



Działania aktywistów języka inkluzywnego w mediach społecznościowych a społeczne postrzeganie feminatywów

Marta Jarosz

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

m.jarosz@uksw.edu.pl

ORCID: 0000-0003-1626-5663

STRESZCZENIE

Cel i metody badań: po wydarzeniach z jesieni 2020 roku, związanych z protestami Strajku Kobiet, zauważalny jest istotny wzrost aktywności osób działających w portalach społecznościowych na rzecz równouprawnienia płci. Mając to na uwadze, w artykule zostaną przedstawione działania aktywistów mowy inkluzywnej prowadzone w mediach społecznościowych (w tym zakresie wykorzystana zostanie metoda opisowa); następnie zaprezentowane zostaną wyniki badania ankietowego, którego celem było: (1) sprawdzenie, czy używanie nazw rodzaju męskiego w odniesieniu do kobiet wykonujących określone zawody faktycznie jest czynnikiem decydującym o tym, jak kobiety postrzegają możliwość bycia aktywnymi w danej profesji; (2) określenie, jak przeciętny użytkownik języka polskiego ocenia postulowane przez aktywistów zasady rządzące mową inkluzywną. **Główne tezy:** (1) używanie w odniesieniu do kobiet powszechnych nazw rodzaju męskiego, na przykład nazw zawodów, nie narzuca jednoznacznie wykluczającego sposobu myślenia o osobach płci żeńskiej – ich umiejętnościach, predyspozycjach i możliwościach bycia aktywnymi na tych samych polach co mężczyźni; (2) działania podejmowane przez aktywistów mowy inkluzywnej w mediach społecznościowych mogą nie być przekonujące dla użytkowników języka polskiego. Istnieje prawdopodobieństwo, że postulowane zachowania językowe będą uznane za utrudniające komunikację i niepotrzebne w kontekście dążenia do ekonomizacji wypowiedzi. **Wyniki i wnioski** są zgodne z pierwszą z postawionych tez, ale nie potwierdzają drugiej. Przeprowadzone badanie ankietowe pokazało, że przeważająca część respondentów uważa, iż własności języka mają wpływ na realizację idei równouprawnienia płci, a postulowane przez aktywistów zmiany pewnych zachowań językowych mogłyby przyczynić się do osiągnięcia pożądanej równości. Okazało się też jednak, że przychylność respondentów wobec proponowanych rozwiązań ma charakter raczej deklaracyjny. **Wartość poznawcza:** przedstawione w tekście wyniki badania ankietowego dostarczają aktualnej wiedzy o społecz-

nym odbiorze feminatywów. Pozwalają także formułować przypuszczenia na temat powodzenia działań aktywistów mowy inkluzywniej, będącej niejako flagowym elementem szeroko pojmowanych zachowań włączających.

SŁOWA KLUCZOWE

feminatywy, język inkluzywny, media społecznościowe, równouprawnienie płci

Jakub Nowak, autor książki *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka* (2011), pisze, że „rozwoj nowych mediów wywołuje przemiany sfery publicznej, które, uogólniając, można określić jako proces jej poszerzania o nowe możliwości udziału w debacie publicznej dostępne użytkownikom nowych mediów, a także nowe relacje pomiędzy poszczególnymi [...] treściami debaty” (s. 90). Wśród przywoływanych w tym stwierdzeniu nowych mediów szczególnie miejsce zajmują media społecznościowe. Każdy, kto ma określone kompetencje i potrafi je wykorzystywać, może realizować w tej przestrzeni dowolne cele komunikacyjne: relacjonować swoje życie, głosić idee, szerzyć jednostkowe lub grupowe poglądy czy rozpowszechniać wiedzę.

W ostatnim czasie, począwszy od października 2020 roku, wyraźnie wzrasta aktywność osób działających w portalach społecznościowych na rzecz kształtowania postaw inkluzywnych – ze szczególnym uwzględnieniem równouprawnienia płci. W publikowanych treściach wiele uwagi poświęca się językowi inkluzywnemu¹.

Instagram jako narzędzie aktywistów języka inkluzywnego

Z najnowszego raportu firmy Hootsuite dotyczącego mediów społecznościowych na świecie oraz w poszczególnych krajach wynika, że z internetu korzysta w Polsce 31,97 mln osób, a więc 84,5% całkowitej populacji (dane ze stycznia 2021 roku). Mediów społecznościowych używa 25,9 mln, czyli więcej niż połowa (68,5%) populacji kraju (37,82 mln). Platformy, które wiodą tutaj prym, to YouTube, z którego korzysta 92,8% wszystkich użytkowników internetu, za nim Facebook (89,2%), komunikator Facebooka – Messenger (76,5%), Instagram (60,6%) oraz WhatsApp (48,2%). Szóste miejsce zajmuje Twitter (37,5%) („Social Media w Polsce 2021 – nowy raport”, 2021).

Dane te jednoznacznie potwierdzają spostrzeżenia Maryli Hopfinger, która już wiele lat temu stwierdziła, że „pojawienie się w wieku XX nowych mediów i związanych z nimi praktyk komunikacyjnych spowodowało wyodrębnienie się z całości kultury sfery zorientowanej przede wszystkim na komunikowanie” (Hopfinger, 2002, s. 17). Współczesny użytkownik internetu jak nigdy wcześniej daje wyraz swojej potrzebie pozostawania w wirtualnym kontakcie z innymi ludźmi i dzielenia się z nimi różnorodnymi treściami.

Jak zauważają Marta du Vall i Marta Majorek, autorki rozdziału pt. *Nowe media w służbie „sieciovych” aktywistów* w książce *Człowiek zalogowany*:

„Sieć w sposób naturalny wychodzi naprzeciw naturalnej formie ludzkiej aktywności, jaką jest interakcja. Komunikacyjny wymiar sieci polega na tym, że umożliwia jednostkom, a wręcz zachęca je do wnoszenia ich własnego wkładu w zbiorowe medium. W efekcie, zarówno procesy informa-

¹ Pod pojęciem języka inkluzywnego rozumie się mówienie nie tylko o kobietach, ale także o osobach LGBT+, migrantach, osobach starszych, z chorobami psychicznymi, z niepełnosprawnościami czy w kryzysie bezdomności oraz o osobach z innych grup narażonych na dyskryminację. Rozważania podjęte w niniejszym artykule koncentrują się na postulatach dotyczących feminizacji języka prezentowanych przez użytkowników Instagramu.

cyjne, jak i powstający wokół nich rodzaj organizacji społecznej przybierają jednocześnie charakter zbiorowy, jak i indywidualny” (du Vall & Majorek, 2013, s. 27).

Zjawiska, o których mowa, w szczególny sposób dają o sobie znać w przestrzeni Instagramu. Choć jej pierwotnym założeniem było umożliwienie użytkownikom dzielenia się zdjęciami (Łozowska, 2018, s. 45), dziś platforma ta nie jest już tylko nieprzebranym zbiorem fotografii. Analizując treści udostępniane obecnie na Instagramie, bez obawy o przesadę można stwierdzić, że stał się on ważnym forum wymiany myśli i działań ludzi, których celem jest udział w debacie publicznej i przyczynianie się do realnych zmian rzeczywistości. Profile zakładają zarówno organizacje i instytucje działające na rzecz realizacji określonych celów, jak i prywatne osoby, które identyfikują się z wybranymi środowiskami. Chcą one wyrażać poparcie dla tych środowisk i przyczyniać się do wzrostu popularności konkretnych poglądów oraz aktywistycznych postulatów. Biorąc pod uwagę tematykę działań aktywistów obecnych na Instagramie, można stwierdzić, że najczęściej koncentrują się one na wspieraniu wykluczonych:

- kobiet – ze względu na płeć;
- członków mniejszości seksualnych – osób nieheteronormatywnych, ale także niebinarnych płciowo;
- osób dyskryminowanych ze względu na wygląd ciała (ruch *body positive*);
- osób z niepełnosprawnościami.

Z danych udostępnianych przez Gemius Polska wynika, że wśród użytkowników aplikacji zdecydowanie dominują kobiety. Badania prowadzone w 2017 roku wykazały, że kobiety nawet 10 razy częściej niż mężczyźni korzystały z Instagramu (Wiercińska, 2017, acc. 2). W ostatnim czasie, tzn. od października 2020 roku, kiedy miały miejsce liczne wydarzenia inicjowane przez Strajk Kobiet, na Instagramie wyraźnie wzrasta aktywność użytkowniczek, które same określają się jako aktywistki ruchu feministycznego. Choć część z nich była obecna w portalu już wcześniej, to właśnie w ostatnich miesiącach ich konta zyskały dużą liczbę nowych obserwatorów. Osoby, o których mowa, za jeden z ważniejszych celów swoich działań w sieci uznają promowanie języka inkluzywnego w kontekście równości płci. Wzbogacenie zasobu leksykalnego polszczyzny ma, ich zdaniem, przeciwdziałać tzw. językowej niewidzialności kobiet, powodowanej przez używanie w odniesieniu do nich i w znaczeniu ogólnym form męskich.

O zjawisku językowej niewidzialności kobiet wspominają między innymi językoznawczynie Małgorzata Karwatowska i Jolanta Szypra-Kozłowska (2005):

„Pełnienie przez rzeczowniki męskoosobowe roli nazw gatunkowych określane jest często mianem »językowej niewidzialności kobiet«, gdyż przez ich użycie teksty o charakterze ogólnym, wszelkie ustawy i przepisy brzmią tak, jakby dotyczyły wyłącznie mężczyzn” (s. 97).

Autorki *Słownika nazw żeńskich polszczyzny* pod redakcją Agnieszki Małochy-Krupy (2015) stwierdzają z kolei, że:

„Zgłębianie historii języka polskiego dowodzi, że od stuleci bogactwo procesów derywacyjnych przebiegało w kierunku rozwoju słotwórczej kategorii żeńskości. Jej apogeum przypada na moment rozkwitu trendów emancypacyjnych [...] Owe tendencje wzbogacały zarówno życie społeczne, jak i zasoby słotwórcze polszczyzny w setki wówczas innowacyjnych słowoform” (s. 5).

Wśród użytkowniczek Instagramu podejmujących omawianą tematykę największą aktywnością wyróżniają się właścicielki profili o następujących nazwach (w kolejności alfabetycznej):

- @inkluzywnamowa,
- @językozaur,
- @kasia_coztymseksem,

- @ladypasztet,
- @ksiezniczkazipiorniczka,
- @maraszejior,
- @queerowfeminizm,
- @martynakaczmarek,
- @szajn,
- @wasowskanet.

Znakiem charakterystycznym udostępnianych przez nie treści jest używanie hashtagów #językinkluzywny, #feminatywy, #feminatywy nieboła, #żeńskiekońcówki, #feminizm, #języknie-wyklucza, #językwłączający.

O tym, że problematyka języka równościowego jest ważna dla różnych użytkowników Instagramu, może świadczyć wpis, który pojawił się w lutym 2021 roku na oficjalnym profilu popularnej marki produktów do pielęgnacji intymnej Your KAYA. Zawierał on wyjaśnienie pojęcia języka inkluzywnego oraz powody, dla których firma zdecydowała się go używać:

„Język inkluzywny to inaczej: język równościowy, czyli taki, który ma na celu uwzględnienie wszystkich grup, które w codziennej mowie i pisowni są po prostu niezauważalne. Jedną z najbardziej popularnych odsłon języka inkluzywnego są feminatywy, czyli żeńskie warianty nazw zawodów i tytułów (lekarka, psycholożka, profesorka, sprzedawczyni). Kolejnym przykładem jest język neutralny płciowo (uwzględniający osoby niebinarne i transpłciowe) i to właśnie na nim chcielibyśmy się dziś skupić. [...] Formą, którą wybraliśmy dla naszego profilu, jest sposób podpatrzony u @kasia_coztymseksem, czyli wykorzystanie w zdaniu »podłogi« (□). [...] Za każdym razem, gdy palce aż nas świerzbią, żeby napisać: »czy zakochałyście się już w naszym olejku intymnym?«, piszemy: »czy zakochałyście liście się już...?«. »Podłoga« użyta w wyrażeniu jest symbolem uwzględnienia w odmianie czasownika osób z mniejszości płciowych, z kolei męska odmiana czasownika przypomina, że naszych produktów używają nie tylko osoby identyfikujące się jako kobiety. To samo dotyczy się osób w liczbie pojedynczej i mnogiej.” (Your Kaya, 2021).

Biorąc pod uwagę, jak wielu różnych użytkowników Instagramu przekonuje do budowania komunikatów włączających, można by uznać, że stosowanie w praktyce postulowanych zasad faktycznie mogłoby przyczynić się do ograniczenia stereotypów, wspierać pozycję kobiet w społeczeństwie i wpływać na osiągnięcie równouprawnienia płci. Przemawia za tym również teoria o wpływie języka na kreowanie rzeczywistości, na którą powołują się aktywiści. Determinizm językowy, o którym tu mowa, jest jednym z dwóch głównych założeń – obok relatywizmu językowego – tzw. hipotezy Sapira-Whorfa. Zgodnie z nim język jako system znaków wytworzony przez społeczeństwo, w którym człowiek wychowuje się i myśli, kształtuje jego sposób postrzegania otaczającego świata (Sapir, 1978; Whorf, 1982). Polska lingwistyka płci nawiązuje do tej teorii, a opiera się na pojęciu językowego obrazu świata (JOS). Jeden z czołowych polskich etnolingwistów, Jerzy Bartmiński (2006), definiuje JOS jako:

„zawartą w języku, różnie zwerbalizowaną interpretację rzeczywistości, dającą się ująć w postaci zespołu sądów o świecie. Mogą to być sądy »utrwalone« w gramatyce, słownictwie, w kliszowych tekstach (np. przysłowia), ale także sądy »presuponowane«, tj. implikowane przez formy językowe, utrwalone na poziomie społecznej wiedzy, przekonań, mitów, rytuałów” (s. 12).

Językoznawczyni Renata Grzegorzyczkowa (2004) proponuje z kolei, aby JOS rozumieć jako:

„strukturę pojęciową utrwaloną (zakrzepłą) w systemie danego języka, a więc jego właściwościach gramatycznych i leksykalnych (znaczeniach wyrazów i ich łączliwości), realizującą się, jak wszystko w języku, za pomocą tekstów (wypowiedzi)” (s. 41).

Mając na uwadze przytoczone założenia JOS, trudno nie zgodzić się ze stwierdzeniem, że asymetrie rodzajowe obecne w polszczyźnie mogą decydować o postrzeganiu roli kobiet w społeczeństwie i wpływać na realizację idei równości płci. Językoznawca Ignacy Nasalski (2020) uważa jednak,

„że przekonanie o tym, iż pozbycie się asymetrii rodzajowych z języka może ułatwić kobietom udział w życiu społeczno-politycznym, jest tyleż powszechne co fałszywe. Opiera się ono wprawdzie na istniejących związkach języka z myśleniem, jednak wyolbrzymia ich znaczenie. Widać to szczególnie dobrze, gdy przyjrzy się ogólnym procesom stereotypizacji w języku. [...] Dokonują się one we wszystkich obszarach semantyki – zwłaszcza tam, gdzie rzeczowniki pospolite desygnują całe klasy przedmiotów. [...] Tylko naiwny realizm i brak świadomości relacji między językiem a myśleniem może pozwalać wierzyć, że stereotypy da się wyeliminować odgórnymi regulacjami. [...] Dzięki ustaleniom językoznawstwa kognitywnego wiemy, że językowa organizacja świata odzwierciedla podstawowe sposoby porządkowania rzeczywistości pozajęzykowej właściwe dla naszego umysłu.” (s. 279–281).

Właśnie w związku z tym, jak przekonuje Nasalski, klasyfikowanie i kategoryzowanie świata w taki sposób, że pewne cechy obiektów albo one całe są na tle innych stereotypowymi, nie może być uznawane za przejaw dyskryminacji i uprzedzeń. Wydaje się, że opisane w dalszej części pracy badania ankietowe potwierdzają tę opinię.

Próbując przewidzieć ewentualne szanse na realizację aktywistycznych postulatów, warto uwzględnić także prawidłowości związane z ekonomią języka. Mając je na uwadze, można domniemywać, że wydłużanie komunikatów przekazywanych za pomocą języka inkluzywnego może być czynnikiem hamującym jego używanie w codziennej komunikacji.

Leksyka i (nie) tylko leksyka – demaskulinizacja polszczyzny w postulatach aktywistów a właściwości systemu językowego

Biorąc pod uwagę analizę treści postów zamieszczanych na omawianych profilach internetowych, można stwierdzić, że z punktu widzenia osób promujących używanie języka niedyskryminującego ze względu na płeć najważniejsze jest wzbogacenie zasobu leksykalnego feminatywami – rozumianymi jako rzeczowniki rodzaju żeńskiego utworzone od rzeczowników rodzaju męskiego, nazywające kobiece zawody lub funkcje, lub jako żeńskie warianty wykonawcy czynności lub osobowej nazwy charakterystycznej². Potwierdza się zatem przekonanie Marka Łazińskiego, autora książki *O Panach i Paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa* (2006), który zauważa, że „Homonimia referencjalna nazw męskich jest podstawowym celem zmian w feministycznych projektach reformy języka” (s. 196).

Tymczasem system gramatyczny języka polskiego wykazuje liczne dysproporcje w traktowaniu obydwu płci (Karwatowska & Szpyra-Kozłowska, 2010, s. 50). Warto wspomnieć tu choćby o tym, że w liczbie mnogiej, w której występują tylko dwa rodzaje – męskoosobowy i niemęskoosobowy, kobiety są gramatycznie zaszeregowane do tej samej kategorii co zwierzęta i przedmioty, a formy męskoosobowe są oddzielnie wyodrębnione. Co więcej: wyrażają to za-

² W narracji o słuszności i konieczności używania feminatywów pojawia się wątek dyskryminującego charakteru samego leksemu „feminatyw”. Aktywistki zwracają uwagę, że końcówka -tyw w polszczyźnie pojawia się w wyrazach utworzonych od innych wyrazów: feminatyw – forma żeńska pochodząca od formy męskiej, augmentatyw – zgrubienie formy podstawowej, deminutyw – zdrobnienie formy podstawowej, pejoratyw – forma obraźliwa powstała od formy podstawowej. Wykazywana w ten sposób zależność słowotwórcza jest postrzegana jako feministycznie niewystarczająca. Zgłaszana jest zatem propozycja używania nazwy „formy żeńskie” zamiast „feminatywy”.

równy formy zaimków towarzyszących rzeczownikom i przymiotnikom, jak i formy czasownikowe łączące się z rzeczownikami (Karwatowska & Szpyra-Kozłowska, 2010, s. 51).

Także obraz kobiet i mężczyzn zakodowany w związkach frazeologicznych, powiedzeniach, przysłowiach i porzekadłach traktuje nierówno obie płci. I bynajmniej nie chodzi tutaj o częstotliwość występujących w nich form leksykalnych właściwych dla kobiet i mężczyzn, ale – a nawet przede wszystkim – o przypisywanie kobietom większej liczby negatywnych cech niż mężczyznom oraz utożsamianie ich z tym, co mniej wartościowe, mniej cenione, wywołujące negatywne oceny i opinie, na przykład: „Baba na (budowę, budowie), nieszczęście na (głowę, głowie)”, „Baba z wozu, koniom lżej”, „Zachować co w sekrecie, najciężej jest kobiecie”.

Badacze zajmujący się problematyką lingwistyki płci są zgodni co do tego, że zjawiska, o których mowa powyżej – androcentryzm polszczyzny na poziomie leksyki, frazeologii oraz paremiologii – to wynik tego, że język odwzorowuje patriarchalny układ społeczny i role tradycyjnie przypisywane kobietom. W ten sam sposób nie można jednak tłumaczyć asymetrii płci w systemie rodzajowym, gdyż istnieją mocno tradycyjne społeczeństwa, które posługują się językami bezrodzajowymi (Karwatowska & Szpyra-Kozłowska, 2010, s. 56).

Wskazane wyżej zjawiska językowe nie są przedmiotem uwagi aktywistów mowy równościowej. Właściwie jedyne, co postulują oni w tym kontekście, to wspomniane już używanie form czasowników właściwych dla różnych rodzajów zawsze, gdy mowa o osobach obu płci. Uznają to za szczególnie pożądane w tych sytuacjach komunikacyjnych, które zawierają bezpośredni zwrot do indywidualnego lub zbiorowego odbiorcy, którego płeć może być różna. W odniesieniu do rzeczowników rodzaju męskiego, które pełnią w zdaniach tzw. funkcję gatunkową, czyli obejmują znaczeniowo osoby obu płci, aktywiści wskazują na potrzebę tworzenia właściwych dla nich feminatywów. Kwestia ewentualnego generowania nowej formy czasownika dla powstałego w ten sposób podmiotu szeregowego nie pojawia się wśród formułowanych przez nich postulatów. Można więc przyjąć założenie, że osoby działające na rzecz upowszechniania języka równościowego uznają przykładowe zdanie: „W pracach nad projektem brali udział psychologowie i psycholożki z Polski.” za spełniające wymogi mowy inkluzywnej.

Analizując jeszcze głębiej postulat dotyczący tworzenia podmiotu szeregowego i używania odrębnych form czasowników dla obu płci, można zauważyć, że o ile obecność feminatywów w komunikatach jest przez aktywistów mowy inkluzywnej uznawana za konieczność, o tyle kolejność form męskich i żeńskich nie jest przez nich mocno akcentowana. Przykładowe zdanie „Nie każdy_a chce się ciągle rozwijać.” uznawane jest za zbudowane zgodnie z wymogami mowy włączającej³.

Odnosnie do samych feminatywów głos zabrała już w 2019 roku Rada Języka Polskiego, która uznała, że:

„w polszczyźnie potrzebna jest większa, możliwie pełna symetria nazw osobowych męskich i żeńskich w zasobie słownictwa. Stosowanie feminatywów w wypowiedziach, na przykład przemienne powtarzanie rzeczowników żeńskich i męskich (*Polki i Polacy*) jest znakiem tego, że mówiący czują potrzebę zwiększenia widoczności kobiet w języku i tekstach. Nie ma jednak potrzeby używania konstrukcji typu *Polki i Polacy, studenci i studentki* w każdym tekście i zdaniu, ponieważ formy męskie mogą odnosić się do obu płci.” („Stanowisko Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN w sprawie żeńskich form nazw zawodów i tytułów (25 XI 2019 r.)”, acc. 5).

Aktualne postulaty aktywistów języka włączającego nie są zatem zgodne z przytoczonym stanowiskiem członków Rady.

³ Przykład zaczerpnięty z InstaStories użytkownicy Instagramu o nicku martynakaczmarek (z 6 czerwca 2021 roku).

Przekonując do jak najczęstszego tworzenia feminatywów i korzystania z nich, aktywiści podkreślają, że to najwłaściwszy sposób na oswojenie z nimi użytkowników języka. Ich zdaniem osłuchiwanie się z nazwami żeńskimi, które dotychczas nie były popularne, ułatwi nie tylko uświadamianie ich istnienia i przekonywanie do ich używania, ale także pozytywnie wpłynie na zniwelowanie negatywnych stereotypów z nimi związanych. Chodzi tu przede wszystkim o poczucie, że feminatywy brzmią mniej poważnie niż rzeczowniki męskie, od których powstały, a więc odbierają prestiż osobom, do których się odnoszą. Językoznawczyni Patrycja Krysiak (2021) zauważa, że ten niższy status niektórych form feminatywnych we współczesnej polszczyźnie jest pochodną negatywnej oceny użytkowników języka, a ta w dużym stopniu zależy od znaczenia danego wyrazu (s. 67).

W argumentacji, której celem jest upowszechnienie feminatywów, podnosi się również kwestię trudności artykulacyjnych związanych z niektórymi nowo stworzonymi nazwami żeńskimi – krytykuje się ją i uznaje za mit.

Równie krytycznie osoby propagujące używanie języka inkluzywnego odnoszą się do argumentu często wykorzystywanego w polemice przez osoby niechętne feminatywom: kwestii braku racjonalnego uzasadnienia dla tworzenia form, które, zasadniczo rzecz biorąc, nie mają de-sygnatów. Chodzi tu o nazwy zawodów, które kobiety wykonują niezwykle rzadko lub których nie wykonują w ogóle – na przykład „górniczka”, „murarka”, „mechaniczka samochodowa”⁴. W tych konkretnych przypadkach wprowadzanie form żeńskich ma bowiem dawać kobietom odwagę do eksplorowania obszarów aktywności zawodowej (i każdej innej), w których dotychczas dominowali mężczyźni. Istotą proponowanych działań jest wspieranie kobiet w pozytywnym myśleniu o możliwościach i prawach, z których mogą korzystać. Chcąc podsumować ten sposób myślenia o wpływie feminatywów na kreowanie świata, można by powiedzieć: to prawda, że niewiele kobiet pracuje dziś jako górniczki, ale istnienie żeńskiej nazwy tego zawodu pozwala im myśleć, że mogą to robić, jeśli tylko taka będzie ich wola.

Język a kształtowanie postaw inkluzywnych we współczesnym świecie

O tym, że postawy niedyskryminujące i język, który ma się przyczyniać do ich budowania, zyskują dziś na ważności, świadczą także konkretne inicjatywy realizowane również na poziomie międzynarodowym.

W 2018 roku Sekretariat Generalny Rady Unii Europejskiej opublikował broszurę zatytułowaną (w jej wersji polskojęzycznej) *Inkluzywna komunikacja w Sekretariacie Generalnym Rady*. Wskazówki, które opracowano, nie dotyczą zatem unijnej legislacji. W polskiej wersji broszury zalecenia dotyczące językowej wrażliwości na płeć koncentrują się na używaniu feminatywów i stosowaniu *splittingu*, czyli zapisu w formularzach, ankietach, kwestionariuszach form męskiej i żeńskiej oddzielonych ukośnikiem (np. „kandydat/kandydatka”) lub z elementem różnicującym płeć dodanym w nawiasie (np. „kandydat(ka)”, „kandydaci(-datki)”).

Podobne opracowania wydają również polskie jednostki organizacji administracyjnej. W sieci dostępny jest na przykład bardzo obszerny *Poradnik równościowy* (red. W. Pietrzak, 2011) przygotowany i wydany przez Dolnośląską Akademię Gender przy wsparciu finansowym samorządu województwa dolnośląskiego.

Warto też wspomnieć o programie Diversity In Check – projekcie realizowanym w ramach Karty Różnorodności, międzynarodowej inicjatywy pod patronatem Komisji Europejskiej. Karty funkcjonują już w 26 krajach UE, skupiając 12 tys. pracodawców zatrudniających łącznie ponad

⁴ Sporadyczne – ale jednak – użycie tych leksemów zostało odnotowane w *Słowniku nazw żeńskich polszczyzny*; znalazły się one wśród zgromadzonych i opisanych tam haseł.


16 mln osób. W Polsce Kartę Różnorodności koordynuje Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Od 2012 roku podpisało ją już ponad 300 pracodawców. Karta ma na celu zachęcanie pracodawców do aktywnego przeciwdziałania dyskryminacji oraz upowszechnianie tworzenia otwartych na różnorodności i włączających miejsc pracy. Diversity In Check ma za zadanie promowanie jej zapisów i zachęcanie przedsiębiorstw do rozwijania działań w tym obszarze („Znamy pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością i inkluzji w Polsce”, 2021). 27 maja 2021 roku, z okazji Miesiąca Różnorodności, zaprezentowana została pierwsza „Lista pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością i inkluzji w Polsce”. Jednym z najważniejszych celów, jakie stawiają sobie obecnie te firmy, jest zmiana kultury komunikacyjnej i korzystanie z właściwości języka inkluzywnego.



O tym, że rekrutujemy profesjonalnie i skutecznie nie trzeba nikogo przekonywać. Ale zgodnie z powiedzeniem, że „ten kto nie idzie do przodu, cofa się” mamy ambicję, żeby udoskonalić ten proces w duchu diversity. Stąd szereg zmian, które od tego tygodnia pojawiają się w naszych ogłoszeniach o pracę.

Zależy nam na tym, żeby naszą firmę tworzyli niesamowicie ludzie – tacy jak wy! Nie chcemy zamykać się na nikogo. Każdy, niezależnie od wieku, płci, orientacji seksualnej, pochodzenia czy wyznawanej religii, zawsze był i będzie u Nas mile widziany. Jesteśmy przekonani, że pracując w T-Mobile już to wiecie – teraz chcemy o tym powiedzieć osobom, które myślą o zatrudnieniu w naszej firmie.

Największą metamorfozę przeszły nasze ogłoszenia o pracę, w których zaczynamy stosować feminatywy. Od poniedziałku nie szukamy już tylko „specjalistów” – szukamy specjalistów i specjalistek! Treść ogłoszeń również będzie przygotowana z myślą o obu płciach, pojawi się w nich także logo projektu SIŁA RÓŻNORODNOŚCI. Drobnym lifting przeszły też opisy naszej firmy na jobboardach, w których zawarta jest teraz dodatkowo informacja o naszej polityce dotyczącej różnorodności.

I to nie koniec zmian! Niebawem ruszają szkolenia dla Hiring Mangerów, podczas których poruszony zostanie temat różnorodności. Wkrótce otrzymają oni także specjalne materiały edukacyjne, dzięki którym jeszcze bardziej pogłębią swoją wiedzę z zakresu D&I. Ponadto, nasi rekruterzy i rekruterki już teraz zmienili swoje stopki, w których pojawiło się logo SIŁY RÓŻNORODNOŚCI. Jeśli wy także chcielibyście to zrobić, logo projektu możecie pobrać  tutaj.

Pamiętajcie, że jesteśmy otwarci na Wasze opinie. Piszcie na adres diversity@t-mobile.pl i dzielcie się z nami Waszymi pomysłami i doświadczeniami! Zapraszamy Was także do udziału w Środowej konferencji „Kobiety i mężczyźni w świecie nowych technologii”, na którą możecie zarejestrować się korzystając z linka: <https://app.evene.pl/event/kobiety-i-mezczyzni-w-swiecie-nowych-technologii/>

Rys. 1. Widok treści komunikatu rozesłanego pocztą korporacyjną do pracowników T-Mobile w marcu 2021 roku.

Mowa inkluzywna jest ważna dla polityków o liberalnych i lewicowych poglądach. W marcu 2021 roku Biuro Prasowe Lewicy rozesłało mail do redakcji najważniejszych mediów w Polsce. Brzmiał on następująco:

„Szanowni Państwo,

w związku z postanowieniem Sądu Okręgowego w Warszawie o uprawomocnieniu się wpisu Nowej Lewicy do Ewidencji Partii Politycznych zwracamy się do Państwa z uprzejmą prośbą o podpisywanie w programach publicystycznych polityków i polityczek jako przedstawicieli/przedstawicielek Nowej Lewicy.

Z poważaniem,

Biuro Prasowe Lewicy”⁵.

⁵ Źródło własne.

Również część mediów bardzo aktywnie wspiera ruch na rzecz upowszechnienia języka równościowego. Prym w tym zakresie wiodą wydawnictwa (tradycyjne i elektroniczne) skupione wokół spółki Agora S.A. (m.in. „Gazeta Wyborcza”, Gazeta.pl, wyborcza.pl, „Wysokie Obcasy” i wysokieobcasy.pl). Również wiele portali internetowych dedykowanych kobietom (i nie tylko), wydawanych przez inne podmioty (np. kobieta.wp.pl, ofeminin.pl, polki.pl), korzysta z zasad języka inkluzywnego, dając wyraz przekonaniu, że jego stosowanie może realnie wpływać na poprawę sytuacji kobiet w społeczeństwie.

Społeczne postrzeganie języka niedyskryminującego ze względu na płeć – wyniki badania ankietowego

W przywołanym już stanowisku Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN w sprawie żeńskich form nazw zawodów i tytułów z 25 września 2019 roku pojawiło się ważne stwierdzenie – w kontekście omawianych w niniejszym tekście działań aktywistów. Uzasadniając niemożność rozstrzygnięcia sporu dotyczącego stosowania nazw żeńskich, napisano:

„Prawo do stosowania nazw żeńskich należy zostawić mówiącym, pamiętając, że obok nagłaśnianych ostatnio w mediach wezwań do tworzenia feminatywów istnieje opór przed ich stosowaniem. Nie wszyscy będą mówić o kobiecie *gościni* czy *profesorka*, nawet jeśli ona sama wyartykułuje takie oczekiwanie.” (acc. 4).

Już w 2011 roku o społecznym oporze wobec używania feminatywów pisała Katarzyna Hołjda. W tekście zatytułowanym *Jak Polki postrzegają feminatywy i dlaczego jest tak źle*, zawartym we wspomnianym *Poradniku równościowym* (Pietrzak, 2011), przedstawiła ona wyniki badania, z którego wynikało, że:

„Co najmniej połowa Polek nie potrzebuje feminatywów w codziennym życiu i uważa wszystkie *psycholożki* i *filozofki* za śmieszne i infantylne. Przeważająca większość nie ma o feminatywach większej wiedzy i kojarzy tworzenie żeńskich nazw zawodów i funkcji z »walką z urojonym wrogiem«. Jednocześnie właściwie wszystkie zgadzają się, że osoby używające feminatywów nie są postrzegane zbyt dobrze, więc same siebie na oficjalnym zebraniu nie nazwałyby *dyrektorkami*, lecz *dyrektorami*.” (acc. 1).

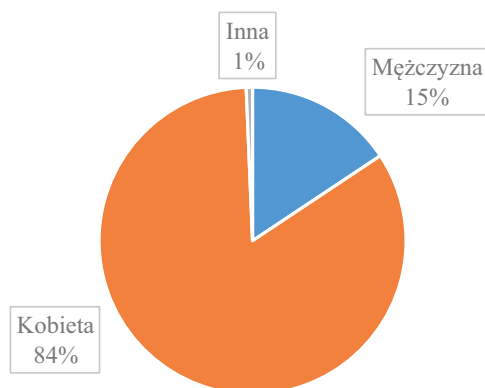
Mając na uwadze powyższe fakty, a jednocześnie obserwując wyraźne nasilenie działań aktywistów języka niedyskryminującego ze względu na płeć, podjęto próbę zbadania aktualnego społecznego odbioru feminatywów i postulowanych zasad mowy inkluzywnej, a także określenia, w jakim stopniu używanie męskich nazw zawodów w odniesieniu do kobiet czyni je niewidzialnymi językowo.

W tym celu skonstruowano ankietę zawierającą 13 pytań. Osiem z nich dotyczyło zależności, jaka występuje pomiędzy użyciem męskiej nazwy zawodu a wyobrażeniem o tym, jakiej płci jest osoba, która go wykonuje. Respondenci zostali najpierw poproszeni o wskazanie płci osoby, którą spodziewają się zobaczyć, gdy słyszą nazwy: „kierowca”, „lekarz”, „opiekun osób starszych” i „sędzia”. Następnie mieli napisać, jakiej płci są osoby, które ich zdaniem dominują wśród wykonawców wymienionych zawodów. Wybór nazw uwzględnionych w badaniu nie był przypadkowy. Zdecydowano, że będą to właśnie te wymienione, dlatego że powstałe od nich feminatywy mają różny stopień utrwalenia w systemie języka, a leksem „sędzia” jest dwurodzajowy – płeć osoby, do której się odnosi, decyduje o odmienności jego form fleksyjnych, jednak postać mianownika jest tożsama dla desygnatu kobiecego i męskiego. Pozostałe pytania ujęte w ankiecie służyły zbadaniu społecznego odbioru aktywistycznych postulatów dotyczących mowy inkluzywnej.

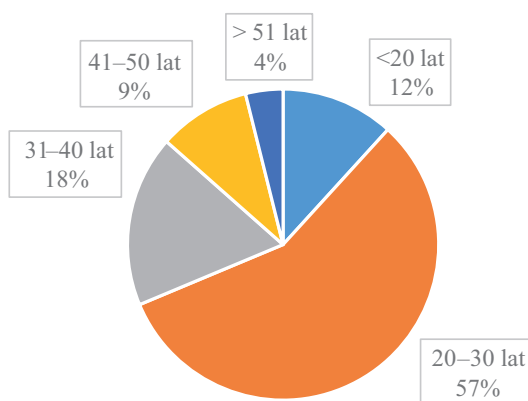
Do przeprowadzenia badania, w którym łącznie wzięło udział 1410 osób, użyto formularza docs.google.com. Ankieta była aktywna od 14 do 17 kwietnia 2021 roku. W pierwotnym założeniu dotyczącym jej zasięgu nie przewidziano wyjątkowo dużego zainteresowania tematem. Link do formularza został rozesłany do kilkudziesięciu znajomych osób (z prośbą o wypełnienie ankiety i ewentualne dalsze jej udostępnienie), za pomocą komunikatora Facebooka – Messengera. Założono, że satysfakcjonujące będzie zebranie 100–200 odpowiedzi w ciągu przewidzianych na badanie 72 godzin; tymczasem w ciągu pierwszej doby aktywności formularza wypełniło go niemal 1100 osób. Pozostałe 300 zrobiło to w kolejnych dwóch dniach. Badanie wzbudziło duże emocje wśród respondentów. Wyrazem tego jest nie tylko liczba ankietowanych, ale także przekazywane w bezpośrednich wiadomościach refleksje nad podjętym tematem – zostaną one wspomniane jeszcze w podsumowaniu wyników badań.

Na diagramach zamieszczonych poniżej przedstawiono strukturę grupy respondentów oraz procentowy rozkład odpowiedzi na poszczególne pytania.

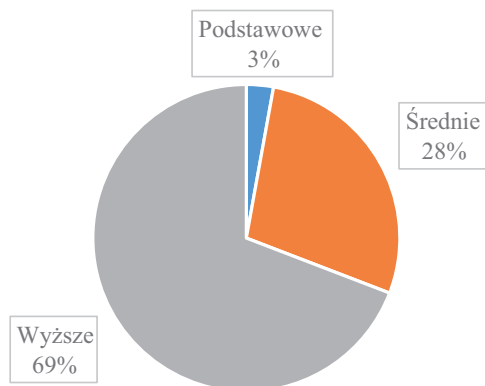
Struktura grupy respondentów



Rys. 2. Płeć osób biorących udział w badaniu.



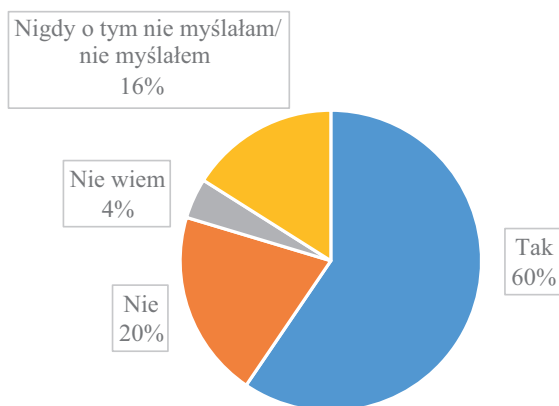
Rys. 3. Wiek osób biorących udział w badaniu.



Rys. 4. Wykształcenie osób biorących udział w badaniu.

Struktura grupy respondentów nie jest doskonała – przeważającą jej część stanowią kobiety. Biorąc jednak pod uwagę tematykę, której dotyczy badanie, można uznać, że to właśnie ich głos jest tutaj szczególnie istotny. Odnośnie do wieku badanych: dominują osoby młode (20–30 lat i poniżej 20 roku życia). Nie wydaje się to rażące, jeśli wziąć pod uwagę, że w tym samym przedziale wiekowym znajduje się duża część użytkowników Instagramu, a także osób działających w internecie na rzecz popularyzacji języka równościowego.

Język a równouprawnienie płci

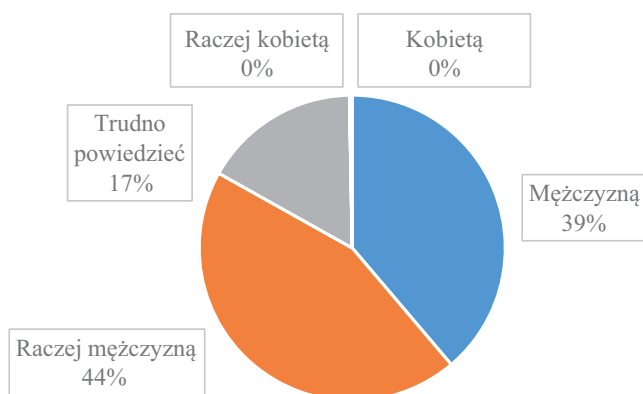


Rys. 5. Odpowiedzi na pytanie: „Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że pewne własności języka (np. zasób słownictwa) oraz sposoby jego używania mogą negatywnie wpływać na dążenia do osiągnięcia równouprawnienia płci lub realizację tej idei?”.

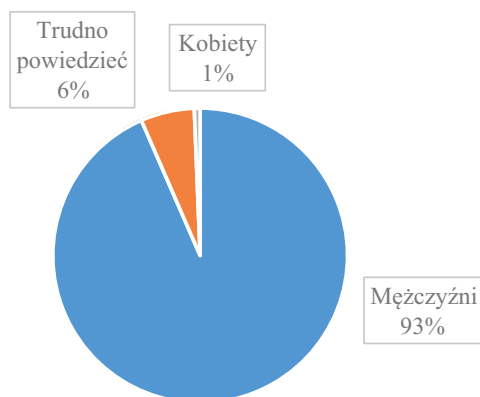
Z odpowiedzi udzielonych przez respondentów wynika, że co piąty z nich uznaje, iż język i sposoby jego używania nie wpływają na dążenia do osiągnięcia równouprawnienia płci lub na realizację tej idei. Równocześnie ponad połowa badanych była odmiennego zdania, a dla 20% ankietowanych poruszony temat nie był przedmiotem rozważań lub nie umieli oni odpowiedzieć

na postawione pytanie. Uwzględniając w analizie danych płeć badanych, można zauważyć, iż twierdzącej odpowiedzi na omawiane pytanie udzieliło więcej kobiet (63%) niż mężczyzn (42%) (przeczącej 16% kobiet i 38% mężczyzn). Bardzo podobna liczba kobiet (17%) i mężczyzn (15%) nie zastanawiała się nad rolą języka jako narzędzia antydyskryminacyjnego. Jeśli chodzi o wnioski wynikające z zależności pomiędzy wiekiem respondentów a ich odpowiedziami, to, najogólniej rzecz biorąc, można powiedzieć, że o ważnej roli języka w kształtowaniu postaw inkluzywnych najczęściej przekonane były osoby w wieku 20–30 lat (64%), a najrzadziej te z przedziału wiekowego 41–50 lat (48%). Jednocześnie w tych samych grupach znalazło się odpowiednio najmniej (17% wśród respondentów w wieku 20–30 lat) i najwięcej (28% wśród badanych w wieku 41–50 lat) osób, które uznawały, że nie ma żadnej korelacji pomiędzy językiem a dyskryminacją płci.

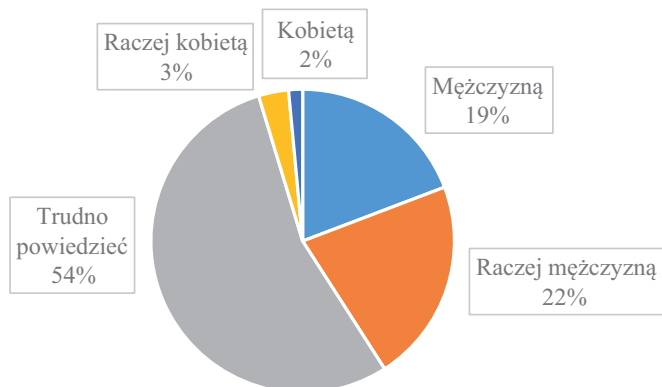
Słyszę rzeczownik rodzaju męskiego – widzę...?



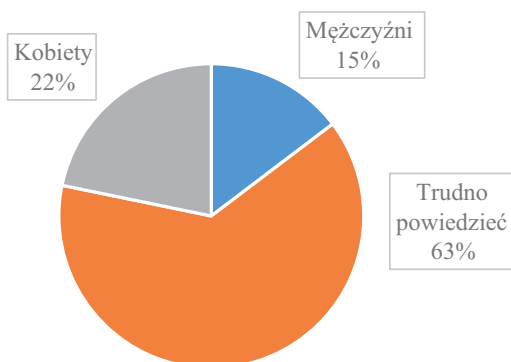
Rys. 6. Odpowiedzi na pytanie: „Słysząc informację »Za chwilę spotkasz się z kierowcą«, spodziewasz się, że nieznana Ci osoba, którą za chwilę zobaczysz, będzie...?”.



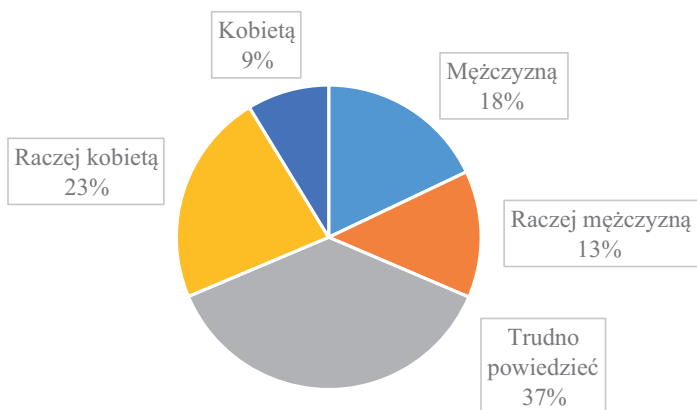
Rys. 7. Odpowiedzi na pytanie: „Twoim zdaniem zawód »kierowca« częściej wykonują?”.



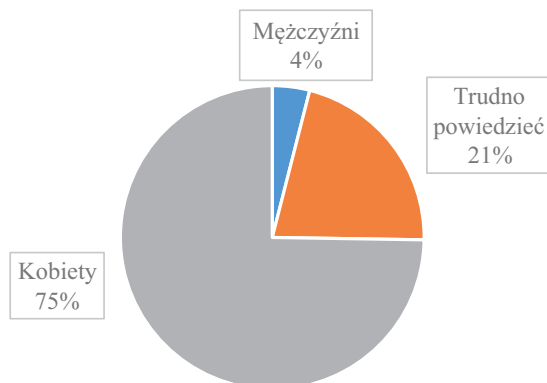
Rys. 8. Odpowiedzi na pytanie: „Słyszając informację »Za chwilę spotkasz się z lekarzem«, spodziewasz się, że nieznaną Ci osobą, którą za chwilę zobaczysz, będzie...?”.



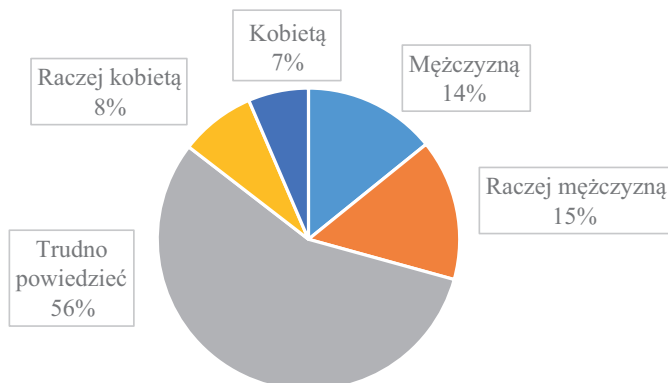
Rys. 9. Odpowiedzi na pytanie: „Twoim zdaniem zawód »lekarz« częściej wykonują...?”.



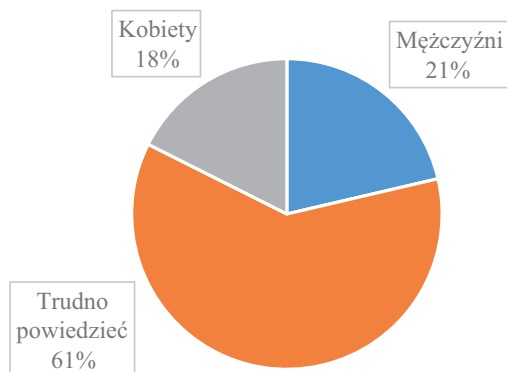
Rys. 10. Odpowiedzi na pytanie: „Słyszając informację »Za chwilę spotkasz się z opiekunem osób starszych«, spodziewasz się, że nieznaną Ci osobą, którą za chwilę zobaczysz, będzie...?”.



Rys. 11. Odpowiedzi na pytanie: „Twoim zdaniem zawód »opiekun osób starszych« częściej wykonują...?”.



Rys. 12. Odpowiedzi na pytanie: „Słysząc informację »Za chwilę spotkasz się z sędzią«, spodziewasz się, że nieznana Ci osoba, którą za chwilę zobaczysz, będzie...?”.



Rys. 13. Odpowiedzi na pytanie: „Twoim zdaniem zawód »sędzia« częściej wykonują...?”.

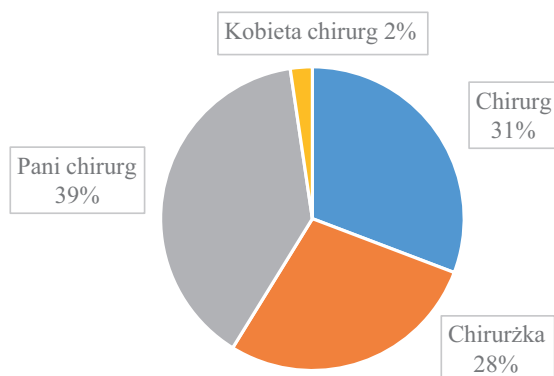
Analizując powyższe diagramy, odnoszące się do pytań, których celem było sprawdzenie, czy używanie nazw rodzaju męskiego w stosunku do kobiet wykonujących określone zawody jest czynnikiem decydującym o tym, jak kobiety postrzegają możliwość bycia aktywnymi w danej profesji, można wnioskować, że czynnik ten nie ma decydującego charakteru. Nazwanie osoby wykonującej określony zawód wyrazem rodzaju męskiego nie powoduje, że jednoznacznie „odbiera się” kobietom prawo do jego wykonywania. Widać to szczególnie wyraźnie w wynikach odpowiedzi na pytanie o nazwę „opiekun osób starszych”. Respondenci proszeni o wyobrażenie sobie płci osoby nazwanej w ten sposób zdecydowanie częściej wskazywali na kobietę lub zaznaczali odpowiedź „trudno powiedzieć”. Można to uznać za dowód na to, że wskazana nazwa może równie dobrze oznaczać mężczyznę co kobietę. Co więcej, w odpowiedzi na następujące w dalszej kolejności pytanie o przewidywania co do tego, która płeć dominuje wśród wykonawców danego zawodu, zdecydowana większość badanych wskazała na kobiety. W tym wypadku wydaje się więc, że sposób myślenia o płci osoby wykonującej daną profesję jest determinowany raczej ogólną wiedzą na temat zróżnicowania genderowego oraz doświadczeniami empirycznymi niż tylko językiem. Podobne wnioski nasuwają się po analizie odpowiedzi badanych na analogiczne pytania odnoszące się do nazw „kierowca”, „lekarz” i „sędzia”. W żadnym z tych przypadków respondenci nie utożsamiali jednoznacznie męskiej nazwy zawodu z męską płcią jego wykonawcy, ale tam, gdzie byli przekonani o dominacji mężczyzn w danej aktywności, faktycznie częściej „widzieli” osobę nazywaną określonym wyrazem jako mężczyznę – tak było w przypadku odpowiedzi dotyczących leksemu „kierowca”. W przypadku nazw „lekarz” i „sędzia” wątpliwości dotyczące definiowania płci wyobrażanej osoby wyraźnie wiązały się z brakiem sprecyzowanego sposobu myślenia o zróżnicowaniu płciowym przedstawicieli tych grup zawodowych.

Co ważne, przyglądając się zależności między płcią badanych a ich odpowiedziami, można zauważyć ciekawą prawidłowość. Mężczyźni ogólnie częściej wybierali odpowiedź „trudno powiedzieć” – zarówno w pytaniach o to, jakiej płci jest osoba, którą sobie wyobrażają, słysząc męską nazwę zawodu, jak i w pytaniach, które dotyczyły płci osób częściej wykonujących dany zawód. Było tak nawet w pytaniu dotyczącym nazwy „kierowca”. Co prawda 95% badanych mężczyzn wyraziło przekonanie, że to panowie częściej wykonują ten zawód, jednak równocześnie prawie co trzeci ankietowany (29%) odpowiedział, że słysząc wskazany rzeczownik, nie definiuje płci osoby, do której się on odnosi. Wśród kobiet takiej odpowiedzi udzieliło tylko 14% biorących udział w ankiecie. Ogólnie rzecz biorąc: kobiety, odpowiadając na pytania w tej części ankiety, były niejako skłonne „oddawać mężczyznom” pole do działania w zawodach, których nazwy pojawiły się w ankiecie. W przypadku „lekarza” łącznie 44% kobiet – i 27% mężczyzn – częściej wyobrażało sobie w tej roli mężczyznę. Z kolei analiza odpowiedzi dotyczących nazwy „opiekun osób starszych” pokazuje, że więcej kobiet (77%) niż mężczyzn (65%) jest zdania, iż zawód ten wykonują przede wszystkim kobiety. Słyszac omawianą nazwę, nieco mniej mężczyzn (23%) niż kobiet (33%) było skłonnych uznać, że odnosi się ona do osoby płci męskiej. 44% mężczyzn i 36% kobiet było zdania, że użycie nazwy „opiekun osób starszych” nie definiuje płci osoby, która wykonuje ten zawód.

Odnosnie do pytania o nazwę „sędzia”: 71% mężczyzn i 53% kobiet odpowiedziało, że nie pozwala ona na jednoznaczne wskazanie płci osoby, do której się odnosi. Jednocześnie dwa razy więcej kobiet (32%) niż mężczyzn (16%) uznało, że człowiek nazwany „sędzią” jest raczej lub na pewno mężczyzną. Więcej kobiet niż mężczyzn uważało też, że wśród osób wykonujących zawód „sędziego” dominują mężczyźni – takiego zdania było 22% respondentek i 15% respondentów.

Uwzględnienie w analizach kategorii wieku ankietowanych nie wносиło do wyników istotnych, wartych omówienia zmian.

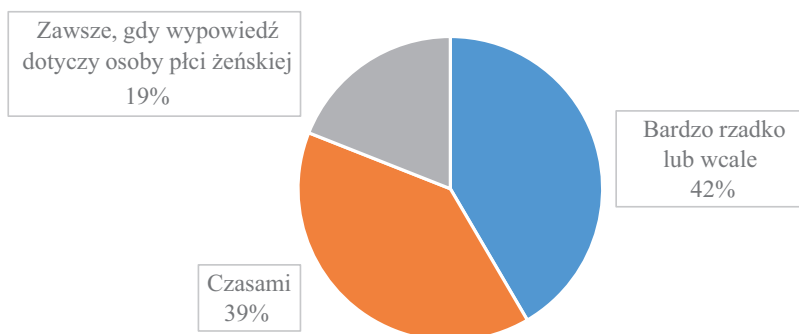
Ocena potrzeby stosowania i brzmienia „nowych” feminatywów



Rys. 14. Odpowiedzi na pytanie: „Która nazwa wydaje Ci się najbardziej właściwa i najlepiej brzmiąca w odniesieniu do kobiety wykonującej zawód chirurga?”.

Oceniając potrzebę używania „nowych” feminatywów – na przykładzie formy żeńskiej dla nazwy „chirurg” – „chirurgka” – tylko niespełna 1/3 badanych uznała ten leksem za najwłaściwszy w sytuacji mówienia o kobiecie będącej specjalistką w tej dziedzinie medycyny. Warto zauważyć jest jednak to, że łącznie 41% respondentów poparło wskazywanie płci kobiety w nazwie jej profesji – uznając za najbardziej odpowiednie nazwy „pani chirurg” i „kobieta chirurg”. 31% badanych najchętniej używałoby tej samej formy – „chirurg” – w odniesieniu do kobiety i do mężczyzny. W odpowiedziach na to pytanie również widać było zróżnicowanie zależne od płci badanych. 49% mężczyzn uznało za najbardziej pożądane używanie męskiej formy „chirurg” bez względu na płeć lekarza tej specjalności, ale podobnego zdania było tylko 27% kobiet. Feminatyw „chirurgka” zyskał aprobatę 14% mężczyzn i 31% kobiet. Określenie „pani chirurg” uznało za najodpowiedniejsze 40% kobiet i 35% mężczyzn, a po 2% badanych obu płci wybrało formę „kobieta chirurg”. Mając na uwadze te dane, można wnioskować, że to kobietom bardziej zależy na feminizacji języka.

Częstotliwość tworzenia i używania feminatywów

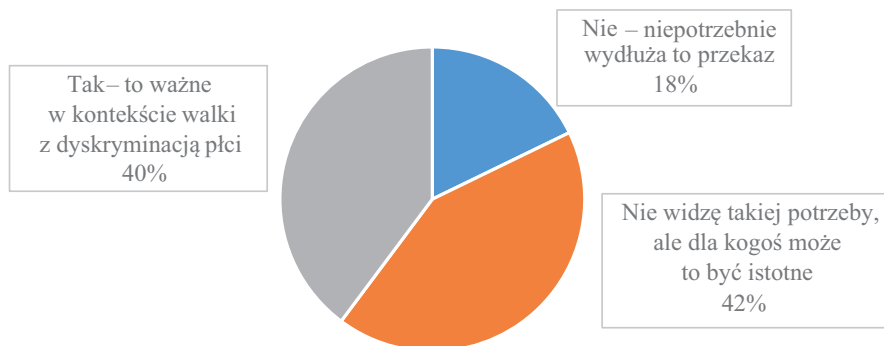


Rys. 15. Odpowiedzi na pytanie: „Jak często tworzysz feminatywy (rzeczowniki rodzaju żeńskiego nazywające kobiece zawody i funkcje, powstałe od rzeczowników męskich – zwykle poprzez dodanie wykładnika żeńskości), np. psycholożka, gościni, krytyczka filmowa, i używasz ich?”.

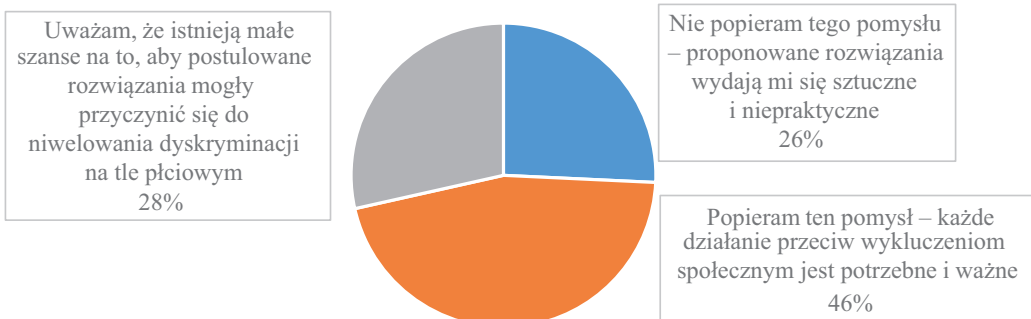
Tylko co piąty ankietowany przyznał, że tworzy feminitywy i używa ich zawsze, gdy wypowiedź dotyczy osoby płci żeńskiej. Jest to jednak niewiele w porównaniu z 42% osób, które odpowiedziały, że robią to bardzo rzadko lub nie robią tego wcale. 39% badanych wybrało odpowiedź „czasami”. Podobnie jak w poprzednim pytaniu, tak i w tym płeć respondentów była czynnikiem wyraźnie różnicującym odpowiedzi. 60% mężczyzn przyznało, że używa feminitywów bardzo rzadko lub nie używa ich wcale. Wśród kobiet takiej odpowiedzi udzieliło 38% badanych. 21% respondentek stwierdziło natomiast, że korzysta z feminitywów zawsze, gdy mówi o osobach płci żeńskiej – to 2,5 razy więcej niż w przypadku mężczyzn (8% z nich udzieliło takiej odpowiedzi).

W tym wypadku istotne wydaje się także zwrócenie uwagi na różnice w odpowiedziach w zależności od wieku respondentów. Im ankietowani byli starsi, tym częściej deklarowali, że nie tworzą i nie używają feminitywów. W grupie powyżej 50 roku życia takiej odpowiedzi udzieliło 65% badanych, a w grupie wiekowej 20–30 lat – 36%.

Ocena wybranych postulatów aktywistów mowy równościowej



Rys. 16. Odpowiedzi na pytanie: „Czy uważasz, że mówiąc o grupie, której członkowie są zróżnicowani płciowo, powinno się każdorazowo używać ich nazw w formie męskiej i żeńskiej (np. nauczycielki i nauczyciele, posłanki i posłowie, językoznawczynie i językoznawcy)?”.



Rys. 17. Odpowiedzi na pytanie: „Jak oceniasz inicjatywę aktywistów, której celem jest dążenie do tego, aby zawsze i we wszelkiego rodzaju aktach komunikacji różnicować płeć odbiorców, a także uwzględniać osoby niebinarne płciowo (w tekstach pisanych)? Symbolem uwzględniania w odmianie czasownika osób z mniejszości płciowych miałyby być tzw. »podłoga« (dolne podkreślenie), np. Czy zakochałyście liście się już w naszym produkcie?”.

Jak widać na wykresach, zdecydowana mniejszość ankietowanych jednoznacznie negatywnie oceniła proponowane rozwiązania, a jednocześnie ponad 40% badanych uznało, że choć samo nie widzi potrzeby stosowania tego rodzaju działań, to rozumie potrzeby innych, dla których może być to ważne. Mniej niż 20% respondentów uznało za niekorzystne wydłużanie komunikatów, które jest nieodłącznym skutkiem używania języka inkluzywnego. 28% osób stwierdziło natomiast, że postulat dotyczący stosowania w piśmie „podłogi” może realnie wpłynąć na znoszenie dyskryminacji na tle płciowym.

Propozycję używania nazw żeńskich i męskich zawsze wtedy, gdy grupa jest zróżnicowana płciowo, pozytywnie oceniło 44% kobiet; 42% kobiet stwierdziło, że choć samo nie widzi takiej potrzeby, to uwzględnia oczekiwania innych. Jednocześnie tylko 14% respondentek wyraziło opinię, że tego rodzaju działanie komunikacyjne niepotrzebnie wydłuża przekaz; takiego zdania było natomiast ponad dwa razy więcej mężczyzn – 32%. 47% mężczyzn zaznaczyło z kolei odpowiedź „Nie widzę takiej potrzeby, ale dla kogoś może to być istotne”. Tylko jednak co piąty ankietowany mężczyzna (21%) uznał, że to ważne działanie w kontekście walki z dyskryminacją płci.

Płeć respondentów była też ważnym czynnikiem różnicującym odpowiedzi na pytanie o ocenę postulatu każdorazowego używania w piśmie form czasowników właściwych dla kobiet i mężczyzn oraz symbolu „podłogi”. 52% kobiet jednoznacznie poparło ten pomysł, a tylko 19% oceniło go jednoznacznie negatywnie. 29% respondentek nie było przekonanych, że te działania mogą wpływać na niwelowanie dyskryminacji płciowej. Tę ostatnią opinię wyraziło 26% mężczyzn; aż 55% było jednak krytycznych wobec przedstawionego pomysłu. Zdecydowanie poparło go tylko 19% osób płci męskiej.

Wnioski

Konfrontując tezy postawione we wstępie artykułu z przedstawionymi wyżej wynikami badania, można stwierdzić, że odpowiedzi respondentów częściowo potwierdziły poczynione założenia.

Można wnioskować, że używanie w odniesieniu do kobiet powszechnych nazw rodzaju męskiego, na przykład nazw zawodów, nie narzuca jednoznacznie wykluczającego sposobu myślenia o osobach płci żeńskiej – ich umiejętnościach, predyspozycjach i możliwościach bycia aktywnymi na tych samych polach co mężczyźni.

Teza o tym, że działania podejmowane przez aktywistów mowy inkluzywnej w mediach społecznościowych zostaną uznane przez użytkowników języka polskiego za utrudniające komunikację i niepotrzebne, nie została potwierdzona wynikami badania.

Odnosnie do konkretnych postulatów wskazanych w ankiecie: wyniki badania pozwalają przypuszczać, że istnieje szansa na to, aby proponowane rozwiązania w zakresie mowy włączającej były realizowane w codziennym użyciu polszczyzny. Okazuje się bowiem, że tylko niewielka część badanych jest im jednoznacznie przeciwna. Znacznie większej liczbie osób bliska jest postawa empatyczna, w myśli której potrzeby innych – nawet jeśli nie są tożsame z własnymi – powinny być brane pod uwagę w poszukiwaniu optymalnych modeli i wzorów zachowań komunikacyjnych.

Jeśli chodzi o wnioski płynące z odpowiedzi na pytania o częstotliwość i zasadność używania feminatywów, które nazywam umownie nowymi, oraz ocenę ich brzmienia, skłaniam się ku stwierdzeniu, że również i w tym obszarze aktualne postawy społeczne nie wykluczają możliwości upowszechniania się postulowanego słownictwa. Całkiem prawdopodobne wydaje się, że ważną rolę w tym procesie mogłoby pełnić wspomniane już osłuchiwanie się z obecnie obco jeszcze brzmiącymi wyrazami. Będzie się to z pewnością dokonywało tym szybciej, im częściej feminatywy będą obecne w przekazach medialnych oraz szeroko rozumianej komunikacji oficjalnej.

W kontekście niewidzialności kobiet związanej z używaniem do ich nazywania męskich form rzeczowników raz jeszcze trzeba zwrócić uwagę, że wyniki ankiety nie wskazują na to, aby tego typu działanie językowe było równoznaczne z wyobrażeniem o nierównych prawach kobiet do wykonywania określonego zawodu i ich możliwościach w tym zakresie. Jak wspomniano, istotną rolę w omawianej kwestii odgrywa doświadczenie poznawcze.

Do tego wniosku przekonuje niejako dodatkowo to, w jaki sposób mężczyźni odpowiadali na pytania o wyobrażenie płci osób wykonujących określone zawody. Męska część respondentów rzadziej dokonywała w tym zakresie jednoznacznych wskazań. Kobiety były bardziej skłonne uznawać, że męskorodzajowe nazwy zawodów wykluczają je z grona osób, które je wykonują.

Idąc dalej, można by stwierdzić – nieco prowokacyjnie – że w pewnych sytuacjach nowe feminatywy byłyby bardziej dyskryminujące – tym razem wobec mężczyzn – niż generyczne formy męskie. Istnieje bowiem szansa, że na ogłoszenie o pracy dla „kierowcy” odpowie kobieta, ale mężczyzna prawie na pewno nie zareaguje na ofertę dla „kierowczyni”.

Co jeszcze ważne, choć nie wynika bezpośrednio z wyników ankiety, a z licznych prywatnych wiadomości otrzymywanych drogą elektroniczną od respondentów, dbałość o budowanie wypowiedzi zgodnie z zasadami mowy inkluzywnej jest dziś często uznawana za przejaw upolitycznienia języka.

Badani wyrażali też w bezpośredniej korespondencji przekonanie, że samo podejmowanie przez badaczkę/badacza omawianej tematyki jest wyrazem jej/jego osobistego zaangażowania i świadczy o tym, że jest ona/on zwolenniczką/zwolennikiem feminizacji polszczyzny.

Bibliografia

- Bartmiński, J. (2006). *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- du Vall, M. & Majorek, M. (2013). Nowe media w służbie „sieciovych” aktywistów. W M. Wysocka-Plechczyk & B. Świeży (Red.), *Człowiek zalogowany. Od mowy nienawiści do integracji w sieci* (s. 27–37). Kraków: Biblioteka Jagiellońska.
- Grzegorzczkova, R. (1999). Pojęcie językowego obrazu świata. W J. Bartmiński (Red.), *Językowy obraz świata* (s. 39–46). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Hopfinger, M. (Red.). (2002). *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Karwatowska, M. & Szypra-Kozłowska, J. (2005). Jak Polka z Polakiem – językowe bariery w komunikacji między płciami. W J. Bartmiński & U. Majer-Baranowska (Red.), *Bariery i pomosty w językowej komunikacji Polaków* (s. 91–118). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Karwatowska, M. & Szypra-Kozłowska, J. (2010). *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Krysiak, P. (2021). *Nazwy żeńskie we współczesnej leksykografii polskiej i francuskiej*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT.
- Łaziński, M. (2006). *O Panach i Paniach. Polskie rzeczowniki tytułowe i ich asymetria rodzajowo-płciowa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Łozowska, H. (2018). Obraz jako komunikat informacyjny w ludycznym otoczeniu Instagramu. W M. Babecki & S. Żyliński (Red.), *Od naturalizacji do funkcjonalizacji. Taktyki użytkowania serwisu Instagram* (s. 45–74). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Małocha-Krupa, A. (Red.), Hołojda, K., Krysiak, P., & Śleziak, M. (Oprac.). (2015). *Słownik nazw żeńskich polszczyzny*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Nasalski, I. (2020). Funkcje i dysfunkcje języka inkluzywnego, ze szczególnym uwzględnieniem asymetrii rodzajowej w języku polskim. *Socjolingwistyka*, XXXIV, 275–294. DOI: 10.17651/SOCJOLING.34.17.
- Nowak, J. (2011). *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

- Sapir, E. (1978). *Kultura, język, osobowość*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Whorf, B.L. (1982). *Język, myślenie i rzeczywistość*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Źródła internetowe

- Inkluzywna komunikacja w Sekretariacie Generalnym Rady. (2018). Pobrane 6 czerwca 2021 r. z https://www.consilium.europa.eu/media/49073/2021_058_accessibility-inclusive-communication-in-the-gsc_pl_acces.pdf
- Pietrzak, W. (Red.). (2011). *Poradnik równościowy*. Pobrane 6 czerwca 2021 r. z https://umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/Organizacje_pozarzadowe/Dolnoslaska_Akademia_Gender-Poradnik_Rownosciowy_F-Grejpfrut.pdf
- Social Media w Polsce 2021 – nowy raport. (2021, 4 marca). Pobrane 4 czerwca 2021 r. z <https://empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport>
- Stanowisko Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN w sprawie żeńskich form nazw zawodów i tytułów (25 XI 2019 r.). Pobrane 5 czerwca 2021 r. z https://rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1861:stanowisko-rjp-w-sprawie-zenskich-form-nazw-zawodow-i-tytulow
- Wąsowska, A. (2020, 10 października). Ona/Jej. [Post na Instagramie]. Pobrane z <https://www.instagram.com/p/CGKtJQNo4NT>
- Wiercińska, M. (2017, 15 września). Instagram jest kobietą. Pobrane 5 czerwca 2021 r. z <https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/instagram-jest-kobieta.html>
- Your Kaya. (2021, 6 lutego). Czym jest język inkluzywny i dlaczego postanowiliśmy go używać. [Post na Instagramie]. Pobrane z <https://www.instagram.com/p/CK9atS5sEUs>
- Znamy pracodawców najbardziej zaawansowanych w zarządzaniu różnorodnością i inkluzji w Polsce. (2021, 27 maja). Pobrane 6 czerwca 2021 r. z <https://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/8174617,znamy-pracodawcow-najbardziej-zaawansowanych-w-zarzadzaniu-roznorodnoscia-i-inkluzji-w-polsce.html>