

Bogusław Bogusz

Profilowanie wartościujące pojęcia SNOBIZMU w programie telewizyjnym „Europa Da się Lubić”

1. Żartobliwe rozważania na temat snobizmu w programie rozrywkowym z cyklu „Europa Da się Lubić” (odcinek *Modne snobizmy* z 31 stycznia 2004 roku w drugim programie TVP) poprzedza wyjaśnienie prowadzącej program Moniki Richardson, zaczerpnięte ze słownika języka polskiego, która zwraca się do arbitra i gościa specjalnego programu – Bogusława Kaczyńskiego:

M.R.: [...] panie Bogusławie, o snobizmie, o snobizmach dziś mowa, więc postanowiłam na początku wyjaśnić, coż to takiego snob... Słownik języka polskiego mówi: „snob to człowiek bezkrytycznie naśladowujący sposób bycia, gusty, poglądy przyjęte w określonej grupie społecznej, która mu imponuje, popisujący się swymi rzekomymi wiadomościami, zainteresowaniami w jakiejś dziedzinie”...

Pojęcie snobizmu w *Uniwersalnym słowniku języka polskiego* (USJP) definiowane jest najszerzej poprzez różne formy rzeczownikowe (*snob, snobka, snobizm, snobizowanie się*), formacje przymiotnikowe (*snobistyczny*), przysłówkowe (*snobistycznie*), derywaty (odzapożyczeniowe) czasownikowe: *snobować się (snob), snobizować się (snobizm)* (USJP III 1289). Interesujący nas wyraz *snobizm*, z fr. *snobisme*, określany jest kwalifikatorem książk.[owe] i objaśniany jako ‘sposób zachowania się, cechy właściwe snobowi, postawa charakteryzująca snoba’. Przedstawiony on został w następujących użyciach: Atmosfera snobizmu. Snobizm arystokracji. Bywać gdzieś, uczyć się czegoś przez snobizm, ze snobizmu. Tępić, zwalczać w sobie snobizm. Definicja ta jednak odsyła do pojęcia *snob*, z ang.: a) ‘człowiek bezkrytycznie naśladowujący sposób bycia, gusty, poglądy itp. przyjęte w określonej grupie społecznej, która mu imponuje, do której chciałby należeć’; b) ‘człowiek popisujący się swymi (zwykle powierzchownymi) wiadomościami w jakiejś modnej dziedzinie’ (USJP III 1284); wymienia się tu także żeńską formę: *snobka*, formacje przymiotnikowe: *snobistyczny* (książk.) ‘właściwy snobom, nacechowany snobizmem, złożony ze

snobów': „Snobistyczne upodobania. Snobistyczna publiczność na wernisaż” (USJP III 1285). Do wspomnianych już leksemów dodać należy jeszcze przysłówek *snobistycznie* (książk.), utworzony od przymiotnika *snobistyczny*, np. „podziwiać, chwalić coś snobistycznie”; „snobistycznie dostosować się do mody” (USJP III 1289), oraz termin *snobować się* (*snob*) (książk.) ‘zajmować się, interesować się czymś przez snobizm, zachowywać się jak snob. Snobować się na nowoczesną muzykę, snobować się przyjaźnią z kimś. Snobować się na oryginalność, na swojskość. Snobowanie się na artystę, na światowca. Snobowanie się na europejskość’ (USJP III 1289); formacja *snobizować się* (*snobizm* [?]) (książk.) *snobować się*, ndk., rzeczownik odsłowny: *snobizowanie się* (USJP III 1289).

Wcześniej *Słownik języka polskiego* pod redakcją Mieczysława Szymczaka wymienia zapożyczenia leksykalne: *snob*, *snobizm*, fr. *snobisme*, derywaty odzapozyczeniowe *snobka* (*snob*), *snobować się* (*snob*), formacje przymiotnikowe *snobistyczny* (*snobizm*, *snob* [?]) i przysłówkową *snobistycznie* (*snobistyczny*) (SJPSzym III 268).

W aspekcie wartościowania negatywnego profiluje pojęcia związane ze snobizmem *Inny słownik języka polskiego* (ISJP). *Snobizm*: ‘to zachowania, upodobania, zainteresowania powodowane wyłącznie modą i chęcią naśladowania jakiejś grupy społecznej. Słowo zwykle używane z dezaprobatą, „snobizm literacki”... „snobizm na malarstwo kubistyczne”... „Nie daj się nabrać na pozory, tęp w sobie wszelkie snobizmy”... (ISJP II 629).

Słownik wyrazów obcych podaje znaczenie słowa *snob* (ang.) w postaci: ‘człowiek bezkrytycznie naśladowujący sposób bycia, gusty, poglądy itp. ludzi należących do określonej grupy społecznej, która mu imponuje, do której chciałby należeć; człowiek popisujący się swymi zwykle rzekomymi lub powierzchownymi wiadomościami, zainteresowaniami w modnej dziedzinie’ (SWO 788).

Interesujące (ambiwalentne) aspekty znaczenia tego pojęcia wartościującego wymienia *Nowa encyklopedia powszechna PWN*: *snobizm* (ang.): ‘kierowanie się w postępowaniu nie własnym zdaniem, lecz tym, jak to postępowanie byłoby ocenione przez grupę, której przypisuje się najwyższy prestiż, samemu do niej nie należąc; bezmyślne podzielenie i naśladowanie stylu życia, poglądów, gustów, zainteresowań itp. jednostek i grup, które uważa się za lepsze od siebie i grupy własnej; pospieszne i bezkrytyczne przejmowanie wzorów pochodzących z modnych w danej chwili ośrodków kultury; jakkolwiek snobizm jest oceniany na ogół negatywnie, zwraca się też uwagę na jego pozytywną rolę, która polega m.in. na przyspieszaniu dyfuzji wzorów kultury, rozbudzaniu nowych zainteresowań’ (NEPWN V 912).

2. Zawarte w tytule niniejszego artykułu kognitywne pojęcie *profilowania* dotyczy procesu, którego efektem jest *profil*. Profilowanie jest „subiektywną (tj. mającą swój podmiot) operacją językowo-pojęciową, polegającą na swoistym kształtowaniu obrazu przedmiotu poprzez ujęcie go w określonych aspektach (podkategoriach, fa-setach), takich jak np. pochodzenie, cechy, wygląd, funkcje, zdarzenia, przeżycia itp., w ramach pewnego typu wiedzy i zgodnie z wymogami określonego punktu widzenia”. Tworzenie profilu jest uwikłane w mechanizmy organizowania *sceny*: czy to na poziomie jednostkowego aktu, czy też na poziomie społecznej konwencji, natomiast

różne profile nie są różnymi znaczeniami, są raczej sposobami organizacji treści semantycznej wewnątrz znaczeń. „Tworzone są na zasadzie derywacji wychodzącej od bazowego zespołu cech semantycznych w obrębie znaczenia – otwartego zespołu cech” (Bartmiński, Niebrzegowska 1998: 217). Sam natomiast profil przedmiotu to „taka właściwość utrwalonego wyobrażenia (stereotypu), która polega z jednej strony na swoistym doborze i ustrukturuwaniu aspektów, w jakich ujmowany jest przedmiot, z drugiej zaś – zależy od typu odnoszących się do tych aspektów konkretnych charakterystyk jakościowych” (Bartmiński, Niebrzegowska 1998: 220). Obydwa aspekty należą do bazy poznawczej i kulturowej języka i przyjętego przez podmiot mówiący punktu widzenia, rodzaju wiedzy o świecie, typu racjonalności, systemu wzorów i wartości (Bartmiński 1993a).

3. Interesujące wydaje się spojrzenie na problematykę profilowania pojęć przez pryzmat konwencji gatunkowej wypowiedzi, w naszym wypadku wypowiedzi uczestników programu rozrywkowego telewizyjnego o cechach kabaretu i popularnego *talk-show*, por. lakoniczną definicję potoczną (cząstkową) snobizmu w sekwencji wprowadzenia (powitania i prezentacji) gościa specjalnego, który pełni rolę eksperta i arbitra:

M.R.: [...] dobry wieczór państwu... dzisiaj w programie „Europa Da się Lubić” mówić będziemy o europejskich snobizmach, czyli co się nosi, gdzie się bywa, a czego robić już po prostu nie wypada, bo to jest *passé* i *démodé*... a oto nasz gość specjalny... pan Bogusław Kaczyński...

Lakoniczna, potoczna informacja Moniki Richardson na temat europejskich snobizmów nosi cechy definicji cząstkowej: „snobizm, czyli co się nosi, gdzie się bywa, a czego robić już po prostu nie wypada”, z zastosowaniem serii form nieosobowych (*nosi się, bywa się, nie wypada*) i lakonicznego uzasadnienia, zawierającego cytaty z języka francuskiego (*passé* ‘przebrzmiały, miniony’ i *démodé* ‘niemodny’). Przypomnijmy opisowe definicje przywołanych czasowników z *Innego słownika języka polskiego* pod redakcją Mirosława Bańki:

Jeśli nosimy się w jakiś sposób, to zwykle mamy na sobie ubranie tego typu: „Nosila się nad wyraz modnie i wyzywająco” (ISJP I 1043).

Jeśli jakaś osoba, rzecz, sytuacja itp. bywa gdzieś lub kiedyś, to czasem znajduje się lub zdarza się w tym miejscu lub czasie (ISJP I 146); por. *bywać* w zn. 1.: ‘być często obecnym, znajdować się często w jakimś miejscu, przebywać, obracać się gdzieś; brać w czymś udział; znajdować się w czymś’: „Bywać na koncertach, na zebraniach, w teatrze”, 2. ‘odwiedzać kogoś’, ‘mieć, utrzymywać ożywione kontakty towarzyskie’: „Bywać u przyjaciół, u znajomych” (SJPSzym I 227).

Jeśli w danej sytuacji *wypada* coś zrobić, to należy to zrobić, gdyż wydaje się to słuszne lub nie lepszego zrobić nie można [...]. Słowa *wypada* używamy z czasownikami wyrażającymi opinię, jeśli uważamy, że jej wyrażenie byłoby wskazane w danym miejscu i czasie (ISJP II 1125): por. *wypada* (pl. nieosobowe) w znaczeniu modalnym i wartościującym: 1. ‘należy, trzeba, godzi się, jest słuszne, konieczne, wskazane’ [...] 2. ‘należy do dobrego tonu, jest stosowne, przystoi’... „Za podarunek *wypada* podziękować” (SJPSzym III 827).

Definicja cząstkowa charakteryzuje znaczenia jakiegoś słowa tylko częściowo, poprzez sformułowanie warunku pozwalającego w odniesieniu do niektórych tylko przedmiotów rozstrzygnąć, czy odpowiadają one definiowanemu słowu czy nie. Definicje cząstkowe przydatne są przy określaniu terminów nieposiadających treści charakterystycznej.

Definicje cząstkowe mogą formułować: (a) warunek, którego spełnienie przez jakiś przedmiot oznacza, że jest on desygnatem danej nazwy N. Jeśli X ma własność W, to X jest desygnatem nazwy N (por. „snobizm ~ czyli co się nosi, gdzie się bywa, co wypada, a co nie wypada”; SzAST 95).

4. Z większości przytoczonych powyżej definicji słownikowych wyłania się obraz o negatywnym nacechowaniu semantycznym wyrazu *snobizm* oraz jego derywatów.

Użycie tytułowego pojęcia w analizowanym programie rozrywkowym *Modne snobizmy* zdaje się potwierdzać taki rozkład akcentów ewaluatywnych, choć zestawienie z wyrazem *modne* wprowadza konotacje dodatnie. W niektórych wypadkach omawiane pojęcie *snobizmu* zyskuje taki właśnie wymiar – synonimiczny niemal do pojęcia *moda*: 1. ‘sposób ubierania się, czesania, makijażu itp., popularny w jakimś okresie’ [...] 2. ‘szczególna popularność czegoś lub kogoś w jakimś okresie lub miejscu (ISJP I 882).

Pojawiająca się definicja pogawędki i żartobliwej dyskusji, prowadzonej przez gości zaproszonych do studia, składa się z szeregu ujęć konceptualizacji werbalnych i wizualnych *snoba* widzianego oczami reprezentantów poszczególnych krajów. Prowadząca program proponuje formułę pytania „po czym poznać snoba?”:

M.R.: [...] słuchajcie, o snobach, o snobizmie porozmawiajmy w waszych krajach, po pierwsze... po czym poznać snoba?

Paolo Cozza [P.C.]: [...] we Włoszech snob klasyczny pozna go zawsze po [tym, że jest] opalony, pachnący, garnitura [po garniturze], bardzo dużo uwagi [zwraca] na detale... pas, buty mają być korkodyłowe [*sic!*], ewentualnie pytoniowe... koszula zamykana na spinki, spinki firmowe. i bardzo ważne, że ten znak firmowy ma widać [raczej: powinien być widoczny]: W – jak Valentino, T – jak Tursaldi, M – jak miłość... [tu aluzja do filmu, w którym gra Steffen]...

I.F.: [informacja foniczna – brawa publiczności]

P.C.: ... ponieważ później musisz pokazywać, że ty jesteś całkowicie firmowany... skarpetki, majtki i nawet wtedy, gdy masz ściągniętą marynarkę, ten ruch jest bardzo wolny, żeby metka trzysta szesdziesiąt stopni, że każdy ma prawo zobaczyć, zauważyć, jaki ty jesteś, ale na sto procent poznasz snob, kiedy on się śmieje. bo on się śmieje na o oooooo, natomiast trendy na h hhhhh, a normalnie na ha ha ha, i od razu widać...

I.W.: [informacja wizualna: odpowiednia komiczna mimika i gestykulacja]

M.R.: [...] jak poznać snoba w Portugalii, Sonia?

Sonia de Fonseca [S.F.]: [...] oczywiście też przez ubrania yy... wszystko musi być markowe tak jak z Włoch, ale więcej jak to. to jest yy... imię, jak ktoś chce być snob z Por-

tugalii, musi być jakieś słoneczko, słodkie imię [imie] tak jak Babapita albo Lili... jak ja bym chciała być snob, musiałabym skrócić całe moje imię [imie] i nazwisko, musiałoby być tylko Sisi. ee... później musze mówić... zawsze mówią na trzeciej osobie [używając trzeciej osoby] i mówią przez nos, no to: „o kochanie, nie mogę wyglądać tak dzisiaj, nie przejmuj się” [śmiech zebranej w studiu publiczności]...

... później snob jest drobiazg, na przykład teraz jest moda z Portugalia jest lista oszekiwania [sic!] na jedo [sic!]... krem, ten krem nazywa się krem glamer. to jest krem morza i bardzo, ale Monika zobacz. bardzo do zmarszczki. zobacz...

Barbara Dudzik [B.D.]: [...] w Wielkiej Brytanii to jest tak... chodzimy do markowych fryzjerów, tak jak Nicky Clarke [wymowa: niki klołk], markowe ubrania Chanel [wymowa: szanel], Gucci [wymowa: guczy], kobieta... nie, że się chwale, ale ma [z] limitowanej serii torebek, przyglądaj się Paolo, przyglądaj...

... prawdziwa, prawdziwa i to jest tak, nasze dzieci wysyłamy do elitarnych szkół prywatnych, płatnych tak jak Eton [wymowa: iten], potem nasze dzieci chodzą do Oxford albo Cambridge Uniwersytet, rozmawiamy w *Queen's English* [wymowa: kłynz inglisz], królewski angielski, w trzeciej osobie powiemy tam się nie bywa, uprawiamy sporty tak jak polo z księciem Charlesem [wymowa: czarlsem]...

Toni Hyryläinen [T.H.]: ...ōj, w Finlandii bardzo łatwo byś snobem, wystarczy ubrać ortalionówkę i gumowce [śmiech]... żeby, żeby być naprawdę trendi, jak pojedziecie, to zobaczycie, że wszyscy są tam trendi, bo chodzą w ortalionówkach i gumowcach...

Steffen Moeller [S.M.]: [...] o snobach y... w Niemczech to yy... są dwa, są dwie stolice snobizmu w Niemczech, to jest Hamburg i Monachium... Berlin odpada... tam według klasycznego snoba mieszkają proletariusze. yy... a tam w Hamburgu yy... są takie piękne duże wille nad rzeką Alster [alster], tam jest główna ulica, gdzie się szpanuje, nazywa się Jungfernstieg [wymowa: jungfensztik]... tam rano chodzą kobiety w sukience, sukienkach Chanel [szanel], z pudelkiem, na śniadanie yy... troszke inaczej jest w Monachium... tam mieszkają gwiazdy tenisu... [sic!] nasz Boris Becker [beker] mieszka tam z różnymi dziewczynami... nie wiem, z którą obecnie, nieważne [śmiech]... i właśnie jest jeszcze drugi rodzaj snobu, snoba, który właśnie celowo mieszka w Berlinie, bo to jest trendi... bo tam właśnie trzeba mieszkać [...]

Profil A pojęcia *snob* wartościuje negatywnie określone osoby lub cechy przez ogół społeczeństwa. Składa się na taką conceptualizację: rodzaj ubioru (obnoszenie się poprzez ostentacyjne eksponowanie markowego odzienia), sposób zachowania (teatralne gesty, wyreżyserowany (u)śmiech, sposób wysławiania się – np. *Queen's English*), specyficzne imiona, odpowiednie miejsce zamieszkania, hobby, wykształcenie zdobywane w określonych typach placówek.

Owo imponowanie [szpanowanie], kopiowanie schematów postępowania poprzez rzekomą zażyłość ze znaną osobą ze świata show-bussinesu odsłania wypowiedź innej uczestniczki programu – Barbary Dudzik:

B.D.: [...] oderwałam się z zakup [sic!] z Wiktoria Beckham, żeby być z wami dzisiaj, cześć Monika...

Takie ujęcie, w konwencji żartu (Buttler 2001: 68–95), zakłada wymieniony wcześniej słownikowy element definicji, a mianowicie: ‘bezmyślne naśladownictwo pewnej grupy społecznej, z którą nadawca chce się utożsamiać i być z nią kojarzonym’.

Inny przykład odnosi się do specyficznego rodzaju konceptualizacji snoba niejako przez pryzmat dowcipu o podłożu politycznym (Szczerbowski 1994: 17). Zastosowanie kontrastowego zestawienia z innymi znanymi postaciami z życia publicznego odsłania w ujęciu satyrycznym powierzchowność i cechy osobowe snoba:

S.M.: [...] w Niemczech yy... nie przesadzam, jeżeli mówię [sic!], że mniej więcej, że od roku rozmawia się ciągle o tym samym człowieku i to robią intelektualiści i robotnicy budowlani. yy... jeszcze pięć lat temu on był zniechęconym człowiekiem, tylko jeden procent Niemców go lubiło, a teraz napisał autobiografię w dwóch częściach, stała się wielkim bestsellerem i on jeszcze parę tygodni temu został wybrany do mężczyzna w Niemczech roku dwa tysiące trzecim, były członek od Modern Talking [wymowa: moderntokin]... jest już nawet dowcip o nim. to znaczy o naszym kanclerzu. bo nasz kanclerz Gerhard Schroeder [wymowa: gerhart szrede] niedawno chciał jechać do Austrii, ale zapomniał o paszporcie i yy... przy granicy mówi ten celnik do niego: „Proszę pokazać paszport”. „Proszę pana, ale zapomniałem, ale pan mnie chyba zna, jestem kanclerzem Niemiec”. „Nie – mówi ten celnik – nie znam pana... wie pan co... trzy dni temu był tu taki człowiek, że się nazywa Franz Beckenbauer [wymowa: franc bekenbata], to ja mówię: «proszę, na to może kasku [Kazku, Kazek zdrob. od Kazimierz?] udowodnij mi to», no to ten pan wziął piłkę i odbijał 100 razy i ja rzeczywiście widziałem Franz Bekckenbauer i wpuściłem go... jeszcze przedwczoraj był inny człowiek, mówi, że nazywa się Dieter Bohlen [wymowa: diter bołn], a ja mówię: «przepraszam, nie znam takiego pana, ale może pan to jakoś udowodnić?» «Ja od Modern Talking: ‘You are my heart, you are my love’» [wymowa: ju ar maj hart. ju ar maj low], no i wpuściłem”. „No dobrze – mówi kanclerz – ale co ja mogę teraz zrobić dla pana, przecież ja nic nie umiem, o!” „Teraz pana rozpoznałem, proszę bardzo”...

Zainteresuje nas tu profilowanie zachowań snobistycznych przez pryzmat gatunku potocznej wypowiedzi określanej jako *kawał* (wic) czy *żart* słowny.

Warto tu wymienić eksplikację *kawału*: „mówię: chcę, żebyś sobie wyobrażał, że zdarzyło się X; sądzę, że rozumiesz, że nie mówię, że się to zdarzyło; mówię to, bo chcę, żebyś się śmiał; sądzę, że rozumiesz, że ludzie mówią to jedni drugim, żeby się śmiali” (Wierzbicka 1983: 133).

5. Profil B pojęcia *snobizm* wartościuje pozytywnie ze względu na korzyści wychowawcze (np. dobre maniery, umiłowanie rzeczy pięknych, poczucie estetyki), jakie może nieść ze sobą. Taki punkt widzenia przyjmują gość – ekspert programu Bogusław Kaczyński. sam uważany kiedyś przez propagandę PRL-u za snoba, oraz prowadząca program Monika Richardson. Zasadniczym przekonaniem jest tu pogląd, że *snobizm* może być pozytywny (snobizm jako źródło postępu siła napędowa pozytywnych zachowań), co wyrażają wypowiedzi o cechach definicji perswazyjnej. Określa ona znaczenie słowa w sposób, który ma doprowadzić do zmiany wartościowania emocjonalnego odbiorcy bądź wobec słowa definiowanego (definiendum), bądź wobec określenia, za pomocą którego zostało ono zdefiniowane (definiensa).

W definicji takiej użycie słów nacechowanych emocjonalnie i wskazanie na rzekomą równość zakresów definiendum i definiensa prowadzić ma do przeniesienia dodatnich lub ujemnych skojarzeń na słowa dotąd neutralne, albo też – przeciwnie – wytłumić ładunek emocjonalny zawarty aktualnie w jakichś słowach (STSZA 98). Zwrócić należałoby także uwagę na pojęcie definicji metaforycznej (przez porównanie) i definicji retorycznej w kontekście sugerującym, że używa się wyrażenia metaforycznego do wyjaśnienia znaczenia jakiegoś słowa – w rzeczy samej „wyjaśnianie” w definicji retorycznej ma na celu przede wszystkim dostarczenie wsparcia tezom prowadzonej argumentacji (STSZA 99) – definicja perswazyjna:

M.R.: [...] no niestety, podsumowując tu nasze rozmowy o snobizmie, bo powiedzieliśmy wiele dobrych słów, wiele złych słów na ten temat, ja bym sobie na przykład życzyła, żeby istniał taki wzór snoba, który zna języki obce, wiele podróżuje, poszerza swoje horyzonty, który jest człowiekiem światowym, który przyjaźni się z niebanalnymi ludźmi... czy wy uważacie, że snobizm może być zjawisko pozytywne [*sic!*], czy jest to zjawisko negatywne?

Bogusław Kaczyński [B.K.]: Ja myślę, że to jest bardzo skomplikowana sprawa, choć nawet nie bardzo skomplikowana, jak można by myśleć, mianowicie z tym snobizmem... to jest tak jak z cholesterolem, wszyscy mówimy: to fatalny ten snobizm, fatalnie cholesterol wysoki, ktoś ma fatalnie, ale okazuje się, że jest dobry cholesterol...

M.R.: Hmm...

B.K.: ... i czym więcej tego cholesterolu, tym lepiej dla pacjenta, a więc snobizm – no niekoniecznie coś wspaniałego, koniecznego do naśladowania, ale dobry snobizm, czyli ten wysoki cholesterol – im więcej, tym lepiej, bo to jest maszyna, to jest pociąg, który ciągnie nas wszystkich do przodu, aby w należyty sposób wykorzystać to, co daruje nam w prezencie snobizm...

Zakłada to nieco inne pojęcie snobizmu niż powszechnie przyjmowane przez ogół społeczeństwa. Uwidacznia się tu próba wpłynięcia na odbiorców programu poprzez lansowanie odmiennego modelu snobizmu, by postrzegać snobizm nie tylko jako zjawisko negatywne, ale także stymulujące społeczeństwo w zakresie przemian obyczajowo-kulturowych. Zasadnym wydaje się więc pytanie, czy tak rozumiany snobizm mieści się jeszcze w zakresie pierwotnej definicji tego słowa, czy też staje się terminem wykraczającym poza nią. Czy moda jest zjawiskiem odnoszącym się jedynie do zmienności wzorów obowiązujących w określonym przedziale czasowym, czy też jest związana z bezkrytycznym naśladownictwem, chęcią identyfikowania się z pewną grupą osób, która imponuje osobie naśladowującej ją. Pierwszy przypadek wydaje się dotyczyć wyłącznie zjawiska mody, drugi natomiast, mimo powierzchownego związku z tym pojęciem, motywowany jest innymi pobudkami, które wartościowane są przez społeczeństwo negatywnie (por. Żeromski 2003). W takiej sytuacji łączenie obydwu pojęć w wyrażeniu *modne snobizmy* zacierać może granice pomiędzy nimi, przyczyniając się w świadomości odbiorcy tegoż frazeologizmu do raczej pejoratywnego niż dodatniego postrzegania go. Potrzeba odrębności, wyróżniania się, a nie unifikacji leży u podstaw rozumienia snobizmu przez reprezentującego Italię Paola Cozzę:

P.C.: [...] nie, nie, ja nie robie takich kompromisów, bo trzeba być mięsem albo być ryba, czyli dla mnie jest pozytywne, jest pozytywne, bo znob [sic!...] bo nikt nie zabije inaczej taka nuda: wszyscy to samo się ubierają, ja teraz ubieram się tak, za rok tak samo, nie trzeba zmienić wszystko, trzeba zmienić fryzurę, nie można zawsze do osoba mówić na twarz [por. prosto w twarz (bez ogródek)], trzeba robić plotki...

Mimo usterek i defektów związanych ze słabym opanowaniem języka polskiego, a także przejawów interferencji językowej, dostrzec można w wypowiedzi Paola niektóre cechy definicji perswazyjnej i retorycznej, określających znaczenia słowa w sposób, który ma doprowadzić do zmiany nastawienia emocjonalnego odbiorcy i do przemiany negatywnych skojarzeń związanych z pojęciem *snobizmu* na słowo dotąd neutralne lub pozytywne. Zawarte w definicji „wyjaśnienie” ma na celu przede wszystkim dostarczenie wsparcia tezom prowadzonej argumentacji (STSzA 98–99).

Objaśnienia skrótów

- ISJP – *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, t. I–II, Warszawa 2000.
 NEPWN – *Nowa encyklopedia powszechna PWN*, t. 1–6, red. B. Petrozolin-Skowrońska, Warszawa 1997–1998.
 SJPSzym – *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. I–III, Warszawa 1983–1985.
 SWO – *Słownik wyrazów obcych*, Warszawa 1971, wyd. XXVII: 1993.
 SzAST – K. Szymanek, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa 2004.
 USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. I–IV, Warszawa.

Bibliografia

- Bartmiński J., 1993a, *O profilowaniu pojęć w słowniku entoligwistycznym*, [w:] *Philologia slavica. K 70-letiju akademika N.I. Tolstogo*, Moskwa, s. 12–19; przedruk [w:] *Profilowanie pojęć. Wybór prac*, zestawił J. Bartmiński, Lublin, s. 7–17.
 Bartmiński J., 1993b, *O profilowaniu i profilach raz jeszcze*, [w:] *O definicjach i definiowaniu*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin, s. 269–275.
 Bartmiński J., Niebrzegowska S., 1998, *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin.
 Buttler D., 2001, *Polski dowcip językowy*, Warszawa.
 Piekot T., 2004, *Prywatny i publiczny punkt widzenia w dyskursie wiadomości dziennikarskich*, [w:] *Punkt widzenia w tekście i w dyskursie*, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, R. Nycz, Lublin.
 Szczerbowski T., 1994, *O grach językowych w tekstach polskiego i rosyjskiego kabaretu lat osiemdziesiątych*, Kraków.
 Wierzbicka A., 1983, *Geny mowy*, [w:] *Tekst i zdanie*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław.
 Żeromski S., 2003, *Snobizm i postęp oraz inne utwory publicystyczne*, Kraków.

Valuing Profiling of the Notion of SNOBBERY in a Television Programme "Europa Da się Lubić/We Can Like Europe"

Abstract

The first part of the paper refers to definitions of *snobbery* and cognate words (*snob*, *snobbish*, *snobbishly*, *to do sth out of sheer snobbery*) that can be found in modern dictionaries of the Polish language (*Słownik języka polskiego* ed. by M. Szymczak, *Uniwersalny słownik języka polskiego* ed. by S. Dubisz, *Inny słownik języka polskiego* ed. by M. Bańko, *Słownik wyrazów obcych* published by Polish Scientific Publishers).

In the latter part of the paper the author explains the notion of profiling and then he analyzes utterances of participants of the television programme, which allows to look at the problems of profiling through a genre convention of utterances.

Both quoted utterances and the analysis of them lead to distinguishing A profile of the notion *snob* that value negatively – in agreement with definitions in dictionaries – and B profile that value positively and thus exceed primary definitions.