

Warszawa, 11 czerwca 2014 r.

Od poprawności po nadgorliwość. Raport IMM o większych i mniejszych błędach językowych w internecie.

Czy hasztagi są już nową częścią zdania, a autokorekta zastąpiła słowniki języka polskiego? Jak wiele błędów można popełnić w 140 znakach na Twitterze? I czy dodając kolejne zdjęcia na Instagramie mamy czas by pomyśleć nie tylko o jakości obrazu, ale też o poprawności słowa? Instytut Monitorowania Mediów w ramach raportu Kompas Social Media sprawdził, jakie błędy językowe Polacy popełniają w internecie i mediach społecznościowych. Na podstawie propozycji internautów IMM opracował listę najczęściej popełnianych i najbardziej rażących pomyłek oraz niezręczności językowych, a następnie pod jej kątem przanalizowano polskojęzyczne zasoby sieci. Jak się okazuje, nikt nie jest nieomylny, a najczęściej powtarzany błąd pojawił się ponad 30 tysięcy razy w setkach serwisów internetowych. Przedstawiamy listę najczęściej popełnianych błędów i jednocześnie – wraz z komentującym wyniki badania językoznawcą Mirosławem Bańko – przestrzegamy przed nadmiernym puryzmem językowym.

Dyktando do poprawki?

Autokorekta - ze swoimi zaletami i wadami - dostępna jest dziś w niemal każdej aplikacji i na każdym urządzeniu mobilnym. Ludzkie przyzwyczajenia są jednak silniejsze od komputerowego oprogramowania. Doskonale wiedzą o tym użytkownicy internetu. Na apel IMM i fanpage'a „Poprawna Polszczyzna” o wskazanie błędów, z jakimi w sieci można spotkać się najczęściej, odpowiedziało kilkaset osób. Na facebookowych stronach pojawiło się ponad 600 komentarzy na ten temat. Jakie niepoprawne językowo zwroty internauci uznali za szczególnie rażące, które z nich są w powszechnym użyciu i jaki internetowy serwis przoduje w rankingu? Zbadał to Instytut Monitorowania Mediów. „Dzięki internetowi gwałtownie wzrosła liczba autorów publikujących samodzielnie swoje wypowiedzi” - odpowiada językoznawca profesor Mirosław Bańko zapytany o wpływ, jaki wywarło upowszechnienie internetu i mediów społecznościowych na język polski. „Dawniej autor miał do pomocy wydawcę i gdy jego polszczyzna budziła zastrzeżenia, czytelnicy nie dowiadywali się o tym. Dziś jest inaczej i błędy są utrwalane i powielane”. Mirosław Bańko zauważa też pozytywny wpływ rozwoju nowych mediów. „Internauci zaczynają być świadomi reguł języka i nawet jeśli piszą niedbale, to wiedzą, że naruszają normę. To może być bodziec, aby ją sobie przyswoili” – dodaje.



TOP5 SERWISÓW Z NAJWIEKSZĄ LICZBĄ BŁĘDÓW



- FACEBOOK
- PHOTOBLOG.PL
- ASK.FM
- FORUM.WIZAZ.PL
- ZAPYTAJ.ONET.PL

Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, dane z monitoringu internetu z okresu 1.01-15.05.2014.



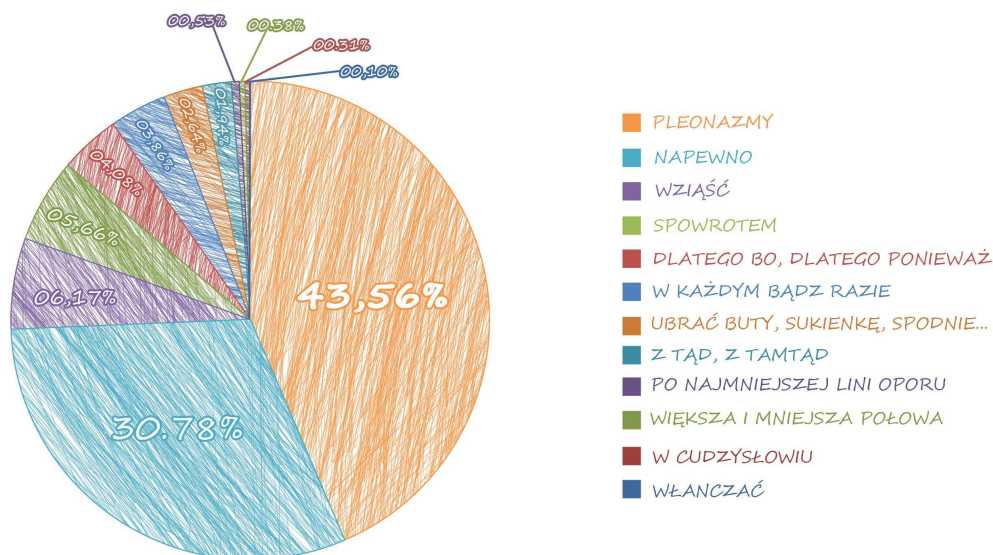
Od początku roku do połowy maja w internecie i mediach społecznościowych pojawiło się ponad 125 tysięcy artykułów, komentarzy i wpisów, w których użyto, co najmniej jednego ze wskazanych przez internautów sformułowań. Na Facebooku, najpopularniejszym obecnie serwisie społecznościowym, pomyłki bądź uchybienia pojawiają się najczęściej, a tym samym są najbardziej widoczne. Aż trzy serwisy z pierwszej piątki to media adresowane do młodych użytkowników sieci: photoblog.pl, ask.fm oraz zapytaj.onet.pl. Nauczycielskie oko nie sięga w te zakamarki internetu, a rówieśnicy rzadko zaprzętają sobie głowę poprawianiem pisowni kolegów. Takie warunki sprzyjają pełnej dowolności językowej, od której polonistom włos może jeżyć się na głowie. „Mam skłonność wszystkie błędy językowe traktować pobłażliwie, ponieważ namiętny puryzm wydaje mi się rzeczą groźną” – zaznacza jednak Mirosław Bańko. „Puryzm świadczy o braku tolerancji, a brak tolerancji może mieć fatalne konsekwencje, zwłaszcza że zwykle nie dotyczy tylko języka, ale i innych zachowań. Czy chcemy, aby nam ktoś dyktował, jak się mamy ubierać, do jakich szkół posyłać nasze dzieci, jakie książki czytać i jakie hasła skandować?” – pyta Bańko. Zdaniem profesora, w ocenie błędów językowych należy zachować umiar. „Oczywiście są błędy mniejsze i większe. Ogólnie biorąc, istotniejsze jest to, co przeszkadza w porozumieniu i wzajemnym zrozumieniu, niż swoiste cechy czyjejś wymowy lub stylu” – podkreśla językoznawca. Dodajmy, że slangowe, pejoratywne określenie „grammar nazi”, używane w sieci w odniesieniu do osób namiętnie wytykających błędy gramatyczne i ortograficzne w internetowych wypowiedziach, pojawiło się w okresie objętym badaniem blisko 400 razy. „Gramatyczni naziści” zwykle nie spotykają się z sympatią innych internautów – zwłaszcza, gdy w niegrzeczny sposób wytykają te „mniejsze” błędy, literówki i przejęzyczenia.

Czy aby na pewno „dzisiejszy dzień” „trwa nadal”?

Znaczną część błędów, na które zwrócili uwagę internauci, stanowiły pleonazmy, czyli wyrażenia składające się z wyrazów o takim samym bądź podobnym znaczeniu. Po zsumowaniu najpopularniejszych mylnych związków frazeologicznych okazało się, że to najliczniejsza grupa językowych pomyłek w sieci. Dlaczego używamy pleonazmów? „Bez powtarzania treści komunikacja

byłaby niemożliwa” – zastrzega Mirosław Bańko. „Nie wszystkie powtórki są jednakowo naganne: niektóre biorą się z nieuwagi, inne wynikają z budowy zdania, np. *Patrzyła na niego oczami* brzmi dziwnie, ale *Patrzyła na niego zdumionymi oczami* akceptujemy, bo rzeczownik jest potrzebny jako podpora dla przymiotnika” – podkreśla profesor.

BŁĘDY JĘZYKOWE W POLSKIM INTERNECIE



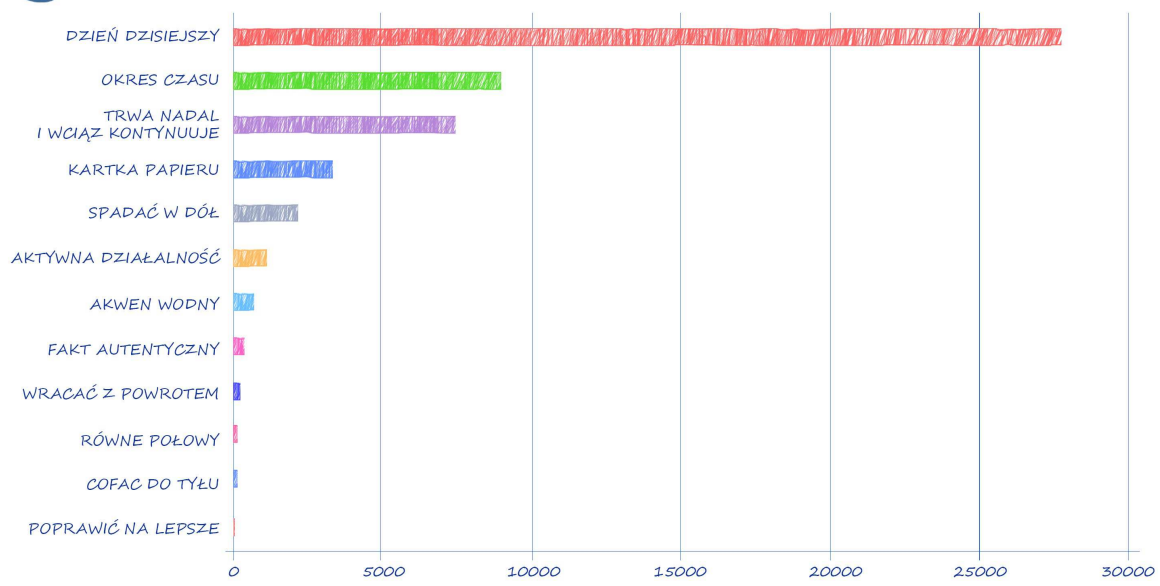
Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, dane z monitoringu internetu z okresu 1.01-15.05.2014.

KOMPAS
social media

I M M

W rankingu najpopularniejszych błędów językowych w polskim internecie, na drugim miejscu za pleonazmami, znalazł się niewłaściwy zapis wyrażenia „na pewno”. W blisko 1/3 zmonitorowanych przez IMM wpisów wystąpił niepoprawny, łączny zapis. Przekłada się to na ponad 30 tysięcy publikacji. „Wyrażenie na pewno składa się z przyimka *na* i dawnej formy biernika liczby pojedynczej rodzaju nijakiego przymiotnika (stąd pisownia rozłączna, analogiczne: *na nowo*, *na okrągło*, *na prawo*)” - tłumaczy w internetowej Poradni Językowej PWN Krystyna Długosz-Kurczabowa z Uniwersytetu Warszawskiego. Łączna pisownia na stałe wpisała się w krajobraz pytań i odpowiedzi w bardzo popularnym wśród nastolatków serwisie Ask.fm. Od początku roku błędnego zapisu użyto tam ponad 7 tysięcy razy. Pojawiał się on również często na forum serwisu wizaz.pl oraz wpisach na photoblog.pl.

NAJCZĘŚCIEJ UŻYWANE PLEONAZMY



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, dane z monitoringu internetu z okresu 1.01-15.05.2014.

KOMPAS social media I M M

Wskazane przez internautów pleonastyczne wyrażenie „dzień dzisiejszy” pojawiło się w aż 20 procentach zmonitorowanych wypowiedzi i stanowi połowę grupy użytych pleonazmów. „Niektórych użytkowników polszczyzny denerwuje już samo połączenie rzeczownika *dzień* i przymiotnika *dzisiejszy*. Uważają, że zawiera ono powtórzenie treści. Cóż, tak rzeczywiście jest” - czytamy na blogu obcyjezykpolski.strefa.pl, prowadzonego przez językoznawcę dr Macieja Malinowskiego. Mirosław Bańko w Poradni Języka Polskiego tłumaczy natomiast: „Jak pokazuje Korpus Języka Polskiego PWN, wyrażenie *na dzień dzisiejszy* szczególnie często występuje w reportażach i innych gatunkach mówionych, w których przedstawiciele lokalnych władz, pracownicy urzędów lub firm mówią do mikrofonu językiem, który wydaje im się bardziej staranny, *namaszczone*. Zachowania te można uznać za przejaw aspirowania do wyższego stylu, całkowicie nieudany jednak, świadczący o braku kompetencji stylistycznej i braku swobody w kształtowaniu wypowiedzi” - czytamy na stronach internetowych poradni.

Innym sformułowaniem pleonastycznym uważanym za błędne i często wskazywanym przez facebookowiczów jest „okres czasu”. „Proszę zauważyć, że *okres* w użytym tu znaczeniu definiujemy jako *pewien wycinek czasu* i gdybyśmy teraz spróbowali do wyrażenia *okres czasu* podstawić zamiast słowa *okres* tę jego eksplikację, otrzymalibyśmy połączenie *pewien wycinek czasu czasu*” - tłumaczy w internetowej poradni językowej Katarzyna Mazur z Instytutu Języka Polskiego na Uniwersytecie Śląskim. Zdaniem specjalistki, wyraźnie widać, że mamy tu spory naddatek semantyczny, a co za tym idzie – błąd leksykalny, który jest jednym z typów błędów językowych. Podsumowując, połączenie „okres czasu” jest uznawane za niepoprawne i zdecydowanie należy go unikać.

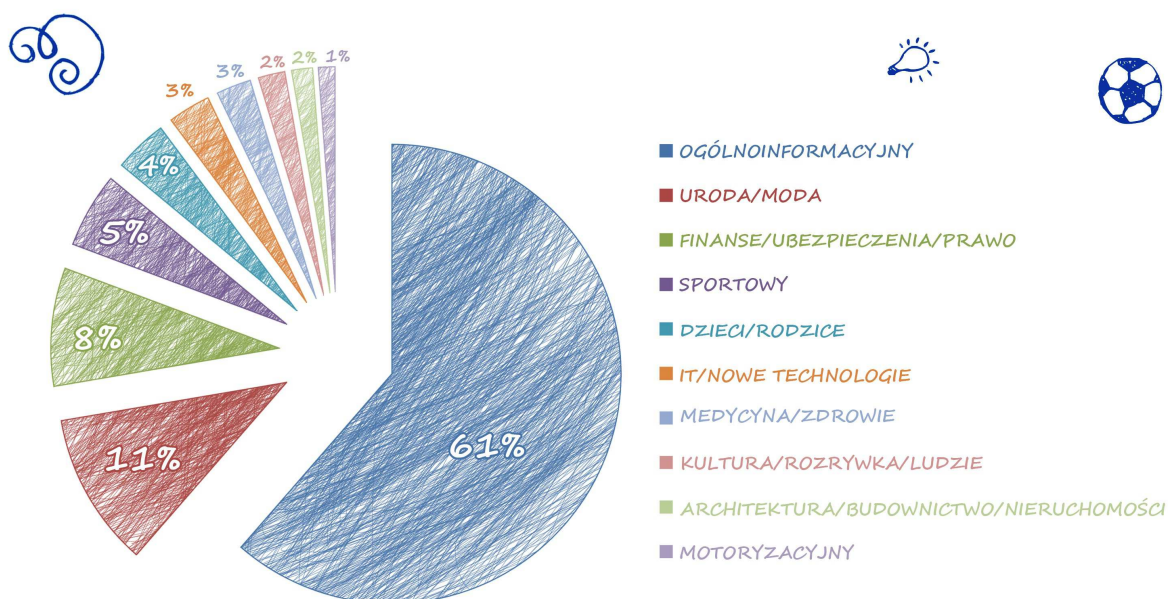
W przypadku publikacji w portalach i serwisach internetowych (bez uwzględnienia mediów społecznościowych) dziennikarze rzadko popełniają najbardziej rażące błędy. Znacznie częściej w publikacjach dziennikarskich można trafić natomiast na „masło maślane” – pleonazmy stanowią blisko 90 procent błędów popełnianych w internetowych redakcjach. W depeszach, artykułach informacyjnych i reportażach: politycy, sportowcy bądź artyści wykazują się „aktywną działalnością” bądź działają „po najmniejszej linii oporu”. Czasami piłkarze „cofają się do tyłu”, innym razem kursy akcji „spadają w dół”. Portalom zdarza się opublikować „fakt autentyczny”. Czasami coś wydarzy się w „okresie czasu”, a

istotne wydarzenie „trwa nadal”. Do języka komunikatów finansowych giełdowych spółek wszedł na stałe „dzień dzisiejszy”, często powielany potem – zwykle przez korzystanie z „kopiuj” i „wklej” - w pisanych na ich podstawie depearach i artykułach prasowych. „Każdy powinien zwracać uwagę na poprawność językową czy błędy ortograficzne. Natomiast szczególnie narażone na krytykę są takie zawody, jak dziennikarze, osoby pracujące w marketingu i PR czy mediach” – przypomina Monika Golly, konsultant firmy rekruterskiej Randstad Finance. Problem ten zauważyli internauci, a wielu z nich stoi na straży poprawności językowej mediów. Wyłapujący błędy, niezręczności i pomyłki dziennikarzy fanpage „Cała Polska Czyta Dziennikarzom” ma już ponad 42 tysiące fanów, a „Nagłówki Nie Do Ogarnięcia” („wydobywamy nieogarnialne nagłówki z dziennikarskich materiałów”) - ponad 80 tysięcy.

Wziąć byka za rogi

Z komentarzy zamieszczonych na fanpage'u „Poprawna Polszczyzna” wynika, że internautów wyjątkowo irytuje niepoprawny zapis czasownika „wziąć”. Choć - jak zauważa Mirosław Bańko - błąd spotykany jest głównie w mowie, to jednak z badań IMM wynika, że także w internecie spotkać można dwa błędne sposoby zapisu tego słowa. „Wziąć” pisane niepoprawnie („wziąć” oraz „wziąć”) pojawiło się w przypadku ponad 6 procent zbadanych publikacji. „Wziąć jest etymologicznie nieuzasadnione” - podkreśla Bańko. „Wziąć pochodzi od prasłowiańskiego *wzěti*, mającego kontynuanty w różnych językach słowiańskich i odmienia się inaczej niż czasowniki na -ść, np. iść – ideć, wieść – wiedzieć, kraść – kradnąć, ale wziąć – wezmę, a nie wezdę ani wezdnę. Nade wszystko jednak *wziąć* ma ciągle opinię formy niepoprawnej” - podkreśla językoznawca. Często wskazywany w komentarzach internautów błąd w słowie „włączać” również pojawia się częściej w mowie niż w piśmie, stąd jego niewielki udział w ogólnej sumie materiałów z niepoprawnym zapisem.

TOP10 TEMATÓW PUBLIKACJI Z NAJWIEKSZĄ LICZBĄ BŁĘDÓW



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów, dane z monitoringu internetu z okresu 1.01-15.05.2014.

KOMPAS
social media

I M M

Czy to, o czym piszemy, ma wpływ na poprawność językową i poziom troski o polszczyznę? Jak wynika z badań IMM, najwięcej błędów pochodzi z publikacji ogólnoinformacyjnych - czyli na przykład z publicznych wpisów na facebookowych osiach czasu. Na drugim miejscu są serwisy i miejsca w sieci poświęcone modzie (tam najczęściej „ubieramy” jakąś część garderoby, co przez słowniki uznawane jest

za błąd). Fora, na których rozmawiamy o finansach i wynikach giełdowych, roją się od przeformalizowanego „okres czasu” i „dnia dzisiejszego”. W dyskusjach sportowych zdarza się natomiast, że drużyna „spada w dół” tabeli, regaty odbywają się na „akwenach wodnych”, a kondycja olimpijczyków „poprawia się na lepsze”.

Błędy językowe: nie jedyne, nie najważniejsze

Rozwój komunikacji elektronicznej odcisnął swoje piętno także na polszczyźnie. Wszystkim zdarza się popełniać błędy w mowie i piśmie, lecz w erze rozkwitu mediów społecznościowych ich skutki są łatwo zauważalne, a konsekwencje mogą być dotkliwe. Internetowe „dyktando” tym różni się od tego ze szkolnej ławy, że jego wyniki zobaczyć mogą wszyscy internauci, a nie tylko mniej lub bardziej pobłażliwe oko nauczyciela. I nie chodzi tutaj jedynie o popełnienie gafy czy językowego faux pas, przez co w najgorszym przypadku narazimy się na śmieszność i kpiny internautów, a w najlepszym - nauczymy się na własnych błędach. Dla potencjalnego pracodawcy widok rażących pomyłek w publicznych wypowiedziach kandydata może pozostawić niezatarte negatywne pierwsze wrażenie, a nawet - w przypadku wielu zawodów - być dyskwalifikujący. „Pracodawcy często sprawdzają profile kandydatów, którzy są zaangażowani w procesy rekrutacyjne” – przypomina Monika Golly z Randstad Finance w rozmowie z IMM. Jak informuje specjalistka, najczęściej oglądane przez pracodawców są portale społecznościowe: Facebook czy GoldenLine. „Dlatego też warto, aby kandydaci pamiętali, aby na tego typu stronach unikać używania wulgaryzmów, zamieszczania zdjęć zbyt eksponujących życie prywatne, przekraczające granice dobrego smaku” – podkreśla Golly. Błędy językowe mogą znaleźć się również w CV. Warto jest zwrócić uwagę czy są one napisane poprawnie, bez błędów ortograficznych. „Jeżeli w CV znajduje się mnóstwo błędów ortograficznych, stylistycznych, w oczach pracodawców wypadamy jako osoby chaotyczne, niezorganizowane czy niechlujne. Jeżeli nie jesteśmy pewni gramatyki warto dać do przeczytania CV innej osobie, która zwróci nam na ten aspekt uwagę” – przypomina Monika Golly. Rzetelność serwisu internetowego bądź bloga również łatwo podkopać, jeżeli autor nagminnie popełnia poważne błędy stylistyczne lub ortograficzne. To tylko kilka z wielu powodów, dla których warto dbać o poprawność swoich internetowych wypowiedzi. Zwłaszcza, że zasięg mediów społecznościowych nieustannie rośnie: komunikat wysłany do sieci dociera do coraz większej rzeszy odbiorców i zwykle zostaje w internecie już na zawsze.

Jak Mirosław Bańko ocenia rolę nowych mediów w kształtowaniu współczesnej polszczyzny? Czy uzasadnione jest przekonanie, że w mediach społecznościowych możemy pozwolić sobie na „większą swobodę” w użyciu języka? „Anonimowość rozmówców w internecie sprzyja wypowiedziom impulsywnym. *Większa swoboda* nie powinna oznaczać przyzwolenia na więcej wulgaryzmów, inwektyw i insynuacji” - ocenia Mirosław Bańko. „W uzasadnionych wypadkach powinny interweniować instytucje państwowe, prawo jednak jest niedoskonałe. Na przykład prokuratura ściga jakiegoś internautę za głupie żarty z prezydenta, a nie wszczyna żadnych działań, gdy pewien polityk w kampanii wyborczej głosi tezę o niższej inteligencji kobiet i przekonuje do odebrania im praw wyborczych. Od hasła społecznego wykluczenia zaczynały się rzeczy straszne. Wracając do języka: nie izolujmy błędów językowych z kontekstu społecznego. One nie są jedyne ani najważniejsze”.

Mirostław Bańko o badaniu:



Mirostław Bańko (fot. Tadeusz Parcej): językoznawca i leksykograf. Od 1983 r. w Uniwersytecie Warszawskim, obecnie jako profesor UW. W latach 1991–2010 pracownik Wydawnictwa Naukowego PWN, najpierw - kierownik redakcji słowników języka polskiego, później - redaktor naczelny słowników języka polskiego.

„Raport tyleż mówi o błędach językowych, co o internautach, których te błędy rażą. W czołówce znalazły się pleonazmy i fakt ten nie dziwi, ponieważ jesteśmy skłonni upatrywać ich nawet tam, gdzie ich nie ma, por. *kartka papieru*. Niektóre pleonazmy można uznać za wyznacznik stylu urzędowego, np. *dzień dzisiejszy*, inne wynikają z chęci podkreślenia czegoś, por. *fakt autentyczny* (wcale nie pleonazm, jeśli zestawić go z tzw. *faktem medialnym*). Nie pochwalam *poprawiania na lepsze* (lepiej zmieniać na lepsze albo po prostu poprawiać) ani *cofania się do tyłu*. Z krytyką pleonazmów nie należy przesadzać: są różne, nie każdy przykład powtórzenia treści jest naganny.

Inne błędy zauważone przez internautów są też zróżnicowane: *na pewno jest na pewno* niezgodne z ortografią, ale w *każdym bądź razie* ma prawo bytu w języku potocznym, *ubrać sukienkę* to w Małopolsce element polszczyzny kulturalnej, a *mniejsza połowa* to po prostu związek frazeologiczny, nie gorszy od innych, których nie odczytujemy dosłownie (uważni autorzy zapewne jednak wybiorą *mniejszą część*).

W badaniu ujawnił się pewien stereotyp w postrzeganiu tego, co jest błędem językowym, a co nie: konstrukcje nielogiczne oraz uchybienia w zakresie pisowni i odmiany wyrazów rażą bardziej niż formułowanie zarzutów bez pokrycia, wyszydzenie, obrażanie i zastraszanie (zjawiska nierzadkie w internecie). Ciekawe, że odstępstwa od norm współżycia społecznego, często naruszające też porządek prawny, nie spotykają się z równą dezaprobatą. Na przykład prowadzenie samochodu *po jednym piwku*, jazda setką po terenie zabudowanym, parkowanie w mieście na trawniku albo tak, że na chodniku nie ma miejsca dla pieszych.”

Autor badania: Łukasz Jadaś, Instytut Monitorowania Mediów

Raport wykonano na podstawie analizy ponad 125 tysięcy materiałów z polskojęzycznej części internetu wraz z ogólnodostępnymi wpisami w mediach społecznościowych dostarczonych przez Instytut Monitorowania Mediów. Zbadano publikacje internetowe, w których pojawiły się wybrane błędy językowe. Listę błędów do analizy opracował autor raportu na podstawie sugestii internautów - fanów na fanpage'ach Poprawnej Polszczyzny (fb.com/polszczyzna) oraz Instytutu Monitorowania Mediów (fb.com/immonitoring). Pod uwagę brane były materiały opublikowane od 1 stycznia do 15 maja 2014 r.

O IMM:

[Instytut Monitorowania Mediów](#) to lider branży monitoringu mediów w Polsce. Od ponad dekady dostarcza kompleksową usługę badania wizerunku w prasie, radiu, telewizji oraz w internecie i w mediach społecznościowych. Analizy i raporty IMM pomagają w planowaniu, prowadzeniu oraz w ocenie efektów komunikacji PR i marketingowej a narzędzia do monitoringu IMM zapewniają stały i bieżący dostęp do opinii pojawiających się w mediach na temat np. marki lub instytucji.

W zakresie stałego monitoringu prowadzonego przez Instytut znajduje się ponad 1000 tytułów prasowych, ponad 100 stacji RTV oraz polskie zasoby internetu wraz z social media – ponad 200 tysięcy domen objętych monitoringiem w systemie 24/7 dzięki autorskim rozwiązaniom technologicznym.

Od 2010 roku IMM monitoruje media społecznościowe i prowadzi badania Kompas Social Media oraz oferuje możliwość zamówienia monitoringu mediów z krajów Europy Środkowo-Wschodniej (CEE).

IMM należy do prestiżowej międzynarodowej organizacji FIBEP - Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse oraz do Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, dla którego jednym z głównych zadań jest edukacja rynku w zakresie metod wykorzystania badań Internetu.