

Nacechowanie wyrazów

Nacechowanie wyrazów

Wstęp

Temperaturę języka można podnosić i obniżać za pomocą różnych słów i zwrotów. Należą do nich między innymi **eufemizmy** i **hiperbole**.

Eufemizmy to określenia, którymi zastępuje się często niegrzeczne lub niestosowne wyrażenia. Używa się ich po to, żeby złagodzić treści wypowiedzi. Eufemizmy zastępują wyrazy drastyczne, dosadne, niemoralne i wstydlive. Popularne przykłady eufemizmów to np.: „wylewać za kołnierz”, „inteligentny inaczej”, „zasnąć na wieki”.

Zdecydowanie inny charakter ma **hiperbola**. Ten środek stylistyczny służy wyolbrzymieniu. Za pomocą hiperboli przesadnie przedstawiane są cechy i znaczenia. Hiperbola służy najczęściej wytworzeniu odpowiedniego nastroju, przyczynia się do nadania uroczystego tonu, a także do wywołania skrajnych uczuć. Hiperbole stosowane są również w tekstach reklamowych, a ludzie posługują się nimi w codziennej komunikacji. Dlatego tak popularne są zwroty: „pożerać kogoś wzrokiem”, „umierać ze strachu”, „konać ze zmęczenia”, „czekać na kogoś wieki”.



Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o.

Nauczysz się

1. rozróżniać typy tekstów, w tym tekstów o zabarwieniu neutralnym i emocjonalnym;
2. używać podczas swoich wypowiedzi hiperbol i eufemizmów ze świadomością intencji i kontekstu wypowiedzi;
3. określać funkcję środków językowych użytych w tekście;
4. świadomie posługiwać się środkami językowymi i związkami frazeologicznymi;
5. przekształcić proste teksty tak, aby nabrały zabarwienia emocjonalnego, tzn. z wykorzystaniem hiperbol i eufemizmów;

6. redagować teksty.

Cele edukacyjne zgodne z etapem kształcenia

1. doskonałą umiejętność rozróżniania typów tekstów, w tym tekstu o zabarwieniu neutralnym i emocjonalnym;
2. kształcą umiejętność analizy funkcji ekspresywnej tekstu;
3. dokonują analizy środków językowych użytych w tekście;
4. wykonują ćwiczenia redakcyjne polegające na przekształcaniu tekstów;
5. operują świadomie środkami językowymi i związkami frazeologicznymi;
6. pracują z wykorzystaniem internetu znajdując określone typy tekstów.

NACECHOWANIE WYRAZÓW – audiobook

Rozdziały audiobooka:

1. Supersmutek i megahiperbola
2. Zagubione bogactwo językowe
3. Eufemizm na ratunek

Notatka dla prowadzącego



Wskazówka

Wysłuchaj uważnie audiobooka.

Zwróć uwagę na użyte w nich środki językowe: hiperbole i eufemizmy. Określ ich funkcję w tekstach, wypowiedziach.

Audiobook można wysłuchać pod adresem: <https://zpe.gov.pl/b/PrpxGlebo>

Nacechowanie wyrazów

Rozdział 1

Supersmutek i megahiperbola

Materiał przedstawia fragment rozmowy Jerzego Sosnowskiego z trzema znanymi językoznawcami: Jerzym Bralczykiem, Janem Miodkiem i Andrzejem Markowskim.

Rozmowa pochodzi z książki „Wszystko zależy od przyimka” i dotyczy nadmiernej hiperbolizacji w języku polskim.

Co o zjawisku hiperbolizacji w języku mówią znani językoznawcy?

— ...Otóż mam wrażenie, że właśnie reklamie zawdzięczamy niewiarygodną wręcz karierę takich słów, jak: super, hiper, mega i ekstra. I przyznam, że usłyszałem niedawno nagrodzonego na festiwalu sympatycznego skądinąd piosenkarza, który dziękował za nagrodę, mówiąc, że jest to dla niego megaradość, zrobiło mi się słabo.

— A mnie się robi słabo, jak ludzie mówią „potwornie” albo jak mówią „robi mi się słabo”. Bo mnie się nie robi słabo, co najwyżej reaguję pewną niechęcią.

— Ale przyznacie, że jest lepiej niż kiedyś. Bo my mieliśmy tylko „fajnie” i to musiało wystarczyć za całą potoczność. Oni mają dziś: super, ekstra, mega, cool, wypas...

— To nie jest język potoczny, to jest młodzieżowy slang. Ja bym to rozróżniał. Bo jeżeli młodzież tak mówi między sobą, jest to na miejscu, ale kiedy ten slang wchodzi do mowy potocznej...

— ...jest to groteskowe.

— Ale czy złożenie megaradość w ogóle wam się podoba?

— Nie bardzo mi się podoba. Słyszałem już megasuperradość.

— Dziś każda książka to bestseller, byle piosenka to jest hit, byle plakat to arcydzieło.

— To się nazywa hiperbolizacja, czyli używanie wyrazów o bardzo dodatnim znaczeniu.

— A jej natężenie świadczy o znacznie podniesionej temperaturze języka. Język ma gorączkę. Ze wszystkim przesadzamy. Nie można już się czymś interesować, nie można mieć zainteresowań, tylko pasję trzeba mieć. Nie możemy się czymś niepokoić, tylko od razu nas to bulwersuje.

— Nie możemy mieć kłopotów, tylko problemy.

— I ta intensywność sprawia, że słowa się desensytyzują. Czyli słowa, które kiedyś były używane w stanach najwyższego napięcia, teraz są używane na co dzień.

— Słowo „niesamowity” kryło kiedyś w sobie element grozy: niesamowity wyraz twarzy, niesamowity widok. Ale Jan Ciszewski, legendarny komentator sportowy, kiedy bramkarz zrobił pół kroku do przodu, już krzyczał: „Coś niesamowitego, pusta bramka!”. I to on zaczął ten proces!

- Albo horror...W normalnych codziennych rozmowach, gdy jedziemy: Co za horror tutaj na drodze! Jaki horror? Dwa samochody więcej niż zwykle.
- Makabra.
- Masakra!
- Wszystko to jest przerażające.
- To akurat politycy upowszechnili. Ale w „porażającym” jest coś jeszcze. Porażający pokazuje rzekomą obiektywizację. Bo to już nie jest coś, co mną wstrząsnęło, tylko wszystkich poraziło.
- A ja się zastanawiam, kiedy się skończy ta hiperbolizacja? Co będzie po tym stopniowaniu: super, hiper, mega. Galaktycznie? Dalej więc musi nastąpić spadek, bo to stopniowanie hiperów nie będzie już działać.
- Dla mnie nawet bardziej rażące było rozpowszechnienie się zera – zera czegoś.
- Zero tolerancji na przykład. Zero zysków.
- Bo o ile „megaradość” nie prymitywizuje naszego myślenia, o tyle takie „zero” trochę tak.
- W tym właśnie megastopniowaniu widać wpływ rzeczywistości elektronicznej. My byliśmy wychowani na megawatach. A teraz są „megabajty”.
- Chyba jednak pośrednikiem była reklama.
- Słyszałem kiedyś, jak matka mówi do córki: „Jaki cudowny zapach”. A ona z ironią, właściwie graniczącą z nienawiścią: „Jaki cudowny? Jest ekstra!” Bo jak reklama, to musi być ekstra, musi być super. No i trzeba koniecznie „odkryć zapach”. Świętej pamięci Ewa Szumańska mówiła, że kiedy słyszała w reklamie słowo „odkryć”, to miała ochotę ją zakryć. To podobnie, jak powiedziałeś o wziętym z piosenki powiedzeniu „Życie jest nowelą, której nigdy nie masz dosyć”. Usłyszysz i już masz dosyć.

Rozdział 2

Zagubione bogactwo językowe

Materiał przedstawia audycję radiową z fragmentem tekstu Jana Miodka, „Ojczyzna polszczyzna dla uczniów” oraz wybrane komentarze sportowe. Materiał jest kontynuacją

tematu związanego ze stosowaniem w języku hiperboli.

Witam serdecznie wszystkich słuchaczy. Dziś w audycji „Zagubione bogactwo językowe”, jak co tydzień, będę sobie strzepił język nad językiem. Tym razem będzie nie tylko o języku, ale i o sporcie. Zdziwieni? To zostańcie ze mną, a sami się przekonacie, jak sportowy klimat zapanuje. Zacznę jednak od zacytowania znanego wszystkim językoznawcy, profesora Jana Miodka. Otóż powiedział on, że:

„Coraz rzadziej też, niestety, słyszę różnorodne pozytywne określenia chłopców i dziewcząt: miły, ujmujący, grzeczny, wesoły, koleżeński, sympatyczny, przystojny, elegancki, dżentelmeński, szarmancki, ładna, modna, szalowa, urocza, miła, śliczna, piękna. Zamiast nich pojawia się wszędzie monotonne super-: superchłopak, superfacet, superbabka, superfacetka. Pamiętajcie: stopień zróżnicowania używanych form jest miarą Waszej sprawności językowej, jest także miarą bogactwa stylistycznego Waszego ojczystego języka”.

Oczywiście Miodek w tej wypowiedzi nawiązuje do zjawiska językowego nazywanego hiperbolizacją. Nie jestem fanem hiperbol, ale chyba nie da się ich uniknąć. Bywa nawet, że mają swój urok. Ba! Potrafią być zabawne. Moje ulubione hiperbole to te w relacjach sportowych. Kojarzycie, co w emocjach wygadują, albo wykrzykują komentatorzy sportowi? Mistrzami są oczywiście komentatorzy piłki nożnej. Oni to potrafią poszaleć z językiem. Zaraz się sami o tym przekonacie.

Przygotowałem dla was kilka cytatów. Nie uda mi się przeczytać ich z takim entuzjazmem, jak Szpakowski, czy Tomaszewski, ale specjalnie dla was wcielę się w rolę jak najlepiej. To zaczynamy!

„To nie był błąd – to był wielki błąd.” – kojarzycie? To słowa Jana Tomaszewskiego z Wizji Sport.

„To nie był strzał, to był postrzał!” – tym razem to Roman Kolton z Polsatu.

„Dobrze, dobrze! Fenomenalnie!!! Chociaż może trochę za krótko, te 112 m. Ajjjj...” – a to nikt inny jak Dariusz Szpakowski. I kolejne jego słowa, tym razem o Bachledzie: „Jest dynamit! Udana wyjście z progu!... I... Żle...”.

Kolejne hiperbole pełne emocji w wykonaniu Dariusza Szpakowskiego:

„Końcówka zapowiada się nam niezwykle eksplozywnie...”

„Na Old Trafford Manchester United nigdy nie przegrał, ale nigdy nie oznacza zawsze.”

„Sam boski i mocno ostrzyżony Vialli nie strzelił karnego”

I jak wam się podoba? Tak, jak obiecałem było w sportowym duchu. Na koniec tradycyjnie pytanie konkursowe:

Jakie hiperbole możemy znaleźć w tych wypowiedziach? Jakie pełnią funkcje? Jaki efekt wywołują u odbiorcy i dlaczego?

Na odpowiedzi czekam do przyszłego piątku, a wysyłajcie je oczywiście na e-mail audycji. Żegnam się z wami megaserdecznie, a kolejna audycja za tydzień.

Rozdział 3

Eufemizm na ratunek

Materiał przedstawia rozmowę dwóch osób. Dotyczy zastępowania mocnych słów delikatniejszymi. Ta sekcja poświęcona jest eufemizmom.

— Hej Aniu, dlaczego jesteś taka smutna?

— A daj spokój. Magda obraziła się na mnie.

— A co się stało?

— Tak naprawdę to nic. Powiedziałam jej tylko kilka słów, co myślę o jej nowej kumpeli, no i obraziła się.

— A co dokładnie jej powiedziałaś?

— Prawdę powiedziałam, że jest leniwa, kradnie ręczniki z hoteli i że jest chyba ślepa skoro tego nie widzi. Na ostatnim wyjeździe miałam na nią oko.

— Miałas prawo powiedzieć co myślisz, ale mogłaś zrobić to w delikatniejszy sposób. Powinnaś użyć eufemizmów.

— Czego?

— Eufemizmów. Są to określenia, którymi zastępuje się niegrzeczne lub niestosowne wypowiedzi. Stosuje się je często, żeby złagodzić treść wypowiedzi. Eufemizmy zastępują wyrazy drastyczne, dosadne, wulgarne.

— Czyli jak twoim zdaniem powinnam to powiedzieć?

— Mogłaś powiedzieć zamiast leniwa, urodziła się w niedzielę. Zamiast kradnie, że ma lepsze ręce. Uraziło ją pewnie też, że powiedziałaś o niej, iż jest ślepa. Ona widzi

sytuację inaczej, tak jest łagodniej.

– Sugerujesz, że powinnam bardziej oględnie dobierać słowa?

– Jeśli nie chcesz więcej takich sytuacji, postaraj się drastyczne, czy negatywne słowa zastępować eufemizmami. Osłabiają one zbyt mocną wypowiedź. Zmniejszają jej ładunek emocjonalny.

– Możesz mi podać jakieś przykłady?

– Pewnie. Na przykład zamiast głupi można powiedzieć niemądry. Zamiast kłamać – mija się z prawdą. Zamiast gruby – puszysty, a zamiast umarł, na przykład zasnął w Panu.

– Teraz chyba powinnam przeprosić Magdę.

– Myślę, że tak. Powodzenia.

– Dzięki.

j.polski_scen11_audiobook

Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Polecenie 1

Po zapoznaniu się z audiobookiem wiesz już czym jest hiperbola.

Napisz krótki tekst opisujący dowolną codzienną sytuację używając co najmniej czterech środków językowych tego rodzaju.

Polecenie 2

Zredaguj tekst – charakterystykę postaci – Twojej przyjaciółki, przyjaciela, w którym użyjesz określeń: *miły, ujmujący, grzeczny, wesoły, koleżeński, sympatyczny, przystojny, elegancki, dżentelmeński, szarmancki, ładna, modna, szalowa, urocza, miła, śliczna, piękna* zamiast: *superchłopak, superfacet, suerbabka, superfacetka*.

Polecenie 3

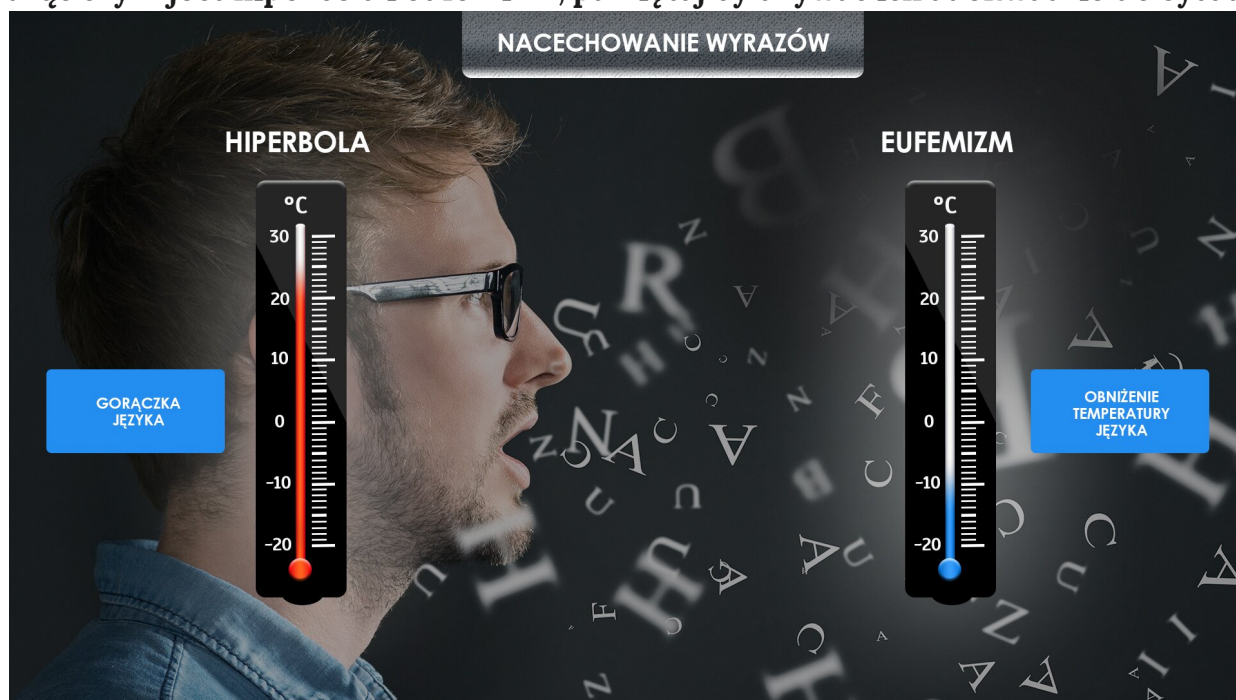
Wyjaśnij, jaką funkcję pełni eufemizm użyty w poniższej wypowiedzi:

Mój dziadek, mimo bycia w jesieni życia, zawsze wygrywa ze mną w tenisa.

Podsumowanie

Emocjonalne nacechowanie wyrazów w zjawisku **hiperbolizacji** doskonale określa Jerzy Bralczyk. Językoznawca stwierdził, że „*język ma gorączkę*”, a „*znaczące podniesienie temperatury języka*” powoduje, że wyczerpują się środki językowe, którymi możemy opisać otaczającą nas rzeczywistość. W efekcie następuje spadek przekazywanych emocji, gdyż stopniowanie okazuje się niemożliwe.

Wiedząc czym jest hiperbola i eufemizm, pamiętaj by używać ich adekwatnie do sytuacji



Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o.

PRACA DOMOWA

Praca domowa

Polecenie 4.1

Weź udział w konkursie na najciekawsze hiperbole i eufemizmy funkcjonujące w języku potocznym. W tym celu obserwuj w ciągu tygodnia sposób wypowiadania się Twoich znajomych, przyjaciół, członków rodziny. Zanotuj przykłady użytych przez nich hiperbol i eufemizmów. Jurorzy, oceniający zgromadzony materiał, wezmą pod uwagę następujące elementy:

1. liczba zgromadzonych środków (hiperbol i eufemizmów);
2. oryginalność przedstawionych wyrażen.

Zadania

Ćwiczenie 1

Dopasuj słowa do właściwych hiperboli.

Przeciągnij i upuść elementy w odpowiednie miejsca.

kłopoty

pasja

znana piosenka

hit

dobra książka

bestseller

dobrze

jak na ścięcie

niechętnie

zgryzota

zainteresowanie

super

dobry plakat

bulwersować

niepokoić

arcydzieło

Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Ćwiczenie 2

Uzupełnij poniższe wypowiedzi tak, aby nadać im formę hiperbol.

Przeciągnij i upuść odpowiednie słowa lub zwroty, zamieszczone poniżej.

ujmujący chłopak

zabójczy żart

przeuroczy chłopak

wesoła dziewczyna

boska dziewczyna

fenomenalny rzut

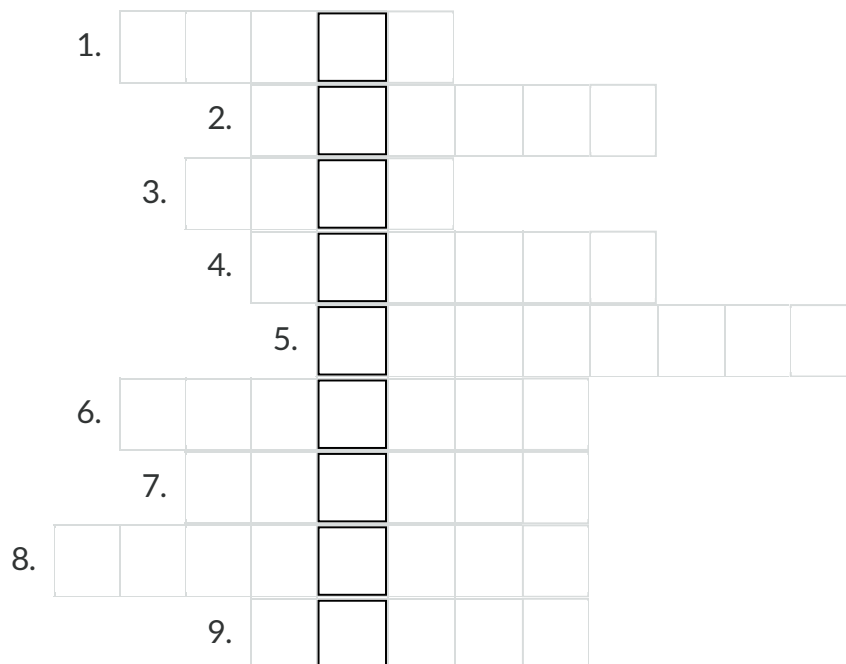
dobry rzut

świetny żart

Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Ćwiczenie 3

Rozwiąż krzyżówkę, wpisując wyrażenia, które mogą zostać zastąpione podanymi poniżej eufemizmami.



1. - bardzo oszczędny
2. - nie ma motywacji do pracy
3. - Wielki Brat (dawniej)
4. - przedłużenie czoła
5. - ma dwie twarze
6. - jesień życia
7. - mija się z prawdą
8. - ma lepkie ręce
9. - pozbawić życia

Źródło: Eduexpert Sp. z o.o. / Evaco Sp. z o.o., licencja: CC BY 3.0.

Słowniczek

bulwersować

wywoływać oburzenie, złość, niesmak

<https://sjp.pwn.pl/sjp/bulwersowac;2552805.html>

desensytyzacja

desensytyzacja w języku polega na osłabieniu wrażliwości, najczęściej w wyniku zbyt długiego obcowania ze zjawiskami językowymi, na które wcześniej reagowano mocniej. Częste powtarzanie negatywnych przykładów uodparnia, zaczyna w nich dominować medialna atrakcyjność, przestają szokować i uchodzić za naganne

Na podstawie: Jerzy Bralczyk, *Brutalizacja języka publicznego*,

<http://www.etykaslowa.edu.pl/wp-content/uploads/2016/03/BRUTALIZACJA-J%C4%98ZYKA-PUBLICZNEGO.pdf>

eufemizm

(z gr. ευφημισμός – euphēmismós, od eu „dobrze” i phemi „mówić”)

wyraz, wyrażenie lub zwrot używany zamiast innego, którego chce się uniknąć ze względów obyczajowych, politycznych, religijnych itp., np. „zasnąć na wieki” zamiast „umrzeć”; określenie peryfrastyczne

<https://sjp.pl/>

hiperbola

(z gr. hyperbolē „przerzucenie”, „przesada”)

motyw stylistyczny w tekście lub mowie, polegający na zamierzonej przesadzie w opisie czegoś

<https://sjp.pl/>

hiperbolizować

wyolbrzymiać coś, nadawać czemuś większe znaczenie, niż jest ono naprawdę

<https://sjp.pl/>

język potoczny

wariant języka używany w codziennych sytuacjach życiowych

<https://sjp.pwn.pl/sjp/jezyk-potoczny;2468228.html>

slang

potoczna odmiana języka używana przez jakąś grupę zawodową lub środowiskową

<https://sjp.pwn.pl/sjp/slang;2575653.html>