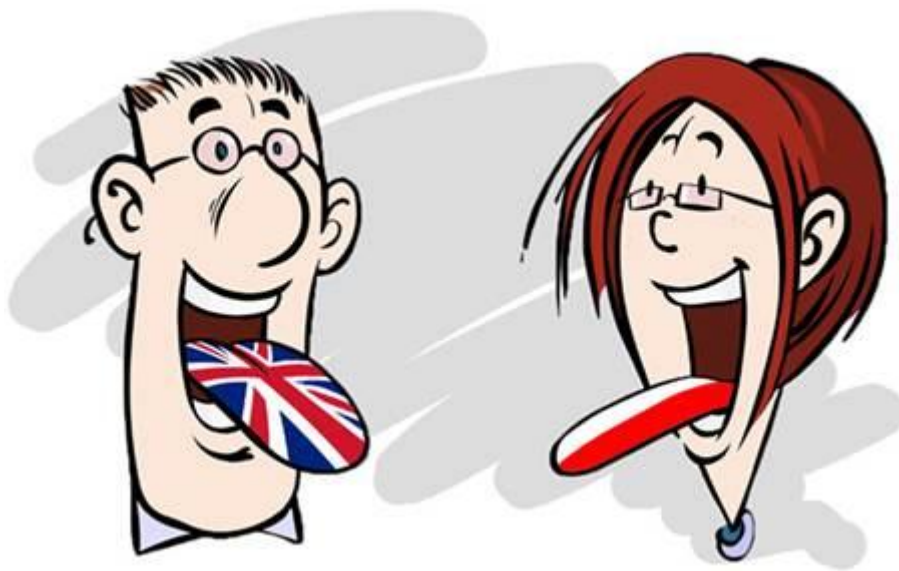


Republika Języka kontratakuje

Angielszczyzna i polszczyzna. Zderzenie się i przenikanie dwóch języków z naszej galaktyki kulturowej to prawdziwa interakcja dwóch światów – odległych, bo gdzie słowiańskiemu do anglosaskiego i na odwrót. Jest dużo chaosu, zgrzytów, huków i laserowych cięć, gdy do głosu dochodzą ortodoksyjni przedstawiciele tej czy innej teorii językowej dziejów.

Nie bez powodu wprowadzam tę gwiazdnowojeńską metaforę do tematu zapożyczeń – tak starego jak indoeuropejski rdzeń naszego języka. Dzięki wpływowi różnych kultur każdy język się wzbogaca, rozwija, różnicuje. Czasami się zachwaszcza, a potem odchwaszcza i pięknieje. Żyje. I to są procesy dobre. To są procesy nieuchronne. Rzecz w tym, żeby nie zaniedbywać pielęgnacji. Wpływy i zmiany muszą więc być choć w podstawowym zakresie normowane. Ktoś powinien nadawać rytm, wyznaczać kierunki, kształtować koryto głównego nurtu. Językoznawcy? Oczywiście. Nasi stojący na straży ładu ryccerze J.:) Ale żadne grono naukowców nie skłoni kilkudziesięciu milionów użytkowników języka do stosowania normy poprawnościowej. Znaczenie większą siłę oddziaływania mają środki masowego przekazu. W tym reklama. Wyobraźmy sobie, że jest taka, która czerpie to, co potrzebne do dalszego rozwoju polszczyzny, traktuje obce wyrazy, wyrażenia, nazwy jako źródło inspiracji, nie marginalizacji własnego języka. Czy to możliwe? Możliwe. Widzę to na co dzień.



A teraz krótka analiza powszechnego w reklamie zjawiska obrazującego językowe stracie światów: prezentacja produktów związanych z „Gwiazdnymi wojnami”. Ja do tej spolszczonej nazwy mam sentyment. Dzięki niej czuję, że „Gwiazdne wojny” stanowią też część naszej kultury, są „bliskie naszemu ciału”. I w wielu reklamach ta mocno zakorzeniona w polszczyźnie nazwa świetnie funkcjonuje. Jednak obok niej są „Star Wars”. A raczej „Star Warsy”, bo my, Polacy, zawsze i wszędzie, i co się da, i czego się nie da – odmieniamy gramatycznie. I te „Star Warsy” już są czymś zdecydowanie innym. Dla mnie obcym. Oczywiście nie mam na myśli zmiany studia filmowego. To język typu „brandish” – wyrosły z tezy, nie normy: zarejestrowana nazwa marki/wydarzenia kulturalnego jest nietykalna. Może dzięki „Star Warsom” bardziej czujemy się częścią globalnej kultury, a może jednak za dużo tracimy z naszego rodzimego kodu? Trudno teraz jednoznacznie na to odpowiedzieć. Nie tylko mnie. I pewnie różne pokolenia odpowiedzą inaczej. Przejawem takiego

wahania językowego jest właśnie współobecność form: „Star Warsów” i „Gwiezdných wojen”; Czarných piątków i Black Fridayów, które są po Świątce Dziękczynienia (a nie po Thanksgiving Dayu, nie wiedzieć czemu). To w końcu współobecność różnych form w obrębie jednego przekazu: „Star Wars. Przebudzenie Mocy”.

Podobne okresy przejściowe nazwę więc „wojną światów” językowych (z elementami ataku klonów w postaci do bólu powielanych zapożyczeń całościowych), ponieważ to czas dość dużej gmatwaniny, bardzo wielu niekonsekwencji. Norma? Jak norma? Widać tylko bitewny pył – gwiezdny, oczywiście. Aż w końcu, po kilkudziesięciu latach – raczej nie świetlnych – grupy słów, terminów danego nurtu okrzepną, utrwala się, skryształizują. Ale właśnie od naszej postawy – także obecnej, wyrażanej w kulturze masowej, w reklamie – zależy, co zostanie: „popiół czy diament”. A jeśli diament, to jak oszlifowany?

A zatem: **wprowadzajmy, adaptujmy, smakujmy słowa**, ale w starciu atrakcyjnych fonetycznie angielskich Monosylabowców (*jet*) z dostojnymi – choć nieco świszczącymi – słowiańskimi Polizgłoskowcami (*odrzutowiec*) **bądźmy po prostu po rozważnej i twórczej stronie mocy***.

dk

*Jestem bardzo ciekawa Waszych opinii. Ja przy „Gwiezdných wojnach” bym obstawała, ale już Luke’a Skywalkera na Łukasza Niebochoda bym nie zmieniała.

Szczególnie dziękuję działowi marketingu Media Saturn i studiu produkcyjnemu Ideal za dyskusję o nazwie dnia wyprzedaży „Black Friday”/Czarny Piątek oraz swojemu synowi za rozważania o terminologii „Gwiezdných wojen”.

Warszawa, 15 grudnia 2015