

Elżbieta AWRAMIUK

Uniwersytet w Białymstoku

HOMONIMIA W FUNKCJI IMPRESYWNEJ

1. WSTĘP

Homonimia – najogólniej mówiąc – polega na wyrażaniu różnych znaczeń za pomocą identycznej formy językowej. Pojęcia „formy” i „znaczenia” wiążą się z teorią znaku językowego. Do komunikacji między ludźmi dochodzi za pomocą obiektów fizycznych, mówionych lub pisanych. Obiekty te są jednostkami unilateralnymi i dopiero ich interpretacja semantyczna (bilateralizacja) pozwala mówić o znaku językowym i stwierdzić, czy mamy do czynienia z jedną jednostką czy z większą ich ilością¹. W żartobliwym, znanym wierszu Jerzego Ficowskiego: *I wywiesił szyld na płocie / Że ochotę ma na płocie* temu samemu ciągowi liter po uwzględnieniu jego cech syntaktycznych i semantycznych można przypisać dwojaki sens. Słowo *płocie* uznaje się za homonimiczne ze względu na zbieżność form fleksyjnych leksemów *plot* i *plot*.

Homonimia oznacza sytuację, w której dwie językowe jednostki bilateralne mają ten sam wykładnik tekstowy. Ponieważ formalna tożsamość może dotyczyć realizacji graficznej (ten sam ciąg liter: *płocie*) lub fonicznej (ten sam ciąg dźwięków: /płóće/), to w zależności od tego, jakiego typu obiekt unilateralny jest punktem wyjścia (ciąg liter czy ciąg dźwięków), na jakim poziomie się dokonuje się bilateralizacji i na jaki aspekt utożsamienia zwraca się uwagę, homonimiczne okazać się mogą różne obiekty językowe. Oto kilka przykładów takich utożsamień.

¹ Por. Z. Saloni, *Unilateralne i bilateralne podejście do znaków języka (naturalnego)*, [w:] *W świecie znaków. Księga pamiątkowa ku czci Profesora Jerzego Pelca*, Warszawa 1996, s. 287–294.

- (1) *Pies na łapie łapie pchły.*
- (2) *Kobiety, tam nie ma żadnej kobiety.*
- (3) *Żeby nie było Nietzschego.*
- (4) *Ten cis jest nieciekawym.*
- (5) *Podaj parasol Oli.*
- (6) /'manas'troje/

W zdaniu (1) homonimiczne są wykładniki form należących do różnych leksemów, w zdaniu (2) – wykładniki form wyrazowych należących do jednego leksemu. W przykładzie (3) homonimia obejmuje jedynie stronę dźwiękową (zjawisko homofonii), a w (4) – jedynie poziom ortografii (homografia). W zdaniu (5) homonimiczne okazuje się zdanie, a wieloznaczność wypowiedzi wynika z możliwości dwójakiej interpretacji składniowej. Bilateralizacja sekwencji dźwięków z przykładu (6) prowadzi do różnej segmentacji ortograficznej tekstu i wyodrębnienia różnych komunikatów: fraza /'manas'troje/ oznaczać może trzy – jednoznaczne w zapisie ortograficznym – komunikaty: *ma na stroje*, *ma nas troje* oraz *ma nastroje*. Zjawisko homonimii spotyka się w różnych podsystemach języka i w różnych jego realizacjach substancjalnych.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie – głównie na przykładzie tytułów prasowych tygodnika „Polityka” – sposobów wykorzystania zjawiska homonimii do realizacji funkcji impresywnej.

2. HOMONIMIA JAKO PROBLEM JĘZYKOZNAWCÓW I UŻYTKOWNIKÓW JĘZYKA

Homonimia jako zjawisko językowe w sposób naturalny interesuje językoznawców i stanowi dla nich problem teoretyczny² i praktyczny³. Językoznawcy nie są zgodni co do sposobu jej definiowania i systematyzowania, a jednocześnie muszą przyjmować konkretne rozwiązania, np. podczas tworzenia słowników lub automatycznego przetwarzania korpusów tekstów.

² Zob. M. Majewska, *Homonimia i homonimy w opisie językoznawczym*, Warszawa 2002.

³ Zob. U. Andrejewicz, *Homonimiczność form wyrazowych jako problem słownikowy*, [w:] *Studia z polskiej leksykografii współczesnej*, t. II, pod red. Z. Saloniego, Białystok 1988, s. 289–298; Z. Saloni, *Homonimia a hasła w słownikach polskich*, „Język Polski” 1996, z. 4–5, s. 303–314; M. Świdziński, M. Derwojedowa, M. Rudolf, *Dehomonizacja i desynkretyzacja w procesie automatycznego przetwarzania wielkich korpusów tekstów polskich*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, 2002, z. LVIII, s. 187–199.

Teoretyczne problemy związane z homonimią dotyczą niejednoznacznych definicji, rozbieżności metod analizy, rozbudowanego, ale i niespójnego aparatu pojęciowego wykorzystywanego przy opisie zjawiska⁴ (obejmującego m.in. następujące terminy: homonimia fleksyjna, międzyparadygmatyczna i wewnątrzparadygmatyczna, homonimia składowa i leksykalna, homografia i homofonia, homonimia tekstowa i systemowa, homonimia międzyjęzykowa⁵, homonimia częściowa i całkowita, homoformy, homonimy rdzenne i słowotwórcze), a także zależności między pojęciami homonimia i polisemia⁶.

Dostrzeżenie homonimii w języku rodzimym jest uzasadnione potrzebą opisu systemu leksykalnego i z tego względu homonimia dla językoznawców stanowi problem praktyczny (niewątpliwie mający jednak związek z zasygnalizowanymi wyżej problemami teoretycznymi). Twórcy słowników muszą przyjmować pewne rozwiązania praktyczne, gdyż zdarza się, że dwa w sposób oczywisty różne – według przyjętych przez dany słownik założeń – leksemy mają identyczną formę hasłową, np. *wieść* zarówno dla czasownika (*wiedzie spór*), jak i rzeczownika (*o dziwnych wieściach*). Jednostki takie opatruje się różnymi indeksami, np. zgodnie z konwencją przyjętą w słownikach polskich *I wieść* i *II wieść*. Należy podkreślić, że przyjęty w tradycyjnych ujęciach leksykograficznych sposób prezentacji materiału językowego eksponuje jedynie homonimię nazw leksemów, podczas gdy prawdziwe bogactwo homonimiczności polszczyzny widać dopiero wtedy, kiedy „zagląda” się w paradygmaty. Polska homonimia międzyparadygmatyczna została poddana badaniom, odkąd w pracach leksykograficznych zaczęto opierać się na automatycznej analizie tekstu (por. *Słownik frekwencyjny polszczyzny współczesnej*⁷). Homonimiczność języka okazała się wtedy bardzo poważnym problemem technicznym.

⁴ Więcej na ten temat zob.: E. Awramiuk, *Systemowość polskiej homonimii międzyparadygmatycznej*, Białystok 1999, s. 11–17.

⁵ Inne nazwy: *falszywi przyjaciele tłumacza*, *pozorne odpowiedniki*, *pułapki leksykalne*, por. ros. *balagan* ‘barak’, ang. *sympathy* ‘współczucie’, słowackie *poprava* ‘egzekucja, stracenie’.

⁶ Por.: D. Buttler, *Słownik polskich homonimów całkowitych*, Wrocław 1988, s. 6; H. Jadacka, *Neosemantyzacja w perspektywie polisemii i homonimii (przyczynki leksykologiczno-leksykograficzne)*, „Prace Filologiczne” t. 46, (2001), s. 217–221; M. Grochowski, *Zarys leksykologii i leksykografii*, Toruń 1982, s. 80; R. Grzegorzczkowska, *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*, Warszawa 1990, s. 41.

⁷ I. Kurcz, A. Lewicki, J. Sambor, K. Szafran, J. Woronczak, *Słownik frekwencyjny polszczyzny współczesnej*, t. 1–2, Kraków 1990.

Homonimia stanowi kłopotliwy obiekt badań lingwistów, gdyż nagromadzone podejścia i ujęcia (np. synchroniczne lub diachroniczne, od leksemu do form wyrazowych lub od form wyrazowych ku leksemom) nakładają się na siebie, tworząc obszar bardzo niejednorodny. Niewątpliwie każdy, kto w sposób spójny zechce wypowiedzieć się na temat homonimii, musi przyjąć pewne podstawy teoretyczne. Zaprezentowana na wstępie teoria znaku językowego jest taką spójną metodologią i pozwala w sposób zdyscyplinowany omawiać zjawisko homonimii.

Użytkownik języka najczęściej uświadamia sobie istnienie homonimii w szkole, podczas nauki czytania i pisania oraz doświadczając różnego rodzaju nieporozumień komunikacyjnych podczas pisania/czytania i mówienia/słuchania. Homonimia jest źródłem ortograficznych trudności, takich jak odróżnianie wyrazów pospolitych od nazw własnych (np. *arab* – *Arab*, *szwedka* – *Szwedka*, *prusak* – *Prusak*, *polka* – *Polka*) czy pisownia wyrazów zawierających charakterystyczne dla polszczyzny zbieżności fonetyczne (np. *jerzyk* ‘mały ptak’ / *język* ‘mały jeź’; *masaż* ‘zabieg leczniczy lub relaksacyjny’ / *masarz* ‘osoba zajmująca się wyrobem wędlin’). Błąd ortograficzny popełniony przez nadawcę może skierować odbiorcę tekstu pisanego na manowce, podobnie jak niedbała wymowa w komunikacji bezpośredniej może w konkretnej sytuacji komunikacyjnej doprowadzić do nieporozumienia. Przykładem wspomnianej sytuacji jest realizacja spółgłosek /tʃ/ (w zapisie *trz*) jako /č/ w wyrazach *trzy* lub *trzysta* lub realizacja spółgłosek /stʃ/ (w zapisie *strz*) jako /šč/ w wyrażeniu *strzał w nocy*. Niezamierzona homonimiczność i będąca jej konsekwencją niezamierzona niejednoznaczność w piśmie mogą być spowodowane brakiem znaków przestankowych (np. **Czytając pilnie śledził tok myśli autora*) lub niejednoznacznością pewnej frazy (por. *Nie podoba mi się bicie nastolatków*). W wypowiedziach ustnych częstym powodem niejednoznaczności jest dwójaka możliwość segmentacji ortograficznej danego ciągu fonicznego, co ilustrują następujące przykłady: *spożyciem* / *z pożyczciem*, *żeby coś tam się działo* / *żeby coś tam siedziało*. Dostrzeżenie takiej homonimiczności następuje w momencie uświadomienia sobie niezgodności odbioru z intencją nadawcy.

Homonimiczność z punktu widzenia komunikatywności wydaje się zjawiskiem zbędnym, a nawet szkodliwym, gdyż jest źródłem ortograficznych trudności i komunikacyjnych niejednoznaczności. Są jednak obszary, w których homonimia jest bardzo świadomie eksploatowana. Należy do nich komunikacja masowa, a konkretnie te jej elementy, które re-

alizują funkcję impresywną, czyli tytuły (prasowe, filmowe, radiowe itp.) lub reklama. Funkcja impresywna polega na wpływaniu na zachowanie odbiorcy, wywołaniu u niego określonych reakcji w postaci postaw lub przekonań oraz nakłonienu go do podjęcia pewnych działań (np. przeczytania całego tekstu, obejrzenia filmu, kupna danego produktu). Do standardowych środków językowych realizujących tę funkcję zalicza się czasowniki niewłaściwe (*należy, musieć, trzeba*), rozkazniki (*kup, usiądź, naprzód marsz*), bezokoliczniki (*nie wychylać się, przechodzić prawą stroną*) oraz inne formy czasownika o znaczeniu dyrektywnym (*proszę natychmiast przestać, zarządzam wymianę dokumentów, masz to zrobić*). Wspomniany rejestr można rozszerzyć o homonimiczność, która z powodzeniem bywa wykorzystywana w funkcji nakłaniającej.

3. HOMONIMIA W TYTUŁACH PRASOWYCH

Rolą tytułu lub nagłówek prasowego jest przyciągnięcie uwagi czytelnika wertującego prasę w poszukiwaniu czegoś interesującego. Dobry tytuł powinien zaskoczyć nieoczekiwanym zestawieniem, zaintrygować, przykuć uwagę czytelnika i skłonić go do przeczytania tego właśnie artykułu. Dziennikarze „Polityki” znakomicie osiągają te cele, wykorzystując homonimiczność form nazwy pospolitej i własnej oraz form pochodzących z różnych języków, homofonię wynikającą z różnych możliwości segmentacji tekstu, a także homonimie form różnych leksemów. Każdy z wymienionych sposobów zostanie zobrazowany tytułami prasowymi z wybranych numerów tygodnika „Polityka” z lat 2004–2008⁸.

3.1. HOMONIMIA FORM NAZWY POSPOLITEJ I NAZWY WŁASNEJ

- (7) *No to **Bach!*** (P 2005/33: 58)⁹
- (8) ***Stan** ciężki, urojony* (P 2005/23: 83)
- (9) *Królowa **ULa*** (P 2005/20: 28)
- (10) ***Koni** goni* (P 2008/1: 11)
- (11) *Nie damy **Czadu*** (P 2008/2: 44)

⁸ Korzystałam z dostępnego on-line archiwum tygodnika: <http://archiwum.polityka.pl>.

⁹ Zapis oznacza: „Polityka” z roku 2005 nr 33, s. 58.

Przykład (7) stanowi tytuł artykułu poświęconego Festiwalowi Bachowskiemu w Świdnicy. Jego treścią jest m.in. rywalizacja miast na tle kultury. Homonimiczność wynika tu z przenikania – identycznych w postaci fonicznej – znaczeń nieodmiennego wykrzyknika onomatopiecznego (zwykle zapisywanego z wykrzyknikiem) oraz nazwiska słynnego kompozytora. Pisownia wyrazu w tytule (wielka litera na początku oraz wykrzyknik na końcu) wzmacniają dwuznaczność.

Przykład (8) dotyczy Stana (czyli Stanisława) Tymińskiego, który kiedyś niewielką ilością głosów przegrał wybory z Lechem Wałęsą, a w 2005 roku chciał znowu stanąć do walki o prezydenturę. Homonimiczność obejmuje skróconą formę imienia brzmieniowo tożsamą z wyrazem pospolitym, zestawioną z przymiotnikiem zwykle współwystępującym właśnie z nazwą pospolitą (*ciężki stan*).

Tytułowa królowa z przykładu (9) to Izabela Jaruga-Nowacka, w 2005 roku szefowa Unii Lewicy (UL). Przykład wykorzystuje homonimie form trzech leksemów: D lp. rzeczownika r. m. *ul*, M lp. żeńskiego imienia *Ula* oraz D lp. skrótowca UL. W oryginalnym tekście wieloznaczność została wzmocniona przez zapis: w imieniu *Ula* pierwsze dwie litery zostały zapisane czerwonymi wersalikami.

Artykuł poświęcony uruchomieniu systemu nawigacji satelitarnej Glonass (przykład (10)), konkurenta amerykańskiego GPS uruchamianego w Rosji, informuje, że prezydent Władimir Putin dopytywał, kiedy to Koni (jego labrador) będzie mógł otrzymać satelitarną broń. Nazwa własna (rosyjskie imię psa) jest homonimiczna z formą polskiego rzeczownika *koń*. Tytuł *Koni goni* czytelnikowi przed lekturą mówi niewiele, ale intryguje, skłania do przeczytania pełnego tekstu, pełniąc tym samym funkcję impresywną.

Wyrażenie *dać czadu* w przykładzie (11) zostało wykorzystane dla wzmocnienia efektu zaskoczenia. Artykuł dotyczy wojny domowej w Czadzie, której kres miała położyć interwencja ONZ. Polska w ramach misji pokojowej posłała tam wojska. Tytuł wykorzystuje homonimie form nazwy państwa i rzeczownika *czad*, a jego forma graficzna (wielka litera w drugim wyrazie wyrażenia) wzmacnia wieloznaczność.

Homonimiczność w wielu przykładach tego typu (por. przykłady (7), (9) i (11)) najpełniej uwidacznia się, gdy homonimiczną formę foniczną wspiera niehomonimiczna forma graficzna. Takie zestawienie podkreśla przenikanie znaczeń i przykuwa uwagę odbiorcy.

3.2. HOMONIMIA FORM Z RÓŻNYCH SYSTEMÓW JĘZYKOWYCH

- (12) *Murem za Moorem* (P 2004/32: 89)
 (13) *Od grata – non grata* (P 2004/32: 82)
 (14) *Bushujący w kukurydzy* (P 2006/8: 74)
 (15) *Kieliszek cavy* (P 2007/29: 82)
 (16) *Stonesi i Depesze* (P 2006/1: 10)

Felieton Daniela Passenta (przykład (12)) poświęcony jest autorowi filmu „Fahrenheit 9/11”¹⁰ i traktuje o różnym wartościowaniu tego filmu w Polsce i za granicą. Autor wykorzystał zbieżność fonetyczną nazwiska amerykańskiego reżysera z brzmieniem formy polskiego wyrazu *mur*. Graficzna parafraza wyrażenia *stać za kimś murem* dała doskonały efekt zaskoczenia.

Kolejny tytuł (przykład (13)) pochodzi z czasów, kiedy po wejściu Polski do Unii zaczęto sprowadzać z zagranicy stare auta, a Skarb Państwa zaczął pobierać (zaskarżoną później) akcyzę na samochody. Została w nim wykorzystana zbieżność D lp. rzeczownika r. m. *grat* z formą wyrażenia *persona non grata* ‘osoba niepotrzebna’.

Przykład (14) wykorzystuje homofonię wyrazu *busz* oraz nazwiska amerykańskiego prezydenta, George’a Busha. Jego nietypowość polega na tym, że homonimiczność obejmuje tu jedynie morfem rdzenny w wyrazie *buszujący*, co zostało wyeksponowane na poziomie graficznym. Tekst omawia plany uniezależnienia się Ameryki od arabskiej ropy poprzez badania nad alternatywnymi źródłami energii, m.in. biopaliwami.

Cava z przykładu (15) to musujące wino ze 150-letnią tradycją, którego sprzedaż rośnie bardzo szybko i wyprzedza eksport szampana, a *Depesze* z przykładu (16) – to polska potoczna nazwa brytyjskiej grupy Depeche Mode. Oba przykłady wykorzystują foniczną zbieżność formy obcej nazwy z formą wyrazu polskiego.

Większość przykładów w omawianej grupie opiera się na homofonii (przykłady (12), (14)–(16)), która w odbiorze słuchowym może być niedostrzegalna, natomiast w zapisie jest przez twórcę tytułu świadomie eksponowana poprzez zastosowanie wielkiej litery. Nieprzypadkowy jest fakt, że zbieżność foniczna wyrazu obcego najczęściej dotyczy nazwy własnej.

¹⁰ Film odnosił się bardzo krytycznie do ówczesnego prezydenta USA George’a Busha i wywołał wiele kontrowersji.

3.3. HOMOFOFONIA WYNIKAJĄCA Z RÓŻNYCH MOŻLIWOŚCI SEGMENTACJI

- (17) *Nauki po PiS* (P 2008/6: 8)
 (18) *O, scypek!* (P 2007/47: 44)
 (19) *Marka Jurka sPiS zagrywek* (P 2006/35: 16)
 (20) *ZaPiSy* (P 2006/2: 15)
 (21) *NieLOT* (P 2007/11: 42)

Wieloznaczność tytułu (17) wynika z homofonii wyrazu *popis*, wyrażenia *po PiS* (rzecz dotyczy kampanii wyborczej po rządach Prawa i Sprawiedliwości) oraz popularnego przez lata, choć dziś nieco zapomnianego, skrótowca POPiS, oznaczającego wielką koalicję dwóch partii politycznych. Co prawda dwa pierwsze ciągi powinny być inaczej akcentowane, nie są więc w pełni homofoniczne, jednak w prezentowanej grze słów nie stanowi to przeszkody, a ponadto użytkownicy języka nie zawsze akcentują zgodnie z normą.

Artykuł, którego tytuł stanowi przykład (18), traktuje o oscypku, jego ochronie w Unii Europejskiej i związanych z tym kłopotach. Tytuł zapisany jest w sposób niestandardowy, jakby wyraz *oscypek* został podzielony na dwa słowa (*o, scypek*), co wiąże się z faktem, że omawiany w tekście produkt Mlekovity stanowi substytut oscypka. Firma, nie mogąc sprostać wymogom zatwierdzonej nazwy, nazwała swój produkt inaczej. Gra znaczeń wynika z homofonii dwóch ciągów graficznych (*o, oscypek* oraz *oscypek*).

Tytuł artykułu poświęconego nadużywaniu władzy przez marszałka sejmu w walce z politycznymi przeciwnikami (przykład (19)) wykorzystuje homofonię wyrazu *spis* oraz wyrażenia z *PiS*.

Przykład (20), który powstał po wyborczym zwycięstwie PiS, kiedy partia przeżyła wzmożone zainteresowanie, także ze strony członków innych partii, opiera się na zbieżności fonicznej wyrazu *zapis* i wyrażenia *za PiS*. Homonimiczność wzmacnia forma graficzna tytułu.

Nielotem w przykładzie (21) nazwano naszego narodowego przewoźnika PLL LOT, a tytuł wykorzystuje znany skrótowiec, eksponując go graficznie w wyrazie *nielot*, co zaskakująco celnie obrazuje kłopoty polskiej firmy.

Wszystkie przykłady w omawianej grupie bazują na zbieżności fonicznej formy wyrazu z więcej niż jednowyrazowym ciągiem graficznym. Podobnie jak w grupach omówionych wcześniej, pełna gra słów ujawnia

się dopiero, kiedy formie fonicznej towarzyszy forma graficzna. Niestandardowe zapisy uwypuklają możliwość przenikania znaczeń, sprawiając, że czytelnik zatrzymuje się na tych tytułach z zaciekawieniem.

3.4. HOMONIMIA FORM RÓŻNYCH LEKSEMÓW

(22) *Damy raczej nie damy* (P 2004/31: 31)

(23) *Mecz o miedź* (P 2008/10: 42)

(24) *Złoty złoty* (P 2008/10: 42)

(25) *Nie daj BOR-ze* (P 2008/6: 8)

Przykład (22) to tytuł artykułu o sporze między Krakowem a Fundacją Książąt Czartoryskich wokół „Damy z łasiczką” Leonarda da Vinci. Zestawienie obok siebie zbieżnych form dwóch różnych leksemów: 1 os. lm. czasu przeszłego czasownika *dać* oraz D lp. rzeczownika r. ż. *dama*, nie zdarza się w tytułach prasowych często, czym przykuwa uwagę czytelnika.

Przykład (23) pochodzi z artykułu poświęconego rozważaniom, czy zawodowy sport powinien być finansowany przez państwowe firmy. Tekst został opatrzony tytułem dwuznacznym na poziomie fonicznym: ostatni wyraz tytułu może odnosić się do rzeczownika *miedź* oraz czasownika *mieć*. Treść artykułu wzmacnia wrażenie wieloznaczności, gdyż dotyczy kary finansowej, jaką grupa kapitałowa KGHM Polska Miedź dostała za aferę korupcyjną swojej drużyny piłkarskiej.

Tytuł tekstu poświęconego silnej złotówce (przykład (24)) opiera się na homonimii form przymiotnika *złoty* oraz rzeczownika nazywającego polską walutę.

Wyrażenie *nie daj Boże* w przykładzie (25) stało się podstawą utworzenia tytułu tekstu poświęconego zmniejszeniu przez Biuro Ochrony Rządu (BOR) ochrony Jarosława Kaczyńskiego, byłego premiera. Homofonia form wyrazu *Boże* i skrótowca *BOR-ze* została tu wzmocniona odpowiednim kontekstem oraz zapisem.

Omawiana grupa jest najmniej jednorodna. Zawiera przykłady homonimii (zbieżności graficznej i fonicznej) form różnych leksemów (przykłady (22) i (24)), charakterystycznej dla polszczyzny homofonii bazującej na ubezdźwięcznieniu w wygłosie absolutnym (przykład (23)) oraz homofonii obejmującej przypadek zależny skrótowca (przykład (25)).

4. HOMONIMIA JAKO ŹRÓDŁO PERSWAZJI W INNYCH TYPACH TEKSTÓW

Wykorzystywanie homonimii w funkcji impresywnej, do zatrzymania uwagi odbiorcy i skłonienia go do jakiegoś działania, ma miejsce nie tylko w tytułach prasowych¹¹. Zdarza się zarówno w tytułach innego typu, jak i w reklamie, w każdym z tych obszarów opierając się na mechanizmach, które zostały scharakteryzowane wyżej.

Tytuł *Opentaniec* spektaklu tanecznego w Teatrze Muzycznym w Gdyni¹² opiera się na homonimiczności ciągu fonetycznego /opentańec/: może to być polski wyraz *opętaniec* 'ktoś opętany przez coś, fan, miłośnik czegoś' lub angielskie wyrażenie *open taniec* 'taniec otwarty, dla wszystkich'. Obydwa znaczenia „iskrzą”, przenikają się.

Homonimię form dwóch leksemów wykorzystali tłumacze tytułu amerykańskiego serialu *Hoży doktorzy*¹³. Użycie homofonów *hoży* i *chorzy* spowodowało, że komediowy serial o perypetiach młodych lekarzy na ostrym dyżurze (a więc – serial jakich wiele) zwraca uwagę nietypowym tytułem, nietypowym szczególnie dla tych, którzy najpierw go usłyszą, a dopiero później zobaczą napis.

Podobną funkcję zaskoczenia opartą na dwojakiej możliwości interpretacji wyrazu fonetycznego pełnił slogan w reklamie telefonii komórkowej *luźne gadki*. Opozycja między słowem mówionym /gatki/ a pisanym (*gatki/gadki*) została w niej wzmocniona obrazem, przedstawiającym dziewczynę w zbyt dużych spodniach.

Reklama ma do spełnienia podobną funkcję jak tytuł prasowy: ma przyciągnąć uwagę, zaskoczyć, sprawić, aby odbiorca zapamiętał nazwę produktu lub firmy. Współczesne reklamy rzadko sięgają po bezpośrednią impresję i komunikat typu *kup, to najlepsze*, za to częściej wykorzystują grę słów, inteligentną zabawę, szczególnie wtedy, gdy celem akcji promocyjnej jest nie tyle prezentacja nowego produktu, ile utrwalenie pewnej marki na rynku.

¹¹ Analizowany materiał zawierał więcej przykładów tytułów wykorzystujących zjawisko homonimii, np. *SKOK na media*, *SKOK na wolność słowa*, *Wuj Sam nie chce sam*, *Za mao o rewolucji*, *Reggaeneracja*, *Kochan już nie Kochan*, *Pozycja Lotosu*, *Już tylko POPiS?*, *Zarżnąć CAP-a*, *Co mógł Moog?*

¹² Tytułem *Opentaniec* opatrzone także rozmowę z Adamem Sztabą (kompozytorem muzyki do tanecznego show), w „Kurierze Porannym” z 4.01.2008, s. 8.

¹³ Film reżyserowali Will Mackenzie i Gail Mancuso (USA 2001), a tytuł oryginału brzmiał *SCRUBS* 'busz, rezerwat, pęta, wypierdek'.

Reklamy telewizyjne operujące wizją i fonią mają dodatkowy atut – mogą wykorzystywać opozycję między pisanim a mówionym, z kolei reklama radiowa, która ma do dyspozycji jedynie bodźce dźwiękowe, szuka innych możliwości szokowania czy przyciągania uwagi. W przypadku wspomnianej reklamy telefonii komórkowej efekt zaskoczenia został wzmocniony przemyślaną kampanią (najpierw tylko reklama radiowa, a dopiero potem uruchomienie obrazu). Kolejnych przykładów wykorzystywania homonimii do celów perswazyjnych dostarczają bazujące na homonimii nazw własnych i nazw pospolitych reklamy produktów z sieci Biedronka, takie jak *dżem z Biedronki* ('z sieci sklepów Biedronka' lub 'z biedronki', jak dżem z jabłek lub śliwek), czy piwa biało-stockiego browaru Dojlidy, takie jak *Żubr występuje w puszczy* ('zwierzę' lub 'nazwa własna piwa'). Oparte na grze słów telewizyjne i radiowe reklamy odniosły sukces, gdyż odbiorcy mówili o nich, polecając je sobie nawzajem, tym samym realizując intencje ich twórców.

5. PODSUMOWANIE

Homonimia w polszczyźnie stanowi zjawisko niewątpliwie regularne, choć różne jej odmiany występują w zróżnicowanym nasileniu. W polszczyźnie współczesnej liczne są homofony, co wynika z właściwości morfonologicznych języka polskiego, por. *snop* – *snob*, *powieść* – *powieźć*, z kolei homografia jest zjawiskiem sporadycznym. Regularna jest homonomia form różnych leksemów, czyli homonomia międzyparadygmatyczna.

Homonimia bywa obiektem zainteresowania językoznawców i pozostałych użytkowników języka. Dla językoznawców, ze względu na jej wiele wcieleń, stanowi ona problem teoretyczny i praktyczny, a najbardziej interesujące zjawiska związane są z homonimią jako właściwością danego systemu językowego. Homonomia okazuje się zjawiskiem nie mniej interesującym dla zwykłych użytkowników języka, jednakże z zupełnie innych, niejęzykoznawczych powodów. Użytkowników języka wykorzystujących ją świadomie w funkcji impresywnej najbardziej interesują te elementy, które pozostają poza obszarem badawczym językoznawstwa: homonomia wynikająca z różnej możliwości segmentacji tekstu i nietypowa (bo powstająca na skrzyżowaniu nazw własnych, neologizmów, nazw doraźnych) homofonia.

Zaprezentowane przykłady wykorzystania homonimiczności w funkcji impresywnej opierają się na dwuznaczności wynikającej z nałożenia się formy nazwy własnej i pospolitej, fonetycznej zbieżności form pochodzących z różnych systemów językowych, zbieżności form różnych leksemów oraz dwojakiej możliwości segmentacji pewnego ciągu fonicznego. Wykorzystanie homonimów utrzymuje dwuznaczność poprzez jednoczesną aktualizację przynajmniej dwóch znaczeń, uatrakcyjnia, wprowadza dynamikę i element humoru oraz – jak wszelkie odstępstwo od normy – zaskakuje, przyciągając uwagę odbiorcy. Przytoczone przykłady pozwalają na stwierdzenie, że impresywność często wspierana jest funkcją poetycką, gdyż zastosowane w tytułach nietypowe użycia, gra słów czy zwracanie uwagi na formę, uruchamiają w odbiorcy uznanie dla pomysłowości i językowego kunsztu ich twórców.

HOMONYMY IN THE IMPRESSIVE FUNCTION

Summary

The article discusses different ways of using the phenomenon of homonymy to realize the impressive function as exemplified by the titles (mainly press headlines from a weekly magazine "Polityka" (*Politics*)) and advertisements. The impressive function, which involves affecting the recipient's behavior, by evoking specific reactions such as attitudes or beliefs as well as persuading their recipients to undertake specific actions (e.g. reading the whole text, watching the film or buying a certain product), is realized through the use of homonymic forms of common and proper names, forms originating from various languages, forms of different lexemes as well as homophony resulting from various possibilities of segmentation. Impressiveness is frequently supported by the poetic function.