



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Mówienie o miłości w świecie technologii XXI wieku : analiza tekstu piosenki "Więcej niż Google" Julii Marcell

Author: Julia Piotrowska

Citation style: Piotrowska Julia. (2018). Mówienie o miłości w świecie technologii XXI wieku : analiza tekstu piosenki "Więcej niż Google" Julii Marcellh. W: B. Mitrenga (red.), "Między przeszłością a terażniejszością : rozważania o języku i tekście" (S. 85-96). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach - Licencja ta pozwala na kopiowanie, zmienianie, rozprowadzanie, przedstawianie i wykonywanie utworu tak długo, jak tylko na utwory zależne będzie udzielana taka sama licencja.

Mówienie o miłości w świecie technologii XXI wieku Analiza tekstu piosenki *Więcej niż Google* Julii Marcell

Wprowadzenie

Mówienie o miłości i miłosne wyznania są od zarania dziejów stałym elementem komunikacji językowej użytkowników na całym świecie. Małgorzata Kita, która w monografii *Szeptem albo wcale* podjęła się obszernej analizy języka miłości i języka mówiącego o miłości, przytacza kulturowo-literacki kontekst towarzyszący wyrażaniu przez człowieka uczuć miłosnych na przestrzeni wieków. Autorka przypomina, że tematyka namiętności i emocjonalnej fascynacji dotyczyła utworów literackich różnych gatunków, m.in. serenady, erotyku, heroidy, madrygału itd. (KITA, 2007). Jej zdaniem miłość jest dominującym zagadnieniem we współczesnej literaturze popularnej oraz – szerzej – w całej kulturze masowej (KITA, 2007).

Miłość jest jednym z najbardziej intensywnych i istotnych uczuć w kontaktach międzyludzkich. Jadwiga Puzynina klasyfikuje ją w obrębie uczuć złożonych, wyższych (charakterystycznych wyłącznie dla ludzi), czyli emocji (PUZYNINA, 2000). Językoznawcy zwracają uwagę na różne sposoby jej wyrażania, aczkolwiek analiza wypowiedzi miłosnych ogranicza się najczęściej do warstw leksykalnej i semantycznej. Istnieją oczywiście wyjątki od tej reguły. Łączliwość frazeologizmów dotyczących uczuć w kontekście aksjologicznym z uwzględnieniem teorii językowego obrazu świata badała Anna Pajdzińska, bazując częściowo na wcześniejszych wnioskach Iwony Nowakowskiej-Kempnej. Badaczka zwróciła uwagę na to, że uczucia nie tylko prezentują jakąś wartość, ale też stanowią dla człowieka wartość samą w sobie (PAJDZIŃSKA, 1999, za: NOWAKOWSKA-KEMPNA, 1986).

Poza analizą semantyczną wyznań miłosnych badaniom podlegały także afektonimy, czyli „apelatywa występujące w postaci wyrazów lub zwrotów stosowanych najczęściej [...] w stosunkach między małżonkami, narzeczonymi, kochankami oraz w relacji rodzice – dzieci” (MILEWSKA, PERLIN, 2000: 165). Tak natomiast definiują afektonimy Mirosław Bańko i Ag-

nieszka Zygmunt: „to intymne przezwiska, jakimi ludzie obdarzają swoich partnerów życiowych, członków rodziny oraz bliskich przyjaciół” (BAŃKO, ZYGMUNT, 2011: 6). Najczęściej występującymi afektonimami są wyrazy deminutywne, pochodzące m.in. od nazw zwierzęcych, używane zwykle w wołaczach (*misiu, kotku*), roślinnych (*kwiatuszk*), nazwy odnoszące się do fizyczności ludzkiej (*malutka, przystojniaku*) lub równe nazwom cennych przedmiotów (*skarbie, najdroższa, złotko*) (RUDYK, 2013). W mojej ocenie perspektywa odwoływania się wyłącznie do afektonimów nie wyczerpuje jednak językowego potencjału mówienia o miłości i wyznawania tego uczucia. Pod uwagę należy wziąć nie tylko prototypową sytuację bezpośrednich zwrotów nadawcy do odbiorcy, ale także zdarzenie, w którym nadawca z różnych powodów nie chce lub nie jest zdolny do sygnalizowania uczuć miłosnych wprost (tak jak jest to w wypadku badanego w tym artykule tekstu).

Przedmiotem moich rozważań jest tekst poetycki, choć w jego analizie zostały użyte narzędzia właściwe dla metodologii badań językoznawczych (szczególnie z zakresu kognitywistyki), nie literaturoznawczych. Jestem świadoma, że językowa analiza tekstu literackiego jakiegokolwiek gatunku wymusza na badaczu posługiwanie się pojęciami charakterystycznymi dla dyskursu literaturoznawczego (podmiot liryczny, czytelnik, autor itd.). Celowo na potrzeby tego artykułu stosuję jednak określenia „nadawca” i „odbiorca”, które zastępują „podmiot liryczny” oraz „bohatera” (w tym sensie – adresata wypowiedzi). Ten zabieg nie tylko ułatwia rozważania z perspektywy językoznawczej (ujednoczenie pojęć w części empirycznej i teoretycznej), ale także pozwala spojrzeć na tekst z innej niż literaturoznawcza perspektywy.

Warto ujednoczyć także kwestie definicyjne. Pragnę zaznaczyć, że „wyznania miłosne” czy też „opisywanie uczuć miłosnych” w analizowanym tekście są *de facto* „metawyznaniami”, „metaopisywaniem”, w warstwie leksykalnej nie występują tam bowiem składniki charakterystyczne dla językowego wyrażania uczuć, takie jak np. czasowniki wzmacniające funkcję ekspresywną (typu: *kocham, pragnę, cierpię* itd.). Zwracam natomiast uwagę na to, że w zakres stosowanej definicji „uczuć miłosnych” wchodzi: fascynacja (drugą osobą), obsesja, tęsknota, zaufanie (np. dostarczanie intymnych informacji na swój temat), oddanie (poświęcanie komuś czasu).

Szczegółowej analizie podlega tekst piosenki *Więcej niż Google* Julii Marcell, artystki, która w tekstach swoich utworów opisuje relacje między kobietą a mężczyzną, używając w tym celu pojęć mających bezpośredni związek ze współczesnym rozwojem technologicznym i znaczącą rolą nowych mediów. W ten sposób tworzy, świadomie lub nieświadomie, językowy obraz miłości wpisanej, czy też – używając określenia Renaty Grzegorzczukowej – „uwikłanej w rzeczywistość”. W tym konkretnym

przypadku jest to rzeczywistość XXI wieku. Nadawcą wypowiedzi jest młoda kobieta korzystająca aktywnie z technologii, jaką oferuje współczesny świat (komputer z dostępem do internetu, smartfon, wyszukiwarka Google), i wykorzystująca ją do obserwowania poczyznań odbiorcy, którym jest zafascynowana, oraz do kontaktu z nim.

Analiza fragmentów tekstu piosenki *Więcej niż Google*

*Statystycznie rzecz biorąc
w dwa tysiące piętnastym
najczęściej myślałam o Tobie
Tak zaświadcza mój telefon.*

Rozpoczynający tekst imiesłowowy równoważnik zdania *statystycznie rzecz biorąc*, wywodzący się ze stylu urzędowego, spełnia tu funkcję budowania dystansu nadawczo-odbiorczego. Nie jest bowiem określone, kto sporządza statystyki i kto „bierze” pod uwagę ich wyniki. Wiadomo jednak, że ich rezultatem jest fakt, że nadawca regularnie myśli o odbiorcy. Akapit metaforycznie odnosi się do skrupulatnie przeprowadzanych kalkulacji i badań społecznych lub do algorytmów mierzonych przez urządzenia mobilne i strony internetowe. Konstrukcja ze wspomnianym imiesłowem wyklucza działanie sprawcze nadawcy, który staje się *de facto* biernym uczestnikiem wyznania: *najczęściej myślałam o Tobie* – myślenie jest zapośredniczone przez statystyki, nie jest zaś świadomym aktem. Nadawca nie mówi wprost o uczuciu do ukochanej osoby – „myślenie”, abstrahując od kontekstu zdania, jest bowiem czynnością emocjonalnie neutralną. Określenie *najczęściej* wskazuje jednak na to, że proces myślowy nadawcy był całkowicie skoncentrowany na osobie odbiorcy. Co ważne, jedynym aktywnym podmiotem tego wyznania jest więc nie osoba, a urządzenie, maszyna (telefon). Tę tezę potwierdzają kolejne wersy:

*1212 wymienionych wiadomości.
On wie, że Ty mnie
tak dobrze znasz
On dokładnie to podejrzewa.*

Spersonifikowany przedmiot, jakim jest telefon komórkowy (czy też smartfon), *wie* i *podejrzewa*, że nadawca i odbiorca są w jakiś sposób emocjonalnie ze sobą związani. Nadawca nie mówi o tym wprost, ale wynika to z kontekstu sytuacyjnego oraz z opisu rzekomej wiedzy, jaką dysponuje telefon. W tej sytuacji komunikacyjnej to urządzenie jest gwarantem, świad-

kiem oraz sprawcą afektywnych zachowań między podmiotami (osobami). Stosunkowo duża liczba wymienionych wiadomości SMS ma zaświadczać o tym, że komunikujące się osoby darzą się dużym zaufaniem i są do siebie przywiązane emocjonalnie. Telefon staje się świadkiem i jednocześnie medium komunikacji dwojga osób, odgrywając w niej istotną rolę.

Uzucie między dwojgiem ludzi realizuje się za pośrednictwem i przy użyciu technologicznych łączników:

*Gdy tak sobie przeglądam Twój profil
setny raz już w tym roku [...]*

Fascynacja osobą odbiorcy urzeczywistnia się w przestrzeni wirtualnej, w świecie mediów społecznościowych. Pojęcie *profil* odnosi się do wytworzonej na potrzeby serwisu społecznościowego wizytówki ze zdjęciami i opisami. Powtarzalność i cykliczność „przeglądania” profilu świadczyć może o obsesyjnym zauroczeniu wykreowaną na potrzeby wirtualnego świata postacią, które to zauroczenie przeniosło się na sferę świata realnego. Podobnie jak w poprzednich wersach nadawca nie mówi wprost o swoich uczuciach względem odbiorcy, lecz opowiada o nich z wykorzystaniem atrybutów technologicznych (w tym przypadku są to media internetowe, a nie telefon komórkowy). Warto zwrócić uwagę na czasownik *przeglądać*. Ma on najczęściej łączliwość: *przeglądać album ze zdjęciami, przeglądać się w lustrze, przeglądać coś* (w celu zapoznania się), *przeglądać notatki, przeglądać zakurzone akta* itd. *Przeglądanie* to poszukiwanie, zapoznanie się z treścią, podziwianie. W tym konkretnym zestawieniu – *przeglądam profil* – nadawca w sposób celowy zapoznaje się z treściami zamieszczonymi w sieci przez adresata, po to, by zdobyć o nim informacje lub – co bardziej prawdopodobne, gdy mowa o zauroczeniu i fascynacji – po prostu podziwiać zdjęcia oraz wpisy mężczyzny, tak jak podziwia się analogowe fotografie.

Kolejny wycinek jest metaforyczny i dosłowny zarazem:

*Historię swojej przeglądarki
studiuję z drżącym sercem.*

Dochodzi do zaskakującego połączenia stylistycznego. *Z drżącym sercem* oznacza mniej więcej to samo, co ‘z wielkim przejęciem’ czy ‘w podnieceniu’. Skonkretyzowany przedmiot czy może lepiej – wynalazek technologiczny (przeglądarka), a konkretnie jeden z jego atrybutów (opcja śledzenia przeszłych poczynań użytkownika sieciowego) wzbudza u nadawcy silne emocje, porównywane z bezpośrednim kontaktem z ukochaną osobą. Kontakt jest zapośredniczony, a mimo to udaje się zachować emocjonalny kontekst sytuacyjny.

Kontynuację tej myśli stanowi poniższy fragment:

*Reklamowe banery śledzą krzywą
moich zainteresowań,
by bezwstydnie powytykać mi
kim jestem.*

W tym akapicie po raz kolejny da się zauważyć performatywną rolę, jaką odgrywają przedmioty czy też – precyzyjniej – artefakty XXI wieku. Warto wyjaśnić metaforyczny sens tego fragmentu – we współczesnym marketingu internetowym wykorzystuje się tzw. pliki *cookies*, które śledzą nasze internetowe zachowania konsumenckie (klikanie w konkretne linki i odnośniki, wpisywanie odpowiednich haseł itd.), by na podstawie tych zachowań podsunąć użytkownikom najbardziej dostosowane do nich oferty sprzedaży. Zbierane w sekrecie dane sprawiają więc, że nadawca może ujawnić się ze swoimi „bezwstydnymi” preferencjami. Banery *śledzą* jego zainteresowania. Zastosowano marketingowy chwyt: powiedz mi, co Cię interesuje, a powiem Ci, kim jesteś. Czasownik *powytykać* zawsze eksponuje wady, uchybienia (*powytykać czyjeś błędy*). Personalizacja reklam ma więc dla nadawcy znaczenie negatywne. W całościowym kontekście interpretacyjnym tekstu założyłam, że przeglądarka może podsuwać nadawcy wyniki związane z mężczyzną, którym się fascynuje (na podstawie zamieszczanych przez niego samego informacji o swoim życiu na profilu w mediach społecznościowych).

Warto wreszcie zwrócić uwagę na zdanie: *Wiesz o mnie więcej niż Google*. Ten bezpośredni zwrot nadawcy do adresata wypowiedzi niesie ze sobą spory ładunek emocjonalny. Google jest największą na świecie internetową wyszukiwarką treści, która magazynuje wiedzę o większości stron internetowych oraz dysponuje ogromną ilością danych, w tym także danych wrażliwych. Potocznie użytkownicy języka posługują się „skrzydlatymi słowami” w rodzaju: *Jeśli czegoś nie ma w Google, to to coś nie istnieje*. Nadawca swoją wypowiedzią sugeruje więc, że odbiorca (osoba, którą nadawca darzy uczuciem) ma lub może mieć ponadprzeciętną wiedzę na jego temat. Dochodzi do tego element wartościujący *więcej niż*. Jeśli wiedza odbiorcy wykracza poza standardowy, uznany społecznie wyznacznik znajomości, można uznać, że relacje nadawcy z ukochanym przekraczają pewne standardy. Nadawca dopuszcza odbiorcę do intymnej sfery życia, do której nie ma dostępu nawet wszechobecny technologiczny atrybut, czyli przeglądarka Google.

„Nowa” miłość w świecie nowych technologii Spojrzenie językoznawcze

Dynamiczny rozwój społeczeństw oraz technologii wymusza także istotne zmiany wewnątrz systemu językowego, szczególnie na gruncie leksykalnym oraz semantycznym. Przy czym zmiana leksykalna w tym kontekście nie dotyczy stosowania innego słownictwa na wyrażanie tych samych cech, uczuć, zachowań czy odwołań adresatywnych. Chodzi natomiast o wprowadzanie do inwentarza słownictwa związanego tradycyjnie z miłością pojęć pozornie obcych, z innych kategorii (np. wyrazy wywodzące się z dyskursu informatycznego lub ekonomicznego). Mieszanie się ze sobą dwóch ram interpretacyjnych (por. FILLMORE, 1971) stwarza nowy obraz miłości dostosowanej do realiów świata XXI wieku. Zależność języka od zmian społeczno-technologicznych można obserwować w tekście piosenki *Więcej niż Google*.

W literackim i kulturowym dyskursie o miłości najczęściej poruszane problemy to m.in. tęsknota, przywiązanie, beznadziejne zakochanie, ból psychiczny, namiętność, powrót po długiej rozłące, zwaśnione rodziny zakochanych itd. Tematyka wymusza na twórcy posługiwanie się mnogością zabiegów poetyckich, takich jak metafora, elipsa, apostrofa itd. Nie inaczej jest w wypadku analizowanych fragmentów tekstu, jednak – co należy podkreślić – metafory nie pełnią tutaj funkcji estetycznej ani nie intensyfikują potencjalnie emocjonalnego wydzwięku wypowiedzi nadawcy. Odgrywają one rolę zgoła inną, mianowicie kreują specyficzny obraz świata, w którym przedmioty mogą „mówić” o miłości. Przestrzeń stworzona przez nadawcę we wspomnianych tekstach daleka jest także od podniosłych poetyckich wyznań w rodzaju: *tęsknię za tobą do szaleństwa, potrzebuję cię jak tlenu* itd. Przeciwnie – pojawia się w nich coś, co można nazwać, używając języka potocznego, „prozą życia”, czyli opisem sytuacji dnia codziennego. Należy dodać, że te sytuacje ze względu na zawartość pewnych technologicznych artefaktów (profil w mediach społecznościowych, wyszukiwarka Google itd.) mogą dotyczyć wyłącznie człowieka współcześnie żyjącego.

We wstępie sygnalizowałam stan badań językoznawczych skupiających się na zagadnieniach leksykalnych dyskursu miłosnego. W analizowanych fragmentach tekstu piosenki Julii Marcell właściwie nie występują afektonimy. Charakterystyczną cechą tekstu jest również to, że choć w warstwie tematycznej nawiązuje on do miłości (o różnym znaczeniu, o czym za chwilę), to ani razu nie pojawia się tam leksem *miłość* – ani w formie podstawowej, ani w odmianie fleksyjnej. Mimo to czytelnik jest w stanie stwierdzić, że adresatem komunikatu w tej pierwszoosobowej wypowiedzi jest osoba, którą nadawca darzy szczególnym zainteresowaniem. Ten

wniosek można wysnuć na postawie całościowej analizy z uwzględnieniem kontekstów wewnątrzjęzykowych (dobór leksykalny, styl) i okołojęzykowych (kultura masowa, społeczeństwo XXI wieku).

Choć tematyka miłosna jest sama w sobie uniwersalna (tzn. pojęcia związane z miłością są wyrażane przez wszystkich użytkowników języka na świecie), sposoby realizacji wypowiedzi miłosnych zmieniają się jednak w zależności od warunków kulturowych, społecznych, technologicznych itd. Ostatni z wymienionych czynników jest istotnym determinantem sposobu wyrażania uczuć w badanej piosence. W analizowanych fragmentach to nie człowiek wyraża uczucie do drugiej osoby (w sensie dosłownym), lecz opowiada o zażyłości za pośrednictwem urządzeń technologicznych ([...] *najczęściej myślałam o Tobie. Tak zaświadcza mój telefon*), umożliwiając im *de facto* stwarzanie performatywów w akcie mowy¹. Paradoksalnie, miłość jest uczuciem z jednej strony bliskim (można podziwiać profil odbiorcy w mediach społecznościowych w każdej chwili i wszędzie, nawet jeśli nie zachodzi fizyczny kontakt), a z drugiej strony dość odległym, zapośredniczonym, nie do końca poznanym.

W rzeczywistości kreowanej przez nadawcę utworu technologia oraz wytwarzane na jej potrzeby urządzenia są przywołane w wyznaniu miłosnym. Są jednocześnie obserwatorami i sprawcami rozwoju emocjonalnego nadawcy w kontekście jego zainteresowania drugą osobą. Przewodnia myśl amerykańskiego filozofa Marshalla McLuhana – *medium is the message* (*przekaznik jest przekazem* – tłum. aut.) (FIORE, McLUHAN, 1968) – doskonale odzwierciedla sytuację językową w analizowanym tekście. Przekaznik, czyli urządzenia elektroniczne, jednocześnie zawierają oraz niosą treść – w tym konkretnym przypadku, treść miłosną. Warto zaznaczyć, że taka sytuacja jest charakterystyczna dla naszych czasów. Dla porównania: w dawnej literaturze (gdym autorzy dzieł nie mogli jeszcze znać urządzeń mobilnych i komputerów) świadkami oraz sprawcami miłosnych zachowań były części nieożywione przyrody, np. rośliny (KOZIOŁEK, 2010).

Metodologia kognitywna dostarcza wielu przydatnych narzędzi do opisywania współczesnej rzeczywistości językowej przy uwzględnieniu takich zagadnień, jak znakowa funkcja języka, kompetencja umysłowa człowieka, kreowanie znaczeń itd.

Jerzy Bartmiński przypomina za Ronaldem Langackerem definicję tzw. domeny kognitywnej: jest to „zespół pojęć, skupionych wokół pojęcia podmiotu mówiącego (*homo loquens*), złożony z takich elementów «subiektywnych», jak typ racjonalności, wiedza o świecie, system wartości, zwłaszcza zaś podmiotowy punkt widzenia i motywowany przezeń obraz świata”

¹ W tym konkretnym przypadku (*Tak zaświadcza mój telefon*) byłyby to akt performatywny lokucyjny oraz illokucyjny (por. AUSTIN, 1962).

(BARTMIŃSKI, 2009: 98). Z kolei ramą doświadczeniową jest „to wszystko, co do aktualnego doświadczenia jest wnoszone z pamięci indywidualnej i społecznej” (BARTMIŃSKI, 2009: 99). Henryk Kardela pisze o właściwościach leksemów: „O tym, co składa się na informację centralną, a co na peryferyjną, decyduje konkretne użycie języka, konkretny kontekst – czas i miejsce wypowiedzi, przekonania i wierzenia mówiącego, sposób wartościowania, itd.” (KARDELA, 1992: 10). Czy zatem byłaby dla nadawcy analizowanego tekstu domena kognitywna takich słów, jak *telefon*, *przeglądarka*, *komputer* i inne? Jakie informacje centralne wychodzą na pierwszy plan?

Leksemy określające nazwy przedmiotów (rzeczowniki nieożywione) pełnią wobec podmiotu mówiącego (agensa) rolę bierną (są pacjensem), tzn. podlegają mu, są przez niego wykorzystywane. W analizowanych fragmentach utworu pojęcia te tracą swoją pierwotną funkcję, same stają się bowiem agensami, sprawcami zdarzeń, performerami – są to różne określenia na tę samą aktywną rolę przedmiotu nieożywionego w kontekście opisywania relacji międzyludzkich. W centrum takich leksemów, jak *komputer*, *telefon*, *przeglądarka*, znajdują się więc czasowniki zarezerwowane prototypowo dla ludzi.

Warto też odnieść się do rozważań Marii Głąbskiej, która w książce *Obraz miłości we współczesnym języku polskim* (GŁĄBSKA, 2014) opisała znaczenie pojęcia *miłość* z uwzględnieniem m.in. semantyki polowej. Badaczka zaprezentowała ujęcie Agnieszki Mikołajczuk, która włączyła grupę MIŁOŚĆ w pole POZYTYWNYCH UCZUĆ RELACYJNYCH, obok grup: PRZYJAŹNI, SZACUNKU, PODZIWIU i SYMPATII. W grupie MIŁOŚCI znalazły się z kolei rodziny: *miłości* (*miłość*, *miłować się*) oraz *kochania* (*zakochać się*, *ukochać*, *kochać się*). Perspektywa semantyki polowej nie wystarcza jednak do językoznawczego badania tekstu w tym artykule, choć na pewno warto tu zwrócić uwagę na jeden z wniosków Głąbskiej: „Składniki pola leksykalno-semantycznego ‘miłości’ pozostają w relacji także z elementami innych pól nazw uczuć, łączonych z miłością na zasadzie asocjacji” (GŁĄBSKA, 2014: 35). W związku semantycznym pozostają więc – zdaniem badaczki – także inne, mniej prototypowe leksemy reprezentujące pojęcie ‘miłość’, np. *nienawiść*, *szaleństwo*.

W analizowanym materiale badawczym konceptualizacja uczuć miłosnych opiera się na takich leksemach, jak: *myśleć* (‘o kims’), *znać* (w znaczeniu: ‘dobrze kogoś znać’), *przeglądać* (w znaczeniu: ‘przeglądać profil w mediach społecznościowych’; w tym wypadku jest to przeglądanie obsesyjne, które świadczy o zadurzeniu się w danej osobie). Głąbska przybliżyła również perspektywę kognitywną. Opierając się na wnioskach George’a Lakoffa, Ronalda Langackera, Williama Crofta i innych językoznawców kognitywnych, uznaje ona, że „pojęcie ‘miłość’ aktualizuje w umysłach użytkowników języka jeden lub więcej złożonych scenariuszy prototypo-

wych [...], które zakładają istnienie przynajmniej takich elementów sytuacji emocjonalnej, jak: podmiot uczucia, obiekt uczucia oraz samo uczucie” (GŁĄBSKA, 2014: 35). Wśród elementów ramy interpretacyjnej pojęcia ‘miłość’ miałyby znajdować się: PODMIOT, OBIEKT, UCZUCIE MIŁOŚCI, a także OZNAKI UCZUCIA, CZAS i PRZESTRZEŃ. W obręb innych ram, do których te elementy się odwołują, mają wchodzić: rama ‘osoby’, rama ‘uczucia’, rama ‘ciała ludzkiego’, rama ‘zachowania’, rama ‘postawy’, rama ‘wydarzenia’ (GŁĄBSKA, 2014: 71). W kontekście badanego w artykule tekstu można poszerzyć tę klasyfikację o kolejne ramy: ‘medium’ (czy też ‘przekaznika uczuć’), ‘doświadczenia wirtualnego’, ‘wiedzy’ (intymnej, tajnej). Scenariusz mentalny w piosence *Więcej niż Google* nie jest prototypowy, zawiera bowiem elementy, które tradycyjnie nie wiążą się z pojęciem ‘miłości’. Te elementy są metaforyczne, niedosłowne, nietypowe i to one wychodzą na pierwszy plan kategoryzacji.

Wybrane treści w utworze można odczytywać także na sposób zaproponowany przez Kazimierza Polańskiego w *Słowniku syntaktyczno-generatywnym czasowników polskich* (POLAŃSKI, 1980). Predykat *podejrzewać* pod względem semantycznym implikuje argumenty osobowe oraz abstrakcyjne, szczególnie w mianowniku i bierniku, np. *We wszystkim, co robił, podejrzewała fałsz i obtudę; Joanna nie podejrzewała w ludziach fałszu; Zawsze tylko jego podejrzewali*. W analizowanym tekście czasownik *podejrzewać* nie łączy się z określeniem osobowym, lecz z rzeczą – telefonem. Staje się on więc agensem, sprawcą sytuacji. W badanej piosence nastąpiło przeniesienie argumentów (cech semantycznych) – cecha ludzka została włączona do cech rzeczy. Telefon w tekście piosenki „dokładnie podejrzewa”, że odbiorca dobrze zna nadawcę, a zastosowany przysłówek *dokładnie* wzmacnia rolę komunikacyjną telefonu. Podobne zjawisko można dostrzec w czasowniku *wiedzieć*, który semantycznie łączy się z osobowym wykonawcą czynności (w mianowniku i dopełniaczu) lub z nazwą źródła informacji. To człowiek dysponuje wiedzą, którą pozyskuje w kontakcie z rzeczą (np. z książką, komputerem itd.), np. *Z gazet wiedziałam o toczącej się rozprawie; Andrzej wiedział wszystko; Nic nie wiedziałem o żadnych pieniądzach ani prezentach* (KJP). W prototypowej sytuacji semantycznej osoba ocenia wiarygodność źródeł i rangę informacji. Na podstawie zastanego stanu faktycznego jest ona również zdolna się przyznać, że czegoś nie wie. W analizowanym tekście piosenki ponownie jednak zaburzona została spójność semantyczna, tym razem w odniesieniu do czasownika *wiedzieć*. Podmiotem, który dysponuje wiedzą, jest przedmiot, a źródłem jego poznania jest jego specyficzna właściwość technologiczna (tu: rejestr wysłanych przez nadawcę wiadomości SMS). Do ramy doświadczeniowej nadawcy w badanym tekście wchodzi więc przedmioty elektroniczne, będące przekaznikiem uczuć między nadawcą i odbiorcą.

Wreszcie sam odbiorca, ze względu na działanie w określonym kontekście kulturowo-społecznym (samotna kobieta śledząca za pośrednictwem internetu i mediów społecznościowych poczynania swojego wybranka oraz kontaktująca się z nim poprzez wiadomości SMS), jednoznacznie określa, jakie znaczenie mają wybrane leksemy. Przedmioty i technologiczne artefakty budzą takie same emocje, jak bezpośredni miłosny kontakt z drugim człowiekiem, mimo że nadawca nie prowadzi z odbiorcą dialogu. Jego językowy obraz świata ujmuje więc wytwory technologiczne w specyficzne ramy znaczeniowe, wprowadzając je do dyskursu miłosnego XXI wieku, domena kognitywna obejmuje zaś świat nowoczesnych technologii.

Konkludując, należy wskazać, że współczesne wyrażanie miłości jest zapośredniczone poprzez działanie przedmiotów będących uczestnikami, obserwatorami sytuacji komunikacyjnej, a często także medium relacji damsko-męskich. To nowe mówienie o miłości wpisuje się w ramy współczesnej kultury opierającej się na technicyzacji i wirtualizacji każdej sfery życia człowieka. Ekspansywność nowych mediów, internetu i urządzeń mobilnych wpływa na zmiany zachodzące w języku polskim, szczególnie na odmianę potoczną (która najbardziej ze wszystkich odmian koncentruje się na bezpośrednich, codziennych kontaktach międzyludzkich). Przywołana we wstępie badaczka, Małgorzata Kita, przyjmując za oczywiste przekonanie, że zmieniają się sposoby, style mówienia o miłości, wysuwa wniosek, który można zastosować również do niniejszych rozważań, mianowicie: „[...] Zasadna staje się refleksja, czy – przy uwzględnieniu determinacji historycznych, społecznych, kulturowych oraz zmienności konwencji literackich i naturalnych zmian językowych – semantyka ekspresji miłosnej odnosi się ciągle do tego samego uczucia” (KITA, 2007: 79). Czy więc – cytując za Kitą – „semantyka ekspresji miłosnej odnosi się ciągle do tego samego uczucia”? Uczucie jest oparte na tych samych podstawach psychologicznych co kiedyś (przywiązanie, fascynacja, pociąg seksualny), choć oczywiście społeczna postawa w stosunku do miłosnych zachowań może się zmieniać². Wyrażanie miłosnej ekspresji ulega natomiast stopniowym przemianom warunkowanym zmianami cywilizacyjnymi.

Literatura

- AUSTIN J. L., 1962: *How to Do Things with Words*. London.
 BARTMIŃSKI J., 2009: *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin.
 BAŃKO M., ZYGMUNT A., 2011: *Czułe słówka. Słownik afektonimów*. Warszawa.

² Mam tutaj na myśli powszechną akceptację tych zachowań, które dotąd uchodziły za tabu, np. seks przed- i pozamałżeński, związki „bez zobowiązań”, relacje partnerskie, akty homoseksualne itd.

- FILLMORE C.J., 1971: *Verbs of judging: an exercise in semantic description*. In: FILLMORE C.J., LANGENDOEN T., eds.: *Studies in Linguistic Semantics*. New York.
- FIGURE Q., McLUHAN M., 1968: *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York.
- GŁĄBSKA M., 2014: *Obraz miłości we współczesnym języku polskim (na podstawie analizy znaczeń leksemów kochać i miłość)*. Warszawa.
- KARDELA H., 1992: *Gramatyka kognitywna jako globalna teoria języka*. W: NOWAKOWSKA-KEMPNA I., red.: *Podstawy metodologiczne semantyki współczesnej*. Wrocław, s. 9–22.
- KITA M., 2007: *Szeptem albo wcale. O wyznawaniu miłości*. Katowice.
- KJP (Korpus Języka Polskiego PWN); <http://sjp.pwn.pl/korpus>.
- KOZIOŁEK R., 2010: *Ciała Sienkiewicza. Studia o płci i przemocy*. Katowice.
- MILEWSKA M., PERLIN J., 2000: *Afektionimy w języku polskim, francuskim, hiszpańskim i niderlandzkim. Analiza morfologiczna i semantyczna*. „Język a Kultura”. T. 14, s. 165–173.
- NOWAKOWSKA-KEMPNA I., 1986: *Konstrukcje zdaniowe z leksykalnymi wykładnikami predykatów uczuć*. Katowice.
- PAJDZIŃSKA A., 1999: *Jak mówimy o uczuciach? Poprzez analizę frazeologizmów do językowego obrazu świata*. W: BARTMIŃSKI J., red.: *Językowy obraz świata*. Lublin, s. 83–101.
- PUZYŃSKA J., 2000: *Uczucia a postawy we współczesnym języku polskim*. „Język a Kultura”. T. 14, s. 9–23.
- POLAŃSKI K., red., 1980: *Słownik syntaktyczno-generatywny czasowników polskich*. Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk.
- RUDYK A., 2013: *O afektionimach w języku polskim i rosyjskim*. „Acta Universitatis Lodzianae. Folia Linguistica Rossica”. T. 9, s. 89–98.

Julia Piotrowska

Speaking about love in the technological world of the 21st century
Song Lyrics analysis of *Więcej niż Google* by Julia Marcel

SUMMARY

The paper is a linguistic analysis of the lyrics of the song *Więcej niż Google* [*More than Google*] with the use of tools typically applied in cognitive methodologies, including the linguistic picture of the world. The foundation of the premise is the presupposition that contemporary linguistic act of professing love is dependent on cultural determinants of the 21st century, among them emerging technologies and using them in interpersonal relations to create and sustain love relations. At present, technological artefacts have become intermediaries in speaking about love. In terms of language, the contemporary love expression is characterized by the fact that the feeling is not mentioned directly. The author proves that certain verbs used in the act of professing love are undergoing significant semantic changes.

Julia Piotrowska

Liebeserklärung in der Welt der Technologie des 21. Jahrhunderts
Textanalyse des Liedes *Więcej niż Google* von Julia Marcel

ZUSAMMENFASSUNG

Die Studie stellt eine Textanalyse des Liedes *Więcej niż Google* (dt.: *Mehr als Google*) dar, welche mit Hilfe der für kognitiver Methodologie typischen Mittel, darunter des sprachlichen Weltbildes durchgeführt wurde. Die Verfasserin geht von der These aus, dass gegenwärtiger sprachlicher Akt der Liebeserklärung von kulturbildenden Determinanten des 21. Jahrhunderts abhängig sei. Es sind u.a. die Entwicklung von modernen Technologien und deren Anwendung bei zwischenmenschlichen Kontakten und auch bei Aufnahme und Aufrechterhaltung von Liebesbeziehungen. Die Rolle eines Vermittlers beim Reden über Liebe spielen heutzutage technologische Artefakte. Sprachlich gesehen ist gegenwärtige Liebesexpression dadurch gekennzeichnet, dass man über Liebe nie offen redet. Die Verfasserin weist darauf hin, dass manche Verben im Liebesklärungsakt erheblichem semantischem Wandel unterliegen.