



**Poprawność językowa polskich mediów
Internetowe wydania dzienników ogólnopolskich**

Edycja pierwsza

Kraków 2011

Spis treści

1	Wstęp	3
2	Wnioski	4
3	Charakterystyka badania	6
3.1	Cel i zakres badania	6
3.2	Metodyka	6
3.3	Badane serwisy	9
4	Szczegółowe wyniki badań	9
4.1	Typy błędów popełnianych najczęściej	9
4.2	Wnioski z analizy tekstów poszczególnych serwisów	11
4.2.1	„Super Express”	11
4.2.2	„Fakt”	12
4.2.3	„Gazeta Wyborcza”	13
4.2.4	„Rzeczpospolita”	14
5	Podsumowanie	14

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

1 Wstęp

Wraz z rozwojem kultury masowej nasiliły się w ostatnich latach zjawiska degradacji kultury i języka polskiego. Przyczynia się do tego także postępujący rozwój elektronicznych środków komunikacji. W środkach masowego przekazu – w telewizji i w radiu, w prasie i w Internecie, w filmach, piosenkach – wszędzie widać wyraźnie symptomy upadku obyczaju i języka.

Szczególnie niepokojącym zjawiskiem jest wulgaryzacja języka i lekceważenie kultury narodowej. Jesteśmy świadkami wprowadzania do przestrzeni publicznej zwrotów prymitywnych i obraźliwych, niegodnych Polaka.

Profesorowie i wykładowcy wyższych uczelni podkreślają, że w wyniku obniżania wymagań edukacyjnych w zakresie języka polskiego i historii narodowej zanika znajomość przeszłości oraz umiejętność poprawnego mówienia i pisanie w ojczystym języku. Socjologowie zwracają natomiast uwagę, że istnieje wprost proporcjonalna zależność między agresją słowną i wulgaryzacją języka a przemocą fizyczną i wulgarnością zachowań.

Obserwując te mechanizmy, Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE zdecydowała się zorganizować ogólnopolską kampanię pod tytułem „Internet bez błędów” promującą poprawność językową w mediach. Celem kampanii jest znalezienie odpowiedzi na coraz częściej publicznie stawiane pytanie, czy polskie media oferują nam poprawną polszczyznę.

W ramach kampanii Fundacja planuje regularnie przeprowadzać audyty serwisów internetowych różnych organizacji, instytucji i grup społecznych.

Jako pierwszy został przeprowadzony audyt serwisów internetowych najczęściej czytanych dzienników ogólnopolskich.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

Zaczynamy od mediów, gdyż to właśnie one powinny spełniać rolę wzorca poprawności językowej i być nośnikiem wartości, jaką jest kultura języka.

Badanie, które odbyło się w dniach 7-15 lutego, obejmowało cztery pierwsze tytuły według rankingu przeprowadzonego przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy za 2010 rok (na podstawie kryterium sprzedaży ogółem powyżej 100 000 egzemplarzy). Analizie poddano serwisy: „Gazety Wyborczej”, „Faktu”, „Rzeczpospolitej” i „Super Expressu” (kolejność alfabetyczna).

Audyty miały wykazać, czy redaktorzy najbardziej poczytnych dzienników ogólnopolskich respektują podstawowe zasady poprawności językowej. Audytorzy określili równocześnie poziom kompetencji językowych redaktorów najważniejszych tytułów prasowych.

Mamy nadzieję, że raport będzie stanowił cenne źródło informacji nie tylko o poziomie poprawności językowej mediów, ale przede wszystkim o tym, na ile poważnie redaktorzy traktują zagadnienia związane z kulturą języka, jakie wzorce kreują w społeczeństwie. Wierzymy, że publikacja ta stanie się przyczynkiem do refleksji na temat kultury języka w mediach.

2 Wnioski

Opracowując wnioski z badania, zastanawialiśmy się, czy obserwacje wynikające z analizy tekstów będą korespondować z wygenerowanym w ostatnich latach obrazem medialnym, w którym poziom języka polskiego coraz wyraźniej ulega degradacji.

Na kompetencje językowe Polaków znaczący wpływ ma postępujący w ostatnich latach rozwój elektronicznych środków komunikacji. Sześć lat temu Centrum Badania Opinii Społecznej na zlecenie Rady Języka Polskiego przeprowadziło badanie, mające na celu

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

sprawdzenie, jaki jest stosunek Polaków do ich ojczystego języka¹. Ponad 35% respondentów stwierdziło, że należy dbać o język, którym się posługujemy, gdyż stanowi on wartość, którą należy pielęgnować. Warto dodać, że także pozostali respondenci zgodzili się ze stwierdzeniem, że należy dbać o język polski, choć podawali zupełnie inne powody:

- bo nauczyli mnie w domu, że należy dbać o język ojczysty (19,4%),
- bo ludzie kulturalni powinni mówić poprawnie (19,5%),
- bo poprawne mówienie pomaga w porozumiewaniu się (12,3%),
- bo kiedy mówi się niepoprawnie, inni ludzie gorzej traktują takiego człowieka (4,3%),
- po prostu trzeba, choć nie umiem tego dobrze uzasadnić (8,4%),
- trudno powiedzieć (0,6%),
- bo nasz język jest bardzo ładny (0,1%).

Wyniki te potwierdzają, że dla większości Polaków język ojczysty jest wartością, którą powinno się kultywować.

Dbanie o kulturę języka najczęściej postrzegane jest jako domena językoznawców, redaktorów, pisarzy, dziennikarzy, polityków. Należy jednak zwrócić uwagę, że język jest wartością, którą powinno pielęgnować całe społeczeństwo – wszyscy przecież jesteśmy jego użytkownikami. Ważne jest więc to, by także ludzie niezwiązani zawodowo z językiem polskim nauczyli się, że warto o poprawną polszczyznę dbać w swoich firmach, na swoich stronach internetowych czy podczas spotkań biznesowych. Język kształtuje nasze relacje z innymi ludźmi, jest potężnym narzędziem negocjacyjnym, reklamowym, biznesowym, jest medium porozumiewania się.

¹ Co Polacy sądzą o języku polskim - wyniki badania CBOS, www.rjp.pan.pl (data pobrania – 15 lutego 2011 r.)

3 Charakterystyka badania

3.1 Cel i zakres badania

Podstawowym celem badania była analiza poziomu poprawności języka polskiego na stronach serwisów internetowych najpopularniejszych tytułów prasowych.

Badaniem został objęty szeroki wachlarz zagadnień z zakresu kultury języka. Zidentyfikowane i opisane zostały najczęściej popełniane błędy językowe. Zbadano także i oceniono poziom dojrzałości językowej redaktorów.

3.2 Metodyka

Audyty zostały przeprowadzone przez ekspertów współpracujących z Fundacją. Dla wszystkich serwisów zastosowano jednakowe parametry badań, te same kryteria i identyczną skalę ocen.

Etap zbierania danych realizowany był w dniach od 7 do 15 lutego 2011 roku. Zbadano serwisy internetowe czterech tytułów prasowych: „Faktu”, „Super Expressu”, „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. Wybrano po jednym artykule z pięciu najważniejszych działów tematycznych – polityki, sportu, finansów, kultury i nauki. Następnie audytorzy dokonali analizy językowej wybranych tekstów, identyfikując najczęściej popełniane w nich błędy. W oparciu m.in. o klasyfikację typów błędów opisaną przez A. Markowskiego w publikacji *Kultura języka polskiego*², błędy i usterki językowe podzielono na następujące grupy:

Błędy pisowni – błędy ortograficzne, edytorskie, interpunkcyjne, czyli m.in.:

- używanie niewłaściwych liter i połączeń literowych w zapisie,
- niewłaściwa pisownia łączna lub rozdzielna;

² A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

- niewłaściwe użycie łącznika,
- niewłaściwe stosowanie wielkich i małych liter na początku wyrazów,
- błędne zastosowanie lub brak znaków specjalnych (myślnika, łącznika, apostrofu, ukośnika, spacji, cudzysłowu),
- brak właściwego znaku interpunkcyjnego,
- niewłaściwe lub zbędne użycie znaku interpunkcyjnego.

Błędy składniowe, np.:

- błędy w zakresie związku zgody,
- błędy w zakresie związku rzędu,
- błędy w stosowaniu przyimków,
- błędy w zakresie używania wyrażen przyimkowych,
- zbędne zapożyczenia składniowe,
- niepoprawne skróty składniowe,
- niepoprawne konstrukcje z imiesłowowym równoważnikiem zdania,
- konstrukcje niepoprawne pod względem szyku wyrazowego.

Błędy fleksyjne, polegające m.in. na:

- wyborze niewłaściwej postaci wyrazu,
- wyborze niewłaściwego wzorca odmiany,
- wyborze niewłaściwej postaci tematu fleksyjnego,
- wyborze niewłaściwej końcówki fleksyjnej,
- nieodmianianiu wyrazu, który ma swój wzorzec deklinacyjny,
- odmianie wyrazu, któremu nie można przypisać wzorca odmiany.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

Błędy leksykalne (wyrazowe, frazeologiczne i słowotwórcze), czyli np.:

- stosowanie wyrazów w niewłaściwym znaczeniu,
- mylenie znaczeń wyrazów podobnych brzmieniowo lub morfologicznie i ich niepoprawne wymienne używanie,
- posługiwanie się pleonazmami,
- zmiana formy frazeologizmów wskutek wymiany, redukcji lub uzupełnienia składu związku;
- zmiana formy frazeologizmu wskutek zmiany postaci gramatycznej jednego ze składników,
- zmiana znaczenia frazeologizmu,
- użycie frazeologizmu w niewłaściwym kontekście, powodującym odżycie znaczenia dosłownego;
- budowanie formacji niezgodnie z polskimi modelami słowotwórczymi,
- zastosowanie niewłaściwego formantu,
- wybór niewłaściwej podstawy słowotwórczej.

Błędy stylistyczne, kompozycyjne i logiczne, np.:

- nieuzasadnione stosowanie elementów potocznych w wypowiedzi o charakterze publicznym,
- wulgaryzacja języka,
- nieuzasadnione bądź natrętne stosowanie anglicyzmów i innych zapożyczeń językowych,
- nadużywanie bądź bezkrytyczne stosowanie wyrazów modnych,
- brak jasności, spójności, prostoty i zwięzłości stylu,
- naruszenie logiki wypowiedzi.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

Na podstawie przeanalizowanych tekstów zostały opracowane wnioski i rekomendacje przedstawione w postaci niniejszego raportu.

3.3 Badane serwisy

Jak już wspomniano, w audycie zostały ocenione cztery największe tytuły prasowe: „Gazeta Wyborcza”, „Fakt”, „Rzeczpospolita” i „Super Express” (w kolejności alfabetycznej). Wyboru dokonano na podstawie rankingu stworzonego przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy z grudnia 2010 roku. Pod uwagę zostały wzięte cztery tytuły o ogólnej sprzedaży powyżej 100 000 egzemplarzy. „Nasz Dziennik” nie został uwzględniony w niniejszym badaniu, gdyż nie ma nakładu kontrolowanego i nie jest wymieniany w rankingach przeprowadzanych przez ZKDP. Brakuje wiarygodnych danych o sprzedaży tego tytułu – według informacji podawanych przez wydawcę sprzedaż wynosi około 100 000 przy nakładzie 150 000 egzemplarzy; podane liczby jednak trudno zweryfikować.

4 Szczegółowe wyniki badań

4.1 Typy błędów popełnianych najczęściej

Prezentując wyniki audytu serwisów stron internetowych największych dzienników ogólnopolskich, należy zaznaczyć, że analizie poddane zostały wyłącznie błędy (czyli odstępstwa od normy językowej oraz wszelkie innowacje nieuzasadnione funkcjonalnie), które zidentyfikowano i uznano za istotne dla jakości językowej tekstu.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż najczęściej popełniane są błędy w pisowni – stanowią one 53% wszystkich popełnianych błędów. Na 20 przeczytanych artykułów tylko w dwóch tekstach nie było tego typu błędów, stanowi to 10% wszystkich przeczytanych artykułów. Co ciekawe – oba teksty pochodziły z „Rzeczpospolitej”.

Co piąty popełniany błąd to usterka stylistyczna. Najczęściej pojawiały się one w „Super Expressie”, najrzadziej w „Rzeczpospolitej”.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

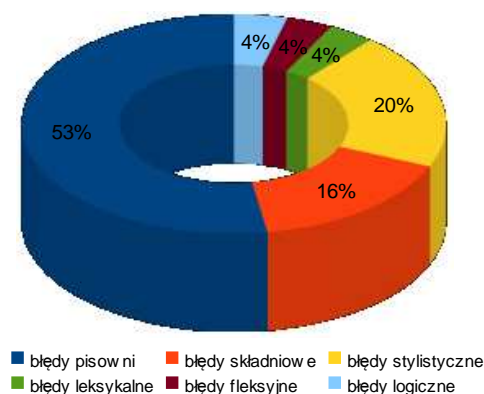
www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

Błędy składniowe stanowią 16% ogółu popełnianych błędów. Najwięcej odnotowano ich w „Gazecie Wyborczej”, najmniej w „Fakcie”. Stosunkowo najrzadziej autorzy badanych tekstów popełniali błędy logiczne, fleksyjne i leksykalne (po 4%). Warto wspomnieć, że błędów leksykalnych nie było w ogóle w „Fakcie” oraz w „Gazecie Wyborczej”, natomiast błędów fleksyjnych uniknęły: „Rzeczpospolita” i „Super Express”. Błędy logiczne pojawiały się sporadycznie w każdym z analizowanych tytułów.



Wykres 1 Najczęściej popełniane błędy

Analizując powyższe wyniki, warto odnotować fakt, iż w tabloidach dominują teksty krótkie, stąd ryzyko popełnienia błędów jest zdecydowanie mniejsze. Mimo tego zarówno „Fakt”, jak i „Super Express” mają porównywalne wyniki, biorąc pod uwagę liczbę zidentyfikowanych błędów (odpowiednio 23% i 26%). W „Gazecie Wyborczej” i w „Rzeczpospolitej” przeważają teksty dłuższe, dlatego ryzyko napotkania błędu jest w nich dużo wyższe. Jednak w kwestii poprawności wyraźna jest przewaga „Rzeczpospolitej”. Błędy zidentyfikowane w tym dzienniku stanowią zaledwie 16% ogółu napotkanych błędów. Najgorzej, biorąc pod uwagę częstotliwość popełniania błędów, wypadła „Gazeta Wyborcza”. W artykułach pochodzących z tego dziennika znaleziono aż 35% ogółu znalezionych błędów. Wynika z tego, że redaktorzy „Gazety Wyborczej” popełniają błędy dwukrotnie częściej niż dziennikarze „Rzeczpospolitej”, choć piszą teksty o podobnej objętości.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

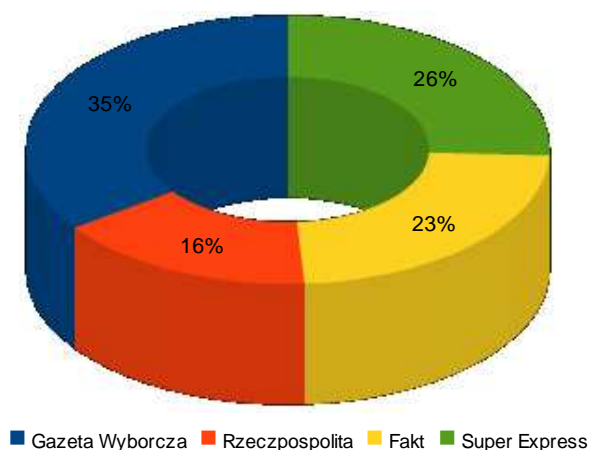
e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

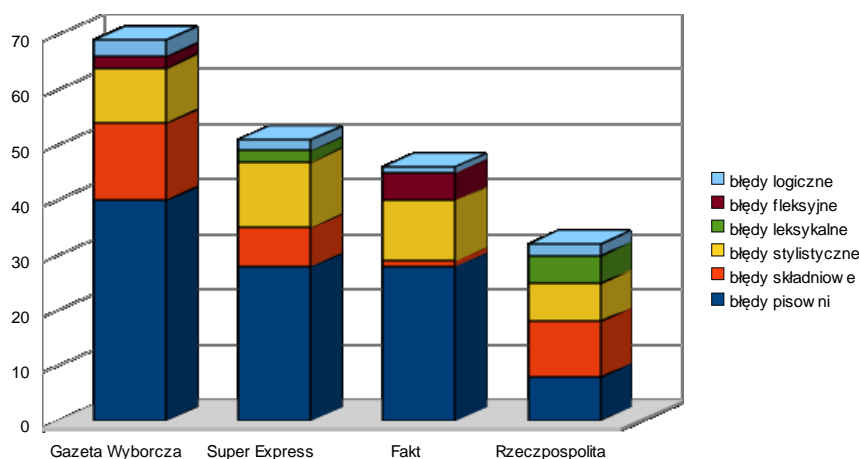
KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17



Wykres 2 Procentowy rozkład błędów w poszczególnych serwisach



Wykres 3 Bezwzględna ilość znalezionych błędów

4.2 Wnioski z analizy tekstów poszczególnych serwisów

4.2.1 „Super Express”

W ramach badania przeanalizowaliśmy teksty pochodzące z dziennika „Super Express”. Redaktorzy tej gazety tworzą najczęściej krótkie, kilkudzaniowe artykuły. Jak widać z wyników badania, poprawność językowa tworzonych tekstów nie jest dla autorów priorytetem, a jakość artykułów pozostawia wiele do życzenia. Błędy pisowni stanowią

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

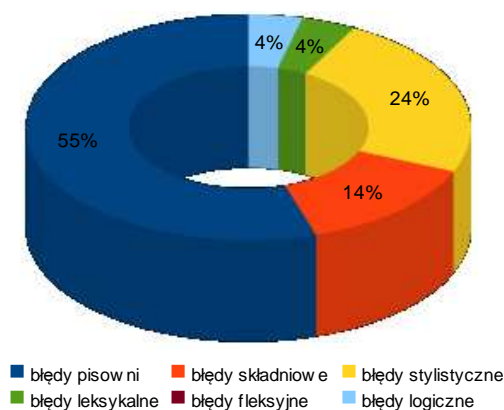
www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

ponad połowę wszystkich zidentyfikowanych nieprawidłowości. Nieprawidłowości stylistyczne stanowią 24% ogółu usterek, składniowe – 14%, a leksykalne i logiczne po 4%. Co interesujące – nie odnotowano żadnych błędów fleksyjnych.



Wykres 4 Najczęściej popełniane błędy „Super Ekspres”

4.2.2 „Fakt”

Głównymi rodzajami odstępstw od normy językowej notowanymi w analizowanych artykułach były błędy pisowni. Stanowiły one aż ponad 61% wszystkich błędów zidentyfikowanych w tej gazecie. „Fakt” jest rekordzistą, jeśli chodzi o ilość popełnionych błędów tego typu. Kolejnym, najczęściej popełnianym typem błędów były usterki stylistyczne – 24%. Co ciekawe – odnotowano liczną grupę błędów fleksyjnych (11%), które w innych analizowanych tytułach zdarzają się sporadycznie bądź nie występują w ogóle. Błędy składniowe i logiczne zostały zidentyfikowane w niewielkim stopniu (po 2%). Nie pojawiają się natomiast błędy leksykalne.

Problemy językowe, szczególnie nieprawidłowości fleksyjne, mogą wynikać zasadniczo z dwóch powodów: koncentrowaniu się redaktorów „Faktu” na sensacji i pośpiechu w publikowaniu tekstów.

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

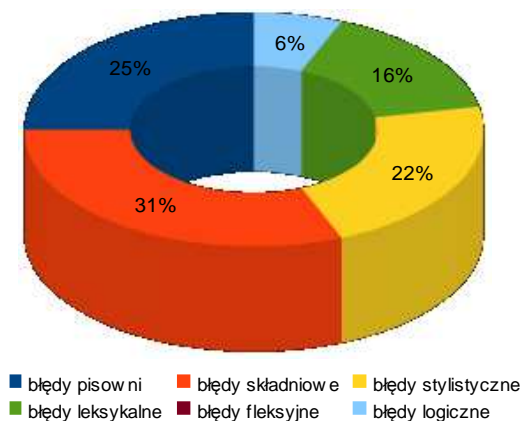
e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

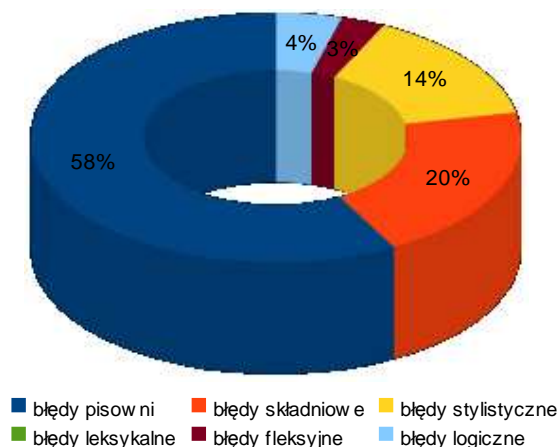
NIP: 676-243-37-17



Wykres 5 Najczęściej popełniane błędy „Fakt”

4.2.3 „Gazeta Wyborcza”

Nie najlepiej wypadła też „Gazeta Wyborcza”. Mimo że nie odnotowano żadnych błędów fleksyjnych, błędy pisowni stanowią aż 58% ogółu notowanych błędów, czyli ponad połowę wszystkich zidentyfikowanych błędów w tym dzienniku. Drugim, nie mniej istotnym typem odstępstw od normy językowej są usterki składniowe, do których należy co piąty błąd zidentyfikowany w badanym serwisie. Natomiast błędy stylistyczne stanowią 14%. Nieprawidłowości logiczne i fleksyjne pojawiały się sporadycznie (odpowiednio 4% i 3%).



Wykres 6 Najczęściej popełniane błędy „Gazeta Wyborcza”

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

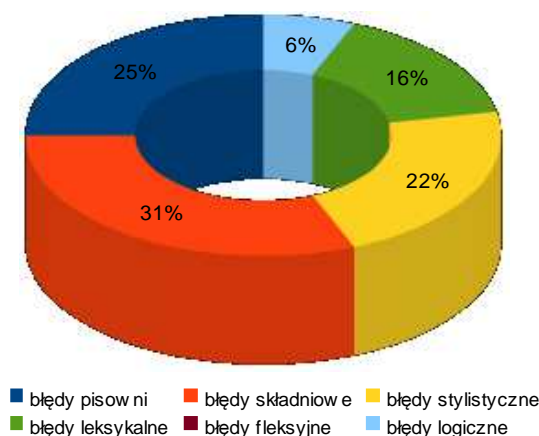
KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

4.2.4 „Rzeczpospolita”

W przeprowadzonym audycie zdecydowanie najlepiej wypadł serwis internetowy dziennika „Rzeczpospolita”. Tak częste w innych badanych serwisach błędy pisowni stanowią tu zaledwie 1/4 ogółu zidentyfikowanych błędów. Jest to bardzo dobry wynik w porównaniu do rezultatów uzyskanych przez pozostałe gazety, w których średnio co drugi błąd był odstępstwem od zasad pisowni.



Wykres 7 Najczęściej popełniane błędy „Rzeczpospolita”

Niepokoici natomiast w „Rzeczpospolitej” duża ilość błędów składniowych, które stanowią 31% wszystkich błędów w tej gazecie.

Niewiele mniej zidentyfikowano błędów stylistycznych (22%) i leksykalnych (16%). Te ostatnie pojawiają się o wiele częściej niż w innych analizowanych tytułach. Zostały także dostrzeżone nieliczne błędy logiczne, stanowiące 6% ogólnej liczby błędów.

5 Podsumowanie

Pierwsze z tego cyklu badanie poprawności językowej serwisów internetowych jest przeglądem poszczególnych typów błędów popełnianych przez redaktorów dzienników

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

ogólnopolskich. Celem tego raportu było spojrzenie na media pod względem kultury języka i próba oceny kompetencji językowych osób odpowiedzialnych za tworzenie tekstów.

Wyniki audytu nie napawają szczególnym optymizmem. Najgorzej w badaniach wypadł serwis „Gazety Wyborczej”, w którym odnaleziono najwięcej błędów i nieprawidłowości. Zidentyfikowanie podstawowych odstępstw od normy nie wymagało wysiłku ani wyjątkowej sprawności językowej. W ocenie eksperckiej serwis „Gazety Wyborczej” wypadł gorzej od przeciętnej. Występują w nim najbardziej typowe błędy pisowni, niewiele mniej jest błędów składniowych i stylistycznych. Niepokojący jest brak dostatecznej staranności i dbałości o zachowanie norm językowych. Występują powszechne błędy i niekonsekwencje w odmianie nazwisk i imion obcych, błędy ortograficzne i interpunkcyjne, które znacznie utrudniają lekturę i właściwe zrozumienie intencji autorów. Niejednokrotnie stosowane są wyrazy niejednoznaczne, o znaczeniach słabo utrwalonych w świadomości społeczeństwa, co zakłóca komunikację językową.

Serwisy „Faktu” i „Super Expressu” uzyskały zbliżone rezultaty. Serwis „Faktu” nie może być na pewno wzorem poprawności, audytorzy natrafili na bardzo dużą ilość błędów, jednak w ocenie ekspertów równie niekorzystnie, w świetle przeprowadzonych badań, wypadła witryna „Super Expressu”. Eksperci zwrócili uwagę przede wszystkim na nieuporządkowane stylistycznie teksty, dosadność i wulgaryzacja języka oraz niestaranność zapisu. W serwisach tych tytułów prasowych dominuje styl telewizyjny – dążenie do skrótowości, powierzchowności i wizualizacji. Dzięki dość prymitywnemu językowi tabloid trafia przede wszystkim do mało wymagających czytelników. Wynika to z definicji tego typu prasy – tabloidy skierowane są do szerokich rzesz słabo wykształconej ludności, dlatego też zawarte w nich informacje często przesycane są tanią sensacją – tytuły tekstów są populistyczne i dosadne. Pojawia się dużo zdjęć, a mało tekstu.

Najlepszą ocenę uzyskał serwis „Rzeczpospolitej”. Nie jest on wolny od nieprawidłowości, jednak poziom językowy, który prezentuje, oceniony został najlepiej

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

spośród wszystkich przebadanych serwisów. Mimo iż nie spełniał wszystkich kryteriów poprawności, to uplasował się zdecydowanie powyżej przeciętnej. Wśród redaktorów tej gazety panuje moda na neologizmy słowotwórcze i frazeologiczne, które tworzone są niemal mechanicznie. Ekonomiczność takich konstrukcji i ich ogólnikowość, zwalniająca od konieczności doprecyzowania, ma wpływ na częstość ich zastosowania, głównie w tytułach. Pojawia się też często naruszenie normy składniowej. Wyróżnienie wydaje się zasłużone, oby zachęciło ono redakcję do podjęcia starań w kierunku uczynienia swojego serwisu jeszcze lepszym.

Wyniki badań wskazują, że redaktorzy serwisów największych tytułów prasy codziennej nie przywiązują szczególnie dużej wagi do zagadnienia poprawności językowej. Tymczasem tekst napisany jasnym i dobrym językiem ma ogromne znaczenie dla odbiorcy, a poprawność językowa ułatwia jego zrozumienie i świadczy o poziomie tworzącej go osoby.

W ocenie audytorów żaden z badanych serwisów nie zasługiwał na ocenę bardzo dobrą, jedynie serwis „Rzeczpospolitej” otrzymał ocenę dobrą. Ocena dostateczna przypadła serwisom „Faktu” i „Super Expressu”. Natomiast serwis „Gazety Wyborczej” nie zdał egzaminu z języka polskiego.

Podsumowując raport, niewątpliwie warto pokusić się o ocenę poziomu kompetencji językowych w prasie elektronicznej w Polsce. Naszym zdaniem nie jest to poziom wystarczający, co dostrzegają również specjaliści, psychologowie i socjologowie.

Subiektywna ocena poziomu językowego elektronicznych wydań prasy ogólnopolskiej okazała się niezbyt zadowalająca. Niestety nie wszystkie media są świadome swoich zaniedbań i roli, jaką odgrywają w kształtowaniu wzorców językowych. Można wysnuć wnioski, iż wpływ rozwoju kultury masowej ostatnich lat jest coraz silniejszy i coraz mocniej można doświadczyć zubożenia języka w mediach, szczególnie elektronicznych. Taki wynik jasno pokazuje, iż polska prasa w dobie kryzysu kultury języka traci zainteresowanie poprawnością językową, co więcej – dochodzi w niej wręcz do degradacji, a niekiedy także

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17

wulgaryzacji języka. Skupiając się na sensacji i prześcigając się w przekazywaniu newsów, media nie zwracają często uwagi nie tylko na poprawność zapisu, ale także na składnię, styl i logikę przekazu.

Z pewnością w nadchodzących latach działania redakcji w kierunku podnoszenia kultury języka będą musiały zostać zintensyfikowane, gdyż zaniedbania mogą doprowadzić do całkowitego zaniku naszego dobra narodowego, jakim jest język ojczysty. Nie należy jednak postrzegać przyszłości w negatywny sposób, gdyż równolegle rozwijane są inicjatywy mające na celu kształtowanie świadomości językowej Polaków.

Wdrażanie kolejnych inicjatyw zwiększających zainteresowanie naszym językiem oraz efekty z nich wynikające zależą wyłącznie od determinacji i możliwości naszego społeczeństwa. Różne firmy i organizacje mogą prowadzić politykę informacyjną i edukacyjną, licząc na pozytywne zmiany w świadomości Polaków.

Autorzy raportu

Krystyna Sadecka, Patrycja Bukowska

Fundacja Kultury Języka Polskiego DOBRZE POWIEDZIANE

tel.: +48 601 578 248; +48 609 573 298

e-mail: fundacja@dobrzepowiedziane.org

www.dobrzepowiedziane.org

KRS: 0000368474

REGON: 121403112

NIP: 676-243-37-17