

Krystyna Waszakowa
Uniwersytet Warszawski, Warszawa
kwaszak@uw.edu.pl

PRAGMATYKA SŁOWOTWÓRCZEGO DZIAŁANIA (KONTYNUACJA MYŚLI MARII HONOWSKIEJ O TECHNIKACH STAWANIA SIĘ FORM SŁOWOTWÓRCZYCH)

Słowa klucze: słowotwórstwo polskie, słowotwórstwo tekstowe, pragmatyczne funkcje derywatów słowotwórczych, słowotwórstwo kognitywne

Keywords: Polish word formation, textual word formation, pragmatic functions of word-formative derivatives, cognitive word formation

1. W syntezach ukazujących dorobek słowotwórstwa polskiego w drugiej połowie XX i na początku XXI w. mowa jest o bujnym i wszechstronnym rozwoju tej dyscypliny zarówno w dziedzinie myśli teoretycznej, jak i badań materiałowych. Wśród wielu czynników branych pod uwagę przy wysokiej ocenie prac z tego okresu (uwypatniającej nowe aspekty i kierunki poszukiwań znajdujące wyraz w opisywanych zagadnieniach) jako bardzo ważny podawany jest następujący: zainteresowanie badaczy lingwistyką kognitywną i szeroko rozumianymi badaniami nad pragmatycznymi aspektami języka (niekoniecznie w powiązaniu z myśleniem kognitywistycznym).

Odwołuję się tu do dwu syntez ukazujących słowotwórstwo jako dyscyplinę w perspektywie ostatnich 30 lat: Jadwigi Puzyniny (2007) i Krystyny Kleszczowej (2012). W obu charakterystykach wieloaspektowego dorobku polskiego słowotwórstwa nie zabrakło odniesień do jego tradycji. Puzynina zwraca uwagę na bliskość kognitywistyki i poglądów Witolda Doroszewskiego¹ i teorii onomazjologicznej

1 Do przywołanych w tym kontekście przez Puzyninę prac dodałabym studium Iwony Nowakowskiej-Kempnej, w którym bliskość myśli W. Doroszewskiego z późniejszymi kognitywistami

Miloša Dokulila², Kleszczowa zaś wskazuje na podnoszone przez Marię Honowską i Stanisława Grabiаса kwestie dotyczące funkcji pragmatycznych środków słowotwórczych w tekstach.

2. Rozszerzenie zakresu badań słowotwórczych, jak również ich pogłębienie dzięki zastosowaniu nowych narzędzi metodologicznych z pewnością wolno tłumaczyć inspiracjami czerpanymi z dynamicznie rozwijającej się w ostatnim ćwierćwieczu semantyki, ukazującej kognitywne aspekty języka, a także podejmowanymi częściej i w szerszej skali zagadnieniami komunikacji językowej. Mam tu na uwadze z jednej strony ich wyraźniejsze zorientowanie na ukazanie tkwiących w języku (słownictwie i w słowotwórstwie) procesów poznawczych i ich odzwierciedlenie zwłaszcza w procesach nominacji językowej³, z drugiej zaś – aktywne włączanie się słowotwórstwa w dziedzinę badań nad tekstem (a nawet szerzej – dyskursem), polegające m.in. na obserwacji funkcji derywatów słowotwórczych w działaniu (w akcie mownym, w dyskursie)⁴. Jednym z podstawowych celów tego typu analiz jest zinterpretowanie roli pragmatyczno-stylistycznej struktur słowotwórczych w różnego typu tekstach. Należy przy tym zauważyć, że tak ukierunkowane zainteresowania współczesnych badaczy nie są czymś zupełnie nowym w polskiej myśli słowotwórczej⁵, choć niewąt-

autorka widzi w przyjęciu teorii znaczenia jako sposobu użycia wyrazu, co wynika z podobnego spojrzenia na rolę świadomości mówiących (osób działających w określonym środowisku) w opisie semantyki jednostek językowych (Nowakowska-Kempna 1997: 68). *Notabene*, artykuł ten znajduje się w tym samym tomie, z którego pochodzą obie cytowane przez Puzyninę prace.

- 2 Kwestii związków onomazjologicznej teorii M. Dokulila z lingwistyką kognitywną autorka nie rozwija; zagadnienie to podjęte zostało później przez K. Waszakową (w druku).
- 3 Po dyskusji na temat zróżnicowanych sposobów rozumienia pojęcia *nominacja* językowa (por. Grzegorzczkova 1993; Honowska 1994) w opisach słowotwórstwa języków słowiańskich jest ono dziś używane w innym znaczeniu niż to, które początkowo zastosowała w tej dyscyplinie Jelena Kubriakowa (1986). Jest ono bowiem odnoszone nie do operacji identyfikacji leksemu w akcie mowy, ale do dokonującego się w wypowiedzi aktu utworzenia nazwy pewnego obiektu (zjawiska). Zdaniem Grzegorzczkovej – jedynie tę drugą sytuację „można nazwać właściwym aktem nominacji: jest jakby produktem ubocznym, pochodną aktu komunikowania czegoś o czymś, a więc aktu predykcji. Utrwalenie cechy doraźnie przypisanej w akcie mowy, oderwanie jej od czasu zdarzenia komunikowanego jest jednym z elementów przekształcenia wyrażenia w nazwę” (Grzegorzczkova 1993: 101). W późniejszych pracach, rozwijających kognitywno-komunikatywne procesy słowotwórcze, Kubriakowa używa terminów *akt nominatywny*, *nominacja*, odnosząc je do działań polegających na wyodrębnieniu i zapisaniu za pomocą środków słowotwórczych nowych struktur pojęciowych – utrwalenia i zobiektywizowania niektórych konceptualnych połączeń, tworzących się w aktach poznawania i oceny świata. Badaczka zwraca uwagę na specyfikę słowa pochodnego (derywatu słowotwórczego) na tle innych jednostek nominacji, pozostających w relacji podobieństwa rodzinnego (Kubriakowa 2004: 390–404, 405–416, 417–428, 429–438). W tym kontekście warto jeszcze przywołać porządkujące rozważania Alicji Nagórko (2000).
- 4 Więcej na ten temat zob. (Waszakowa 2007b, 2009).
- 5 Warto w tym miejscu przypomnieć rozważania J. Puzyniny (podjęte w dyskusji z ujęciami Leona Zawadowskiego i Andrzeja Bogusławskiego) na temat morfemowych konstrukcji systemowych

pliwie *novum* można upatrywać w ich zakresie i narzędziach analizy opartych na dorobku metodologicznym ostatnich dziesięcioleci rozwoju lingwistyki.

3. Przedstawione w rozdziale XI monografii *Ewolucja metod polskiego słowotwórstwa synchronicznego (w dziesięcioleciu 1967–1977)*, zatytułowanym *Pragmatyka słowotwórczego działania*, myśli M. Honowskiej, do których odwołuje się Kleszczowa, w perspektywie współczesnych badań są bardzo aktualne, a niektóre z nich – widziane w kontekście minionego trzydziestopięciolecia – można ocenić jako świadczące nie tyle o intuicji badaczki, ile o trafności jej sądów, prognozujących ścieżki zainteresowań i badań słowotwórczych oraz przyszłego rozwoju metodologii słowotwórczej⁶. Autorka dzieli się następującą refleksją:

[...] dalecy jesteśmy jeszcze od pełnego uchwycenia techniki stawania się form słowotwórczych, skoro szereg tworów żywych umyka naszemu aparatowi badawczemu. Współcześnie trudno się bronić analogią do metod badawczych klasycznego strukturalizmu, a w nim przede wszystkim fonologii, wyróżniającego cechy relewantne spośród irrelewantnych, skoro dziś językoznawstwo coraz bardziej wkracza w dziedzinę parole (Honowska 1979: 63).

O zauważalnym od lat 60. minionego stulecia wkraczaniu polskiego słowotwórstwa synchronicznego w dziedzinę parole można mówić zwłaszcza w odniesieniu do przestrzeni badawczej, jaką stanowiła zróżnicowana klasa derywatów potencjalnych i okazjonalnych. Jej zakres był intensywnie dyskutowany; o dyskusji, jaka toczyła się między badaczami radzieckimi, oraz o sposobie interpretowania obu typu formacji (kryteriach branych pod uwagę w polskiej literaturze przedmiotu z tego czasu), jest mowa w pracy: (Chruścińska 1978). Autorka zauważa, że przedmiot opisu stanowiły dotąd w przeważającym stopniu wyrażenia z tekstów prasowych; w pracach poświęconych neologizmom stylu artystycznego używano terminu *indywidualizm* (w mniejszym zakresie *neologizm poetycki*). W tym miejscu warto przywołać opinię J. Puzyniny (wypowiedzianą przy charakterystyce kierunków badań słowotwórstwa słowiańskiego w latach późniejszych, tj. w ćwierćwieczu 1980–2005) na temat nikłego zainteresowania udziałem neologizmów w idiolektach poetów i pisarzy. Uczona odnotowuje też zauważalny brak prób szerszego opracowania problematyki słowotwórstwa w języku artystycznym różnych okresów, prądów i grup literackich. Przyczyn takiego stanu rzeczy upatruje „w ogólnej sytuacji kultury tzw. elitarnej, zepchniętej na margines życia społecznego” (Puzynina 2007: 26).

(typu morfem przymiotnikowy + morfem *-ość* w znaczeniu nazwy cechy) rozumianych jako schematy determinujące w tekstach odpowiednie nazwy cech, tj. konstrukcje tekstowe. Powołując się na Romana Jakobsona, autorka wypowiada pogląd, iż „determinowanie to można zrozumieć albo jako uzależnienie rozumienia (= dekodowania) tekstu od systemu determinującego, albo też jako uzależnienie generowania (in. kodowania) tekstu od tegoż systemu” (Puzynina 1967: 95).

6 Względ ten miałam na uwadze, nadając ogólny tytuł niniejszemu artykułowi.

4. Zintensyfikowanie badań nad słowotwórstwem tekstowym nastąpiło w latach 80. w związku z wieloaspektowymi pracami nad komunikacją językową (a w jej obrębie pragmatyką językową), a także z rozwojem lingwistyki kognitywnej. Zainteresowanie filozofów i językoznawców problematyką rozumienia tekstu, jego interpretacją zorientowaną na ujawnienie intencji nadawcy i odbiorcy w tworzeniu i rozumieniu wypowiedzi (w akcie mownym, w zdarzeniu językowym) znalazło odzwierciedlenie również w słowotwórstwie. Czynniki te wpłynęły na zmianę perspektywy opisu zjawisk językowych: ujęcie statycznie-klasyfikujące zastąpiono dynamicznym, ściśle związanym z sytuacją komunikacyjną. Z kolei zwrócenie uwagi na sferę pragmatyczno-stylistyczną wypowiedzi (dyskursu) zainspirowało badaczy słowotwórstwa do przyjrzenia się mechanizmom słowotwórczym wykorzystywanym zarówno w budowaniu tekstów, jak i w aktualizacji struktury słowotwórczej w tekście. Mówiąc konkretniej, chodziło o wydobycie i analizę tekstowych wyznaczników pragmatyczno-stylistycznych, badanie kontekstowości derywatów, ich użycia w tekście. Ogólnym celem tych badań było określenie aktywności owych mechanizmów jako sposobu wyrażania stosunku mówiących do rzeczywistości: jej ujmowania i opisywania (konceptualizacji), wyrażania emocji i wartościowania za pomocą środków oferowanych przez słowotwórstwo (por. Waszakowa 2002, 2007b; Nagórko 2003a, 2003b; Kaproń-Charzyńska 2007).

5. Właśnie owe „techniki stawania się form słowotwórczych” wedle określenia M. Honowskiej, inaczej mówiąc – rozmaite słowotwórcze mechanizmy tekstowe, ukazuje wydana 34 lata później (w roku 2013) monografia Ewy Rogowskiej-Cybulskiej *Słowotwórstwo na usługach reklamy. Mechanizmy tekstowe*. Jej oryginalność wyraża się w kompleksowym pokazaniu mechanizmów perswazji oglądanej w perspektywie środków słowotwórczych, wykorzystywanych do kształtowania tekstów reklamowych, nastawionych – można rzec: z definicji – na osiągnięcie celu perswazyjnego. Kompleksowość przedstawionego opisu stanowi o nowatorstwie niniejszej syntezy w tym sensie, że wypełnia ona lukę, nie tylko dzięki scaleniu nielicznych wcześniejszych (tj. z ostatnich dwu lat) osobnych ujęć tej problematyki (*notabene* większość z nich jest autorstwa samej badaczki), ale też ze względu na rezultaty. Są nimi ukazane wieloaspektowo: a) bogactwo i zróżnicowanie środków słowotwórczych stosowanych w tekstach reklamowych oraz b) dynamika działań perswazyjnych wykorzystujących te środki. Niemniej istotny wynik omawianych tu badań – ujmowanych w znacznie szerszym (niż przed chwilą wskazany) zakresie – stanowi zarysowanie skali, w jakiej analizowane w pracy zjawiska funkcjonują jako mechanizmy świadomych działań użytkowników języka, nastawionych na osiągnięcie określonych celów pragmatycznych wypowiedzi.

Dodatkowy efekt (raczej niewynikający z zamiarów autorki) widziałabym w tym, że zgromadzone konteksty stanowią znakomity materiał badawczy, ilustrujący zjawisko określane we współczesnej lingwistyce o nachyleniu kognitywnym jako *zda-*

rzenie użycia językowego (Langacker 2009: 609–610). Jest to rezultat tego, że ukazują: (1) w jaki sposób nadawca danej wypowiedzi utworzył w niej konkretną strukturę słowotwórczą albo też użył już istniejącej jednostki będącej derywatem słowotwórczym (świadomie wykorzystując jego strukturę do osiągnięcia założonego celu), a także (2) jakich skojarzeń nadawca oczekuje od odbiorcy.

W zdarzeniu tym ujawnia się kognitywno-komunikacyjny aspekt wyrażen pochodnych słowotwórczo, co oznacza, że po pierwsze, wyrażenia swoją budową odzwierciedlają sposób mentalnego ujęcia fragmentu rzeczywistości przez nadawcę, pełniącego rolę obserwatora, a zarazem konceptualizatora w określonym zdarzeniu mownym; po drugie zaś, derywaty słowotwórcze są rozpatrywane jako jednostki występujące w *użyciu językowym* (tzn. jako wyrażenia użyte w danej wypowiedzi (tekście) inaczej mówiąc: utworzone, wykreowane w nim lub jedynie przywołane z zasobu słownego). W obu wypadkach stanowią one wyraz dynamicznych relacji między nadawcą i odbiorcą.

Przedstawiona w omawianej tu monografii egzemplifikacja funkcjonowania słowotwórstwa tekstowego w reklamie jest bardzo bliska owemu dynamicznemu ujęciu zdarzenia komunikacyjnego. Jak pisze autorka, powołując się na Rafała Zimnego, reklama to

[...] intencjonalne działania nadawcy w celu osiągnięcia konkretnego skutku perswazyjnego, tj. wywarcia wpływu na (przede wszystkim) konsumpcyjne zachowanie odbiorcy (Rogowska-Cybulska 2013: 335).

Zasadniczą cechą reklamy jest – jak widać – dynamika. Tę badaczka dostrzega, podobnie jak ważną rolę kontekstu i czynników pozatekstowych (wpływających na nadawanie nazw reklamowanym obiektom, np. firmie, produktowi, kampanii i akcji promocyjnej itp.), odwołuje się też do aktywności odbiorcy (koniecznej do rozumienia wykreowanych kontekstowo wyrażen), wcale nierzadko przywołuje cechy konotacyjne, niezbędne do interpretacji użytych w tekście perswazyjnym struktur słowotwórczych. Szkoda, że nie sięga po narzędzia, jakich dostarcza metodologia kognitywna zaprezentowana w teorii Ronalda Langackera (por. Langacker 2003, 2009). Te pozwalają bowiem opisać ważne dla omawianego tematu kwestie dotyczące dynamicznego aspektu słowotwórstwa, który wymaga analizy całego mechanizmu tworzenia nowych słów w aktach słowotwórczych (lub celowego użycia w danym kontekście już istniejącego derywatu słowotwórczego). Chodzi o analizę, w której zostaną uwzględnione procesy żywej komunikacji w ich „dzianiu się”, inaczej mówiąc: procesy on-line – wedle celnego określenia Jeleny Kubriakowej (2004: 419), procesy wydobywające między innymi pragmatyczne ukierunkowanie owego aktu nadawcy: jego nastawienie, aby przekazać rozmówcy określone intencje, i tym samym zorientowanie aktu komunikacji na adresata, na pobudzenie jego udziału w dyskursie.

Interpretacja, o której mowa, jest ukierunkowana na ukazanie aktywności obu uczestników aktu komunikacji (użycia językowego). Takie spojrzenie na zjawiska słowotwórcze poszerza zakres ich opisu dzięki temu, że stwarza warunki, aby w analizie mogły być uwzględnione następujące jej komponenty:

- 1) rola nadawcy (mówiącego) jako kreatora konceptów, mających swoje odzwierciedlenie w wyrażeniach językowych o postaci struktur słowotwórczych;
- 2) złożony i różnorodny charakter zależności omawianych wyrażen od kontekstu, w niektórych wypadkach decydującego o stopniu ich czytelności dla odbiorcy – o ich „interpretowalności”;
- 3) stan językowego napięcia między nadawcą a odbiorcą w danym zdarzeniu użycia językowego, związany nie tylko z ich wzajemnymi oczekiwaniami, ale i funkcjami, jakie te wyrażenia pełnią w konkretnym tekście/wypowiedzeniu;
- 4) stopień samodzielności i utrwalenia owych struktur w języku polskim.

Za takim właśnie oglądem zjawisk słowotwórczych w tekście (dyskursie) przemawia następujące stwierdzenie R. Langackera:

[...] [językowe znaczenie wyrazu – K.W.] nie jest wyodrębnionym i samodzielnym bytem, odseparowanym od pozostałej wiedzy i zdolności poznawczych – wręcz przeciwnie, polega na nich i je wykorzystuje. [...] Dlatego nie sposób oddzielić „językowych” struktur od innych czynników związanych z użyciem językowym (Langacker 2009: 610).

W tym kontekście warto ponownie odwołać się do wspomnianego rozdziału z książki M. Honowskiej i przytoczyć wyrażenie korespondujące z przedstawionymi tu ujęciami sądy autorki na temat mechanizmów powstawania form nieregularnych w słowotwórstwie, łączonych z funkcjami zmierzającymi do zapewnienia skuteczności odbioru, *ergo*: skuteczności przebiegu komunikacji. Te wszystkie w sposób ogólny nazywa *funkcjami pragmatycznymi*, zaznaczając, że są one charakterystyczne dla języka mówionego. Por.

Wydaje się, że szereg z owych formacji „nieprzystosowanych” nosi w sobie funkcje pozareferencjalne i pozaekspresywne [...], których nie dość się przewiduje w analizach słowotwórczych. Są celowo zaskakujące, starając się w ten sposób dotrzeć do odbiorcy. [...] Komunikat musi zawierać elementy reklamy (jak to nazywam) przełamującej bierność odbiorcy, może zawierać szereg niejasności podnoszących koncentrację na tekście, niejasności skądinąd niegroźnych, bo dających się rozwikłać w dalszym procesie komunikacji. Jest to swoista równowaga między informacją a redundancją. [...] Są to sytuacje, w których może dojść do natychmiastowego skorygowania błędnego odbioru (Honowska 1979: 63–64).

6. Za zasadniczy cel pracy Ewa Rogowska-Cybulska uznała

[...] opis za pomocą odpowiednio przystosowanych terminów słowotwórstwa strukturalistycznego słowotwórczych środków perswazji funkcjonujących w tekstach reklamowych (Rogowska-Cybulska 2013: 11).

Podstawowe pojęcia, do jakich odwołuje się autorka, to: *motywacja słowotwórcza*, *formant słowotwórczy*, *funkcje formantu słowotwórczego*, *wartość kategoryalna*, *typ słowotwórczy* i *paradygmat słowotwórczy* (ibid.: 11). Ich dobór można uznać za zasadny, ale jedynie w odniesieniu do części stawianych w rozprawie zadań – tych dotyczących opisu systemowej strukturyzacji badanych zjawisk słowotwórczych, tzn. motywacji słowotwórczej, decydującej o ich statusie jako derywatów słowotwórczych, a tym samym o przynależności analizowanych tekstowych wyrażen do konkretnych typów i kategorii słowotwórczych oraz paradygmatów i gniazd słowotwórczych.

Jak wiadomo, pojęcia słowotwórstwa synchronicznego z założenia dotyczą statycznej interpretacji zjawisk słowotwórczych. Jeśli zaczynamy myśleć o roli środków słowotwórczych w osiąganiu celów perswazyjnych (definicyjnych dla reklamy), owa statyczność interpretacji nie wystarcza, podobnie jak wskazany aparat pojęciowy. Przypomnijmy, że zgodnie z odautorską deklaracją przedmiotem analizy są obserwowane w tekstach mechanizmy perswazji słowotwórczej, która jest rozumiana jako

[...] zjawisko polegające na tekstowym uwypukleniu struktury słowotwórczej wyrazów i jej zinterpretowaniu w sposób pozwalający na osiągnięcie planowanych dla danego tekstu skutków – bądź w wyniku tekstowej aktualizacji ich struktury systemowej, bądź w rezultacie tekstowej aktualizacji ich struktury systemowej, bądź w rezultacie jej tekstowej konstrukcji, dekonstrukcji lub rekonstrukcji. Źródłem słowotwórczych efektów perswazyjnych jest zatem albo tekstowa aktualizacja słowotwórczych środków systemowych, albo **budowanie napięcia** między słowotwórczymi relacjami systemowymi a (wewnątrz)tekstowymi (ibid.: 10, wyróżn. – K.W.).

Oznacza to, że znajdujące się w polu uwagi zjawiska słowotwórcze trzeba ująć w perspektywie dynamicznej⁷. Przyjęte w omawianej tu pracy za A. Nagórko pojęcie *motywacji słowotwórczej* nie rozwiązuje kwestii, bo jest za wąskie, jako że – jak pisze autorka – „zakłada perspektywę odbiorcy i odnosi się do procesów rozumienia leksyki” (Nagórko 1998: 169).

W moim przekonaniu sprawy nie rozwiązałyby w pełni nawet przyjęcie przez E. Rogowską-Cybulską drugiego z zaproponowanych przez A. Nagórko pojęć: *fun-*

7 W słowotwórstwie strukturalistycznym pochodność synchroniczna, zwana *motywacją słowotwórczą*, jest rozumiana jako związek formalno-semantyczny między wyrazami. Potrzeba ukazania derywatów słowotwórczych w tekście (w wypowiedzi), w dynamicznych procesach ich kreowania, dokonujących się w żywych relacjach między nadawcą i odbiorcą, każe wyjść poza takie rozumienie motywacji słowotwórczej – por. Waszakowa 2014.

dacja, które badaczka ta przywołuje ze słowotwórczej literatury przedmiotu i – w kontekście *motywacji* – nadaje mu następujący sens: „Fundacja natomiast jako mechanizm produkcji i reprodukcji słów zakłada perspektywę nadawcy” (ibid.: 169). Uważam bowiem, że cytowana tu wcześniej z pracy Rogowskiej-Cybulskiej definicja reklamy R. Zimnego mówiąca o intencjonalnych działaniach nadawcy w celu *osiągnięcia* konkretnego skutku perswazyjnego, to jest wywarcia wpływu na (przede wszystkim) konsumpcyjne zachowanie odbiorcy, obliguje zarówno do uwzględnienia w większym stopniu ważnej roli nadawcy (a nie tylko odbiorcy), jak i do zdania sprawy w szerszym zakresie z ich różnorodnej aktywności, między innymi wspomnianego budowania napięcia przez nadawcę i odczytywania sensów przez odbiorcę: jego aktywności wyrażającej się choćby w poszukiwaniach konotacji, procesach wnioskowania (inferencji) na podstawie kontekstów językowych i pozajęzykowych⁸. Taki horyzont badań, w moim przekonaniu, należałoby przyjąć, aby w pełni zdać sprawę z funkcjonowania i roli słowotwórstwa na usługach reklamy, tzn. wiążąc czynnościowy charakter słowotwórstwa (i bogactwo jego środków) z konkretnym aktem mowy, w którym nadawca, realizując określone intencje, mające na celu osiągnięcie konkretnego skutku perswazyjnego, dąży do wywarcia wpływu na odbiorcę, aby ten właściwie odczytał owe intencje i działał zgodnie z nimi.

Dodam jeszcze, że autorka pośrednio odwołuje się do słowotwórstwa tekstowego Jeleny Ziemskiej *Słowoobrazowanie jak diejatielnost* (Ziemska 1992). Szkoda, że sama nie sięgnęła po tę pracę, bo znalazłaby w niej wiele argumentów na potwierdzenie nie tylko dynamicznego aspektu słowotwórstwa (odmiennego od jego ujęć statycznych, choć zgodnie z intencjami i deklaracjami samej Ziemskiej – synchronicznego), ale też ważnej i wieloaspektowej roli, jaką odgrywa mówiący, kreując derywat słowotwórczy w określonym akcie mowy.

Literatura

- CHRUŚCIŃSKA K., 1978, *O formacjach potencjalnych i okazjonalizmach*, [w:] M. Szymczak (red.), *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, „Prace Językoznawcze – Polska Akademia Nauk” nr 91, Wrocław, s. 69–79.
- GRZEGORCZYKOWA R., 1993, *O pojęciu nominacji językowej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego”. „Prace Językoznawcze” nr 17–18, Gdańsk, s. 99–103.
- HONOWSKA M., 1979, *Ewolucja metod polskiego słowotwórstwa synchronicznego w dziesięciolecie 1967–1977*, „Prace Komisji Językoznawstwa – Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie” nr 50, Wrocław.
- HONOWSKA M., 1994, *Problem nominacji*, „Poradnik Językowy” nr 5–6, s. 88–90.

8 Na rolę mechanizmu inferencji w słowotwórstwie zwróciła uwagę (idąc za myślą Niny D. Arutiunowej) Je.S. Kubriakowa (2004: 390–404; 417–428). W polskich pracach kwestię tę podjęły A. Na-górko (2000) i K. Waszakowa (2009).

- KAPROŃ-CHARZYŃSKA I., 2007, *Pragmatyczna funkcja formantów w opisie derywatów*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” LXIII, s. 147–156.
- KLESZCZOWA K., 2012, *Polskie badania słowotwórcze u progu XXI wieku*, [w:] M. Grochowski (red.), *Językoznawstwo w Polsce. Kierunki badań i perspektywy rozwoju. Materiały z sesji jubileuszowej Komitetu Językoznawstwa PAN*, Warszawa, s. 125–137.
- KUBRIAKOWA JE., 1986, = E.C. Кубрякова, *Номинативный аспект речевой деятельности*, Москва.
- KUBRIAKOWA JE., 2004, = E.C. Кубрякова, *Язык и знание*, Москва, „Языки славянской культуры”.
- LANGACKER R.W., 2003, *Model dynamiczny oparty na uzusie językowym*, [w:] E. Dąbrowska, W. Kubiński (red.), *Akwizycja języka w świetle językoznawstwa kognitywnego*, „Językoznawstwo Kognitywne” nr 6, Kraków, s. 30–117.
- LANGACKER R.W., 2009, *Gramatyka kognitywna. Wprowadzenie*, Kraków.
- NAGÓRKO A., 1998, *Zarys gramatyki polskiej (ze słowotwórstwem)*, Warszawa.
- NAGÓRKO A., 2000, *Nomen, nominacja, nominalizacja*, [w:] K. Kleszczowa, L. Selimski (red.), *Słowotwórstwo a inne sposoby nominacji. Materiały z 4. Konferencji Komisji Słowotwórstwa przy Międzynarodowym Komitecie Sławistów. Katowice, 27–29 września 2000 r.*, Katowice, s. 32–39.
- NAGÓRKO A., 2003a, *Tendencje w sferze pragmatyczno-stylistycznej*, [w:] Ohnheiser 2003, s. 189–197.
- NAGÓRKO A., 2003b, *Różnicowanie i unifikacja środków słowotwórczych w służbie pragmatyki*, [w:] Ohnheiser 2003, s. 217–233.
- NOWAKOWSKA-KEMPNA I., 1997, *Koncepcje semantyki a definiowanie jednostek językowych*, [w:] B. Falińska (red.), *Witold Doroszewski. Mistrz i Nauczyciel*, Łomża, s. 59–70.
- OHNHEISER I. (red.), 2003, *Komparacja systemów i funkcjonowania współczesnych języków słowiańskich. 1. Słowotwórstwo. Nominacja*, Opole.
- PUZYNINA J., 1967, *Pojęcie regularnej i nieregularnej konstrukcji morfemowej a fakty słowotwórcze*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” XXV, s. 91–102.
- PUZYNINA J., 2007, *Słowotwórstwo – po dwudziestu pięciu latach*, [w:] H. Burkhard, A. Nagórko (red.), *Sprachliche Kategorien und die Slawische Wortbildung*, Hildesheim – Zürich – New York, s. 19–31.
- ROGOWSKA-CYBULSKA E., 2013, *Słowotwórstwo na usługach reklamy. Mechanizmy tekstowe*, Gdańsk.
- WASZAKOWA K., 2002, *Perspektywy kognitywnego opisu słowotwórstwa (kognitywna interpretacja znaczenia derywatu)*, [w:] J. Siatkowski (red.), *Językoznawstwo. Prace na XIII Międzynarodowy Kongres Sławistów w Lublanie 2003*, „Z Polskich Studiów Sławistycznych” ser. 10, Warszawa, s. 253–262.
- WASZAKOWA K., 2007a, *Derywaty słowotwórcze w tekście*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” LXIII, s. 125–138.
- WASZAKOWA K., 2007b, *Dynamika zjawisk słowotwórczych w tekście*, [w:] Z. Rudnik-Karwatowa (red.), *Językoznawstwo. Prace na XIV Międzynarodowy Kongres Sławistów w Ochrydzie 2008*, „Z Polskich Studiów Sławistycznych” ser. 11, Warszawa, s. 227–236.
- WASZAKOWA K., 2009, *Nowe derywaty słowotwórcze w ujęciu kognitywno-dyskursywnym*, [w:] B.A. Виноградов, В.Ф. Новодранова, Н.К. Рябцева (red.), *Горизонты современной*

лингвистики. Традиции и новаторство. Сборник в честь Е.С. Кубряковой, Москва, „Языки славянских культур”, s. 365–374.

WASZAKOWA K., 2014, *Współczesna myśl słowotwórcza a dydaktyka uniwersytecka (wybrane zagadnienia)*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” LXX, s. 167–187.

WASZAKOWA K., w druku, *Kognitywistyczne ujęcia derywatów słowotwórczych a koncepcja Miloša Dokulila*.

ZIEMSKA Je., [= E.A. Земская], 1992, *Словообразование как деятельность*, Москва.

Pragmatics of word-formative action.

(A continuation of M. Honowska's thought on word-formative techniques of becoming.)

Summary

The author refers to selected syntheses and detailed analyses from among the many achievements of word-formation studies in the last fifty years, to briefly discuss the ways in which textual derivatives (belonging to parole) have been described. Particular attention is paid to M. Honowska's views on the pragmatics of word-formative action. The timeliness of her thought is evident in the perspective of current research, and I believe that it is not so much thanks to Honowska's intuition, as it is to the accuracy of her opinions, forecasting the paths of word-formative interests and research, and of future development of word-formative methodology. Such description serves as a background for considerations on modern interpretations of textual word-formative expressions.

Appreciating the importance of word-formative advertising mechanisms presented in E. Rogowska-Cybulska's book, the main part of this paper outlines the horizon of research that would need to be accepted in order to fully realize the functioning and the role of word formation in advertising. Textual derivatives are discussed from the perspective of the phenomenon of linguistic usage, i.e. in their relation to a specific speech act, directing their interpretation in such a way as to highlight the activity of both participants of the particular speech act in which they feature.