

Danuta Gałyga

**WARTOŚCI I WARTOŚCIOWANIE
W NAUCZANIU JĘZYKA POLSKIEGO JAKO OBCEGO**

Każde wyjaśnienie gramatyczne czy nawet kulturowe musi być oparte na typowych, naturalnych przykładach ze współczesnego polskiego kontekstu¹.

Ostatnio dużo słyszy się i mówi o Europie bez granic, wspólnym rynku gospodarczym, wspólnej walucie, a nawet o wspólnym języku. Czy zjednoczona Europa nie stanie się zagrożeniem dla poszczególnych narodów, dla ich kultur i języków? Wydaje się, że mimo wszystko nie. Przecież to dzięki różnorodności kulturowej narodów i grup etnicznych Europa jest wielobarwnym i interesującym kontynentem. Zaś poszczególne kultury nie są tylko zbiorem przypadkowych norm i zwyczajów, lecz stanowią spójny system myślenia i działania danego społeczeństwa. Kultura wszak to „złożona całość obejmująca wiedzę, wierzenia, sztukę, prawo, moralność, obyczaje i wszystkie inne zdolności i nawyki nabyte przez człowieka jako członka społeczności”², natomiast „osoba w stosunku do kultury jest podstawowym i pierwotnym punktem wyjścia. Nie ma osoby, która by nie tworzyła kultury, ale też nie ma osoby, która by mogła się rozwijać bez kultury”³.

Kultura to wartości. Wartości, które utrwalają się m. in. w budowlach, obrzędach, utworach literackich, bohaterach, powiedzeniach, a nawet dow-

¹ Por. D. Pirie, *Dziesięcioro przykazań dla nauczyciela JPJO*, [w:] *Nauczanie języka polskiego jako obcego. Materiały z konferencji Grupy „Bristol”*, red. W. Miodunka, Kraków 1997, s. 16.

² Cyt za: A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, Warszawa 1991, s. 19–20.

³ A. Rodzińska, *Osoba, moralność, kultura*, Lublin 1989, s. 27.

cipach. Jednak nie wszystkie wartości kulturowe są tak samo ważne dla społeczeństwa. Niektóre odgrywają szczególną rolę i je ceni się bardziej niż inne. Stanowią one o istocie kultury i jej specyfice. Poznając przecież nową kulturę każdy z nas interesuje się przede wszystkim tymi jej elementami, których nie spotyka we własnej kulturze, a które uderzają swoją odmiernością. Zaś bez znajomości obyczajów językowych danej społeczności rozumienie kultury nie jest możliwe.

Świat wartości bowiem przenika język, powodując, że ludzie nie uczestniczący w danej kulturze nie są często w stanie zrozumieć wielu warstw przekazu. Język przecież

stanowi rozległy i odrębny system wzorców, sankcjonujących kulturowe kategorie i formy, za pośrednictwem których nie tylko porozumiewamy się, ale co więcej, analizujemy rzeczywistość, wyróżniając bądź ignorując w niej pewne typy relacji i zjawisk, za pomocą których rozumiemy i którymi wypełniamy naszą świadomość⁴.

Wiadomo, że w ramach tego języka występują społecznie i kulturowo uwarunkowane różne odmiany i warianty użycia tego języka, a przeciętny człowiek dysponuje zaś więcej niż jednym wariantem językowym. O wyborze jednego decydują m. in. preferencje osobiste lub aspekty społeczne.

Język człowieka zanurzony jest w wartościach, a akt mówienia na ogół pociąga za sobą wartościowanie. Często bowiem oceniamy lub klasyfikujemy ludzi, zjawiska, stany rzeczy i przedmioty uznając je za *dobre* lub *złe*, *ładne* albo *brzydkie*, *pozytywne* bądź *negatywne*, itd. Należy zgodzić się z M. Głowińskim, że „ustanawianie czy nadawanie wartości, wprowadzanie współczynnika aksjologicznego jest stałym komponentem naszego mówienia, wszelkiego mówienia”⁵.

Istnieje bogata literatura filozoficzna na temat wartości, wszak **wartości** i **wartościowanie** należą do podstawowych pojęć w aksjologii. Ale wartościowaniem interesują się nie tylko filozofowie. W ostatnich latach relacja między wartościami a językiem stała się chyba najbardziej popularnym tematem wśród lingwistów. Na gruncie polskim pojawiło się też wiele prac językoznawczych na ten temat (m. in. J. Puzynina, *Język wartości* czy artykuły w *Język a kultura*, t. 2 i 3 itd.). Nie ulega wątpliwości, że poznanie cech danego języka wartości

ułatwia rozpoznawanie, hierarchizowanie oraz podejmowanie decyzji w częstych sytuacjach konfliktów wartości. Może też pomagać w rozpoznawaniu intencji wartościujących wyrażanych przez innych ludzi, uczestników dialogu, mówców, autorów⁶.

⁴ B. L. Worf, *Myśl i rzeczywistość*, Warszawa 1982, s. 339–340.

⁵ M. Głowiński, *Wartościowanie w badaniach literackich a język potoczny*, [w:] *O wartościowaniu w badaniach literackich*, red. S. Sawicki i W. Panas, Lublin 1986, s. 181.

⁶ J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 7.

Każde zachowanie ludzkie nastawione jest na realizację pewnych wartości. Sposoby wartościowania i hierarchie wartości różnią się między sobą.

Czym właściwie jest **wartość** i **wartościowanie**? J. Puzynina przyjmuje, że wartościowanie to

czynność psychiczna człowieka polegająca na stwierdzaniu jakie (i w jakim stopniu) wartości pozytywne lub negatywne właściwe są – zdaniem osoby wartościującej – danym cechom, zachowaniom, stanom rzeczy, a pośrednio przedmiotom⁷.

Wartość pozytywna jest tu rozumiana jako **to, co dobre**, negatywna – **to, co złe**. Wartościowanie jest więc pewną postawą nadawcy wobec rzeczywistości (zależną często od światopoglądu, systemu filozoficznego czy religii). I dlatego zrozumienie wypowiedzi wraz z odczytaniem intencji rozmówcy jest chyba najbardziej skomplikowane. Zależy ono wszak nie tylko od znajomości systemu językowego, ale też od wiedzy pozajęzykowej i uczestnictwa w kulturze. Owo uczestnictwo w kulturze warunkuje też rozumienie bardzo wielu tekstów, zwłaszcza literackich.

Wiadomo, że przekaz wartości może być różny, nie zawsze słowny. Swoją pozytywny stosunek wobec kogoś(czegoś) możemy zmanifestować np. mrugnięciem oka, uśmiechem czy oklaskami, zaś dezaprobatę – gwizdami lub za pomocą grymasu twarzy. Są to środki pozajęzykowe, obejmujące język gestów. W 1989 r., z myślą o obcokrajowcach, został zrealizowany przez H. Niedzielskiego 63-minutowy film, pod tytułem *Polish Body Language*, pokazujący typowe polskie gesty. Gesty i miny bardzo często towarzysząc słowom tworzą albo atmosferę serdeczności albo niechęci. Mogą też czasem zastępować zwroty grzecznościowe (np. witając się na ulicy skinieniem głowy, uchyleniem kapelusza, uśmiechem itp.). Są to elementy życia codziennego.

Wartościować możemy również za pomocą intonacji i znaków graficznych: używając np. grubej czcionki czy rozstrzelonego druku dla podkreślenia ważności danego słowa lub wreszcie pisząc ze względów uczuciowych duże litery (np. *Drodzy Rodzice!*, *Kochana Ciociu!*, *Tęsknię za Tobą* itp.). Uwydatniamy w ten sposób swój szacunek i miłość wobec kogoś/czegoś. Wyraz swojemu wartościowaniu dajemy również poprzez oficjalność i nieoficjalność pewnych zwrotów, których wyznacznikiem jest tzw. *bycie na pan/pani* i *bycie na ty*. Często słyszy się, że język polski jest zbyt formalny. Być może, ale nie można zapominać o tym, że każde społeczeństwo, w tym i polskie, ma swoje wzorce dobrego wychowania przyporządkowane określonym sytuacjom. W tym miejscu należy wspomnieć o *Językowym savoir-vivre*⁷

⁷ *Ibidem*, s. 83.

T. H. Zgólków. Poradnik ten jest bowiem przydatny nie tylko dla Polaków, ale także dla cudzoziemców, którzy muszą przestrzegać m. in. konwencji językowych, aby ich zachowanie było skuteczne. Jest to wszak

warunkiem obowiązującym nie tylko dobrze wychowanych. Jest to warunek niezbędny przede wszystkim do skutecznego używania języka, aby wypowiedane przez nas słowa i zdania niosły treść przez nas, mówiących, zamierzoną i jednocześnie zrozumiałą dla naszego partnera⁸.

Należy więc na każdym kroku informować cudzoziemców o postawach, zachowaniach i codziennych zwyczajach Polaków.

Wartościowaniu w języku polskim służą także środki językowe. Mogą to być środki leksykalne (np. przymiotniki wartościujące typu: *okropny, obrzydliwy, wstrętny, cudowny, mądry...*, morfologiczne (np. sufiksy: *-ik/-ek, -ka, -ko* i in. – *braciszek, siostrzyczka, serduszko...*, *-uś, -usia* i in. – *tatusz, mamusia...*, *-utki, -uśki, -uteńki* i in. – *milutki, leciutki, maluteńki...*, *-uch, -ucha* i in. – *starucha...*, *-owaty, -awy* i in. – *gorzkawy, piegowaty...*, przedrostki *prze-, przy-, nad-* i in. – *prześliczny, przykrótki, nadwrażliwy...* itd.) i *składniowe* (np. zdania przyczynowe: *bo inaczej*, np. *Musisz zdać ten egzamin, bo inaczej nie zaliczysz roku*, lub konstrukcje z *dzięki*, np. *Tylko dzięki tobie zdałem ten egzamin* itd.). Funkcje wartościujące spełniają też różnego typu partykuły i przysłowki, jak np. *niestety, zbyt, za, zanadto...* i in.⁹

Wartościowanie (negatywne bądź pozytywne) może być, jak już zostało powiedziane, elementem definicyjnym wyrazu, formy fleksyjnej czy też składniowej. Siłę wartościującą mogą mieć też uzależnione od kontekstu czy też środowiska użytkowników konotacje wyrażen (*kościół, papież, PCK, SLD, alkoholizm...*)¹⁰ i specyficzne użycia tekstowe słów, np. metafory, hiperbole, eufemizmy itd. (*gorzka, prawda, bagno moralne...*; przenośne nazwy zwierząt – *świnia, wesz, zmija...*; symbole – *orzeł, gołąb*)¹¹. Te tekstowe środki przekazu wartości mają często charakter subiektywny. Jednak należy pamiętać o tym, że wartościowanie przekazywane kontekstowo obcokrajowiec może zrozumieć jedynie dzięki posiadanej wiedzy o świecie rozmówcy, a także znajomości skomplikowanych mechanizmów wydobywania wartości z podtekstu.

Podstawowym więc środkiem językowym służącym do wyrażania wartości są słowa. Są one nośnikami nie tylko znaczeń, ale za ich pomocą można też kogoś np. obrazić lub pochwalić. Wypowiedzi wartościujące wszak formułujemy w rozmaitych sytuacjach i dla rozmaitych celów: aby wyrazić swoje myśli i uczucia, przekonać innych lub po prostu poinformować.

⁸ H. T. Zgólkowie, *Językowy savoir-vivre*, Poznań 1992, s. 9.

⁹ J. Puzynina, *Język wartości*, s. 82.

¹⁰ Zob. R. Tokarski, *Konotacje jako składnik treści słowa*, [w:] *Konotacja*, red. J. Bartmiński, Lublin 1988, s. 35–53.

¹¹ Zob. J. Anusiewicz, *Lingwistyka kulturowa*, Wrocław 1995.

Obcokrajowiec sprawnie operujący językiem polskim, powinien umieć znaleźć się w różnych sytuacjach, a więc powinien umieć złożyć życzenia, powiedzieć komplement, wznieść toast, uczestniczyć w dyskusji, a nawet kłótni.

Zachodzi teraz pytanie, jak można skutecznie pomóc obcokrajowcom w opanowaniu polskiego języka wartości? Niewątpliwie należy wprowadzać na lekcjach jak największą ilość autentycznych przykładów użycia języka w oryginalnych tekstach i sytuacjach. Język przecież istnieje przede wszystkim w tekstach. A opanowanie języka polega wszak nie tylko na produkcji i rozumieniu zdań, ale głównie na umiejętności tworzenia i odbierania tych zdań odpowiednio do sytuacji i do innych uczestników procesu komunikacji. Zadaniem nauczyciela jest wykształcenie umiejętności posługiwania się językiem obcym, tak jak komunikują się nim jego rodzimi użytkownicy. Uczący się powinni więc wymieniać informacje i opinie na różne tematy. Nie bez znaczenia przecież, o czym już była mowa, dla zrozumienia danego tekstu jest znajomość tła kulturowego. Często się zdarza, że studenci uznani za zaawansowanych na podstawie tekstów gramatycznych i słownikowych słabo sobie radzą ze zrozumieniem tekstów mówionych i pisanych. Przyczyną jest m. in. nieznanostwo określonego kontekstu.

W takich sytuacjach pożądane wydaje się, aby nauczyciel zastosował odpowiednie środki kompensacyjne w formie wprowadzenia do danego tematu czy też twórczości danego autora. Dokonując zaś selekcji materiałów do czytania powinno się brać pod uwagę m. in. odpowiedni stopień trudności, tematykę (która powinna być interesująca i zróżnicowana), a także język codzienny. Dowcipy, krótkie zabawne fragmenty autentycznych tekstów ożywiają lekcję, prowokując studentów do dyskusji i wypowiedzania własnych opinii. Wybór materiałów jest jednak bardzo trudny. Zawsze przecież jesteśmy narażeni na posądzenie o subiektywizm takiego wyboru. Jak tego uniknąć? Dużo się mówiło na ubiegłorocznej konferencji o uniwersalnym programie kulturowym dla cudzoziemców¹². Czy jest w ogóle możliwe stworzenie takiego programu? Wydaje się, że i tak, i nie. Wszak zakres przekazywanych wiadomości najczęściej zależy od wieku, wykształcenia i zainteresowań uczących się, a także, w pewnej mierze, od kompetencji nauczycieli. Nie można przecież nikomu niczego narzucać!

W istniejących podręcznikach do nauki języka polskiego dla średnio zaawansowanych rzadko spotkać można teksty oryginalne. Dominują w nich raczej teksty preparowane. Jedynie *Wśród Polaków, cz. II*, B. Rudzkiej wyróżnia się tu swą odmiennością. Autorka każdą jednostkę lekcyjną

¹² Zob. P. Garncarek, *Znajomość kultury polskiej a nauczanie języka obcego*, [w:] *Nauczanie języka polskiego...*, s. 85–90.

opatrzyła zestawem reprodukcji słynnych malarzy, wierszami znanych poetów, tekstami popularnych pisarzy, powiedzeniami, a nawet dowcipami. Umożliwiła w ten sposób poznanie przez uczących się odpowiedniego tła kulturowego, podkreślając jednocześnie wartości naszego społeczeństwa. Należy w tym miejscu wspomnieć również o wyborze tekstów *Od słowa do słowa* E. Gałdyn i H. Zwolskiego, w którym zamieszczono jednak obok oryginalnych tekstów literackich, teksty preparowane. A przecież w życiu codziennym, prasie, radiu i telewizji spotykamy się z różnymi odmianami języka codziennego. Nie można więc zapominać o tym, że poprzez ten język najczęściej dokonuje się przekaz wartości. Ważne jest więc, by na poziomie średnim obcokrajowiec stopniowo poznawał różnice pomiędzy literacką a potoczną odmianą języka polskiego. Słusznie wszak zauważa J. Kowalikowa¹³, iż coraz częściej politycy, dziennikarze i różni twórcy rezygnują z roli tzw. autorytetu kulturalnego, publicznie operując językiem potocznym, osłabiając tym samym tradycyjną więź pomiędzy sposobem wyrażania się a statusem w życiu publicznym.

Wobec tego wydaje się słuszne opracowanie wyboru tekstów prasowych, o „uniwersalnym” charakterze (tzn. krótkich, ciekawych, o tematyce ponadczasowej itp.). Czym jednak kierować się w wyborze tematyki takich tekstów? Z jakich czasopism i gazet korzystać?

Latem br. przeprowadziłam wśród ok. 60 Polaków (w różnym wieku i z różnych środowisk) ankietę na temat uznawanych przez nich wartości. Za najważniejsze uznali oni: *rodzinę, zdrowie, miłość, wiedzę, posiadanie domu/mieszkania, wolność, pracę, wiarę, zainteresowania i tradycje*. Wszak są to również najczęstsze tematy rozmów, dyskusji, polemik, a nawet kłótni Polaków. Ankietowani odpowiedzieli również na pytanie, jakie czasopisma najczęściej czytają. Okazało się, że najchętniej sięgają po „Wprost”, „Politykę”, „Przyjaciółkę”, „Jestem” i „Tinę”. W związku z tym postanowiłam opracować wybór oryginalnych tekstów nieliterackich, według listy 10 wspomnianych wartości, czerpiąc teksty z wymienionych czasopism. Mam nadzieję, że dadzą one obcokrajowcom wgląd w świat znaczeń i wartości funkcjonujących w kulturze życia codziennego Polaków. Wybór ów zatytułowałam *Uff, ten język polski!*, poszczególne zaś części odpowiednio:

1. „Czym chata bogata, tym rada” (temat: – *rodzina*).
2. „Szlachetne zdrowie (temat: – *zdrowie, odżywianie, uroda, sport*)

Nikt się nie dowie
Jako smakujesz
Aż się zepsujesz”.

J. Kochanowski

¹³ Por. J. Kowalikowa, *Znaczenie i funkcja wyrazów tzw. brzydkich we współczesnej polszczyźnie mówionej*, [w:] *Współczesna polszczyzna mówiona*, red. Z. Kurzowa i W. Śliwiński, Kraków 1994, s. 107–114.

3. „Szczęśliwi czasu nie liczą” (temat: *miłość, szczęście*).
4. „Jaka praca, taka płaca” (temat: *praca, kariera, pieniądze*).
5. „Gość w dom, bóg w dom” (temat: *wiara, religia, tolerancja*).
6. „Gdzie dwóch Polaków, tam trzy zdania” (temat: *szeroko rozumiana wolność*).
7. „Na naukę nigdy nie jest za późno” (temat: *wiedza*).
8. „Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej” (temat: *dom, mieszkanie*).
9. „Nie to ładne, co ładne, ale co się komu podoba” (temat: *hobby, zainteresowania*).
10. „Co kraj, to obyczaj” (temat: *tradycja, obyczaje*).