

II. RECENZJE I OMÓWIENIA

DOI: 10.17951/et.2024.36.349

Elwira Bolek

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, Polska

ORCID: 0000-0001-5874-6815

e-mail: elwira.bolek@mail.umcs.pl

Język – kultura – zmysły – poznanie

Ilona Witkowska, *Wyrazić nienazwane: językowo-kulturowy obraz zapachu we współczesnej polszczyźnie*, Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas” 2021, 268 s.

Recenzowana monografia stanowi zmodyfikowaną wersję rozprawy doktorskiej *Wyrazić nienazwane. Językowo-kulturowy obraz zapachu we współczesnej polszczyźnie (na przykładzie tekstów perswazyjnych)*¹, napisanej pod kierunkiem prof. Aldony Skudrzyk i obronionej z wyróżnieniem w Instytucie Językoznawstwa Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Rozprawę poprzedziły artykuły o obrazowaniu zapachu w tekstach oraz o współuczestnictwie odbiorcy w komunikacji, opublikowane w monografiach wieloautorskich.

Autorka, szczególnie zainteresowana językoznawstwem kognitywnym, socjolingwistyką i pragmatyką, analizuje konceptualizacje zapachów występujące w internetowych tekstach perswazyjnych; próbuje zrekonstruować językowy obraz *zapachu* zawarty we współczesnych tekstach nieliterackich. Witkowska zaznacza, że w swoich pracach przyjmuje rozumienie słowa *zapach* jako ‘woń przyjemna’, mając świadomość, że leksem może być rozumiany szerzej, jako ‘każde wrażenie węchowe’. Wybrany przedmiot rozważań jest wyjątkowy z tego względu, że poszczególne zapachy nie mają swoich nazw, brakuje słownictwa prymarnie odnoszącego się do woni. Językoznawczynie podkreśla, że doznania węchowe są subiektywne, trudno

¹ Na marginesie zasygnalizuję, że tytuł rozprawy uważam za lepiej odpowiadający treściom zaprezentowanym później w monografii. Choć wiele wniosków jest bardziej ogólnych i mających swoje uzasadnienie w systemie językowym (na przykład w związkach frazeologicznych) oraz w tekstach innych niż perswazyjne, to jednak pojawiają się one sporadycznie, nie stanowią zasadniczego materiału badanego w pracy, a szczególnie Witkowska skupiła się na analizach opisów reklamowanych perfum.

je poddać standaryzacji, a co za tym idzie wyrazić słowem. Rodzi to konieczność częstego wykorzystywania metafor w opisie zapachu.

Struktura monografii jest spójna i przejrzysta. Kolejność prezentowania omawianych zagadnień w części zasadniczej służy pogłębianiu wiedzy odbiorcy, daje możliwość odwoływania się w analizach do metodologii językoznawczych i faktów kulturowych, uprzednio szczegółowo opisanych. Praca składa się ze *Wstępu* (s. 7–19), w którym autorka wyznacza cel badań, określa metodologię opisu i sygnalizuje rozumienie pojęcia językowego obrazu świata, z *Zakończenia* (s. 247–249), gdzie Witkowska zbiera najważniejsze tezy i wyznacza perspektywy dalszych badań oraz z pięciu części, podzielonych na podrozdziały.

W części I, zatytułowanej *Świat zapachów* (s. 21–43), woń opisana została i jako zjawisko zmysłowe, i jako społeczno-kulturowe. Zreferowana historia pachnidła ukazuje dawne i współczesne znaczenie zapachu dla ludzi z różnych obszarów świata. Zawarte tu informacje antropologiczne są dobrym wprowadzeniem do kolejnych rozdziałów, o charakterze językoznawczym. Znaczne fragmenty w części II *Zapach w języku* (s. 45–89) zostały poświęcone teorii i przyjętym podstawom metodologicznym pracy: klasycznemu i kognitywnemu modelowi kategoryzacji, polu semantycznemu oraz ramie interpretacyjnej. Autorka przypominała słownictwo dotyczące wydzielenia i odczuwania zapachów, zgromadzone i pogrupowane przez Krystynę Pisarkową, opisane w artykule *Szkic pola semantycznego zapachów w polszczyźnie* (1972). Badaczka powołała się też na propozycję Ewy Badydy (2013), w której koncepcja ram interpretacyjnych została wykorzystana w analizie rzeczowników nazywających zapach oraz czasowników związanych z percepcją węchową. Odwołując się do wniosków z obu tekstów, Witkowska wskazała „kilkanaście podstawowych leksemów związanych z pojęciem zapachu. Są to rzeczowniki: *zapach, pachnidło, perfumy, bukiet, woń, aromat*; przymiotniki: *pachnący, wonny, aromatyczny*, oraz czasowniki: *pachnieć, czuć i wąchać*” (s. 71). Dała też autorskie opracowanie, dopełnione wizualizacją w tabeli, zatytułowane „sposoby wyrażania zapachu w polszczyźnie” (s. 84). W podrozdziale *Klasyfikacje zapachów* Witkowska, odchodząc od lingwistyki *sensu stricto*, zreferowała koncepcje podziału rodzajów woni. Przywołała sugestie badaczy reprezentujących różne dziedziny, między innymi: filozofię (Arystoteles), biologię (Karol Linneusz), chemię (Johan Amoor, Władysław Stanisław Brud) oraz omówiła propozycje członków Francuskiego Stowarzyszenia Perfumiarzy, „mapę zapachów” Josepha Stephana Jellinka czy „koło zapachów” Michaela Edwardsa. Interdyscyplinarny wywód doprowadził badaczkę do konkluzji, że nie wypracowano jednego systemu klasyfikowania, a także nazywania zapachów.

W części III *Język wobec zapachu* (s. 91–141) autorka wyszła od ustaleń teoretycznych, przywołała strukturalne i kognitywne podejście do zagadnienia konotacji w semantyce. Zadeklarowała przyjęcie w pracy reguły wewnętrznej motywacji cech konotacyjnych (za Ryszardem Tokarskim 2008). Dostrzegła bowiem, że „utrudnione jest wyłonienie konotacji systemowych zapachu przyjemnego z analizy języka ogólnego – frazeologizmów czy przysłów, zaś konieczne i uzasadnione wydaje się odwołanie do konkretnych, jednostkowych użyć języka i próba znalezienia w nich pewnych powtarzalnych dookreśleń i rozpoznawalnych składników znaczeniowych” (s. 95). W wyniku licznych analiz, językoznawczynie ustaliła konotacje semantyczne

słowa *zapach* w opisach perfum. Zaproponowała analizę konotacji wokół czterech grup cech semantycznych: ‘piękno’, ‘młodość’, ‘radość’, ‘szczęście’ oraz wyznaczenie „ścieżek konotacyjnych”, zawierających konotacje tekstowe.

Część IV. *Metaforyka zapachu* (s. 143–212) przynosi charakterystykę metafory jako kognitywnego narzędzia poznania oraz opis językowych powiązań węchu z innymi zmysłami. Witkowska, posiłkując się teorią metafory pojęciowej i metodologicznymi zaleceniami Georga Lakoffa i Marka Johnsona, przytacza i opisuje tekstowe konkretyzacje między innymi metafor: ZAPACH TO DZIEŁO SZTUKI czy ZAPACH TO OSOBA. W części tej autorka poszerza i uzupełnia propozycję Ewy Badydy, zarazem sygnalizując, że wnioski dotyczące metaforyki zapachu są w wielu punktach badań obu językoznawczyń zbieżne. Odwołuje się też do artykułu Anny Pajdzińskiej (1996) o metaforach językowych, których postawą są wrażenia zmysłowe (w tym zapach).

Część V. *Odbiorca w opisie zapachu* (s. 213–246) poświęcona jest zagadnieniom rozumienia pojęcia stereotypu (w ujęciu Jerzego Bartmińskiego 1998, patrz też: Bartmiński, Panasiuk 1993) oraz profilowania odbiorcy w tekście perswazyjnym. Witkowska dostrzega, że w wielu tekstach reklamowych – opisach perfum kreowany jest wizerunek „prawdziwej kobiety” i „prawdziwego mężczyzny”. Uważa, że „związane jest to z koniecznością dotarcia przekazu do jak najszerszego grona odbiorców i zdobycia jak największej liczby potencjalnych użytkowników prezentowanego produktu” (s. 215).

Monografia została zaopatrzona w *Bibliografię* (s. 251–259) i *Wykaz skrótów* (s. 260) oraz bardzo pomocny przy szukaniu odwołań do teorii i prac innych badaczy *Indeks nazwisk* (s. 261–263).

Podstawę analiz stanowiło 215 tekstów z czterech portali internetowych. Są to opisy, których długość wynosi od 50 do 330 słów, dotyczące perfum damskich, męskich i uniseks. Wybór i selekcja materiału analitycznego zostały przez autorkę umotywowane tym, że „zamieszczane na internetowych portalach teksty promujące perfumy wydają [...] się najbardziej jednorodnym, najpełniejszym materiałem źródłowym do badania językowego obrazu zapachu” (s. 13). Witkowska przekonuje, że zapach, mimo marginalizacji jego znaczenia w cywilizacji zachodniej, jest istotną częścią ludzkiego doświadczenia i poznania. Językoznawczynie ma świadomość nierozzerwalności w swoich badaniach obszarów języka i kultury. Siega też do opracowań historycznych, antropologicznych, neurofizjologicznych czy psychologicznych, co włącza ujęcie lingwistyczne w badania interdyscyplinarne oraz pozwala zrozumieć pewne fakty językowe.

Założonym przez autorkę celem badań była „próba zrekonstruowania językowego obrazu zapachu zawartego we współczesnych polskich tekstach nieliterackich” (s. 12). W mojej ocenie cel ten został osiągnięty z nadstatkiem. Zarówno opisy teoretyczne, jak i analizy prowadzą ku wiedzy o ludzkim poznaniu i doświadczeniu świata oraz o trudnościach człowieka w wyrażaniu słowem doznań zmysłowych. Użytkownicy języka (nadawcy i odbiorcy) są zawsze w centrum badań Witkowskiej. Językoznawczynie w pełni świadomie przyjmuje antropocentryczne podejście w swoich badaniach, bliskie jej jest myślenie, że opis tekstu to też, a może przede wszystkim, „opis człowieka jako interpretatora świata” (Tokarski 2013: 13).

Autorka omawia najważniejsze założenia badań nad językowym obrazem świata w szerokim kontekście nurtu kognitywnego. Ma świadomość historii i polskiej tradycji badań nad JOS-em (przywołuje między innymi prace: Anusiewicz 1990; Bartmińskiego 1990, 2008, 2012, Grzegorzczkovej 1990; Maćkiewicz 1990a, 1990b; Tokarskiego 1990; Żuka 2010). Zna i potrafi wykorzystać metody kognitywizmu (między innymi: kognitywny model kategoryzacji, kognitywną teorię metafory). W tym miejscu warto jeszcze wrócić do zagadnienia konotacji. Witkowska buduje „łańcuchy semantyczne” konotacji *zapachu*. Analizy i interpretacje „ogniów” tekstowych tego łańcucha w większości są klarowne (na przykład wzajemna motywacja zespołu cech: ‘kobiecość’ – ‘piękno’ – ‘zmysłowość’ – ‘uwodzenie’ – ‘kuszenie’, s. 101–115). Wątpliwość budzi jednak, czy wszędzie jest mowa o konotacjach *zapachu*? Czy przy opisywaniu „łańcuchów konotacyjnych” nie dochodzi do nadinterpretacji, w których wszystko zaczyna kojarzyć się ze wszystkim? Językoznawczyni dostrzega „mocne [...] związki zapachu z latem i jego konotacjami” (s. 130) (zapach i lato pisane bez kursywy, co wskazywałoby raczej na skojarzenia, a nie semantyczne konotacje słów) i wyznacza „łańcuchy konotacyjne”: ‘lato’ – ‘słońce’ – ‘morze’ – ‘plaża’ – ‘promenada’ – ‘bryza’ – ‘piasek’ – ‘wiatr’ (s. 128–130). Podaje przykłady opisów perfum, w których występuje słowo *lato* i inne z przytoczonej grupy. Czy jest to jednak „łańcuch konotacyjny” (*lata* = *zapachu*?) czy raczej dostrzeżenie w tekstach perswazyjnych ciągów skojarzeniowych z pola asocjacyjnego? Autorka w innych miejscach monografii wydaje się świadoma istnienia różnicy między konotacjami umotywowanymi modelem pojęciowym, a jednostkowymi skojarzeniami ze słowem, występującymi w konkretnym tekście. Schemat, za pomocą którego Witkowska obrazuje „szeroki potencjał konotacyjny *zapachu*” (s. 140) zatytułowany jest „Model skojarzeń związanych z zapachem przyjemnym” (s. 140) i tylko luźno nawiązuje (i metodologicznie, i graficznie) do modelu definicji otwartej.

Językoznawczyni podkreśla, że „szczególnie istotne dla rozważań okazują się badania konotacji związanych z zapachem (zarówno skonwencjonalizowanych skojarzeń, jak i indywidualnych, artystycznych asocjacji) oraz synestezji i metafor synestezyjnych odnoszących się do zmysłu powonienia” (s. 248). Analizując natomiast językowe odwołania międzyzmysłowe w tekstach o woni, stwierdza, że w opisach zapachów „żadne inne słowa, wyrażenia, określenia nie są tak częste i powszechne jak te nawiązujące do pozostałych zmysłów” (s. 160) i dostrzega powiązania między zapachem a doznaniem każdego z czterech zmysłów: (1) dotyku, (2) smaku, (3) wzroku, (4) słuchu. Tezy te popiera licznymi przykładami tekstowymi. Umiejętność autorki syntetyzowania danych tekstowych sprawia, że zrekonstruowany przez nią językowo-kulturowy obraz *zapachu* ma charakter spójny: całościowy, a zarazem wieloaspektowy.

Monografia Ilony Witkowskiej nie tylko odtwarza językowo-kulturowy obraz *zapachu* we współczesnych tekstach perswazyjnych, lecz także wnosi istotny wkład do naszej wiedzy o poznaniu zmysłowym w ogóle. Warto dodać, że oprócz walorów poznawczych lektura przynosi odbiorcy przyjemność dzięki umiejętności autorki posługiwania się stylem naukowym, przy zachowaniu jasności wywodu. Odnotować należy jednak niedostatki w zakresie redakcji monografii. Poza licznymi powtórzeniami w tekście głównym, trudność w odbiorze stanowi może umieszczenie

obszernych treści teoretycznych, a nawet przyjętych decyzji terminologicznych, w przypisach (na przykład wywodu o synestezjach i metaforach synestezyjnych w przypisie 182). Do niedociągnięć należy również zapis jednostki leksykalnej bez kursywy. Zauważyć też można pewne usterki redakcyjne: czytelnika może zaskoczyć brak w bibliografii pozycji, do których odesłania pojawiają się w tekście (na przykład: Pajdzińska, Tokarski 1996; Pisarek 1978).

Literatura

- Anusiewicz Janusz, 1990, *Problematyka językowego obrazu świata w poglądach niektórych językoznawców i filozofów niemieckich XX wieku*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 277–307.
- Badyda Ewa, 2013, „Upadły anioł zmysłów”? *Metaforyka zapachu i percepcji węchowej we współczesnej polszczyźnie*, Gdańsk: Wydawnictwo UG.
- Bartmiński Jerzy, 1990, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 109–127.
- Bartmiński Jerzy, 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem na przykładzie stereotypu matki*, [w:] *Język a kultura*, t. 12: *Stereotyp jako przedmiot badań lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej s. 63–83.
- Bartmiński Jerzy, 2008, *Etnolingwistyka, lingwistyka kulturowa, lingwistyka antropologiczna?*, [w:] *Język a kultura*, t. 20: *Tom jubileuszowy*, red. Anna Dąbrowska, Wrocław: Wydawnictwo UWr, s. 15–33.
- Bartmiński Jerzy, 2012, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Bartmiński Jerzy, Panasiuk Jolanta, 1993, *Stereotypy językowe*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, Wrocław: „Wiedza o Kulturze”, s. 363–387.
- Grzegorzczkowska Renata, 1990, *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 39–46.
- Maćkiewicz Jolanta, 1990a, *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 47–55.
- Maćkiewicz Jolanta, 1990b, *Metafora a językowy obraz świata (na przykładzie metaforyki morskiej)*, „Etnolingwistyka” 3, s. 49–58.
- Pajdzińska Anna, 1996, *Wrażenia zmysłowe jako podstawa metafor językowych*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 8, s. 113–130.
- Pisarkowa Krystyna, 1972, *Szkic pola semantycznego zapachów w polszczyźnie*, „Język Polski” LII, z. 5, s. 330–340.
- Tokarski Ryszard, 1990, *Językowy obraz świata w metaforach potocznych*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 65–81.
- Tokarski Ryszard, 2013, *Światy za słowami*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Żuk Grzegorz, 2010, *Językowy obraz świata w polskiej lingwistyce przelomu wieków*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przelomie XX i XXI wieku*, red. Małgorzata Karwatowska, Adam Siwiec, Chełm: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa: Chełmskie Towarzystwo Naukowe, s. 239–257.