

ANNA WILECZEK

<https://orcid.org/0000-0002-9851-6114>

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Julki, alternatywki, zodiakary. Stereotypy kobiet w *młodomowie*¹

Streszczenie

Artykuł dotyczy analizy współczesnych przykładów stereotypizacji (młodych) kobiet za pomocą nominacji o charakterze etykietalnym. Nowe etykiety (typu: *bedoesiara, julka, karyna, konserwatywka, madka*) są efektem ekspresywnych i waloryzujących uproszczeń poznawczych. Dominuje w nich element afektywny i humorystyczny, bowiem bazują one na określonych, emocjonalnych reakcjach na kontakt z tzw. jednostkami „typowymi” (por. *typowa julka, typowa rzepiara, typowa madka*). Wskazywane neologizmy, etykietując określone grupy osób, powielają i utrwalają w opinii społecznej negatywne i – zwykle – deprecjonujące sądy, przyczyniając się do powstawania stereotypów.

Słowa kluczowe: stereotyp, stereotyp kobiety, młodomowa, etykietowanie, etykiety

¹ Publikacja przygotowana/dofinansowana ze środków budżetu państwa w ramach programu „Społeczna odpowiedzialność nauki” Ministra Edukacji i Nauki. Jest wynikiem udziału w projekcie „Ośrodek Badań Historii Kobiet – kontynuacja”.

JULKI, ALTERNATYWKI, ZODIAKARY. STEREOTYPES OF WOMEN IN YOUTH SPEAK

Abstract

The article analyzes contemporary examples of stereotyping of (young) women with the help of label nominations. The indicated neologisms, labeling particular groups of people, duplicate and consolidate in the social opinion negative and – usually – deprecating judgments, contributing to the formation of stereotypes. The new labels (such as *be-doesiara*, *julka*, *karyna*, *konserwatywka*, and *madka*) result from expressive and valorizing cognitive simplifications. An emotional and humorous element dominate them because they are based on specific, emotional reactions to contact with the so-called typical units (cf. typical *julka*, typical *rzepiara*, typical *madka*). These neologisms, by labelling given groups of people, reproduce and reinforce in social opinion negative and, usually, biased judgments, which results in new stereotypes.

Keywords: stereotype, stereotype of a woman, young speak, labeling, labels

Wstęp

Współczesna potoczność językowa o młodzieżowej proweniencji szczególną uwagą darzy młode kobiety, których określenia, nawiązujące wprost do popkulturowego „tu i teraz”, bywają niezrozumiałe dla dorosłych użytkowników języka. Niekiedy tego typu neologizmy i neosemantyzmy, generowane w nieoficjalnym dyskursie internetowym, niosą za sobą cały wachlarz waloryzujących, zwykle negatywnych, konotacji, składających się na stereotypowe wizerunki kobiet. Przedmiotem opisu w niniejszym tekście będą więc struktury (ujęcia werbalne) o charakterze nominacyjnym, które ujawniają komponent ekspresywny w stosunku do opisywanych nimi osób jako podmiotów społecznej interakcji.

Wstępny ogląd materiału językowego oraz tekstowego w zakresie realizowanego – głównie lub pierwotnie w sieci – dyskursu na temat sposobów nazywania młodych kobiet ujawnia mechanizmy *stereotypizacji* – tworzenia schematów podzielanych społecznie, które opierają się na określonych, emocjonalnych reakcjach na kontakt z jednostkami stereotypowymi². Ważnym parametrem jest

² Miles Hewstone, Neil Macrae i Charles Stangor, *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie*, tłum. Agnieszka Nowak, (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Pedagogiczne, 1999), 40.

w nich m.in. etykietowanie, czyli nadawanie i powielanie specyficznej nazwy. Stanowi ona sygnał semantyczny dla całej kategorii osób, które są odbierane przez pryzmat określonych schematów poznawczych i emocjonalnych³. Towarzyszące powielanej etykiecie sądy ujawniane w konstrukcjach semantycznych i gramatycznych, w metaforach, frazeologizmach czy wreszcie tekstach strukturyzują stereotyp. Ten jawi się więc jako swoisty „konstrukt lingwomentalny”⁴, w którego tworzenie zaangażowane są podzielane społecznie sądy, przekonania czy reprezentacje będące efektem określonego sposobu percepcji oraz ich realizacje językowe.

Przyjmując powyższe rozumienie stereotypu i uwzględniając znany z lingwistyki kognitywnej schemat, w jaki dane poznawcze wchodzi do języka (tj. percepcja – konceptualizacja – werbalizacja), uprawniony metodologicznie wydaje się sposób badań, zastosowany w niniejszym opracowaniu, oparty na przyjmowaniu zbioru danych językowo-tekstowych jako reprezentacji określonej wizji świata, w tym wypadku obrazu współczesnych młodych kobiet. Celem badań opisanych w niniejszym tekście jest rekonstrukcja określonego wycinka obrazu świata, a pytania badawcze w związku z tym są następujące: W jaki sposób „młoda” polszczyzna nazywa kobiety, jakie mechanizmy konceptualizacji (szczególnie stereotypizacji) z tym się wiążą oraz jakie zjawiska społeczno-kulturowe na to wpływają? Pozyskany do analizy jakościowej (tematycznej) materiał językowy stanowi zasób leksykalno-semantyczny niezwykle popularnego współcześnie stylu komunikacyjnego młodego pokolenia, zwanego także *młodomową*, *slangiem młodzieżowym*, *najmłodszą polszczyzną* czy *mówieniem po młodzieżowemu*⁵. Dzięki możliwości wykorzystania bazy danych Młodzieżowego Słowa Roku (MRS)⁶, korpusu Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży UJK (OJKM), a także internetowego (społecznościowego) i aktualizowanego na bieżąco Słownika slangu. Miejski.pl zarówno dane językowe (wyrazy

³ Irena Reszke, „Niektóre kontrowersje wokół teorii stereotypów grup społecznych”, *Kultura i Społeczeństwo*, nr 3, 1995, 83.

⁴ Wojciech Chlebda, „Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania”, w: Janusz Anusiewicz i Jerzy Bartmiński (red.), *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne*, (Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, 1998), 32.

⁵ Anna Wileczek, *Kod młodości. Młodomowa w kontekstach społeczno-kulturowych*, (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017), 68.

⁶ Bazy danych zostały mi udostępnione przez Wydawnictwo Naukowe PWN, za co składam serdeczne podziękowanie.

i frazeologizmy), jak i tekstowe (definicje tworzone przez zgłaszających, w tym wypadku naturalnych użytkowników tej odmiany języka) umożliwiają ekscerpcję struktur o dużym zasięgu społecznym⁷. Warto dodać, że *młodomowa* współcześnie przekroczyła granice młodzieżowej odmiany środowiskowej czy „alternatywnego” sposobu komunikacji adolescentów w kierunku stylu komunikacyjnego opartego na ekspozycji takich wartości jak ekspresja, emotywność, antynormatywność, humor czy wolność nieskrępowanej kreacji. W takim sensie ta odmiana języka staje się rezerwuarem werbalno-ikonicznych efektów interakcji ludzi młodych lub za takich chcących uchodzić (zgrupowanie słownictwa, struktur frazeologicznych, emoji, memów itp.), który oprócz więzi fatycznej daje społeczności komunikacyjnej perspektywę wspólnej bazy aksjologicznej. Dominacja komponentu informującego o emocjonalnym stanie nadawcy⁸, a także dyspozycje do kodowania komizmu w określonym typie powodują, że *młodomowa* odwołuje się do ponowoczesnej kultury popularnej, opartej na kulcie ekstremalności, prymacie emocji i indywidualizmu, natychmiastowości doznań, karnawalizacji rzeczywistości w myśl hasła „co śmieszne – to dobre”. Tak określona konwencja slangowości niejako zwalnia użytkowników języka z podstawowej dyspozycji komunikacyjno-etycznej charakterystycznej dla języka oficjalnego: „zawsze myśl o partnerze komunikacji” na rzecz uchodzącej za bardziej autentyczną i spontaniczną: „powiedz, co czujesz”.

Pomiędzy samicą a zderzakiem

Wskazane wyżej parametry opisywanej odmiany języka powodują, że interesujące mnie w tym wypadku nominacje kobiet odnoszą się do sądów jako podzielanych społecznie dyspozycji ujmowania świata w matrycę aksjologiczną opartą na skrajnych wartościach, np. ładne – brzydkie, mądre – głupie, autentyczne/prawdziwe – sztuczne/fałszywe. Dowodem takiej polaryzacji w *młodomowie* jest niewielka liczba nominacji o charakterze neutralnym. Te występują jako wyrazy specjalne, np.: *dzierlatka*, *dziwojoja*, *dziunia* lub feminyatywne odpowiedniki nazw męskich, np. *facetka*, *sami-*

⁷ W ramach Młodzieżowego Słowa Roku w okresie kolejnych pięciu lat odnotowano ponad 200 tys. zgłoszeń, słownik Miejski.pl zawiera 29 902 definicje, Obserwatorium Języka i Kultury notuje 672 przykłady.

⁸ Stanisław Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, (Lublin: UMCS, 2003).

ca, *typiara*, *ziomalka* ‘dziewczyna/kobieta/koleżanka’. Tymczasem znacznie częściej produkowane są nazwy-etykiety będące efektem natychmiastowej i waloryzującej percepcji. W polszczyźnie młodzieżowej atrybuowane są bowiem:

1. fizyczna atrakcyjność lub jej brak, np. *bambi*, *foka/foczka*, *lacha*, *niunia*, *donia*, *maniura*, *sztuka/sztunia*, *szmulla*, *niezła sucz*, *d*pa/d*peczka*, *niezła d*pa z twarzy* ‘piękna kobieta’ oraz: *bazył*, *babiszon*, *betoniara/bicz/bicza*, *bober/decha/ABC* ‘kobieta o małym biuście’, *fryta*, *granat*, *kabanos*, *naleśnior*, *pasztet*, *parówa*, *raszpla* ‘brzydka kobieta’;
2. mądrość i głupota, np. *gościówa*, *przemózg* lub *barbi*, *kre-da*, *trzeci jajnik zamiast mózgu*, *piżmak*, *pustak*, *tępa dzi-da*, *zderzak* ‘pusta, niemądra lub interesowna kobieta’;
3. autentyczność – sztuczność, np. *hotówa* ‘atrakcyjna dziewczyna’ oraz *alternatywka*, *blachara*, *ciecica* ‘kobieta w średnim wieku stylizująca się na młodszą lub inną, niż jest w rzeczywistości’, *jesieniara* ‘egzaltowana miłośniczka jesieni’, *plastik* ‘kobieta o wyzywającym makijażu’;
4. moralność – amoralność, np. *kraszuwa/kraszówa* ‘dziewczyna, którą się podziwia’ lub *cwelebrytka*, *smartfiara*, *tinderówa*, *szmata* ‘kobieta poszukująca rozgłosu lub amoralna’⁹.

Z przedstawionego wyimkowo wyżej repertuaru slangowych określeń kobiet wynika, że większą frekwencję mają tu wyrażenia stygmatyzujące i dehumanizujące kobietę, a język wpisuje się w takie potoczne postrzeganie, które służy uproszczonej i dezawuuującej interpretacji. Co ciekawe, etykietyzacja kobiet, będąca zwykle odbiciem maskulinistycznych trendów społecznych, dokonuje się nie tylko w kontekście wpływów współczesnej *manosfery*¹⁰, ale bywa także efektem ironicznego (np. *Co za lampucera i beztalencie?; To prawdziwa blachara ze wsi! Nie zachowuj się jak „madka”!* lub żar-

⁹ Za: „Miejski słownik slangu i mowy potocznej”. Miejski.pl - Miejski słownik slangu i mowy potocznej, <https://www.miejski.pl/> [dostęp: 5.07.2022].

¹⁰ Termin *manosfera* określa „prawicowy obieg internetowy skupiający mizoginiczne subkultury, takie jak obrońcy praw mężczyzn (MRA), artyści podrywu (PUA), Mężczyźni, Ktorzy Poszli Własną Drogą (MGTOW) czy incele. Panuje tu przekonanie, że feminizm niszczy cywilizację zachodnią, a tożsamość uczestników określa głębokie poczucie krzywdy oraz pragnienie zmiany” (Agnieszka Graff, „Manosfera, czyli bunt upokorzonych samców”, *Czas Kultury*, nr 1, 2019, 15.

tobliwego (*Co robisz teraz, pasztecie? Niezła z ciebie sucz! Czekam na ciebie, bicz, na dole*) skracania dystansu między samymi kobietami. W tym drugim wypadku nazwy slangowe, podkreślając zażyłość między partnerkami komunikacji, tracą walor pejoratywny, ale zachowują element emocjonalny i ekspresywny¹¹. W pierwszym zaś uwidacznia się zjawisko krytykowania i szykanowania kobiet przez kobiety, co ujmowane jest w nośne w social mediach hasło „kobieta kobiecie wilkiem”. Na tym tle warto przyrzeć się względnie nowym strukturom językowym, których popularność w języku potocznym młodego pokolenia uprawnia do rekonstrukcji współczesnych mechanizmów stereotypizacji kobiet.

Pick Me Girl

Wyrażenie wywodzi się z języka angielskiego, gdzie oznacza dziewczynę „wybierz mnie”. Jest to jeden z „modnych” wizerunków młodych kobiet, które można zrekonstruować na podstawie materiałów wideo zamieszczanych w aplikacji społecznościowej Tik Tok (<https://www.tiktok.com/pl-PL/>). Wśród wariantów słownych, odnoszących się do typów kobiet, znalazły się także popularne tiktokowe zrosty, m.in. *fangirl*, *fungirl*, *gimgirl*, *gamergirl*, *hotgirl*. Występują zwykle ze znakiem # (hashtag), co umożliwia tagowanie, a tym samym lepsze wyszukiwanie w przeglądarkach internetowych określonych treści. Niemniej jednak wyrażenie *pick me girl* konotuje cechy najbardziej komentowane przez społeczność internetową.

Zestawienie *pick me girl/pick me* ‘dziewczyna wybierz mnie’ określa kobietę stylizującą się na dziecinną, nieporadną i niedojrzałą, wymagającą pomocy ze strony płci przeciwnej. Materiały wideo ukazują wówczas dziewczyny, które w sposób ostentacyjny zwracają na siebie uwagę mężczyzn, podkreślając swoją wyjątkowość i zachęcając do zainteresowania się właśnie nimi. Dotyczy to zarówno wyglądu (niemal dziecięca, niby-naturalna stylizacja), jak i sposobu mówienia (wysoki ton, zdrobnienia, nadużywanie zaimka „ja”), czy niewerbalnej nadekspresji (nadmiar gestów), gdyż „pick

¹¹ Małgorzata Karwatowska i Joanna Spyra, „Dowcip i wulgarność – cechy rozmów uczniowskich prowadzonych za pośrednictwem SMS-ów”, w: Małgorzata Kita (red.), *Dialog a nowe media. Druga Internetowa Konferencja Naukowa*, (Katowice: Uniwersytet Śląski, 2003), 1–11.

me girl mówi całą sobą: jestem słodka, dziewczęca, wyjątkowa”¹². Stereotyp kobiety „wybierz mnie” upowszechnił się jednak nie przez ekspozycję oryginalnych postaw, ale przez zjawisko *sharingu* (dzielenia się wybranymi fragmentami filmów), a także parodii wskazanych cech i zachowań w mediach społecznościowych. Powstające w ten sposób wizualne hiperteksty, utrzymane zwykle w gatunku karykatury, wskazują na kilka istotnych obszarów tworzącego się stereotypu. Należą do nich:

1. nieetyczne zachowania w stosunku do innych kobiet przez m.in. podważanie ich kobiecości, aby wypaść lepiej w oczach mężczyzny (np. „Widzisz ją? Jest cała na różowo! Jak można chodzić w takim kolorze?”);
2. wykorzystanie *slut-shamingu* – zawstydzanie przez nawiązanie do seksualności (np. „Jaka krótka spódniczka. Ja bym nie chciała, żeby ktoś widział mój tyłek”);
3. stosowanie *fat-shamingu* – zawstydzanie przez nawiązanie do nadwagi (np. „Jestem mała i słodka. Jestem taka malutka. Nawet w szpilkach będę od Ciebie mniejsza”; „Ale grubaska!”);
4. ekspozycję odmienności – potrzebę wyróżniania się (np. „Nie jestem taka jak inne dziewczęta”);
5. traktowanie innych kobiet jako konkurencji przez umniejszanie ich wartości (np. „Ona na Ciebie nie zasługuje”);
6. elementy mizoginizmu: „Dziewczyny są najgorsze”; „Kobiety to boją się ubrudzić. Jakby to miało je zabić”; „Dziewczyny są takie nudneeee. Karol, pomóż”;
7. przesadne zwracanie na siebie uwagi i podkreślanie swojej wyjątkowości (np. „Boże! Nie mieli mojego rozmiaru i musiałam wziąć większy. Wyglądam, jakbym miała worek na sobie”) (pis. oryg.)¹³.

Zaprezentowane wyżej przykłady ilustrują trend w potocznym języku i współczesnej przestrzeni społeczno-kulturowej, który nie tylko nawiązuje do braku solidarności między kobietami i jest

¹² „Pick me girl - co to znaczy? O co chodzi w nowym trendzie na TikToku?”, Radio ESKA: Hity na czasie! - ESKA.pl, <https://www.eska.pl/news/pick-me-girl-co-to-znaczy-o-co-chodzi-w-nowym-trendzie-na-tiktoku-aa-EtEw-C62Z-BkEK.html> [dostęp: 7.07.2022].

¹³ Cytaty za: „Pick me girl - Co to znaczy? - Kto to jest? Jak się zachowuje i dlaczego? Wiemy wszystko!”, Moc odwagi, <https://www.mocodwagi.pl/psychologia/pick-me-girl/> [dostęp: 5.07.2022].

nowym wcieleniem przytoczonego wyżej hasła: „kobieta kobiecie wilkiem”, ale także stanowi efekt reakcji na nowe nurty feministyczne, prezentujące wzorce kobiety nowoczesnej, silnej i niezależnej od mężczyzny.

Alternatywka – przedrzeźnianie inności

Kolejny wizerunek wprowadza etykieta *alternatywki*. Słowo to zostało Młodzieżowym Słowem Roku 2019. Jest przykładem żartobliwej interpretacji dążenia kobiet do eksponowania własnej „inności”. Wśród opisów definicyjnych, nadesłanych w ramach plebiscytu, dominują albo te neutralne, albo ironicznie żartobliwe i prześmiewcze. I tak można przeczytać, że *alternatywka* jest to: „(1) dziewczyna charakteryzująca się alternatywnym sposobem ubierania i kolorowymi włosami; (2) typ dziewczyny od niedawna wyśmiewany przez internautów. Kojarzony z osobami płci żeńskiej rozpoznawanymi po kolorowych włosach, piercingu i tatuażach, słuchaniu takich wykonawców jak Lil Peep czy Billie Eilish oraz atencyjnej depresji; (3) osoba próbująca na siłę zaznaczyć swoją indywidualność; (4) paradoks dziewczyny chcącej odbiegać od reszty, kończący się tym, że wszystkie alternatywki wyglądają tak samo” (pis. oryg.; baza danych MSR 2019).

Wskazane wyżej przykłady ilustrują także swoistą ewolucję, jaką nazwa ta przechodzi od znaczenia neutralnego do nacechowanego negatywnie. Towarzyszy temu nie tylko odbieranie prawa do oryginalności, ale przede wszystkim szydercze negowanie autentyczności takiej postawy. W pierwszym wypadku dowodem są licznie powstające neologizmy słowotwórcze z sufiksem *-ywka* (np. *centratywka*, *ekotywka*, *konserwatywka*, *lewatywka*, *pozytywka*, *negatywka*, *protestantywka*, *matematywka*¹⁴), które ową alternatywność ironicznie „uszczegóławiają”, w drugim zaś – memy i stroiny internetowe, wyśmiewające opisywaną subkulturę, np. *Beka z alternatywek*¹⁵. Dziś – jak wskazują przykłady z korpusu OJiKM – alternatywka jest nie tylko kojarzona z odmiennym wyglądem,

¹⁴ „Galeria z -tywkami”, KWEJK.pl, <https://kwejk.pl/przegladaaj/3460317/0/galeria-z-tywkami.html> [dostęp: 7.07.2022].

¹⁵ „Beka z alternatywek”, Facebook, <https://www.facebook.com/Beka-z-alternatywek-614458735721293> [dostęp: 6.07.2022]; „Alternatywki”, Facebook, <https://www.facebook.com/Alternatywki> [dostęp: 6.07.2022].

zainteresowaniami czy sposobem bycia, ale także z wojującą feministką lub mizoanryczką¹⁶.

-ary i kobiece fascynacje

Wśród nowych, ale dobrze rozpoznawalnych społecznie trendów językowych warto wskazać na produkcję rzeczowników żeńskich z sufiksem *-ara*. Do niedawna takie formacje rzeczownikowe stosowane do nazywania kobiet miały charakter wybitnie pejoratywny. Częstka ta odczuwana jako augmentatywna (zgrubiająca) (por. *kopara* – *koparka*; *suszara* – *suszarka*), w dodatku określająca rzeczowniki nieżywotne reifikowała kobiety w ramach wizerunków stereotypowych, np. *blachara* – ‘interesowna kobieta’ (zob. „kobieta, dla której wartość danego mężczyzny jest wprost proporcjonalna do wartości posiadanego przezeń pojazdu mechanicznego”¹⁷) czy *zmywara* ‘gospodyni domowa’ (zob. „sfrustrowani mężczyźni tak nazywają kobiety, które mają własne zdanie i nie wahają się go wyrazić”¹⁸). Element negatywnej ekspresji jest odczuwalny także w formacjach takich jak: *patusiara* ‘kobieta o patologicznych zachowaniach’, *mopsiara* ‘kobieta bezrobotna, nadmiernie korzystająca z pomocy MOPS-u’, *lambadziara* ‘kobieta bez stałego partnera i rodziny, spędzająca życie na zabawie’.

Współcześnie tego typu nazwy o ekspresji mieszanej (pejoratywno-żartobliwej) służą głównie do zaznaczania kobiecych fascynacji zjawiskami, osobami, krajobrazami, miejscami, elementami natury itp., co jest zwykle „uwieczniane” na zdjęciach publikowanych w serwisach społecznościowych. I tak miłośniczką jesieni, ale też osobą o konserwatywnych poglądach jest *jesieniara*, z kolei *koniara*, *kociara*, *psiara* uwielbia zwierzęta, *święteczniara* – kocha nastrój świąt, a *rzepiara*, *balkoniara* czy *baseniara* zamieszcza zdjęcia, na którym za tło robi adekwatna przestrzeń. *Zodiakara* czy *jezusiara* skupia się na wierze, a *k-popiara*, *podsiadara*, *sanahiara*,

¹⁶ „Korpus”, Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży, <https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/> [dostęp: 6.07.2022].

¹⁷ „Blachara”, Miejski.pl – Miejski słownik slangu i mowy potocznej, <https://www.miejski.pl/slowo-Blachara> [dostęp: 6.07.2022].

¹⁸ Anna Dryjańska, „Czy wiesz, że jesteś zmywarą? Ja też nie wiedziałam. Ale świat idzie naprzód”, Wysokie Obcasy, <https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,100865,25905045,czy-wiesz-ze-jestes-zmywara-ja-tez-nie-wiedzialam-ale-swiat.html> [dostęp: 6.07.2022].

bedoesiara jest fanką określonego gatunku muzycznego lub wykonawcy. O ile wskazane określenia konotują nadmierną egzaltację kobiet, którą z łatwością można połączyć ze stereotypową emocjonalnością, to humor tych formacji skutecznie osłabia ładunek pejoratywnej ekspresji. Dodatkowo nadprodukcja opisywanych formacji (por także: *covidziara* ‘domatorka dobrze czująca się w lockdownie’, *kamieniara* ‘osoba, której pasją są kamienie i ich właściwości’, *kasztaniara* ‘osoba zafascynowana zbieraniem kasztanów’, *rośliniara* ‘miłośniczka roślin ozdobnych w domu’, *sheiniara* ‘dziewczyna ubierająca się w chińskim internetowym sklepie odzieżowym’, *szopeniara* ‘miłośniczka muzyki Chopina’ itd.) ma uzasadnienie pragmatyczne – służy potocznej „szybkiej” konceptualizacji wielu różnych pasji prezentowanych przez kobiety.

Julka. Eponimy i stereotypy

Zupełnie inny typ kreowania żeńskiego stereotypu wprowadza wyraz *julka*¹⁹. Ten popularny internetowy eponim wykorzystuje imię do pejoratywnej waloryzacji nastolatek, młodych kobiet, aktywistek, zabierających głos w mediach społecznościowych na tematy społeczne lub polityczne. Eponimy – wyrazy odimienne – stają się wówczas znakami semantycznymi, określając całą kategorię osób. Zawierają element oceny emotywniej, zazwyczaj negatywnej, interpretując według innego systemu aksjologicznego określone postawy, zachowania czy prawidłowości. Wykorzystanie nazw własnych i neologizmów odimiennych jako apelatywów do społecznej stereotypizacji jest dość częste w analizowanym stylu komunikacyjnym, o czym będzie mowa w dalszej części niniejszego tekstu. Teraz warto wskazać na rolę środowiskowej konceptualizacji w tworzeniu stereotypu.

Opisy znaczenia *julki* wśród zgłoszeń MSR 2020 zawierają duży ładunek negatywnej ekspresji przez nagromadzenie inwektyw, grubianizmów i określeń obraźliwych. Deprecjonowane są głównie:

1. młody wiek i płeć: „nierozgarnięta młoda dziewczyna”; „nastoletnia dziewczyna”; „rozpuszczona, bogata i prze-

¹⁹ Zapis od małej litery wskazuje na apelatywizację wskazanego znaku językowego, który powinien być zaliczany do kategorii *nomina propria* (nazwy własne). Nazwy własne w terminologii językoznawczej określone bywają także onimami, a proces ich przekształcenia w nazwy pospolite – deonimizacja.

- „mądrzała pannica”; „dziewczyna z Twittera”; „głupiutka dziewczyna”; „niedojrzała aktywistka”; „naiwna dziewczyna”; „tępa, głupia cizia”;
2. poglądy: „lewaczka, wyznawczyni LGBT, tępa dzida”; „lewicująca nastolatka udająca turboprogresywkę z otwartą głową”; „agresywna lewaczka”; „zagubiona w życiu baba, co nie umie w politykę”; „stereotypowa użytkowniczka Twittera mające poglądy lewicowe”; „młoda osoba o liberalnych i absurdalnych poglądach”;
 3. otwarte wyrażanie i obrona własnego zdania: „nastoletnia dziewczyna o radykalnych poglądach”; „często ma zdanie na temat rzeczy, o których nie ma pojęcia”; „mimo olbrzymiej ignorancji jest przeświadczona o swojej racji”; „roszczeniowa, oczekuje prostych rozwiązań na trudne problemy”; „mówi za dużo, a wie za mało”; „rozwydrzona osoba”;
 4. intelekt i zainteresowania: „osoba uważająca się za nowoczesną, nie rozumiejąca podstaw logiki, hipokrytka, osoba toksyczna o niesamowicie niskim ilorazie inteligencji”; „słucha muzyki typu k-pop dzieli się swoimi poglądami na platformie Twitter które nikogo nie interesują i jest niżej w społeczeństwie” (pis. oryg.).

W ramach omawianego stereotypu werbalizowane są szczególnie te jakości, które stanowią formę celowej dyskryminacji ze względu na płeć, nastoletniość, poglądy, sposób bycia czy pochodzenie społeczne, a nawet stan posiadania. Pomimo braku identyfikacji płci osób przesyłających definicje, ale rekonstruując kontekst kreowania omawianego stereotypu w przestrzeni internetowej przez nastolatków i młodych mężczyzn²⁰, można wnioskować, że w języku potocznym odbija się współczesne echo konfliktu płci jako społeczno-kulturowych interakcji, w których przybiera na sile zjawisko *mansplainingu*²¹.

²⁰ Podczas wyboru MSR 2020 młodzi mężczyźni (głównie o prawicowych poglądach) podejmowali w mediach społecznościowych zmasowane akcje wysyłania licznych zgłoszeń ze słowem *julka* w ramach hasła „Pomóż julkom utrzyć nosa”. Zob. „Kapituła plebiscytu dyskwalifikuje seksistowskie określenia. «Julka» nie będzie Młodzieżowym Słowem Roku 2020, Niestatystyczny.pl, <https://niestatystyczny.pl/2020/11/25/kapitula-plebiscytu-dyskwalifikuje-seksistowskie-okreslenia-julka-nie-bedzie-mlodziejowym-slowem-roku-2020/> [dostęp: 7.07.2022].

²¹ Termin *mansplaining* stworzyła Rebecca Solnit, która wskazała na tendencję do objaśniania czegoś, najczęściej kobiecie przez mężczyznę, w sposób, który umniejsza jej wartości

Wskazany sposób etykietowania i stereotypizacji przebiega podobnie jak przy innych popularnych apelatywach onimicznych, np. *grążyna/halyna*, *kryśka*, *karyna*, *dżesika*²². Konceptualizacja odbywa się bowiem według schematu: 'X to nie imię a stan umysłu'. Dobrym tego przykładem są pojawiające się w mediach społecznościowych prześmiewcze treści (memy lub komentarze), np. „Zdjęcia, które dowodzą, że Karyna to stan umysłu”; „Dżesika – to stan umysłu” (zob. Youtube.com; Demotywatory.pl; Wiocha.pl) lub abstrakcyjne derywaty typu: *grążynizm*, *karynizm* (zob. Twitter.com; Facebook.com; Akapedia.wiki.pl). W tym wypadku jednak stereotypizacja w większym stopniu dotyczy stygmatyzowania cech wyglądu, osobowości, stylu życia, postrzeganych jako szczególnie naganne w odbiorze społecznym. Są to m.in.:

1. wyzywający ubiór i brak naturalności („Kryśka – kobieta nadużywająca solarium ... lubuje się w podróbkach światowych marek, na włosach ma tleniony blond”);
2. pretensjonalność i brak ogłady („Grążyna/Halyna – Polka w średnim wieku niegrzesząca inteligencją. Uosobienie ... obciachu”);
3. wyrachowanie i egoizm („Karyna – pusta, zapatrzona w siebie, mało błyskotliwa dziewczyna, dla której priorytetem pozostaje pielęgnowanie swojego niekoniecznie wyszukanego i pretensjonalnego wizerunku opartego na chamskim, wyrachowanym zachowaniu i popisywaniu się posiadaniem markowych, krzykliwych ubrań i gadżetów”);
4. nieautentyczność i roszczeniowość („Dżesika – przedstawicielka młodego pokolenia, kopiująca wzory z internetu, mało inteligentna, przerysowana, roszczeniowa”) (pis. oryg.; cyt. za: Miejski.pl).

Do prześmiewczej strukturyzacji wizerunku kobiety wykorzystuje się także gry formą językową. Na przykład modyfikacja zapisu staje się zwykle sygnałem ironicznej waloryzacji (zob. *Halyna*, *Dżesika*). Podobny mechanizm można zaobserwować w wypadku neologizmów fonetycznych i graficznych, takim jak *madka* czy *POlka*. W tych przykładach zmiana formy wyrazu konotuje również

(Rebecca Solnit, *Mężczyźni objaśniają mi świat*, tłum. Anna Dzierzgowska, (Kraków: Karakter, 2017).

²² Zob. Iwona Burkacka, „Janusze, haliny, sebixy i karyny. Memy internetowe jako źródło nowych eponimów”. *Poradnik Językowy*, t. 773, nr 4, 2020, 21–34.

zmianę stereotypu – od poznawczego (neutralnego) prototypu *matki i Polki* do społecznego – modele roszczeniowych, krzykliwych i narcystycznych kobiet²³.

Zakończenie

Z analizowanego wyżej materiału językowego wynika, że młodomowa tworzy rejestr etykiet kobiet, które wpisują się zarówno we współczesną „walkę” płci, jak i w kontekst walki o wpływy społeczno-kulturowe według schematu: feminosfera – manosfera, liberalizm – konserwatyzm, alternatywność – przeciętność. Ironiczne, prześmiewcze, stygmatyzujące określenia są skutkiem pomniejszającego karykaturowania kobiet głównie w zakresie:

1. wyglądu zewnętrznego;
2. cech umysłu i osobowości;
3. systemu wartości (poglądów, zachowań);
4. sposobu funkcjonowania w przestrzeni społecznej (roli społecznej)
5. stosunku do kultury tradycyjnej.

Język utrwała proces stereotypizacji zachodzącej we współczesnej przestrzeni społeczno-kulturowej, czego dowodem są zapożyczenia właściwe, np.: *pick me girl* (stereotyp obyczajowo-kulturowy), neologizmy słowotwórcze z sufiksami: *-ywka*, *-ara* o waloryzacji żartobliwo-pejoratywnej (stereotyp cech psychicznych), deonimizacje jako sygnały „stanów umysłu” (stereotyp społeczny) oraz przekształcenia fonetyczno-graficzne jako znaki deformacji neutralnego (poznawczego) stereotypu kobiety w kierunku stereotypu ról związanych z płcią.

Na koniec warto zwrócić uwagę, że tendencja związana z ekspresywną deprecjacją tego, co żeńskie w slangu młodzieżowym przejawia się także w wykorzystaniu form feminitywnych do nominacji mężczyzn. Etykiety *jesieniara* czy *alternatywka* są używane w wypowiedziach skierowanych do mężczyzn dla dodatkowej ich dezawuacji. To osłabia bowiem znacznie ewokację jakości, które

²³ Więcej na ten temat w artykule: Anna Wileczek i Piotr Raczyński, „Madka i madkizm. O stereotypizacji w antymadkowych społecznościach internetowych”, *Prace Językoznawcze*, nr 21/1, 2021, 151–167.

składają się na obraz „prawdziwego mężczyzny”²⁴, swoistego *gigachada*²⁵. Młodzieżowa potoczność językowa, pomimo specyficznej konwencji humoru czy naddatku ekspresywnego, nie tylko powie-la, ale w znacznym stopniu także utrwała „kategorię” żeńskości ja-ko tego, co gorsze i mniej wartościowe.

Bibliografia

- Burkacka, Iwona. „Janusze, hałyny, sebixy i karyny. Memy internetowe jako źródło nowych eponimów”. *Poradnik Językowy*, t. 773, nr 4, 2020, 21–34.
- Chlebda, Wojciech. „Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania”, w: Janusz Anusiewicz i Jerzy Bartmiński (red.), *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne*, (Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, 1998), 31–41.
- Dryjańska, Anna. „Czy wiesz, że jesteś zmywara? Ja też nie wiedziałam. Ale świat idzie naprzód”, *Wysokie Obcasy*, <https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,100865,25905045,czy-wiesz-ze-jestes-zmywara-ja-tez-nie-wiedzialam-ale-swiat.html>
- Grabias, Stanisław. *Język w zachowaniach społecznych*, (Lublin: UMCS, 2003).
- Graff, Agnieszka, „Manosfera, czyli bunt upokorzonych samców”, *Czas Kultury*, nr 1, 2019, 15–20.
- Hewstone, Miles. Macrae, Neil. Stangor, Charles. *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie*, tłum. Agnieszka Nowak, (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Pedagogiczne, 1999).
- Karwatowska, Małgorzata. Spyra, Joanna. „Dowcip i wulgarność – cechy rozmów uczniowskich prowadzonych za pośrednictwem SMS-ów”, w: Małgorzata Kita (red.), *Dialog a nowe media. Druga Internetowa Konferencja Naukowa*, (Katowice: Uniwersytet Śląski, 2003), 1–11.

²⁴ Por. [Z wypowiedzi zawodnika MMM do przeciwnika i jego trenera:] „Jesteś na to gotowy? Szczur, gruby, mały, śmierdzący – mam nadzieję! Będziesz moja s*ko! Będziesz płakać, będziesz kwiczeć tak jak ta twoja trenerka tam krzyczy do kamery, tak Ty będziesz krzyczeć. Twoja trenerka będzie tam pod klatką „łalała Sejfy PL” (pis. oryg.), <https://mma.pl/okninski-na-linii-doszlo-do-mocnej-konfrontacji-z-bomba-to-jest-jednostrzalowiec-wideo/> [dostęp: 24.03.2023].

²⁵ *Gigachad* ‘osoba idealna, wzbudzająca podziw; ktoś bardzo dobry w jakiejś dziedzinie lub coś co jest świetne, doskonałe. Odnosi się do słowa *chad* – nierealistycznego ideału męskiego piękna.

- Reszke, Irena. „Niektóre kontrowersje wokół teorii stereotypów grup społecznych”, *Kultura i Społeczeństwo*, nr 3, 1995, 83–97.
- Solnit, Rebecca. *Mężczyźni objaśniają mi świat*, tłum. Anna Dzierzowska, (Kraków: Karakter, 2017).
- Wileczek, Anna. *Kod młodości. Młodmowa w kontekstach społeczno-kulturowych*, (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017).
- Wileczek, Anna. Raczyński, Piotr. „Madka i madkizm. O stereotypizacji w antymadkowych społecznościach internetowych”, *Prace Językoznawcze*, nr 21/1, 2021, 151–167.

Źródła internetowe

- „Alternatywki”, Facebook, <https://www.facebook.com/Alternatywki>.
- „Beka z alternatywek”, Facebook, <https://www.facebook.com/Beka-z-alternatywek-614458735721293>.
- „Blachara”, Miejski.pl – Miejski słownik slangu i mowy potocznej, <https://www.miejski.pl/slowo-Blachara>.
- „Galeria z -tywkami”. KWEJK.pl, <https://kwejk.pl/przegladaj/3460317/0/galeria-z-tywkami.html>.
- „Kapituła plebiscytu dyskwalifikuje seksistowskie określenia. «Julka» nie będzie Młodzieżowym Słowem Roku 2020”, *Niestatystyczny.pl*, <https://niestatystyczny.pl/2020/11/25/kapitula-plebiscytu-dyskwalifikuje-seksistowskie-okreslenia-julka-nie-bedzie-mlodziejowym-slowem-roku-2020/>. „Korpus”, *Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży*, <https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/>.
- „Miejski słownik slangu i mowy potocznej”, *Miejski.pl*, <https://www.miejski.pl/>.
- „Okniński na linii”, *MMA.pl*, <https://mma.pl/okninski-na-linii-doszlo-do-mocnej-konfrontacji-z-bomba-to-jest-jednostrzalowiec-video/>.
- „Pick me girl – Co to znaczy?”, *Mocodwagi.pl*, <https://www.mocodwagi.pl/psychologia/pick-me-girl/>.
- „Pick me girl - co to znaczy? O co chodzi w nowym trendzie na Tik-Toku?”, *Radio ESKA: Hity na czasie! – ESKA.pl*, <https://www.eska.pl/news/pick-me-girl-co-to-znaczy-o-co-chodzi-w-nowym-trendzie-na-tiktoku-aa-EtEw-C62Z-BkEK.html>.