

Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)

pod redakcją Katarzyny Burskiej i Bartłomieja Cieśli



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO



Kreatywność językowa

w komunikowaniu (się)

[Kup książkę](#)



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

[Kup książkę](#)

Kreatywność językowa

w komunikowaniu (się)

pod redakcją Katarzyny Burskiej i Bartłomieja Cieśli



WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU
ŁÓDZKIEGO

ŁÓDŹ 2014

[Kup książkę](#)

Katarzyna Burska – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Współczesnego Języka Polskiego, 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173
Bartłomiej Cieśla – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Współczesnego Języka Polskiego, 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENCI

*Edyta Paluszyńska, Elżbieta Umińska-Tytoń, Violetta Machnicka, Magdalena Steciąg
Magdalena Pietrzak*

REDAKTOR WYDAWNICTWA UŁ

Danuta Bąk

SKŁAD I ŁAMANIE

AGENT PR

PROJEKT OKŁADKI

czartart.com: Magdalena Muszyńska, Izabela Surdykowska-Jurek

Zdjęcie wykorzystane na okładce:

© CurvaBezier – Fotolia.com

Środki na publikację zostały pozyskane z dotacji na działalność kół naukowych
przysznanej przez Prorektora Uniwersytetu Łódzkiego ds. Nauki

© Copyright by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2014

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.06654.14.0.K

ISBN 978-83-7969-404-4 (wersja papierowa)
ISBN 978-83-7969-517-1 (wersja elektroniczna)

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. (42) 665 58 63, faks (42) 665 58 62

[Kup książkę](#)

Spis treści

Wstęp	7
-------------	---

Kreatywność genologiczna

Ewa Bulisz – Kreatywność genologiczna we współczesnej prasie dla kobiet na przykładzie analizy edytoriału prasowych	11
Bartłomiej Cieśla – Poziomy kreatywności genologicznej	27
Marta Gaweł – Kreatywność językowa w tutorialach internetowych	43
Katarzyna Smejda – Kreatywność genologiczna na przykładzie powieści A. Makowieckiego pt. <i>Ziemia nawrócona</i>	57

Kreatywność na gruncie literatury

Małgorzata Czubińska – Kreatywność językowa tłumacza w przekładzie na język polski hybrydowej dramaturgii Kanady frankofońskiej	69
Anna Karpińska – Nowa mowa w służbie sztuki. Analiza innowacji i językowych eksperymentów na gruncie literatury	83
Anna Mazela – Fotografia w metaforze – środki artystyczne inspirowane obrazem fotograficznym na przykładzie poezji polskiej	93
Anna Piliszewska – Neologizm jako anagogiczna komunikacja z zaświatem w poezji Bolesława Leśmiana	105
Przemysław Ślizak – Kreatywność tłumacza – zbrodnia czy konieczność? Rozważania na kanwie tłumaczenia na język polski tytułu opowiadania Christiany de Caldas Brito <i>Maroggia</i>	119
Beata Kiszka – O sposobach komunikowania (się) w <i>Balladynach</i> <i>i romansach</i> Ignacego Karłowicza	133
Julita Gamoń – Semantyka czerwieni w <i>Pożegnaniu jesieni</i> Stanisława Ignacego Witkiewicza	145

Teoretyczne rozważania o kreatywności i komunikacji

Monika Mazur-Bubak – „Komunikowanie się” kontra „komunikowanie”. O problemach komunikacji i ich wpływie na kształtowanie się tożsamości jednostki	161
Piotr Sękowski – Perswazja a argumentacja. Czy skuteczność argumentu idzie w parze z logiczną poprawnością?	175
Urszula Sz wajda – W stronę pełnego bilingwizmu. Zmieniający się interjęzyk, czyli progres rozwoju językowego przypadku szczegółowego	185

Ewelina Wałag – Polski Język Migowy językiem obcym?	201
Jakub Ochnio – Obraz jako powszechne narzędzie komunikacji – refleksje nad semiologicznym statusem fotografii	209

Kreatywność w socjolektach, grupach etnicznych i narodowych

Emilia Kałuzińska – Media a kreatywność językowa dzieci	223
Sylwia Zasada – Kreatywność czy naśladownictwo w języku dzieci w wieku przedszkolnym?	239
Anna Sus – Co ma wpływ na kreatywność językową uczniów gimnazjum w edukacji polonistycznej?	247
Paulina Mucha – Przejawy kreatywności leksykalnej w wypowiedziach licealistów z Lubelszczyzny	259
Beata Szałuba – Kreatywność leksykalna w socjolekcie taterników i alpinistów	273
Marika Jelińska – Kreatywność językowa Kaszubów na przykładzie uchwał podejmowanych przez Radę Języka Kaszubskiego	287
Amman Syetyerkhan – Obraz i różnicowanie języka mongolskiego na tle polszczyzny i polskości	297
Batkhisg Jugder – O sposobach wyrażania realiów mongolskich w języku polskim	309
Anna Ponikiewska – Kreatywność językowa a dyskredytacja. Na podstawie listów anonimowych przeciwko księżom z lat 60. XX wieku	319
Mateusz Król – Kreatywność w komunikacji queerowej na przykładzie polskiego aktywizmu społecznego	333
Zuzanna Kalicka-Karpowicz – Innowacje i neologizmy słowotwórcze jako problem poprawnościowy w pytaniach do internetowych poradni językowych	345

Sposoby rozwijania kreatywności

Joanna Antczak-Sokołowska – Wpływ terapii dyskursywnej na rozwój kreatywności językowej w komunikacji osób z autyzmem	362
Kamila Mrozek-Kochanek – Atrakcyjna klasyk@, czyli o wykorzystywaniu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych w nauczaniu języka łacińskiego i kultury antycznej	375
Małgorzata Lewandowska – Moda, kuchnia i piłka nożna: kreatywność i kultura w nauczaniu języków obcych	389

Wstęp

Problem kreatywności językowej nie został do tej pory wyczerpująco omówiony, niniejsza publikacja stwarza zatem okazję do przyjrzenia się różnym sposobom twórczego wykorzystania języka w literaturze, sztuce i edukacji. Młodzi adepci językoznawstwa, kulturoznawstwa, literaturoznawstwa, dziennikarstwa i filozofii dzielą się spostrzeżeniami na temat kreacyjnych możliwości tkwiących zarówno w samym języku, jak i jego użytkownikach.

Do dyskusji włączyli się studenci, doktoranci i młodzi doktorzy ze wszystkich najważniejszych krajowych ośrodków naukowych: Akademii Ignatianum w Krakowie, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Gdańskiego, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Łódzkiego, Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Uniwersytetu Śląskiego, Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Wrocławskiego.

Artykuły zebrane w tomie dotyczą atrakcyjnych zabiegów słownych i słowno-wizualnych wykorzystywanych we współczesnej komunikacji. Poruszone zostały zagadnienia kreatywności genologicznej, innowacji w przekładach i oryginalności słownej w rozmaitych odmianach polszczyzny. Analizy licznych przekazów służące systematyzacji i pogłębieniu wiedzy w szerokim obszarze wskazanych problemów uzupełnione są o teoretyczne rozważania nad komunikacją, kreatywnością językową i sposobami jej rozwijania.

Publikacja adresowana jest nie tylko do humanistów zajmujących się opisem komunikatów językowych, ale też do wszystkich osób, które chciałyby pracować nad własnymi umiejętnościami pisarskimi i rozwijać kompetencje językowe. Żywimy nadzieję, że zaprezentowane w monografii artykuły staną się inspiracją do dalszych badań nad rolą kreatywności językowej w komunikowaniu (się).

Książka ukazała się staraniem Koła Naukowego Językoznawców Uniwersytetu Łódzkiego.

*Katarzyna Burska
Bartłomiej Cieśla*

KREATYWNOŚĆ GENOLOGICZNA

[Kup książkę](#)

Ewa Bulisz

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Kreatywność genologiczna we współczesnej prasie dla kobiet na przykładzie analizy edytoriali prasowych

Współczesna prasa dla kobiet jest bardzo zróżnicowana – zarówno pod względem poznawczym, jak i stylistycznym. Badając te dwa aspekty, można wyróżnić następujące jej typy: prasę poradnikową, feministyczną, plotkarską (bulwarową), magazyny luksusowe oraz polskie wersje pism zagranicznych (tzw. kalki). Odmienność ich charakteru wynika poniekąd z profilowania innego wizerunku modelowej adresatki czasopisma oraz z możliwości percepcyjnych samych czytelniczek. Jak zauważa Zofia Sokół „prasa taka jest redagowana pod kątem zainteresowań kobiet w zależności od ich wieku, wykształcenia, zawodu, pochodzenia społecznego, środowiska życia i pracy, roli i miejsca w rodzinie i społeczeństwie” [Sokół 1998: 8]. Wymienione czynniki wpływają nie tylko na profil pisma, ale także na pragmatyczne, stylistyczne i strukturalne ukształtowanie tekstów prasowych. „W odniesieniu do gatunków wypowiedzi ‘kreatywność’ wiąże się przede wszystkim z modyfikacjami konwencji gatunkowych” [Wojtak 2009a: 165]. Szczególną kreatywnością genologiczną, czyli bogactwem realizacji różnych wariantów gatunkowego wzorca, wyróżnia się *edytorial* prasowy¹.

¹ Nazwa *edytorial* pojawiła się stosunkowo niedawno. Przed transformacją ustrojową gatunek ten nazywano wstępniakiem lub artykułem wstępnym. Piętno okresu PRL-u uwidocznione zostało w definicji Zbigniewa Bauera, w której wyjaśnia on, że *edytorial* to „komentarz redakcyjny, publikowany w eksponowanym miejscu gazety lub czasopisma. Redakcja (naczelnik redaktor lub wydawca) określa tu własną linię polityczną lub wyraża stanowisko jakiegś

Głównym przedmiotem analizy uczynię zatem *edytoriale* publikowane na łamach różnych czasopism kobiecych. Uwzględniam zatem: „Zadrę” reprezentującą prasę feministyczną, „Panią” – magazyny luksusowe, „Galę” – czasopisma sytuujące się na pograniczu prasy plotkarskiej i magazynów ekskluzywnych, „Cosmopolitan” – należący do przedruków, czyli tzw. kalk pism zagranicznych oraz „Dobre Rady” – najpopularniejszy miesięcznik w segmencie czasopism poradnikowych.

W niniejszym artykule korzystam z metodologii wypracowanej przez Marię Wojtak, gdyż metodologia ta umożliwia odtworzenie nie tylko wzorca kanonicznego gatunku, ale przede wszystkim jego wariantów alternacyjnych i adaptacyjnych – szczególnie istotnych z punktu widzenia zakładanych celów analizy. Kreatywność redaktorska ujawnia się bowiem najwyraźniej przy przekształceniach ilościowych i jakościowych wzorca kanonicznego oraz w adaptacji cech charakterystycznych dla obcych wzorców gatunkowych [Wojtak 2004a, 2008]. Inwencja twórcza redaktorów decyduje o czterech aspektach wzorca gatunkowego: strukturalnym, pragmatycznym, poznawczym i stylistycznym. Dopiero analiza wszystkich tych komponentów pokazuje, jak odmienne są *edytoriale* w różnych typach prasy kobiecej.

Zanim jednak przejdę do omówienia wzorców alternacyjnych i adaptacyjnych, warto uściślić, jakie cechy decydują o istnieniu wzorca kanonicznego omawianego gatunku. Wśród podstawowych wyznaczników *edytorialu* należy wymienić: stałe miejsce druku, nazwę gatunkową lub inny genologiczny indeks, np. *Od redakcji*², *Od redaktora naczelnego*, *Komentarz*, dane osobowe redaktora naczelnego, jego zdjęcie oraz autograf. Składają się one na strukturę tekstu (architektonikę, model kompozycyjny), którą

partii, ugrupowania (o ile pismo pełni funkcję organu prasowego takiej formacji). Często *edytorial* jest również rodzajem autokomentarza szefa pisma (lub redaktora wydania) do treści prezentowanych w artykułach, zachętą do ich lektury” [Bauer 2010: 270–271].

² Formuła charakterystyczna dla następujących tytułów: „Twój Styl”, „Pani”, „Wysokie Obcasy”, „Cosmopolitan”.

tworzą nagłówki (nazwa gatunkowa, tytuł, formuła wprowadzająca, ekspozycja), segment główny, czyli korpus oraz formuły finalne. W prasie kobiecej utarły się następujące zwroty otwierające wypowiedź, np. *Drogie Czytelniczki*, *Serdecznie polecam* oraz zamykające ją: np. *Zachęcam do lektury* [Zob.: Wojtak 2005: 113–122]. W czasopismach poradnikowych *edytorial* ulokowany jest wśród pozostałych gatunków anonsujących, czyli zapowiedzi i spisu treści. Taka praktyka realizowana jest m.in. w: „Dobrych Radach”, „Kobiecie i Życiu”, „Poradniku Domowym”, „Oliwii” czy „Przyjaciółce”. Natomiast w magazynach luksusowych poświęcona jest mu cała strona, przez co tekst zostaje wyeksponowany i uznany przez redakcję jako ważny. Takie usytuowanie *edytorialu* występuje m.in. w „Twoim Stylu”, „Pani” i w „Wysokich Obcasach”.

Aspekt poznawczy *edytorialu* uwarunkowany jest przez profil pism. Powiązany jest z pragmatycznymi uwikłaniami komunikatu, czyli obrazem nadawcy i odbiorcy oraz jego celem (potencjałem illokucyjnym). „Świat przedstawiony to rzeczywistość bliska określone mu kręgowi ludzi (czytelników pisma i redaktorów), rzeczywistość, którą oni się pasjonują” [Wojtak 2008: 101], inaczej mówiąc: „swoi mówią do swoich, entuzjaści komunikują się z entuzjastami” [Wojtak 2006: 116]. Zróżnicowanie form *edytorialu* sprawia, że nie sposób wymienić wszystkich wyznaczników stylistycznych. Realizacje tekstowe *edytorialu* pokazują, że jego styl jest zdeterminowany przez tematykę, do której się odnosi (językowy obraz świata, hierarchia wartości, przyjęty punkt widzenia) oraz przez cel komunikatu i jego model kompozycyjny³.

Maria Wojtak poddając analizie bogaty i urozmaicony materiał prasowy, wyróżniła następujące odmiany *edytoriali* publikowanych na łamach prasy specjalistycznej: w formie

³ Maria Wojtak wyróżniła 3 style charakterystyczne dla *edytoriali* publikowanych na łamach prasy specjalistycznej: styl „zajawkowy” (zapowiadający inne teksty), styl reklamowy (z typowymi dla reklamy sposobami komunikowania), styl recenzyjny (łączyjący powiadomienie o zawartości czasopisma z jego rekomendowaniem) [Wojtak 2008: 102].

komentarza autonomicznego, kontaminacji komentarza z odpowiedzią oraz w formie tekstu nawiązującego do konwencji recenzji publicystycznej [Wojtak 2008: 98]. Pierwszy z wymienionych wariantów jest charakterystyczny dla magazynów luksusowych, nazywanych także ekskluzywnymi. Oto stosowny przykład realizacji edytoriału w formie komentarza autonomicznego z miesięcznika „Pani”:

Warszawa, marzec 2014

CO JEST PRZYPADKIEM, A CO PRZEZNACZENIEM? I znowu odpowiedź na trudne pytanie? Na tym też polega trud życia codziennego. A więc tak: wszystko, co przypadkowe, wydaje się nam zazwyczaj mniej warte i jakby z samej definicji podważa sens tego, co ze sobą przynosi. Poza tym przychodzi łatwo i przy okazji. A z kolei przeznaczenie autonomicznie wyróżnia nas z tłumu, czyni z nas ludzi naznaczonych miłością, ale i cierpieniem. Może być darem, ale i karą. W swoim kajeciku, w którym od lat zapisuję różne sensacje, znalazłam także i autorstwa Anatole’a France’a: Przypadek jest być może pseudonimem Boga, ale tylko wtedy, kiedy on sam nie chce się podpisać. Ładne, prawda? A jak się bardziej zastanowić, to też bardzo życiowe. Ja sama nie lubię prorocत्व, wrózek i ich kabał. Kiedyś, jeszcze podczas studiów, w jednej z wrocławskich kawiarni o małej nazwie Hawana przysiadł się do naszego stolika nieznany mężczyzna. Niepytany, a tym bardziej nieproszony przez nikogo, zaczął przepowiadać nam przyszłość. Zapamiętałam własną i przyjaciółki. Do dziś zgadza się liczba mężów i dzieci. Był łaskawy, bo roztoczył przed nami wizję długiego życia. Czas pokaże. I mimo że był jakiś taki bez wyrazu, to wydaje mi się, że i dziś bez problemu potrafiłabym stworzyć jego portret pamięciowy. Tyle tylko, że nadal żyję w przeświadczeniu, że wszystko ma swój czas i miejsce. I jeśli tak „nauczymy się” myśleć o sobie, to prędzej czy później będzie TOWARZYSZYŁO NAM POCZUCIE WEWNĘTRZNEJ RÓWNOWAGI I PEWNOŚĆ, ŻE TO NASZE ŻYCIE TO WŁAŚNIE

Bartłomiej Cieśla
Uniwersytet Łódzki

Poziomy kreatywności genologicznej

Celem artykułu jest wskazanie na problem kreatywności genologicznej. Tok zasadniczej części wywodu wyznaczać będą odpowiedzi na trzy pytania, tj.: 1) co właściwie oznacza sformułowanie *kreatywność genologiczna*? 2) które poziomy wzorca gatunkowego można wyzyskiwać w twórczy sposób? 3) jakie mogą być konkretne przejawy kreatywności w obrębie jednego z aspektów wzorca?

Materiał, który wykorzystano do analizy, przejęty został z łódzkiej prasy humorystycznej okresu międzywojnia.

Nawiązując do słownikowych definicji¹, można by wskazać, że kreatywność genologiczna to twórcze wyzyskanie wzorca organizacji tekstu. Z jednej strony ma charakter wewnątrznotekstowy, uobecnia się w wypowiedzi na poziomie strukturalnym, stylistycznym, poznawczym i pragmatycznym (na jednym z nich lub kilku jednocześnie)², z drugiej zaś stanowi koncept autora, zewnętrzny wobec konkretnej aktualizacji. Oznaczać może zabiegi podejmowane na wypowiedzi polegające na rozszerzaniu jej konwencjonalnej pojęciowo-formalnej struktury – w tym sensie kreatywne jest to, co w stosunku do kanonicznej postaci wzorca okazuje się naddane – a także wskazywać na każdy przejaw oryginalności, również tej, która obok innych parametrów decyduje o tożsamości danego gatunku.

¹ W *Słowniku wyrazów obcych* pod red. J. Tokarskiego czytamy, że *kreatywny* to 'tworzący coś nowego lub oryginalnego; twórczy', ang. *creative*.

² Aspekty, o których mowa, usystematyzowała Maria Wojtak w pracy *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. R. Cudak i D. Ostaszewska, PWN, Warszawa 2008.

Marta Gaweł

Katolicki Uniwersytet Lubelski

Kreatywność językowa w tutorialach internetowych

O tym, że Internet stanowi źródło wiedzy, nie trzeba nikogo specjalnie przekonywać. Można powiedzieć, że jest to swojego rodzaju truizm. Zasoby internetowe pozwalają nam na odnalezienie wiedzy niemal na każdy temat¹. Nie wychodząc z domu, możemy skorzystać z wielu słowników, encyklopedii, opublikowanych czy też zdigitalizowanych książek, czasopism, artykułów, stron internetowych o różnorodnej tematyce. Jest to jeden z aspektów funkcjonowania sieci internetowej. Dzięki temu możemy poszerzać naszą wiedzę o świecie. Internet daje nam również możliwość rozwiązywania wielu problemów, jakie napotykamy w naszym codziennym życiu. Szczególnie pomocne mogą okazać się tutoriale internetowe, które to stanowią przedmiot moich badań². Są one odmianą materiałów szkoleniowych. Ich zadaniem jest zaprezentowanie odbiorcom, jak wykonać określoną czynność, użyć jakiegoś przedmiotu, naprawić go lub stworzyć. Sam termin „tutorial” został zapożyczony z języka angielskiego. Na polski jest tłumaczony między innymi jako ‘seminarium, zajęcia; zajęcia prywatne, korepetycje, wprowadzenie, podręcznik, pouczenie; program dla samouka, samouczek’³. Tutoriale

¹ Choć trzeba zaznaczyć, że jakość informacji pochodzących z Internetu może być w niektórych przypadkach słaba, a nawet wątpliwa.

² Do druku przygotowywany jest mój artykuł *Norma językowa w tutorialach internetowych*. Odwołuję się do niego w części teoretycznej niniejszej pracy, w której opisuję, czym jest tutorial internetowy [Gaweł w druku].

³ Podawane przeze mnie tłumaczenia angielskich wyrazów pochodzą ze strony www.ling.pl.

Katarzyna Smejda
Uniwersytet Łódzki

Kreatywność genologiczna na przykładzie powieści Andrzeja Makowieckiego „Ziemia nawrócona”

Tematem niniejszego artykułu jest kreatywność genologiczna, a dokładniej zmiany, pewnego rodzaju *novum* w obrębie gatunku, jakim jest powieść. Postaram się rozważyć oraz udzielić odpowiedzi na następujące pytania: co stanowi przyczynę zmian gatunkowych, jakie nowe cechy zyskała powieść dzięki kreatywności autora, czemu służyły te zabiegi? Kwestie te będę rozpatrywać na konkretnym przykładzie, mianowicie na podstawie utworu Andrzeja Makowieckiego pt. *Ziemia nawrócona*.

***Ziemia nawrócona* – klasyfikacja gatunkowa**

Analizowany utwór zalicza się do gatunku, jakim jest powieść. Według *Słownika terminów literackich* [Sławiński 2002: 416] „(...) głównymi elementami strukturalnymi są narracja oraz jej przedmiot – świat przedstawiony, na który składają się bohaterowie oraz wydarzenia, w jakich oni uczestniczą przebiegające w określonym czasie oraz przestrzeni i tworzące układ fabularny. Narracja jako podstawowy czynnik językowy powieści organizuje świat przedstawiony. (...) Gatunek głównie wiązany ze stylem artystycznym”. Dookreślając, *Ziemia nawrócona* wpisuje się w krąg powieści współczesnej (akcja fabuły jest paralelna z czasem powstania utworu), a jeszcze dokładniej powieść współczesna z elementami kryminalnymi. Celowo nie używam określenia powieść kryminalna,