

Iwona Dembowska-Wosik

W

**Wizerunek Polski
i Polaków
w chicagowskim
„Dzienniku
Związkowym”**



JĘZYKOZNAWSTWO

KOMUNIKACJA I PRAGMATYKA JĘZYKOWA

**Wizerunek Polski
i Polaków
w chicagowskim
„Dzienniku
Związkowym”**



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
Łódzkiego

Iwona Dembowska-Wosik

**Wizerunek Polski
i Polaków
w chicagowskim
„Dzienniku
Związkowym”**

Iwona Dembowska-Wosik – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej, 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENT

Bożena Ostromęcka-Frączak

REDAKTOR INICJUJĄCY

Urszula Dzieciatkowska

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Małgorzata Szymańska

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

PROJEKT OKŁADKI

Stämpfli Polska Sp. z o.o.

Zdjęcie wykorzystane na okładce: © Shutterstock.com

© Copyright by Iwona Dembowska-Wosik, Łódź 2017
© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2017

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.07216.15.0.M

Ark. wyd. 16,8; ark. druk. 22,0

ISBN 978-83-8088-323-9
e-ISBN 978-83-8088-324-6

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: księgarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

Spis treści

Wykaz skrótów	13
Wstęp	15
1. Cel pracy	15
2. Polonia w USA	16
2.1. Stan obecny Polonii w USA	16
2.2. Rys historyczny	18
3. Prasa etniczna w USA	20
3.1. Prasa polonijna w USA	21
3.2. „Dziennik Związkowy”	24
3.3. Rola i funkcje prasy polonijnej	25
3.4. Prasa polonijna a postawy Polonii amerykańskiej	26
4. O autorze cyklu <i>Okiem felietonisty</i>	28
5. Stan badań nad wizerunkiem	29
6. Ustalenia terminologiczne	31
6.1. Definicje wizerunku	31
6.2. Pojęcie językowego obrazu świata	33
6.3. Pojęcie stereotypu	35
6.4. Wizerunek a stereotyp	36
6.5. Definicja wizerunku	38
6.6. Presupozycja, implikatura i metafora	39
7. Charakterystyka materiału	40
8. Metoda badawcza	46

ROZDZIAŁ I

ANALIZA TEMATYCZNA	49
1. Metoda analizy tematycznej	49
2. Kreowanie wizerunku Polski	50
2.1. Aspekt polityczny	50
2.1.1. Suwerenność Polski	51
2.1.2. Demokracja w Polsce	64
2.1.2.1. Wybory	67
2.1.2.2. Politycy	72
2.1.3. Polska po transformacji	80
2.1.4. Funkcjonowanie instytucji państwowych w Polsce	84
2.1.5. Polityka zagraniczna	86
2.2. Aspekt bytowy	88
2.2.1. Sytuacja gospodarcza w Polsce	88
2.2.1.1. Zadłużenie	90
2.2.1.2. Energetyka	91
2.2.1.3. Pozostałe gałęzie przemysłu	92
2.2.1.4. Kryzys ekonomiczny	93
2.2.1.5. Bezrobocie	94
2.2.1.6. Bieda i rozwarstwienie ekonomiczne	96
2.2.1.7. Symbole dobrobytu	97
2.2.1.8. Zagraniczne towary	98
2.2.2. Praktyczny wymiar życia w Polsce	99
2.2.3. Opinie z zagranicznej prasy	99
2.3. Aspekt kulturowy	100
2.3.1. Polskie media	100
2.3.2. Edukacja	103
2.3.3. Inne	104
2.4. Aspekt społeczny	107
2.4.1. Brak solidarności wśród Polaków	107
2.4.2. Problemy demograficzne	109

2.4.3. Brak sprawiedliwości	109
2.5. Aspekt psychiczny	110
2.6. Aspekt historyczny	112
2.7. Pozostałe aspekty	115
3. Podsumowanie	115
4. Kreowanie wizerunku Polaków	119
4.1. Aspekt bytowy	119
4.1.1. Emigracja	119
4.1.2. Bieda i bezrobocie	124
4.1.3. Brak stabilizacji życiowej	127
4.1.4. Brak własności	127
4.1.5. Złe zarządzanie własnym majątkiem	128
4.1.6. Zależność finansowa od innych	129
4.1.7. Praktyczny wymiar życia w Polsce	130
4.2. Aspekt psychiczny	130
4.2.1. Stan emocjonalny	131
4.2.2. Cechy charakteru	134
4.2.3. Niedostatki intelektualne i moralne Polaków zestawione z wizerunkiem polskich emigrantów	135
4.3. Aspekt polityczny	139
4.3.1. Stosunek Polaków do suwerenności Polski	139
4.3.2. Nieumiejętne korzystanie z demokracji	140
4.3.3. Preferencje polityczne	142
4.3.4. Wpływ sytuacji bytowej na zaangażowanie rodaków w politykę	142
4.3.5. Brak aktywności obywatelskiej Polaków	143
4.4. Aspekt kulturowy	145
4.5. Aspekt społeczny i psychospołeczny	146
4.6. Pozostałe aspekty	149
5. Podsumowanie	149
6. Wnioski	153

ROZDZIAŁ II

TREŚCI NIEJAWNE (ANALIZA IMPLIKATUR I PRESUPOZYCJI)	157
1. Pojęcie implikatury	157
1.1. Implikatura konwersacyjna	158
1.2. Implikatura konwencjonalna	161
1.3. Implikatura ukryta	161
2. Przykłady implikatur – analiza i klasyfikacja	162
2.1. Implikatury powiązane z maksymami ilości	163
2.1.1. Implikatury standardowe	163
2.1.2. Implikatury konwersacyjne	165
2.1.3. Implikatury ukryte	165
2.2. Implikatury powiązane z maksymami jakości	166
2.2.1. Implikatury standardowe	166
2.2.2. Implikatury konwersacyjne	166
2.2.3. Implikatury ukryte	167
2.3. Implikatury powiązane z maksymą odniesienia	168
2.3.1. Implikatury standardowe	168
2.3.2. Implikatury konwersacyjne	169
2.3.3. Implikatury ukryte	170
2.4. Implikatury powiązane z maksymą sposobu	170
2.4.1. Implikatury standardowe	170
2.4.2. Implikatury konwersacyjne	171
2.4.3. Implikatury ukryte	172
2.5. Ogólne i szczegółowe implikatury konwersacyjne	173
3. Implikatura jako narzędzie analizy tekstu w badaniu wizerunku	174
4. Analiza implikatur w felietonach Wojciecha Borkowskiego	175
4.1. Implikatury konwersacyjne	175
4.1.1. Implikatury konwersacyjne generowane przez naruszenie maksymy odniesienia	176
4.1.2. Implikatury konwersacyjne generowane przez naruszenie maksymy sposobu	178
4.1.2.1. Użycie wyrażzeń peryfrastycznych	178

4.1.2.2. Nagromadzenie	179
4.1.2.3. Synonimy tekstowe leksemu 'Polak'	180
4.1.2.4. Nietypowe użycie tytułów w stosunku do osób publicznych	180
4.1.2.5. Pozostałe przykłady	183
4.2. Implikatury ukryte	184
4.2.1. Implikatury ukryte generowane przez naruszenie maksym ilości	185
4.2.2. Implikatury ukryte generowane przez naruszenie maksym jakości	186
4.2.2.1. Określanie skali i znaczenia zjawisk	186
4.2.2.2. Odwołanie do stereotypu	189
4.2.2.3. Orzekanie o cudzych stanach, czynnościach mentalnych i doznaniach	190
4.2.2.4. Użycie leksemów o niedookreślonym znaczeniu, niejasnej referencji i treści	193
4.2.2.5. Użycie strony biernej i konstrukcji bezosobowych	196
4.2.2.6. Brak dostępu do danych empirycznych	197
4.2.2.7. Prognozy	197
4.2.2.8. Pozostałe przykłady	199
4.2.3. Implikatury ukryte generowane przez naruszenie maksymy odniesienia	201
4.2.4. Implikatury ukryte generowane przez naruszenie maksymy sposobu	206
5. Podsumowanie	207
6. Presupozycje – tło teoretyczne	209
6.1. Własności presupozycji	211
6.1.1. Niezależność od negacji	211
6.1.2. Podatność na uchylenie	211
6.1.3. Problem rzutowania	211
6.2. Najnowsze teorie wyjaśniające naturę i funkcjonowanie presupozycji	212
6.2.1. Presupozycje potencjalne i aktualne G. Gazdara a problem rzutowania	212
6.2.2. Analiza akomodacyjna	212

Spis treści

6.3. Presupozycja a implikatura	213
6.4. Konstrukcje wprowadzające presupozycje	214
6.5. Presupozycyjny charakter pytań retorycznych	215
6.5.1. Klasyfikacje pytań retorycznych	217
6.6. Presupozycja w manipulacji	218
7. Presupozycje w cyklu <i>Okiem felietonisty</i>	218
7.1. Presupozycje generowane przez odpowiedniki deskrypcji określonych w języku polskim	219
7.1.1. Grupy nominalne, których centrum stanowi rzeczownik w funkcji podmiotu	220
7.1.2. Konstrukcje z dopełniaczem	222
7.1.3. Konstrukcje z zaimkiem wskazującym	224
7.2. Presupozycje generowane przez czasowniki i konstrukcje faktywne	225
7.3. Presupozycje generowane przez czasowniki zmiany stanu	226
7.4. Presupozycje generowane przez wskaźniki powtórzeń	229
7.5. Presupozycje generowane przez określenia czasowe	235
7.5.1. Zdania podrzędnie złożone okolicznikowe czasu i inne zdania podrzędne wnoszące informację o czasie	235
7.5.2. Okoliczniki czasu	238
7.6. Presupozycje generowane przez odpowiedniki nieidentyfikujących zdań względnych w języku polskim	243
7.7. Presupozycje generowane przez nierzeczywiste okresy warunkowe	247
7.8. Presupozycje generowane przez pytania	249
7.8.1. Presupozycje generowane przez pytania retoryczne	251
7.8.1.1. Pytania o uzupełnienie	252
7.8.1.2. Pytania alternatywne	253
7.8.1.3. Pytania o rozstrzygnięcie	255
7.9. Presupozycje generowane przez operatory presupozycji	259
8. Podsumowanie	263
9. Wnioski	266

ROZDZIAŁ III

METAFORYKA	271
1. Metafora i metonimia – tło teoretyczne	271
2. Budowa metafory	273
2.1. Jak działa metafora?	273
3. Klasyfikacje metafor	275
4. Metafora a metonimia	275
5. Problemy w analizie metafory	276
6. Metoda analizy metaforyki	277
7. Analiza metafor w cyklu <i>Okiem felietonisty</i>	279
7.1. Polacy	279
7.2. Polska	285
7.2.1. Historia Polski	288
7.2.2. Teraźniejszość	290
7.2.3. Gospodarka	293
7.3. Świat polskiej polityki	295
7.4. Media w Polsce	311
7.5. Polska a świat	317
7.5.1. Polska a Unia Europejska	317
7.5.2. Polska a reszta świata	318
8. Wnioski	326
ZAKOŃCZENIE	329
BIBLIOGRAFIA	333

Wykaz skrótów

- DOSĆ Dyskursywny Obraz Świata.
- (G) Grice P., 1989a, *Logic and Conversation*, w: *Studies in the Way of Words*, Cambridge, London, s. 22–40.
- (H) Huang Y., 2010, *Implicature*, w: L. Cummings (ed.), *The Pragmatics Encyclopedia*, London, New York, s. 206–209.
- (Ho) Horn L. R., 2004, *Implicature*, w: L. R. Horn, G. Ward (eds.), *The Handbook of Pragmatics*, eds. Oxford & Blackwell, s. 3–28.
- JOSĆ Językowy Obraz Świata
- (L) Levinson S., 2010, *Pragmatyka*, tłum. T. Ciecierski, K. Stachowicz, Warszawa.
- (L-M) Lisowska-Magdziarz M., 2006, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków.
- (S) Szymanek K. 2004, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa.
- (Z) Zdunkiewicz D., 2001, *Akty mowy*, w: J. Bartmiński (red.), *Współczesny język polski*, Lublin, s. 269-280.
- SJP PWN Drabik L. (red.), 2007, *Słownik języka polskiego PWN*, [wersja elektroniczna <http://sjp.pwn.pl/>]
- SJPDor Doroszewski W. (red.), 2000, *Słownik języka polskiego*, [wersja elektroniczna <http://doroszewski.pwn.pl/>]
- USJP Dubisz S. (red.), 2008, *Uniwersalny słownik języka polskiego PWN*, [wersja elektroniczna <http://usjp.pwn.pl/>]

WSTĘP

1. Cel pracy

Celem autorki pracy jest analiza wizerunku Polski i Polaków w cyklu felietonów *Okiem felietonisty* autorstwa Wojciecha Borkowskiego, publikowanych co tydzień w „Dzienniku Związkowym” – jednym z dwu największych wydawanych po polsku polonijnych dzienników w Stanach Zjednoczonych¹.

Polonia amerykańska, do której kierowane są analizowane teksty, jest jedną z najliczniejszych mniejszości narodowych w USA, a zarazem największą polską diasporą poza granicami kraju. Analiza wizerunku Polski i Polaków w cyklu *Okiem felietonisty* ma pomóc w zrozumieniu, jakie wyobrażenie ojczystego kraju kształtuje w swoich odbiorcach „Dziennik Związkowy”, jakie pełni ono funkcje w życiu Polonii jako wspólnoty emigrantów.

Grupa ta od początków masowej emigracji z ziem polskich do USA znana jest ze swojego poczucia odpowiedzialności za sprawy polskie. Przetrwało ono wiele zmian polskiej państwowości – okres rozbiorów i walk o niepodległość, jej odzyskanie w 1918 roku, koszmar II wojny światowej, okres komunizmu, wreszcie – transformację ustrojową i wstąpienie Polski do struktur europejskich. Nie jest to jedynie przekonanie polskich emigrantów w USA. Wydaje się, że również w Polsce utrzymuje się przeświadczenie o ciężących na mieszkających w USA Polakach obowiązkach wobec opuszczonej ojczyzny².

Wyłaniający się z tekstów Wojciecha Borkowskiego wyrazisty wizerunek Polski i Polaków wydaje się podtrzymywać fundamenty tej swoistej misji ame-

¹ Drugim jest ukazujący się na terenie stanów Nowy Jork i New Jersey „Nowy Dziennik” (por. punkt 3.1).

² Co jest spójne z polskim dyskursem emigracyjnym (por. punkt 3.4.).

rykańskiej Polonii, opartej na silnym przekonaniu o polskiej niedoli. Jej obraz może okazać się zaskakujący dla wielu Polaków. Wydaje się więc słusznym przyjrzenie się mechanizmom, których autor używa, aby ten wizerunek wykreować. To pozwoli skonfrontować go z (niejednokrotnie innym, jak sądzę) doświadczeniem odbiorców i wykazać jego konstrukcyjność oraz instrumentalny charakter.

2. Polonia w USA

2.1. Stan obecny Polonii w USA

Społeczeństwo Stanów Zjednoczonych nie bez racji nazywane jest narodem emigrantów. Mniejszość polska jest w USA liczną grupą. Spis powszechny w 2000 roku ocenia liczebność tzw. Polish Americans na 9 mln³; czyni to z Polonii ósmą co do liczebności mniejszość etniczną w USA (U.S. Census Bureau, 2004).

Z tych 9 mln, ponad 500 tys. osób urodziło się poza granicami Stanów Zjednoczonych. Wynika z tego, że do zanotowanego wzrostu liczebności polskiej mniejszości w USA przyczyniły się głównie drugie i trzecie pokolenie imigrantów, a więc potomkowie Polaków przybyłych do Stanów w pierwszych trzech dekadach XX wieku (Booza 2007, s. 64). Stąd też rozmieszczenie geograficzne tych grup pokrywa się z miejscami pierwotnie zamieszkanymi przez przybyśców z Polski, tj. Wschodem i tzw. Środkowym Zachodem USA, głównie stanami Illinois, Michigan, Pensylwania, Nowy Jork. Największe skupiska polonijne wciąż znajdują się w okolicach Chicago (ponad 830 tys. mieszkańców), Nowego Jorku (wraz z sąsiadującym stanem New Jersey – ponad 720 tys. mieszkańców) oraz Detroit (prawie 480 tys. mieszkańców; Booza 2007, s. 64). Poza tymi stanami, większe skupiska Polonii znajdują się także w Milwaukee (w stanie Wisconsin), w okolicach Cleveland (stan Ohio), Minneapolis (Minnesota), Los Angeles (w Kalifornii), w Bostonie (stan Maine), St. Louis (Missouri), Omaha (Nebraska; Benson 2004).

Jak pokazuje spis powszechny z 2000 roku, tzw. Polish Americans stanowią grupę pod wieloma aspektami ponadprzeciętną. Powyżej średniej plasuje się

³ Dane spisu powszechnego z 2000 roku omawia J. C. Booza (2007). Liczba 9 mln wynika z wyliczeń dokonanych na podstawie kwestionariusza szczegółowego, który objął ok. 15% domostw amerykańskich. W kwestionariuszu tym respondenci mogli wskazać pierwotną i wtórną kulturę pochodzenia. Odpowiedzi zostały zsumowane i rozszerzone na całą populację Stanów Zjednoczonych (Booza 2007, s. 63).

liczba osób z wykształceniem wyższym (30,9% w stosunku do amerykańskiej średniej wynoszącej 25%). Mediana dochodu gospodarstw domowych w tej grupie jest wyższa niż w całym społeczeństwie amerykańskim o niemal 10 tys. dolarów rocznie, zaś odsetek rodzin żyjących w ubóstwie wynosi 3,8% (przy 9,2% dla całej populacji). Najliczniejszą grupą zawodową wśród amerykańskiej Polonii są kadry zarządzające i specjaliści (Booza, s. 68–70). Dane te obrazują znaczną poprawę warunków życia tej grupy na przestrzeni ostatniego stulecia (Booza 2007, s. 68–69) i pozostają w sprzeczności z wieloma stereotypowymi przekonaniem na jej temat.

Także struktura polonijnych rodzin odbiega od wzorców amerykańskich. Z uwagi na przeważający katolicyzm liczba rozwodów, związków partnerskich oraz samotnych rodziców jest niższa niż w całej populacji amerykańskiej (Booza 2007, s. 68). Polonia amerykańska jest też grupą silną kulturowo. O sile tej świadczą istniejące w USA polskie instytuty badawcze – Polish Institute of Arts and Sciences, który wydaje czasopismo naukowe „Polish Review” (Polish Institute of Arts and Sciences, www.piasa.org) oraz Polish American Historical Association, wydawca popularnonaukowego „Polish American Studies”, podejmujący zarówno działania naukowe, jak i popularyzatorskie (*What is PAHA?*, www.polishamericanstudies.org).

Od 1885 r. istnieje w USA polska uczelnia – Seminarium im. Św. Cyryła i Metodego w Orchard Lake, w stanie Michigan (*History*, <http://www.sscms.edu/history.asp>).

Polonistyka lub przedmioty polonistyczne pojawiają się w amerykańskich szkołach wyższych. Pierwszą z nich był Uniwersytet Harvarda, który rozpoczął nauczanie historii Europy północno-wschodniej jeszcze w XIX wieku. Trzy lata później otwarto tam pierwszy lektorat z języka polskiego (Mikoś 2012, s. 15). Kolejnymi uczelniami, które włączyły w swój program nauczania polonistykę, były między innymi Uniwersytet Columbia, Uniwersytet Chicago, Uniwersytet Michigan (więcej: Mikoś 2012, s. 11–20)⁴. Ostatecznie w 2006 roku Center for Advanced Research on Language Acquisition zarejestrowało 105 instytucji prowadzących kursy polonistyczne (Mikoś 2012, s. 19–20)⁵.

O sile Polonii amerykańskiej świadczy również bogaty wybór prasy polonijnej, który zostanie omówiony w dalszej części pracy (patrz punkt 3.1.).

⁴ Autor przedstawia także listę polskich naukowców, lektorów języka polskiego, tłumaczy i pisarzy, pracujących (obecnie lub w przeszłości) w USA (Mikoś 2012).

⁵ Omówienie działania tzw. studiów polskich na Uniwersytecie Indiana por. I. Dembowska-Wosik (2011) *Polska w oczach Amerykanów – Polonistyka (i nie tylko) w Indiana University*.

2.2. Rys historyczny

Za początki polskiej obecności w Ameryce Północnej można uważać rok 1608, w którym niewielka grupka rzemieślników z Polski osiedliła się w Jamestown w Wirginii (Pula 2011a, s. 178). A. Pilch wspomina także o wcześniejszej grupie przybyszów z Polski, która osiadła w miejscowości Parisville w stanie Michigan w latach 40. XVII stulecia (Pilch 1988, s. 39).

W literaturze przedmiotu opisywanych jest kilka okresów emigracji mieszkańców Polski do USA. Pilch wyróżnia jako pierwszy – okres kolonialny (od XVII wieku do lat 70. XVIII wieku), podczas którego emigracja była niewielka. Kolejny rozpoczyna się w latach 70. XVIII wieku (czas I rozbioru Polski) i trwa do połowy XIX wieku – jest to czas emigracji politycznej (1988, s. 37); odnośnie do niego używa się także czasami określenia „pierwsza fala” emigracji (Benson 2004, s. 500).

Trzeci okres (właściwa „pierwsza fala”; Benson 2004, s. 501) rozpoczyna się w II poł. XIX w. i nazywany jest przez Pilcha „gorączką emigracyjną”. Spowodowana była ona głównie względami ekonomicznymi (głód ziemi, przeludnienie, eksplozja demograficzna, klęski żywiołowe; Pilch 1988, s. 38). Osoby, które przybyły wówczas do USA ustanowiły tzw. „starą emigrację” (Benson 2004, s. 501). W tym okresie powstała w Teksasie Panna Maria – pierwsza polska kolonia w USA, założona przez grupę imigrantów ze Śląska (Pula 2011a, s. 179).

Emigracja polska w tych czasach była bardzo liczna w porównaniu z emigracją innych grup narodowych. Jak pisze J. Pula,

więcej Polaków przybyło do Stanów Zjednoczonych między 1880 a 1920 rokiem niż osób z jakiegokolwiek innej grupy etnicznej, wyłączając Włochów i Żydów [More Poles came to the United States between 1880 and 1920 than did people of any other ethnic group except Italians and Jews] (Pula 2004, s. 39).

Zahamowanie tego procesu przyniosła dopiero I wojna światowa (Pilch 1988, s. 41), a właściwie prawne restrykcje wprowadzone przez rząd USA (Francić 1988, s. 47). Uchwalony w 1921 roku *The First Quota Act* określał, ilu imigrantów i z jakich krajów może przybyć rocznie do Stanów Zjednoczonych. Ograniczenia te zaostrzył jeszcze *National Origins Act*, wprowadzony w 1924 r. (Pula 2011, s. 181).

Podczas drugiej wojny światowej i w pierwszych latach powojennych emigracja kolejny raz zmieniła charakter. W latach wojny i okupacji do USA wyjechało niewielu Polaków, była to jednak grupa o dużym znaczeniu kulturalnym,

naukowym i politycznym (Frančić 1988, s. 51). Uchwalone po wojnie prawa (*Refugee Relief Act* oraz *Displaced Persons Act*) stworzyły nowe możliwości emigracji Polaków do USA na prawach uchodźcy lub jako tzw. DP (displaced person, czyli osoby przemieszczonej, która nie mogła lub nie chciała wrócić do Polski; Pula 2011a, s. 182). Ta fala emigracji trwała aż do lat 70. W tym okresie co trzecia wpuszczana do USA osoba pochodziła z Polski. Były to osoby dobrze wykształcone, wykwalifikowani robotnicy, intelektualiści, naukowcy i studenci⁶ (Frančić 1988).

Najnowsza emigracja (określana przez Benson jako „trzecia fala”; 2004, s. 502) rozpoczęła się na przełomie lat 80. i 90. i trwa do dzisiaj. 37% polskiej populacji w USA przybyło za Ocean pomiędzy rokiem 1989 a 1991 (Booza 2007, s. 65). Poza tym „skokiem” fala ta jest jednak niewielka⁷, składa się głównie z młodych ludzi, którzy planują w przyszłości powrót do Polski (Benson 2004, s. 502).

Polonia amerykańska doczekała się licznych opracowań, z których najważniejszymi bodaj są książki J. Bukowczyka: *Polish Americans and Their History: Community, Culture, and Politics* (Pittsburgh 1996) oraz *And My Children Did not Know Me: A History of the Polish-Americans* (Bloomington i Indianapolis 1987). Warto też wymienić między innymi *My Name is Million: An Illustrated History of the Poles in America* W. S. Kuniczaka (Garden City 1978), *The Polish Americans* S. Dolana, R. Toor i S. A. Blejwasa (Langhorne 1988), *Polish Americans: An Ethnic Community* J. S. Puli (New York 1995) oraz *For More Than Bread: Community and Identity in American Polonia, 1880–1940* W. J. Galusha (New York 2006).

Informacje na temat Amerykanów polskiego pochodzenia znajdują się także w *Harvard Encyclopedia of American Ethnic Groups* (Cambridge 1980). Bibliografię prac na temat Polonii amerykańskiej przedstawił natomiast J. Żurawski w swojej *Polish American History & Culture: A Classified Bibliography* (Chicago 1975)⁸.

⁶ Takie osoby były preferowane przez *Immigration and Nationality Act* z 1965 roku.

⁷ W latach 1991–2003 do USA wyemigrowało z Polski 210 195 osób (Booza 2007, s. 65)

⁸ Tematykę Polonii amerykańskiej podejmowali także m.in. W. Kruszką w *A History of the Poles in America to 1908* (Waszyngton 1998) oraz S. Włoszczewski, *History of Polish American Culture* (Trenton 1946). Sama Polonia chicagowska doczekała się szerokiego omówienia. Jako przykłady opracowań można wymienić *Ethnic Politics in Urban America: The Polish Experience in Four Cities* pod redakcją A. T. Pienkos (New Britain 1978), *Educating Polish Immigrants Chicago Style: 1980–2002* G. Balut Coleman (New Britain 2004), czy książkę W. Wierzewskiego *Polskie Chicago: lata osiemdziesiąte, lata dziewięćdziesiąte* (Toruń 2002). O języku Polonii pisała m.in.

3. Prasa etniczna w USA

Prasa polonijna jest jednym z wielu przykładów prasy etnicznej ukazującej się w USA. L. R. Wynar i A. T. Wynar, autorzy encyklopedycznego przewodnika po prasie etnicznej w Ameryce, określają funkcję takich wydawnictw jako z jednej strony podtrzymywanie etosu czy też ducha stylu życia mniejszości etnicznych, z drugiej zaś jako źródło wiedzy o rzeczywistości, w jakiej grupy te żyją (Wynar i Wynar 1976, s. 14). Jednak u podstaw rozwoju prasy etnicznej w USA leży wspomniana przez R. E. Parka zasadnicza funkcja języka rodzimego jako naturalnej bazy ludzkiej współpracy i tworzenia organizacji społecznej. Według założyciela chicagowskiej szkoły socjologicznej wspólny język łączy imigranckie grupy silniej niż poglądy polityczne. Ludziom mówiącym tym samym językiem łatwiej mieszkać razem (Park 1922, s. 5).

Wynar i Wynar zwracają uwagę na trudności w ustaleniu sztywnej periodyzacji rozwoju prasy w USA, podają jednak jego dwa główne etapy: pierwszy to etap prasy imigracyjnej, charakteryzujący się jej szybkim rozkwitem. W tym czasie prasa ta odzwierciedlała wspólne niepokoje, interesy i potrzeby, które pojawiły się jako efekt procesu imigracji (Wynar i Wynar 1976, s. 15). Kiedy grupa odbiorcza znajduje się wciąż w fazie imigranckiej, prasa jest głównym narzędziem przystosowawczym – drukując amerykańskie wiadomości, opisując amerykański styl życia, interpretując warunki, zwyczaje, prawo nowego społeczeństwa, ułatwia proces asymilacji (Wynar i Wynar 1976, s. 18).

Drugi etap, który miał miejsce w XX wieku (i – można zakładać – trwa do dzisiaj, choć zapewne pojawienie się nowych mediów pozwoli w najbliższym czasie wyodrębnić kolejny etap rozwoju), to przeobrażenie prasy imigracyjnej w prasę etniczną (prasę mniejszości etnicznych), której głównym zadaniem jest już nie funkcja przystosowawcza, ale podtrzymywanie tożsamości, spójności i struktur grup, które stanowią jej czytelników (Wynar i Wynar 1976, s. 17–18). Prasa taka skupia się na zachowaniu tej wspólnoty w ramach większego porządku społecznego, zbudowaniu bazy socjoekonomicznej i politycznej, która zapewni wspólnocie istnienie. Protestuje przeciw dyskryminacji, skupia się na wyborach, na poprawie sytuacji socjoekonomicznej, zachowaniu etnicznego dziedzictwa i języka (Wynar i Wynar 1976, s. 19).

E. Sękowska w książce *Język zbiorowości polonijnych w krajach anglojęzycznych: zagadnienia leksykalno-słotwórcze* (Warszawa 1994); zaś o nauczaniu języka polskiego jako odziedziczonego w Chicago – E. Lipińska i A. Seretny *Między językiem ojczystym a obcym. Nauczanie i uczenie się języka odziedziczonego na przykładzie chicagowskiej diaspory polonijnej* (Kraków 2012).

3.1. Prasa polonijna w USA

Początek historii prasy polonijnej jest różnie wyznaczany przez różnych badaczy. Według J. Puli historia prasy polonijnej w USA sięga roku 1863⁹ i wiąże się z powstaniem pierwszej polskiej gazety – wydawanego w Nowym Jorku „Echa z Polski” (Pula 2011b, s. 429). Tytuł ten jest wyjątkiem od określonej przez Wynara i Wynar reguły, bowiem nie skupia się na pomocy imigrantom, lecz jest źródłem wiedzy na temat sytuacji w Polsce po powstaniu styczniowym (Pula 2011b, s. 429). G. Babiński natomiast wskazuje na rok 1916, gdy zaczęła ukazywać się periodyk „The Truth” – pierwsze anglojęzyczne czasopismo poświęcone sprawom Polonii. Wspomina on także miesięcznik „Poland”, którego pierwszy numer ukazał się w 1842 roku; nie uznaje go jednak za czasopismo polonijne, ponieważ był on skierowany nie do Polaków w USA, a do czytelników amerykańskich (Babiński 1988, s. 251–252).

Późniejszy rozwój prasy polonijnej przebiega zgodnie z podziałem Wynara i Wynar. Jak pisze J. Kowalik, prasa nie była już skoncentrowana na sytuacji polskiej, ale zajmowała się problemami adaptacyjnymi, służyła interesom lokalnej wspólnoty (za: Pula, 2011b). Jej pierwszym przykładem był wydawany w stanie Missouri „Orzeł Polski” (Pula 2011b, s. 429).

Rozkwit prasy nastąpił po amerykańskiej wojnie secesyjnej. W XIX wieku do najbardziej wpływowych należała chicagowska „Gazeta Polska”. Związek Narodowy Polski wydawał tygodnik „Zgoda”, a Zjednoczenie Polskie Rzymsko-Katolickie – gazetę „Naród Polski” (Pula 2011b, s. 429). Związek Polek wydawał od 1910 roku (do lat 50.) „Głos Polek” (Wojdon 2011, s. 149).

Wiele z wczesnych wpływowych gazet miało podłoże religijne, np. „Polak w Ameryce”, „Gazeta Katolicka” (wydawana w Chicago), wspomniany „Orzeł Polski” oraz „Pielgrzym” (przekształcony następnie w „Gazetę Polską Katolicką”, dostępny w Detroit). Drugie oblicze polskiej prasy w USA stanowiły pozycje liberalne, antyklerykalne i lewicowe, takie jak „Ameryka-Echo”, tygodnik „Gwiazda Polarna”, „Robotnik Polski”, lewicowy „Dziennik Ludowy” – późniejszy „Głos Ludowy” (Pula 2011b, s. 429–430).

Wraz z pojawieniem się drugiego i trzeciego pokolenia imigrantów oczywista stała się potrzeba publikowania treści polonijnych w języku angielskim. Pierwszą anglojęzyczną gazetą w USA był „Polish American Journal”, zaś

⁹ Choć już wcześniej, w 1841 roku, staraniem „ojca polonijnej prasy” Pawła Sobolewskiego zaczęła ukazywać się w NY kwartalnik „Poland: Historical, Literary, Monumental and Pictoresque” (Wierzewski 2009, s. 279).

„Kuryer Polski” zaczął publikować dodatek w języku angielskim w 1939 roku (Pula 2011b, s. 430).

W roku 1976 Wynar i Wynar obliczyli, że w USA ukazują się 53 polskie tytuły prasowe, z czego trzy to dzienniki, 14 – tygodniki, dziewięć – dwutygodniki, osiem – miesięczniki, cztery – dwumiesięczniki, 12 – kwartalniki, a dwa – półroczniki, zaś całkowity nakład wynosi 593 650 egz. (1976, s. 24–25).

Według J. Puli w 2010 roku czołowe polsko-amerykańskie gazety to wydawane przez Związek Narodowy Polski „Dziennik Związkowy” i dwutygodnik „Zgoda” (najstarsze i rozchodzące się w największym nakładzie czasopismo Polonii na świecie; Wierzewski 2009, s. 278). Pula wymienia także inne ważne wydawnictwa: „Nowy Dziennik”, „Polish American Journal” oraz „Gwiazdę Polarną” (2011b, s. 430).

W. Wierzewski dodaje inne dostępne obecnie publikacje polonijne¹⁰: „The Polish Weekly – Tygodnik Polski” (Detroit), „Naród Polski”, „Głos Polek”, „Sokół Polski – Polish Falcon” (Pittsburgh), „Straż” (2009, s. 281–282).

Jako osobną grupę Wierzewski wyróżnia prasę niezależną¹¹, do której zalicza tytuły polskojęzyczne i anglojęzyczne: „Gwiazdę Polarną” (Wisconsin), „Panoramę” (Chicago), „Monitor”, „Polish News”, „Max Week” oraz „Polonię” i „Chicago Forum”, „News of Polonia” (Pasadena), „Polish American World” (stan Nowy Jork), „Am-Pol Eagle” (stan Nowy Jork), „The Post – Eagle” (stan New Jersey), „Orla Białego” (Boston), kwartalnik Zrzeszenia Nauczycieli Polskich „Głos Nauczyciela”, „Kurier Codzienny” (Chicago) oraz miesięcznik „Szikagowianka” (Wierzewski 2009, s. 282).

W. Wierzewski dobitnie określa funkcję polonijnej prasy:

[c]hodzi o wizerunek Polski i Polaków, o sprawiedliwe i uczciwe prezentowanie tego wszystkiego, co wiąże się z polską tradycją, historią i kulturą, nie mówiąc już o pozytywnym wizerunku dzisiejszego Amerykanina polskiego pochodzenia, który wciąż z trudem przebija się w świadomości Amerykanów (Wierzewski 2009, s. 284).

Badacz ten wyraża przekonanie o powtarzających się wciąż w USA atakach medialnych na Polskę i Polaków, powielających stare stereotypy, mających „umocnić antypolskie uprzedzenia i sentymenty niektórych grup czy środowisk”, zaś „bez własnych mediów nie można być w tej sytuacji partnerem, liczącą się stroną”. Jego zdaniem zadaniem polonijnej prasy nie jest jednak jedynie

¹⁰ W nawiasie podano miejsce publikacji, jeśli zostało określone.

¹¹ „Niezależną” oznacza w tym wypadku niepowiązaną z żadną instytucją.

polemika z negatywnym obrazem Polaków, ale też kształtowanie jak najszerszego pozytywnego obrazu Polaków „prawdziwej mentalności i filozofii”, która wielu Polakom przyniosła sukces w USA. Rozszerza on także misję prasy polonijnej, widząc w niej źródło wiedzy dla Polaków w Polsce na temat „patriotycznej misji, jaką w etnicznych środkach masowego przekazu w Ameryce pełnią od lat tutejsze największe polonijne organizacje” (Wierzewski 2009, s. 284).

W literaturze przedmiotu pojawiają się sprzeczne opinie na temat obecnej sytuacji prasy polonijnej w USA. Zachariasiewicz pisze o ogólnej tendencji, jaką jest obserwowany już od 100 lat spadek liczebności prasy codziennej (2005, s. 170). Wtóruje mu Szajnert, który zauważa, że ostatnio prasę polonijną osłabia łatwa dostępność prasy polskiej (Szajnert 2002, s. 216). Podobnie twierdzi Babiński – mówi on o upadku dawnych pism (Babiński 2009, s. 363). Przeciwnie stanowisko prezentuje Wierzewski, pisząc o „Dzienniku Związkowym”, że w ostatniej dekadzie prasa polonijna stała się wreszcie dochodowa (2009, s. 281).

Podobne rozbieżności dotyczą oceny roli, jaką konkretne tytuły pełnią w życiu Polonii. Szczególnie w kontekście niniejszej pracy zwraca uwagę „rywalizacja” pomiędzy „Dziennikiem Związkowym” a nowojorskim „Nowym Dziennikiem”. Wierzewski nazywa „Dziennik Związkowy” najstarszą i najpopularniejszą polską gazetą dzienną wydawaną obecnie w USA (2009, s. 278). Babiński natomiast, komentując upadek starszych tytułów polonijnych, wyraża przekonanie, że „bardzo dobrze rozwija się tylko »Nowy Dziennik«, który stał się też najważniejszym i najbardziej wpływowym współczesnym polskim pismem emigracyjnym w USA” (Babiński 2009, s. 363). O „Nowym Dzienniku” pochlebnie wypowiada się również Zachariasiewicz (2005, s. 173), nazywając go instytucją, wokół której rozwija się życie polonijne, natomiast Piątkowska-Stepaniak i Trela-Mazur (2010, s. 72 i 75) wspominają o złej kondycji finansowej i utracie czytelników przez tę gazetę.

Przytoczone stwierdzenia mają raczej charakter opinii niż faktów. Przekonanie autorów o dominacji jednego tytułu nad drugim może wynikać z ich osobistych obserwacji i doświadczeń (w tym współpracy z jednym z tych dwu dzienników). Wydaje się, że nie potrzeba rozstrzygać tego sporu. Należy jednak podkreślić istotną rolę „Dziennika Związkowego”, jako najstarszego wydawnictwa polskojęzycznego, wydawanego na terenie największego skupiska Polaków w USA¹².

¹² Prasa polonijna, nie tylko amerykańska, doczekała się licznych opracowań, których analiza wykracza poza ramy tej pracy. Należy wspomnieć o bibliografii polonijnej prasy Janie Kowaliku, autorze m.in. pięciotomowej *Bibliografii czasopism polskich wydanych poza granicami Kraju od września 1939 roku* oraz

3.2. „Dziennik Związkowy”

„Dziennik Związkowy” to najstarszy polskojęzyczny dziennik w USA. Wydawany jest w Chicago od stycznia 1908 roku¹³ jako organ Związku Narodowego Polskiego (Polish National Alliance; Zych 2011, s. 90). Związek Narodowy Polski to największa i najbardziej wpływowa organizacja polonijna (Radzik 2010, s. 24). Sprawuje on pieczę nad Alliance Printers & Publishers Inc. – działającą od 1886 roku korporacją prasową, która wydaje „Dziennik Związkowy”, oraz nad Alliance Communications, Inc. (która dysponuje stacją radiową w Oak Park w stanie Illinois, nadającą polski program przez całą dobę; Wierzewski 2009, s. 278). Pod względem redakcyjnym „Dziennik Związkowy” jest do pewnego stopnia niezależny od Związku (Zachariasiewicz 2005, s. 170), pozostaje jednak pod wpływem misji ZNP, która została w przeszłości określona jako między innymi mobilizowanie sił i sojuszy, dzięki którym mogłyby powstać warunki do przywrócenia niepodległego i suwerennego bytu państwa polskiego w jego dawnych, historycznych granicach (Wierzewski 2009, s. 279). Związek uważał podtrzymanie polskiej prasy za priorytet, konieczność i obowiązek (pomimo jej deficytowości; Wierzewski 2009, s. 280).

„Dziennik Związkowy” dostępny jest na terenie Chicago i całej aglomeracji chicagowskiej oraz w prenumeracie – na terenie całych Stanów Zjednoczonych. Nakład jego weekendowego wydania wynosi około 30 tys. egzemplarzy (Białasiewicz 2011, s. 90). Ostatnio, po raz pierwszy w swej historii, dociera też do Polski – jako zasadnicze źródło wiedzy o aktualnych poczynaniach Polonii amerykańskiej (Wierzewski 2009, s. 281). Regularnie ukazuje się też jego wydanie internetowe (dziennikzwiazkowy.com).

książki *The Polish Press in America* (San Francisco 1978). Zawiera ona analizę prasoznawczą polskich czasopism wydawanych w USA – także na tle dziejów periodyków etnicznych w Ameryce; prezentuje ich historię, także w ujęciu statystycznym, chronologicznym i geograficznym (Bajor 2009, s. 156). Warto też wspomnieć nowsze opracowania, m.in. artykuł S. Łotysza (2011) *Prasa polonijna wobec osiągnięć wynalazczych rodaków z Stanach Zjednoczonych Ameryki*. Interesujące okazuje się zestawienie zwartości prasy polonijnej z obrazem Polonii amerykańskiej w prasie polskiej, por. J. Wojdon (2013) *Obraz Polonii amerykańskiej w polskiej prasie po roku 1989* i (2002) *Polish Americans in the Press of the People's Republic of Poland (1952–1989)*, P. Kraszewski (2011) *Obraz emigracji polskiej w prasie krajowej z lat 1980–1989* (cz. I).

¹³ Co czyni z niego najdłużej wydawany polski dziennik na świecie (Zych 2011).

Jak zauważa Babiński (1988, s. 254), artykuły publikowane w „Dzienniku Związkowym” mają głównie informacyjny charakter. Większość treści dotyczy życia Polonii amerykańskiej – zarówno tej zamieszkałej w Chicago (informuje głównie o bieżących wydarzeniach kulturalnych), jak i całej wspólnoty (relacjonuje aktualne wydarzenia w USA; wiele miejsca poświęca się między innymi problematyce wizowej). Szeroko omawia tematykę sportową (zarówno amerykańską, jak i polską). Posiada rozbudowaną sekcję ogłoszeń drobnych.

Redaktorem naczelnym jest obecnie Małgorzata Błaszczuk (*Redakcja*, *dziennikzwiązkowy.com*). W poprzednich latach byli nimi Karol Piąkiewicz (1932–1967), Jan Krawiec (do 1984 roku), Anna Rychlińska (w latach 1984–1987), dr Wojciech Białasiewicz od 1989 do 2010 roku (Zachariasiewicz 2005, s. 170, Piątkowska-Stepaniak i Trela-Mazur 2010, s. 74). Następnie, w latach 2010–2012, kiedy zbierany był materiał do niniejszej pracy, p.o. redaktora naczelnego był Piotr Domaradzki (*O Redakcji dziennika*, *dziennikzwiązkowy.com*).

3.3. Rola i funkcje prasy polonijnej

W. Zachariasiewicz podkreśla znaczenie prasy polonijnej – „odgrywa ona bez wątpienia kluczową rolę w życiu Polonii amerykańskiej od jej zarania aż po dzień dzisiejszy” (2005, s. 169). G. Babiński (1988, s. 241) zauważa, że prasa polonijna była i jest związana w mniejszym lub większym stopniu z jakąś grupą; nie jest niezależna i bezstronna. Jej zawartość oddaje problemy i wydarzenia najważniejsze dla grupy (także przez przemilczenie), powinna zatem być rozpatrywana z uwzględnieniem celów i interesów grupowych.

Funkcje prasy polonijnej Babiński dzieli trojako. Po pierwsze na zamierzone, realizowane i rzeczywiście spełniane; po drugie na:

- kulturalne (związane z utrzymywaniem i przekształcaniem kultury rodzimej grupy etnicznej)¹⁴,
- organizacyjno-integracyjne (przez które rozumie działalność prasy na rzecz i w imieniu polonijnych organizacji i instytucji, oddziaływanie na wzory życia społecznego, towarzyskiego, rodzinnego, obyczaje i życie polityczne), oraz

¹⁴ W przeszłości dla wielu polskich emigrantów prasa była jedynym poza religią łącznikiem z polskim słowem drukowanym, jedynym źródłem informacji o wydarzeniach kulturalnych w Polsce i USA. Prasa pełniła wtedy ważną rolę w kształtowaniu socjolektu, którym posługują się grupy polonijne (Babiński 1988, s. 253).

- polityczne (czyli oddziaływanie prasy na opinie, postawy i zachowania polityczne czytelników; pełnienie funkcji politycznych uznaje za jedną z najważniejszych cech polonijnych periodyków).

Ostatni podział według Babińskiego (1988, s. 256) jest oparty na tzw. kryterium grupowym. Autor wyróżnia następujące funkcje: pośredniczenie między Polonią a społeczeństwem globalnym, pośredniczenie między Polonią a jej lokalnym otoczeniem nieetnicznym, integrowanie i konsolidacja samej Polonii, ukierunkowywanie ideologii Polonii jako zbiorowości, łączenie Polonii z Polską oraz podtrzymywanie wśród Polonii kultury kraju pochodzenia.

Analizy zawartości prasy (choć mało systematyczne i niereprezentatywne) pokazują, że główną funkcją była funkcja integracyjna, spełniana głównie przez informowanie na temat życia polonijnego i spraw polskich, mniej przez publicystykę. Istotna okazuje się także funkcja polityczna (Babiński 1988, s. 252–255). Prasa polonijna posiada względną niezależność – może być krytyczna wobec własnej grupy. Znacznie częściej jednak pojawiają się w niej wypowiedzi eufunkcjonalne wobec grupy, tzn. odpowiadające na jej potrzeby (Babiński 1988, s. 241).

3.4. Prasa polonijna a postawy Polonii amerykańskiej

T. Radzik, analizując społeczne uwarunkowania aktywności politycznej emigracji polskiej, zwraca uwagę na liczne deklaracje, które określają istotę emigracji jako walkę o wolną i suwerenną Polskę (2010, s. 23). Fakt ten, wraz z konsekwentnym nawiązywaniem do „mitu pielgrzymstwa” Wielkiej Emigracji zestawia z dominantą motywacji ekonomicznej w historii polskiego wychodźstwa. Autor zauważa, że

[a]naliza struktury wychodźstwa z ziem polskich za ocean wskazuje, iż w przeszło dwumilionowej masie imigrantów polskich w Stanach Zjednoczonych emigranci polityczni liczeni byli co najwyżej w setkach, a inteligencja polska, tworząca w sposób naturalny emigracyjne elity – w promilach w stosunku do ogółu (tamże, s. 24).

Dopiero I wojna światowa i lata powojenne przyniosły znaczne upolitycznienie Polonii amerykańskiej, która „[n]igdy wcześniej ani później (...) nie była tak aktywna” (tamże, s. 25).

Przekonanie o własnym politycznym znaczeniu oraz o celu emigracji znajduje wyraz w polskim dyskursie migracyjnym. Jak twierdzi M. P. Garapich, „[p]odstawowe pojęcia obecne w dominującym dyskursie dotyczącym migracji

w kulturze polskiej wyznaczone są przez metodologiczny nacjonalizm” (2009, s. 44). Pociąga to za sobą istotne konsekwencje, ponieważ

[w]edle tego paradygmatu poznawczego naturalnym, oczywistym, tak jak się ma nos i uszy jest fakt, że Polacy mieszkają w Polsce, a fakt ich zamieszkiwania poza granicami kraju jest rodzajem anomalii, pewnym zaburzeniem w naturalnym porządku rzeczy, który należy wytłumaczyć... (tamże, s. 44).

Migracja staje się więc czymś nienormalnym, patologicznym, a opisywana jest za pomocą pojęć oznaczających traumę, takich jak „zerwanie, ucieczka, wygnanie, wypędzenie, tułaczka” (tamże, s. 45). Przywrócenie porządku odbywa się poprzez rekonstrukcję wspólnoty poza granicami kraju, a dyskurs tej wspólnoty opiera się na zaleceniach moralnych, które określają, jakie korzyści z migracji jednostek może mieć naród (rozumiany jako wspólnota wyobrażeniowa; tamże, s. 47).

Wynika z tego, że zaangażowanie polityczne Polonii ma raczej wymiar symboliczny – służy usprawiedliwieniu własnej decyzji o opuszczeniu kraju i pozostaniu na obczyźnie, legitymizuje wybory życiowe tej grupy, nadając im cel, jakim jest poprawa losu narodu polskiego. Stąd – w obliczu pozytywnych zmian, jakie zachodzą ostatnio w Polsce, może pojawić się konieczność podtrzymywania przekonania o niekorzystnej sytuacji Polski. Gdyby sytuacja ta okazała się zbyt dobra, zniknęłaby konieczność starania się o jej poprawę, a co za tym idzie, pobyt emigrantów poza granicami kraju okazałby się bezcelowy.

Diagnozę tę uzupełniają teksty J. Wróbla i M. Szajnerta zawarte w tomie *Emigracja z Polski po 1989 roku* (2002). Teksty te są raczej świadectwami emigrantów niż opracowaniami naukowymi, jako takie mają jednak swoją wartość. Szajnert zwraca uwagę na brak wyraźnego rozgraniczenia w umysłach polskich imigrantów w USA na interes własny i interes Polski. Zauważa on, że w aspekcie politycznym Polonia zapomina o swojej odmienności i nietożsamości własnych interesów z interesami mieszkańców Polski; stąd akcje polonijne to np. akcja obrony dobrego imienia Polski wobec żydowskich dążeń rewindykacyjnych czy poparcie udzielone wstąpieniu Polski do NATO (Szajnert 2002, s. 215).

J. Wróbel natomiast wyróżnia cztery postawy imigranckie:

- asymilantów (wypierających się związków z krajem pochodzenia i dążących do integracji za wszelką cenę),
- integralistów (łączących pozytywny stosunek do nowej kultury z szacunkiem do kultury kraju pochodzenia),

- marginalistów (którzy odrzucają zarówno tradycję rodzimą, jak i nową), oraz
- separatystów (którzy zamykają się na nową kulturę, pielęgnując rodzimą).

Stawia tezę, że po 1989 roku dominującą postawą wśród Polonii amerykańskiej jest integralizm, który wypiera przeważające wcześniej postawy separatystyczne i asymilanckie (2002, s. 143–144). Autor twierdzi też, że wcześniejsza emigracja była bardziej separatystyczna, pielęgnowała ojczyznę mentalną, od której była odcięta, że doznawana przez nią tęsknota i niespełnienie prowadziły do powstawania mechanizmów obronnych, między innymi mechanizmu „im gorzej w Polsce, tym lepiej”, bo „katastrofalna sytuacja, w jakiej znalazł się ten kraj, ciężkie warunki życia i nieudolność rządu potwierdzały tylko słuszność dokonanego wyboru, za który tak ciężko (przynajmniej psychicznie) przyszło zapłacić” (tamże, s. 148). Gdy zestawia się to z inną konstatacją autora, że „[i]stnieje też przeświadczenie (...), że ci, którzy wyemigrowali z Polski, są zdrajcami, gdyż w istocie rzeczy »opuścili ojczyznę w potrzebie«” (tamże, s. 140), widać wyraźnie, że może istnieć wśród emigrantów polskich jako grupy potrzeba kultywowania w sobie przekonania o złej sytuacji Polski, która musi znaleźć odzwierciedlenie w prasie polonijnej.

4. O autorze cyklu *Okiem felietonisty*

O Wojciechu K. Borkowskim wiadomo niewiele. Jest autorem cotygodniowych felietonów politycznych drukowanych w „Dzienniku Związkowym”¹⁵; znany jest też jako pisarz, publicysta, poeta, satyryk, twórca piosenek do chicagowskiego Kabaretu „Bocian” (Borkowski 2004, s. 118; *16 lat Kabaretu „Bocian”* 2013). Wydał w Polsce dwie książki nakładem Związku Literatów Polskich. Pierwsza, wydana w 2002 roku pt. *Przebierańcy – 1989*, to zbiór 27 „wierszowanych felietonów” oraz 27 piosenek pisanych dla Kabaretu „Bocian”. Drugi zbiór, pt. *Tran\$formacja* (2004), zawiera 43 wybrane felietony pisane dla „Dziennika Związkowego” w latach 2001–2004.

Autor prowadzi stronę internetową, na której publikuje swoją twórczość (<http://www.wojciechborkowski.com/>). Z treści jego felietonów wynika, że jest łodzianinem (por. tekst pt. *Rośnie gorączka wyborcza* z 23.09.2011).

¹⁵ W „Dzienniku Związkowym” zdarzało mu się także pełnić inne funkcje (por. Janusz Kopeć, *www.meritum.us*, 2010).

Wiersze Wojciecha K. Borkowskiego publikują między innymi „Monitor” – bezpłatny polski tygodnik wydawany w Chicago (Kurczalak, 2003), polonijny portal *TVculture.pl* (Wojciech K. Borkowski) oraz „Meritum. Polonijna Gazeta Internetowa” (zob. między innymi Borkowski 2011, 2013). W *Meritum* opublikowany został także jego felieton (Borkowski 2014).

5. Stan badań nad wizerunkiem

Pojęcie wizerunku ma charakter interdyscyplinarny. Ilustracją tego stanu rzeczy jest zawartość kilku tomów, które umieszczają ten termin w tytule. Pierwszy z nich, *Wizerunek kobiety na przestrzeni wieków* pod redakcją A. Pierścińskiej-Maruszczyńskiej, B. Bakalarz-Kowalskiej i T. Grudniewskiego (2009), zbiera teksty z zakresu językoznawstwa, literaturoznawstwa, historii, socjologii, pedagogiki. Drugi, *Wizerunek Łodzi w literaturze, kulturze i historii Niemiec i Austrii: materiały z konferencji, która odbyła się w Łodzi w dniach 19–20 października 2005 w ramach obchodów Roku Krajów Obszaru Języka Niemieckiego*, pod redakcją K. Kuczyńskiego (2005), zawiera teksty z zakresu literaturoznawstwa, kulturoznawstwa i historii.

Wydaje się, że najszersze zastosowanie znajduje pojęcie wizerunku w naukach historycznych. Na ich gruncie tematykę wizerunku podejmowali między innymi M. Sikorska-Kowalewska (2001) *Wizerunek kobiety łódzkiej przełomu XIX i XX wieku*, J. Grabowski (2011) *Wizerunek bolszewika w polskiej propagandzie w okresie wojny polsko-bolszewickiej. Narodziny stereotypu*, P. Komuński (2008) *Wizerunek Anglii w prasie rosyjskiej w latach 1856–1882*, D. Wojtaszyn (2007) *Obraz Polski i Polaków w prasie i literaturze Niemieckiej Republiki Demokratycznej w okresie powstania Solidarności i stanu wojennego* oraz P. Zariczny (2012) *Narracja sterowana. Wizerunek Polski we współczesnym niemieckim dyskursie prasowym (2004–2010)*. Wszystkie te prace (prócz książki M. Sikorskiej-Kowalewskiej), choć podejmujące różną tematykę, łączy fakt zakotwiczenia rozważań w różnych tekstach, głównie prasowych.

Podobnie oparte na tekstach prasowych są badania podejmujące problematykę wizerunku w ramach nauk pedagogicznych, a ściślej – historii wychowania: *Rola czasopisma kobiecego „Dobra Gospodyni” z lat 1901–1914 w kształtowaniu wizerunku kobiety* B. Kalinowskiej-Witek (2009) oraz *Obraz żony, matki i gospodyni na łamach prasy warszawskiej z lat 1815–1863* M. Stawiak-Ososińskiej (2009).

Osobną grupę stanowią badania i ekspertyzy wydane przez Instytut Spraw Publicznych, takie jak *Wizerunek kobiety w polskiej debacie politycznej. Perspektywa feministyczna* J. Bator (1999) czy *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej* pod redakcją M. Warchali (2002).

Termin „wizerunek” odnaleźć można także w pracach politologicznych (A. Krzywdzińska, 2012, *Wizerunek Rosji i Stanów Zjednoczonych w polskich tygodnikach opinii po 1991 roku*) i etnograficznych (A. Cała, 1992, *Wizerunek Żyda w polskiej kulturze ludowej*).

Termin ten pojawia się w opracowaniach literaturoznawczych, takich jak *Obraz Łodzi w literaturze Niemców łódzkich* B. Rateckiej (2005), *Wizerunek rodziny w polskiej prozie współczesnej* M. Brzóstowicz (1998), *Postać w literaturze* D. Ostaszewskiej (2001), *Amazonka czy białogłowa? Wizerunek kobiety w tureckim i bizantyjskim eposie recerskim na przykładzie Daniszmendname i Dijeni-sa Akritasa* M. Gajca (2009), *Kultura kontra natura – obraz kobiety w dziełach Williama Szekspira* P. Kaptura (2009), czy *Wizerunek kata w literaturze polskiej od XVI do XVIII wieku* D. Koteluka (2013).

Wreszcie wykorzystywany jest przez językoznawców, między innymi w dialektologicznych pracach A. Piechnik *Wizerunek kobiety i mężczyzny w językowym obrazie świata ludności wiejskiej (na przykładzie gminy Zakliczyn nad Dunajcem)* (2009) oraz *Przemiany wizerunku kobiety wiejskiej (na małopolskim materiale gwarowym)* (2009) i A. Tyrpy (2009) *Wizerunek cudzoziemek w polskich dialektach i folklorze, czy też leksykologicznym opracowaniu* J. Kąsia (2002) *Wizerunek mężczyzny i kobiety w tradycyjnej społeczności wiejskiej*.

Obecność pojęcia „wizerunek” w rozmaitych naukach humanistycznych i społecznych skutkuje niejednorodnym rozumieniem i niedookreśleniem tego terminu. Wielu autorów posługuje się tym pojęciem niejako potocznie, nie proponując żadnej definicji. Czynią tak redaktorzy obu wspomnianych wcześniej zbiorów: *Wizerunek kobiety na przestrzeni wieków* oraz *Wizerunek Łodzi w literaturze, kulturze i historii Niemiec i Austrii...* Podobnie sytuacja kształtuje się w większości przytoczonych prac. Ich analiza pozwala stwierdzić, że autorzy rozumieją pod pojęciem wizerunku to, co D. Ostaszewska nazywa w swojej pracy ujęciem w formę tekstową tego, co nadawca chciał zauważyć (2001, s. 7). Byłby to więc ogół treści na wybrany przez autora temat, które zostały zawarte w wybranych przez niego źródłach, ujęty zwykle w formę narracji podzielonej tematycznie (np. M. Sikorska-Kowalewska, M. Brzóstowicz) lub chronologicznie (D. Koteluk). Także P. Zariczny zauważa, że badania wizerunków koncentrowały się przede wszystkim na analizie treści (2012, s. 37).

Niektórzy autorzy, choć nie podają wprost definicji wizerunku, dokonują jakiegoś uściślenia tego terminu. P. Komuński, wyznaczając jako cel swojej

rozprawy przedstawienie oceny wydarzeń z życia politycznego, gospodarczego i społecznego oraz wpływu prasy na kształtowanie opinii wśród społeczeństwa, zwraca uwagę na ocenny i opiniotwórczy aspekt wizerunku (2008). Dla R. Wojtaszyna analiza wizerunku związana jest z analizą tekstów, co obejmuje także analizę denotacji i konotacji, stylu, słownictwa, typowych konstrukcji zdaniowych, ocen normatywnych i komponentów emocjonalnych (2007).

W literaturze pojawiają się także pojęcia pokrewne, takie jak obraz i stereotyp, często używane jako synonimy terminu „wizerunek” (J. Grabowski, D. Wojtaszyn). Najprecyzyjniej definiują swoje rozumienie wizerunku autorzy prac językoznawczych, umieszczając go w nurcie badań nad JOŚ, a nawet rozumiejąc jako synonim językowego obrazu wycinka rzeczywistości (Piechnik 2009).

Istnieje zatem konieczność jasnego zdefiniowania, co w niniejszej pracy rozumiane jest jako wizerunek, w jakiej pozostaje on relacji do obrazu, językowego obrazu świata, medialnej wizji świata, dyskursywnego obrazu świata i stereotypu.

6. Ustalenia terminologiczne

6.1. Definicje wizerunku

Według *Uniwersalnego słownika języka polskiego PWN*, ‘wizerunek’ to „czyjaś podobizna, wyobrażenie czegoś, portret, obraz” lub też przenośnie „sposób, w jaki dana osoba lub rzecz jest widziana, przedstawiana”. Znamienna dla charakteru wizerunku jest więc jego jednoczesna obecność w sferze kognitywnej (to, jak coś jest **widziane**) i w sferze komunikacji (to, jak jest **przedstawiane**). P. Zariczny, przywołując znaczenie angielskiego leksemu *image*, odpowiednika ‘wizerunku’, zwraca uwagę na jego psychologiczny aspekt, zwłaszcza na to, że jest on zestawem wzorów nastawienia, wyobrażeniem; że w tym pojęciu mieści się wszystko, co otoczenie wie, w co w związku z tym przedmiotem (którego wizerunek dotyczy) wierzy, co sobie o nim wyobraża, co z nim kojarzy, a połączenie tych wszystkich elementów prowadzi do powstania psychologicznego profilu danego przedmiotu. Zauważa także, że wizerunek nie jest obrazem rzeczywistym, dokładnie i szczegółowo nakreślonym, ale raczej mozaiką wielu szczegółów, pochwyconych przypadkowo, fragmentarycznie (2012, s. 34–35).

T. Gachowski i M. Łączyński, redaktorzy tomu *Metody badania wizerunku w mediach*, określają wizerunek jako „reprezentację jakiegoś przedmiotu w świadomości podmiotu” (2009, s. 81) i wymieniają cztery jego wymiary:

- psychologiczny (uwzględniający to, jak wizerunek powstaje i istnieje w umyśle odbiorcy);
- socjologiczny (który wskazuje na grupową i intencjonalną przynależność osób);
- marketingowy (opisywanie wizerunku w kategorii wymiernej wartości dla osoby lub firmy);
- komunikacyjny (który akcentuje głównie kanały komunikacyjne, jakimi rodzi się informacja kształtująca obraz; 2009, s. 83–84).

A. Krzywdzińska, rozważając pojęcie wizerunku państwa w mediach, używa go wymiennie z terminem „obraz” (2012). O synonimiczności tych terminów świadczy także fakt, że autorzy wielu tekstów zawartych w tomie *Wizerunek kobiety na przestrzeni wieków* (2009) posługują się leksemem ‘obraz’, także w tytułach swoich tekstów. Podobnie Z. Bokszański w książce *Stereotypy a kultura* (2001) traktuje pojęcie „wizerunku” i „obrazu” synonimicznie.

Zgodnie z definicją słownikową obraz to między innymi „całościowy jakichś spraw, całościowy opis kogoś lub czegoś”, ale także „wyobrażenie jakie ktoś ma o czymś lub czyjaś opinia na jakiś temat” (USJP PWN). Definicja obrazu koncentruje się więc bardziej na jego całościowości oraz subiektywności; wizerunek natomiast pozostaje czymś, co powstaje w interakcji (podmiotu z obiektem wizerunku lub też dwóch podmiotów).

Różne sposoby podejścia do terminu znajdują odzwierciedlenie w wielości zastosowanych metod badawczych. Poza narracyjnym relacjonowaniem badanych treści, charakteryzującym większość prac, metody badania wizerunku to m.in badania opinii społecznej¹⁶ (*Wizerunek Polski w prasie krajów UE*, Zariczny), etnograficzne badania ankietowe (Cała), analiza zawartości prasy (*Wizerunek Polski w prasie krajów UE*, Zariczny), badania leksykologiczne (Piechnik, Kąś), analiza językowa (Wojtaszyn), analiza treści (Tyrpa)¹⁷, metoda pól semantycznych (Piechnik).

¹⁶ Konieczność uzupełniania analizy treści danymi ankietowymi postuluje P. Zariczny (2012, s. 37).

¹⁷ Autorka, wzorując się na pracy A. Niewiary *Wyobrażenia o narodach* (2000), dokonuje podziału treści na aspekty wyodrębnione przez J. Bartmińskiego w tomie *Język – wartości – polityka* (2006), które stały się podstawą podziału treści w niniejszej pracy.

A. Piechnik, używając terminu „wizerunek” synonimicznie z terminem „językowy obraz” wycinka rzeczywistości, włącza go w nurt badań etnolingwistycznych (2009).

6.2. Pojęcie językowego obrazu świata

To centralne dla badań z zakresu etnolingwistyki i lingwistyki kulturowej pojęcie doczekało się szerokiego omówienia i licznych definicji, podkreślających jego różne aspekty. Jego genezy można dopatrywać się już w pismach Arystotelesa (por. Bartmiński 2009, s. 11); jednak za czasów nowożytnych do jego ukształtowania przyczyniły się prace E. Sapira i B. L. Whorfa (Sapir 1978; Whorf 1982) oraz ustalenia W. Humboldta, który pisał między innymi o językach, które zawierają w sobie odbicie pełnej, czystej i prostej natury ludzkiej, przedintelektualne wrażenie, jakie świat wywarł na wyobraźni ludów (Humboldt, *O myśli i mowie*, s. 166).

Na gruncie polskiego językoznawstwa najwcześniej zdefiniowali JOŚ J. Bartmiński i R. Tokarski jako

(...) pewien zespół sądów mniej lub bardziej utrwalonych w języku, zawartych w znaczeniach wyrazów lub przez te znaczenia implikowanych, który orzeka o cechach i sposobach istnienia obiektów świata pozajęzykowego. W tym sensie JOŚ jest utrwaleniem zespołu relacji zawartych w językowym ukształtowaniu tekstu, a wynikającym z wiedzy o świecie pozajęzykowym (Bartmiński, Tokarski 1986, s. 73)

Istotne dla tej definicji jest semantyczne rozumienie JOŚ, jego związek ze światem pozajęzykowym oraz utrwalenie w tekstach.

Kolejna definicja, J. Anusiewicza, również kładzie nacisk na związek pomiędzy językiem a rzeczywistością, ale też uściśla, jak język odwzorowuje rzeczywistość poprzez system zawartych w sobie pojęć. Wskazuje na poziomy języka, w których znajdują się składniki JOŚ. Według Anusiewicza językowy obraz świata to:

[o]kreślony sposób ujmowania przez język rzeczywistości (zarówno pozajęzykowej, jak i językowej), istniejący w semantycznych, gramatycznych, syntaktycznych i pragmatycznych kategoriach języka naturalnego. (...) [T]o określony sposób odwzorowania świata dany w pojęciowym rozczłonkowaniu zawartym w języku ujmującym ten świat (Anusiewicz 1994, s. 113)

WSTĘP

W nieco późniejszej publikacji J. Anusiewicz, A. Dąbrowska i M. Fleischer przesuwać ciężar definicji na leksykę, twierdząc że rozbudowane słownictwo dotyczy zjawisk ważnych dla danej społeczności (Anusiewicz i in., 2000 s. 27–28).

R. Grzegorzczkowska z kolei (2001) rozszerza pole zainteresowań badaczy JOŚ, twierdząc, że daje się on

odczytać z faktów językowych, tj. cech fleksyjnych, derywacyjnych, frazeologicznych, grup synonimicznych, świadczących o swoistej kategoryzacji świata, wreszcie konotacji i stereotypów związanych z obiektami nazywanymi (2001, s. 163).

W tej definicji pojawia się także pojęcie stereotypu, jako składnika JOŚ.

Wreszcie Tokarski (2001) kładzie nacisk na systemowe i semantyczne aspekty JOŚ, określając go jako:

[z]biór prawidłowości zawartych w kategoryalnych związkach gramatycznych (fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych) oraz w semantycznych strukturach leksyki, pokazujących swoiste dla danego języka sposoby widzenia poszczególnych składników świata oraz ogólniejsze rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii i akceptowalnych przez społeczność językową wartości (Tokarski 2001, s. 366)

Natomiast T. Piekot rozszerza pojęcie JOŚ poza język jako taki. Postulując semiotyczną naturę JOŚ i jego zależność od komunikacji wewnątrzgrupowej, uznaje go za

[t]wór semiotyczny (...), ideologiczny i kulturowy, na który składają się zbiorowe wyobrażenia na temat rzeczywistości. Wyobrażenia te są rezultatem wewnątrzgrupowej komunikacji o świecie (Piekot, 2007, s. 70).

To jak rozumiany jest JOŚ, rzutuje na to, jakie elementy języka brane są pod uwagę w jego rekonstrukcji. R. Grzegorzczkowska wymienia wśród nich fakty gramatyczne, własności słownictwa, własności słowotwórcze, etymologię, kategoryzację dokonywaną przez język oraz konotacje, tzn. kojarzenie przez mówiących pewnych cech i przekonań z nazywanymi zjawiskami (1998, 2001). Omawiając problem konotacji, autorka zwróciła uwagę, że ich zakres jest problematyczny – niektórzy badacze uznają za konotacje jedynie fakty potwierdzone językowo, inni także tekstowo. R. Grzegorzczkowska dzieli więc JOŚ na:

właściwy, umiejscowiony w systemie językowym oraz poetycką wizję świata wyrażoną „za pomocą szczególnego (przekraczającego normę) użycia języka” (2001, s. 45)¹⁸. A. Kadyjewska natomiast dokonuje rozróżnienia na: JOŚ (poziom systemu – *langue*), tekstowy obraz świata (poziom tekstu – *parole*) oraz idiolektałny obraz świata (autora – który łączy oba te poziomy; 2001, s. 322–323).

Do tych pojęć W. Czachur dołącza swoją propozycję dyskursywnego obrazu świata. DOŚ to podobnie jak JOŚ wyprofilowana interpretacja rzeczywistości (której podstawą nie jest jednak system językowy, a dyskurs), dająca się ująć w postaci zespołu sądów o świecie, ludziach, rzeczach i zdarzeniach. DOŚ – jako reprezentacja wiedzy, jest językowo konstruowany, negocjowany na bazie argumentów emocjonalnych lub racjonalnych oraz medialnie dystrybuowanych (Czachur 2011, s. 87).

Nowak i Tokarski mówią natomiast o medialnej wizji świata¹⁹, rozumianej jako

odmiennie ukształtowany opis realnego zdarzenia zależnie od przyjętego w makrointencji punktu widzenia, [zauważając jednocześnie, że] [ó]w punkt widzenia w przekazie medialnym może mieć charakter bardzo subiektywny, jednostkowy, właściwy konkretnemu autorowi konkretnego tekstu, ale może też być wykładnikiem poglądów instytucjonalnych, np. zespołu redakcyjnego (Nowak, Tokarski, 2007, s. 19).

6.3. Pojęcie stereotypu

Kolejnym terminem powiązany z pojęciem wizerunku jest stereotyp. Badaniem stereotypów zajmują się obecnie lingwiści, socjologowie, politologowie, psychologowie. Pierwszy użył tego terminu amerykański publicysta W. Lippmann. W swoim dziele *Public Opinion* (1922) określił stereotypy jako obrazy, które nosimy w naszych głowach, i zauważył, że nie mają one bezpośredniego związku ze światem zewnętrznym („the pictures inside people’s heads do not automatically correspond with the world outside”; Lippmann, 1922).

Na brak odpowiedniości między rzeczywistością a stereotypem zwrócił też uwagę A. Schaff, uznając stereotyp za utrwalone wrażenie w niewielkiej mierze

¹⁸ Choć, jak sama autorka przyznaje, pojęcie to było krytykowane za niewystarczające rozróżnienie na poziom *langue* i *parole* (Grzegorzczukowa 2001, s. 45).

¹⁹ Kierując się sugestią J. Bartmińskiego autorzy ci odrzucają termin „medialny obraz świata”.

podporządkowane faktom, do których reprezentowania pretenduje, a biorące się stąd, że najpierw definiujemy, potem dopiero obserwujemy (1981, s. 57).

Rozwój badań nad stereotypem w ramach psychologii rozszerzył jego rozumienie. W psychologii poznawczej uznaje się stereotypy za rezultat właściwych gatunkowi ludzkiemu mechanizmów przetwarzania informacji, zaś w psychologii społecznej – za element tożsamości grupowej (Jasińska-Kania 2003, s. 21).

Stereotyp jest też niezwykle ważnym pojęciem w lingwistyce. U podstaw lingwistycznego rozumienia stereotypu leży jego definicja zaproponowana przez H. Putnama (1975). Rozumiał on stereotyp jako część skorelowanej z językiem wiedzy o świecie, najbliższą potocznemu postrzeganiu istoty przedmiotów i zjawisk. Stereotyp w rozumieniu Putnamowskim jest więc potoczną (językową) teorią świata (za: Tokarski 1998, s. 125).

Językoznawcze definicje stereotypu kładą więc przede wszystkim nacisk na jego werbalną formę. U. Quasthoff określa go jako werbalny wyraz przekonania skierowanego na grupy społeczne lub na jednostkę jako członka takiej grupy (1998, s. 13). Stereotyp jest nie tylko formą przetwarzania informacji, ale też ma charakter emocjonalny i aksjologiczny (tamże). Stąd też „[s]tereotyp kreowany z określonego punktu widzenia nie podlega falsyfikacji” (Habrajska 1998, s. 117).

Istotną z punktu widzenia lingwistyki jest rola stereotypu w budowaniu spójności tekstu. Ponieważ stereotyp jest zbiorem cech konotowanych, wystarczających do rozpoznania obiektu w danej wspólnocie językowej (Habrajska 1998, s. 117), może on służyć ustanawianiu spójności tekstów, rozstrzygnięciu wieloznaczności referencji, decydowaniu o sposobie interpretacji tekstu (Quasthoff 1998, s. 21).

Lingwistyczne znane są obecnie trzy podstawowe ujęcia stereotypu:

1. jako reprodukowalny związek wyrazowy (stereotyp lingwalny);
2. jako specyficzny konstrukt mentalny (stereotyp mentalny);
3. jako konstrukt mentalny zakorzeniony w świadomości poprzez znak językowy (stereotyp lingwomentalny);

przy czym to na typach 2 i 3 koncentruje się uwaga współczesnych badaczy (Chlebda 1998, s. 32).

6.4. Wizerunek a stereotyp

Tak jak nie jest ostre rozróżnienie między językowym obrazem czy też wizją jakiegoś wycinka rzeczywistości a jego wizerunkiem, tak też niedookreślone są granice między wizerunkiem a stereotypem.

Jak pisze T. Szarota²⁰, pojęcie stereotypu zastępowane jest pojęciem „wizerunek” (obraz), czemu nie towarzyszy głębsza refleksja teoretyczna. Proponuje on, aby wizerunek (obraz) uznać za pojęcie szersze niż stereotyp. Wizerunek byłby więc uogólniającą oceną, opinią, sądem (na temat określonej grupy narodowej lub etnicznej), zawierającą elementy tradycyjnego stereotypu oraz konstatacje wynikające z obserwacji i doświadczeń. Zauważa on również, że wizerunek (obraz) obcego przekazywany w wypowiedzi publicystycznej czy dziele literackim może być przystosowaniem stereotypu do okoliczności i potrzeb chwili (za: Bokszański 2001, s. 57).

A. Laskowska natomiast widzi w wizerunku pewien typ stereotypu – stereotyp dynamiczny. Składa się on ze zbioru opinii i może być wewnętrznie sprzeczny. Tak jak stereotyp (w ujęciu językoznawczym) wizerunek jest językowym ujęciem obiektów kulturowych, jednak „w odróżnieniu od niezaktualizowanego stereotypu – jest zaktualizowany, a jego kształtowanie może polegać na przypisywaniu w tekstach wartości obiektowi” (Laskowska 2005, s. 59).

Na nietożsamość wizerunku i stereotypu zwraca też uwagę K. Wajda (1991). Jego zdaniem na obraz (wizerunek) składają się wyobrażenia, opinie i oceny. Autor uważa, że obrazu nie da się zredukować do stereotypów, bo zawiera on także elementy względnie zobiektywizowane (za: Bokszański 2001, s. 57).

Obydwa pojęcia – wizerunek i stereotyp – łączy ze sobą J. Kąś (2002, s. 102), nazywając sam wizerunek opisem mieszczącym się w nurcie badań nad JOŚ i wyodrębniając wizerunek stereotypowy jako funkcjonujący w świadomości społecznej portret, kształtowany zarówno na podstawie obserwacji, jak i poprzez projekcję oczekiwań, a właściwie wymagań.

Na pewno emocjonalny raczej niż intelektualny charakter jest cechą wspólną stereotypu i wizerunku (por. Pawełczyk 2001, s. 202).

Ostatnim ważnym aspektem wizerunku jest to, jak jego obecność w mediach kształtuje jego oddziaływanie²¹ i stabilność. Jak zauważa T. Piekot, w mediach, ze względu na nierównorzędność ról komunikacyjnych, medialny obraz świata jest raczej wykreowany, upowszechniany i narzucany niż współtworzony (Piekot 2007, s. 70). Podobne zjawisko dotyczy też wizerunku. Potwierdza to A. Krzywdzińska, pisząc, że obraz kraju w prasie jest narzuconym czytelnikom sposobem interpretacji rzeczywistości (Krzywdzińska 2012, s. 20–21).

²⁰ Szarota rozumie stereotyp jedynie jako uprzedzenie etniczne, co jednak nie przeszkadza w uogólnieniu jego wniosków.

²¹ O sile wizerunku wspomina A. Krzywdzińska, przytaczając opinię J. Woronickiego, polskiego ambasadora i przedstawiciela RP przy OECD, który podkreślił, że wizerunek kraju przekłada się na rzeczywiste działania i inwestycje (2012, s. 21).

Za A. Jurijewem, Krzywdzińska dzieli obraz państwa na jednolity i stabilny (zbudowany ze stałych wartości, takich jak historia, geopolityka) oraz krótko-terminowy, zmienny, aktualny, składający się głównie z materiałów środków masowego przekazu (tamże 2012, s. 20–21). Także P. Zariczny zauważa mniejszą stabilność wizerunku w porównaniu ze stereotypem, pisząc: „wizerunek wydaje się być pojęciem bardziej neutralnym, odnoszącym się do treści niestabilnych, podczas gdy stereotyp dotyczy zakorzenionych postaw” (2012, s. 35).

Z uwagi na wielorakie sposoby podejścia do natury wizerunku w dostępnej literaturze, ujawnia się potrzeba ścisłego zdefiniowania tego pojęcia dla potrzeb tej pracy oraz odgraniczenia go od JOŚ i stereotypu.

6.5. Definicja wizerunku

Zasadnicza różnica pomiędzy wizerunkiem a JOŚ polega na przynależności tego pierwszego do płaszczyzny *parole*, podczas gdy drugi jest zjawiskiem z poziomu *langue*. Wizerunek jest aktualizowany: w pojedynczym tekście lub zbiorze tekstów oraz w procesie komunikacji, nie tylko pomiędzy nadawcą tekstu a jego odbiorcą, ale także podczas komunikacji w obrębie grupy, do której nadawca i odbiorca przynależą.

Jednocześnie wizerunek istnieje w sferze kognitywno-psychologicznej nadawcy i odbiorcy, co jest związane z jego emocjonalnym, aksjologicznym charakterem. Nie jest on więc obrazem rzeczywistym, a reprezentacją przedmiotu w świadomości podmiotów, konstruktem, który znajduje odbicie w komunikacji między tymi podmiotami. Stąd też semiotyczny charakter wizerunku, w którym dominuje system znaków językowych, ale który może zawierać również znaki pozajęzykowe. Ponieważ wizerunek zakorzeniony jest w języku, odzwierciedla wiele elementów JOŚ.

W związku z komunikacyjną naturą wizerunku naturalnym dla niego miejscem jest przestrzeń medialna (choć nie musi się on do niej ograniczać). To obecność w mediach wzmacnia wizerunek i go upowszechnia; wyznacza mu mniej lub bardziej stałe miejsce w dyskursie medialnym wspólnoty, która ten wizerunek podziela. Natura przekazu medialnego sprawia, że wizerunek staje się raczej narzucany wspólnocie komunikacyjnej niż przez nią współtworzony. Wciąż jest on wspólny, podzielany, wzrasta jednak rola nadawcy tekstów, w których jest aktualizowany. Zostaje naznaczony subiektywnym podejściem autora tekstów czy też redakcji medium, które te teksty upowszechnia²².

²² To zbliża go do medialnej wizji świata, definiowanej przez Nowaka i Tokarskiego (2007, s. 19).

Jednocześnie wizerunek jest pojęciem szerszym niż stereotyp, ponieważ zawiera obok poprzedzających doświadczenie przekonani (elementów stereotypu) także elementy obserwacji. Obserwacje te podporządkowane są jednak pewnym wstępnym oczekiwaniom i wymaganiom, co może je zniekształcać. Wizerunek może więc stereotyp odzwierciedlać, wzmacniać lub osłabiać. Wydaje się też, że jako taki wizerunek jest mniej trwały od stereotypu, a jego podtrzymywanie uzależnione jest od kontaktu z potwierdzającymi go źródłami.

Ze względu na aktualizowanie się wizerunku w tekstach, jego rekonstrukcja musi się opierać na analizie tych tekstów. Podstawowym etapem takiego postępowania jest analiza treści. Powinna ona zostać uzupełniona o analizę tych środków językowych, którymi posługują się autorzy badanych źródeł. Mogą być to – tak jak w tej pracy – implikatury, presupozycje i metaforyka; może to być słownictwo i kreatywność leksykalna, użycie stylizacji i inne. Decyzja w każdym przypadku należy do badacza, który – jako odbiorca nietypowy, bo profesjonalnie przygotowany do obcowania z tekstami – zapoznawszy się z nimi, zadecyduje, które elementy służą kreowaniu wizerunku²³.

6.6. Presupozycja, implikatura i metafora

Presupozycję uznaję za zjawisko pragmatyczne i rozumiem jako założenia przyjęte w tle przez nadawcę, w których kontekście oceniana jest główna treść komunikatu. Treści presuponowane mogą warunkować logiczną prawdziwość komunikatu, jednak częściej są jedynie warunkiem jego spójności.

Pojęcia implikatury konwersacyjnej w niniejszej pracy używam w rozumieniu twórcy tego terminu H. P. Grice'a. Ona również jest zjawiskiem pragmatycznym i powstaje dzięki przestrzeganiu, ukrytym naruszeniu lub jawnym lekceważeniu opisanych przez Grice'a zasad rządzących komunikacją, tzw. maksym konwersacyjnych.

Choć R. Grzegorzczkowska przestrzega, że terminy odnoszące się do informacji przekazywanych poza asercją są liczne i często mylone (Grzegorzczkowska 1995, s. 164), granica pomiędzy presupozycją a implikaturą w niniejszej rozprawie jest jasna. Presupozycję uważam za silnie związaną z konkretną formą językową, wręcz za część konwencjonalnego znaczenia wyrażen (Levinson 2010, s. 240), zaś pojawienie się implikatury jest uzależnione od możliwości wskazania, którą z maksym konwersacyjnych narusza nadawca (zgodnie z założeniem Grice'a).

²³ Stąd poza zasięgiem niniejszej pracy pozostają nielicznie reprezentowane w materiale źródłowym wykorzystanie i modyfikacje związków frazeologicznych.

Użyta w pracy koncepcja metafory została zaczerpnięta z teorii metafory pojęciowej G. Lakoffa i M. Johnsona. Uznaje się więc ją za „centralny składnik codziennego posługiwania się językiem, który wpływa na nasz sposób postrzegania, myślenie i działania” (Lakoff, Johnson 2010, s. 30), a mechanizmu jej działania dopatruje w strukturyzowaniu przez domenę źródłową postrzegania i doświadczania domeny docelowej.

Z uwagi na objętość pracy oraz znaczne zróżnicowanie analizowanych elementów rozważanie terminologiczne zostały podzielone i przedstawione w poszczególnych rozdziałach – implikatury na s. 175, presupozycje na s. 218, zaś metafory na s. 277.

7. Charakterystyka materiału

Podstawą materiałową analizy wizerunku są felietony ukazujące się co tydzień w „Dzienniku Związkowym”. Zebrano teksty z lat 2010–2012, w sumie 152 felietony²⁴.

W materiale znajdują się liczne błędy językowe, zarówno wynikające z transferu negatywnego (np. „pimpy” w znaczeniu „stręczyciele” [27.08.2010], „ekonomia” w znaczeniu „gospodarka” [27.05.2011]), jak i od niego niezależne, jak się wydaje wynikające z niedostatecznej kompetencji autora w rodzimym języku (np. „W Polsce widać nie istnieje obywatelska postawa nakazująca **bronić wspólne dobro**, a takim dobrem jest nasze zdrowie”. [02.03.2012]). Ze względu na temat poniższej pracy, błędy te pozostają w dużej mierze poza obszarem badawczym. Kłopoty sprawia jedynie nadużywanie cudzysłowu. Nie jest on użyty jako znak cytowania, ani – jak się wydaje – do wyodrębnienia wyrazów obcych stylistycznie (co nie jest konieczne w obrębie gatunku felietonu). Najprawdopodobniej użycie cudzysłowu wiąże się z ironią lub jest oznaczeniem znaczenia „niedosłownego”, metaforycznego. Stąd w każdym wypadku interpretacja znaczenia cudzysłowu zależała od autorki i oparta była na danych zawartych w kontekście analizowanego przykładu.

Teksty nasycone są metaforyką, której odniesienie nie zawsze jest jasne dla odbiorcy. W takich wypadkach również interpretacja zależała od autorki tego tekstu, która, uwzględniając rozmaite czynniki kontekstowe i kulturowe,

²⁴ Ze względu na fakt, że dostęp do wydań drukowanych „Dziennika Związkowego” jest w Polsce bardzo utrudniony, teksty pobierane były z internetowego wydania gazety – dziennikzwiazkowy.com.

starala się odtworzyć najbardziej prawdopodobne znaczenie wyrażen metaforycznych. Ze względu jednak na naturę języka odczytania te nie mają charakteru ostatecznego.

O gatunku felietonu

Prasa etniczna (w tym wypadku polonijna), a tym bardziej prasa obcojęzyczna (polskojęzyczna) jest zjawiskiem pogranicza. Jak pisze Babiński, prasa polonijna była zawsze pod wpływem prasy nieetnicznej, trzeba więc założyć, że jest jej bliższa niż prasie w Polsce; dotyczy to również prasy wydawanej w języku polskim (1988, s. 241). Słuszne wydaje się więc założenie, że ukazujące się w tej prasie gatunki tekstów mogą pozostawać pod wpływem genologii języka rodzimego, ale jednocześnie podlegać wpływom kultury je otaczającej. Aby to stwierdzić, porównano mocno osadzony w polskiej tradycji dziennikarskiej gatunek felietonu z jego odpowiednikiem anglosaskim. Punktem wyjścia były charakterystyki polskie – analizowane teksty zostały napisane po polsku, stąd założenie, że ich twórcy bliższa jest tradycja polska niż anglosaska²⁵.

Słownik terminów literackich pod redakcją Janusza Sławińskiego podaje odpowiedniki omawianych terminów w języku angielskim, francuskim, niemieckim, i rosyjskim. Przy hasle ‘felieton’ znajduje się w nim angielskie tłumaczenie – *feuilleton* (Głowiński 2000, s. 151). Jednak już pobieżna lektura tekstów teoretycznych na temat gatunków dziennikarskich w USA i Wielkiej Brytanii pozwala się zorientować, że właściwym tłumaczeniem będzie raczej słowo *column*. To ono określa swobodny gatunek cyklicznych prasowych tekstów publicystycznych, którego korzenie sięgają XVIII wieku.

Porównanie dostępnych w literaturze polskiej definicji felietonu z obecnymi w literaturze anglosaskiej definicjami gatunku *column* ukazuje zarówno liczne podobieństwa, jak i znaczne różnice pomiędzy tymi gatunkami.

Spośród polskich definicji gatunku wyodrębniono takie ich elementy, które powtarzały się u różnych autorów. Poza ogólnymi uwagami na temat trudnej do zdefiniowania natury felietonu, badacze zwracali uwagę na osobę felietonisty; subiektywność przekazu; intencję i funkcję tekstu; pozostawianie tego gatunku pomiędzy publicystyką a literaturą; jego tematykę; parametry

²⁵ Por. I. Dembowska-Wosik, 2015, *Gatunek na granicy kultur – felieton (?) w prasie polonijnej w USA*, w: D. Ostaszewska, J. Przyklenk (red.), *Gatunki mowy i ich ewolucja. Gatunek a granice*, Katowice, s. 271–279.

zewewnętrzne felietonu; rolę czytelnika; budowę wewnętrzną tekstu; jego synkretyzm gatunkowy oraz warstwę językową.

Ten model opisu gatunku posłużył za punkt wyjścia do analizy definicji *column*²⁶ w literaturze anglosaskiej. Na tym etapie prac ujawniły się różnice w ilości omawianych parametrów. Badacze (i praktycy, ponieważ wśród analizowanych tekstów znalazły się zarówno teksty redaktorów ważnych dzienników – czasopism, jak i np. B. Hennessy’ego, który jest autorem podręcznika dla przyszłych dziennikarzy) zwracali uwagę na następujące parametry *column* jako gatunku: osobę twórcy; subiektywność; intencję i funkcję gatunku; rodzaj dziennikarstwa, do którego gatunek przynależy; tematykę; układ i wielkość *column*. W praktyce anglosaskiej nie zwraca się więc uwagi na szeroko omawiany w polskiej literaturze synkretyzm gatunkowy, postać stylistyczną, informację o architekturze tekstu. Nie ma również mowy o aktywnej roli czytelnika.

Takie porównanie już na poziomie normatywnym pozwala stwierdzić, że różnice definicyjne pomiędzy gatunkiem felietonu a gatunkiem *column* wynikają głównie z różnych tradycji badawczych i innego rozłożenia akcentów przez badaczy.

Najłatwiej dostrzegalna z tych różnic to usytuowanie felietonu pomiędzy publicystyką a literaturą, podczas gdy *column* w sposób niebudzący wątpliwości przynależy do świata dziennikarskiego. W felietonie informatywność schodzi na drugi plan, jest on „informacją w interpretacyjnym opakowaniu” (Wojtak 2004, s. 202). Otwiera się on na literaturę i nie może obyć się bez warsztatu literackiego – ważna jest jego literacka orientacja, czyli fikcyjność, obrazowość i uporządkowanie naddane (Chudziński 2000, s. 208). Literackość jest więc – wobec ogromu cech definicyjnych – być może najważniejszym wyróżnikiem felietonu w publicystyce. *Column* natomiast jest zjawiskiem *stricte* dziennikarskim i jest klasyfikowany jako dziennikarstwo osobiste (Silvester, za: Franklin i in. 2005, s. 38) lub dziennikarstwo oceny (Wyatt i Badger 1993, s. 8).

Inną różnicą jest rola odbiorcy tekstu w kształtowaniu gatunku. W felietonie jest on partnerem autora – ma „wyluskać” temat felietonu; jest wpisany w tekst jako uczestnik potencjalnej interakcji (Wojtak 2004, s. 202). Jest także partnerem gry, którą prowadzi z nim autor (Chudziński 2000, s. 208–209). Zażyłość między autorem a czytelnikiem wyraża się w poufałości wobec odbiorcy (Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 89). W przypadku *column* czytelnik pomaga jedynie zdecydować o wyborze tematu (z kimś bowiem autor musi dzielić opisy-

²⁶ Pomimo pozwalających na to własności fonetycznych zdecydowałam się nie odmieniać terminu *column* ze względu na jego podobieństwo do polskiego słowa *kolumna*. Pozwoli to uniknąć nietypowo brzmiących form fleksyjnych.

wane wspólne doświadczenia; Silvester za: Franklin i in. 2005, s. 38), ale na tym kończy się jego rola (a przynajmniej kończy się rola uświadomiona w refleksji nad gatunkiem).

Znacznie większą wagę niż polscy badacze przywiązują natomiast twórcy angielscy i amerykańscy do osobowości autora. Jego zindywidualizowany język i subiektywne podejście do tematu stanowią o wartości *column*; autorzy są więc zwykle wybierani ze względu na swoją umiejętność pisania, bystry umysł i umiejętność zainteresowania czytelników (Riley 2009, s. 118). Riley twierdzi wręcz, że bycie interesującym to sens istnienia felietonisty; jego spojrzenie na sprawę, dowcip, wyjątkowa, zwracająca uwagę osobowość i styl odróżniają felieton od ostrożniej redagowanych edytoriali (Riley 2009, s. 2). Jak twierdzi Hennessy, celem felietonisty jest pisanie w sposób jedyny i niepowtarzalny i „ma [on] prawo obrażać, rozbawiać, wyśmiewać, ujawniać swoje uprzedzenia, prowokować i filozofować: jednym słowem, ma prawo się wyróżniać” (Hennessy 2009, s. 281). Potwierdza to Shrimley (2003, s. 24), twierdząc, że styl felietonisty powinien być na tyle wyjątkowy, żeby nie musiał on podpisywać swoich tekstów.

Właśnie indywidualizacja pozostaje jedynym postulatem stylistycznym dla *column*. W przypadku felietonu natomiast zarówno warstwa językowa, jak i konstrukcja wewnętrzna doczekały się szczegółowego i wyczerpującego opisu. W warstwie językowej gatunek ten charakteryzuje ogromna swoboda i heterogeniczność (Wojtak 2004, s. 205–206, Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 88). Felieton czerpie bowiem ze wszystkich odmian stylowych języka (Wojtak 2008, s. 109). Struktura wywodu jest luźna, charakteryzuje ją dygresyjność i fragmentaryczność (Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 89).

Nieco inaczej także kształtują się funkcje obu gatunków. Felieton jest przede wszystkim perswazyjny (Wojtak 2004, s. 20) i ludyczny (Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 88, Chudziński 2000, s. 212). Zdarza się jednak, że zamiast perswazji i sugestii dominuje w nim demagogia (Chudziński 2000, s. 210). Zauważono także, że gatunek ten upolitycznił się i zbrutalizował w ostatnich latach, gdyż stał się instrumentem walki politycznej (Chudziński 2000, s. 212).

Column ma natomiast przede wszystkim charakter dydaktyczny. H. Young, którego teksty regularnie publikują „The Guardian” i „The Observer”, określa swoje zainteresowania jako felietonisty: „Mniej interesuje mnie oddziaływanie na wydarzenia i ministrów (...) niż edukowanie czytelników, którzy pragną wiedzieć, o co w tym wszystkim chodzi” (za: Hennessy 2009, s. 286–7). Funkcję dydaktyczną *column* uzupełnia funkcja ludyczna – teksty te nie tylko pokazują wydarzenia dogłębniej i z szerszej perspektywy, w większym stopniu niż inne teksty zmuszają do myślenia, prowokują do działania, inspirują, bawią i poprawiają nastrój (Hennessy 2009, s. 281).

Różną rolę w klasyfikacji typów obu gatunków odgrywa tematyka – dla felietonu jest tylko jednym z wielu kryteriów klasyfikacji, ponieważ jego kanoniczny wzorzec charakteryzuje dowolność tematyczna (Wojtak 2004, s. 205–206, Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 88). Autor musi jednak pamiętać, że w felietonie „mieści się prawda jednostkowa, nabierająca jednak charakteru przesłania uniwersalnego”, a konkretny problem powinien zostać przedstawiony w zaskakującej formie (Wojtak 2008, s. 110).

Dla *column* tematyka pozostaje w zasadzie jedynym kryterium klasyfikacyjnym (choć można też przyjąć kryterium autorstwa – *column* pisane przez osoby sławne czy należące do mniejszości etnicznych). Riley wymienia aż 14 przykładowych kręgów tematycznych, stanowiących podstawę typologii *column* (między innymi humor, sport, tematy ogólnego zainteresowania, porady; Riley 2009, s. 3).

Podobnie natomiast kształtują się parametry zewnętrzne felietonu i *column*. Są one na tyle istotne, że mogą być nieraz wystarczającym kryterium do wyodrębnienia felietonu (Chudziński 2000, s. 208), na pewno zaś okazują się bardzo przydatne w przypadku form znacznie przekształconych zabiegami stylizacyjnymi (Wojtak 2008, s. 117). Zewnętrzne cechy felietonu to jego cykliczność (Wojtak 2004, s. 204; Chudziński 2000, s. 207, Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 89), tytuł cyklu, który wyraża postawę felietonisty (Wojtak 2008, s. 110), stałe miejsce w piśmie (tamże, s. 110; Chudziński 2000, s. 207), niewielkie rozmiary (Wojtak 2004, s. 204; Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 89), różnorodność form graficznych, podpis autora (Wojtak 2004, s. 204) oraz charakterystyczna, wyodrębniona graficznie i powtarzalna rama (Wojtak 2008, s. 111). Spośród tych licznych cech, badacze anglosascy zwracają uwagę jedynie na cykliczność (Silvester za: Franklin i in. 2005, s. 38), podpis autora, stałe miejsce w piśmie oraz długość tekstu, przy czym ta ostatnia cecha zdefiniowana jest bardzo precyzyjnie na 700–800 słów (Riley 2009, s. 2).

Podobieństwo między oboma gatunkami obejmuje też postulat subiektywności z jednoczesnym zachowaniem dystansu do omawianego tematu. Felietonista musi ujawniać swoje „ja” (Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 89). Koncentruje się on na własnym stosunku do wydarzeń, nie musi argumentować swoich sądów i ocen, jego ustalenia mają charakter prowizoryczny, nieprawomocny, a jego opinie mogą bulwersować czytelników (Chudziński 2000, s. 208–209). Ma prawo być stronniczy (Wolny-Zmorzyński i in. 2006, s. 88–89), ma prawo prowokować, polemizować czy moralizować (Wojtak 2004, s. 205–206). Jednocześnie zaleca się felietoniście zachowanie sceptycznego dystansu do przedmiotu wypowiedzi. Właśnie ten dystans, połączony z ironią i autoironią, stanowią wyznaczniki postawy felietonowej (Chudziński 2000, s. 209).

Wyatt i Badger podkreślają również rolę subiektywności w gatunku *column*, stwierdzając, że zwykle ocenianie wiąże się w mediach z przedstawieniem faktycznego opisu połączonego z dosadną osobistą oceną (Wyatt i Badger 1993, s. 8).

Cykl *Okiem felietonisty* nosi zewnętrzne znamiona felietonu (cykliczność, podpis autora, tytuł cyklu), jego tematyka jest aktualna, a sam tytuł cyklu wskazuje na przynależność gatunkową tych tekstów. Cechuje go również silny, choć często ukryty subiektywizm. Niewątpliwa jest także funkcja perswazyjna tych tekstów – W. Borkowski często stosuje słownictwo o niedookreślonym znaczeniu i pojęcia nieostre, słowa o silnym zabarwieniu pozytywnym (dom, ojczyzna, suwerenność, patriotyzm) oraz negatywnym (spekulanci, politykierzy), często sięga po implikatury i presupozycje oraz pytania retoryczne.

Nie sposób natomiast doszukać się w tekstach Wojciecha Borkowskiego funkcji ludycznej. Nieliczne są elementy satyry i dystansu. Teksty pisane są w tonie poważnym, nie ma w nich więc opisywanej przez Chudzińskiego finezyjnej postawy felietonowej (2000, s. 209).

Trudno mówić o indywidualizacji stylu w tekstach Wojciecha Borkowskiego. Posiadają one wiele cech dyskursu prawnicowego (por. Lipiński 2009): opowiadanie się po stronie moralności, tradycji, afirmacja ojczyzny (i ubolewanie nad utratą suwerenności przez Polskę na rzecz UE i międzynarodowych instytucji finansowych), pochwała wolnego rynku oraz antykomunizm (wyrażony poprzez negatywną ocenę procesu transformacji ustrojowej uznanego za niewystarczający), a także wielokrotnie podkreślany skrajnie krytyczny stosunek do (liberalnych) mediów.

Budowa kolejnych części cyklu *Okiem felietonisty* pozwala je sklasyfikować jako teksty asocjacyjno-dygresyjne, o luźnej strukturze wyводу, niejednokrotnie tak luźnej, że tytuł wydaje się nietrafnie dobrany. Często brakuje także puenty.

W warstwie językowej trudno znaleźć znamiona literackości – z ogromnego zbioru zabiegów stylistycznych stosowanych przez innych felietonistów, Wojciech Borkowski wykorzystuje jedynie kolokwialne słownictwo i struktury składniowe, nieliczne neologizmy oraz cytaty, których jednak twórczo nie przekształca (jedynie afirmuje albo poddaje druzgocącej krytyce). Brakuje także stylizacji na inne gatunki wypowiedzi.

Z uwagi na opisywany przez Babińskiego wpływ prasy nie etnicznej na prasę polonijną (1988, s. 241), wydaje się, że przeważająco publicystyczny charakter tekstów z cyklu *Okiem felietonisty* może wynikać z wpływu tradycji anglosaskiej na realizację gatunku przez autora. Teksty te byłyby więc bardziej *column* niż felietonami, z rysem dydaktycznym (choć również perswazyjnym, co z kolei jest cechą gatunku felietonu).

8. Metoda badawcza

Z uwagi na charakter wizerunku jako zjawiska tekstowego, podstawą jego analizy jest rekonstrukcja treści. Na potrzeby tej części pracy utworzono konkordancję leksemów 'Polska' i 'Polak' oraz ich synonimów tekstowych w minimalnych kontekstach. Konkordancja ta posłużyła jako baza dla rozdziału I i II.

W rozdziale pierwszym omówione zostały osobno fragmenty odnoszące się do Polski i Polaków. Zebrane przykłady uporządkowano według aspektów tematycznych zaczerpniętych z opracowania *Język – wartości – polityka* pod redakcją J. Bartmińskiego (2006).

W rozdziale drugim przedmiotem analizy są treści niejawne wprowadzane do tekstów poprzez zastosowanie implikatur i presupozycji. Implikatury podzielono na implikatury konwersacyjne oraz ukryte, a następnie uszeregowano według maksym konwersacyjnych, których niestosowanie przyczynia się do powstania danej implikatury. Typy presupozycji wyodrębniono na podstawie charakterystycznych elementów językowych, tzw. konstrukcji wprowadzających presupozycje.

Pracę uzupełnia rozdział III poświęcony metaforyce w tekstach Wojciecha Borkowskiego. Ze względu na naturę metafory (w przyjętej koncepcji metafory pojęciowej Lakoffa i Johnsona) jako organizującej poznanie, nie ograniczono analizy do najbliższego kontekstu występowania leksemów 'Polska' i 'Polak', lecz przeanalizowano metaforykę w całym korpusie 152 tekstów.

We wszystkich rozdziałach przytoczone zostaną te z wyekscerpowanych przykładów, które najtrafniej ilustrują omawiane zjawisko bądź też wprowadzają nowe odcienie treściowe. Niektóre wyraziste przykłady, jeśli egzemplifikowały różne zjawiska, zostały przywołane dwukrotnie i za każdym razem omówione pod innym kątem. Prezentując je, zachowano pisownię zgodną z oryginałem (szczególnie rażące błędy opatrzone komentarzem sic!), natomiast usterki edytorskie (tzw. literówki) – skorygowano. Przy każdym cytacie umieszczono w nawiasie kwadratowym datę publikacji tekstu, z którego został zaczerpnięty. Uwagi odautorskie umieszczono w nawiasie kwadratowym.