

POLSKI DLA TŁUMACZY

“Ja mówić po anglo-polski” - czyli o polszczyźnie przełomu tysiącleci

Jan Rusiecki

- Gdy poczujesz *Curly*, po prostu pokaż to. Gdy poczujesz *Curly*, po prostu zdobądź to. Żeby świat Twój nabrał barw, poznaj ten chrupiący smak. Czujesz się jak *Curly*? Zrób tak. *Curly* - to lekko chrupiąca fistaszkowa zabawa.
[Reklama telewizyjna, wiosna 1997]

Czy państwo to rozumieją? Bo ja nie całkiem; mimo że znam angielski. Bezsensowne zdanie *Czujesz się jak Curly?* to dosłowny przekład angielskiego zdania *Do you feel like Curly?* - czyli “Czy masz ochotę na Curly?” Wyrażenia *pokaż to, zdobądź to, zrób tak* brzmią po polsku dziwnie, bądź zgoła niezrozumiale. Pamiętam, jak ponad pół wieku temu pewna miła dziewczyna mówiła do mnie “zrób tak”; a ja byłem za młody, żeby pojąć, co ma na myśli... Tu jednak napewno nie o to chodzi. Tłumacz tej angielskiej reklamy najwyraźniej nie zwracał sobie głowy takimi drobiazgami, jak znaczenie użytych przez niego wyrazów i zwrotów w języku polskim, czy po prostu - sens.

Czy więc mają rację ci, którzy biją na alarm z powodu inwazji języków obcych na język polski - głównie zaś inwazji języka angielskiego? Czyniąc to, ludzie mają na myśli nie tyle takie nieudolne reklamy, ile przede wszystkim zalew nowych obcych wyrazów w polszczyźnie. Oto przykład z prasy:

- Dariusz Banaszek, z coraz większą przewagą **liderujący** od niemal dwóch miesięcy liście **rankingowej** polskich **scrabblistów**, wygrał prestiżowy 15-rundowy turniej z okazji 10-lecia **Scrabble** w Polsce. (...) Należy żałować, że nie przyjechali silni gracze z Gorzowa Wielkopolskiego, ale zapewne pokażą się w ten **weekend** w Szczecinie.
[Gazeta Wyborcza 19.4.1997]

Wydaje się więc, że to prawda, iż polszczyznę zalewa fala wyrazów pochodzenia angielskiego. Tak - ale zaskoczę państwa pewnie, gdy powiem, że naprawdę istotnych zmian zachodzących w języku polskim pod wpływem angielszczyzny szukać trzeba nie w nowinkach słownikowych, lecz gdzie indziej. Gdzie - o tym później. Tymczasem zajmijmy się właśnie tym, co wszyscy widzą najwyraźniej - to jest, nowymi wyrazami.

Powiedzmy sobie przede wszystkim, że wpływ jednego języka na drugi nie zachodzi w próżni społecznej, lecz jest jakoś uwarunkowany sytuacyjnie. Po prostu dzieje się tak, że w języku A (na przykład w polskim) pojawia się potrzeba wyrazu na określenie czegoś nowego. To coś istnieje w cywilizacji lub kulturze ludzi mówiących językiem B (na przykład angielskim), lecz jest nowością dla użytkowników języka A. Jak języki radzą sobie w takiej sytuacji?

- Możliwość pierwsza: język A zapożycza wyraz z języka B. Przykład: “komputer”
- Możliwość druga: w języku A pojawia się tłumaczenie wyrazu z języka B. Przykład: “mysz” - komputerowa, oczywiście.
- Możliwość trzecia: jeden z wyrazów języka A otrzymuje dodatkowe, nowe znaczenie. Przykład: “plik”.
- Możliwość czwarta - rzadko się zdarzająca: w języku A tworzy się całkiem nowy wyraz.

Przykład: “samolot”.

Zajmijmy się teraz tymi możliwościami.

Ludzi rażą przede wszystkim zapożyczenia. Niektórzy reagują wręcz agresją na teksty zawierające wyrazy obce, które jeszcze się w naszym języku nie zdomowiły (i nie wiadomo zresztą, czy się zdomowią). Oto przykład:

- Telefax Panasonic KX-F 600. Telefax na papier światłoczuły. Funkcje *Speakerphone*, *Voice*, *Standby*, *Mute*, *Flash*. Wyświetlacz *LCD*. Przełącznik *Tone/Pulse*. *Redial* - możliwość powtarzania numeru do 15 minut. Powiadomienie na pager.
[Gazeta Wyborcza 19.4.1997]

Taki tekst to jeszcze pół biedy, bo jest to reklama skierowana do osób, które prawdopodobnie wiedzą, o co chodzi. Ale jaki efekt chcą osiągnąć ludzie, którzy na ulicach Warszawy rozwieszają tablice reklamowe z obrazem samochodu i takim tekstem:

- KIA in GEAR
KIA MOTORS

Ani słowa po polsku. Reklamodawca założył widocznie, że potencjalny nabywca samochodu KIA zna angielski i wie, po pierwsze, że *KIA* i *gear* w tym języku się rymują; po drugie, rozumie, co to znaczy; a po trzecie, doceni grę słów. Wszystkie te założenia są całkiem fałszywe, a w wyniku tego reklama irytuje i staje się antyreklamą. Tu nie ma - i nie będzie - żadnych zapożyczeń.

Ale mniejsza o *KIA in GEAR*. Wróćmy do tekstu o telefaksie Panasonic i do nie przyswojonych wyrazów angielskich w tekstach polskich. Zauważmy, że *pager* już chyba zyskał prawo obywatelstwa; znalazł się nawet w słowniku Dunaja (z roku 1996). Niektórzy mówią [pejdżer], inni [pager], ale wszyscy odmieniają ten wyraz tak, jak gdyby był to wyraz polski: “zapomniałem pagera”, “przywołały go pagerem” - i tak dalej. No dobrze: ale co zrobić z funkcją *standby*, czy *redial* ? Zapożyczyć “na żywo” - jak pagera? A może przetłumaczyć - tak jak “mysz”? Tylko jak to zrobić?

Założmy, że uda się nam zgrabne tłumaczenie - tak jak udało się z “myszą”. Czy ocalimy tym tak zwaną czystość języka polskiego? Przecież będzie to w dalszym ciągu wyraz obcy - tyle że w polskim przebraniu. Mamy takich w naszym języku mnóstwo. Chcąc jechać *koleją* wsiadamy na *dworcu* do *pociągu osobowego* i prawdopodobnie przekonani jesteśmy, że to wszystko nasze, rodzime, polskie wyrazy i zwroty. W rzeczywistości są to tłumaczenia - językoznawca powie “kalki” - z języka niemieckiego.

Niektóre języki - na przykład czeski - kalkują na wielką skalę. Zachodzi pytanie, czy warto: nie tylko czy warto kalkować, ale także czy warto tworzyć “na siłę” wyrazy nowe. W dziejach naszej kultury chcieliśmy uniknąć zalewu słów niemieckich - przede wszystkim w technice - i to jest zrozumiałe. Trochę więc kalkowaliśmy: *mistrz* zamiast *majster*, *pokrywa* zamiast *dekiel*. Ponadto na dużą skalę tworzyliśmy wyrazy własne lub rozszerzaliśmy znaczenia wyrazów już istniejących. Przykłady to: *strug* zamiast *hebel*, *wyrzynarka* zamiast *laubzega*, *wiertarka* zamiast *bormaszyna*, *zmiana* zamiast *szychta*.

Gdy chodziło o obronę przed zalewem germanizmów - czy rusycyzmów - kalkowanie i tworzenie wyrazów nowych było usprawiedliwione. Ale czy ma sens unikanie słów międzynarodowych - tak zwanych internacjonalizmów - które zazwyczaj mają rdzenie łacińskie lub greckie? Mam na myśli słowa takie jak *doktór, uniwersytet, auto, radio, telefon*. Funkcjonują one równolegle w bardzo wielu językach świata i ogromnie ułatwiają porozumienie. Czy warto - w wieku telewizji satelitarnej, telefonów komórkowych i internetu - oddzielać się murem językowym od społeczności światowej?

W okresie panowania w Niemczech szowinistycznego nacjonalizmu Niemcy postanowili, że ich język musi być całkowicie rodzimy. No i popatrzmy na wyniki:

pol. <i>radio</i>	ang. <i>radio</i> fr. <i>radio</i> hiszp. <i>radio</i> węg. <i>rádió</i>	niem. <i>Rundfunk</i>
pol. <i>telewizja</i>	ang. <i>television</i> fr. <i>télévision</i> hiszp. <i>televisión</i> węg. <i>televízió</i>	niem. <i>Fernsehen</i>
pol. <i>szpital</i> (ale: <i>hospitalizacja</i>)	ang. <i>hospital</i> fr. <i>hôpital</i> hiszp. <i>hospital</i>	niem. <i>Krankenhaus</i>
pol. <i>litera</i>	ang. <i>letter</i> fr. <i>lettre</i> hiszp. <i>letra</i>	niem. <i>Buchstabe</i>

Niemcy odcięli się w ten sposób od wspólnoty językowej euroatlantyckiej i teraz - jak się zdaje - do niej powoli wracają, rehabilitując słowa takie jak *Telefon, Radio, Hospital* (w niektórych odmianach niemieckiego zawsze zresztą używany był wyraz *Spittal*).

My jesteśmy gdzieś po środku: mamy internacjonalizmy, takie jak *auto, telefon, radio, hotel, poczta, doktor*, ale także wyrazy, które są częściowo rodzime, a częściowo są kalkami - takie jak *samochód, gaźnik, drukarka, plik*.

A jak wyglądałaby polszczyzna, gdyby zwyciężyła tendencja do kalkowania - czyli nadawania wyrazom pozornie polskiej szaty? Rozważmy poniższy tekst.

- Pewnego wieczora mój przyjaciel słuchał sobie promieniodbiornika, a jego żona oglądała dalekowiedzenie. Nagle źle się poczuła. Przyjaciel chciał zadzwonić po pogotowie, ale okazało się, że dalekogłos jest zepsuty. Musiał więc wyjść i zadzwonić z samoczynca dalekogłosowego. Na szczęście chodziec przybył szybko i lekarz wraz ze zdrowotnikiem udzielili żonie przyjaciela pierwszej pomocy. Stwierdzili, że nie musi ona jechać do gościnnicy i poddawać się działaniu.

Zabawne, prawda? A przecież ten tekst powinien spotkać się z aplauzem osób, które pro-testowały przeciw wyrazowi *komputer*, proponując *mózg elektronowy* lub *maszynę liczącą* i nadal protestują przeciw różnym nowym internacjonalizmom, typu *modem, faks*, czy

kontener.

Jaki z tego wniosek? Wydaje się, że jest on oczywisty. Nie uciekajmy od internacjonalizmów. Oparte są przecież na grece i łacinie - czyli na tym, z czego wywodzi się znaczna część naszej kultury. Zaakceptujmy więc *modem*, *faks*, *kontener* i setki innych neologizmów - tak jak tysiąc lat temu zaakceptowaliśmy *szkołę*, *kościół*, *regulę* i mnóstwo innych wyrazów, które przyszły do nas z chrześcijaństwem.

Ba! - powie niejeden. Wprawdzie *modem*, *faks*, *kontener* i tak dalej mają rdzeń grecko-łaciński, ale są to pożyczki z angielskiego. Zalewa nas potok cudzoziemszczyzny, a język polski jest zagrożony.

Co na to odpowiedzieć? Po pierwsze, pożyczki same w sobie nie są dla żadnego języka zagrożeniem. We współczesnym albańskim ogromna większość wyrazów ma pochodzenie obce, a mimo to język nie stracił swej tożsamości, ponieważ system dźwięków i gramatyka są albańskie. Wspomniałem na początku swego wystąpienia, że istotnych zmian zachodzących w języku polskim pod wpływem angielszczyzny trzeba szukać poza słownictwem - a mianowicie, w semantyce i gramatyce. Jeśli zalew angielszczyzny mamy uznać za groźny, to właśnie z tego powodu. Wróć do tej sprawy później; tymczasem zaś powtarzam, że obce wyrazy nie zagrażają tożsamości języka.

A co odpowiedzieć na głosy niepokoju, że zapożyczamy właśnie z języka angielskiego: że skoro pod naporem McDonalda, Disneylandu, Harlequinów i kretyńskich filmów drugorzędnej produkcji z Hollywood tracimy narodową tożsamość kulturową, to przynajmniej języka powinniśmy bronić?

W odpowiedzi proponuję zastanowić się nad rolą angielszczyzny we współczesnym świecie. Czy nam się to podoba, czy nie, angielski gra obecnie rolę podobną do roli łaciny w świecie średniowiecza i wczesnego renesansu - lecz na większą skalę. Łacina była wspólnym językiem Europy, natomiast angielski jest wspólnym językiem świata. Po angielsku musi umieć porozumiewać się każdy naukowiec, po angielsku prowadzą samoloty kontrolerzy ruchu lotniczego, bez podstawowej choćby znajomości angielskiego nie warto wyruszać na żeglugę po Internecie - i tak dalej. Walki z wpływem amerykańskiej pop-kultury nie warto przenosić na grunt językowy, bo możemy na tym tylko stracić. Wyrazy i wyrażenia angielskie przyswajane są przez wiele języków i stają się nowymi internacjonalizmami. Jak zaś pożyteczne są internacjonalizmy, starałem się pokazać poprzednio.

Przypomnę jeszcze, że te nowe, z angielskiego pochodzące internacjonalizmy mają bardzo często źródłosłów grecko-łaciński - całkiem tak samo, jak internacjonalizmy stare. Za przykłady posłużyć tu mogą znów *kontener*, *faks* i *modem*. Tym łatwiej je więc zaakceptować - chyba że będziemy zaślepieni niechęcią do wszystkiego co angielskie, tak jak zaślepieni wydają się być Francuzi. Oni nawet *komputer* nazwali *ordinateur*, a *program* komputerowy *logiciel* - byle tylko było inaczej niż w angielskim. Ironia takiego postępowania tkwi w fakcie, że angielskie wyrazy *computer* i *program* mają źródłosłów grecko-łaciński, a język francuski przecież wyrósł z łaciny... Nienawisć zaślepia, więc Francuzi odcięli się od reszty świata i w wyniku tego francuscy użytkownicy komputerów muszą uczyć się terminologii dwukrotnie: raz w tzw. czystej francuzczyźnie, a drugi raz według standardów międzynarodowych.

Takie są wszakże działania oficjalne. W życiu jest inaczej i ludzie młodzi we Francji nie mają kompleksów wobec angielszczyzny. Wbrew ustawie o czystości języka mówią *Je suis au fast* - czyli jestem w restauracji typu *fast food* (np. u McDonalda); pewien rodzaj narkotyków nazywa się wyrazem *le shit* - takie sfrancuziałe angielskie gówno... - i tak dalej.

Ciekawe, że w Niemczech, które przeszły przecież w tym stuleciu ostrą chorobę językowego nacjonalizmu, wydaje się panować duża tolerancja na obce wtręty do języka niemieckiego. Telefon komórkowy nazywają z angielska *Handy* (choć termin ten wcale nie istnieje - w tym znaczeniu - w języku angielskim); popularny program dyskusyjny w telewizji nazywa się *Talk im Turm* "Talk - czyli rozmowa - w wieży"; serial telewizyjny o ratownikach w helikopterze nazywa się *Medicopter* - też całkiem z angielska; inny program telewizyjny nosi nazwę *Interaktiv live* - i tak dalej. W magazynie "Gazety Wyborczej" znalazłem taką oto reklamę:

SIEMENS

Kein Problem, wenn Sie diese Headline nicht verstehen.

Ten telefon mówi po polsku.

Headline, proszę państwa - a wcale nie Kopfzeile, Titelzeile, czy Titelpopf!

Rozważaliśmy dotychczas głównie wpływ angielszczyzny na polszczyznę mediów - prasy, radia, telewizji - i na polszczyznę techniki - głównie komputerowej. Ale przecież najważniejsze jest to, jak ludzie mówią; jak brzmi język codziennego porozumiewania się. I tu wyniki najnowszych badań, przeprowadzonych w Warszawie przez dr Agnieszkę Otwinowską-Kasztelanic, są zaskakujące. Nagrała ona piętnaście rozmów Polaków w wieku lat od 19 do 35, o wykształceniu co najmniej średnim. Łączna długość nagrań to ponad 70 000 słów. I co się okazało? Otóż spośród czterdziestu jeden osób nagranych, czternaście w ogóle nie użyło żadnych nowych wyrazów zapożyczonych, a wśród osób pozostałych dziesięć użyło tylko jednego lub dwóch takich wyrazów. Zapożyczenia pojawiały się w większych ilościach głównie wtedy, gdy mowa była o komputerach. W języku mówionym młodego pokolenia - czyli wśród ludzi, którzy kształtują polszczyznę współczesną - nie ma więc bynajmniej zalewu angielszczyzny!

Nie dajmy się przeto zwieść pełnemu angielszczyzny językowi reklam, radia, telewizji i prasy. Do codziennego języka polskiego zapożyczenia przenikają powoli i na pewno nie ma powodów do paniki.

Wspomniałem jednak na początku, że język angielski na polszczyznę dość silnie oddziałuje - lecz w inny sposób. Jest to wpływ, który można by nazwać podstępny, gdyż prawie wcale nie jest przez użytkowników języka polskiego zauważany. Dzieje się tak w dziedzinie pożyczek semantycznych, czyli w dziedzinie zmian znaczenia wyrazów i zwrotów polskich pod wpływem angielszczyzny, oraz - co pewnie państwa zaskoczy - w dziedzinie wpływu angielszczyzny na gramatykę polską! Zmiany w tych dziedzinach nie są na ogół zauważane z tego prostego powodu, że z pozoru nic się nie dzieje: nic obco nie brzmi. A jednak jeśli osoba chcąc wyrazić całkowitą zgodę z tym, co powiedział rozmówca, mówi *Dokładnie!*, to jest to anglicyzm - całkiem tak samo jak anglicyzmami są wyrazy *market*, *biznes*, *modem*, czy *party*. Różnica jest ta, że mamy tu tak zwaną pożyczkę semantyczną.

Ja jednak pożyczki semantyczne pominę, bo chcę się skupić na zmianach zachodzących w

gramatyce polskiej - a raczej na jednej z tych zmian, dotyczącej gramatyki przymiotnika. Otóż w języku polskim przymiotnik może stać albo przed rzeczownikiem albo po rzeczowniku, do którego się odnosi. Przymiotnik stojący po rzeczowniku określa kategorię, rodzaj, czy typ rzeczy nazywanych tym rzeczownikiem; na przykład *język słowiański* (a nie romański, germański, ugrofiński i tak dalej), *szkoła wyższa* (a nie podstawowa czy średnia), *sklep rybny* (a nie spożywczy, warzywny, mięsny i tak dalej). Przymiotnik stojący przed rzeczownikiem określa jakąś cechę rzeczy nazywanej tym rzeczownikiem, opisuje tę rzecz; na przykład *piękny język słowiański*, *nowa szkoła wyższa*, *mały sklep rybny*. Dobrym przykładem będzie tu zwrot z etykiety na słoiku z oliwkami, kupionym w jednym z warszawskich supermarketów: *hiszpańskie oliwki greckie*. Przymiotnik *greckie* określa tu rodzaj, gatunek oliwek, natomiast przymiotnik *hiszpańskie* opisuje kraj ich pochodzenia.

W języku angielskim natomiast przymiotnik stoi prawie zawsze przed rzeczownikiem, do którego się odnosi. Jednak pod wpływem niedbałych przekładów z języka angielskiego, jakie codzień czytamy w prasie i słyszymy w radiu i telewizji, użycie przymiotnika wyłącznie przed rzeczownikiem zaczyna się szerzyć w języku polskim. Czytamy więc i słyszymy zwroty takie jak *telewizyjny program* (zamiast *program telewizyjny*), *wirtualna rzeczywistość* (zamiast *rzeczywistość wirtualna*), a nawet *plastyczny chirurg* (zamiast *chirurg plastyczny*). Czasem dochodzi do nieporozumień; jak wtedy, gdy ktoś używa zwrotu *piękna literatura*, choć ma na myśli *literaturę piękną* - czyli pewien rodzaj literatury, która wcale nie zawsze daje się opisać słowem *piękna*.

Wspomniane przeze mnie poprzednio badania nad językiem mówionym młodego pokolenia Polaków wskazują, że w języku potocznym takie anglicyzmy gramatyczne są rzadkie. Przegląd tekstów prasowych, radiowych i telewizyjnych natomiast wykazał, że stawianie przymiotnika przed rzeczownikiem, gdy miejsce jego jest po rzeczowniku, zdarza się w nich bardzo często. Można by się tym nie przejmować i powiedzieć, że gdy dorobimy się lepszych tłumaczy, to się to zmieni. Niestety są dowody na to, że angielski szyk przymiotnika już teraz wpływa na polszczyznę. Dr Otwinowska-Kasztelaniec przeprowadziła badania kwestionariuszowe na grupie Polaków w wieku od lat 15 do 55 plus. Jedno z pytań brzmiało tak:

- Proszę przeczytać poniższe przykłady konstrukcji przymiotnikowych w języku polskim.
teatralna scena - gdy ktoś robi coś w sposób przesadzony, "teatralny"
scena teatralna - scena w teatrze
rybny akwen - wody, gdzie można znaleźć dużo ryb
sklep rybny - sklep, gdzie kupuje się ryby
- Czy można powiedzieć "rybny sklep" ? TAK. NIE.

Otóż w grupach wiekowych 19 do 35 lat, 36 do 55 lat i od 55 lat w górę tylko po jednej osobie odpowiedziało "TAK", czyli uznało, że zwrot "rybny sklep" jest do przyjęcia, a po 24 osoby w każdej grupie powiedziało "NIE". Natomiast w grupie wiekowej od lat 15 do 18 odpowiedziało "NIE" osiemnaście osób, zaś "TAK" aż siedem osób! W pokoleniu Polaków wchodzących w dorosłość wydaje się więc zacierać różnica znaczeniowa między przymiotnikiem w pozycji przed i po rzeczowniku. Potwierdziło się to także w innych badaniach, a przyczyny tego zjawiska należy chyba upatrywać w silnej ekspozycji na język angielski, szczególnie skutecznej wśród osób najmniej krytycznych - czyli w pokoleniu najmłodszym.

Jeśli więc z początkiem dwudziestego pierwszego stulecia język polski naprawdę znacząco

się zmieni pod wpływem angielszczyzny, to nie w zakresie słownictwa. A co można poradzić na owe niewidoczne zmiany znaczenia i systemu gramatycznego, które państwu zasygnalizowałem? Jedyna rada, moim zdaniem, to podnoszenie świadomości językowej ludzi młodych. To wymagałoby jednak rewolucji w nauczaniu języka polskiego w szkole: odejścia od wkuwania poprawnościowych regułek na rzecz rozwijania wrażliwości językowej, sprawności w oddawaniu subtelnych różnic znaczeniowych, a nadto - mądroj miłości do języka ojczystego. Na to, niestety, w szkole się jeszcze nie zanoszą.

Nie martwmy się jednak; przecież telewizja ukazuje nam świetlaną przyszłość:

Hot dog, pizza, hamburgery
 To są statki nowej ery.
 Nastolatki i dzieciaki
 Uwielbiają chrupać snacki:
 Pyszne, odlotowe
 Firmy *Chio* chrupki nowe.
 Gaz do dechy, zapnij pasy,
 Idą z *Chio* nowe czasy!
 Hot dog, pizza, hamburgery
 Prosto z pysznej *Chio* Sfery,
 Hot dog, pizza, hamburgery,
Chio, Chio, Chio Chips!

Warszawa, październik 1999 - maj 2000