Wissensquellen gelten zu müssen, die das Wissen vom Gebrauch der FVG vermitteln. Die früheren metalexikographischen Untersuchungen haben gezeigt,

<sup>3</sup> In der deutschsprachigen Fachliteratur wird die morphologische Verwandtschaft des Substantivs im FVG und des Basisverbs diskutiert. Es gebe auch FVG, bei denen sich Substantive nicht auf ein Verb zurückführen lassen, z. B. *Maßnahmen ergreifen* oder *in Verlegenheit geraten* (vgl. Kamber 2008: 11).

dass deutsch-polnische Wörterbücher FVG mangelhaft betrachten, was entsprechender Korrekturen und Erweiterungen bedarf (vgl. Piątkowski 2018, 2019). Dabei kann die Beobachtung mehrerer Texte behilflich sein, die durch Korpusarbeit ermöglicht wird.

### **3. Wörterbücher und Korpora**

Wörterbücher sind lexikographische Produkte, die bei der Sprachproduktion, -rezeption und -korrektur helfen sollen. Printwörterbücher, die beim Fremdsprachenlernen immer noch Einsatz finden, beinhalten oft veraltete oder auch fehlerhafte Informationen, wie eine lexikalische Einheit bzw. eine Wortgruppe zu benutzen ist. Auch die neuesten Wörterbuchauflagen können den aktuellen Sprachgebrauch nicht registrieren, weil sich die Sprache rapid entwickelt. Ausgehend von Wittgensteins Gedanken, dass die Bedeutung eines Wortes sein Gebrauch in der Sprache sei (vgl. Wittgenstein 2003: 262f.), sind die lexikalischen Einheiten in einem Wörterbuch mit kontextuellen Informationen zu versehen. In einem Printwörterbuch, in dem die Platzmöglichkeiten begrenzt sind, gibt es in der Regel keine Beispiel- oder Belegsätze, sowie Verwendungsbeispiele eines Wortes oder eines Mehrwortlexems. In dem Falle scheinen Korpora, die den Gebrauch eines Wortes kontextbezogen veranschaulichen, als Primärquelle der Information zu dienen.

Korpora zeigen den realen Sprachgebrauch, d. h. sie bestehen aus Texten, die in lebendiger Sprache verfasst wurden und anhand derer sich sowohl Normen als auch Normenabweichungen beobachten sowie grammatische, diskursive und soziale Veränderungen bemerken lassen. Korpora bilden nicht nur eine Informationsquelle für linguistisch motivierte, sondern auch für historische (Dokumentation historischer Geschehnisse), juristische (Dokumentation von Gesetzveränderungen), didaktische (als Basis für Erstellung von Lehrmaterialien und Lehrwerken) und andere Zwecke.

Die beiden Gebilde (Wörterbuch und Korpus) erfüllen also die gleiche Rolle, die Sprache in ihrer Entwicklung zu erfassen und dem Sprachforscher die Möglichkeit anzubieten, die sprachlichen Phänomene diachronisch und synchronisch sowie vergleichend und kontrastiv zu

untersuchen. Allerdings können Korpora auch in die lexikographische Forschung hineinbezogen werden. Je nachdem, welche Rolle bei der lexikographischen Arbeit dem Korpus zugewiesen wird, werden auch die methodischen Ansätze unterschiedlich gefasst. Die übliche Einteilung ist auf Tognini-Bonelli (2001) zurückzuführen und betrifft die korpusbasierte und korpusgestützte Methode der Korpusarbeit (vgl. Brommer 2018: 96). Bei der korpusbasierten<sup>4</sup> Herangehensweise werden die Daten interessengeleitet und zielorientiert untersucht. Dabei werden die formulierten Fragestellungen und Hypothesen über das Funktionieren einer Sprache deduktiv überprüft. Dagegen bilden die Daten bei dem korpusgestützten<sup>5</sup> Arbeitsverfahren einen Ausgangspunkt für die Analysen und aufgrund der Beobachtung werden Theorien aufgestellt, wie die jeweiligen sprachlichen Konstruktionen zu benutzen sind.

Bei der Wörterbucherweiterung ist davon auszugehen, dass jede Sprache evolviert und den lexikalischen Einheiten sowie mehrteiligen Wortgruppen neue Bedeutungen und Gebrauchskontexte zugeschrieben werden können. Es lässt sich jedoch nicht annehmen, welche Veränderungen vorliegen und was sie anbetreffen. Demnach eignet sich für die Verifikation und Überprüfung der Vollständigkeit und Aktualität von Wörterbucheinträgen die korpusgestützte Herangehensweise<sup>6</sup>.

#### 4. Fallstudie

Als Forschungsobjekt gilt die Wortgruppe *zu DET Ergebnis kommen*, die von Kamber (2008: 285) als eines der frequentesten FVG im Deutschen angesehen wird. Im Hinblick auf die mikrostrukturellen Informationen werden vier deutsch-polnische Wörterbücher (vgl. Piątkowski 2018: 525f.) geprüft, und zwar

- *PONS Duży słownik niemiecko-polski* (2001) (im Weiteren: PONS 2001),

<sup>4</sup> corpus-based (Tognini-Bonelli 2001: 65).

<sup>5</sup> corpus-driven (vgl. Tognini-Bonelli 2001: 84).

<sup>6</sup> Einen Überblick über die verschiedenen Einsätze der Korpusarbeit bei der Wörterbucharbeit schlägt Klosa (2007: 105f.) vor.



- *Handwörterbuch Deutsch-Polnisch* vom Verlag Wiedza Po-  
wszechna (2003) (im Weiteren: WP 2003),
- *PONS Großwörterbuch Deutsch-Polnisch* (2007) (im Weite-  
ren: PONS 2007) und
- *PWN Großwörterbuch Deutsch-Polnisch* (2010) (im Weiteren:  
PWN 2010).

#### 4.1. zu *DET Ergebnis kommen*

##### a) metalexikographische Analyse

Das FVG besteht aus einer Präpositionalphrase, d. h. aus einer Präpo-  
sition mit einem Substantiv, das die Hauptbedeutung trägt, und einem  
Funktionsverb. Demnach werden die Wörterbuchartikel des Verbs und  
Substantivs untersucht, um veranschaulichen zu können, unter welcher  
Komponente das FVG zu lemmatisieren ist.

| Wörterbuch/Lemma | <i>Ergebnis</i>                                                                          | <i>kommen</i> |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| PONS 2001        | —                                                                                        | —             |
| WP 2003          | —                                                                                        | —             |
| PONS 2007        | <b>wir sind zu dem ~<br/>gekommen, dass ...</b><br>doszliśmy do takiego<br>etapu, że ... | —             |
| PWN 2010         | —                                                                                        | —             |

Tab. 1. Lexikographische Darstellung des FVG zu *DET Ergebnis kommen* in  
deutsch-polnischen Wörterbüchern

Es ist auffällig, dass das FVG nur in einem der anvisierten Wörterbü-  
cher vorkommt, und zwar in dem Wörterbuchartikel zu dem Stichwort  
*Ergebnis* bei PONS 2007. Allerdings wird das FVG nicht als Infinitiv  
lemmatisiert, stattdessen wird ein Beispielsatz angegeben, der den  
Gebrauch des FVG veranschaulichen sollte. Es lässt sich ansonsten

bemerken, dass mit dem FVG ein Nebensatz kombiniert werden kann, und zwar ein Nebensatz mit der Konjunktion *dass*, der die Funktion des Attributsatzes ausübt. Dies ist ein Beweis dafür, dass die Nomina der FVG kontextabhängig attribuiert werden können. Es ist jedoch zu fragen, warum der Satz in Vergangenheitsform vorkommt und woher dieser herkommt: ob dieser zu Zwecken der Wörterbucharbeit ausgedacht oder vielleicht einem authentischen Text entnommen worden ist. Bei solchen Fragen kann eine Korpusanalyse behilflich sein.

## b) Korpusanalyse

Die Einbeziehung der Korpora in die Wörterbucharbeit konzentriert sich auf die Analyse der Partnerwörter, also der sog. Kookkurrenzen, und der Konkordanzen, also Textabschnitte im Korpus, die eine lexikalische Einheit bzw. ein Mehrwortlexem in seiner lexikalischen Umgebung präsentieren. Kookkurrenzen, also die miteinandervorkommenden Wörter, können auf den Gebrauchskontext des Wortes hinweisen und zusammen mit der syntaktischen Analyse der Konkordanzen und Belegsätze den erforderlichen Gebrauch der Satzglieder, die mit dem FVG benutzt werden, darstellen. Für die Zwecke des folgenden Beitrags werden das Deutsche Referenzkorpus DeReKo<sup>7</sup> und das Bearbeitungsprogramm Cosmas II verwendet.

### – typische Partnerwörter und syntaktische Funktionen

Die Analyse fängt mit der Bildung der Suchanfrage an, die in Cosmas II eingetragen wird. Sie lautet im Falle des FVG zu *DET Ergebnis kommen* wie folgt:

```
(zu /+w2:3 Ergebnis /+s0 &kommen) OR (&kommen /+s0 zu /+w2:3 Ergebnis).
```

<sup>7</sup> Das Deutsche Referenzkorpus DeReKo ist im Rahmen der Kooperation des Instituts für Deutsche Sprache in Mannheim, des Instituts für Maschinelle Sprachverarbeitung der Universität Stuttgart und des Seminars für Sprachwissenschaft der Universität Tübingen entstanden und gilt als eines der größten Korpora mit geschriebenen Texten der deutschen Sprache.

Die genannte Suchanfrage ermöglicht das Aufsuchen aller Sätze (Kern-, Stirn- und Spannsätze), in denen das FVG in konjugierter Form vorkommt. Es werden zusätzlich die Wortgruppen zwischen der Präposition und dem Substantiv aufgezeigt, weil diese die Attribuierung des Substantivs und den Artikelgebrauch zum Vorschein bringen. Die Suchanfrage ergibt 69 473 Treffer (Stand: 08.08.2019). Die Partnerwörter werden in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

| Nr. | Kookkurrenz  | Anzahl | Prozentanteil |
|-----|--------------|--------|---------------|
| 1   | Studie       | 5435   | 7,82          |
| 2   | Untersuchung | 1754   | 2,52          |
| 3   | Anderen      | 1754   | 2,52          |
| 4   | Gutachten    | 1239   | 1,78          |
| 5   | Ähnlichen    | 891    | 1,28          |
| 6   | Folgenden    | 782    | 1,13          |
| 7   | Forscher     | 711    | 1,02          |
| 8   | Umfrage      | 666    | 0,96          |
| 9   | Guten        | 632    | 0,91          |
| 10  | Gutachter    | 567    | 0,82          |

Tab. 2. Kookkurrenzen des FVG zu *DET Ergebnis kommen*

Die Kookkurrenzen des FVG lassen sich nach syntaktischer Funktion einteilen, und zwar in zwei Gruppen. Die erste davon bilden Substantive mit Subjektfunktion *Studie*, *Untersuchung*, *Gutachten*, *Forscher*, *Umfrage* und *Gutachter*. Die weiteren im Korpus vorkommenden Substantive, die als Subjekte fungieren können, sind *Bericht* (557 Treffer), *Wissenschaftler* (519), *Experten* (431), *Analyse* (421), *Kommission* (335), *Gericht* (287), *Institut* (256), *Richter* (244), *Staatsanwaltschaft* (238) und *Sachverständige* (184). Die zweite Gruppe der Kookkurrenzen bilden Adjektive mit attributiver Funktion, und zwar *anderen*, *ähnlichen*, *folgenden* und *guten*. Der untenstehende Belegsatz zeigt den Gebrauch des FVG mit den genannten Kookkurrenzen.

In Deutschland steigen Preise und Mieten auf neue Höchststände. *Eine Exklusiv-Studie kommt zu einem überraschenden Ergebnis:* In mittleren Großstädten ist die Situation gefährlicher als in den Millionen-Metropolen. (FOCUS, 12.05.2014)<sup>8</sup>

Die weiteren Kookkurrenzen, die im Korpus zu finden sind, bilden eine Gruppe von Adverbialien mit modaler Bedeutung. Diese sind *schnell* (294), *übereinstimmend* (106) und *kürzlich* (81). Den Gebrauch des FVG mit modaler Adverbialbestimmung stellt der folgende Satz dar:

*Die Wirkungsforschung kommt ziemlich übereinstimmend zu dem Ergebnis*, daß der Entdeckungswahrscheinlichkeit eine überaus große, der Strafhöhe hingegen eine deutlich geringere bzw. eine nur zeitlich begrenzte Abschreckungswirkung zukommt. (Salzburger Nachrichten, 06.06.1992)

Mit dem Belegsatz wird auch bestätigt, dass das FVG mit dem *dass*-Satz kombiniert werden kann. Demnach ist dieser Satz als Attributsatz zu verstehen. Die Belege im Korpus weisen darauf hin, dass das FVG sowohl mit dem unbestimmten als auch bestimmten Artikel vorkommen kann, was jedoch kontextabhängig variieren kann.

#### – **pragmatische Informationen**

Analysiert man die Konkordanzen und Beispielsätze im Korpus, kommt zum Vorschein, in welchen thematischen Bereichen das untersuchte FVG Anwendung findet. Diese Information scheint für den Wörterbuchbenutzer von Relevanz zu sein, denn sie trägt dazu bei, dass das FVG in richtigen Kontexten, also auch in richtigen Textsorten und Sprachsituationen, gebraucht wird. Dadurch wird das Risiko des Fehlerbegehens vermindert, jedoch wird es nicht völlig ausgeschlossen. Je nachdem, wie der Begriff *thematischer Bereich* begriffen wird, kann das FVG den Sachgruppen (vgl. Dornseiff 2015: 36f.) oder Sprachgebrauchsdomänen (vgl. Thim-Mabrey 2012: 50f.) zugeordnet werden. Der Analyse der Belegsätze und Konkordanzen nach lässt sich das FVG

---

<sup>8</sup> Bei den Quellenangaben werden keine Titel sowie Seiten der Beiträge, denen die Belegsätze entnommen werden, angegeben, denn sie sind im Korpus nachzulesen.

zu *DET Ergebnis* kommen zu den Sachgruppen *menschliches Zusammenleben, Sport und Freizeit, Gesellschaft, Wirtschaft, Finanzen, Recht* zuordnen, worauf auch die Partnerwörter hinweisen. Betrachtet man den *thematischen Bereich* als Sprachgebrauchsdomäne, ist das FVG im Bereich *Alltag, Verwaltung, Wirtschaft und Handel, Rechtswesen und Justiz, Hochschule und Wissenschaft* zu benutzen. Es ist zu betonen, dass die völlige Subjektivität bei der vorgenommenen Zuordnung auszuschließen ist, weil die Grenzen zwischen den einzelnen Sachgruppen oder Sprachgebrauchsdomänen fließend sind.

## 5. Fazit

Die dargestellte Analyse zeigt, wie die Lexikographie und Wörterbucherstellung von der Korpusarbeit profitiert. Die Korpora, die mehrere Texte zur Verfügung stellen, bilden eine Basis für neue Wörterbücher und sind auch als qualitative Verbesserungsbasis für schon existierende lexikographische Werke, also auch Enzyklopädien und Lexika anzusehen. Dank der Analyse kann die Mikrostruktur der Wörterbücher um die Kookkurrenzen, syntaktische und pragmatische Informationen, sowie Belegsätze ergänzt oder erweitert werden, was für Wörterbuchbenutzer von Vorteil ist. Eine derartige Analyse lässt sich nicht nur im Deutschen durchführen, sondern auch im Polnischen, um die Informationen zu polnischen Äquivalenten und deren syntaktischen und pragmatischen Besonderheiten zu vervollständigen.

## Quellen

### Sekundärliteratur

- Ágel, Vilmos (2017): *Grammatische Textanalyse. Textglieder, Satzglieder, Wortgruppenglieder*. Berlin/Boston: Walter de Gruyter.
- Brommer, Sarah (2018): *Sprachliche Muster. Eine induktive korpuslinguistische Analyse wissenschaftlicher Texte*. Walter de Gruyter: Berlin/Boston.

- Burger, Harald (2003): *Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Dornseiff, Franz (2015): *Der deutsche Wortschatz nach Sachgruppen*. Berlin/ New York: Walter de Gruyter.
- Engelberg, Stefan/Lemnitzer, Lothar (2008): *Lexikographie und Wörterbuchbenutzung*. Tübingen: Stauffenberg Verlag.
- Glück, Helmut/Schmöe, Friederike (2005): *Metzler Lexikon Sprache*. Stuttgart/ Weimar: J. B. Metzler.
- Heine, Antje (2006): *Funktionsverbgefüge in System, Text und korpusbasierter (Lerner-)Lexikographie*. Frankfurt am Main et. al.: Peter Lang.
- Helbig, Gerhard (2006): „Funktionsverbgefüge – Kollokationen – Phraseologismen. Anmerkungen zu ihrer Abgrenzung – im Lichte der gegenwärtigen Forschung“. [In:] Breuer, Ulrich/Hyvärinen, Irma (Hrsg.): *Wörter – Verbindungen. Festschrift für Jarmo Korhonen zum 60. Geburtstag*. Frankfurt am Main: Peter Lang. S. 165–174.
- Heringer, Hans-Jürgen (1968): *Die Opposition von ‚kommen‘ und ‚bringen‘ als Funktionsverben. Untersuchungen zur grammatischen Wertigkeit und Aktionsart*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.
- Kamber, Alain (2008): *Funktionsverbgefüge – empirisch. Eine korpusbasierte Untersuchung zu den nominalen Prädikaten des Deutschen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Klosa, Annette (2007): „Korpusgestützte Lexikographie: besser, schneller, umfangreicher?“ [In:] Kallmeyer, Werner/Zifonun, Gisela (Hrsg.): *Sprachkorpora – Datenmengen und Erkenntnisfortschritt*. Berlin/New York: Walter de Gruyter. (Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2006). S. 105–122.
- Lemnitzer, Lothar/Zinsmeister, Heike (2015): *Korpuslinguistik. Eine Einführung*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Piátkowski, Łukasz (2018): „Zu Kookkurrenz und syntagmatischen Mustern der Funktionsverbgefüge am Beispiel des Bewegungsverbs kommen – korpusbasierte deutsch-polnische Studie“. *Studia Niemcoznawcze LXII*. S. 519–536.
- Piátkowski, Łukasz (2019): „Zur korpusbasierten Vermittlung der Funktionsverbgefüge im DaF-Unterricht. Syntagmatische Muster als ‚Gebrauchsanleitung‘ für Deutschlernende“. *Glottodidactica XLVI/1* (2019). S. 127–144.
- Polenz, Peter von (1963): *Funktionsverben im heutigen Deutsch. Sprache in der rationalisierten Welt*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.
- Pottelberge, Jeroe van (1996): *Verbonominale Konstruktionen als Vorläufer der Funktionsverbgefüge: einige diachronische Beobachtungen anhand*

- deutscher Evangelienübersetzungen aus dem Mittelalter*. Gent: Studia Germanica Gandensia.
- Schmidt, Veronika (1968): *Die Streckformen des deutschen Verbums. Substantivisch-verbale Wortverbindungen in publizistischen Texten der Jahre 1948–1967*. Halle: Niemeyer.
- Steyer, Kathrin (2000): „Usuelle Wortverbindungen des Deutschen. Linguistisches Konzept und lexikografische Möglichkeiten“. *Deutsche Sprache* 28/2. S. 101–125.
- Storrer, Angelika (2006): „Funktionen von Nominalisierungsverbgefüge im Text: Eine corpusbasierte Fallstudie.“ [In:] Proost, Kristel/Winkler, Edeltraud (Hrsg.): *Von der Intentionalität zur Bedeutung konventionalisierter Zeichen. Festschrift für Gisela Harras zum 65. Geburtstag*. Tübingen: Narr. (Preprint).
- Thim-Mabrey, Christiane (2012): *Emotionalität und Sachlichkeit in Sprachgebrauchsdomänen: Wissenschaft – Berichterstattung – Wissenschaftsberichterstattung*. In: Pohl, Inge/Ehrhardt, Horst (Hrsg.): *Sprache und Emotion in öffentlicher Kommunikation*. Frankfurt am Main u. a.: Peter Lang. S. 49–70.
- Tognini-Bonelli, Elena (2001): *Corpus Linguistic at Work*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Wittgenstein, Ludwig (2003): *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

## Wörterbücher

- Chodera, Jan/Kubica, Stefan/Bzdęga, Andrzej (Hrsg.) (2003): *Handwörterbuch Deutsch-Polnisch*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Dargacz, Anna (Hrsg.) (2007): *PONS. Wielki słownik niemiecko-polski*. Poznań: LektorKlett.
- Frączek, Agnieszka/Wiktorowicz, Józef (Hrsg.) (2010): *PWN. Wielki słownik niemiecko-polski*. Warszawa: PWN.
- Świrska, Marzena (Hrsg.) (2001): *PONS. Duży słownik niemiecko-polski*. Poznań: LektorKlett.

## Korpora

- DeReKo = Deutsches Referenzkorpus, URL: <http://www1.ids-mannheim.de/kl/projekte/korpora.html> (Zugriff: 08.08.2019)





*Anna Pilińska*  
Uniwersytet Warszawski

**Językowe sposoby deprecjonowania przeciwników  
politycznych podczas kampanii samorządowej  
w 2018 roku w Warszawie**

**Linguistic methods of depreciating political opponents  
during the local government election campaign  
in 2018 in Warsaw**

During the campaign before the local elections in 2018, negative images of politicians were very frequent. It was particularly visible in Warsaw. The article contains the results of the author's research on the vocabulary politicians use. The author analyzes statements that negatively assess political opponents.

Słowa kluczowe: język polityki, etykietowanie, kampania samorządowa, językowe sposoby deprecjonowania

Keywords: the language of politics, labeling, local government election, linguistic methods of depreciating

Do końca lat 90. ubiegłego wieku w pracach dotyczących języka polityki koncentrowano się głównie na charakterystyce technik propagandowych i agitacyjnych (por. Walczak 1994: 15nn), a także na opisie fenomenu językowego, którym była nowomowa (por. Barańczak 1975: 55). Po przemianach ustrojowych zainteresowanie językoznawców językiem polityki wzrosło. W 1994 roku Bogdan Walczak podjął się sformułowania definicji języka polityki, określając go jako: występującą prymarnie w wariancie oficjalnym, funkcjonalną odmianę języka ogólnego, wykorzystywaną w tekstach, które 1) są wytwarzane przez

środowisko polityków i ludzi z nimi związanych [...] oraz dziennikarzy specjalizujących się w problematyce politycznej, 2) są adresowane intencjonalnie do wszystkich użytkowników języka ogólnego, 3) dotyczą sfery polityki i 4) odznaczają się dominacją funkcji perswazyjnej [...] (por. Barańczak 1975: 55; Walczak 1994: 15nn). Problematyka podjęta w artykule wpisuje się w badania dotyczące języka polityki. Każdy język jest zarówno istotnym narzędziem działania w grupie, jak również stanowi środek myślenia i działania dla tych, którzy angażują się politycznie. Ożóg (2006) uważa, że w państwach demokratycznych związki między polityką a językiem są coraz ściślejsze, ponieważ coraz więcej obywateli chce uczestniczyć w życiu publicznym. Sprawowanie władzy zaś wymaga posługiwania się słowem (por. Ożóg 2006: 82).

## 1. Ogólne uwagi na temat języka polityki

Definicja języka polityki, której zakres wydaje się najszerszy, a która zostaje przyjęta na potrzeby niniejszej pracy, znajduje się w artykule Dubisza, Sękowskiej i Porayskiego-Pomsty (2005). Autorzy definiują język polityki w taki sposób:

Znaczenie tego terminu ma dwa aspekty. Po pierwsze, należy przez to określić rozumieć słownictwo i frazeologię odnoszące się do szeroko rozumianej działalności politycznej. [...] Po drugie, przez ten termin należy rozumieć przekazy sformułowane przez różne grupy użytkowników polszczyzny, biorących udział w szeroko rozumianym życiu politycznym i działalności politycznej. (Dubisz, Sękowska, Porayski-Pomsta 2005: 52)

Bardzo istotne wydaje się zwrócenie uwagi na to, że współczesna polityka obfituje w bogatą i zróżnicowaną leksykę, która obejmuje wiele tysięcy wyrazów odnoszących się przede wszystkim do kwestii społecznych, gospodarczych, politycznych, kulturalnych i religijnych. Politycy korzystają z różnych stylów i rejestrów języka. Takie zachowania językowe są szczególnie widoczne w czasie trwania kampanii wyborczych, które bardzo często stają się przyczynkiem do wyrażania

emocji, nierzadko złych, oraz ujawniania agresji. Dotychczas takie zachowania werbalne były elementem kampanii wyborczych w wyborach parlamentarnych, prezydenckich oraz w wyborach do europarlamentu. Do 2018 roku wybory samorządowe rzadko były poprzedzane kampaniami wyborczymi (z wyjątkiem wyboru prezydenta w największych miastach w kraju). Kampania samorządowa 2018 w sposób znaczący odbiegała od dotychczasowych – po pierwsze widoczne było wzmożone zaangażowanie społeczne kandydatów (dotychczas uznawanych za działaczy społecznych, a obecnie coraz częściej utożsamianych z polityką niż z działalnością społeczną); po drugie wśród mieszkańców Warszawy można zaobserwować w ostatnim czasie nie tylko znacznie większe zaangażowanie w sprawy społeczno-polityczne miasta, lecz także nieobecne dotąd zainteresowanie sprawami poszczególnych dzielnic. Doprowadziło to do aktywizacji poszczególnych środowisk – zarówno wśród mieszkańców, jak i wśród samych polityków, którzy w niemal wszystkich dzielnicach Warszawy zdecydowali się na prowadzenie czynnej kampanii wyborczej polegającej przede wszystkim na rozwieszaniu plakatów lub billboardów, rozdawaniu ulotek, kampanii *door to door*, wydawaniu gazet i biuletynów oraz na agitacji wyborczej zarówno w czasie spotkań z wyborcami (które nie były dotychczas praktykowane w czasie kampanii samorządowych), jak i w Internecie. W celu wyróżnienia się spośród innych kandydatów często stosowano odwołania do bieżących wydarzeń, wypowiedzi kontrkandydatów czy komentarzy. Nierzadko manifestowano wyższość nad przeciwnikami politycznymi. Wypowiedzi internetowe polityków stały się przede wszystkim doskonałym narzędziem perswazji i manipulacji – przez subiektywny wybór poruszanych tematów i sposób wyrażania poglądów, a także narzucanie swojej interpretacji wydarzeń, polityk zyskiwał swego rodzaju władzę nad odbiorcą komunikatu.

## **2. Cel i zakres pracy. Charakterystyka materiału badawczego**

Zebrany materiał pochodzi z wyborów do rad dzielnic w niektórych obszarach administracyjnych Warszawy. Przedstawiony w niniejszej

pracy, został zgromadzony na podstawie treści udostępnianych w czasie kampanii wyborczych prowadzonych w trzech dzielnicach miasta: we Włochach, na Ochocie i na Bemowie. Wybór jest uzasadniony tym, że właśnie głosowania dzielnicowe wzbudzały największe zainteresowanie wśród mieszkańców Warszawy, a w tych rejonach wyraźnie widać było zaangażowanie społeczne (a więc nie tylko polityczne) w kampanię samorządową. Wybory prezydenckie, szczególnie zaś rywalizacja między Rafałem Trzaskowskim a Patrykiem Jakim, nie wydają się ciekawe z punktu widzenia omawianego tematu, ponieważ deprecjonowanie przeciwników politycznych przebiegało w tym przypadku w sposób oczywisty dla kampanii wyborczych.

Zintensyfikowane kampanie mające na celu ośmieszenie i deprecjację przeciwnika politycznego to jeden ze znaków szczególnych ostatnich wyborów samorządowych. Do tej pory podobne zjawiska towarzyszyły zwykle wyborom parlamentarnym czy prezydenckim. Wartość perswazyjna omawianych sytuacji z pewnością miała wpływ na sposób postrzegania poszczególnych kandydatów przez wyborców.

Celem artykułu jest przedstawienie wyników autorskich badań poświęconych analizie leksyki wyekscerpowanej z oficjalnych tekstów kandydatów na radach dzielnicowych, opublikowanych podczas wyborów samorządowych w Warszawie. Pod uwagę zostali wzięci wyłącznie ci kandydaci, którzy uzyskali odpowiednią liczbę głosów i dostali się do poszczególnych rad dzielnic. Wybór jest uzasadniony tym, że niemalże wszystkie spośród tych osób prowadziły aktywną kampanię wyborczą, opartą na agitacji i perswazji. Można więc śmiało określać ich działalność jako polityczną bądź też analizować ich wypowiedzi w kontekście języka polityki. Przedstawiony materiał został ograniczony do kandydatów z Bemowa, Ochoty i Włoch. Łączna liczba osób, których wypowiedzi zostały wzięte pod uwagę, wynosi 69 (25 osób z Bemowa, 23 osoby z Ochoty i 21 osób z Włoch). Wśród tych osób było 26 kobiet i 43 mężczyzn, lecz płeć nie była znaczącym czynnikiem różnicującym. Materiał pochodzi z wypowiedzi odnotowanych od 1 września 2018 roku do 19 października 2018 roku. Pod uwagę brane były określenia pochodzące wyłącznie z oficjalnych kanałów informacyjnych – gazet, ulotek, broszur, blogów i fanpage'y kandydatów (jak również z grup na portalu Facebook, na których kandydaci

wypowiadali się przez swoje profile publiczne). Najwięcej określęń zostało odnotowanych z wypowiedzi kandydatów startujących z list komitetów lokalnych (bezpartyjnych), najmniej z wypowiedzi osób startujących z list Koalicji Obywatelskiej.

### **3. Słownictwo deprecjonujące**

W czasie kampanii wyborczej poprzedzającej wybory samorządowe w 2018 roku w Warszawie najczęściej pojawiały się negatywne kreacje kontrkandydatów, w tym opisy i zwroty deprecjonujące te osoby. W zgromadzonym przeze mnie materiale dominuje słownictwo deprecjonujące przeciwników. Zostanie ono zaprezentowane zgodnie z podziałem przedstawionym przez Kamińską-Szmaj (2007), która wśród sposobów obrażania przeciwnika politycznego widzi: słownictwo prymarnie wartościujące, słownictwo konotacyjnie wartościujące, słownictwo pochodne od podstaw o znaczeniu negatywnie wartościującym, środki morfologiczne, frazeologizmy i ich modyfikacje, zestawienia wyrazów silnie negatywnie wartościujących oraz środków graficznych (Kamińska-Szmaj 2007: 62nn).

#### **3.1. Słownictwo prymarnie wartościujące**

Wśród słownictwa prymarnie wartościującego można zauważyć nazwy ludzi o niskim poziomie intelektualnym i moralnym. W tej kategorii najczęściej pojawiającymi się nazwami były:

- złodziej (231 wystąpień)
- oszust (196 wystąpień)
- kłamca (185 wystąpień)
- aferzysta (152 wystąpienia)
- prostak (113 wystąpień)
- manipulant (56 wystąpień)
- agent (21 wystąpień)
- idiota (14 wystąpień).

Tak zestawione określenia wskazują nie tylko na lekceważący i bardzo negatywny stosunek do oponentów, lecz także na porównywanie ich z osobami, które społecznie wiążą się z bardzo negatywnymi emocjami. Takie nazywanie przeciwników politycznych wynika z niezwykle produktywnego sposobu budowania wypowiedzi o charakterze polityczno-propagandowym z wykorzystaniem schematu MY–ONI, który służy do konstruowania tożsamości politycznej oraz podkreślania swojej atrakcyjności przy jednoczesnym deprecjonowaniu przeciwników. Określanie przeciwników politycznych wymienionymi powyżej nazwami było najczęściej wynikiem zarzucania im kradzieży publicznych pieniędzy i współpracowania z władzami miasta lub dzielnicy, często również przez określenie kogoś *złodziejem* lub *oszustem* chciano zwrócić uwagę na to, że wskazana osoba współpracowała w przeszłości z deweloperami bądź też planuje tego typu współpracę, w czym dopatrywano się działania na własną korzyść (np. *Złodziej potrafił za publiczne pieniądze pracować, a za prywatne osiedle zbudować, ale o szkołę już nie zadbał*), nie zaś na korzyść dzielnicy. Określenia *aferzysty*, *złodziej*, *oszust* używano najczęściej wobec osób, które w poprzedniej kadencji sprawowały mandat radnego dzielnicy, ani razu tego typu określenie nie zostało użyte wobec osób, które nigdy wcześniej nie należały do rady dzielnicy (np. *Dość rządów aferzysty, który lawiruje między partiami równie sprawnie jak między kobietami*). Nazwa *agent* była używana niemal wyłącznie wobec osób startujących z list Sojuszu Lewicy Demokratycznej i nie miała na celu obrazić danego kandydata, lecz wskazać na charakter ugrupowania, z którego ten startuje. Dwa razy określenie *agent* zostało użyte wobec osoby kandydującej z listy Prawa i Sprawiedliwości (np. *Agenci SLD mają się w Polsce nieźle, ale tu jest stolica i ludzie potrafią samodzielnie myśleć*).

Wśród słownictwa prymarnie wartościującego znalazły się także nazwy groźnych zbiorowości:

- mafia (91 wystąpień)
- szajka (83 wystąpienia)
- banda (68 wystąpień)
- agentura (32 wystąpienia)
- gang (25 wystąpień)
- klika (22 wystąpienia)
- sitwa (11 wystąpień).

Te określenia były używane wyłącznie przez osoby kandydujące z list lokalnych ugrupowań i niemal zawsze dotyczyły osób związanych w poprzedniej kadencji z zarządem dzielnicy bądź też osób, które są bardzo mocno związane z lokalną polityką. *Agentami* byli nazywani niemal wszyscy działacze partyjni, a członków partii wodzących (PiS i PO) nazywano *gangiem* lub *kliką*, by zwrócić uwagę na ich nierozłączność, rzekome powiązania polityczne i związki z działalnością przestępczą. Często również używanie takich określeń wskazywało na negatywny stosunek do całego ugrupowania, nie zaś do konkretnego kandydata. Takie określenia wskazywały przede wszystkim na to, że – według autorów wypowiedzi – zawierające tego typu nazwy partie polityczne są złym rozwiązaniem dla polityki warszawskiej. Autorzy wypowiedzi zawierających powyższe określenia upatrywali słabości polityki lokalnej właśnie w tym, że zbyt wiele osób zajmuje się tak naprawdę nie sprawami dzielnicy, lecz polityką na wyższym szczeblu. Winą za taki stan rzeczy obarczali partie polityczne. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę również na nazwy jednostek, które wiążą się z nazwami groźnych zbiorowości, lecz w badanym materiale występowały one znacznie rzadziej. Dodatkowo były to zestawienia o charakterze oksymoronu i zdrobnienia niosące wartościowanie lub ironię. Wskazywały one nie tylko na negatywny stosunek do określanych w ten sposób osób, lecz także na komiczny charakter ich działalności społeczno-politycznej:

- wystraszony mafiozo (12 wystąpień)
- przerażony agencik (9 wystąpień)
- krystaliczny złodziej (3 wystąpienia).

Kamińska-Szmaj (2007) wśród słownictwa prymarnie wartościującego wyróżnia również przymiotniki oceniające negatywnie cechy charakteru, poziom intelektualny, predyspozycje do pełnienia funkcji państwowych, ośmieszające wygląd, ułomności fizyczne, sposób zachowania i mówienia (Kamińska-Szmaj 2007: 62–69). W badanym materiale ta grupa określeń używana była głównie w komunikacji internetowej, są to jednocześnie wyrazy używane przez niemal wszystkich kandydatów do rad dzielnic, bez względu na ugrupowanie, z którego dana osoba startowała. Wśród tych przymiotników pojawiły się:

- niedouczone (102 wystąpienia)
- głupi (99 wystąpień)

- sprzedajny (97 wystąpień)
- fałszywy (95 wystąpień)
- niemądry (94 wystąpienia)
- arogancki (92 wystąpienia)
- niedorobiony *pot.* (84 wystąpienia)
- durny (59 wystąpień)
- bezmózgi (42 wystąpienia).

Wytyczenie granic między wypowiedzią agresywną a krytyczną jest bardzo trudne, lecz bez wątpienia takie określenia nie są normą w komunikacji i wskazują na bardzo negatywny, wręcz agresywny, stosunek nadawcy do oponenta politycznego (np. *Należało wywieźć go na tacze albo wystrzelać, niedouczonego bezradny*) bądź też na lekceważenie go i wypowiadanie się o nim z ironią (np. *Sprzedajny burmistrz z bożej łaski*).

Bardzo często w badanym materiale pojawiały się czasowniki nazywające godne potępienia działania przeciwnika lub wroga. Unieważniały one cechy jednostkowe, a uwydatniały cechy charakterystyczne – określały bowiem typowe zachowania kojarzone w powszechnej świadomości z politykami. Wykorzystywanie tego typu określeń odwoływało się przede wszystkim do ogólnego rozumienia przez potencjalnych wyborców świata polityki i miało na celu utwierdzić ich w przekonaniu, że politycy nie są uczciwymi ludźmi (np. *Jak długo jeszcze wyborcy będą dawali się oszukiwać takim miernotom?*). Określenia te nieraz budowały również dystans między osobami, które w mijającej kadencji sprawowały mandat radnego, a osobami, które startowały w wyborach po raz pierwszy (np. *Nie zależy mi na wygranej tak bardzo jak na tym, by moi sąsiedzi przestali wreszcie być okłamywani przez lokalnych wyjadaczy*). Wśród określeń tego typu można wyróżnić także:

- kłamać (238 wystąpień)
- oszukiwać (219 wystąpień)
- manipulować (176 wystąpień)
- szkalować (162 wystąpienia)
- udawać (120 wystąpień)
- pozorować (97 wystąpień)
- ściemniać *pot.* (84 wystąpienia).



### 3.2. Słownictwo wtórnie wartościujące

Obok słownictwa prymarnie wartościującego językoznawcy wyróżniają także słownictwo konotacyjnie (wtórnie) wartościujące, czyli takie, którego znaczenie kształtowane jest pod wpływem obowiązującego w danej wspólnocie systemu wartości oraz wiedzy i przekonań o desygnacie nazwy. W tej grupie słownictwa można wyróżnić umieszczenie wyrazów w specjalnie dobranych kontekstach, co niejako intuicyjnie wiąże się z negatywną oceną osoby, wobec której dane określenie zostało użyte (np. *Jak długo ciasnota umysłowa będzie rządzić w dzielnicy, tak długo będzie ciasno od zabudowy deweloperskiej – miało być miasto ogród jest poletko inwestorskie*). Do tego zestawienia należą struktury wyrazowe, takie jak:

- beton intelektualny/partyjny (25 wystąpień)
- ciasnota umysłowa (22 wystąpienia)
- zastali z poprzedniego systemu (11 wystąpień)
- szajka złodziei/komuchów/darmozjadów (6 wystąpień).

W ten sposób osoby, które używają tego typu określeń, posługują się retoryką odnoszącą się do postsowieckiego reżimu i komunizmu. Kandydaci bardzo często odwoływali się do okresu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i obrad Okrągłego Stołu. Stanowiło to nieraz punkt wyjścia w rozważaniach na temat tego, jak wygląda obecnie sytuacja polityczna zarówno w Warszawie, jak i w całej Polsce (np. *Panowie zastali z poprzedniego systemu mogliby już opuścić nasze miasto, ale najwyraźniej nigdzie indziej nie ma intratnej posadki, a także: Szajka komuchów ma się dobrze i działa do dziś – Okrągły Stół niewiele zmienił, to niech ta jesień cokolwiek ruszy naprzód*). Wiąże się z tym również następna kategoria słownictwa wtórnie wartościującego, czyli umieszczanie nazwisk polityków w wartościowanych negatywnie szeregach. W opracowanym materiale pojawiły się trzy nazwiska, z którymi zestawiani byli oponenci:

- Marks (8 wystąpień)
- Stalin (5 wystąpień)
- Hitler (2 wystąpienia).

Te nazwiska w politycznym kontekście zawsze będą obciążone negatywnymi konotacjami wynikającymi z ich używania w tek-

stach ubiegłego wieku i odmiennej rzeczywistości ustrojowej, więc będą budowały jak najgorszy obraz oponenta politycznego (np. *Program wyborczy napisany przez Marksa*). Tego typu wyrażenia nie były jednak używane często. Niska frekwencja związana jest tu przede wszystkim z jawnością wypowiedzi. Poza tym należy mieć na uwadze, że poszczególni kandydaci znali się nawzajem, więc nadużywanie umieszczania nazwisk polityków w negatywnie wartościowanych szeregach mogłoby zostać uznane za naruszenie etyki prowadzenia sporów politycznych. Podobnie wygląda sytuacja z ostrożnym odwoływaniem się do stereotypów i cech stereotypowych:

- [...] jak z czasów zaborów/jak w czasie zaborów (23)
- socjalizm (18)
- komuna (11)
- postniemieckie obyczaje (6).

Znacznie częściej wśród słownictwa konotacyjnie wartościującego można było odnotować używanie słownictwa ze świata zwierząt w odniesieniu do człowieka i jego działań. Dominujący w językowym obrazie świata antropocentryzm powoduje, że człowiekowi przypisuje się cechy bycia dobrym, natomiast zwierzętom odmawia się tych przymiotów (Tokarski 1991: 152). Przeniesienie nazw zwierzęcych na ludzi powoduje, że nazwy te stają się pejoratywami, choć nie podlegają deprecjacji w odniesieniu do ich rzeczywistych nosicieli (np. *Nie będę rozmawiał z gadem; Pan już pokazał, że wyśmienity z niego kameleon; Wiceburmistrz szczeka z balkonu, ale aleja Krakowska i tak będzie zwężana; Miał 4 lata na zmiany, nie ma teraz o co ujadać*). Pejoratywnych i deprecjonujących terminów odzwierzęcych jest coraz więcej w dyskursie publicznym, co poniekąd jest też dowodem na poszerzanie się agresji werbalnej. Takie określanie przeciwników politycznych służy degradacji i wykluczeniu ze świata istot rozumnych przez umieszczenie ich wśród niższych w hierarchii stworzeń, stereotypowo lub potocznie traktowanych jako bezrozumne. W badanym materiale odnotowane zostały takie określenia, jak:

- a) rzeczowniki odnoszące się do zwierząt:
  - kameleon (92 wystąpienia)
  - gad (89 wystąpień)

- krowina (42 wystąpienia)
- świnia (40 wystąpień)

b) czasowniki odnoszące się do zwierząt:

- szczeka (87 wystąpień)
- wyje (52 wystąpienia)
- ujada (48 wystąpień).

Często też w odniesieniu do zjawisk z życia politycznego używano nazw związanych z chorobą psychiczną (np. *Pani ma schizofrenię, już to kiedyś pani opowiadała; [...] jest w najlepszym razie upośledzony, ale tego nie da się wyleczyć nawet w szkole specjalnej*), która związana jest z bardzo negatywnym wartościowaniem (choroby psychiczne są w sferze tabu, a ludzie chorzy psychicznie wykluczeni), co miało na celu odstraszenie potencjalnego wyborcy od danego kandydata:

- psychiczny (81 wystąpień)
- upośledzony (56 wystąpień)
- schizofrenia (47 wystąpień)
- niepo czytalny (31 wystąpienia)
- chory na umyśle (25 wystąpień)

Niezwykłe produktywne wśród słownictwa wtórnie wartościującego okazało się słownictwo pochodne od podstaw o znaczeniu negatywnie wartościującym. Wysoka frekwencja wynika tu przede wszystkim z powszechnego używania tychże słów i ich nieagresywnego charakteru. Wyrażenia takie jak chociażby *głupiec* nie są zabarwione silnie pejoratywnie (bądź też negatywny wydźwięk został zatarty), w związku z czym często dopuszcza się ich używanie w polszczyźnie ogólnej. Takie określenia częściej mają wydźwięk wyrażający politowanie i ironię aniżeli silnie negatywny stosunek do adresata (np. *Chętnie kontynuowałbym temat, ale pan jest głupiec, nic szczególnego, ale głupiec; Gdyby w urzędzie nie zasiadały miernoty, to i kolejki mogłyby być krótsze*). Do tego typu słownictwa należy zaliczyć:

- głupiec (128 wystąpień)
- miernota (28 wystąpień)
- łajdak (17 wystąpień)
- beczelny (11 wystąpień).

Chętnie przejmowano również wyrazy związane z polszczyzną potoczną – takie, które nie powinny znaleźć się w dyskursie publicz-

nym, a które świadczą o zmianach, jakie można zauważać w sposobie prowadzenia debaty politycznej. Styl potoczny przybliża też polityka do wyborców i „zwykłych ludzi”, a poza tym pozwala na pewną swobodę związaną z wieloznacznością czy płynnością znaczeń jednostek potocznych (por. Burkacka 2014: 377n. i Lubaś 2003: 175n.). Część tych wyrazów można nawet określić jako pospolite czy wulgarne (np. *Zgarnia hajs i zajmuje się pierdołami, jak na urzędnika przystało; Może bujać na prawo i lewo, ale i tak zdobędzie głosy, bo kto ma zostać burmistrzem? Burmistrz of course*). Wśród takich określeń znalazły się m.in.:

- przekręt (71 wystąpień)
- hajs (68 wystąpień)
- bujać (51 wystąpień)
- duperele (28 wystąpień)
- pierdoły (23 wystąpienia)
- koleś (9 wystąpień).

Nawiązania do tekstów kultury – tak charakterystyczne dla współczesności – są nierzadkie w analizowanych tekstach. Oprócz przywołań do popularnych filmów (np. *Sytuacja jest taka, że mamy na stanowisku Pawła Kozioła i nawet on się z tym nie kryje; Takiej kariery pozazdrościłby sam Dyżma*) i ich bohaterów uwidacznia się również sięganie do klasyki, również Biblii (np. *Nie będziemy rozmawiali z tymi faryzeuszami*). W tej grupie wyrażen można wyróżnić przede wszystkim:

- Dyżma (52 wystąpienia)
- wójt z Rancza (39 wystąpień)
- Paweł Kozioł (35 wystąpień)
- Judasz (13 wystąpień)
- Faryzeusz (8 wystąpień)
- Miałeś chacie złoty róg (2 wystąpienia)
- niewierny Tomasz (2 wystąpienia).

Kamińska-Szmaj (2007) wśród sposobów obrażania przeciwnika politycznego dostrzega również środki morfologiczne (Kamińska-Szmaj 2007: 64). W omawianym słownictwie dodawano sufiksy deminutywne do podstaw niepoddających się tego rodzaju modyfikacjom, dając w ten sposób wyraz pogardy lub ośmieszając daną osobę (np. *Wysłał najwięcej pisemek i teraz jest wielkim politykiem, jakby to od zużycia makulatury*

*zależało; Czy partyjka pozwala na takie odważne działania?*). Wyróżnić tu można przede wszystkim:

- partyjka (21 wystąpień)
- teoretyjka (14 wystąpień)
- pisemko (13 wystąpień)
- interpelacyjka (6 wystąpień).

Wykorzystywano również ekspresywne formanty nadające nacechowanie pejoratywne i/lub ironiczne (np. *Najbardziej brakuje nam urzędasów; Pisiór jak to pisiór; nic tylko dać i dać*), co miało często na celu negatywne przedstawienie danego kandydata w związku z listą, z której startował (derywaty od nazw partii lub skrótowców), bądź z racji wykonywanego przez siebie zawodu:

- pisiór (69 wystąpień)
- nowocześniak (44 wystąpienia)
- bezpartyjniak (34 wystąpienia)
- urzędas (16 wystąpień)
- solidaruch (2 wystąpienia).

Tworzono także ekspresywne złożenia i zrosty (niektóre z nich, np. *katolewica*, funkcjonowały już wcześniej):

- warszawożerca (19 wystąpień)
- komunopodobny (11 wystąpień)
- katolewica (8 wystąpień).

W omawianym materiale nie znalazły się wszystkie spośród podkategorii środków morfologicznych wymienianych przez badaczkę. Nie udało się odnotować chociażby wykorzystania wariantowości form fleksyjnych i używania form rzeczowych zamiast męskoosobowych. Nie pojawiło się również używanie nazwisk kandydatów w liczbie mnogiej, nie były one słowotwórczo przekształcane przez kontrkandydatów, poza tym nie były tworzone kontaminacje z wykorzystaniem nazwiska danego kandydata. Zrezygnowano też z tworzenia ekspresywnych derywatów onomastycznych z sufiksem -izm/-yzm (mimo że bardzo często takie zabiegi stosowali sami wyborcy). To wszystko znajduje jednak wytłumaczenie w lokalnym i bardzo społecznym (choć coraz bardziej jednak politycznym) wymiarze wyborów samorządowych oraz nierzadko koleżeńskich stosunkach między kandydatami z różnych list.

Bardzo rzadko tworzone były derywaty od skrótowców nazw partii, choć pojawiały się takie nazwy jak np.: *pisowczyk*, *nowocześniak*, *koalicjant* czy *pisior*. Występowały one jednak wyjątkowo rzadko w odniesieniu do konkretnych osób. Podobnie pod kątem frekwencyjnym wyglądają frazeologizmy i ich modyfikacje, które tworzone intencjonalnie miały na celu ujawnić negatywne wartościowanie przeciwnika przez przekształcanie starych związków, zastępowanie wyrazów neutralnych stylistycznie negatywnie nacechowanymi lub tworzenie nowych połączeń. Żadna z odnotowanych modyfikacji frazeologizmu nie pojawiła się jednak częściej niż raz. Jako przykłady można tu jednak podać: *ugrupowanie jednorazowego użytku*, *gwóźdź do politycznej trumny* oraz *puszka Jakiego*.

Środki graficzne, które Kamińska-Szmaj (2007) zalicza do sposobów obrażania przeciwnika politycznego, nie były przedmiotem badania, lecz należy mieć na uwadze, że przykłady środków graficznych zdarzały się (choć bardzo rzadko) podczas kampanii samorządowej w 2018 roku.

#### 4. Podsumowanie

W niemalże wszystkich wypowiedziach, które zostały poddane analizie, można zauważyć główną strategię językową, która pozwala kategoryzować rzeczywistość polityczną w sposób odpowiadający profilowi działalności danego kandydata. Na tle wypowiedzi, które mają na celu deprecjonowanie przeciwnika politycznego, istotna wydaje się przede wszystkim chęć pozytywnego wartościowania samego siebie i swojego ugrupowania. Określenia przedstawione w niniejszej pracy są w znacznym stopniu zsubiektywizowane. Najważniejszą strategią językową stosowaną przez polityków, których wypowiedzi były brane pod uwagę, było wykorzystanie środków retorycznych i związane z tym działania mające na celu narzucenie odbiorcom konkretnych przekonań odpowiadających intencjom nadawcy. Perswazja objawiała się w analizowanym materiale przez częste stosowanie etykiet w odniesieniu do przeciwników politycznych, np. *mafia*, *szajka*. Używanie określeń, które są silnie nacechowane, jest jedną z najbardziej znanych metod

kształtowania przekazu perswazyjnego. Żywość tego typu procesów świadczy natomiast nie tylko o zmieniających się sposobach prowadzenia kampanii wyborczych, lecz także o bardzo dużym potencjale leksykalnych i słowotwórczych środków językowych w zakresie kształtowania przekazu semantycznego i wyrażania emocji.

## **Bibliografia**

- Bralczyk, Jerzy (2003): *O języku polskiej polityki lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*. Warszawa: Trio.
- Burkacka, Iwona (2014): „O znaczeniu wyrazów potocznych i środowiskowych na przykładzie czasownika ogarniać i wyrazów pochodnych”. [w:] Piasecka, Agata / Blumental, Ija (red.): *W kręgu semantyki i stylistyki tekstu*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Str. 377–386.
- Dubisz, Stanisław / Sękowska, Elżbieta / Porayski-Pomsta, Józef (2005): „Leksykalny kod polityczny we współczesnej komunikacji językowej”. [w:] Gajda, Stanisław / Markowski, Andrzej / Porayski-Pomsta, Józef (red.): *Polska polityka komunikacyjnojęzykowa wobec wyzwań XXI wieku*. Warszawa: Elipsa. Str. 151–165.
- Fras, Janina (1999): „Język propagandy politycznej”. [w:] Dobek-Ostrowska, Bogusława / Fras, Janina / Ociepa, Beata (red.): *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Str. 83–110.
- Kamińska-Szmaj, Irena (2007): *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Kłosińska, Katarzyna (2004): „Językowe cechy politycznego dyskursu zamkniętego”. [w:] Garpiel, Rafał / Leszczyńska, Katarzyna (red.): *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”. Str. 155–170.
- Lubaś, Władysław (2003): *Polskie gadanie: podstawowe cechy i funkcje potocznej odmiany polszczyzny*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Maciuszek, Józef (2004): „Metafora jako forma komunikacji perswazyjnej”. [w:] Leszczyńska, Katarzyna / Garpiel, Rafał (red.): *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”. Str. 115–130.

- Ożóg, Kazimierz (2006): „Pauperyzacja języka współczesnej polityki”. *Ling-Varia* nr 1. Str. 81–90.
- Tokarski, Ryszard (1991): „Wartościowanie człowieka w metaforach potocznych”. *Pamiętnik Literacki* LXXXII, z. 1. Str. 144–157.
- Walczak, Bogdan (1994): „Co to jest język polityki?”. [w:] Anusiewicz, Janusz / Siciński, Bogdan (red.): *Język polityki a współczesna kultura polityczna*. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej. Str. 15–25.



*Zuzanna Przybysz*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **Polscy muzycy jako twórcy nowych wyrazów w polszczyźnie**

### **Polish musicians as the authors of neologisms in Polish**

Pieces of alternative music are marked by the precedence of lyrics over melodic line, which differentiates them from other songs. Moreover, these lyrics contain many neologisms which are the subject of this paper. The first part includes the theoretical issues relevant to Polish songs. The following ones contain formative analysis of particular neologisms. The examples of words were collected from the song lyrics of such authors as: Maria Peszek and Czesław Mozil.

Słowa kluczowe: Neologizmy, słowotwórstwo, muzyka alternatywna

Keywords: Neologisms, word formation, alternative music

Polskie piosenki badane są przez polonistów pod różnym kątem – od poezji śpiewanej, przez tekst piosenki jako wiersz, po językowe aspekty tych tekstów. Są one niezwykle ciekawym materiałem badawczym, gdyż muzyka towarzyszy nam na co dzień, a dla wielu ludzi ma ona niebagatelny wpływ na życie. Niniejszy artykuł ma za zadanie przedstawić fragment większej pracy badawczej o neologizmach w polskiej muzyce alternatywnej ostatnich 20 lat. Wybór takiego kryterium wynika z przełomu milenijnego, który w tym czasie nastąpił i wywołał wiele zmian cywilizacyjnych, które mogły wpłynąć na sytuację języka, również w utworach muzycznych. Natomiast wybór tego konkretnego gatunku muzycznego wynika z jego odmienności od piosenki popular-

nej, która pozbawiona jest zaskoczeń, a jej tekst jest drugorzędny, co wskazywała Anna Barańczak (Barańczak 1983). Muzyka alternatywna nie dociera do odbiorców masowych, a więc rządzi się innymi prawami niż piosenka estradowa – jej tekst ma skłaniać do refleksji, a elementami zaskoczenia, których brakuje w muzyce popularnej, mają być właśnie neologizmy, wszelkiego rodzaju zmiany i zabawy językiem, a tekst zaś często ma znaczenie nadrzędne wobec linii melodycznej. Neologizmy mają przykuć uwagę odbiorcy, aby zastanowił się dłużej nad sensem danego wyrazu, ale też całego tekstu. Autor w ten sposób nakazuje słuchaczowi zrozumienie wyrazu na podstawie jego budowy lub kontekstu całego utworu, a słuchanie muzyki przestaje być tylko odpoczynkiem, ale staje się wysiłkiem umysłowym i szukaniem ukrytych znaczeń.

Praca przedstawia neologizmy słowotwórcze podzielone na dwie grupy: zrosty i złożenia właściwe. Każdy neologizm został poddany analizie słowotwórczej, znaczeniowej wraz ze wskazaniem połączenia, w jakim występuje.

## 1. Zrosty

Analizę słowotwórczą i znaczeniową warto rozpocząć od neologizmów słowotwórczych, a konkretnie od zrostów, które Hanna Jadacka definiuje jako wyrazy, „w których połączenie podstaw obyło się bez udziału elementów słowotwórczych (Białystok, póletat, psubrat)” (Jadacka 2005: 121), brakuje w nich zatem sufiksów i interfiksów, które mogłyby pełnić funkcję słowotwórczą i spajającą połączenie dwóch wyrazów w jeden. Jest to największa grupa wśród analizowanych w tym tekście, a wynikać to może z dążenia do hybrydyczności i skrótowości, co charakterystyczne jest dla współczesnego słowotwórstwa. W utworze Marii Peszek pt. *Modern Holocaust* pojawia się wyraz *kurewna*, który jest zrostem, ponieważ zbudowany jest z części *kur-*, która pochodzi od wulgaryzmu *kurwa* w znaczeniu „kobieta, do której mówiący ma wiele negatywnych uczuć i chce je wyrazić” (WSJP 2019), oraz od wyrazu *królowna*. Występuje w następującym połączeniu: *Głupia suko*,

*Żydowska kurewno*. *Kurewna* ma tutaj znaczenie obraźliwe, jest obelgą, która często kierowana jest do autorki tekstu. Kolejnym przykładem zrostu, który również zawiera w sobie wulgaryzm, jest wyraz *pieprzoty* tej samej autorki, w tekście piosenki *Nie mam czasu na seks*. Składa się z cząstki *pieprz-* od słowa *pieprzyć*, a końcówka *-oty* pochodzi od wyrazu *głupoty*:

Nie mam czasu na kochanie, na *pieprzoty*, całowanie.

Zatem ten neologizm oznacza małe, nieistotne czynności, głupoty, ale w znaczeniu erotycznym, seksualnym. Natomiast w tekście *Ciało*, również autorstwa Peszek, pojawia się *zachwyciało*. Ten wyraz można uznać za zrost, ponieważ składa się z cząstki *zachwy-*, pochodzącej od wyrazu *zachwycać*, oraz z wyrazu *ciało*. Znaczenia tego neologizmu można się domyślić, gdyż jego budowa to wyjaśnia, lecz dzięki kontekstowi i połączeniu, w jakim występuje, można się w tym tylko utwierdzić:

Moje ciało twemu ciału się przyjrzało i się *zachwyciało*.

Zatem pojawia się tutaj typowa zabawa językiem, dzięki której jeden wyraz skraca całe wyrażenie „ciało zachwyciło się ciałem”. Maria Peszek słynie z zabawy językiem, sama przyznała kiedyś w jednym z wywiadów, że dla niej język jest grą, zabawą i lubi z nim eksperymentować – taką właśnie funkcję pełnią zazwyczaj tworzone przez nią neologizmy.

Kolejnym wykonawcą, który lubi bawić się językiem, jest Czesław Mozil, znany jako Czesław śpiewa. W utworze *Dom na budowie* pojawił się neologizm *kaloryferka*. Zakwalifikować można go jako zrost, ponieważ składa się z wyrazu *kaloryfer* i cząstki *-ka*, która pochodzi z wyrazu *żeberka*. Kontekst całej piosenki pozwala jednak na dwojaki rozumienie tego wyrazu, z jednej strony właśnie jako zrostu, który jest grą słowną i oznacza kaloryfer porównany do żeberek, a z drugiej strony jako derywat prosty, czyli dodanie do wyrazu *kaloryfer* sufiksu *-ka*, który zdrabnia ten wyraz, by nadać rytmiczności utworowi:

Mięso wołowe, płyty gipsowe, makaron cięty, kołki na wkręty, krewetki z wody, w peszlu przewody, tłuste żeberka, kaloryferka.

Klasyfikacja tego wyrazu jest zatem dwojaka i zależy od interpretacji odbiorcy.

Z kolei, w utworze zespołu Hey, napisanym – jak większość tekstów tej grupy – przez Katarzynę Nosowską, pojawia się wiele neosemantyzmów, ale również neologizmów. Ciekawym przykładem jest wyraz *dźwigozaury*, który pochodzi z utworu *Umieraj stąd* i zbudowany jest z wyrazu dźwig i części *-ozaury* ze słowa *dinozaury*, a występuje w połączeniu *dźwigozaurów rzqd*. Oznacza to porównanie rzędu dźwigów do dinozaurów, prawdopodobnie przez wyobrażenie o ich dużym rozmiarze, być może wpływ na takie skojarzenie miał też ich kształt.

Zrostem jest także wyraz *hormonada* z utworu zespołu Happysad pt. *Smutni ludzie*, ponieważ jest połączeniem słowa *hormon* i części *-ada*, pochodzącego od wyrazu *gromada*. Ten neologizm oznacza zatem gromadę hormonów i można interpretować to znaczenie na wiele sposobów. Ułatwić to może tekst piosenki, w którym *hormonada* pojawia się w takim połączeniu:

Już nie musimy się siłować i starać, trwa beztraska hormonada.

Prawdopodobnie chodzi tutaj o nagromadzenie się hormonów, które przejęły kontrolę nad pewną zbiorowością ludzi.

W twórczości grupy Pablopavo i Ludziki pojawia się wiele neologizmów, na co duży wpływ może mieć Paweł Sołtys, który poza pisaniem tekstów piosenek i zajmowaniem się muzyką, jest pisarzem. W utworze *Generał* pojawia się zrost *SukinMróz*, który jest złączeniem części *sukin-*, z wulgaryzmu *sukinsyn*, oraz słowa *mróz*. Połączenie, w jakim występuje:

Generał von Sukinmróz wchodzi w tłumy, jak w ciasto,

sugeruje, że osoba, którą określa *SukinMrozem* jest chłodna jak mróz, a przy tym jest sukinsynem.

## 2. Złożenia właściwe

Ciekawą odmianą neologizmu słowotwórczego są złożenia właściwe, które Hanna Jadacka rozumie jako wyrazy „zawierające co najmniej jeden wykładnik słowotwórczy (np. interfiks – kremozel, wielobok; interfiks i sufiks – krwio pijca, grubokreskowiec)” (Jadacka 2005: 121). Autorzy piosenek często tworzą neologizmy za pomocą interfiksów i sufiksów z prostego powodu – wyrazy brzmią ładniej, jeśli dwa człony połączone są na przykład samogłoską. Taką sytuację można zauważyć w utworze zespołu Hey pt. *Wieliczka* – neologizm *cząstkowiążalki*. Powstał on poprzez połączenie wyrazu *cząstka* i *wiązalka* za pomocą interfksu *-o-*. Występuje w połączeniu:

Cząstkowiążalkom precz, niech nas nie zbierają z kwantowych pól.

Z tego fragmentu wywnioskować można, że *cząstkowiążalki* to rzeczownik, związany z jakimś fizycznym pojęciem lub stworzony na przykładzie takowego. Oznacza na pewno coś niewielkiego, coś, co może połączyć mniejsze części w całość.

Kolejnym złożeniem właściwym stworzonym za pomocą interfksu jest neologizm *plujokracja*, który pojawił się w utworze *Ale ale* grupy Pablopavo i Ludziki. Częstka *pluj-* pochodzi od wyrazów *pluć*, *pluje*, a końcówka *-kracja* charakterystyczna jest dla takich wyrazów jak *biurokracja*, *demokracja*. Zostały one połączone za pomocą interfksu *-o-*.

Stale, wytrwale plujokracja idzie dalej, gazety w zapale, za nimi portale.

– taki kontekst wskazuje nam rozumienie neologizmu *plujokracja* jako negatywne, pogardliwe wyrażenie się o biurokracji. U tego samego wykonawcy, w piosence *Dola Selektora*, pojawia się wyraz *gramofonoman*, który jest złożeniem wyrazu *gramofon* i angielskiego słowa *man*, oznaczającego mężczyznę, za pomocą interfksu *-o-*. Jest to

wyjątkowo ciekawy przykład, ponieważ polski wyraz został złączony z anglicyzmem, na wzór takich wyrazów jak *superman*, *grafoman*.

Szacun dla roboty, którą robi gramofonoman.

– taki kontekst wskazuje na to, że *gramofonomenem* jest ktoś, kto zajmuje się tworzeniem muzyki. Natomiast w utworze *Się mi to nie* pojawia się neologizm *grafomanologopiczki*, w którym również złożenie nastąpiło dzięki interfiक्सowi -o-. Wyraz *grafomanolog* połączony został z wyrazem *piczki*, którego znaczenie w tym kontekście trudno rozszyfrować – *serialeńcy damsko-męskie*, *grafomanologopiczki*. Warto zwrócić uwagę, że w tym fragmencie pojawia się kolejny neologizm – *serialeńcy*. Trudno zatem wywnioskować, o co chodziło autorowi tekstu, jednak z pewnością jest to określenie nacechowane negatywnie. Kilka wersów wcześniej w tej piosence pojawia się kolejne złożenie – *ślinoplujki*. Zostało stworzone za pomocą wyrazu *ślina*, interfiक्सu -o- oraz słowa *plujki*, które pochodzi z kolei od *pluć*. Kontekst w tym przypadku na niewiele się zda, gdyż otrzymujemy jasny komunikat, że jest to coś, co pluje śliną. Dzięki temu po raz kolejny osiągnięty został cel dążenia do skrótowości i hybrydyczności. W kolejnych wersach tego utworu pojawia się złożenie *oczodolina*, które zbudowane jest z wyrazu *ocz-*, pochodzącego od słowa *oczy*, interfiक्सu -o- oraz wyrazu *dolina*.

Pęka mi oczodolina.

– w takim fragmencie pojawia się ten neologizm, dzięki czemu uznać można, że jest to nawiązanie do słowa *oczodół*, gdyż znaczenie jest identyczne. Autor stworzył jednak taki neologizm w celach żartobliwych, aby grać z językiem, ale też z odbiorcą.

### 3. Podsumowanie

Zauważyć można, że większość omówionych przeze mnie neologizmów to rzeczowniki. Wynika to z tego, że rzeczownik to najbardziej aktywna słowotwórczo część mowy w polszczyźnie. Czasowniki

i przymiotniki także się pojawiają, jednak ich liczebność jest znacznie mniejsza niż rzeczowników. Tak samo jest zatem w neologizmach muzyki alternatywnej. W większości przypadków nowe wyrazy są tworzone przez autorów piosenek, aby tak jak Maria Peszek bawić się językiem, aby grać z odbiorcą, ale wynika to też z przekonania, że nie zawsze znajdujemy wyrazy, które przekażą to, co mamy na myśli. Wtedy pojawiają się eksperymenty językowe, które dla językoznawców stają się ciekawym materiałem badawczym. Pojawia się także mnóstwo neosemantyzmów, czyli wyrazów, które już istnieją w polszczyźnie, ale zaczęły funkcjonować z nowym znaczeniem. To wynika akurat z metaforyczności tekstów piosenek, która jest cechą charakterystyczną poetyckości utworów. Ponadto, poza omówionymi przeze mnie zrostami i złożeniami właściwymi, artyści tworzą wiele neologizmów, które zakwalifikować można jako derywaty proste. Wniosek zatem jest prosty – muzyka alternatywna jest niezwykle ciekawym i bogatym materiałem badawczym dla językoznawców.

## **Bibliografia**

- Barańczak, Anna (1983): *Słowo w piosence. Poetyka współczesnej piosenki estradowej*. Wrocław: Wydawnictwo Ossolineum.
- Czesław śpiewa (2014): *Dom na budowie*, [w:] *Księga Emigrantów. Tom I*.
- Happysad (2014): *Smutni ludzie*, [w:] *Jakby nie było jutra*.
- Hey (2009): *Umieraj stąd*, [w:] *Miłość! Uwaga! Ratunku! Pomocy!*.
- Hey (2012): *Wieliczka*, [w:] *Do rycerzy, do szlachty, do mieszczan*.
- Jadacka, Hanna (2005): *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pablopavo i ludziki (2009): *Ale ale*, [w:] *Telehon*.
- Pablopavo i ludziki (2008): *Dola selektora*.
- Pablopavo i ludziki (2009): *Się mi to nie*, [w:] *Telehon*.
- Peszek, Maria (2016): *Modern Holocaust*, [w:] *Karabin*.
- Peszek, Maria (2005): *Nie mam czasu na seks*, [w:] *Miasto mania*.
- Peszek, Maria (2008): *Ciało*, [w:] *Maria Awaria*.
- Smółkowa, Teresa (2001): *Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej*. Kraków: Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego PAN.
- Wielki słownik języka polskiego*, [wsjp.pl](http://wsjp.pl), [dostęp: 3.10.2019].





**„TITAnik” i „Yugo Boss”: komunikaty z memów internetowych jako ironiczne komentarze do aktualnej sytuacji w krajach byłej Jugosławii**

**„TITAnic” and „Yugo Boss”: messages from the Internet memes as ironic comments on the current situation in countries of the former Yugoslavia**

After the breakup of multicultural Yugoslavia in the 1990s, some citizens still miss those times. The phenomenon of melancholic longing for a lost life began to be defined as Yugo-nostalgia. The development of new media enriched the Yugonostalgic discourse with other communication channels. A lot of initiatives have been created not only to cultivate memories of former Yugoslavia, but also to comment on contemporary events through the historical point of view. Messages consisting of words and pictures (called memes) gained popularity. Their authors use a large repertoire of linguistic structures, which accompanied by selected images, ironically comment on the post-Yugoslav reality. They also use symbols referring to past times, giving them new meanings and inscribing them in current circumstances. The article analyzes examples of the Internet memes as a kind of commentary on the current situation in the region.

Słowa kluczowe: memy internetowe, ironia, Jugosławia, jugonostalgia, komunikacja językowa i pozajęzykowa

Keywords: internet memes, irony, Yugoslavia, yugo-nostalgia, linguistic and non-linguistic communication

Rozwój Internetu wpłynął na przeobrażenie dotychczas funkcjonujących mediów, znacząco wzbogacając ich ofertę. Tekst pisany przestał

być jedynym sposobem porozumiewania się w sieci, a internauci docenili, że nie muszą wybierać między słowem a obrazem. Okazało się bowiem, że te mogą istnieć na wspólnej płaszczyźnie i z powodzeniem współtworzyć komunikaty multimodalne w postaci memów, zapraszając nadawców i odbiorców do rekonstruowania tej swoistej gry znaków (Naruszewicz-Duchlińska 2019: 18).

Klasyczna definicja memu, autorstwa biologa Richarda Dawkinsa z 1976 roku, określa go jako jednostkę transmisji lub imitacji i łączy z greckim *mimesis* (naśladownictwem), wskazując na analogię z biologicznym genem (Piskorz 2013: 228). To podobieństwo nie jest przypadkowe – tak jak gen uznaje się za najmniejszą jednostkę informacji na gruncie nauk ścisłych, tak mem miałby pełnić tę funkcję na polu kultury. Początków memetycznej reprezentacji w wirtualnej rzeczywistości należy szukać w latach 80. XX wieku w Stanach Zjednoczonych (Maruszczak 2015: 151). Jak zauważa Krzysztof Piskorz, Internet i kultura popularna nadały memom zupełnie nową jakość, a te zostały „na wpół obrazkowym językiem użytkowników tzw. nowych mediów, który jest zrozumiały tylko przez korzystających z sieci” (Piskorz 2013: 237). Istotną właściwością memów jest również „zdolność do replikacji i mutacji” (Piskorz 2013: 228). Teksty memetyczne rozprzestrzeniają się w sieci bardzo szybko i zyskują coraz większą popularność, stając się również obiektami kolejnych modyfikacji. W większości przypadków ich autorzy pozostają anonimowi, a twórcą może być praktycznie każdy internauta, który wykorzystuje wybrany przez siebie repertuar środków.

Elementarne reguły tworzenia memów opierają się na adekwatnie dobranej grafice i celnym komentarzu do niej. Ich autorzy poddają teksty kultury różnym przekształceniom, modyfikując formę zapisu czy leksykę lub przypisując bohaterom słowa, których faktycznie nie wypowiedzieli. Czerpią także z bogactwa intertekstualnych nawiązań. Tematy, na kanwie których powstają memy, są osadzone w konkretnych realiach i zazwyczaj dotyczą polityki, bieżących wydarzeń w kraju i na świecie, ale również życia codziennego czy sportu. Iwona Burkacka zwraca uwagę na to, że memy stały się sposobem wyrażania opinii i komentowania wydarzeń, a także „służą do rozładowywania napiętej atmosfery, wywoływania uśmiechu, budowania wspólnoty. [...] Są

ważnym nośnikiem pamięci – stereotypów, klisz, wzorców zachowań, wydarzeń” (Burkacka 2017: 11). Należy przy tym podkreślić, że cechuje je ulotność, a atrakcyjnymi czyni aktualność (Niekrewicz 2017: 73).

Ironię, rozumianą jako ukrytą drwinę i niejawną złośliwość, która współgra w tym wypadku z sugestywnym obrazem, należy uznać za podstawowe narzędzie w warsztacie twórców memów. Ci w pełni wykorzystują tę strategię, której zastosowanie wymaga „pomysłowości, umiejętności kojarzenia oraz poczucia humoru” (Malewska-Szałygin 2017: 15). Jak jednak zauważa Magdalena Kamińska, ironia w memach „jest realizowana w sposób dość szablonowy, co wynika ze specyfiki gatunku”, a jej skuteczność zależy od prawidłowego odkodowania komunikatu przez odbiorcę (Kamińska 2019: 41nn.).

W tym artykule określenie *mem* stosowane będzie w odniesieniu do zjawiska internetowego, popularnego wśród użytkowników sieci i rozumianego jako tekst kultury w postaci zdjęć lub obrazków opatrzonych podpisem, który zyskał powodzenie przez spontaniczną dystrybucję (Nowak 2013: 240).

W ostatnich latach memy przestały odgrywać rolę wyłącznie śmiesznych obrazków, a coraz częściej postrzegane są jako miernik nastrojów społecznych (Malewska-Szałygin 2017: 13). Ich tworzenie, oglądanie i komentowanie znajduje amatorów w różnych kręgach kulturowych i narodowych. Wyjątku nie stanowią użytkownicy z krajów byłej Jugosławii<sup>1</sup>, chociaż ich przypadek można uznać za szczególny. Federacja rozpadła się bowiem na początku lat 90. XX wieku, a w miejscu wielokulturowej wspólnoty powstały państwa narodowe. Mimo upływu czasu i pójścia własną drogą przez poszczególne kraje, pamięć o epoce, w której przedstawiciele kilku religii i narodowości współistnieli w ramach jednego organizmu państwowego, wciąż rezonuje wśród byłych Jugosłowian i ich potomków. Ze względu na bliskość językową, geograficzną i zbliżone społeczno-polityczne realia po transformacji, memy dotyczące aktualnej sytuacji na obszarze postjugosłowiańskim mają charakter ponadnarodowy. Dzięki temu komunikaty zakodo-

---

<sup>1</sup> W skład Jugosławii wchodziło sześć republik (Chorwacja, Czarnogóra, Bośnia i Hercegowina, Macedonia, Słowenia i Serbia) oraz dwa okręgi autonomiczne (Wojwodina i Kosowo). Na czele kraju w latach 1945–1980 stał Josip Broz-Tito (1892–1980).

wane zarówno w warstwie językowej, jak i graficznej są możliwe do odczytania, a przekazy z nich płynące rozumieją zarówno Serbowie, jak i Chorwaci, Słowenci czy Macedończycy. Ten rodzaj internetowej twórczości wpisuje się również w ramy trendu jugonostalgicznego<sup>2</sup>, który jest realizowany na gruncie kultury popularnej i stanowi sentymentalny powrót do czasów wspólnego państwa lub przejaw zafascynowania epoką Tity<sup>3</sup>.

W artykule analizie zostaną poddane wybrane przykłady memów, których komunikaty można uznać za ironiczny komentarz do aktualnej kondycji krajów byłej Jugosławii. Grafiki pochodzą zarówno z ogólnych portali internetowych skupiających memy o różnorodnej tematyce, jak i stron zorientowanych bezpośrednio na słowiański krąg kulturowy i wydarzenia z regionu, a nawet ograniczonych wyłącznie do problematyki federacji jugosłowiańskiej. Materiał źródłowy był gromadzony od października 2018 do kwietnia 2019 roku i został podzielony na pięć grup tematycznych odnoszących się do różnych aspektów funkcjonowania republik, a omawiane przypadki stanowią reprezentację danych pozyskanych podczas badań.

## 1. Ogólna ocena (post)jugosłowiańskich realiów

Autor memu numer 1 w sugestywny sposób prezentuje różnicę między epoką marszałka (*Titovo doba*) a czasami współczesnymi, których

<sup>2</sup> Zjawisko jugonostalgii, rozumianej jako tęsknota za utraconym życiem i sentymentalny powrót do przeszłości, pojawiło się na obszarze byłej federacji już w latach 90. XX wieku. Z powodów politycznych na początku było oceniane negatywnie i kojarzone z chęcią powrotu do Jugosławii rozumianej jako „więzienie narodów”. Z czasem zostało zaanektowane przez sferę kultury popularnej i zyskało pozytywne konotacje. Jugonostalgiczne inspiracje można aktualnie odnaleźć m. in. w teatrze, filmie czy muzyce, a rozwój nowych mediów spowodował pojawienie się zjawiska również w przestrzeni internetowej.

<sup>3</sup> Fascynację ową można zaobserwować zwłaszcza wśród młodych ludzi, którzy urodzili się już w suwerennych krajach i nie pamiętają czasów marszałka. Wielu z nich postrzega Jugosławię jako krainę dobrobytu i bezpieczeństwa, w której obywatele wiedli dostatnie życie, zapewniane przez cieszącego się szacunkiem na świecie przywódcę.



Mem nr 1<sup>4</sup>



Mem nr 2<sup>5</sup>

symbolem stała się flaga Unii Europejskiej. Zdjęcie przedstawiające drzewo, do którego wiodzie pomost stanowiący barierę między morzem i pustynią, jednoznacznie wskazuje na przewagę okresu jugosłowiańskiego. Lewa (historyczna) strona bowiem jest reprezentowana przez zieloną i pełną liści część wspomnianego drzewa oraz morze, podczas gdy z prawej (aktualnej) pojawiają się jedynie wyschnięte gałęzie i pustynia. Nadawca posługuje się metaforą, a ów podział i symbolika wykorzystanych znaków (rozkwit, dynamika, potęga wobec pustki, zniszczenia i braku perspektyw rozwoju) sugerują pozytywne wartościowanie okresu rządów Broza. Komunikat graficzny opatrzony jest komentarzem z negatywnie nacechowanym określeniem („różnica jest drastyczna”) wraz z emocjonalnie zabarwionym wykrzyknikiem *joj* („oj, ojej, jejku”), mogącym wyrażać zarówno ubolewanie, żal, jak i zaskoczenie, niedowierzanie (w zależności od tonu wypowiedzi nadawcy).

Jeszcze bardziej pesymistyczną wersję kondycji kraju po odejściu Broza prezentuje autor drugiego z memów w tej grupie. W odpowiedzi na pytanie „jak nazywa się Jugosławia po śmierci Tity?”, wykorzystuje zabawną grę słów w postaci nawiązania do nazwy statku „TITAnik”. Ta, oprócz fonetycznego zapisu nazwy własnej, zawiera w sobie także

<sup>4</sup> Strona internetowa poświęcona różnym aspektom Słowiańszczyzny: [www.slavorum.com](http://www.slavorum.com); <https://www.slavorum.org/razlike-drasticna/> [dostęp: 15.06.2019].

<sup>5</sup> Profil informacyjnego magazynu internetowego Doznajemo.com na portalu społecznościowym Facebook; [https://touch.facebook.com/doznajemo/photos/?ref=page\\_internal&mt\\_nav=0](https://touch.facebook.com/doznajemo/photos/?ref=page_internal&mt_nav=0). [dostęp: 13.07.2019].

przydomek jugosłowiańskiego przywódcy. Tego typu zagadkę opartą na dekompozycji wyrazów można uznać za przykład komizmu pseudoetymologicznego, który wynika z „sugerowania pokrewieństwa leksemów w istocie ze sobą nie powiązanych, podobnych jedynie pod względem fonetycznym” (Niekrewicz 2015: 124). Grafika użyta w tej kompozycji przedstawia marszałka na tle tonącego transatlantyku i jest oczywistym nawiązaniem do ówczesnej kondycji federacji. Śmierć przywódcy w 1980 roku uznawana jest bowiem za symboliczny początek dezintegracji wielonarodowej wspólnoty. Komunikat słowno-obrazkowy wysyła jasny przekaz – Jugosławia, tak jak Titanic, poszła na dno.

## 2. Ironiczny komentarz do systemu demokratycznego

Po latach trwania w komunistycznym systemie<sup>6</sup> jednym z postulatów obywateli republik walczących o suwerenność było pragnienie życia w wolnych i demokratycznych krajach. Mimo że dezintegracja federacji dla większości formalnie oznaczała odzyskanie niepodległości (choć ogłaszanej w różnych terminach)<sup>7</sup>, wyobrażenia mieszkańców na temat życia w nowych realiach i wymarzonych ojczyznach zdecydowanie odbiegały od rzeczywistości. Zniszczenia wojenne, kryzys gospodarczy i problemy socjalne, z którymi społeczeństwa postjugosłowiańskie zmagają się do dzisiaj, spowodowały, że na okres po transformacji zaczęto spoglądać z większym krytycyzmem. Na gruncie realizacji memetycznych symbolem takiego stanowiska stał się wizerunek zawiadacko uśmiechniętego Tity, opatrzonego ironicznym komentarzem, czego przykład stanowią zdjęcia numer 3 i 4.

<sup>6</sup> Tito po zerwaniu w 1948 roku stosunków z ZSRR odszedł od budowania ustroju komunistycznego opartego na stalinowskiej doktrynie. Konflikt z Moskwą zmusił Broza do otwarcia kraju na Zachód, jednak nie było to jednoznaczne z przyjęciem demokratycznych wzorców. Marszałek prowadził politykę opartą o własną koncepcję, a zwolenników komunizmu w wersji stalinowskiej brutalnie zwalczał.

<sup>7</sup> Chorwacja, Słowenia i Macedonia ogłosiły niepodległość w 1991 roku. Bośnia i Hercegowina po trwającej do 1995 roku wojnie domowej została podzielona na Republikę Serbską i Federację. Serbia i Czarnogóra, tworzące po formalnym rozpadzie Jugosławii jedno państwo, rozdzieliły się w 2006 roku po proklamowaniu niepodległości przez parlament w Podgoricy.



Mem nr 3<sup>8</sup>



Mem nr 4<sup>9</sup>

Na pierwszym z memów Broz ze zdziwieniem zadaje pytanie „Nie macie fabryk?”, nawiązując do trudnej sytuacji na rynkach pracy w byłych republikach<sup>10</sup>. W odpowiedzi stwierdza, że za to teraz obywatele mają „demokrację”. Ów cudzysłów jest znaczący, ponieważ sugeruje fikcyjność ustroju, którego wprowadzenie było przecież jednym z celów obywateli walczących o niepodległość swoich krajów. Ironię, którą można odczytać w tym komunikacie, potęguje zawadiackie oblicze przywódcy. Ten wysyła jasny przekaz – nie dość, że transformacja (która przyniosła gospodarkę wolnorynkową i spowodowała zamknięcie państwowych przedsiębiorstw) pozbawiła ludzi zatrudnienia, to i rządy większości nie spełniają oczekiwań obywateli. Rozbicie Jugosławii należy więc uznać za porażkę.

Podobnie sytuacja kształtuje się w przypadku drugiego obrazu w tej grupie. Mem nr 4 zbudowany jest w analogiczny sposób – uśmiechnięty

<sup>8</sup> Blog internetowy: [www.noporfa.blogspot.com](http://www.noporfa.blogspot.com); <https://noporfa.blogspot.com/2014/02/> [dostęp: 15.06.2019].

<sup>9</sup> Blog internetowy: [www.rave2.wordpress.com](http://www.rave2.wordpress.com); <https://rave2.wordpress.com/2015/12/13/hrvatska-se-treba-suociti-da-ali-sa-cime/> [dostęp: 15.06.2019].

<sup>10</sup> Bezrobocie było dużym problemem zwłaszcza po dezintegracji Jugosławii i transformacji ustrojowej, kiedy zaczęto tworzyć rynki pracy w nowych realiach. Tym problemem szczególnie dotknięta została Bośnia i Hercegowina, zniszczona podczas wojny domowej w latach 90. XX wieku. Ze względu na różnice w rozwoju gospodarczym poszczególnych republik, najniższą stopę bezrobocia notują kraje należące do Unii Europejskiej (Słowenia i Chorwacja), a najwyższą Macedonia Północna oraz Bośnia i Hercegowina (stałe utrzymującą się w granicach dwudziestu procent).

prezydent zwraca się do mieszkańców z retorycznym pytaniem: „mówicie, że nie ma pracy, tak?”. Odpowiedź ponownie jest nawiązaniem do ustroju demokratycznego: „ale za to macie na kogo głosować”. Takie zestawienie sugeruje, że bezpieczeństwo socjalne oraz system umożliwiający udział obywateli w rządach (przez wybór swoich przedstawicieli do organów władzy) stoją ze sobą w sprzeczności. Podkreśleniem ironicznego wydźwięku odpowiedzi marszałka jest uwaga dotycząca dostępności bananów, które w pewnych okresach jego rządów były bardzo drogie i trudno osiągalne. Demokracja i popularne dzisiaj owoce stały się więc symbolami nowego porządku, który nie jest efektywny, bo nie zaspakaja podstawowych potrzeb społeczeństwa.

Należy również zwrócić uwagę na to, że w wypadku obu memów, nadawca zwraca się do odbiorcy bezpośrednio, używając form drugiej osoby liczby mnogiej, a nawet charakterystycznych dla mowy potocznej wykrzykników, mających na celu wzmocnienie wypowiedzi (chor., serb. *e, i*)<sup>11</sup>.

### 3. Gloryfikacja Josipa Broza-Tity

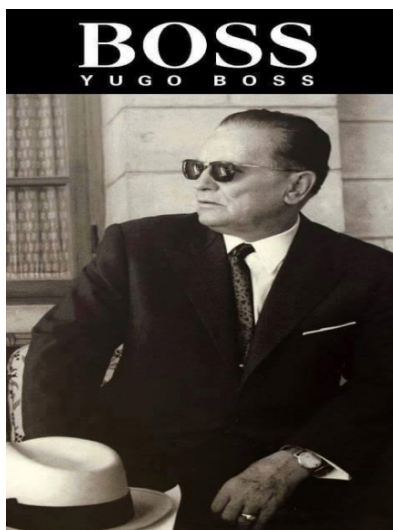
Kolejny typ memów stanowią realizacje bezpośrednio związane z postacią byłego przywódcy. Odnoszą się do jego sposobu bycia lub pozycji w postjugosłowiańskich społeczeństwach, wpisując się w szerszy nurt titonostalgii<sup>12</sup>.

Broz znany był ze swojego zamiłowania do luksusu i przywiązywania dużej wagi do wyglądu. Pracował na wizerunek szykownego mężczyzny, nosząc na przykład doskonale skrojone garnitury, co zostało

<sup>11</sup> Podobnie jak wcześniej wspomniane *joj*, wymienione wykrzykniki są charakterystyczne dla języków serbskiego i chorwackiego. Trudno przełożyć je na język polski, a w zależności od kontekstu, przede wszystkim tonu wypowiedzi, mogą wyrażać zdumienie, zadowolenie, ironię, obojętność lub niezgodę.

<sup>12</sup> Słoweński kulturoznawca Mitja Velikonja definiuje titonostalię jako nostalgiczny dyskurs o zmarłym prezydencie jugosłowiańskim na obszarze państw byłej Jugosławii, który przejawia się zainteresowaniem różnymi aspektami jego życia. Analogicznie do samej Jugosławii, Tito również staje się inspiracją dla wielu dziedzin kultury popularnej. Za: Velikonja, Mitja (2010): *Titostalgija*. Beograd: Knjižara Krug.





Mem nr 5<sup>13</sup>



Mem nr 6<sup>14</sup>

wykorzystane przez jednego z twórców internetowych. Ten uczynił bowiem prezydenta modelem znanej marki, kojarzonej z męską elegancją. Parafraza logo firmy Hugo Boss wykreowała „Yugo Bossa”, co nie tylko w warstwie językowej pozostaje kompatybilne z jego wizerunkiem zarówno w regionie, jak i na świecie.

Szczególną pozycję marszałka obrazuje także kolejny mem, który jest zapisem fikcyjnej rozmowy pomiędzy premierem Chorwacji Andrejem Plenkovićem i niemiecką kanclerz Angelą Merkel podczas faktycznego spotkania przywódców, które odbyło się w sierpniu 2018 roku w Berlinie. Chorwat informuje Niemkę, że zagrzebskie lotnisko zostało nazwane imieniem największego chorwackiego prezydenta. Ta w odpowiedzi nie kryje zachwyty (wyrażając go za pomocą pozytywnie nacechowanej przysłowka „znakomicie”), odpowiadając, że „Josip

<sup>13</sup> Strona internetowa poświęcona różnym aspektom Słowiańszczyzny: [www.slavorum.com](http://www.slavorum.com); <https://www.slavorum.org/yugo-boss/> [dostęp: 15.09.2019].

<sup>14</sup> Profil prezentujący memy dotyczące Josipa Broza-Tity na portalu społecznościowym Facebook: <https://www.facebook.com/JPBmemes/photos/a.1071254849554852/2555717494441906/?type=3&theater> [dostęp: 10.09.2019].

Broz-Tito zasłużył na taki zaszczyt!”<sup>15</sup>. Wpisując ów dialog w kontekst sytuacji politycznej w Chorwacji należy zauważyć, że urzędujący premier jako przewodniczący Chorwackiej Wspólnoty Demokratycznej (*Hrvatska demokratska zajednica*, HDZ) wspomniany tytuł nadałby z pewnością twórcy tej partii Franjo Tuđmanowi. To on bowiem był pierwszym prezydentem kraju po rozpadzie Jugosławii, wciąż uznawany jest za ojca chorwackiej państwowości i to jego imię faktycznie nosi port lotniczy w Zagrzebiu. W memie postać reprezentowana przez Merkel ignoruje te fakty, przyznając tytuł najistotniejszego przywódcy właśnie Brozowi, a tym samym spychając na margines nie tylko gloryfikowanego Tuđmana, ale również nie zauważając roli innych polityków nowego pokolenia. Mimo, że marszałek zszedł ze sceny politycznej niemal czterdzieści lat temu, to on wciąż jest stawiany na politycznym piedestale (zwłaszcza w środowiskach lewicowych).

#### 4. Ocena współczesnej klasy politycznej w zestawieniu z Josipem Brozem-Titą

Wspomniany wcześniej brak respektu dla przedstawicieli obecnej sceny politycznej zauważyć można również w kolejnej kategorii, która wiąże się z oceną aktualnie rządzących. Ci nie cieszą się powszechnym szacunkiem i części obywateli kojarzą jedynie z działaniami prowadzonymi nie dla dobra wspólnego, ale wyłącznie w swoim interesie. Problemem w regionie wciąż jest korupcja, a skłonności do nadużywania zajmowanych stanowisk budzą sprzeciw i są szeroko komentowane, również w sferze internetowej.

W memach zorientowanych na tę tematykę kolejny raz głównym bohaterem jest Tito, który jawi się jako postać pozytywna, chociaż nie doskonała, co uwiarygadnia ją w oczach odbiorców. Dowodem na to może być obraz numer 7, który oprócz partyzanckiego wizerunku

<sup>15</sup> W tym wypadku kontekst wypowiedzi nie pozostawia wątpliwości, że Plenković miał na myśli Tuđmana, ale łączenie Tity z chorwacką narodowością nie jest bezzasadne. Mimo powszechnego przekonania o serbskim rodowodzie przywódcy, Broz urodził się w Kumrovcu pod Zagrzebiem w rodzinie słoweńsko-chorwackiej.



Mem nr 7<sup>16</sup>



Mem nr 8<sup>17</sup>

marszałka zawiera tekst stylizowany na krótki wiersz. Jego treść jest prośbą do marszałka o powrót, wyrażaną ze strony trzech zwaśnionych grup narodowościowych, a nawet wyznaniem miłości do przywódcy („wróć do nas, Ciebie kochają Muzułmanie, Serbowie i Chorwaci”). Nadawcy zwracają się do adresata bezpośrednio, używając przy tym nomenklatury partyjnej („towarzyszu Tito”). Choć zbiorowy nadawca komunikatu przyznaje, że Broz kradł, ale na jego usprawiedliwienie przemawia fakt, że dzielił się swoimi zdobyczami („Ty kradłeś i nam dałeś”), co podszyte jest niemałą dawką ironii. Użycie w kolejnym wersie zaimka wskazującego *ovi* sugeruje wytypowanie polityków współcześnie sprawujących władzę. Zostali określani jako ci, którzy też kradną, ale nie włączają obywateli do kręgu beneficjentów swoich zdobyczy („kradną, a nic nie dadzą”). Odezwę kończy apel do odbiorców o tysiąc „polubień” dla marszałka, co należy interpretować jako wyraz aprobaty dla niego.

Niekorzystny wizerunek działaczy partyjnych podtrzymuje komunikat zawarty w memie numer 8, na którym wizerunek Broza zestawiono ze

<sup>16</sup> Strona internetowa skupiająca memy o różnej tematyce: <https://me.me/i/druze-tito-ti-se-nama-vrati-tebe-vole-srbi-i-9702747> [dostęp: 22.08.2019].

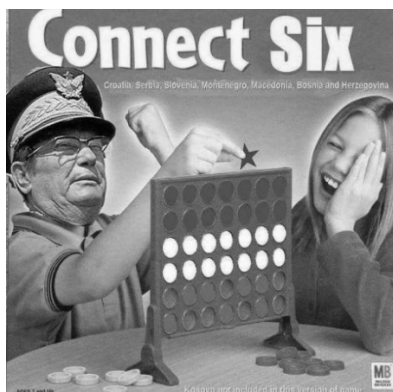
<sup>17</sup> Forum internetowe: [www.megasrbija.com](http://www.megasrbija.com); <https://megasrbija.com/index.php?topic=146.80> [dostęp: 15.10.2019].

zdjęciem przedstawiciela obecnej klasy politycznej. Obraz opatrzony jest wymownym komentarzem (w oryginale rymowanym), niosącym komunikat wartościowany negatywnie: „Po towarzyszu Ticie kraj korupcji i łapówek”. Powtarzające się odwołanie do tak źle ocenianych praktyk potęguje niekorzystny wizerunek polityków w kręgu postjugosłowiańskim.

## 5. Nurt zjednoczeniowy

Obraz sytuacji w krajach powstałych na gruzach byłej Jugosławii, który wyłania się z dotychczasowych rozważań, jest zdecydowanie negatywny. Wydaje się zatem, że jedyną drogą do ponownego sukcesu może być odbudowanie idei jugosłowiańskiej. Ostatnią grupę stanowią więc memy, których komunikaty koncentrują się wokół symbolicznego powrotu do państwa Słowian południowych, oczywiście, dowodzonego przez odpowiedniego człowieka. Również w tym wypadku centralną postacią internauci uczynili Titę, którego wizerunkowi towarzyszą anglojęzyczne slogany, będące parafrazami znanych tekstów kultury. Jedną z nich jest obraz numer 9, stworzony na kanwie popularnej gry planszowej. Oryginalna wersja *Connect 4* (Połącz 4) polega na ułożeniu w jednej linii czterech jednakowych żetonów. Odmiana jugosłowiańska wymaga od uczestnika spojenia sześciu elementów, a więc dokładnie tyłu, z ilu składała się federacja. Wszystkie komponenty (nazwy poszczególnych krajów) zostały wymienione w podtytule, a jeden z graczy zyskał oblicze Broza, jako tego, który tę układankę złoży w całość. Dodatkowo okrągły pionek został zastąpiony przez jugosłowiański symbol czerwonej gwiazdy.

Ostatni z memów (numer 10) zyskał popularność po amerykańskiej kampanii z 2016 roku. Wtedy właśnie startujący na urząd prezydenta Donald Trump przypomniał slogan użyty po raz pierwszy w 1980 roku przez Ronalda Reagana. Hasło *Make America great again* („Uczyńmy znowu Amerykę wielką”) pojawiło się na słynnych czerwonych czapeczkach, w których Trump walczył o głosy wyborców, a w konsekwencji stało się częścią kultury masowej. Czerpali z niego również twórcy memów, wpisując w nowy kontekst ową sentencję i zmieniając właściciela



Mem nr 9<sup>18</sup>



Mem nr 10<sup>19</sup>

nakrycia głowy oraz kraj, który ma ponownie stać się wspaniały. W przestrzeni postjugosłowiańskiej marszałek został symbolicznym propagatorem prezydenckiego motta, nawołując do odtworzenia potęgi federacji.

Przywołane przykłady stanowią jedynie skromną reprezentację z bogatego repertuaru memów, które w ostatnich latach pojawiały się na stronach internetowych w krajach byłej Jugosławii. Wspólnym mianownikiem łączącym wszystkie analizowane realizacje jest odniesienie do współczesnych realiów społeczno-politycznych w regionie i próba ich skomentowania, często w ironiczny sposób.

<sup>18</sup> Profil prezentujący memy dotyczące Josipa Broza-Tity na portalu społecznościowym Facebook; <https://www.facebook.com/JPBmemes/photos/d41d8c-d9/2308852552461736/> [dostęp: 15.07.2019].

<sup>19</sup> Strona internetowa skupiająca memy o różnej tematyce: [www.me.me](http://www.me.me); <https://me.me/i/make-yugoslavia-great-again-authentic-unreleased-photo-of-tito-1034368> [dostęp: 15.10.2019].

Autorzy wykorzystują do tego różne środki językowe, które w połączeniu z odpowiednio dobranym zdjęciem tworzą spójny komunikat. Postacią, która stała się istotnym elementem memetycznych przedstawień, jest Josip Broz-Tito, którego wizerunek wykorzystuje się w różnych kontekstach. Mimo, że analiza sytuacji przynosi negatywny obraz postjugosłowiańskiego świata, sam przywódca nieistniejącej już federacji jest przedstawiany w pozytywnym świetle.

## Bibliografia

- Burkacka, Iwona (2017): „Memy a stereotypy”. [w:] Kołodziejek, Ewa / Sidorowicz, Rafał (red.): *Internet jako przedmiot badań językoznawczych*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Str. 11–26.
- Kamińska, Magdalena (2017): *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*. Poznań: Galeria Miejska Arsenał.
- Malewska-Szałygin, Anna (2017): „Memy – nowa forma wiedzy potocznej o polityce”. [w:] Brylska, Karolina / Gackowski, Tomasz / Patera, Mateusz (red.): *Memy czyli życie społeczne w czasach kultury obrazu*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR. Str. 11–24.
- Maruszczak, Marek (2015): „Początki i ewolucja polskich memów internetowych”. [w:] Boczkowska, Magdalena / Kaczmarczyk, Michał / Koszembar-Wiklik, Małgorzata / Rotta, Dariusz (red.): *Społeczne i historyczne konteksty funkcjonowania mediów*. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza „Humanitas”. Str. 151–160.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina (2019): *Kultura zachowań językowych w internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Niekrewicz, Agnieszka Anna (2015): *Od schematyzmu do kreacyjności. Język memów internetowych*. Gorzów Wielkopolski: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- Niekrewicz, Agnieszka Anna (2017): „Memy internetowe – kierunki badań”. [w:] Kołodziejek, Ewa / Sidorowicz, Rafał (red.): *Internet jako przedmiot badań językoznawczych*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Str. 72–82.
- Nowak, Jakub (2013): „Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej”. [w:] Kita, Małgorzata / Loewe, Iwona (red.): *Język*

w internecie. *Antologia*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Str. 239–256.

Piskorz, Krzysztof (2013): „Internetowe memy – hieroglify XXI wieku”. [w:] Hofman, Iwona / Kępa-Figura, Iwona (red.): *Współczesne media. Język mediów*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Str. 227–237.

Velikonja, Mitja (2010): *Titostalgija*. Beograd: Knjižara Krug.

## **Źródła internetowe**

[www.facebook.com](http://www.facebook.com)

[www.megasrbija.com](http://www.megasrbija.com)

[www.me.me](http://www.me.me)

[www.noporfa.blogspot.com](http://www.noporfa.blogspot.com)

[www.rave2.wordpress.com](http://www.rave2.wordpress.com)

[www.slavorum.org](http://www.slavorum.org)

[www.steamcommunity.com](http://www.steamcommunity.com)

[www.touch.facebook.com](http://www.touch.facebook.com)





***Bździś i puffmama, czyli o nazwach i określeniach  
osób występujących we wspomnieniach obozowych  
Przeżyłam Oświęcim Krystyny Żywulskiej***

***Bździś and puffmama – about names and descriptions  
of people appearing in Krystyna Żywulska's  
concentration camp memories Przeżyłam Oświęcim***

Over one million people were murdered by Nazis in Auschwitz – a German concentration camp. The lives of prisoners changed when they arrived to Auschwitz. Those people were in a closed area so they began to use a unique language variation.

Krystyna Żywulska was arrested by the Nazis and sent to the concentration camp in Auschwitz. She spent there 2 years, escaped during the 'death march' and survived. After that in 1946 Żywulska wrote her memories from Auschwitz 'Przeżyłam Oświęcim' ('I survived Oświęcim').

Żywulska was in the female part of the camp so almost all the names used by her are feminine. These names are connected with activities performed by that prisoners in the camp. The vocabulary used by prisoners shows the reality of a concentration camp, hierarchy between people and their other dependences. The vocabulary was divided into two groups: names (nouns) and terms (adjectives). This allows us to see how prisoners adapted their language to the conditions in Auschwitz.

Słowa kluczowe: językoznawstwo, Oświęcim, Auschwitz, język w obozie koncentracyjnym, leksyka obozowa

Keywords: linguistics, Oświęcim, Auschwitz, language in a concentration camp, camp lexis

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie i przeanalizowanie nazw i określeń osób będących bohaterami wspomnień obozowych pt. *Przeżyłam Oświęcim* autorstwa Krystyny Żywulskiej, która była więźniarką w obozie koncentracyjnym w Oświęcimiu. Analizowane przeze mnie wspomnienia obozowe stanowią interesujący materiał badawczy ze względu na ich walory językowe, historyczne i kulturowe.

Literatura obozowa cieszy się dużym zainteresowaniem badaczy, jednak tego typu teksty analizowane są najczęściej pod kątem literaturoznawczym. Za przykład takiej refleksji posłużyć może *Ucieczka z kamiennego świata (o Tadeuszu Borowskim)* autorstwa Tadeusza Drewnowskiego (Drewnowski 1972). Niewiele natomiast istnieje opracowań językoznawczych poświęconych literaturze obozowej (zwłaszcza dotyczącej niemieckich obozów koncentracyjnych). Zwróciła na to uwagę Danuta Wesołowska w artykule pt. *Język lagrów a język łagrów. Badania, założenia badawcze*. Autorka zaznaczyła, że kwestia obozów i używanego w nich języka jest bardzo ważna, a sama leksyka warta zbadania (por. Wesołowska 2002). Biorąc pod uwagę najnowszą literaturę przedmiotu, nie sposób nie wspomnieć o pracy Jarosława Pacuły pt. *Auschwitz – Słowa i milczenie. Studium leksykalno-semantyczne*, w której przedstawiony został językowy obraz lagru oświęcimskiego (por. Pacuła 2010).

Obóz Auschwitz powstał z inicjatywy Niemców na przedmieściach Oświęcimia w 1940 roku, w miejscu byłych polskich koszar ([http 1](#)). W czasie okupacji miasto to znajdowało się w obszarze Trzeciej Rzeszy. Powodem założenia obozu była powiększająca się liczba aresztowanych Polaków oraz przepełnienie więzień na terenie okupowanej Polski. Wbrew wielu skojarzeniom, które polegają na łączeniu niemieckich obozów z eksterminacją ludności żydowskiej, obóz w Auschwitz powstał z myślą o osadzeniu w nim głównie polskich więźniów politycznych. Tak zwany „pierwszy transport” przybył do obozu 14 czerwca 1940 roku i składał się z Polaków osadzonych wcześniej w więzieniu w Tarnowie (por. Smoleń 1980). W 1941 roku we wsi Brzezinka (3 km od Oświęcimia) powstał obóz Auschwitz II-Birkenau, największy z całego kompleksu. To właśnie w tym obozie Niemcy zaczęli masowo mordować więźniów, tworząc krematoria i inne urządzenia służące eksterminacji ([http 2](#)).

W roku 1942 obóz w Auschwitz stał się jednym z największych ośrodków zagłady Żydów (por. Smoleń 1980), których masowo deportowano z krajów okupowanych przez Trzecią Rzeszę w ramach „ostatecznego rozwiązania” kwestii żydowskiej (http 3). W połowie roku 1942 Żydzi stanowili najliczniejszą grupę narodowościową w obozie (http 4).

Rzeczywistość w obozie koncentracyjnym była brutalna i potęgowała wśród więźniów uczucie strachu. Więźniowie traktowani byli przez SS-manów z wielkim okrucieństwem: bito ich za najmniejsze przewinienia, skazywano na kary i ciężkie prace (często pozbawione sensu i celu, jak na przykład przenoszenie kamieni z jednego stosu na drugi). Stosunek kary do przewinienia nie był spisany w żadnym regulaminie, wszystko bowiem zależało od woli i nastroju SS-mana. Niekiedy wystarczyło tylko to, że osadzony nie przypadł mu do gustu i za to mogła go spotkać nawet śmierć. Więźniowie byli poniżani, zastraszani, często szczuto ich psami i testowano na nich nowo wymyślone sposoby torturowania. Ludzkie życie niewiele znaczyło dla strażników, co znajdowało potwierdzenie w ich zachowaniu: na przykład ściągali oni więźniowi czapkę z głowy i rzucali w stronę drutu kolczastego, a gdy osadzony się po nią schylał, zabijano go strzałem w tył głowy. Po takim wydarzeniu spisywano w protokole, że dana osoba chciała uciec, dlatego została zastrzelona. Więźniowie byli także wycieńczeni i wyniszczeni fizycznie, narażeni na wybuchające w obozie epidemie i zmuszeni do egzystowania w nieludzkich warunkach: w zimnych barakach, na twardych, zawoszonych kojach, z niezwykle małymi racjami żywnościowymi przy tak ciężkiej pracy, jaką wykonywali. Należy podkreślić, że sytuacja więźniów była dramatyczna także pod względem moralnym: odarto ich z godności i pozbawiono wszelkich praw, w tym prawa do bycia człowiekiem.

Obóz został zamknięty w styczniu 1945 roku. Decyzję o jego likwidacji podjęły władze SS, ponieważ ze wschodu zbliżała się ofensywa Armii Czerwonej. Rozpoczęto ewakuację więźniów. Osadzonych wyprowadzono na trasy ewakuacyjne, które prowadziły z Auschwitz w dwóch kierunkach: do Wodzisławia Śląskiego lub do Gliwic (http 5). Choć moment wyjścia z obozu był wyczekiwany przez wielu więźniów, był to dla nich jednocześnie najtrudniejszy czas – czas marszu

nazywanego „marszem śmierci”. Wiele osób, zbyt wycieńczonych, aby przejść tak długą trasę, zmarło w trakcie wędrówki. Niektórym udało się zboczyć z drogi i uciec, lecz nawet to nie gwarantowało przeżycia. Istotną kwestię stanowi także zatarcie przez Niemców śladów zbrodni. Baraki i krematoria zostały wysadzone w powietrze lub rozebrane. Wszelką dokumentację starano się spalić (<http> 6).

Krystyna Żywulska (właściwie Zofia Landau) urodziła się 1 września 1914 roku w Łodzi. Była studentką prawa na Uniwersytecie Warszawskim, lecz jej naukę przerwał w 1939 roku wybuch II wojny światowej. Dwa lata później została przesiedlona wraz z rodziną do getta w Warszawie, skąd udało jej się uciec. Następnie aktywnie działała w ruchu oporu jako Zofia Wiśniewska. W 1943 roku osadzono ją na Pawiaku po aresztowaniu przez gestapo. Następnie przewieziono ją do niemieckiego obozu koncentracyjnego Auschwitz, a później do podobozu Birkenau.

Autorka przeżyła w Auschwitz prawie dwa lata i doczekała momentu ewakuacji obozu. W czasie „marszu śmierci” z Oświęcimia do Wodzisławia Śląskiego udało się jej ukryć w wozie przejeżdżającym obok kolumny idących więźniów. Następnie ukrywała się u miejscowej ludności (por. Lachendro 2016).

Po wojnie Żywulska przeprowadziła się do Warszawy i należała do PZPR (Jarosz 1999). Pod koniec lat 60. wyjechała do Monachium, po tym, jak jej synowie Tadeusz i Jacek, ze względu na żydowskie pochodzenie, zostali zmuszeni do opuszczenia Polski w związku z wydarzeniami z marca 1968 roku.

Krystyna Żywulska zmarła 1 sierpnia 1993 roku w Düsseldorfie, gdzie została pochowana. Przyczyną śmierci była białaczka.

Krystyna Żywulska debiutowała w 1946 roku zbiorem wspomnień z obozu Auschwitz *Przeżyłam Oświęcim*. Napisała także inne utwory nawiązujące do II wojny światowej, na przykład *Wiersze oświęcimskie* (1946) oraz powieść *Pusta woda* (1963), która dotyczy getta warszawskiego. Była także autorką tekstów kabaretowych oraz piosenek, jak choćby *Dopóki życie trwa*, *Taka jestem zakochana*. Pisała teksty satyryczne dla Hanka Bielickiej oraz Ireny Kwiatkowskiej, które często gościły u Żywulskiej, i utrzymywała bliską znajomość z Agnieszką Osiecką oraz Danielem Passentem (por. Żywulski 2011).

Literatura obozowa jest połączona tematycznie z piśmiennictwem poświęconym drugiej wojnie światowej. Bardzo często wyodrębnia się ją jako osobny nurt literacki, ponieważ zawartych w niej opisów wydarzeń i doświadczeń nie da się porównać z innymi przeżyciami wojennymi. Swoiste dla tego typu literatury jest opisywane otoczenie – rzeczywistość obozu pracy oraz „fundamentalna odmienność kamiennego świata, będąca rezultatem bezpośrednio doświadczonych mechanizmów władzy totalnej, bezwzględnego przymusu, degradacji człowieka do roli narzędzia” (Brodzka, Puchalska, Semczuk 1992: 741). Wspomnienia obozowe stanowią najliczniejszą grupę tekstów, których autorami są zwykli więźniowie oglądający i oceniający świat „z perspektywy swej zlagrowanej egzystencji” (Brodzka, Puchalska, Semczuk 1992: 741).

Najważniejsze jednak we wspomnieniach jest to, że są one silnie powiązane z życiorysem ich autora i posiadają wyraźnie zaznaczone na osi chronologicznej granice. Twórca wspomnień obozowych często nie jest profesjonalnym pisarzem. Według Bartłomieja Krupy, badacza literatury obozowej: „każdy, kto przeżył obóz i o nim pisze, jest [...] równoprawnym twórcą wspomnień” (por. Krupa 2006).

Więźniowie obozów koncentracyjnych byli odizolowani od świata zewnętrznego i w otaczających ich warunkach zaczęli posługiwać się wytworzoną przez siebie odmianą języka. Dominowały w niej słowa z rejestru potocznego polszczyzny, ekspresywizmy oraz zapożyczenia. Nazwy i określenia osób przebywających w Auschwitz są tego bardzo dobrym przykładem.

W tej części artykułu zostanie przedstawione słownictwo związane z nazywaniem i określaniem osób przebywających w obozie, zarówno więźniów podległych, jak i osób ich nadzorujących. Materiał pozyskano za pomocą metody filologicznej, polegającej na oglądzie tekstu i wyekscerpowaniu z niego materiału. Pod uwagę została wzięta większość leksemów występujących w tekście, nazywających i określających ludzi, jedynie zasób nazw własnych został ograniczony ze względu na wymogi objętościowe artykułu. Nie wpływa to jednak na charakter ostatecznych wniosków. W procesie analizy zastosowane zostało ujęcie stylistyczne oraz metoda analizy słownikowej. Materiał został podzielony na dwie nadrzędne kategorie: nazwy osób (rzeczowniki) i określenia osób (przy-

miotniki). Wyrazy zostały sprawdzone w *Słowniku języka polskiego* pod red. Witolda Doroszewskiego (SDor) oraz w internetowym *Słowniku języka polskiego* PWN: [www.sjp.pwn.pl](http://www.sjp.pwn.pl) (SJP PWN). W przypadku braku hasła w tych słownikach znaczenie wyrazu formułowane jest w oparciu o kontekst, w jakim został on użyty. Tłumaczenie wyrazów z języka niemieckiego zostało zaczerpnięte z informacji zawartych w przypisach dolnych w *Przeżyłam Oświęcim* K. Żywulskiej.

## 1. Nazwy osób

### 1.1. Nazwy więźniów z punktu widzenia struktury obozowej

Nazwy w tej podgrupie zostały podzielone na te, które dotyczą osób nadzorujących, i te, które nazywają więźniów podległych, co pomoże zobrazować specyfikę tych przeciwstawnych kategorii osób oraz różnice między nimi.

#### 1.1.1. Nazwy osób nadzorujących

**anwajzerka** ‘więźniarka nadzorująca pracę’ (od niem. *Anweiserin*): *Nasza anwajzerka informowała (...) (47) (SJP PWN, SDor – nie notują)*

**aufzejerka** ‘nadzorczyni’ (od niem. *Aufseherin*): *Nadeszli: Taube, lagerkapo i aufzejerka (62)*

**bloczka** ‘blokowa, więźniarka nadzorująca barak’: *Przychodził więc taki „bździś” do pokoiku „bloczki” (41), „Bloczka” bywała przeważnie ponętna, nie podejrzewała, że dla mężczyzn, którzy byli w obozie często już kilka lat, każda kobieta mająca włosy jest pociągająca. (41) (SJP PWN, SDor – nie notują)*

**blokführer** ‘kierownik bloku’ (od niem. *Blockführer* ‘kierownik bloku’): *Podbiegł do niej jeden z blokführerów z okrzykiem (...) (202)*

**dolmeczka** ‘tłumaczka’ (od niem. *Dolmetscherin* ‘interpretator’): *Prosiłam dolmeczka, żeby powiedziała, że kazano mi bić, ale nie chcę, i proszę, żeby się ustawiły. Przetłumaczyła. (85) (SDor, SJP PWN: nie notują)*

**funktions-heftling** ‘więźniarka funkcyjna’ (od niem. *Funktions* ‘sprawny, funkcyjny’ i *Häftling* ‘więzień’): *Tego samego dnia po południu odbywał się koncert w Sali sauny. Koncert był dla funktions-heftlingów. Dla wszystkich kapo, anwajzerek i tych, które zdołały przetrzymać pierwsze lata i teraz wewnątrz obozu, zatrudnione „na funkcjach”* (91-92)

**(Herr) Chef** ‘osoba nadzorująca, pełniąca władzę, szef’ – z niem. dosł.: (pan) szef: *Kapo poszła do szefa po podpis na jakimś piśmie. Zapytała (...) Warum, Herr Chef, sie waren doch so jung und hübsch?* (Dlaczego, panie szefie, one były przecież takie młode i piękne?) (171)

**Lagerälteste** ‘starsza obozu – najwyższa funkcja w hierarchii tzw. samorządu więziarskiego’ (od niem. *Lager* ‘obóz’ + *älteste* ‘najstarszy’): [koncert był – przyp. JS] *I dla tych, które pilnowały porządku w obozie, dla lagerkapo, Lagerälteste. Te miały największe prawa do bicia i ich bałyśmy się najbardziej.* (92)

**Lagerführer** ‘kierownik obozu’ (od niem. *Lager* ‘obóz’ + *Führer* ‘wódz, przewodnik’): *Nadszedł Lagerführer, przytrzymał jej głowę.* (79)

**lojferka** ‘więźniarka pełniąca funkcję gońca’ (od niem. *Läuferin*): *Poddawały głośno na bramie młode dziewczęta pełniące funkcje gońców, tzw. lojferki* (48)

**nachtwacha** ‘stróż nocny’ (od niem. *Nachtwache* ‘straż nocna’): *Ciągle z jakiegoś łóżka słyszała się wołanie konających: Nachtwacha – bassen! Nachtwacha – pić!* (102), (SDor, SJP PWN: nie notują)

**oberaufzejerka** ‘starsza nadzorczyni SS, funkcja ta odpowiadała funkcji kierownika obozu w obozie męskim’ (od niem. *Oberaufseherin* ‘starsza nadzorczyni’): *Oberaufzejerka, zwana popularnie oberką, była kobietą niezwykle urody* (48), (SDor, SJP PWN: nie notują)

**oberka** ‘więźniarka odpowiedzialna za pracę większego komanda’ (od niem. *ober* ‘górny’): *Bała się głównie oberki* (57), *Oberka dziś wściekła (...)* (97) (SDor, SJP PWN: nie notują)

**post** ‘esesman-wartownik’ (od niem. *Post* ‘poczta’): (...) *przychodzili grupkami na obóz kobiecy w asyście „postów”.* (40)

**puffmama** ‘kierowniczką domu publicznego’ (od niem. *Puffmutter* ‘właścicielka domu publicznego’): *Bo to koleżanka „oberki” z wolności.*

*Pracowały razem – dodała ironicznie... – Oberka była „dziewczynką” w jej lokalu, to taka puffmama, rozumiesz, nic dziwnego, że ma tu fory.* (93) (SJP PWN, SDor – nie notują)

**raportszrajberka** ‘osoba odpowiedzialna za notowanie i sporządzanie raportów’: (...) *zameldowała (...) raportszrajberce notującej wychodzące komanda.* (48) (SJP PWN, SDor – nie notują)

**szrajberka** ‘pisarka blokowa (więźniarka)’ (od niem. *Schreiberin* ‘pisarka’): *Szrajberka zawiadomiła nas, że od numeru 50.000 wzwyż, można pisać do domu. Rozdano nam blankiety.* (89) (SDor, SJP PWN: nie notują)

**torwacha** ‘strażnik w bramie’<sup>1</sup>: *Pobiegłam do wyjścia. Torwacha nie chciała nas puścić.* (66)

Nazwy osób nadzorujących stanowią głównie neologizmy z przyrostkiem *-ka*, które zostały utworzone od podstawy słowotwórczej zapożyczonej z języka niemieckiego. Nazwy te często tworzą wyrazy oznaczające czynności lub nazywające funkcje lub zawody osób, na przykład *raportszrajberka* (pisarka raportów).

W powyższych nazwach dominują nazwy żeńskie, ponieważ autorka była osadzona wraz z innymi kobietami w części żeńskiej obozu i w związku z tym więźniarki były nadzorowane głównie przez inne kobiety.

### 1.1.2. Nazwy więźniów podległych

**abgang** ‘więzień wypisany ze stanu obozu najczęściej na skutek śmierci lub przeniesienia’ (od niem. *Abgang* ‘ubytek’): *trzeba porozmawiać*

<sup>1</sup> To znaczenie wynika z kontekstu i znajduje potwierdzenie w innych publikacjach, np. Zofia Posmysz w książce *Wakacje nad Adriatykiem* umieściła to słowo w kończącym ją *Słowniczku niektórych określeń użytych w książce*. Adres źródła internetowego: <https://books.google.pl/books?id=fLk9DwAAQBAJ&pg=PT224&lpg=PT224&dq=torwacha&source=bl&ots=HTT76HjuSd&sig=ACfU3U3P7Kbf7nXLCBTKSwIMrZ-sZGIZU-A&hl=pl&sa=X&ved=2ahUKewj-p-yk0aPhAhXMdJoKHctRC8YQ6AEwAHoECAGQAQ#v=onepage&q=torwacha&f=false> [online, dostęp: 23.04.2020].



- z Adą w ubieralni, żeby nam powiedziała, jak dostanie listę abgangów – przygotujemy listy do domu.* (164) (SDor, SJP PWN: nie notują)
- bździś** ‘więzień zajmujący się naprawą i oczyszczaniem obozowych toalet’: *Przychodził więc taki „bździś” do pokoiku „błoczki”(41), Tak więc „bździsiowi” nie było trudno przekonać „błoczkę” (...) Spijała pocałunki „bździsia” jak narkotyk (...) (41) (SJP PWN, SDor: nie notują)*
- cugang** ‘więzień nowo przywieziony do obozu’ (od niem. *Zugang* ‘wejście, dojsie, wstęp’): *Oj, głupi cugang, zobaczysz, jak w nocy zmarzniesz w sierpniu. (21), Ale ona już ryczała na kogoś innego. Sprzyjało mi szczęście. Przyszły cugangi.*(83) (SDor, SJP PWN: nie notują)
- heftling** ‘więzień hitlerowskiego obozu zagłady’ (od niem. *häftling* ‘aresztowany’): – *Nic. Trzeba obsłużyć dwudziestu mężczyzn dziennie... – Jakich mężczyzn? – pytałyśmy na zmianę, oniemiałe z przerażenia. – A pewno tych, co już długo siedzą, tych, co są na funkcjach, bo ja wiem, jakich. W każdym razie nie SS-manów, tylko heftlingów...* (65)
- muzułman** ‘więzień skrajnie wyniszczony pod względem fizycznym i psychicznym, bezwolny i nastawiony fatalistycznie’: *Znalazła mnie – smętnego łysego muzulmana* (71)
- pawiaczka** ‘więźniarka obozowa, która wcześniej osadzona była na Pawiaku’: *Mnie z Zosią i jeszcze kilka pawiaczek, przy liczeniu, oddzielono.* (46) (SJP PWN, SDor – nie notują)
- Wyrazy w tej kategorii nawiązują do wyglądu fizycznego ludzi, zajęć wykonywanych przez nich w obozie i pozycji społecznej.

## 1.2. Nazwy ekspresywne osób

Poniższa grupa zawiera wyrazy ekspresywne odnoszące się do osób przebywających w obozie.

- baba** ‘rubasznie lub pogardliwie o kobiecie, żonie’: *Tam, gdzie dzieci jadą, będzie im dużo lepiej, a wy płaczecie, głupie baby!* (87) (SDor, SJP PWN: pot., rub.)
- bydlę** ‘człowiek wyjątkowo podły lub niekulturalny’: (...) *a zbił go, bo stanął mu na drodze, przy wejściu do sauny. Żyd go nie zauważył.*

- Bydlę!* – *wzdrygnęła się Nela.* (166) (SDor: przen.: obelż., SJP PWN: obrażl.)
- chłop** ‘dorosły mężczyzna’: *Tak, Katia jest faworytką, Katię lubią baby, a Ewę chłopcy.* (98) (SDor, SJP PWN: pot.)
- cholera** ‘wyzwisko lub przekleństwo’ [tu: dotyczące osób]: *Podchodzić, cholery, szybko!* (25), *Spać, cholery, jutro zobaczymy, jak wyjdziecie na apel* (34), (...) *wychodzić, cholery mizerne!* (36) (SDor: wulg., SJP PWN: pot.)
- diabeł** ‘zły człowiek’: *Ten diabeł, co wszedł na salę, nazywa się Hu-stek – będzie robił selekcję.* (159) (SDor: notuje w innym znaczeniu, SJP PWN: pot.)
- dupa** ‘o człowieku niezdamnym’: *Ty głupia dupo* (17) (SDor, SJP PWN: wulg.)
- gnojowa** ‘młoda dziewczyna – określenie pogardliwe’ *Ty smężna gnojowo!* (130) (SJP PWN, SDor – nie notują)
- idiota** ‘głupi mężczyzna’: *Nasze władze to idioci! – mówi przez zaciśnięte zęby Nela.* (253) (SDor: notuje bez kwalifikatora, SJP PWN: obrażl.)
- idiotka** ‘głupia kobieta’: *To zawszone, nie ruszaj, idiotko, od razu widać, że wiersze pisze.* (82) (SDor: nie notuje, SJP PWN: obrażl.)
- Kuh** ‘krowa’: *Los! Du blode Kuh* (z niem. *Ruszaj się!* Ty parszywa krowo) (76)
- łajno** ‘wyzwisko’: *Postaw tu, ty łajno zatracone, w domu też buty do łóżka brałaś?* (34) (SDor: wulg.)
- maleńka** ‘pieszczotliwie o osobie dorosłej’: *Nie bój się, maleńka, będzie dobrze, przytul się do mnie.* (261) (SDor, SJP PWN: pieszcz.)
- małpa** ‘obraźliwie o człowieku złośliwym, określenie pogardliwe dotyczące kobiety’: *Teraz my cierpimy przez ciebie, bo ta małpa widzi, że można w tym czasie wykopać, i na nas ryczy.* (78) (SJP PWN: obrażl., SDor: przen.: obelżywie o człowieku)
- niedorajda**: *Niedorajdo, bo jak cię wyrżnę!* (SJP PWN: lekcew.)
- potwór** ‘groźny człowiek’ *Wszyscy w obozie dziwili się strasznie – czyżby ludzki odruch w tym potworze, który z zimną krwią wysyłał tyle dzieci do gazu?* (86)
- przystojniak** ‘o przystojnym mężczyźnie’: *Był tu ten potwór, ten przystojniak?* (211) (SDor: iron., SJP PWN: pot.)

**smarkacz** ‘lekceważąco o niedorośleń osobie’: *Zmęczone, schorowane, musiały stać godzinami i czekać, aż im SS-mani, smarkacze hitlerowscy, wyznaczą koję w jakimś ponurym baraku.* (146); *Ten hitlerowski smarkacz mi zazdrości.* (342) (SDor, SJP PWN: lekcew.)

**szuja** ‘człowiek podły, budzący wstręt’: *A jak zaczniecie spiskować, zawsze znajdzie się jakaś szuja, która doniesie (...)* (249) (SDor: obelż., SJP PWN: pogard.)

**szwab** ‘pogardliwie o Niemcu’: *Medal dostaniesz od szwabów...* (78) (SJP PWN: pogard, SDor: z niechęcią o Niemcu)

**wymoczek** ‘człowiek bladej, mizerny, wychudzony’: *Wysoki, chudy, bladej, o jasnych włosach i długim, garbatym nosie – to Bedarf, nazywano go Wymoczkiem.* (165) (SDor: pot., żart., SJP PWN: lekcew.).

Nazwy o zabarwieniu ekspresywnym stanowią bardzo liczną grupę w leksyce obozowej. W przeważającej mierze używali ich SS-mani i więźniowie funkcyjni w stosunku do podległych, na przykład *niedorajda*, *lajno*. Bardzo często pojawiają się wyzwiska i wulgaryzmy, na przykład *lajno*, *cholera*. Wiele wyrazów należy do stylu potocznego polszczyzny, ponieważ właśnie odmiana potoczna była najbliższa osobom przebywającym w obozie. Brutalna rzeczywistość i emocjonalny sposób zwracania się SS-manów do osadzonych, sprzyjały rozwojowi tego stylu. Większość tych nazw ma pochodzenie rodzime. Prawdopodobnie łatwiej wyrażało się emocje właśnie za pomocą ojczystego języka, te wyrazy pierwsze „przychodziły do głowy”. Nazwy z tej kategorii wyrażają pogardę wobec więźniów podległych, degradują ich i porównują do najbardziej prymitywnych przedmiotów. Często odnoszą się również do wyglądu więźniów, podkreślając ich mizerną kondycję, wyniszczenie, na przykład *wymoczek*. Czasami więźniowie (lecz wyłącznie w rozmowach między sobą), opowiadając o SS-manach, używali nazw ekspresywnych, na przykład *szwab*.

### 1.3. Nazwy własne osób

Wśród nazw osób liczną grupę stanowią nazwy własne. Więźniowie znali swoje imiona i używali ich, zwracając się do siebie. Znali oni także imiona bądź nazwiska SS-manów i także się nimi posługiwali.

- Alinka** – zdrobnienie od imienia *Alina* z przyrostkiem *-ka*: *No, jeśli Alinka twierdzi, że damy sobie radę (...)* (28)
- Ania** – zdrobnienie od *Anna*: *Ania milczała.* (206)
- Churchill**: *Churchill zażądał od Hitlera zlikwidowania obozów (...)* (88)
- Elżunia** ‘czule o Elżbiecie’: *Elżunia przerwała deklamację wiersza dla dzieci.* (107)
- Greta Garbo**: *Wolałabym być zgoloną Gretą Garbo i siedzieć teraz w Hollywood.* (21)
- Jadźka** – skrócona podstawa imienia *Jadwiga* z przyrostkiem *-ka*: *Spojrzałam na Jadźkę.* (114)
- Janeczka** – skrócona podstawa imienia *Janina* z przyrostkiem *-eczka*: *Janeczko, to ja, Krysia.* (119)
- Janka** – skrócona podstawa imienia *Janina* z przyrostkiem *-ka*: *Janka była chora, ale jeszcze chodziła w pole.* (88)
- Józefa Pietraszewska**: (...) *nazwisko?* – *Pietraszewska Józefa.* (145)
- Krycha** – zgrubienie, skrócona podstawa imienia *Krystyna* z przyrostkiem *-cha*: *– Krycha, czy ty wiesz, co to znaczy?* (272)
- Krysia** – zdrobnienie, skrócona podstawa imienia *Krystyna* z przyrostkiem *-sia*: *Pamiętasz Krysiu tę lojferkę Małą?* (161)
- Muskelerka** ‘więźniarka o nazwisku Muskeler, kapo łaźni’: *Ruda, wymalowana (...) zaczęła pod muzykę śpiewać zapijaczonym głosem po niemiecku. (...) Muskelerka – szepnął ktoś obok. (...) to koleżanka oberki z wolności.* (93)
- Mengele**: *Kto to? (...) – Mengele, nie znasz tego kata z królikarni?* (209)
- Nata** – skrócona podstawa imienia *Natalia*: *Nata leżała na rewirze.* (88)
- Nula Tetmajer**: *dr Nula Tetmajer* (108), *Dr Nulę zadziwia ten zupełny brak wstydlivosti.* (110)
- Roma**: *Po chwili wywołano numer Romy.* (68)
- Strauss**: *Popłynęły dźwięki walca Straussa.* (93)
- Stefa** – skrócona podstawa imienia *Stefania*: *W oczach Stefy, która siedziała naprzeciw koi, było coś obłąkanego.* (64)
- Taube** ‘Adolf Taube, zbrodniarz nazistowski’: *Nadeszli: Taube, lagerkapo i aufzejerka.* (62) Człowiek ten był bardzo groźny. Mówiono o nim, używając jedynie jego nazwiska.

**Walunia:** czule o Walentynie, skrócona podstawa imienia *Walentyna* z przyrostkiem – *unia*: *Walunia powiedziała mi, że Zosia jest chora (...)* (110)

**Zosieńka:** czule o Zosi, skrócona podstawa imienia *Zofia* z przyrostkiem – *eńka*: *Wybrano Zosieńkę i wiele innych.* (69)

Zdrobnienia i spieszczania imion świadczą o bliskich relacjach łączących osadzone. Były one przyjaciółkami, z pewnością było im siebie nawzajem żal, podtrzymywały się na duchu. Zawsze, mówiąc do siebie czy o sobie, używały właśnie tych form imion. Wśród nazw pojawiają się także pełne imiona i nazwiska osób – więźniów, osób nadzorujących czy związanych z polityką.

We wszystkich nazwach osób duży udział mają zapożyczenia z języka niemieckiego utworzone w oparciu o podstawy obce z zastosowaniem polskich przyrostków, na przykład *-ka*. Tymi wyrazami nazywano osoby nadzorujące. Więźniów podległych najczęściej nazywano wyrazami rodzimymi, być może dlatego, aby ów więzień zrozumiał kierowane do niego wyzwisko. Nie było to jednak ścisłą regułą.

## 2. Określenia osób

W tej części artykułu podane zostaną przymiotnikowe, ekspresywne określenia osób. Określenia ekspresywne stanowią bowiem znaczną część wszystkich określeń przymiotnikowych. Wyrazy te w dużej mierze odnosiły się do więźniów podległych i wypowiedane były przez więźniów nadzorujących.

**głupi** ‘niemądry, nierozsądny’: *Ty głupia dupo* (17) (SDor: brak kwalif., SJP PWN: pot.)

**podły** ‘świadomie postępujący nieuczciwie, nikczemny’: (...) *będziecie klęść wszystkie dwie godziny, wy, świnię podłe!* (31) (SDor: pot., SJP PWN: brak kwalif.),

**przeklęty** ‘trudny do zniesienia, okropny’: (...) *przeklęta świnię* [z niem.] (17) (SDor: brak kwalif., SJP PWN: pot.)

**rozwydrzony** ‘zuchwały, nieposłuszny’: (...) *nazywa się Wagner – najłagodniej wyglądał, ale był najbardziej rozwydrzony.* (165) (SDor, SJP PWN: pot.)

**ufajdany** ‘zabrudzony, zwłaszcza kałem’: *Upokorzone, zaszczone kobiety (...) brnęły ufajdane we własnym kale*. (79) (SJP PWN: notuje *ufajdać, ufajdać się*: pot., SDor: nie notuje)

**tlusty** ‘gruby, otyły, tęgi’: *Baba Jaga, z kijem w łapie, tłusta, nalana, obca*. (16) (SDor: brak kwalif., SJP PWN: pot.)

**zasrany** ‘nic niewart, budzący niechęć’: (...) *Inteligencja zasrana – ryczała Józka dalej* (25), (...) *zaraz bym usłyszała o „zasranej inteligencji”* (31) (SJP PWN, SDor: wulg.).

Określenia osób mają na celu wyeksponowanie danej cechy opisywanego człowieka, np. związanej z jego wyglądem, charakterem lub postawą wobec osadzonych. Wyrazy te niosą też często ładunek emocjonalny i w tej grupie znajdują się także wulgaryzmy. W sytuacjach, gdy ekspresywne określenie kierowano bezpośrednio do odbiorcy, miało ono na celu potwierdzenie wyższej pozycji osoby nadzorującej, ponaglenie w wykonywanym zadaniu oraz ukazanie więźnia jako osoby o zdecydowanie niższym statusie społecznym.

### 3. Podsumowanie

Wśród zebranych oraz przeanalizowanych nazw i określeń ludzi występujących we wspomnieniach *Przeżyłam Oświęcim* K. Żywulskiej wyraźnie wyodrębnia się znacząca kategoria nazw, które wskazują na miejsce poszczególnych osób w strukturze życia obozowego. Dużą rolę odgrywają także nazwy i określenia ekspresywne oraz nazwy własne. Nazwy osób pełniących funkcje w obozie (więźniów nadzorujących) były najczęściej tworzone poprzez adaptację wyrazu zapożyczonego z języka niemieckiego i przyłączenie do niego polskiego przyrostka, np. *raportszrajberka, oberka*. Za pomocą tych wyrazów najczęściej zwracano się do więźniów pełniących wysokie funkcje. Imiona bohaterów – przyjaciółek autorki są bardzo często zdrabniane i spieszczane. Świadczy to o silnych więziach łączących te postaci. Ekspresywne określenia przymiotnikowe eksponowały cechę człowieka – wyglądu, charakteru itp. Używane były w dużej mierze przez więźniów nadzorujących w stosunku do podległych, których rangę umniejszały, na przykład *zasrany, głupi, podły*.

Wśród przedstawionych nazw i określeń osób dominują potoczny, ekspresywny oraz zapożyczenia. Bez wątpienia odmiana potoczna polszczyzny była najbliższa więźniom, a rzeczywistość obozowa nie sprzyjała tworzeniu wyszukanych sformułowań. Rzeczy i osoby nazywano „po imieniu”, często pod wpływem emocji bądź sugerując się czymś wyglądem, zachowaniem, sposobem bycia. Ekspresywnizmów o charakterze pogardliwym i wulgarnym najczęściej używali więźniowie nadzorujący w stosunku do podległych, chcąc ukazać swoją dominację i wyższość, na przykład *świnia*, *gnójowa*. Jeżeli bycie na wyższym szczeblu w hierarchii obozowej dawało możliwość zarządzania innymi, najczęściej wykorzystywano swoją władzę do maksimum.

Rzeczywistość obozowa rządziła się swoimi prawami, a osadzeni starali się nazywać otaczający świat z punktu widzenia własnej pozycji w hierarchii obozowej. Język obozów koncentracyjnych jest z jednej strony oficjalny, z drugiej – wulgarny i prosty, lecz z pewnością w każdym słowie wypowiedzianym przez więźnia Auschwitz kryły się najprawdziwsze emocje.

## Wykaz skrótów

SDor – *Słownik języka polskiego* pod red. Witolda Doroszewskiego, t. I–XI, PWN, Warszawa 1958–1969

SJP PWN – internetowy *Słownik języka polskiego*: [www.sjp.pwn.pl](http://www.sjp.pwn.pl) dostęp: 10.09.2019

## Bibliografia

- Bogusławska-Świebocka, Renata / Cegłowska, Teresa (1980): *KL Auschwitz. Fotografie dokumentalne*, red. Kazimierz Smoleń. Warszawa: Krajowa Agencja Wydawnicza.
- Drewnowski, Tadeusz (1972): *Ucieczka z kamiennego świata (o Tadeuszu Borowskim)*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

- Jarosz, Dariusz (1999): „Działalność Podstawowej Organizacji Partyjnej PZPR przy Zarządzie Głównym Związku Literatów Polskich w latach 1949–1953: w świetle akt własnych”. *Mazowieckie Studia Humanistyczne*, t. 5, nr 1. Str. 5–45.
- Krupa, Bartłomiej (2006): *Wspomnienia obozowe jako specyficzna odmiana pisarstwa historycznego*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”.
- Lachendro, Jacek (2016): „Ucieczki więźniów KL Auschwitz w czasie marszu śmierci. Pomoc mieszkańców Śląska dla uciekinierów”. [w:] Hojka, Piotr / Kulpa, Sławomir (red.): *Kierunek Loslau. Marsz ewakuacyjny więźniów oświęcimskich w styczniu 1945 roku*. Wodzisław Śląski: Muzeum Wodzisław Śląski. Str. 80–91.
- Malec, Maria (2001): *Imię w polskiej antroponimii i kulturze*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe DWN.
- Pacufa, Jarosław (2010): *Auschwitz – Słowa i milczenie. Studium leksykalno – semantyczne*. Bielsko – Biała: Wydawnictwo Akademii Techniczno – Humanistycznej w Bielsku Białej.
- SDor – *Słownik języka polskiego* (1958–1969) red. Witold Doroszewski, t. I–XI. Warszawa: PWN.
- Słownik literatury polskiej XX wieku* (1992) red. Alina Brodzka / Mirosława Puchalska / Małgorzata Semczuk. Wrocław: Ossolineum.
- Wesołowska, Danuta (2002): „Język łagrów a język łagrów. Badania; założenia badawcze”. *Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica I*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej. Str. 409–420.
- Żywulska, Krystyna (2011): *Przeżyłam Oświęcim*. Warszawa: Dom wydawniczy tCHu.
- Żywulski, Jacek / Żywulski, Tadeusz (2011): „Do czytelników”. [w:] Żywulska, Krystyna, *Przeżyłam Oświęcim*. Warszawa: Dom wydawniczy tCHu. Str. 357–364.

## Źródła internetowe

- http 1: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. KL Auschwitz-Birkenau*. URL: <http://auschwitz.org/historia/kl-auschwitz-birkenau/> [dostęp: 07.09.2019].
- http 2: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. KL Auschwitz-Birkenau*. URL: <http://auschwitz.org/historia/kl-auschwitz-birkenau/> [dostęp: 15.12.2018].



- http 3: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. Żydzi*. URL: <http://auschwitz.org/historia/rozne-grupy-wiezniow/zydzi/> [dostęp: 02.02.2019].
- http 4: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. Liczba ofiar*. URL: <http://auschwitz.org/historia/liczba-ofiar/> [dostęp: 03.05.2019].
- http 5: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. Szlakiem Marszów Śmierci*. URL: <http://auschwitz.org/historia/ewakuacja/szlakiem-marszow-smierci> [dostęp: 15.12.2018].
- http 6: *Auschwitz-Birkenau. Były niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady. Wyzwolenie*. URL: <http://auschwitz.org/historia/wyzwolenie/> [dostęp: 15.12.2018].
- Posmysz, Zofia: *Wakacje nad Adriatykiem*. URL: <https://books.google.pl/books?id=fLk9DwAAQBAJ&pg=PT224&lpg=PT224&dq=torwacha&source=bl&ots=HTT76HjuSd&sig=ACfu3U3P7Kbf7nXLCBTKSwIMrZsZGIZU-A&hl=pl&sa=X&ved=2ahUKewj-p-yk0aPhAhXMdJoKHctRC8YQ6AEwAHoECAgQAQ#v=onepage&q=torwacha&f=false> [dostęp: 23.04.2020].
- SJP PWN – Słownik języka polskiego: <https://sjp.pwn.pl/> [dostęp: 13.09.2019].



## **Zu semantischen Aspekten der Vulgarismen in deutschen und polnischen Liedtexten der Rap- und Rockmusik am Beispiel des Lexems *Scheiße* / *gówno***

### **On the semantic aspects of vulgarisms in German and Polish lyrics of rap and rock music, with the example of the lexeme *Scheiße* / *gówno***

Vulgarisms are frequently used in a wide range of shapes and forms in our everyday language; artists, singers amongst them, often use vulgarisms in their work too. We can observe that a diverse range of meanings of vulgarisms can be derived from the context of their use and that through their use in music, an even wider range of meanings can be taken up.

The starting point of this presentation is to give the definition of Vulgarity according to Grochowski. Several other terms, for example curses or swear-words, will also be clarified.

The goal of my presentation is to analyse how many different meanings of each individual vulgarism one can find in the lyrics of rap – and rock music. An extensive range of examples with the lexeme *Scheiße* / *gówno*, which are present in German, as well as Polish songs, will be presented. I seek to show how high the frequency of the chosen lexeme is in both musical categories. Following on from this, I will attempt to answer the question which semantic characteristics can be attributed to the afore – mentioned lexeme in the context of my research corpus and which functions can be performed using these vulgar units.

Schlüsselwörter: Vulgarismen, Semantik der Vulgarismen, Liedtexte, deutsche und polnische Rap- und Rockmusik, Lexem *Scheiße* / *gówno*

Keywords: vulgarisms, semantics of vulgarisms, song lyrics, German and Polish rap and rock music, lexeme *Scheiße* / *gówno*

## 1. Einleitung

Heutzutage kann man immer häufiger eine systematisch steigende Sättigung von Liedern mit Vulgarismen beobachten. Das betrifft v. a. bestimmte Musikgattungen, wie etwa Rap oder Rock. In diesem Zusammenhang erhebt sich die Frage, ob Künstler diese sprachlichen Mittel verwenden, um ihre Emotionen zu verbalisieren oder sie nur zur Ausdrucksverstärkung bestimmter Inhalte einzusetzen. Je nach Musikgattung kann man aber gewisse Unterschiede sowohl beim Gebrauch der Vulgarismen als auch in Bezug auf ihre Semantik bemerken.

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist, semantische und funktionale Aspekte beim Gebrauch des Lexems *Scheiße* / *gówno* in Liedtexten der Rap- und Rockmusik zu ergründen und zu diagnostizieren, ob die Semantik dieses Lexems in Liedtexten sich mit den Wörterbuchdefinitionen in der jeweiligen Sprache deckt oder ob durch dessen Einsatz in der Musik vielleicht neue, dem genannten Lexem von Künstlern zugeschriebene Bedeutungen entstehen. Das Untersuchungsmaterial ist ein Teil des Korpus meiner Magisterarbeit (vgl. Suchorab 2019). Ich konzentriere mich auf Beispiele mit dem Lexem *Scheiße* / *gówno*, die in deutschen und polnischen Liedtexten der Rap – und Rockmusik häufig gebraucht wurden.

## 2. Merkmale der Rap- und Rockmusik

Rap- und Rockmusik unterscheiden sich voneinander, und zwar sowohl auf musikalischer als auch auf inhaltlicher Ebene. Man kann auf einige relevante Merkmale beider Musikgattungen hinweisen, die in der folgenden Tabelle zusammengestellt werden.

Im Lichte der angegebenen Merkmale kann man darauf hinweisen, dass es in der Rockmusik eigentlich um die Expressivität geht, die mit Hilfe der Musik statt des Textes erreicht wird, und um die somatische Wirkung. Hier wird die körperliche Empfindung der Musik gemeint, die während der Konzerte zu beobachten ist, oder das Abreagieren der Emotionen durch die Beeinflussung der Musik/des Klangs bestimmter In-

| <b>Merkmale</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Rap</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Rock</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Allgemein</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– weder eine musikalische Gattung noch ein Genre noch Stil,</li> <li>– heterogen, viele unterschiedliche Richtungen der Rockmusik,</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Musikalische Eigenschaften</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mixtur aus Rhythm und Blues, Funk, Disc – Sound, Calypso, Salsa und Electronic Musik,</li> <li>– Wechselspiel zwischen Schlagzeug und beweglich springendem Baß,</li> <li>– Schnellsprechpraxis imitierenden, rhythmisch skandierten Sprechgesangs,</li> <li>– riffartige Bläserphrasen,</li> <li>– komplizierter und diverser Rhythmus,</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Anleihen aus dem Blues – und Rhythm &amp; Blues – Bereich,</li> <li>– Einbeziehung des ganzen Spektrums gutturaler Laute, Flexionen und Brechungen, Jauchzen, Schluchzen, Schreien, Kreischen,</li> <li>– ekstatisch expressiv,</li> <li>– gleichmäßige Pulsation, ein einfacher Rhythmus,</li> <li>– typische Instrumente: Schlagzeug und Gitarren, E – Pianos und elektronische Orgeln sowie Analogsynthesizer</li> </ul> |
| <b>Thematik / Inhalt</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ausdruck des Protestes gegen Phänomene und Normen des alltäglichen Lebens,</li> <li>– Bemerkungen im Bereich der Politik und des gesellschaftlichen Lebens,</li> <li>– Beobachtungen des menschlichen Verhaltens,</li> <li>– philosophische Betrachtungen,</li> <li>– vulgär, aggressiv,</li> <li>– Neologismen,</li> <li>– Metaphern,</li> <li>– Reime</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– manchmal kontemplativ, auf die Botschaft des Textes ausgerichtet,</li> <li>– Inhalt der Texte spielt häufig keine große Rolle. Es geht eher um somatische Wirkung den Klang und Rhythmus im Rahmen eines kollektiven Rauscherlebnisses.</li> </ul>                                                                                                                                                                          |

Tabelle 1. Zusammenstellung der Merkmale von Rap- und Rockmusik (Blume 1998: 69f., 351f.; Marchwica 2006: 235f., 242)

strumente. Es wird aber auch auf den Inhalt eingegangen, der sich eher auf Rockballaden bezieht. Dagegen wird die inhaltliche Ebene der Rapmusik ziemlich detailliert charakterisiert. Es werden v. a. die Vulgarität und Aggressivität dieser Musikgattung genannt. Darüber hinaus werden typische Sprachmittel bzw. rhetorische Mittel genannt, wie z. B. Neologismen, Metaphern oder Reime. Die musikalische Ebene ergänzt dabei den Inhalt und es werden solche Merkmale wie Schnellsprechpraxis, komplizierter und diverser Rhythmus und springender Bass hervorgehoben.

### 3. Terminologisches

Heutzutage werden die Termini *Fluch*, *Vulgarismus*, *przekleństwo* und *wulgaryzm* wechselweise verwendet. Sie werden zum Ausdruck sowohl negativer als auch positiver Emotionen gebraucht. Manchmal werden sie zur Verbalisierung von Aggression eingesetzt. Sie werden jedoch unterschiedlich definiert und bedeuten nicht das Gleiche, obwohl sich die Definitionen in manchen Punkten decken.

Im Duden (2015: 622) findet man folgende Definition des Begriffs *Fluch*:

1. im Zorn gesprochener Kraftausdruck: ein derber, [gottes] lästerlicher F.; [...]
2. böse Verwünschung; Wunsch, dass jmdm. ein Unheil widerfahren soll: der F. erfüllte sich nicht; [...]
3. Strafe, Unheil, Verderben, [das durch einen Fluch (2) bedingt ist]: ein fürchterlicher F. liegt auf den Haus.

Derselbe Begriff wird von Grochowski (1995: 12f.)<sup>1</sup> folgendermaßen erklärt:

<sup>1</sup> „Pojęcie przekleństwa jest pojęciem niejednoznacznym. Można wyróżnić co najmniej trzy jego sensy, oznaczając je za pomocą umownych etykietek: wartościujący, instrumentalny, wyrażeniowy. Sens wartościujący [...] Za pomocą tych jednostek komunikowana jest czyjaś negatywna ocena określonego działania danej osoby lub pewnego rodzaju działań potencjalnych. Sens instrumentalny przekleństwa jest motywowany utrwaloną w kulturze ludowej i religijnej wiarą w magiczną moc słów, w to, że poprzez wypowiedzianie określonych formuł słownych (kłątów, zaklęć)

Der Begriff Fluch ist kein eindeutiger Begriff. Man kann mindestens seine drei Sinne unterscheiden, die mit konventionellen Etiketten markiert werden können: bewertend, instrumental, expressiv. Bewertender Sinn [...] Mit diesen Einheiten wird jemandes negative Bewertung in Bezug auf bestimmte Handlung einer Person oder auf eine Art von potentiellen Handlungen kommuniziert. Der instrumentelle Sinn des Fluches wird durch den Glauben an die magische Kraft der Wörter motiviert, die in der Volkskultur und Religionskultur verfestigt wird. Es handelt sich darum, dass sich bestimmte Wünsche der Menschen dadurch erfüllen können, dass bestimmte mündliche Formeln (Bannflüche, Zauberformeln) geäußert werden, z. B.: ein Wunsch, dass jemandem etwas Schlechtes passiert. [...] Die beiden kurz und vereinfacht charakterisierten Sinne des Begriffs Fluch sind viel weniger verbreitet als der so genannte expressive Sinn, in dem die Einheit *jemand flucht* abgespiegelt wird. Diese Einheit bezieht sich auf ein spontanes verbales Verhalten einer Person, das auf der Äußerung bestimmter Sequenz von Geräuschen beruht [...] Damit kann diese Person ihren emotionellen Zustand ausdrücken, der vom bestimmten Verhältnis zu einem Ausschnitt der Wirklichkeit hervorgerufen wird und oft einige Emotionen ausdrückt.

Der zweite Terminus ist *Vulgarismus*. Im Duden online (URL<sup>21</sup>) kann man folgende Definition finden: „vulgäres Wort, vulgäre Wendung“.

Dieser Begriff wird auch von Grochowski (1995: 15) erklärt, der wie folgt schreibt<sup>2</sup>: „Vulgarismus [...] ist eine lexikalische Einheit, mit deren Hilfe der Sprechende seine Emotionen in Bezug auf etwas

---

mogą spełniać się wyrażone w nich życzenia ludzi, by komuś stało się coś złego. [...] Oba scharakteryzowane w skrócie i uproszczeniu sensory pojęcia przekleństwa są znacznie mniej rozpowszechnione od tzw. sensu wyrażeniowego, który odzwierciedla jednostka ktoś przeklina, użyta w odniesieniu do spontanicznego zachowania werbalnego jakiejś osoby, polegającego na wypowiedaniu określonych sekwencji dźwięków [...]. Za ich pomocą osoba ta może ujawnić swój stan emocjonalny wywołany określonym stosunkiem do pewnego fragmentu rzeczywistości i często wyraża jakieś emocje”. Übersetzung der polnischsprachigen Inhalte ins Deutsche hier und im ganzen Beitrag – Krystian Suchorab.

<sup>2</sup> „Wulgaryzm [...] to jednostka leksykalna, za pomocą której mówiący ujawnia swoje emocje względem czegoś lub kogoś, łamiąc przy tym tabu językowe.”

oder jemanden ausdrückt und dadurch ein sprachliches Tabu bricht.“ Er betont aber auch, dass „man laut der aufgenommenen [...] Definitionen *Fluch* und *Vulgarismus* feststellen kann, dass zwischen diesen Bereichen eine Relation des Kreuzens vorkommen kann: es gibt nicht – vulgäre Flüche und auch Vulgarismen, die zu Flüchen nicht gehören“<sup>3</sup> (Grochowski 1995: 17).

Im Lichte der angeführten Definitionen kann man anmerken, dass diese Begriffe sich in einigen Aspekten unterscheiden. In der deutschen Literatur werden aber weniger Unterschiede angemerkt.

In der folgenden Tabelle werden die wichtigsten Merkmale der obengenannten Termini zusammengestellt:

| <b>Fluch</b>                                                        | <b>Vulgarismus</b> | <b>przekleństwo</b> | <b>wulgaryzm</b> |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| Ausdruck der Emotionen / Auslösung der Emotionen, v. a. Zorn, Ärger |                    |                     |                  |
| +                                                                   | +                  | +                   | +                |
| Herabsetzung / beleidigender Charakter                              |                    |                     |                  |
| –                                                                   | +                  | +                   | +                |
| Bewertung: Abwertung                                                |                    |                     |                  |
| –                                                                   | –                  | +                   | –                |
| böser Wunsch                                                        |                    |                     |                  |
| +                                                                   | –                  | +                   | –                |
| vulgär / ordinär                                                    |                    |                     |                  |
| + / –                                                               | +                  | + / –               | +                |

Tabelle 2. Relevante Merkmale der Termini *Fluch*, *Vulgarismus*, *przekleństwo*, *wulgaryzm*

Anhand der Tabelle kann man darauf hinweisen, dass *przekleństwo* alle Merkmale aufweist, die für die genannten Termini ausgesondert wurden. Das Merkmal, das allen Termini eigen ist, ist Ausdruck bzw. Auslösung der Emotionen. In einigen Fällen kann man auch auf *Vul-*

<sup>3</sup> „zgodnie z przyjętymi [...] definicjami przekleństwo i wulgaryzm trzeba stwierdzić, iż między ich zakresami zachodzi relacja krzyżowana: istnieją przekleństwa niewulgarne, a także wulgaryzmy nie należące do zbioru przekleństw.“



garität hinweisen, da dieses Merkmal abhängig von Definitionen auch in der Bedeutung aller Termini berücksichtigt wird.

#### **4. *Scheiße* in der Kultur**

Das Lexem *Scheiße* gehört zu der sogenannten Fäkalsprache, die selten Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen ist. Analysen im Bereich der Fäkalsprache werden in der Forschungsliteratur nämlich stiefmütterlich behandelt (vgl. dazu u. a. Gondek / Szczek 2018: 67). Müller (1988: 67, zit. nach Gondek / Szczek 2018: 67) gibt Folgendes an, „die Ausdrücke des obszönen Wortschatzes werden mündlich sehr viel öfter verwendet als schriftlich.“

Es ist relevant darauf aufmerksam zu machen, dass *Scheiße* ein Element der Kultur ist. Laut Werner (2011: 7) wird auf Folgendes hingewiesen:

Die menschliche Kultur gründet auf der Scheiße. Nicht nur weil unsere Städte, als Inbegriff der neuzeitlichen Zivilisation, sich über gigantischen Abwassersystemen erheben. Nicht nur, weil unser Stoffwechsel, mithin das Leben selbst, ohne die Ausscheidung von Exkrementen gar nicht möglich wäre. Sondern weil wir erst durch die Abgrenzung von der Scheiße wissen, was Kultur überhaupt ist.

*Scheiße* an sich beeinflusst auch uns und „unser Verständnis von Kultur, Gesellschaft, Gesundheit, Anstand, Humor und Identität“ (Werner 2011: 8). Der Autor (Werner 2011: 11) betont auch, dass „[...] die Scheiße derzeit eine erstaunliche Renaissance [erlebt – K. S.].“ Sie ist in der alltäglichen Kultur präsent und kommt in verschiedenen Kunstwerken vor. Einige „Kinofilme [...] grabbeln lustvoll und, wenn man für solche Formen des Fäkalhumors empfänglich ist, durchaus auch lustig in der Scheiße. In der Pornographie erfreuen sich Spielarten der Fäkal- und Analerotik zunehmender Popularität“ (Werner 2011: 11). Dazu kann man laut Werner (2011: 11) auch Literaturwerke oder Porträtbüsten erwähnen.

Nichtdestotrotz wird aber der Gebrauch der Fäkalsprache vermieden. Gondek und Szczek (2018: 66) bemerken, dass „nicht nur in der Spra-

che, sondern auch im Alltag man es vermeidet, Defäkation als solche direkt beim Namen zu nennen. Sie wird in einen Zusammenhang mit Schamgefühl und Peinlichkeit gesetzt, was jedoch als Produkt neuerer Zeiten angesehen wird [...]“.

Darüber hinaus lässt sich bemerken, dass Fäkalien unser Leben seit eh und je begleiten. Diese Tatsache schließt aber nicht aus, dass die Menschen sich von Exkrementen nicht abgrenzen wollten. Werner (2011: 8f.) schreibt dazu folgendermaßen:

[...] wir dürfen vermuten, dass die Scheiße schon seit Jahrtausenden eine sonderbare Materie darstellte, etwas, das man bemüht war, von den Stätten anderer elementarer Verrichtung wie Essen, Schlafen oder Beten fernzuhalten. Bereits das Alte Testament gibt genaue Anweisungen, wie das Kriegslager von fäkalischen Verschmutzungen reinzuhalten sei [...] man möge sich zu Zwecken der Entleerung so weit wie möglich von seinen Mitmenschen entfernen: entweder in das innerste Gemach der Behausung oder, im Freien, wenigstens so weit, dass andere Menschen die Darmgeräusche nicht hören können.

Werner (2011: 10) geht auch darauf ein, dass „das lateinische Wort <Ausscheidung>, *excrementum*, dieselbe Wurzel hat wie das Wort für <Geheimnis>, *secretum*. Scheiße ist eine verborgene, eine mysteriöse Substanz“.

Das steht in enger Verbindung mit Tabuisierung. Laut Werner (2011: 9) wurde das Scham – und Peinlichkeitsgefühl gesteigert, „[...] als die Menschen in immer engeren und komplexeren Sozialsystemen zusammenzuleben begannen (SIC!) und dadurch der Zwang zur Selbstkontrolle wuchs“. Das hatte mit der stärkeren Tabuisierung zu tun. Dieses Schamgefühl begleitet uns bis heute, deswegen kann man dem Lexem *Scheiße* das Merkmal [+vulgär] zuschreiben. Das Merkmal [+vulgär] kann auch ein Grund dafür sein, dass die Fäkalsprache von Rapkünstlern sehr gern gebraucht wird und dank der Eigenschaften bzw. Wahrnehmung der Vulgarität die Aufmerksamkeit des Publikums anzieht.

## 5. Analyse des Materials

Das Untersuchungsmaterial besteht aus Vulgarismen, die 200 deutschen und polnischen Liedtexten der Rap- und Rockmusik aus dem Zeitraum 1983–2017 entnommen wurden. Aufgrund des umfangreichen Materials konzentriere ich mich nur auf das Lexem *Scheiße* / *gówno* und dessen Synonyme, wie *Kacke*, *Mist* im Deutschen, *gnój*, *gówno* im Polnischen und *shit* im Englischen.

### 5.1. Analyse des Materials – Deutsche und polnische Rapsongs

In den folgenden Tabellen werden deutsche und polnische Beispiele dargestellt, die den gewählten Rapliedern entnommen wurden. Die Tabelle enthält Wörterbuchdefinitionen der analysierten Lexeme, denen Fragmente der Liedtexte zugeordnet werden. In den besprochenen Passagen kann man Lexeme finden, die das semantische Feld *Defäkation* thematisieren und von Rapkünstlern in ihren Werken gebraucht werden.

#### 5.1.1. Beispiele aus deutschen Rapsongs

Im Folgenden wird die Analyse deutscher Zeilen mit dem analysierten Lexem dargestellt:

| Deutsch                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kacke                                                                                                  |
| 1. Kacke – ‚Kot‘ (URL1) <sup>1</sup>                                                                   |
| – <i>Vogelkacke klebt am Balkon</i> (S8)                                                               |
| – <i>Stehst geschockt morgens auf mit Kackestreifen im Arsch</i> <sup>2</sup> (S1)                     |
| 2. Kacke – ‚schlechte, minderwertige Sache; unangenehme, Unwillen hervorrufoende Angelegenheit‘ (URL1) |
| – <i>Die ganze Scheiß – Knastkacke mit dem Verrat und so! Keine Ahnung, die woll’n jetzt</i> (Si8)     |
| 3. kacken – ‚Kot ausscheiden, seine große Notdurft verrichten‘ (URL2)                                  |
| – <i>Kackst du Schmarotzer tief in deine Karottenjeans</i> (S23)                                       |

|                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4. verkacken – ‚etwas schlecht machen; versagen‘ (URL3)                                                                                            |
| – <i>Ich hab' die Schule verkackt und zwar so schlecht wie keiner</i> (Si4)                                                                        |
| 5. auf etw. kacken – ‚auf etwas verzichten; etwas ablehnen/missachten‘ <sup>3</sup> (URL4)                                                         |
| – <i>Barzahlungen kack auf Visa – Kartengerät</i> (S6)                                                                                             |
| 6. abkacken – ‚[plötzlich] völlig versagen‘ (URL5)                                                                                                 |
| – <i>Ab nach Marokko, Dritte Welt, Afrika, kackt ab mit Younes, Lahbib und Soufian</i> (N4)                                                        |
| 7. kack – – ‚drückt in Bildungen mit Adjektiven eine Verstärkung aus; sehr‘ <sup>4</sup>                                                           |
| – <i>Deine Kackfresse tut mich schon länger stressen</i> (Si13)                                                                                    |
| <b>Scheiße</b>                                                                                                                                     |
| 1. Scheiße – ‚(derb) Kot‘ (URL6)                                                                                                                   |
| – <i>Drehen „Perfektes Dinner 8“ und fressen Tauben hier mit Scheiße</i> (S17)                                                                     |
| 2. Scheiße – ‚(derb abwertend) etwas sehr Schlechtes, Unerfreuliches, Ärgerliches‘ (URL6)                                                          |
| – <i>Scheiße. Bei mir muss alles noch schiefer laufen</i> (S20)                                                                                    |
| – <i>Du redest ganze Zeit nur Scheiße, Babe, du nervst (du nervst)</i> (N10)                                                                       |
| 3. scheiße (Adjektiv) – ‚ausgesprochen schlecht, unerfreulich, ärgerlich‘ (URL6)                                                                   |
| – <i>A wie ach du scheiße, Sido macht 'n Album</i> (Si1)                                                                                           |
| – <i>Im Unterricht, denn ich fand lern'n scheiße</i> (N8)                                                                                          |
| 4. Scheiß – ‚etwas, womit jemand nicht einverstanden ist, was jemand ablehnt oder für belanglos hält‘ (URL7)                                       |
| – <i>Nimo droppte schon ewig mehr keinen neuen Scheiß</i> (N3)                                                                                     |
| – <i>Ich wollte cool sein, Alter, ohne Scheiß, hat fast geklappt</i> (S17)                                                                         |
| 5. Scheiß- – ‚drückt in Bildungen mit Substantiven aus, dass jemand oder etwas als schlecht, miserabel, verabscheuenswürdig angesehen wird‘ (URL7) |
| – <i>Die ganze Scheiß – Knastkacke mit dem Verrat und so! Keine Ahnung, die woll'n jetzt</i> (Si8)                                                 |
| – <i>Endlich ist wieder 'ne scheiß Woche vorbei</i> (Si6)                                                                                          |
| – <i>Seit ich klein bin weiß ich es, zeig mein scheiß Talent, Deutschland peilt es jetzt</i> (N9)                                                  |
| 6. scheiß- – ‚drückt in Bildungen mit Adjektiven eine Verstärkung aus; sehr‘ (URL8)                                                                |
| – <i>Scheiß egal, bin auf Turkey, also bau mal Tulpe</i> (S24)                                                                                     |

|                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. scheißen – ‚eine Person oder Sache geringschätzen, nicht haben wollen, darauf ohne Weiteres verzichten können‘ (URL9)     |
| – <i>Auf dich scheißen alle, wie in Dixie – Toiletten, ah</i> (S3)                                                           |
| – <i>Wer ist der König, ich schieß auf den Thron</i> (S5)                                                                    |
| – <i>Scheiß auf eloquente Aussprachen</i> (S5)                                                                               |
| – <i>S – S – I – O scheißt auf die Hook</i> (S16)                                                                            |
| – <i>Scheiß auf Vitamine und extra viel Kalzium</i> (S17)                                                                    |
| – <i>Drauf geschissen, ob ein Messer am Start ist *Wichser*</i> (Si13)                                                       |
| 8. beschissen – ‚sehr schlecht; sehr unerfreulich‘ (URL10)                                                                   |
| – <i>Ich rauch mein Gras, das Leben ist beschissen</i> (Si3)                                                                 |
| <b>Shit</b>                                                                                                                  |
| 1. shit – ‚Haschisch‘ (URL11)                                                                                                |
| – <i>„I wanna fuck<sup>5</sup>, drink beer, and smoke some shit!“</i> (Si6)                                                  |
| 2. shit – ‚Slang. possessions, equipment, mementos, etc.; stuff‘ (URL12)                                                     |
| – <i>Ich wusste genau, ihr werdet komm’n, sobald ihr peilt, der Junge ist keine Kopie, sondern was Neues (new shit)</i> (N3) |

<sup>1</sup> Abkürzungen in Klammern beziehen sich auf Quellen und Wörterbücher, die am Ende des Beitrags angegeben werden.

<sup>2</sup> Mit diesem Lexem beschäftige ich mich in einer anderen Gruppe, vgl. Suchorab, Krystian (2019): *Vulgarismen in der Musik. Strukturelle, semantische und funktionale Aspekte am Beispiel der deutschen und polnischen Rap- und Rocksongs*. Wrocław [unveröff. Magisterarbeit].

<sup>3</sup> In diesem Falle eine Variante von *auf etw. scheißen.*, vgl. URL4.

<sup>4</sup> In Wörterbüchern geht man darauf nicht ein, dass das Bestimmungswort *kack-* eine Verstärkungsfunktion haben kann.

<sup>5</sup> Mit diesem Lexem beschäftige ich mich in einer anderen Gruppe.

Tabelle 3. Beispiele aus deutschen Rapsongs

Im Lichte der Analyse lässt sich feststellen, dass in deutschen Rapsongs viele Derivate von *Kacke* gebraucht werden: *kacken*, *verkacken*, *abkacken*. Das Lexem *Scheiße* wird oft als Steigerungspräfix verwendet, z. B.: *scheißegal* oder *Scheißknastkacke*. Dazu greifen Rapkünstler auch zu dem englischen Synonym *shit*. Das kann als Verstärkung verstanden werden.

### 5.1.2. Beispiele aus polnischen Rapsongs

Die folgende Tabelle stellt Wörterbuchdefinitionen und Analyse der in polnischen Texten gebrauchten Lexeme dar:

| Polnisch                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>gnój</b>                                                                                                                                             |
| 1. gnój – ‚o mężczyźnie‘ (URL13)                                                                                                                        |
| – <i>Gnoje chcą haj za chłam, mam już dość ich</i> (P6)                                                                                                 |
| – <i>Teraz takim cisnę, powiedz mi to w oczy Ty gnoju</i> (Pe17)                                                                                        |
| 2. gnój – ‚mały dzieciak‘ (URL13)                                                                                                                       |
| – <i>Nie będą gnoje mi mówiły jak mam grać i żyć</i> (P15)                                                                                              |
| – <i>Młody gnój mi się nawinął, musiał dostać nóż pod żebro</i> (Pe10)                                                                                  |
| 3. gnój – ‚błoto, brud‘ (URL13)                                                                                                                         |
| – <i>Robię gnój podczas kiedy inni dbają o piękno</i> (Pe15)                                                                                            |
| – <i>Białe cały stół, na stole mały gnój</i> (Pe17)                                                                                                     |
| 4. gnoić – ‚niszczyć kogoś psychicznie lub fizycznie‘ (URL13)                                                                                           |
| – <i>To dla ciebie zmorą, to rap skurwiele, co ciebie gnoją</i> (P2)                                                                                    |
| <b>gówno</b>                                                                                                                                            |
| 1. gówno [B l.p.] _ [czasownik dopuszczający użycie B] – ‚nic nie; zupełnie nic nie, (G: S. 74)                                                         |
| – <i>Więc gówno Ci pomoże udawanie szczerej!</i> (P11)                                                                                                  |
| – <i>Bardzo przykre, że gówno robią a to ktoś łyknie</i> (Pe1)                                                                                          |
| 2. gówno prawda [ndm, jednostka stanowiąca reakcję na cudzą wypowiedź]                                                                                  |
| – ‚wbrew przypuszczeniom adresata to nieprawda‘ (G: S. 75)                                                                                              |
| – <i>Gówno prawda kłamać nie muszę by czerpać radość z życia</i> (Pe8)                                                                                  |
| – <i>Mają ogień w sobie, gówno prawda tylko chwytą za kłamki</i> (Pe14)                                                                                 |
| 3. ktoś wdepnął w gówno – ‚ktoś nabawił się kłopotów; ktoś znalazł się w trudnej sytuacji‘ (G: S. 75)                                                   |
| – <i>We łbie, chcesz ? przewiń sobie w jakie gówno wdepłem</i> (Pe2)                                                                                    |
| 4. gówno – ‚o czymś, co uważa się za rzecz złą; o czymś, co nie nadaje się do użytku‘ (G: S. 74)                                                        |
| – <i>Bo ich gówno nas nie buja i nie przekona nas za nic</i> (P5)                                                                                       |
| – <i>Robię sztos, dobre gówno, co się trzyma kupy</i> (P7)                                                                                              |
| 5. gówniany – ‚taki, o którym mówiąc myśli się jako o czymś złym; taki, który mówiącemu się nie podoba; o czymś nie nadającym się do użytku‘ (G: S. 73) |

|                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------|
| – <i>Naźarci ruszam w psyche z dwójki w ten gówniany świat</i> (P16)                   |
| 6. gówniarz – ‚smarkacz; o kimś, kogo nie można traktować w sposób poważny‘ (G: S. 73) |
| – <i>Wyszedł z domu, gówniarz znowu pewnie wróci po trzech dniach</i> (Pe13)           |
| <b>Shit</b>                                                                            |
| 1. shit – ‚Slang. possessions, equipment, mementos, etc.; stuff‘ (URL12)               |
| – <i>We bust shit back in no time</i> (P6)                                             |

Tabelle 4. Beispiele aus polnischen Rapsongs

Anhand der Analyse der polnischen Beispiele kann man bemerken, dass das Lexem *gnój* abhängig vom Kontext verschiedene Bedeutungen trägt und sich entweder auf Männer, Kinder oder auf Schmutz beziehen kann. In polnischen Rapsongs kann man auch das englische Pendant *shit* finden. Sein Gebrauch kann dieselbe Funktion haben, wie in deutschen Texten, nämlich eine Verstärkungsfunktion.

## 5.2. Analyse des Materials – Deutsche und polnische Rocksongs

Im Folgenden wird auf Textzeilen eingegangen, die sich in deutschen und polnischen Rocksongs finden lassen und die Komponente *Scheiße* oder Synonyme enthalten.

### 5.2.1. Beispiele aus deutschen Rocksongs

Im Folgenden werden deutsche Wörterbuchdefinitionen der analysierten Lexeme präsentiert und Passagen aus deutschen Rocksongs dargestellt:

| <b>Deutsch</b>                                                                                                                                     |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Kacke</b>                                                                                                                                       |  |
| 1. Kacke – ‚Kot‘ (URL1)                                                                                                                            |  |
| – <i>wird die gequirlte Kacke, die Du von Dir lässt, nicht wahr!</i> (W17)                                                                         |  |
| 2. verkacken – ‚etwas schlecht machen; versagen‘ (URL3)                                                                                            |  |
| – <i>Ah, scheiße<sup>1</sup> ich hab's verkackt</i> (Pan2)                                                                                         |  |
| <b>Mist</b>                                                                                                                                        |  |
| 1. Mist – ‚(umgangssprachlich abwertend) als wertlos, unnütz, lästig ange-sehene Gegenstände, Sachen‘ (URL14)                                      |  |
| – <i>Herkunft ist gar keine Leistung, darauf stolz zu sein ist Mist</i> (W21)                                                                      |  |
| 2. Miststück – ‚jemand, der als gemein, betrügerisch, verachtenswert ange-sehen wird‘ (URL15)                                                      |  |
| – <i>Du Miststück</i> (Pm)                                                                                                                         |  |
| <b>Scheiße</b>                                                                                                                                     |  |
| 1. Scheiße – ‚etwas Schlechtes, Wertloses, Unsinniges; Schwierigkeiten‘ (URL16)                                                                    |  |
| – <i>Das goldene Stück Scheiße geht an euch</i> , (W5)                                                                                             |  |
| – <i>nichts als Scheiße weit und breit</i> (W3)                                                                                                    |  |
| 2. Scheiße – ‚(derb abwertend) etwas sehr Schlechtes, Unerfreuliches, Ärgerliches‘ (URL6)                                                          |  |
| – <i>Wir sagen: Weg mit brauner Scheiße – weg mit brauner Scheiße</i> (W21)                                                                        |  |
| – <i>Es ist die globale Scheisse</i> , (W14)                                                                                                       |  |
| – <i>Scheiße kommt und Scheiße geht</i> (W3)                                                                                                       |  |
| 3. scheiße (Adjektiv) – ‚ausgesprochen schlecht, unerfreulich, ärgerlich‘ (URL17)                                                                  |  |
| – <i>Alles ist scheiße</i> , (Sy1)                                                                                                                 |  |
| – <i>Ich find' dich scheiße</i> (TTT1)                                                                                                             |  |
| – <i>Ich hoffe sehr es geht dir – richtig scheiße</i> (Pm)                                                                                         |  |
| 4. Scheiß – ‚etwas, womit jemand nicht einverstanden ist, was jemand ablehnt oder für belanglos hält‘ (URL7)                                       |  |
| – <i>Doch tut mir leid, für den Scheiß hab ich keine Zeit</i> (NT2)                                                                                |  |
| 5. Scheiß- – ‚drückt in Bildungen mit Substantiven aus, dass jemand oder etwas als schlecht, miserabel, verabscheuenswürdig angesehen wird‘ (URL7) |  |
| – <i>Scheißsolo!</i> (W5)                                                                                                                          |  |
| – <i>und all die Scheißgesichter seh</i> , (W7)                                                                                                    |  |
| – <i>Ohohoh – die Welt ist voller Scheissefresser</i> (W19)                                                                                        |  |



|                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. schieß – ,drückt in Bildungen mit Adjektiven eine Verstärkung aus; sehr‘ (URL8)                                                        |
| – <i>Und ich könnte schießekotzen</i> (W22) <sup>2</sup>                                                                                  |
| – <i>So ein schießverdammter Dreck</i> (W22)                                                                                              |
| – <i>Du bist mir schießegal</i> (Pm)                                                                                                      |
| 7. scheißen – ,eine Person oder Sache gering schätzen, nicht haben wollen, darauf ohne Weiteres verzichten können‘ (URL9)                 |
| – <i>Langsam schieß ich drauf</i> (NT2)                                                                                                   |
| – <i>tut euch den Gefallen und scheißt auf die Andern!</i> (Pan1)                                                                         |
| 8. Scheiße – ,Ausdruck der Verärgerung‘                                                                                                   |
| – <i>Ah, scheiße, ich hab’s verkackt</i> <sup>3</sup> (Pan2)                                                                              |
| 9. Scheißer – ,(derb abwertend) unangenehmer Mensch, widerlicher Kerl (oft als Schimpfwort)‘ (URL18)                                      |
| – <i>Diese jungen Scheißer</i> (W22)                                                                                                      |
| 10. Scheiße – ,Synonym für nichts‘                                                                                                        |
| – <i>Unpoliddisch – denn ich hab Scheiße im Schädel</i> (W25)                                                                             |
| 11. Scheißdreck – ,(derb emotional verstärkend) Dreck‘ (URL19)                                                                            |
| – <i>meine Vergangenheit ist ein Scheißdreck wert</i> (Pan4)                                                                              |
| 12. scheißen – ,den Darm entleeren‘ (URL9)                                                                                                |
| – <i>dann schieß’ ich ihnen ins Gesicht</i> , (W7)                                                                                        |
| 13. ins Gehirn geschissen haben – ,jemand ist nicht recht bei Verstand / sehr dumm / verrückt; jemand tut etwas Unverständliches‘ (URL20) |
| – <i>Unpoliddisch – uns hat man ins Gehirn geschissen</i> (W25)                                                                           |
| 14. Scheiß vor schmusen haben – ,volle Hose haben / Angst haben‘                                                                          |
| – <i>Weil du Schiß vor schmusen hast bist du ein Faschist</i> (Ä)                                                                         |

<sup>1</sup> Mit diesem Lexem beschäftige ich mich in einer anderen Gruppe.

<sup>2</sup> In diesem Beispiel auch in Bildung mit Verben.

<sup>3</sup> Mit diesem Lexem beschäftige ich mich in einer anderen Gruppe.

Tabelle 5: Beispiele aus deutschen Rocksongs

In deutschen Rocksongs lässt sich auch eine Präfigierung finden, nämlich: *verkacken*. Darüber hinaus kann man darauf hinweisen, dass *Scheiße*- bzw. *Schieß*- als Präfixverstärkung gilt, z. B.: *Scheißdreck*, *schießkotzen* und *schießegal*. Rockkünstler gebrauchen das Lexem

*Scheiße* sehr oft mit unterschiedlichen Bedeutungen, z. B.: als Ausruf des Ärgers oder als Bezeichnung für etwas Schlechtes oder Wertloses.

### 5.2.2. Beispiele aus polnischen Rocksongs

In der folgenden Tabelle werden polnische Beispiele aus den analysierten Rocksongs und die Wörterbuchdefinitionen der untersuchten Lexeme präsentiert:

| Polnisch                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>gówno</b>                                                                           |
| 1. gówno – ‚kał‘ (G: S. 74)                                                            |
| – <i>Ludzie patrzcie, z dachu gówno leci!</i> (Sed5)                                   |
| – <i>Gówno w Ciebie trafi jak nas wielu</i> (Sed5)                                     |
| 2. gówniarz – ‚smarkacz; o kimś, kogo nie można traktować w sposób poważny‘ (G: S. 73) |
| – <i>W szkole jako gówniarz skroilem dwa zety</i> (TA3)                                |

Tabelle 6. Beispiele aus polnischen Rocksongs

Anhand der kleinen Anzahl an Beispielen aus polnischen Rocksongs kann man feststellen, dass der Wortschatz aus dem Bereich *Defäkation* nicht oft in Texten polnischer Rockmusik vorkommt. Es werden auch keine Synonyme verwendet. Man gebraucht nur das Lexem *gówno*. Der vulgäre Wortschatz, der sich in polnischen Rocksongs finden lässt, thematisiert vor allem den Bereich der *Prostitution* und *Sexuallebens* (z. B.: *kurwa*, *pierdolić*, *chuj*).

## 6. Schlussfolgerungen

Anhand der Analyse kann man bemerken, dass die Lexeme *Scheiße*, *Mist*, *Kacke* viel häufiger in deutschen Liedern vorkommen, als *gówno*, *gnój* in polnischen. Dabei ist ersichtlich, dass die meisten deutschen

Vulgarismen dem thematischen Gebiet *Defäkation* entstammen. Das steht im Gegensatz zu den polnischen, die das Gebiet *Sexualität* thematisieren.

In beiden Sprachen kann man Anglizismen finden, z. B. *shit*. Die Anzahl der Bedeutungen des Lexems *shit* ist aber in der deutschen Sprache größer (*Shit* – ‚Haschisch‘; *Shit* – ‚Slang. possessions, equipment, mementos, etc.; stuff‘). Im Polnischen kommt nur die folgende Bedeutung vor: *Shit* – ‚Slang. possessions, equipment, mementos, etc.; stuff‘.

Die Beispiele zeigen auch, dass für das Lexem *Scheiße* / *gówno* sehr oft Synonyme oder andere Lexeme verwendet werden, die dem semantischen Feld *Defäkation* entstammen, z. B.: *Kacke*, *Mist*, *shit*, *gnój*.

In der folgenden Tabelle wird der quantitative Aspekt der analysierten Lexeme dargestellt:

| Vulgarismus<br>(in allen<br>Formen) | RAP |     | ROCK |    |
|-------------------------------------|-----|-----|------|----|
|                                     | DE  | PL  | DE   | PL |
| <i>Kacke</i>                        | 11  | 0   | 3    | 0  |
| <i>Mist</i>                         | 0   | 0   | 2    | 0  |
| <i>Scheiße</i>                      | 91  | 0   | 177  | 0  |
| <i>Shit</i>                         | 3   | 1   | 0    | 0  |
| <i>gnój</i>                         | 0   | 11  | 0    | 0  |
| <i>gówno</i>                        | 0   | 120 | 0    | 6  |
| <b>Insgesamt</b>                    | 105 | 132 | 182  | 6  |

Tabelle 7. Anzahl der Vulgarismen – Vergleich deutscher und polnischer Liedtexte einzelner Musikgattungen

Aufgrund der in der Tabelle angeführten Daten ist zu bemerken, dass man in der deutschen Rockmusik mehr Beispiele mit der Komponente *Scheiße* finden kann als in der deutschen Rapmusik, obwohl Rap vulgärer als Rock in Bezug auf Inhalt sein sollte. Durch die Analyse

erschließt sich auch, dass relativ wenig Synonyme des Lexems *Scheiße* gebraucht werden. In der deutschen Rapmusik kommen nur zwei deutsche Lexeme, die den Bereich *Defäkation* thematisieren, nämlich *Scheiße* und *Kacke*, vor. In einigen Beispielen wird aber auch das englische *shit* verwendet. Das Gleiche kann man in polnischen Raptexten beobachten. Es werden zwei polnische Lexeme verwendet, und zwar: *gówno* und *gnój*. Polnische Rapkünstler greifen manchmal auch nach dem englischen Lexem *shit*. Im Falle der Rockmusik lassen sich keine Ähnlichkeiten beobachten, denn in den analysierten deutschen Texten werden drei Lexeme aus dem Bereich *Defäkation* gebraucht, das sind: *Scheiße*, *Kacke* und *Mist*. In polnischen Rocksongs kommt nur das Lexem *gówno* vor.

In deutschen Rapsongs kann man acht verschiedene Bedeutungen des Lexems *Scheiße* unterscheiden, die im Vergleich zu anderen Lexemen die größte Vielfalt an Bedeutungen anbieten. Darüber hinaus wird das Lexem *Kacke* mit sieben unterschiedlichen Bedeutungen gebraucht, was darauf hinweist, dass die Defäkation eines der beliebtesten Gebiete ist, die im deutschen Rap thematisiert werden.

Das Lexem *Scheiße* kommt sehr oft als emotive Formel vor, z. B.: *Yeah, oh, oh **Scheiße!** Sido! (Si5), **Scheiße** man, **Scheiße!** Wie ging denn die **Scheiße** man! (Si5). *Scheiße* bekommt in deutschen Rapsongs keine neuen semantischen Merkmale.*

In deutschen Rocksongs gibt es 14 unterschiedliche Bedeutungen des Lexems *Scheiße*. Das ist die größte Anzahl unterschiedlicher Bedeutungen eines Lexems im Vergleich zu allen Vulgarismen, die in deutscher Rockmusik gebraucht werden. Dennoch ist das Gebiet der Defäkation in der deutschen Rockmusik auch sehr beliebt. In deutschen Texten der Musikgattung Rock kann man auch Fluchformeln mit dem Lexem *Scheiße* finden: *Verdammte **Scheiße!** (W20)*. Es gibt auch drei Bedeutungen des Lexems *Scheiße*, die in keinem Wörterbuch stehen: ‚Ausdruck der Verärgerung‘ (*Mit seiner Göre neben dran und die war – **scheiße** (W22)*), ‚Synonym für nichts‘ (*Unpoliddisch – denn ich hab **Scheiße** im Schädel (W25)*) und *Scheiß vor schmusen haben* – ‚volle Hose haben / Angst haben‘ (*Weil du **Scheiß** vor schmusen hast bist du ein Faschist (Ä)*).

Die Vielfalt der Bedeutungen des Lexems *gówno* in polnischen Rap-songs beträgt auf der einen Seite sechs unterschiedliche Bedeutungen, wobei gerne aus dem semantischen Feld *Defäkation* geschöpft wird. Darüber hinaus ist zu beachten, dass *gówno* keine neuen Bedeutungen gewinnt. Auf der anderen Seite beläuft sich die Anzahl diverser Bedeutungen des Lexems *gówno* in polnischen Rocksongs auf zwei. Hierbei kann man keine neuen Bedeutungen, die in einem Wörterbuch stehen würden, finden.

Das Gebiet *Defäkation* wird in der polnischen Musik der Gattung Rock relativ gesehen seltener als im Deutschen thematisiert.

## Literatur

- Blume, Friedrich (1998): *Die Musik in Geschichte und Gegenwart*. Kassel / Basel / London / New York/Prag/Stuttgart/Weimar: Bärenreiter Verlag.
- Duden (2015): *Deutsches Universalwörterbuch*. Berlin: Dudenverlag.
- Gondek, Anna / Szczek, Joanna (2018): "Zum semantischen Feld >Defäkation< im Deutschen und im Polnischen". [In:] Breuer, Ingo/Lacko, Vidulić, Svjetlan (Hrsg.): *Schöne Scheiße. Zagreber Germanistische Beiträge* 27. S. 63–78.
- (G): Grochowski, Maciej (1995): *Słownik polskich przekleństw i wulgaryzmów*. Warszawa: PWN.
- Marchwica, Wojciech (Hrsg.) (2006): *Słownik muzyki*. Kraków: Zielona Sowa.
- Müller, Johannes (1988): *Schwert und Scheide. Der sexuelle und skatologische Wortschatz im Nürnberger Fastnachtspiel des 15. Jahrhunderts*. Bern: Peter Lang.
- Suchorab, Krystian (2019): *Vulgarismen in der Musik. Strukturelle, semantische und funktionale Aspekte am Beispiel der deutschen und polnischen Rap- und Rocksongs*. Wrocław: [unveröff. Magisterarbeit].
- Werner, Florian (2011): *Dunkle Materie. Die Geschichte der Scheiße*. München: Nagel & Kimche im Carl Hanser Verlag.

## Quellen

| Deutsch                                | Polnisch                            |
|----------------------------------------|-------------------------------------|
| (Ä) Die Ärzte – Schrei nach Liebe      | (Ka2) Kazik – Mars napada           |
| (N3) Nimo – Rettung naht               | (NK1) Nocny kochanek – Piątunio     |
| (N4) Nimo – Let’s Go Amina             | (P2) Patokalipsa – Kłasyka Gatunku  |
| (N8) Nimo – Nutte hier bin ich         | (P3) Patokalipsa – Wódka jointy     |
| (N9) Nimo – Hätte niemals gedacht      | karabiny                            |
| (N10) Nimo – Wie Falco                 | (P5) Patokalipsa – Hipokalipsa      |
| (NT2) Nevada Tan – So Wie Du           | (P6) Patokalipsa – Kosa w serce     |
| (S1) SSIO – Nullkommaneun              | (P7) Patokalipsa – Świat jest pełen |
| (S3) SSIO – Mit Herz                   | niedojebów                          |
| (S5) SSIO – Pibissstrahlen auf 808     | (P11) Karramba – Pocałuj mnie       |
| Bässe                                  | w dupę                              |
| (S6) SSIO – Hör dir nicht dieses       | (P15) Patokalipsa – Ewenement       |
| Lied an                                | (P16) Patokalipsa – Henryk ‘75      |
| (S8) SSIO – Kein Bock                  | (Pe1) Penx – Dissaster              |
| (S16) SSIO – 53119                     | (Pe2) Penx – Matnia                 |
| (S17) SSIO – Das Wasser ist nass       | (Pe8) Penx – Flagi                  |
| (S20) SSIO – Bonn17                    | (Pe10) Penx – Odwet                 |
| (S23) SSIO – Nuttööö                   | (Pe13) Penx – Krzyż na drogę        |
| (S24) SSIO – Suchtfaktor               | (Pe14) Penx – Strange Man           |
| (Si1) Sido – Aus’m Weg                 | (Pe15) Penx – Bragger 2             |
| (Si4) Sido – Mama ist stolz            | (Pe17) Penx – Zapomniałem           |
| (Si6) Sido – Endlich Wochenende        | (Sed5) Sedes – Zesrał Się Gołąbek   |
| (Si8) Sido – Knast                     | (Sed11) Sedes – Moja dzielnica      |
| (Si13) Sido – Die Sekte                | (TA3) The Analogs – Oi młodzież     |
| (Pan1) Panik – Jeder                   |                                     |
| (Pan2) Panik – An alle Leute           |                                     |
| (Pan4) Panik – Lass mich Fallen        |                                     |
| (Pm) Peilomat – Fick Dich              |                                     |
| (Sy1) Systemfehler – Alles ist Scheis- |                                     |
| se                                     |                                     |
| (TTT1) Tic Tac Toe – Ich find Dich     |                                     |
| Scheiße                                |                                     |
| (W3) WIZO – Hey Thomas                 |                                     |
| (W5) WIZO – Das goldene Stück          |                                     |
| (W7) WIZO – Nana                       |                                     |
| (W14) WIZO – Bierboot                  |                                     |

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| (W17) WIZO – Wahrheit              |  |
| (W19) WIZO – Scheisseffresser      |  |
| (W21) WIZO – Ganz klar gegen Nazis |  |
| (W22) WIZO – Scheissekotzen        |  |
| (W25) WIZO – Unpoliddisch          |  |

## Onlinequellen

- (URL1): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kacke>, Zugriff am 08.10.2018.
- (URL2): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/kacken>, Zugriff am 08.10.2018.
- (URL3): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/verkacken>, Zugriff am 08.10.2018.
- (URL4): Onlinewörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache, [https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=~~auf%20etwas%20scheissen&suchspalte%5B%5D=rart\\_ou](https://www.redensarten-index.de/suche.php?suchbegriff=~~auf%20etwas%20scheissen&suchspalte%5B%5D=rart_ou), Zugriff am 08.10.2018.
- (URL5): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/abkacken>, Zugriff am 08.10.2018.
- (URL6): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Scheisze>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL7): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Scheisz>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL8): Duden das Onlinewörterbuch, [https://www.duden.de/rechtschreibung/scheisz\\_](https://www.duden.de/rechtschreibung/scheisz_), Zugriff am 10.10.2018.
- (URL9): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/scheiszen>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL10): Duden das Onlinewörterbuch, [https://www.duden.de/rechtschreibung/beschissen\\_schlecht\\_unerfreulich](https://www.duden.de/rechtschreibung/beschissen_schlecht_unerfreulich), Zugriff am 10.10.2018.
- (URL11): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Shit>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL12): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.dictionary.com/browse/shit>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL13): SJP PWN das Onlinewörterbuch der polnischen Sprache, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/gnój.html>, Zugriff am 23.10.2018.

- (URL14): Duden das Onlinewörterbuch, [https://www.duden.de/rechtschreibung/Mist\\_Dung\\_Duenger\\_Dreck\\_Sache](https://www.duden.de/rechtschreibung/Mist_Dung_Duenger_Dreck_Sache), Zugriff am 16.11.2018.
- (URL15): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Miststueck>, Zugriff am 16.11.2018.
- (URL16): Wiktionary / Wikiwörterbuch das Onlinewörterbuch, <https://de.wiktionary.org/wiki/Scheiße>, Zugriff am 09.12.2018.
- (URL17): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/scheisze>, Zugriff am 10.10.2018.
- (URL18): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Scheiszer>, Zugriff am 16.11.2018.
- (URL19): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Scheiszdreck>, Zugriff am 16.11.2018.
- (URL20): Onlinewörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache, [https://www.redensartenindex.de/suche.php?suchbegriff=~~jemandem%20ins%20Gehirn%20geschissen%20haben&suchspalte%5B%5D=rart\\_ou](https://www.redensartenindex.de/suche.php?suchbegriff=~~jemandem%20ins%20Gehirn%20geschissen%20haben&suchspalte%5B%5D=rart_ou), Zugriff am 26.11.2018.
- (URL21): Duden das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Vulgarismus>, Zugriff am 17.04.201



**Perswazja w dyskursie politycznym na przykładzie  
wywiadów radiowych wybranych liderów komitetów  
wyborczych w kampanii do Sejmu i Senatu w 2015 roku**

**Persuasion in political discourse on the example of  
radio interviews of selected leaders of the electoral  
committees the campaign for the SEJM and the  
SENAT in 2015**

The aim of the article is to discuss the persuasion in political discourse on selected instances. The author attempts to present the most important issues of persuasion, political discourse, the language of politics. The article discusses the radio interviews of political leaders, who competed in the campaign to the Polish parliament in 2015. The analysed statements include those by: Barbara Nowacka, the leader of ZJEDNOCZONA LEWICA, Ewa Kopacz, the leader of PLATFORMA OBYWATELSKA, Ryszard Petru, the leader of NOWOCZESNA and Beata Szydło, the candidate for Prime Minister of PRAWO I SPRAWIEDLIWOSC. The author focuses on specific issues that were discussed in the election campaign, for example the economy, social policy, foreign policy, relations between the state and the Catholic Church or equality and women's rights. The quoted statements represent the basic principles of the particular parties – their objectives and programmes. The politicians' statements are tested in two ways: verbal and grammatical.

Słowa kluczowe: perswazja, dyskurs polityczny, język polityki.

Key words: persuasion, political discourse, language of politics.

## 1. Wstęp

Pojęcie perswazji można rozpatrywać na wielu płaszczyznach, uwzględniając różne podejścia teoretyczne. Jest wiele definicji, które ewoluowały na przestrzeni lat. Termin wywodzi się z języka łacińskiego, rzeczownik *persuasio* oznacza: „przekonanie, wiarę, uspokojenie, opinię, przesąd, łagodność”. Etymologicznie natomiast perswazja wywodzi się z greckiego czasownika *peitho* (łac. *persuadere*), co znaczy: „namówić, nakłonić, starać się przekonać, radzić, zachęcać, ustąpić, oczarować, zwabiać, zjednywać” (Korolko 1998: 32).

O dominacji funkcji perswazyjnej w dyskursie politycznym piszą obecnie zarówno przedstawiciele nauk humanistycznych, jak i społecznych. Często powołują się na definicję Stanisława Barańczaka, zgodnie z którą perswazja to: „szczególna odmiana funkcji konatywnej (impresywnej), polegająca na usiłowaniu uzyskania realnego wpływu na sposób myślenia lub postępowania odbiorcy, jednakże nie drogą bezpośredniego rozkazu, lecz metodą utajoną i pośrednią” (za: Habrajska 2005: 91).

Perswazja obok informacji jest więc immanentną cechą dyskursu politycznego, który mimo różnego definiowania, jest najczęściej widziany jako proces wpisujący się w podlegającą ciągłym zmianom rzeczywistość społeczno-polityczną. W językoznawstwie wyróżnia się trzy podstawowe poziomy analizy dyskursu: ideacyjny (co?), interakcyjny (po co?) i językowy (jak?). Perswazja występuje na każdym z tych poziomów i można ją w określony sposób identyfikować. Dobór tematu, jego miejsce w tekście, czas jemu poświęcony, podlegają także perswazji na poziomie, którego podstawowym celem jest obrazowanie świata, czyli przekaz informacji o rzeczywistości realnej lub powstającej w wyobrażeniu mówiącego. Jest to ujęcie ideologiczne rzeczywistości. Każdy z programów partyjnych wysuwa na pierwszy plan określone tematy na przykład: pracę, wolność, ojczyznę, prawa kobiet itp. Na drugim planie natomiast wyraźnie widać, że każdy z liderów partyjnych chce doprowadzić swoje ugrupowanie do zwycięstwa w wyborach. W związku z tym wykorzystuje, we właściwy dla siebie sposób, językowe środki perswazji (Fras 2005: 101).

W badaniach nad językiem stosowanym w polityce dominują trzy terminy: język, dyskurs i styl. Ewolucję zmian terminologicznych szczegółowo opisała Irena Kamińska – Szmał w artykule *Język polityki czy styl//dyskurs polityczny*. Odwołując się do prac S. Dubisza z lat 80. XX wieku, autorka wymienia następujące określenia: „język polityczny, język polityki, język w polityce, język propagandy politycznej, język tekstów politycznych, język ideologiczny państwa, nowomowa, dyskurs polityczny”. Najczęściej stosuje się jednak pojęcie język polityki, pozostałe określenia doprecyzowują, o jaki wariant tego języka chodzi (Kamińska-Szmał 2011: 67).

W najnowszych badaniach językoznawcy wyróżniają natomiast termin *dyskurs polityczny* jako określenie wskazujące oprócz samego obiektu badawczego, również wybór metody badania oraz narzędzia do analizy z perspektywy komunikologicznej czy tekstologicznej. Zajmuje on miejsce pośrednie między językiem ogólnopolskim i jego odmianami a stylem funkcjonalnym, określając pewien zespół środków językowych, występujących w tekstach o tematyce politycznej. Jest pojęciem szerszym niż styl polityczny, który z kolei stosuje się, aby określić charakterystyczne dla wypowiedzi polityków cechy, zwroty czy wyrażenia.

W artykule zostanie przedstawiona perswazja w dyskursie politycznym na przykładzie wywiadów radiowych wybranych liderów komitetów wyborczych, które zostały przeprowadzone w czasie kampanii do Sejmu i Senatu w 2015 roku. Analizie poddano wypowiedzi Barbary Nowackiej ze Zjednoczonej Lewicy, Ewy Kopacz z Platformy Obywatelskiej, Ryszarda Petru z Nowoczesnej oraz Beaty Szydło, kandydatki na premiera z Prawa i Sprawiedliwości<sup>1</sup>. Badany materiał stanowi sześć wywiadów, które przeprowadzone zostały w trzech rozgłośniach radiowych: Programie I Polskiego Radia, Radiu Zet oraz Radiu RMF FM<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> W pracy zastosowane zostały następujące skróty: BN – Barbara Nowacka, EK – Ewa Kopacz, RP – Ryszard Petru, BSz – Beata Szydło.

<sup>2</sup> W pracy zastosowane zostały następujące skróty:  
RZ 31.08.15 – Gość Radia Zet. [w:] Radio Zet: <http://www.radiozet.pl/Radio/Programy/Gosc-Radia-ZET/Artykuly/Beata-Szydlo-u-Moniki-Olejnik-00010259> [dostęp: 11.09.2016],

## 2. Analiza

Wywiady charakteryzują się określoną strukturą, narzuconą przez dziennikarza, od którego zależy, jakie tematy będą poruszone w wypowiedzi, a jakie pominięte. Często są to tematy kontrowersyjne, wzbudzające emocje społeczne.

Wywiad radiowy ma dwa typy odbiorców – aktywnych, czyli dziennikarza i zaproszonego gościa, w tym wypadku polityka oraz biernych – słuchaczy, do których skierowany jest przekaz. Celem dziennikarza jest uzyskanie odpowiedzi na zadane pytania, a polityka – zaprezentowanie i przekonanie odbiorców do swoich poglądów, planów, strategii, co realizowane jest za pomocą różnych aktów mowy, środków stylistycznych, leksykalnych bądź pragmatyczno-gramatycznych. W artykule skupiono się głównie na analizie leksyki oraz środków pragmatyczno-gramatycznych, które zostały wykorzystane w wypowiedziach polityków.

Na poziomie pragmatyczno-gramatycznym w analizowanych wywiadach do najczęściej używanych językowych wykładników perswazji należało stosowanie pierwszej osoby liczby pojedynczej. W ten sposób politycy chcieli przekonać do swojego zdania oraz podkreślić, iż mówią we własnym imieniu. Zabieg ten dodawał także wypowiedzi bardziej osobisty charakter. Stosowali najczęściej asertywy o złożonej strukturze, których celem jest wpłynięcie na odbiorcę poprzez wskazanie swojej

---

RMF 24.09.15 – Kontrwywiad RMF FM. [w:] RMF FM: <http://www.rmf24.pl/fakty/news-beata-szydlo-polski-rzad-popelnil-blad-przegralismy-slabi-za,nId,1891839> [dostęp: 11.09.2016],

RZ 9.10.15 – Gość Radia Zet. [w:] Radio Zet: <http://www.radiozet.pl/Radio/Programy/Gosc-Radia-ZET/Artykuly/Barbara-Nowacka-u-Moniki-Olejnik-00012461> [dostęp: 11.09.2016],

RZ 18.10.15 – Siódmy Dzień Tygodnia. [w:] Radio Zet: <http://www.radiozet.pl/Radio/Programy/7-Dzien-Tygodnia/Artykuly/Ewa-Kopacz-u-Moniki-Olejnik-00012941> [dostęp: 11.09.2016],

RZ 19.10.15 – Gość Radia Zet. [w:] Radio Zet: <http://www.radiozet.pl/Radio/Programy/Gosc-Radia-ZET/Artykuly/Ryszard-Petru-u-Moniki-Olejnik-00012958> [dostęp: 11.09.2016],

PR 21.10.15 – Sygnały Dnia. [w:] Program I Polskiego Radia: <http://www.polskie-radio.pl/7/129/Artykul/1533948> [dostęp: 11.09.2016].

nadrzędnej pozycji w relacji komunikacyjnej. Wynikało to na przykład z zajmowanego stanowiska (premiera, posła, przewodniczącego partii). Ponadto użycie pierwszej osoby liczby pojedynczej wzmacniało przekaz wypowiedzi, zwracając uwagę na konkretne zagadnienia, które były poruszane przez polityków.

JA

BN: „Ja jestem przeciwna obrażaniu siebie, atakom personalnym, to nie ma sensu, rozmawiajmy merytorycznie” (RZ 9.10.15).

BN: „Ja się nie wybieram na ministra obrony” (RZ 9.10.15).

EK: „Ja się wsłuchuję w głosy obywateli” (RZ 18.10.15).

EK: „Miesiące, które ja spędziłam, jako Prezes Rady Ministrów” (RZ 18.10.15).

EK: „Ja przyznaję, że podczas rozpoczynania mojej trudnej pracy” (RZ 18.10.15).

BSz: „Ja myślę, że dzisiaj jest dużo ważniejszych spraw” (RZ 31.08.15).

RP: „Ja uważam, że PiS nie ma dobrego programu dla Polski” (RZ 19.10.15).

RP: „Ja rozumiem, tylko pytanie skąd na to pieniądze” (RZ 19.10.15).

Z drugiej strony, politycy używali także pierwszej osoby liczby mnogiej. Zabieg ten ma charakter więziotwórczy, inkluzyjny, powoduje skrócenie dystansu między politykami a wyborcami. Może także budować wspólnotę ze swoim środowiskiem politycznym, zachęcać do podjęcia określonych działań. Poprzez taki zabieg językowy polityk chce również utożsamiać się z wyborcami. Pokazuje, że jest taki sam jak oni, dzieli z nimi wspólne problemy.

MY

BN: „My jako lewica będziemy drażyć temat” (RZ 9.10.15).

EK: „My mówimy i robimy” (RZ 18.10.15).

BSz: „My proponujemy, żeby powrócić do poprzedniego wieku emerytalnego, czyli sześćdziesiąt i sześćdziesiąt pięć lat” (RZ 31.08.15).

BSz: „My jesteśmy drużyną” (RZ 31.08.15).

W wypowiedziach publicznych ważne jest zastosowanie kwantyfikatorów. Dzięki nim nadawca zwraca uwagę odbiorcy, konkretyzuje temat, podkreśla wartość kwestii, na które chce zwrócić szczególną uwagę. Kwantyfikatory często stosowane są też w celu pokazania, że omawiany problem dotyczy całej wspólnoty, a nie pojedynczych osób.

#### WSZYSCY

BN: „W tej kampanii idziemy w złą stronę, wszyscy niepotrzebnie zupełnie się atakują” (RZ 9.10.15).

EK: „Wszyscy zdajemy sobie sprawę z tego tematu” (RZ 18.10.15).

BSz: „To nie jest tak, że wszyscy mówili jednym głosem” (RZ 31.08.15).

RP: „Nie wiem, jaka Platforma będzie po wyborach, ale wszyscy spodziewamy się, że pani premier nie będzie już szefową Platformy” (RZ 19.10.15).

RP: „Nie jestem w stanie wszystkich pozywać za to samo” (RZ 19.10.15).

#### KAŻDY

BN: „Każda osoba z wyrokiem powinna ponieść konsekwencję swoich czynów” (RZ 9.10.15).

EK: „Każdy z nas będzie musiał zaakceptować wynik tego sondażu” (RZ 18.10.15).

EK: „W tym ma uczestniczyć każdy z nas, każdy Polak” (RZ 18.10.15).

EK: „Każdy Polak ma prawo decydować o tym, czy jego dziecko będzie chodziło na religię czy nie” (RZ 18.10.15).

Zabieg językowy, jakim jest zastosowanie czasowników modalnych, ma na celu formułowanie wskazówek dotyczących życia i postępowania odbiorców. W wywiadach politycy często stosują je, aby zachęcić do przyjęcia odpowiedniego stanowiska wobec konkretnego problemu, przekonać do swoich racji. W ten sposób próbują również kształtować rzeczywistość, określając, które problemy wymagają natychmiastowych rozwiązań oraz co należy zrobić w konkretnej sprawie.

### MUSIEĆ

BN: „Musi to być powiązane z kodeksem pracy, umowy, które są umowami o pracę muszą być przestrzegane, umowy, które są umowami zlecenie, a de facto umowami o pracę, muszą być zawarte jako umowy o pracę” (RZ 9.10.15).

BN: „My musimy się oczywiście, jako społeczeństwo przygotować na to i tutaj wielka rola, również władz” (RZ 9.10.15).

EK: „Jeżeli Beata Szydło chce być premierem, musi najpierw wygrać wybory” (RZ 18.10.15).

### NIE MUSIEĆ

EK: „Ludzie to pamiętają, my dzisiaj nie musimy przypominać pukania o piątą rano do drzwi” (RZ 18.10.15).

### NIE POWINIEN

EK: „Politycy nie powinni wpływać na funkcjonowanie prokuratury czy sądu” (RZ 18.10.15).

Przywoływanie w wypowiedziach publicznych kwestii i wątków osobistych jest bardzo częste w polityce. Zwroty mówiące o małżonku, dzieciach, zwierzętach czy innych prywatnych kwestiach ocieplają wizerunek polityka, skracają dystans między nim a wyborcą, uwiarygadniają przekaz. Zabieg ten był stosowany w badanych wywiadach. W analizowanej kampanii charakterystyczne było również odwoływanie się do płci żeńskiej, co spowodowane było tym, że na czele wielu komitetów wyborczych stały właśnie kobiety. W ten sposób liderzy partyjni podkreślali, jak ważna jest rola oraz uczestnictwo kobiet w polityce.

### RODZINA, OSOBISTE DOŚWIADCZENIE

EK: „Mnie mało co denerwuje, wbrew obiegowej opinii” (RZ 18.10.15).

EK: „Sama jestem lekarzem. Mam chorą mamę, która chodzi do lekarza, mam również znajomych, którzy korzystają ze służby zdrowia” (RZ 18.10.15).

EK: „Moja córka, to nie jest dziecko, które wezmę za rękę i powiem, jak ma żyć, co ma mówić” (RZ 18.10.15).

RP: „Ja też wziąłem kredyt we frankach” (RZ 18.10.15).

## KOBIETA

BN: „Patrzę na historię ruchów kobiecych jednak z takiej większej perspektywy czasowej, bo w ruchu kobiecym jestem właściwie od zawsze” (RZ 9.10.15).

EK: „Kobiety bardzo mi imponują, kobiet powinno być więcej w polityce” (RZ 18.10.15).

EK: „Zadaję pytanie kobietom tych partii – jak zareagujecie?” (RZ 18.10.15).

RP: „Nie chodzi o to, że nie chodzi o kwestie płci, tylko chodzi o osobowości, ani pani Ewa Kopacz, ani pani Beata Szydło nie są skłonne podejmować trudnych decyzji” (RZ 18.10.15).

RP: „Ja mam 17% kobiet na jedynkach list wyborczych” (RZ 19.10.15).

W warstwie leksykalnej w analizowanych materiałach politycy często odwoływali się do Ojczyzny – Polski i powoływali się na obywateli – Polki i Polaków. Dzięki takiemu zabiegowi nadawali wypowiedzi uroczysty oraz podniosły charakter, wzmacniali siłę oddziaływania na odbiorcę, podkreślali swój patriotyzm. Odwoływanie się do kwestii narodowych jest częstym zabiegiem stosowanym w dyskursie politycznym.

## POLACY:

BN: „Polki i Polacy też oczekują wyższych standardów, również intelektualnych” (RZ 9.10.15).

EK: „Reprezentuję Polaków, tak traktuję swoją misję” (RZ 18.10.15).

BSz: „O tym zdecydują Polacy. Wtedy to będzie decyzja Polaków” (RMF 24.09.15).

## POLSKA

BN: „Eksperci uważają, że powinniśmy inwestować w polską naukę, w polski przemysł, w polskie innowacje” (RZ 9.10.15).

BSz: „W tej chwili chciałabym, żeby polski premier, który rządzi w tej chwili w Polsce, stoi na czele polskiego rządu, stanął przed Polakami i powiedział na co się pani Ewa Kopacz zgodziła” (RMF 24.09.15).

RP: „Jaka ma być Polska? Jak Polskę zmieniać? Co w Polsce zrobić, żeby było lepiej? Jak uprościć polski system podatkowy?” (PR 21.10.15).



Politycy stosowali także leksykę wartościującą, najczęściej na określenie zmian, które miały nastąpić po wyborach, ale także jako ocenę konkurentów politycznych. Były to przede wszystkim przymiotniki i rzeczowniki, ich odmiany (np. stopniowanie), a także zestawienia na zasadzie przeciwstawnych wartości.

**DOBRY – ZŁY**

EK: „Jeśli ludzie chcą zmiany, to zmiany na lepsze, nie zmiany na gorsze” (RZ 18.10.15).

BSz: „To będzie bardzo dobry rząd, który będzie realizował bardzo dobry program” (RMF 24.09.15).

**MOCNY – SILNY**

BSz: „Po prostu Polska pojechała na ten szczyt nieprzygotowana. Nie postawiła własnych propozycji. Słabi zawsze przegrywają i niestety w tej chwili przegraliśmy” (RMF 24.09.15).

**ZYSKAĆ – STRACIĆ**

RP: „Osiem lat temu głosowałem na Platformę i uważam, że to był głos stracony” (PR 21.10.15).

Opozycję w stosunku do leksyki podniosłej stanowi język potoczny. W wywiadach znajdziemy wiele tego typu wypowiedzi, łącznie z użyciem kolokwializmów. Możemy mówić o celowości stosowania języka potocznego, gdyż nadaje on wypowiedzi swobodniejszy charakter i może zwiększyć skuteczność przekazu do określonych grup społecznych. Posługiwanie się językiem potocznym powoduje jednak pojawianie się typowych dla tej odmiany błędów, jakimi są pleonazmy.

**JĘZYK POTOCZNY**

BN: „To, że być może dzisiaj idą w sondażach najlepiej, być może będą rządzili, to wydaje mi się, że to pewna arogancja” (RZ 9.10.15).

BN: „To nie wynika z naszych jakiś widzimisię” (RZ 9.10.15).

BN: „Przecież dochodzimy do jakiejś paranoi niesamowitej” (RZ 9.10.15).

EK: „Wszystko się zmienia, jak w kalejdoskopie, jednego dnia mówimy tak, drugiego tak” (RZ 18.10.15).

EK: „Oni wszyscy mają ustawy, dopóki nie widzimy tych ustaw przed nosem” (RZ 18.10.15).

EK: „Platforma Obywatelska to nie worek, nie można tego tak nazywać” (RZ 18.10.15).

RP: „Nie no moment, chcę powiedzieć, że czymś innym jest budowana próba porozumienia” (RZ 19.10.15).

RP: „No, nie będę zaskoczony” (RZ 19.10.15).

RP: „Pieniądze PO i PiSu idą wyłącznie na to, żeby sobie przywalać w spotach” (RZ 19.10.15).

#### TYLKO I WYŁĄCZNIE

BN: „Jeśli aptekarz chce sprzedawać tylko i wyłącznie leki na receptę, też ma prawo sobie to w swojej, prywatnej firmie powiesić” (RZ 9.10.15).

EK: „Uzdrowieniem tej sytuacji będzie tylko i wyłącznie publiczna służba zdrowia” (RZ 18.10.15).

BSz: „Mam nadzieję, że pani premier leży na sercu przede wszystkim dobro Polski i wszystkich obywateli, a nie tylko i wyłącznie kampania wyborcza PO” (RZ 9.10.15).

### 3. Wnioski

Dyskurs polityczny to obecnie jeden z najbardziej rozwiniętych obszarów badań lingwistycznych. Odgrywa znaczącą rolę w kształtowaniu rzeczywistości społeczno-politycznej. Wpływa na dyskurs publiczny i medialny. Może być także wykorzystywany jako instrument władzy albo narzędzie manipulacji. W dyskursie politycznym istotna jest również rola mediów jako środka masowego przekazu, w którym znajdziemy wszystkie praktyki komunikacyjne. Im większy udział mediów w debatach publicznych, tym mamy do czynienia z lepszym modelem demokracji dyskursywnej, który stanowi źródło wiedzy dla społeczeństwa.

W wybranych wypowiedziach przedstawiciele komitetów wyborczych poruszyli wiele tematów zarówno dotyczących sytuacji w kraju, jak i na świecie. Stosowane przez polityków środki językowe miały wzmocnić przekaz, przekonać do swoich poglądów i w ostateczności

zachęcić do zagłosowania na dane ugrupowanie. Nie zawsze jednak były one użyte we właściwym kontekście, a częste sięganie do języka potocznego negatywnie wpłynęło na poziom debaty publicznej. Językowe środki perswazji w omówionych wywiadach są typowe dla większości wypowiedzi, które charakteryzują dyskurs polskiej polityki. Różnice uwidaczniają się na poziomie ideologicznym, o czym świadczy dobór podejmowanych tematów oraz powoływanie się na określone wartości.

## **Bibliografia**

- Bralczyk, Jerzy (2004): *Język na sprzedaż*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Fras, Janina (2005): *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Kampka, Agnieszka (2009): *Perswazja w języku polityki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Karwat, Mirosław (2007): *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kita, Małgorzata (1998): *Wywiad prasowy*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Korolko, Mirosław (1998): *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Habrajaska, Grażyna (2005): „Nakłanianie, perswazja, manipulacja językowa”. *Acta Universitas Lodziensis. Folia Litteraria* nr 7. Str. 91–126.
- Kamińska – Szmaj, Irena (2011): „Język polityki czy styl //dyskurs polityczny”. [w:] Pajewska, Ewa (red.): *Dyskursy trzeciego tysiąclecia*. Szczecin: Volumina. Str. 67–74.



## **Legaldefinitionen in Gesetzestexten. Formen und inhaltliche Präzision**

### **Legaldefinitions in the legal texts. Forms and content precision**

Legal definitions are definitions that are formulated by the legislator and can be found in the legal texts. Both definitions and other properties of the legal language make them more understandable. We can also state that the legal language is schematic. The present paper presents the technical language of law and names its characteristics. It introduces the concept of legal definition and its properties, as well as the five types of legal definitions which occur most frequently in legal texts. The problems of legal translation and their principles are briefly discussed. Six examples from the German translation of the Polish Civil Code were used to analyze the regulations.

Schlüsselwörter: Rechtssprache, Legaldefinition, Übersetzung, Zivilgesetzbuch

Keywords: the language of law, legal definition, translation, civil code

## **Einleitung**

Legaldefinitionen sind Definitionen, die vom Gesetzgeber formuliert werden und sich in Gesetzestexten befinden. Sowohl diese Definitionen als auch andere Eigenschaften der Rechtssprache machen sie verständlicher. Außerdem kann man feststellen, dass die Rechtssprache schematisch ist.

Der vorliegende Beitrag stellt die Fachsprache des Rechts vor und nennt ihre Merkmale. Er präsentiert den Begriff der Legaldefinition und ihre Eigenschaften sowie die fünf Arten von in Gesetzestexten vorkommenden Legaldefinitionen. Es werden auch eine kurze Problematik der Rechtsübersetzung und deren Prinzipien besprochen. Bei der Analyse der Vorschriften wurden sechs Beispiele aus der deutschen Übersetzung des polnischen Zivilgesetzbuches benutzt.

## **1. Fachtext – Definition und Merkmale**

Fachtext wird von Hoffmann definiert als

Instrument und Resultat der im Zusammenhang mit einer spezialisierten gesellschaftlich – produktiven Tätigkeit ausgeübten sprachlich – kommunikativen Tätigkeit; er besteht aus einer endlichen, geordneten Menge logisch, semantisch und syntaktisch kohärenter Sätze oder satzwertiger Einheiten, die als komplexe sprachliche Zeichen komplexen Präpositionen im Bewusstsein des Menschen und komplexen Sachverhalten in der objektiven Realität entsprechen. (Hoffmann 1985: 75)

Wenn es um einen Fachtext geht, erfüllt er die Kriterien der Textualität, zu denen Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität, Situationalität und Intertextualität (de Baugrande / Dressler 1981: 3ff.) gehören. Diese Kriterien sind wichtig, damit der Text kommunikativ wird. Zum einen charakterisiert man Kohäsion als den formalen Zusammenhang der semiotischen und sprachlichen Einheiten eines Textes. Zum anderen ist Kohärenz der funktionale Zusammenhang der semiotischen und sprachlichen Einheiten in Texten. Das dritte Kriterium, die Intentionalität, legt den Fokus auf einen bestimmten Zweck im Bereich der Kommunikation innerhalb einer bestimmten Tätigkeit. Akzeptabilität gilt für die Einstellung der Textrezipienten. Das bedeutet, dass sie einen Fachtext akzeptieren, wenn dessen Ausdrucksweise erfolgreiche Rezeption erlaubt. Das nächste Kriterium heißt Informativität und bezieht sich auf den Informationsgehalt. Im Fall der Situationalität

geht es um die situativen Bedingungen sowohl schriftlicher als auch mündlicher Fachkommunikation. Die wichtigste Rolle spielt hier sozialer Status oder soziokulturelle Normen. Als letztes Kriterium wird Intertextualität präsentiert. Die Intertextualität bedeutet, dass für Texte konkrete Textmuster und -eigenschaften charakteristisch sind.

## **2. Rechtssprache als Fachsprache**

Fachsprache tritt als Oberbegriff in der Sprachwissenschaft auf und hat Untertypen. Laut Pommer wird die Rechtssprache als die Sprache des Gesetzgebers, jene der Rechtsprechung, Verwaltungssprache, die Wirtschaftssprache sowie die Sprache der rechtswissenschaftlichen Forschung und Lehre charakterisiert (Pommer 2006: 20). Diese Sprache funktioniert als eine Variante der Allgemeinsprache und wird von Juristen benutzt. Bei der Rechtssprache ist wichtig, dass sie zwei semantische Ebenen hat. Die erste Ebene ist mit Fachausdrücken und Begriffen verbunden. Diese Elemente werden von Experten verwendet und sind für Laien problematisch (meistens die Wortform). Zu der zweiten Ebene gehört die Gesetzessprache mit fachlichen Ausdrücken und mit einer Bedeutung, die von der gemeinsprachlichen abweicht.

Die Rechtssprache hat auch mehrere typische Merkmale: An erster Stelle steht der abstrakte Charakter dieser Sprache. Das funktioniert im Text durch Begriffe und der Neigung zu Substantiven. Die Rechtssprache ist emotionell und expressiv neutral. Sehr charakteristisch ist der unpersönliche Stil, der Distanziertheit ausdrückt. Man weist auch auf Affektpflege und Emphase hin. Fremdwörter befinden sich in der Rechtssprache sehr selten – meistens in gesprochener Form. Diese Fachsprache ist sehr schablonenhaft, was man am Beispiel der Syntax beobachten kann. Die Strukturen haben konkretes Muster und sind standardisiert. Der Gesetzgeber erreicht die Präzision des Ausdrucks mit Hilfe der terminologischen Eindeutigkeit und vermeidet Synonymie oder Mehrdeutigkeit (vgl. Pommer 2006: 22ff.).

Im Bereich der Rechtssprache kann man über zwei Strukturen des Textes sprechen, d. h. **Makro- und Mikrostruktur**. Die erste bildet die

Systematik des normativen Rechtsaktes und besteht aus großen, nummerierten, thematischen Einheiten, die Überschriften haben. Aufgrund dieser Einheiten sind Aufbau und Struktur systematisch und es wird ein konkretes Muster gebaut. Es gibt auch Zwischenüberschriften, die die Übersichtlichkeit unterstützen. Dadurch wird der Text vom Empfänger besser verstanden. Sehr große Bedeutung haben sowohl eine Art- und Zählbezeichnung als auch eine Inhaltsangabe. Unter Artbezeichnungen versteht man folgende Elemente – Teil, Kapitel, Abschnitt, Unterabschnitt und Buch (Malinowski 2006: 182ff.).

Als Mikrostruktur versteht man die Beziehungen zwischen redaktionellen Einheiten des Rechtstextes. Im Bereich der Mikrostruktur weist man auf die Hierarchie der Elemente hin. Die kleinste und grundlegende Gliederungseinheit ist der Artikel. Er ist von anderen Einheiten unabhängig und soll aus einem Satz bestehen. Das sind die obligatorischen und nummerierten Elemente des Gesetzestextes. Im Text befinden sich auch Einheiten, die als Elemente niedrigeren Ranges gelten. Zu diesen gehören Absatz, Punkt, Buchstabe und Tiret.

### **3. Zum Begriff *Legaldefinition***

Nach der kurzen Charakterisierung der Rechtssprache wird der Begriff der Legaldefinition präsentiert. Legaldefinitionen sind Definitionen, die vom Gesetzgeber formuliert werden<sup>1</sup> (Wronkowska 2005: 67). Sie machen den Rechtstext präzise und den Inhalt verständlich. Für Legaldefinitionen ist charakteristisch, dass sie verschiedene Formen haben. Der Gesetzgeber verwendet sie, um somit alle Subjekte, Objekte und Tätigkeiten mit konventionellem Charakter beschreiben und zusätzlich eine Mehrdeutigkeit beschränken zu können. Legaldefinitionen haben ihre konkrete Position in einem abgetrennten Teil in der Struktur des Gesetzestextes. Sie befinden sich in separaten Vorschriften, am Anfang des Gesetzes, obwohl sie auch die Form eines Glossars schaffen, das im Rahmen des jeweiligen Textes, aus

---

<sup>1</sup> Im Original: „Definicje formułowane przez prawodawcę nazywa się definicjami legalnymi” [übersetzt von MW].



Schlüsselbegriffen besteht. Legaldefinitionen können sich auch in Allgemeinvorschriften in Form von Klammerdefinitionen befinden, welche sog. Einschlüsse bildet.

Man unterscheidet folgende Typen von Legaldefinitionen nach Zieliński (2010: 198ff.):

1. Äquivalenzdefinition

Diese Definition besteht aus drei Elementen: Definiendum, Definitor und Definiens, sie hat die Form eines Satzes und besteht aus zwei Untertypen:

a) klassische (aristotelische) Definition

In dieser Art der Definition enthält das Definiens die übergeordnete Wendung. Die Benennung steht in Beziehung zur Gattung und die Merkmale der Benennung betonen die Gattung.

b) nicht – klassische Definition

Die Bezeichnung wird im Definiens hervorgehoben.

2. Aggregat – Definition<sup>2</sup>

Diese Definition hat die Form eines Katalogs von Designaten, die im Gesetzestext als Aufzählung formuliert werden. Alle Elemente befinden sich in einem Satz.

3. Umfangsdefinition

a) totale Definition

Im Definiens werden alle Elemente des Bereichs aufgezählt.

b) partielle Definition

Im Definiens werden nicht alle Elemente des Bereichs aufgezählt. Für diesen Typ der Legaldefinition ist das Lexem *insbesondere* sehr charakteristisch.

4. Feststellende Definition

Diese Legaldefinition präsentiert den Sinn des Ausdrucks.

5. Regulierende Definition

Die Definition hält sich teilweise an den vorgefundenen Sinn des Ausdrucks und ändert ihn teilweise (Pawłowski 1980: 18ff.).

Diese Zusammenstellung weist darauf hin, dass in der Rechtssprache fünf Typen der Legaldefinitionen vorkommen und dass sie differenziert

---

<sup>2</sup> Im Original: „definicja agregatowa“ [übersetzt von MW].

sind. In der Praxis kann der Empfänger Probleme haben, die Definition dem konkreten Muster anzupassen. Die Legaldefinitionen können auf den ersten Blick ähnlich aussehen oder sind schwer zu unterscheiden.

#### **4. Rechtsübersetzung – Probleme und Herausforderungen**

In diesem Abschnitt werden Probleme und Herausforderungen der Rechtsübersetzung besprochen, da diese grundsätzlich problematisch und schwer sind. Als Übersetzung versteht man einen Transfer des Inhalts von Sprache A in Sprache B. Der Übersetzer muss verschiedene Rechtssysteme vergleichen und zumindest in einem gewissen Maße kennen. Sehr wichtig sind auch die Prinzipien, die mit der Rechtsübersetzung verbunden sind: Relevanz-, Funktionalitäts-, Übersetzungsprinzip des sog. gemeinsamen Minimums als auch das Prinzip der explikativen Übersetzung und Transparenz (Pommer 2006: 54). Probleme betreffen meistens die Asymmetrie zwischen Rechtssystemen, Terminologie, Äquivalenzstufen und syntaktischen Strukturen. Wenn es um die Terminologie geht, kann man über die Unvergleichbarkeit im doktrinen, axiologischen und pragmatischen Bereich sprechen.

Die Rechtsübersetzung umfasst Rechtsterminologie, Rechtsbegriffe, Institutionen sowie Gesetzessprache und steht in Verbindung mit der steigenden Zahl internationaler Kontakte. Pommer (2006: 37) weist darauf hin, dass man über zwei Arten der Rechtsübersetzung sprechen kann, zu denen inter- und intralinguale Übersetzungen gehören. Die erste Variante versteht man als Übertragung rechtlicher Inhalte zwischen den Sprachen und der Schwerpunkt liegt in diesem Fall in Rechtsordnungen. Bei der intralingualen Übersetzung sind sowohl Gerichtsbezeichnungen als auch Verfahrensaspekte problematisch. Dieser Typ der Übersetzung funktioniert innerhalb einer Sprache und es können darauf regionale Varianten der Sprache einen Einfluss haben. Dieses Phänomen wird als Plurizentrismus bezeichnet. Es ist auch möglich, dass Termini formell und materiell voneinander abweichen.

Man muss hier betonen, dass die Übersetzbarkeit nicht immer möglich ist. Selten ist eine absolute, vollständige Äquivalenz zwischen Sprache A und B erreichbar. In solchen Fällen schätzt der Übersetzer

die Situation ein und entscheidet, was im Text für den Empfänger am wichtigsten ist. Erst führt er eine Selektion des Inhalts durch, macht eine Analyse des Textes und sucht dann nach Äquivalenten. In diesem Prozess übt der Übersetzer die Funktion eines Mittlers aus und steht zwischen Autor und Leser.

## 5. Legaldefinitionen – Fallstudien<sup>3</sup>

Als Forschungsobjekt gelten in diesem Teil ausgewählte Vorschriften aus dem polnischen Zivilgesetzbuch und die deutsche Übersetzung, die von Elbers und Siwik gemacht wurde (2012: 5ff.). Die Vorschriften werden im Hinblick auf Legaldefinitionen, Struktur und Eigenschaften analysiert. Am Anfang werden die Typen der Legaldefinitionen, die Übersetzung und der Kontext der Rechtsbegriffe vorgestellt. Dann wird ermittelt, ob die Äquivalente adäquat sind. Die Analyse umfasst auch die inhaltliche und funktionale Deckung der Begriffe.

### Beispiel 1

|                                                                                 |                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Art. 10 kc [Pełnoletność]<br>§1 Pełnoletnim jest, kto ukończył lat osiemnaście. | Art. 10 [Volljährigkeit]<br>§1 Volljährig ist, wer das 18. Lebensjahr vollendet hat |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|

Diese Definition besteht aus drei Elementen: Definiendum, Definitior und Definiens, und entspricht deshalb der klassischen, aristotelischen Legaldefinition. Sowohl im polnischen Beispiel als auch in der Übersetzung hat die Vorschrift die Form eines Relativsatzes. Der Nebensatz *kto ukończył lat osiemnaście* bezeichnet die Bedingung, die für die Volljährigkeit relevant ist. Die Übersetzung ist adäquat, die Struktur der Definition wurde beibehalten. Man kann hier über die Lehnübersetzungsstrategie (Pommer 2006: 72ff.) sprechen, weil das Fachwort und die Übersetzung eine ähnliche Funktion und Kontext haben.

<sup>3</sup> Diese Beispiele wurden in der Bachelorarbeit von MW analysiert.

## Beispiel 2

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Art. 23kc<br/>         [Ochrona dóbr osobistych]<br/>         Dobra osobiste człowieka,<br/>         jak <i>w szczególności</i> zdrowie,<br/>         wolność, cześć, swoboda<br/>         sumienia, nazwisko lub<br/>         pseudonim, wizerunek, tajemnica<br/>         korespondencji, nietykalność<br/>         mieszkania, twórczość naukowa,<br/>         artystyczna, wynalazcza<br/>         i racjonalizatorska, pozostają<br/>         pod ochroną prawa cywilnego<br/>         niezależnie od ochrony<br/>         przewidzianej w innych przepisach<br/>         (ZGB)</p> | <p>Art. 23<br/>         [Schutz höchstpersönlicher<br/>         Rechtsgüter]<br/>         Höchstpersönliche Rechtsgüter<br/>         des Menschen wie <i>insbesondere</i><br/>         Gesundheit, Freiheit, Ehre,<br/>         Gewissenfreiheit, der Name<br/>         oder ein Pseudonym, das eigene<br/>         Bildnis, Briefgeheimnis, die<br/>         Unverletzlichkeit der Wohnung,<br/>         schöpferische, künstlerische,<br/>         erfinderische oder Tätigkeit des<br/>         betrieblichen Vorschlagswesens,<br/>         unterliegen unabhängig von<br/>         dem in anderen Vorschriften<br/>         vorgesehenen Schutz dem<br/>         zivilrechtlichen Schutz.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

In dieser Vorschrift wurden die höchstpersönlichen Rechtsgüter<sup>4</sup> in Form eines offenen Kataloges aufgezählt. Am Anfang der Aufzählung befinden sich die wichtigsten Rechtsgüter. Das entscheidende Element ist in diesem Beispiel das Adverb *insbesondere*, poln. *w szczególności*, das für eine partielle Definition charakteristisch ist. Mit Hilfe der Tabelle werden die Termini und ihre Übersetzung analysiert. So kann man prüfen, welche Strategien der Übersetzung und wie oft sie verwendet wurden. Die Termini werden nach der Art der Übersetzungsstrategie sortiert.

<sup>4</sup> Den Terminus *Rechtsgut* definiert das Duden-Wörterbuch folgendermaßen: *durch das Recht geschütztes Gut oder Interesse*, Quelle: Duden: das Online-Wörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rechtsgut> [Zugriff am 09.03.2020].

| <b>polnisches Beispiel</b> | <b>deutsche Übersetzung</b>                  | <b>Strategie nach Pommer (2006: 65ff.)</b> |
|----------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------|
| zdrowie                    | Gesundheit                                   | Lehnübersetzung                            |
| wolność                    | Freiheit                                     | Lehnübersetzung                            |
| cześć                      | Ehre                                         | Lehnübersetzung                            |
| swoboda sumienia           | Gewissenfreiheit                             | Lehnübersetzung                            |
| nazwisko lub pseudonim     | der Name oder Pseudonym                      | Lehnübersetzung                            |
| tajemnica korespondencji   | Briefgeheimnis                               | Lehnübersetzung                            |
| nietykalność mieszkania    | die Unverletzlichkeit der Wohnung            | Lehnübersetzung                            |
| twórczość naukowa          | schöpferische                                | Lehnübersetzung                            |
| artystyczna                | künstlerische                                | Lehnübersetzung                            |
| wynalazcza                 | erfinderische                                | Lehnübersetzung                            |
| racjonalizatorska          | Tätigkeit des betrieblichen Vorschlagswesens | Paraphrasierung                            |
| wizerunek                  | das eigene Bildnis                           | funktionales Äquivalent                    |

Die meisten Termini werden mit Hilfe der Lehnübersetzungsstrategie übersetzt, das sind zehn Elemente. Diese Methode wird benutzt, wenn die Begriffe in beiden Rechtssystemen funktionieren. An zweiter Stelle befinden sich als Ausnahme zwei andere Strategien, die jeweils nur einmal vorkommen: Paraphrasierung und funktionales Äquivalent. Es ist als korrekte Lösung anzusehen, weil es im Deutschen kein Äquivalent für das Lexem *racjonalizatorska* und *wizerunek* gibt.

## Beispiel 3

|                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Art. 244 kc [Ograniczone prawa rzeczowe]<br>§1. Ograniczonymi prawami rzeczowymi są: użytkowanie, służebność, zastaw, spółdzielcze własnościowe prawo do lokalu oraz hipoteka.<br>§2. Spółdzielcze własnościowe prawo do lokalu oraz hipotekę regulują odrębne przepisy (ZGB) | Art. 244 [Beschränkt dingliche Rechte]<br>§1. Beschränkt dingliche Rechte sind: Nießbrauch, Dienstbarkeit, Pfandrecht, genossenschaftliches Raumeigentum, Hypothek.<br>§2. Das genossenschaftliche Raumeigentum sowie die Hypothek werden durch gesonderte Vorschriften geregelt. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Das Beispiel stellt die Aggregat-Definition vor, da sich im Definiens alle Elemente des Bereiches befinden. In der Vorschrift wurden die Rechte in Form einer erschöpfenden Zusammenstellung aufgezählt, die in einen Satz gefasst wurden. Die deutsche Übersetzung wurde mit Hilfe einer Passivkonstruktion erstellt, die im Original fehlt. Bei den Termini wurden die Strategie der Lehnübersetzung und eine wörtliche Übersetzung verwendet. In dieser Vorschrift kann man eine Passivkonstruktion sehen, die zur Distanziertheit dient und die Tätigkeit in den Vordergrund stellt.

## Beispiel 4

|                                                                                                                            |                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Art. 345. kc<br>[Skutki przywrócenia posiadania]<br>Posiadanie przywrócone <i>poczytuje się</i> za nie przerwane.<br>(ZGB) | Art. 345.<br>[Folgen der Wiedereinräumung des Besitzes]<br>Der wieder eingeräumte Besitz <i>gilt</i> als nicht unterbrochen. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Besitz wird vom Duden-Wörterbuch definiert als Gesamtheit der (materiellen) Güter, die jemand geerbt oder erworben hat, sodass er bzw.

sie darüber verfügen kann, und etwas, was jemandem gehört<sup>5</sup>. Auf den ersten Blick sieht man den Unterschied zwischen den Sprachregistern, d. h. das Lexem *poczytuje się* ist ein Element des gehobenen Stiles und kann die Kanzleisprache vertreten, die von Juristen verwendet wird. Andererseits wird das Lexem *gilt* verwendet, das zur Standardsprache gehört und neutral ist. In diesem Beispiel wäre es besser, den Begriff *poczytuje się* gegen *uznaje się* einzutauschen. Die Lösung, die vom Übersetzer vorgeschlagen wurde, ist gut, aber der Kanzleistil ist verschwunden. Deshalb tritt in der Vorschrift die regulierende Definition hervor. Auf der Übersetzungsebene kann man von wortwörtlicher Übersetzung sprechen. Die Termini wurden mittels der Lehnübersetzungsstrategie übersetzt.

### Beispiel 5

|                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Art. 369 kc<br>[Podstawa solidarności dłużników]<br>Zobowiązanie jest solidarne, jeżeli<br>to wynika z ustawy lub z czynności<br>prawnej<br>(ZGB) | Art. 369<br>[Grundlage der<br>Gesamtschuldnerschaft]<br>Ein Schuldverhältnis ist<br>gesamtschuldnerisch, wenn sich<br>dies aus dem Gesetz oder einem<br>Rechtsgeschäft ergibt. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Die Gesamtschuldnerschaft wurde im Juralexikon folgendermaßen definiert: „Gesamtschuldner sind mehrere Schuldner, die eine Leistung in der Weise schulden, dass jeder die ganze Leistung zu bewirken verpflichtet, der Gläubiger aber kann nur einmal die Leistung nach seinem Belieben von jedem der Schuldner fordern“<sup>6</sup>. Die Legaldefinition hat die Form der feststellenden Definition, weil der Begriff *Gesamtschuldnerschaft* mit Hilfe der Lehnübersetzung

<sup>5</sup> Duden: das Onlinewörterbuch, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Besitz> [Zugriff am 09.03.2020].

<sup>6</sup> Jura-basic – Rechtslexikon für das juristische Basiswissen. Lehrbeauftragter Dipl.-Jur. Volker Friedrich-Schmid, [http://lexikon.jura-basic.de/aufruf.php?file=7&art=6&find=Gesamtschuldner\\_\\_Schuldgrund](http://lexikon.jura-basic.de/aufruf.php?file=7&art=6&find=Gesamtschuldner__Schuldgrund) [Zugriff am 09.03.2020].

übersetzt wurde. Diese Strategie ist auch unter Glied für Glied bekannt. Wenn man diese Übersetzung unter die Lupe nimmt, kann man beobachten, dass die Termini sowohl im polnischen als auch im deutschen Rechtssystem funktionieren.

### Beispiel 6

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Art. 33.<br>[Osobowość prawna]<br>Osobami prawnymi są Skarb<br>Państwa i jednostki organizacyjne,<br>którym przepisy szczególne<br>przyznają osobowość prawną.<br>(ZGB) | Art. 33<br>[Rechtspersönlichkeit]<br>Juristische Personen<br>sind der Fiskus und<br>diejenigen Organisationseinheiten,<br>denen durch besondere<br>Rechtsvorschriften Rechtsfähigkeit<br>zuerkannt wird. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Das sechste Beispiel gehört zum Typ der nicht-klassischen Definition, weil im Definiens alle Namenbereiche aufgezählt werden. Das bedeutet, dass die Summe der Namenbereiche das Definiendum bildet. Sowohl im Original als auch in der Übersetzung haben die Sätze die Form eines Relativsatzes. Die Übersetzung ist adäquat, die Definitionsstruktur wurde beibehalten. Die Termini wurden mittels der Lehnübersetzungsstrategie übersetzt.

## 6. Schlussfolgerungen

Die Analyse der fünf Typen der Definitionen hat ergeben, dass Legaldefinitionen ein fester Bestandteil von Rechtstexten sind. Sie sind schematisch und der Empfänger hat die Möglichkeit, den Inhalt besser zu verstehen. Jedes der sechs angeführten Beispiele präsentiert einen anderen Typ der Legaldefinitionen. Außerdem wurde auf die Merkmale, Strukturen und Eigenschaften der Definitionen hingewiesen. Die Übersetzungen sind meistens dem Original treu geblieben und der Übersetzer wählt oft die Strategie der Lehnübersetzung. Dank der Methode wurde



der Inhalt der Vorschriften nicht verändert, der Sinn wurde bewahrt. Auf syntaktischer Ebene herrschen Passivkonstruktionen und Relativsätze, was für die Rechtssprache sehr charakteristisch ist.

## Literaturverzeichnis

- de Beaugrande, Robert Alain / Dressler, Wolfgang Ulrich (1981): *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen. Max Niemeyer Verlag.
- Hoffmann, Lothar (1985): *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. 2., völlig neu bearbeitete Aufl. Tübingen. Narr Verlag.
- Malinowski, Andrzej (2006): *Polski język prawny. Wybrane zagadnienia*. Warszawa. Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis.
- Pawłowski, Tadeusz (1980): *Begriffsbildung und Definition*. Aus dem Polnischen übers. von Georg Grzyb. Berlin/New York, Walter de Gruyter.
- Pommer, Sieglinde (2006): *Rechtsübersetzung und Rechtsvergleichung. Translatologische Fragen zur Interdisziplinarität*. Frankfurt am Main. Peter Lang Verlag.
- Wronkowska, Sławomira (2005): *Podstawowe pojęcia prawa i prawoznawstwa*. Poznań. Wydawnictwo Ars boni et aequi.
- Zieliński, Maciej (2010): *Wykładnia prawa. Zasady, reguły, wskazówki*. Wydanie 5. Warszawa. Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis.
- Polnisches Zivilgesetzbuch mit Einführung. Der Gesetzesstand vom 1. Februar 2012 berücksichtigt die Änderungen vom 28. April 2012.*, übersetzt von Elbers Patrizia, Siwik, Robert (2012): Regensburg. DE Jure PL Fachverlag und Übersetzungsservice.
- Wardziak, Martyna (2018): *Definitionen in Gesetzestexten. Formen und inhaltliche Präzision der Übersetzung*, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, unveröffentlichte Bachelorarbeit.

## Internetquellen

- [http://lexikon.jura – basic.de/aufruf.php?file=7&art=6&find=Gesamtschulden\\_Schuldgrund](http://lexikon.jura – basic.de/aufruf.php?file=7&art=6&find=Gesamtschulden_Schuldgrund) (Zugriff am 09.03.2020).
- <https://www.duden.de/rechtschreibung/Besitz> (Zugriff am 09.03.2020).
- <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rechtsgut> (Zugriff am 09.03.2020).



*Anna Waszau*

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

***Czy Rolnik szuka żony może czegoś nauczyć?  
O rozwijaniu kompetencji (inter)kulturowej przy  
użyciu formatów rozrywkowych***

***Can Farmer Wants a Wife teach something? About  
developing (inter)cultural competence using  
entertainment formats***

The purpose of the present article is a reflection on the possibilities of using different kinds of entertainment formats, realized mainly by the media, in the formal context of foreign language teaching/learning process. Here we are focusing on the intercultural competence, keeping in mind that our success in the exolingual interaction depends on understanding the social and cultural context of utterances of the Other. In order to develop this sort of competence, we can use the ludic approach, based on different kinds of popular entertainment formats. As Ludic materials, can not only enrich our language and sociocultural skills and knowledge, but also introduce a casual atmosphere minimising tension, which can facilitate and make more attractive the teaching/learning process of a foreign language.

Słowa kluczowe: glottodydaktyka, kompetencja interkulturowa, mass media, programy rozrywkowe

Keywords: language didactics, intercultural competence, mass media, entertainment programs

## 1. Wstęp

Celem niniejszego artykułu jest refleksja nad możliwościami wykorzystania różnego rodzaju telewizyjnych i internetowych formatów rozrywkowych w kontekście nauczania/uczenia się języka obcego (dalej: JO) w warunkach instytucjonalnych, z naciskiem na rozwijanie kompetencji (inter)kulturowej. Zainteresowanie tą problematyką wynika z potencjalnych korzyści płynących z wykorzystania tego typu materiałów podczas lekcji JO, mogących stanowić pewnego rodzaju współczesną odsłonę technik ludycznych, których efektywność została już niejednokrotnie potwierdzona w badaniach (por. Siek-Piskozub 2001).

Punktem wyjścia dla zaproponowanych tutaj rozważań jest krótka charakterystyka wyzwań, przed którymi stoi dzisiejsza glottodydaktyka, a także próba osadzenia w tym kontekście roli i znaczenia kompetencji (inter)kulturowej. Po wstępnym przedstawieniu sposobów jej definiowania w odnośnej dziedzinie omówione zostanie pokrótce zagadnienie technik ludycznych, przede wszystkim jako narzędzia wspomagającego rozwój kompetencji (inter)kulturowej uczącego się. Szczególna uwaga zostanie tutaj zwrócona na współczesną odsłonę glottodydaktycznej ludyczności, jaką mogą być odpowiednio opracowane elementy formatów rozrywkowych realizowanych w mass mediach (w danym obszarze językowym). Po tym zarysie teoretycznym zaprezentowane zostaną konkretne przykłady, które zilustrują, jak można wykorzystać tego rodzaju materiały podczas zajęć JO. Posłużą do tego fragmenty wybranych programów rozrywkowych realizowanych we francuskiej telewizji publicznej (kanał M6). W ramach zakończenia zaproponowana zostanie krótka refleksja na temat potencjalnych korzyści oraz ograniczeń wynikających z zastosowania tego specyficznego korpusu o nacechowaniu ludycznym.

## 2. Współczesne wyzwania glottodydaktyki a kompetencja (inter)kulturowa

Wyzwania glottodydaktyczne, o których mowa w powyższym tytule, wynikają bezpośrednio z przeżyć i obserwacji dzisiejszego ucznia, za-

zwyczaj młodego człowieka otoczonego kolejnymi zdobyczami techniki i żyjącego w wielokulturowym społeczeństwie, a także z aktualnych potrzeb edukacyjnych (wykorzystanie nowych technologii, zachęcanie ucznia do pracy, wprowadzanie nowych strategii nauczania). Nawiązujące one w dużym stopniu do specyfiki współczesnego świata, zdominowanego przez techniczne nowinki oraz różnego rodzaju ułatwienia i urozmaicenia, jak choćby wielozadaniowe aplikacje (pod kątem nauki JO na przykład słowniki kontekstowe czy aplikacje do nauki słownictwa bądź portale wymiany językowej).

W tym kontekście należy wyraźnie podkreślić, że w dzisiejszej multikulturowej, zglobalizowanej rzeczywistości oraz w dobie Netflixa, vlogów czy YouTube'a i inteligentnych smartfonów, wydaje się niezbędne branie pod uwagę – w niemal każdym aspekcie życia – dynamiczności i różnorodności, które oferuje nam współczesny świat. Dotyczy to również procesu nauczania/uczenia się JO, w którym trzeba brać pod uwagę doświadczenia kształtujące tożsamość czy preferencje uczącego się, który często ze swobodą porusza się po świecie wirtualnym i który w tym właśnie obszarze wydaje się poszukiwać urozmaiceń i zachęty do podejmowania wyzwań, w tym tych edukacyjnych. Uczeń staje się także, a może przede wszystkim, coraz bardziej wymagający względem nauczyciela i lekcji – nie wystarczy już tylko tłumaczyć teksty literackie w myśl podejścia gramatyczno-tłumaczeniowego czy bazować na preparowanych odsłuchach dołączonych do podręcznika bądź skryptu. Trzeba poszukiwać udoskonaleń, atrakcji, stymulacji, tego, co przełamuje nudę i barierę językową, aktywizując obszary mózgu odpowiedzialne nie tylko za naukę, ale również za zabawę, gdyż właśnie wtedy obniża się formalność i napięta atmosfera kojarzona często z zajęciami w warunkach instytucjonalnych (Siek-Piskozub 2001: 105nn.).

Na szczególną uwagę w kontekście edukacyjnym zasługuje tutaj wspomniany wyżej aspekt multikulturowości oraz wręcz konieczność funkcjonowania w społeczeństwach, które coraz rzadziej skupiają się wyłącznie wokół jednej grupy etnicznej, wspólnoty kulturowej. Stąd prócz powszechnie uznanej potrzeby uczenia się JO w sensie opanowywania zasad systemu językowych znaków, niezbędne staje się również rozwijanie kompetencji związanych ze sprawnym posługi-

waniem się danym językiem na poziomie reguł pragmatycznych, norm i kanonów społeczno-kulturowych. Jeśli uznać za Sapirem (1978, za: Miłułka 2014: 80), że język jest przewodnikiem po rzeczywistości społecznej, to tym bardziej konieczne wydaje się udoskonalanie umiejętności i rozwijanie postaw ułatwiających zrozumienie siebie nawzajem, jeśli celem naszych starań w nauce JO ma być sukces w komunikacji z Drugim. Powodzenie w interakcji interkulturowej jest bowiem silnie uzależnione od czynników wykraczających daleko poza systemy gramatyczne czy wiedzę faktograficzną. Potrzebne jest również poznanie uwarunkowań społecznych, które wpływają na dane zachowania werbalne (parawerbalne, pozawerbalne). Wiąże się to często z odkrywaniem implicytnie funkcjonujących wartości i zasad, którymi w sposób zazwyczaj nieuświadomiony kierują się przedstawiciele określonych zbiorowości. By móc zatem coraz sprawniej porozumiewać się w innym kontekście językowo-kulturowym niż własny, niezbędne wydaje się kształtowanie kompetencji (inter)kulturowej.

Mówiąc o kompetencji (inter)kulturowej (dalej: KI) w kontekście glottodydaktycznym, należy przede wszystkim zauważyć wyraźną ewolucję w sposobach jej definiowania (Wilczyńska 2005: 16).

W tradycyjnych podejściach związanych z nauczaniem/uczeniem się JO, takich jak metoda gramatyczno-tłumaczeniowa, audiolingwalna itp., kwestie kulturowe były zazwyczaj bardzo mało obecne (bądź w ogóle ich brakowało). Wiązało się to najczęściej z czynnikowym i skrótowym przedstawieniem wiedzy faktograficznej (Mackiewicz 2005: 55nn.), koncentracją wyłącznie na tzw. 4F danej kultury (*Food, Folklore, Festivals, statistic Facts*), by nie wspomnieć o ignorowaniu potrzeby rozwijania wrażliwości i świadomości (meta)kulturowej (por. Wilczyńska 2005).

Jedną z pierwszych szeroko uznanych koncepcji rozwijających zagadnienia kulturowe w nauce JO, zintegrowanych z opanowywaniem samego systemu językowego, jest *międzykulturowa kompetencja komunikacyjna* Byrama (1997). Opiera się na ona na filarach m.in. świadomości językowej (ang. *Language Awareness*) oraz świadomości (meta)kulturowej (ang. *Cultural Awareness*). Wśród wyróżnionych przez Byrama komponentów kompetencji, określonych jako rodzaje wiedzy (z francuskiego *savoirs*), zwraca uwagę krytyczne spojrzenie

na zjawiska kulturowe, również te zachodzące w kulturze własnej, czy umiejętność relatywizacji. Kluczowa staje się nie tylko wiedza deklaracyjna, ale też umiejętności i postawy uczącego się. Co więcej, według tej koncepcji dopiero połączenie pracy nad tymi trzema komponentami stwarza możliwość rozwijania KI w sposób holistyczny, co widocznie przekłada się na efektywność procesu nauczania/uczenia się JO.

W tym kontekście warto również wspomnieć o podstawowym dokumencie regulującym naukę JO w warunkach instytucjonalnych, a mianowicie o Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego (2001/2003) (dalej: ESOKJ). Choć ESOKJ nie nazywa żadnej kompetencji eksplicitnie mianem *interkulturowej* (określenie to nie figuruje w ESOKJ jako osobny komponent), to kilka z elementów w nim opisanych wyraźnie do jej zagadnień nawiązuje. Mowa tutaj o wrażliwości interkulturowej, umiejętnościach interkulturowych czy uwarunkowaniach osobowościowych, takich jak postawa otwartości czy tolerancji. Dostrzec można tu zatem podobne elementy, jak na przykład u Byrama – istotne stają trzy podstawowe wymiary *savoir*: wiedzy, umiejętności oraz postaw.

Na te same zagadnienia, wykraczające daleko poza wiedzę faktograficzną, wskazuje wielu innych badaczy zajmujących się KI na różnych płaszczyznach. Zarate (1989: 20n.) podkreśla umiejętności pozwalające na doprecyzowanie systemów implicytnych znaczeń, Wilczyńska (2005: 22) postuluje pojmowanie KI jako systemu współoddziaływań świadomości metakulturowej, wrażliwości (inter)kulturowej oraz mediacji, a Miłułka (2012: 107) raz jeszcze, powołując się m.in. na idee Byrama, zwraca uwagę na płaszczyznę kognitywną i afektywną przy jednoczesnym zorientowaniu na działanie. Postuluje się też, by modele związane z rozwijaniem KI zakładały rozwijanie u uczących się postawy refleksyjnej, związanej z dostrzeganiem standardów (Thomas 2003, za: Mackiewicz 2010: 138nn.) czy skryptów kulturowych (Wierzbicka 1999: 163nn.), motywujących działania członków danej społeczności. Towarzyszy temu dążenie do wykształcania podejścia, które umożliwiłoby spojrzenie na elementy obcej kultury jako coś naturalnego i normalnego (Byram 1999: 41).

### 3. Techniki ludyczne

Biorąc pod uwagę powyższe refleksje, pojawia się pytanie, jak wspierać rozwój tak wielopłaszczyznowej, złożonej kompetencji. Jest to zadanie wymagające, równie wieloaspektowe, ponieważ wiąże się nierozzerwalnie z cykliczną zmianą w postawie jednostki. Rozgrywa się na poziomie emocjonalnym, osobowościowym uczącego się, który jest przecież podmiotem społeczno-kulturowym posiadającym własną tożsamość. Proces ten wymaga zatem elastycznych procedur, które umożliwią dotarcie do ucznia na tej delikatnej płaszczyźnie tożsamościowej: nie chodzi w końcu tylko o rozwój wiedzy deklaratywnej czy umiejętności. Istotne są również zmiany w podejściu, nastawieniu, co trudno byłoby osiągnąć, uciekając się wyłącznie do metody podawczej koncentrującej się na elementach faktograficznych. By „sprovokować” refleksję, umożliwiającą te zmiany, niewystarczające wydaje się zastosowanie wyłącznie tradycyjnych strategii nauczania/uczenia się JO, które w perspektywie ucznia wiążą się zazwyczaj z atmosferą formalną, obowiązkiem, a nawet rutyną. Z tego powodu warto rozważyć sięgnięcie do tzw. technik ludycznych, które angażują do pracy cały umysł i czynią z uczącego się aktywnego uczestnika odnośnego procesu, co może ułatwić dotarcie do jego delikatnej sfery afektywnej (por. Siek-Piskozub 2001).

Według klasycznej definicji Anthony’ego (za: Jodłowiec 2005), techniki ludyczne to pewnego rodzaju metody dydaktyczne, do których ucieka się nauczyciel w czasie zajęć, mające określony cel edukacyjny oraz wykorzystujące element rozrywki. Poprzez takie rozumienie tegoż terminu możemy do tej grupy zaklasyfikować wiele form pracy na lekcji i materiałów (Jodłowiec 2005: 270): rymowanki, piosenki, quizy, odgrywanie ról, symulacje, *etc.* Choć jeszcze do niedawna uważało się je za nadprogramowe „wypełniacze czasu”, dzisiaj podkreśla się przede wszystkim funkcje kognitywne, afektywne i społeczne, jakie mogą pełnić (Jodłowiec 2005: 270). Czynniki afektywne jest tutaj wyjątkowo istotny: poprzez obniżenie zwyczajowego napięcia związanego z lekcją uczeń rozluźnia się dzięki dostarczeniu mu pozytywnych wrażeń, wynikających z wykorzystania materiałów/sposobów, które nie są normalnie



łączone z procesem nauczania/uczenia się. Dzięki wytworzeniu takiej atmosfery polepszają się również warunki dla skuteczniejszego przyswajania wiedzy, gdyż, jak wskazuje Siek-Piskozub (2001: 146), istnieją badania potwierdzające na przykład skuteczność symulacji w procesie nabywania nowego słownictwa. Techniki związane z elementem ludycznym często aktywizują uczniów, pobudzając ich niewymuszone zaangażowanie w zajęcia i realizowany materiał oraz cel dydaktyczny (por. Siek-Piskozub 2001: 106; Jodłowiec 2005: 271). Ponadto, jeśli używa się przy tym wyłącznie języka obcego podczas lekcji JO, tworzą się naturalne warunki dla jego treningu. Uczący się powtarzają w ten sposób zarówno słownictwo, jak i struktury gramatyczne, łącząc to z ćwiczeniami sprawności mówienia czy pisanie, co można osadzić w ramach zadań związanych z zagadnieniem kulturowości. Wszystko to w atmosferze zdrowej rywalizacji, pobudzenia, dynamicznej integracji pozwalających na rozwój autonomii ucznia (por. Wilczyńska 1999). Suma tych czynników sprawia, że łatwiejsze może okazać się pobudzenie do refleksji, a to właśnie postawa refleksyjna stanowi podstawę rozwijania KI.

#### **4. Formaty rozrywkowe jako ludyczna forma rozwijania KI**

Wydaje się, że skoro techniki ludyczne nawiązują do szeroko rozumianej rozrywki, to współcześnie wachlarz materiałów przez nie wykorzystywanych znacznie się rozszerza, zwłaszcza jeśli chodzi o użycie mass mediów oraz Internetu. Jednym z takich „nowych rodzajów” materiałów ludycznych mogą być zatem interesujące nas formaty rozrywkowe różnego typu (na przykład telewizyjne i internetowe), które bazują na elemencie zabawowym, uciekają się do tematów i wątków szeroko dyskutowanych w społeczeństwie. Należy tutaj również brać pod uwagę, że w procesie glottodydaktycznym, zwłaszcza tym formalnym, zinstytucjonalizowanym, uczniowie mają dostęp do innej kultury głównie za pomocą form zapośredniczonych, takich jak właśnie media. W związku z tym również rozwijanie KI jako elementu cyklu dydaktycznego może lub nawet powinno uwzględniać

specyfikę medialną, dążąc „do refleksyjnego stosowania i analizowania oraz wykorzystania [mediów] [...] w dialogu międzykulturowym, a także kształcenia sprawności socjokulturowych i międzykulturowych” (Żydek-Bednarczuk 2014: 336). Innymi słowy, za pomocą materiałów medialnych (również tych o charakterze rozrywkowym), odpowiednio przygotowanych pod względem wartości dydaktycznych, można efektywnie wspierać rozwijanie KI uczących się poprzez właściwie ukierunkowaną refleksję, uwzględniającą m.in. swoistość odnośnego typu formatu i dyskursu.

Zgodnie z zarysowaną wyżej logiką, glottodydaktyczne wykorzystanie formatów medialnych wymaga wcześniejszego wyjaśnienia samego pojęcia *formaty rozrywkowe*. Można przyjąć, że mowa o formach obecnych w mass mediach, mających na celu przede wszystkim dostarczenie rozrywki, głównie poprzez ukazywanie (domniemanej) rzeczywistości, perypetii ich uczestników. Jak można jednak zaklasyfikować tę formę pod kątem dyskursywnym, jeżeli to konkretnie osadzona realizacja języka interesuje nas w kontekście glottodydaktycznym najbardziej? Przyjmując definicję Van Dijka, że dyskurs medialny (i nie tylko) jest „systemem reprezentacji, który [...] ma wpływ na odbiorców [...] w obszarze systemu socjalnych, kulturowych, politycznych lub ekonomicznych struktur w społeczeństwie” (za: Novak-Piasecka 2011: 115), to charakterystyka ta tyczyć się wydaje również realizacji medialnych o charakterze rozrywkowym – w tym przypadku można zatem mówić o pewnej odmianie dyskursu medialnego. Tę dyskursywną przynależność formatów rozrywkowych potwierdzają również słowa Żydek-Bednarczuk (2014: 338), według której dyskurs medialny to „zbiór tekstów powstających w multimediach, jak i konkretna forma użycia języka; ale to także pewien rodzaj sytuacji społecznej i komunikacyjnej, warunkowanej rozwojem cywilizacji i budowaniem społeczeństwa informacyjnego”. Definiując tego rodzaju dyskurs nie można zapomnieć o jego podstawowej cesze, czyli wtórności – nie jest to bowiem pierwotna forma komunikacji, ograniczona jest ona warunkami i celem danej produkcji, co ma niemały wpływ na sposób jej interpretacji. Niemniej, odpowiednio zasygnalizowane przez nauczyciela dyskursywność i formatowość także mogą stanowić atut tych materiałów pod kątem dydaktycznym, uwrażliwiając uczących się na specyfikę różnego rodzaju

kontekstów i potrzebę refleksji, zawieszenia pochopnych osądów celem pogłębionej weryfikacji danego ko(n)tekstu.

Jakie zatem przełożenie może mieć ten typ formatów konkretnie na rozwijanie KI? Przede wszystkim, nawiązując do wyżej przytoczonych definicji samego dyskursu medialnego, należy zaznaczyć, że formaty rozrywkowe zawierają się również w pewnym kontekście etnicznym, narodowościowym, obyczajowym: mimo iż mają swoje cele programowe i scenariusze, to nie są realizacjami pozbawionymi wielopoziomowego nacechowania kulturowo-społecznego. Są pewną jego odmianą, uzależnioną od czynników sytuacyjnych: w kontekście (glotto)dydaktycznym można tu zatem mówić przede wszystkim o rozwijaniu wrażliwości uczniów na charakter dyskursywny każdej sytuacji komunikacyjnej, w tym także tej realizowanej w dyskursie medialnym. Nie można w tym przypadku interpretować dosłownie tego, co się widzi i słyszy – oznacza to nie tylko poszukiwanie wartości czy standardów kulturowych (por. Thomas 2003) motywujących dane zachowanie, ale również wzięcie pod uwagę uwarunkowań *stricte* kontekstowych, związanych z widocznym rodzajem wtórności. Potrzebny jest do tego swoisty filtr, który podpowie, że pojawia się cały szereg pewnego rodzaju *mise en scène* (pol. przeniesienie na scenę, reżyseria), a dany format służy różnym celom. Niemniej, biorąc pod uwagę, że dyskurs jest silnie warunkowany przez kulturę (por. Charaudeau 2001), to również w przypadku formatów rozrywkowych zawierających się w jego medialnym typie można mówić o różnych przejawach kulturowości charakteryzujących daną zbiorowość.

Pośrednia forma kontaktu z kulturą, jaką stanowią takie programy, ma również istotną zaletę związaną z perspektywą biernej obserwacji – można tutaj powtórnie przeanalizować daną sytuację komunikacyjną i zweryfikować swoje osądy. W przypadku (formalnego) procesu nauczania/uczenia się JO, zwłaszcza na niższych poziomach zaawansowania językowego, taka pozycja niezaangażowanego obserwatora stanowić może istotną zaletę w momencie przyglądania się innej kulturze, gdyż wyeliminowany jest stres łączony z bezpośrednim kontaktem w kontekście egzolingwalnym. Owo napięcie jest związane często właśnie z problemami ze zrozumieniem warstwy *stricte* językowej, to jest słownictwa, formuł gramatycznych czy składniowych,

co znacznie utrudnia całościowe uchwycenie sensu wypowiedzi, również jej cech parawerbalnych oraz pozawerbalnych. W bezpośredniej interakcji trudno bowiem o jednoczesne analizowanie jej warstwy kulturowej. Pozycja biernego obserwatora pozwala natomiast spojrzeć w sposób wielowymiarowy, zdystansowany na daną sytuację, nie zobowiązując ucznia do natychmiastowej reakcji, jak ma to miejsce w przypadku bezpośrednich rozmów, spotkań. Jak z tego wynika, praca z (szeroko pojętym) dyskursem medialnym podczas zajęć JO przyczynić się może, przynajmniej na wstępnym, „niepewnym” dla uczniów etapach nauki języka, do stworzenia bardziej komfortowej atmosfery, sprzyjającej nabywaniu umiejętności i wiedzy potrzebnych do zrozumienia wielowymiarowości interakcji w środowisku innojęzycznym. W przypadku programów rozrywkowych czynniki te okazują się jeszcze bardziej znaczące ze względu na wprowadzanie łatwej i przyjemnej tematyki, położenie nacisku na element zabawy i wykorzystanie lekkiej formuły. Fragmenty takich produkcji mogą również służyć jako ciekawy wstęp do rozmowy i dyskusji na tematy, do których się pośrednio odnoszą, co zostanie szerzej omówione w kolejnej części artykułu. Warto podkreślić, że użycie takich materiałów nie musi się wiązać z zajęciami poświęconymi wyłącznie na zagadnienia dotyczące komunikacji interkulturowej. Mogą one posłużyć jako podstawa do realizowania zadań służących rozwijaniu ogólnych sprawności receptywnych oraz produktywnych, a obecne w nich kwestie kulturowe, społeczne mogą stanowić element czy wiodący temat tychże ćwiczeń. W ten sposób możliwe jest połączenie pracy zarówno nad umiejętnościami *stricte* językowymi, jak też nad kompetencją (inter)kulturową.

Szczególnie interesującą realizacją o charakterze rozrywkowym są programy typu *reality TV*. Jest to format, który skupiając się na dostarczaniu rozrywki widzom, prezentuje w zamyśle – rzeczywiste sytuacje rozgrywane się pod okiem kamery i ekipy produkcyjnej. Wpisują się one w pewien schemat, koncepcję, która ma doprowadzić do ostatecznego rozwiązania w postaci różnego rodzaju „nagrody”: zawarcie związku małżeńskiego, zdobycie określonej sumy pieniędzy *etc.* Mimo że takie formaty mają ukazywać prawdziwe życie i faktycznie zaistniałe sytuacje oraz relacje, to nie ulega wątpliwości,

że muszą realizować również pewien scenariusz i ich ostatecznym celem nie jest ukazywanie rzeczywistości takiej, jaka jest, lecz podbicie oglądalności stacji, zdobycie dla niej środków finansowych itp. Rzeczywistość ta jest zatem nieco zniekształcona, mniej spontaniczna i naturalna, czasami również „wycięta” z szerszego kontekstu. Niemniej, jak zostało już zasygnalizowane, również materiały tego rodzaju jako pewna forma dyskursywna zawierają się w swoistym kontekście kulturowo-społecznym – realizowane są przez osoby, które funkcjonują przecież jako określone podmioty kultury, mające swoją tożsamość wykształconą w procesie socjalizacji oraz enkulturacji. Nie są zawieszane w „kulturowej próżni”, wszakże mają za zadanie również pozwolić się w nich odnaleźć ukształtowanym kulturowo i społecznie jednostkom określonej, docelowej zbiorowości. Ponadto, jak już zostało wspomniane, kształtowanie KI za pomocą tego rodzaju materiałów, ukazujących specyficznym nacechowane formatem sytuacje, może mieć przełożenie także na uwrażliwianie uczących się na dyskursywność i wynikające z niej wskazówki do interpretacji.

## 5. Przykłady wykorzystania formatów rozrywkowych

Po powyższych rozważaniach teoretycznych przejdźmy do krótkiego omówienia kilku przykładów wykorzystania formatów rozrywkowych typu *reality TV* w procesie nauczania/uczenia się JO pod kątem rozwijania KI. Posłużą do tego wybrane fragmenty francuskich realizacji, które po emisji w telewizji (francuski kanał M6), były dostępne również w wersji *on-line*.

Pierwszym opisywanym programem jest *L'amour est dans le pré* (polski odpowiednik *Rolnik szuka żony*, prod. TVP). Pokróćce wyjaśniając, jego formuła polega na wyłonieniu postaci kilku rolników z całego kraju, którzy następnie na podstawie przesłanych dla nich listów wybierają kandydatów/kandydatki, z którymi chcą się spotkać i bliżej poznać, co relacjonowane jest w kolejnych odcinkach programu. Przedmiotem refleksji kulturowej może być tutaj na przykład moment pierwszego spotkania rolników z wybranymi bądź wybrańcami. Jest to okazja m.in. do przeanalizowania, w jaki

sposób mogą witać się oraz przeprowadzać pierwsze rozmowy np. Francuzi i Francuzki w sytuacjach nieformalnych. Interesująca jest również możliwość obserwacji wypowiedzi (jej cech zarówno werbalnych, jak też parawerbalnych) uczestników, którzy często pochodzą z różnych regionów kraju. I tak, w jednym z odcinków<sup>1</sup> możemy zaobserwować, jak akcent stanowi na tyle cechę charakterystyczną jednej z uczestniczek, że od razu zostaje zauważony przez jej rozmówcę: w tym przypadku chodzi o akcent z okolic Tuluzy. Na podstawie takiego fragmentu mamy okazję najpierw przeanalizować, na ile specyficzną cechą wyróżniającą dla danej zbiorowości może być sam akcent (to jest zadać uczniom pytania typu: Dlaczego zwrócono uwagę na tę cechę wypowiedzi? Czy w naszym kraju/regionie stanowi równie istotny przymiot? Czy może być równie charakterystyczny? Czy zwrócilibyśmy na niego uwagę?), a następnie rozpocząć dyskusję na temat występowania różnych jego rodzajów w danym kraju (tutaj: we Francji) i ich cech charakterystycznych.

W przypadku języka francuskiego może to być także wstęp do wprowadzenia zagadnienia regionalnych odmian języka (na przykład *ch ʔi*, język pikardyjski).

Za drugi przykład posłuży program pod nazwą *Mariés au 1er regard* (polski odpowiednik *Ślub od pierwszego wejrzenia*, prod. TVN). Jego formuła polega na zawarciu związku małżeńskiego przez dwie nieznaną sobie osoby, wytypowane przez grupę ekspertów jako potencjalnie najbardziej do siebie pasujące na podstawie przeprowadzonych wcześniej badań i ankiet. Po ślubie, który jest pierwszą okazją do spotkania, para młoda udaje się na miesiąc miodowy, by móc lepiej się poznać. Fragment jednej z takich podróży<sup>2</sup> odsłania ciekawy element kulturowy, odnoszący się do użycia komplementu: młody małżonek podczas kolacji chwali swoją nieco zawstydzoną, świeżo poślubioną żonę za piękny wygląd. Zwracają tutaj uwagę dwie kwestie: po pierwsze użycie słów *T'es trop belle* (pol. *Jesteś taka piękna/Ale ty jesteś piękna*), które wydawać się może bardzo – może nawet zbyt – bezpośrednią formą komplementowania w stosunku do osób, których jeszcze za dobrze się nie zna, wręcz

<sup>1</sup> DOI: [https://www.6play.fr/l-amour-est-dans-le-pre-p\\_857/raphael-rencontre-marie-laure-son-coup-de-cur-c\\_11705670](https://www.6play.fr/l-amour-est-dans-le-pre-p_857/raphael-rencontre-marie-laure-son-coup-de-cur-c_11705670) [dostęp: 18.10.2019].

<sup>2</sup> DOI: [https://www.6play.fr/maries-au-premier-regard-p\\_6286/florian-est-charme-par-charlene-c\\_11826098](https://www.6play.fr/maries-au-premier-regard-p_6286/florian-est-charme-par-charlene-c_11826098) [dostęp: 18.10.2019].

rzadko używaną<sup>3</sup> w pewnych kręgach kulturowych, a jednak nie powinna ona dziwić, jeśli bierze się pod uwagę wskazany kontekst społeczny, to jest kulturę francuską. Równie ciekawym elementem, zastanawiającym pod kątem kulturowym, jest reakcja kobiety: nie używa ona formuły *dziękuję*, lecz ucieka się do strategii unikania (zob. Kerbrat-Orecchioni 1994). Akt językowy, jakim jest komplementowanie, jest silnie uwarunkowany kulturowo jako jedna z form grzeczności (językowej), co przy okazji omówienia sceny ukazującej tak zorientowaną wypowiedź może stanowić wstęp do debaty na zasygnalizowany temat. Jest to o tyle ważne, że grzeczność (werbalna oraz niewerbalna) czy tzw. *savoir-vivre* stanowią jeden z podstawowych atrybutów kultury, w przypadku którego warto szczególnie uwrażliwić na warstwę czynników implicytnych, jak na przykład znaczenie i uwarunkowanie użycia określonych zwrotów bądź strategię reakcji.

Trzecim i zarazem ostatnim przytoczonym przykładem będzie format pod nazwą *Un dîner presque parfait* (polski odpowiednik *Ugotowani*, prod. TVN). Formuła tego programu polega na losowym dobraniu grupy kilkorga osób zazwyczaj z tego samego miasta, którzy konkurują o nagrodę pieniężną, przygotowując w swoich domach tematyczne kolacje dla reszty uczestników. Jest to okazja nie tylko do udowodnienia swoich umiejętności kulinarnych, ale także do wspólnej zabawy organizowanej przez gospodarza wieczoru i do wzajemnego poznania swoich gustów i stylów życia. Mimo niepozornej formy, jest to program, który pozwala na obserwację różnych charakterystycznych zachowań pod kątem społeczno-kulturowym: choć oczywistym pozostaje, że scenariusz narzuca uczestnikom pewne reakcje, to jednak sposób, w jaki one się realizują, może być specyficzny dla danych zbiorowości. Dla potwierdzenia można przytoczyć tu jedną ze scen<sup>4</sup>,

<sup>3</sup> Takie obserwacje poczynione zostały na podstawie badań przeprowadzonych na potrzeby pracy magisterskiej autorki, która skupiała się na analizowaniu interpretacji studentów filologii romańskiej II stopnia dotyczących komplementów pojawiających się w wybranych realizacjach francuskiego dyskursu medialnego. Por.: Waszau, Anna (2018): *Interprétation du compliment en tant qu'outil d'évaluation de la compétence interculturelle en action*. Niepublikowana praca magisterska.

<sup>4</sup> DOI: <https://www.youtube.com/watch?v=oWWRMBFNJ1M> [dostęp: 18.10.2019].



gdzie obserwuje się rozmowę dwóch nieznających się wcześniej mężczyzn – także w tej interakcji mowa o swego rodzaju komplementach, który w wielu kręgach kulturowych budzi zdziwienie, gdyż pojawia się w relacji męsko – męskiej. Zatem już sama ta konfiguracja może być elementem zaskoczenia, nieoczekiwanym ze względów kulturowych. Jednak w tej samej scenie zauważyć można jeszcze jeden szczegół, który odnosi się tym razem do sfery niewerbalnej, nader istotnej w całym procesie komunikacji. Otóż, jeden z mężczyzn, wyrażając komplement na temat oryginalnego (pada tu słowo *génial*, pol. świetny, genialny) ubioru rozmówcy, ucieka się do pewnego gestu, a mianowicie ułożonego z palców znaku O.K. (kółko złożone z kciuka oraz palca wskazującego). Choć w wielu kulturach, choćby amerykańskiej czy polskiej, kojarzony jest wyłącznie z pozytywnym przekazem, niosącym ze sobą znaczenie wartości, jakości, to należy brać pod uwagę, że język ciała nie jest uniwersalny dla wszystkich wspólnot etnicznych świata. W tym kontekście (francuskim) mógłby on zostać potraktowany jako ironia, gdyż znak ten może (choć nie zawsze musi) według Francuzów oznaczać „zero”, co zmieniłoby całkowicie znaczenie towarzyszącej mu wypowiedzi. Jest to ciekawy przykład na podkreślenie, jak istotna jest świadomość (meta)kulturowa i umiejętność relatywizacji własnej wiedzy oraz przekonań, by uniknąć ryzyka „utruty twarzy”<sup>5</sup>, która zaważyć mogłaby na całym procesie komunikacji.

## 6. Zakończenie

Korzystanie ze strategii uwzględniających programy rozrywkowe, jak te opisane w poprzednim rozdziale, ma niewątpliwie zarówno wiele plusów, jak i minusów. Odnosnie do pozytywnych aspektów użycia popularnych formatów medialnych w glottodydaktyce i procesie rozwijania KI należałoby tu wspomnieć przede wszystkim o mniej formalnej atmosferze nauki: poprzez charakter rozrywkowy zmniejsza

<sup>5</sup> Por. teorie grzeczności językowej: Goffman, Erving (1967): *Interaction Ritual: Essays in Face-to-Face Behavior*. Chicago: Aldine; Brown, Penelope & Levinson, Stephen (1987): *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.



się uczucie „przymusu”, przyczyniając się do obniżenia lęku u ucznia. Pobudza to postawę refleksyjną oraz procesy intelektualne poprzez zaangażowanie do pracy obu półkul mózgu, ułatwiając przyswajanie nowej wiedzy (Siek-Piskozub 2001: 104n.). W związku z tym, że mamy tu do czynienia z językiem w żywym użyciu, mamy również możliwość obserwacji frekwencyjności pewnych zachowań językowych oraz sposobów wyrażania się w języku nieformalnym, który przecież dominuje w codziennej komunikacji.

Trzeba jednak pamiętać również o ograniczeniach użycia takich formatów w celach dydaktycznych. Nieco oczywistym – choć kluczowym – jest fakt, że nauczyciel musi być obeznany z danym kręgiem kulturowym: jest to niezbędne, by móc odpowiednio zaadaptować fragmenty takich realizacji. Oczywiście, korzystanie z tego rodzaju korpusu nie może polegać na prezentowaniu całych odcinków programów: najważniejszym jest, by umiejętnie dobrać treści i wpleść w zajęcia oraz omawianą tematykę, zarazem odpowiednio prowadząc refleksję. Wiąże się to, rzecz jasna, z większym nakładem pracy nauczyciela, który zobowiązany zostaje w takim wypadku do wcześniejszego drobiazgowego przygotowania materiałów, by maksymalnie wykorzystać ich potencjał podczas ograniczonych czasowo zajęć. Negatywną stroną takich programów pod kątem edukacji językowej jest również kwestia poprawności form używanych przez obserwowanych uczestników, co wynika m.in. z języka o zróżnicowanym rejestrze. Stanowi to też trudność związaną z poziomem kompetencji językowej uczących się – często musi być ona dosyć zaawansowana, by móc zrozumieć kontekst oraz sens całej wypowiedzi.

Podsumowując, użycie strategii ludycznej – w formie wykorzystania elementów programów rozrywkowych – w celu pracy nad KI może przynieść wiele korzyści, jednak wiąże się też z pewnymi ograniczeniami. Niemniej, jeśli pamiętamy o zachowaniu pewnych zasad i „środków ostrożności”, to z powodzeniem możemy opracowywać i włączać w proces nauczania/uczenia się JO tego rodzaju materiały autentyczne. Stanowi to z pewnością ciekawy, uatrakcyjniający zajęcia element, przedstawiający pewne kulturowe zachowania i tendencje w żywym kontekście, którego zrozumienie wydaje się niezbędne, by móc udoskonalać KI i zrozumieć Drugiego.

## Bibliografia

- Byram, Michael (1997): *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Charaudeau, Patrick (2001): „Langue, discours et identité culturelle”. *Revue ELA 123–124*. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Langue-discours-et-identite.html> [dostęp: 18.10.2019].
- Jodłowiec, Maria (2005): „Techniki ludyczne w kształtowaniu świadomości różnic międzykulturowych” [w:] Mackiewicz, Maciej (red.): *Dydaktyka języków obcych a kompetencja kulturowa i komunikacja interkulturowa*. Poznań: Wydawnictwo WSB. Str. 271–279.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine (1994): *Les Interactions Verbales, tome III*. Paryż: Armand Colin.
- Mackiewicz, Maciej (2005): „Jeszcze raz o ‘modelu z Tybingi’: wsparcie kompetencji interkulturowej czy utrwalenie stereotypów?” [w:] Mackiewicz, Maciej (red.): *Dydaktyka języków obcych a kompetencja kulturowa i komunikacja interkulturowa*. Poznań: Wydawnictwo WSB. Str. 55–62.
- Mackiewicz, Maciej (2010): „Standardy kulturowe a dydaktyka języków obcych” [w:] Mackiewicz, Maciej (red.): *Kompetencja interkulturowa w teorii i praktyce edukacyjnej*. Poznań: Wydawnictwo WSB. Str. 137–150.
- Mihułka, Krystyna (2012): „Sposoby rozwijania kompetencji interkulturowej na lekcji języka obcego”. *Języki Obce w Szkole 2*. Str. 106–117.
- Mihułka, Krystyna (2014): „Dylematy współczesnej glottodydaktyki: język – kultura, interlingwalizm – interkulturowość”. *Języki Obce w Szkole 3*. Str. 78–87.
- Novak-Piasecka, Tatiana (2011): „Analiza dyskursu medialnego: lingwistyczna analiza dyskursu programu telewizyjnego America’s Got Talent (Ameryka ma talent)”. *Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze 1(5)*. Str. 113–120.
- Rada Europy (2001/2003): *Europejski system opisu kształcenia językowego: uczenie się, nauczanie, ocenianie*. Warszawa: Centralny Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli.
- Sapir, Edward (1978): *Kultura, język, osobowość*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Siek-Piskozub, Teresa (2001): *Uczyć się bawiąc. Strategia ludyczna na lekcji języka obcego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Thomas, Alexander (2003): „Analyse der Handlungswirksamkeit von Kulturstandards” [w:] Thomas, Alexander (red.): *Psychologie interkulturellen Handelns*. Göttingen: Hogrefe Verlag. Str. 107–135.

- Wierzbicka, Anna (1999): *Język – umysł – kultura*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wilczyńska, Weronika (1999): *Uczyć się czy być nauczonym: o autonomii w przyswajaniu języka obcego*. Warszawa/Poznań: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wilczyńska, Weronika (2005): „Czego potrzeba do udanej komunikacji interkulturowej?” [w:] Mackiewicz, Maciej (red.): *Dydaktyka języków obcych a kompetencja kulturowa i komunikacja interkulturowa*. Poznań: Wydawnictwo WSB. Str. 15–26.
- Zarate, Geneviève (1989): „Qu'est – ce qu'un exercice de civilisation?”. *Reflét* 29. Str. 20–21.
- Żydek-Bednarczuk, Urszula (2014): „Tekst medialny w edukacji glottodydaktycznej”. *Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców* 21. Str. 335–344.





ISBN 978-83-66666-05-4  
ISSN 2451-1013

DOI 10.48226/dwnuam.978-83-66666-05-4\_2020.4