

Kreatywne modyfikacje w kształceniu językowym na poziomie zaawansowanym

STRESZCZENIE. Kreatywne modyfikacje rozmaitych jednostek, na przykład skrótowców, compositów, idiomów, przysłów, ideonimów czy powszechnie znanych tekstów kultury, powstają w wyniku twórczych działań użytkowników języka. Różnorodne przekształcenia tworzone są dzięki zastosowaniu takich technik, jak między innymi: substytucja, permutacja, kontaminacja, amplifikacja, redukcja. Techniki te mogą być łączone – dochodzi wówczas do utworzenia modyfikacji o wysokim stopniu aluzyjności. Modyfikacje są ważnym i interesującym zjawiskiem z językowo-kulturowego punktu widzenia. Występują między innymi w literaturze, reklamie, codziennej komunikacji i na utensyliach. Ich atrakcyjność i powszechność występowania przemawiają za tym, by wprowadzić je do kształcenia językowego. Niniejszy artykuł zawiera propozycje ćwiczeń, które można wykorzystać na zajęciach poświęconych kształceniu kompetencji językowych uczniów na poziomie zaawansowanym, czyli przede wszystkim na poziomie uniwersyteckim i w szkołach średnich. Przedstawione zadania pozwalają zarówno na rozwijanie umiejętności interpretacji i krytycznej ewaluacji zmodyfikowanych jednostek w tekstach autentycznych, jak również na stworzenie uczącym się sytuacji, w których oni sami staną się autorami parafraz i zmodyfikowanych tekstów.

SŁOWA KLUCZOWE: modyfikacja, kreatywność, kultura, kształcenie językowe

1. Wprowadzenie

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na możliwości wykorzystania kreatywnych modyfikacji, rozumianych jako realizacje różnorodnych przekształceń rozmaitych spetryfikowanych konstruktów językowych funkcjonujących

w pamięci kolektywnej, w procesie kształcenia językowego na poziomie zaawansowanym, tj. na poziomie uniwersyteckim i w szkołach średnich, przy czym należy podkreślić, że przedstawione propozycje mogą być również wykorzystane na niższym poziomie (np. w gimnazjum lub w starszych klasach szkoły podstawowej) po dostosowaniu ich do receptywnych i produktywnych możliwości uczniów.

Twórcze wykorzystywanie języka wiąże się z naturalnymi potrzebami człowieka, który modyfikuje znane konstrukty w zależności od potrzeb komunikacyjnych (Szerszunowicz, 2005a). Uwzględnienie kreatywnych modyfikacji w kształceniu językowym wiąże się ze wzbogaceniem wiedzy teoretycznej uczących się na temat istoty modyfikacji i procesów wykorzystywanych do ich tworzenia oraz kulturowych aspektów omawianego zjawiska. Ponadto, poświęcenie zajęć tejże problematyce pozwala na rozwijanie kreatywności językowej uczących się przy jednoczesnym uatrakcyjnieniu prowadzonych zajęć.

2. Kreatywne modyfikacje jako zjawisko językowo-kulturowe

2.1. Twórcze adaptacje jako produkt kreatywności językowej

W rozmaitych sytuacjach komunikacyjnych użytkownicy języka wykorzystują stałe elementy języka, na przykład idiomy czy przysłowia, w sposób twórczy, czyli zmieniając ich postać (Langlotz, 2006; Ptashnyk, 2009). Zmiany te wynikają nie z prostego dostosowania do wymogów formalnych komunikatu, są wynikiem zabawy słowem (*The Oxford Companion to the English Language*, 1996: 456). Nosiciele języka korzystają w twórczy sposób z zasobów compositów, stałych połączeń wyrazowych i rozmaitych konstruktów, znanych ogółowi użytkowników danego języka, dokonując ich transformacji i wprowadzając pierwiastek ludyczny do dyskursu.

Kreatywne modyfikacje uatrakcyjniają wypowiedź, zaskakują interlokutora świeżością uzyskaną w wyniku wprowadzonych zmian, które pozwalają na wyrażanie nowych treści czy przekazywanie ocen. Generalizując, modyfikacjom mogą ulegać te jednostki, które są znane ogółowi użytkowników języka. Nadawca – autor kreatywnej adaptacji – musi każdorazowo dostosować stopień komplikacji nowo powstałej struktury do możliwości interpretacyjnych odbiorcy.

2.2. Jednostki podlegające procesowi kreatywnej modyfikacji

Różne jednostki mogą zostać poddane transformacji: zmodyfikować można bowiem zarówno elementy leksykalne, jak i struktury wyższego rzędu, na przykład frazeologizmy w szerokim rozumieniu tego terminu, a nawet całe teksty. Jak już wspomniano, jedynym ograniczeniem jest wymóg, by postać kanoniczna danego konstruktu była znana odbiorcom parafrazy, innymi słowy, podstawową cechą jednostek, które mogą być parafrazowane, jest ich odtwarzalność. Poniżej omówione zostaną wybrane jednostki, które mogą być modyfikowane przez użytkowników języka w różnych kontekstach komunikacyjnych.

2.2.1. Leksyka

Modyfikacji ulegać mogą skrótkowce – w kreatywny sposób tworzy się ich rozwinięcia, które z reguły przekazują element oceny (Szerszunowicz, 2007; Voolaid, 2010). Przykładami takich parafraz są na przykład następujące postaci objaśnień akronimów: PKP – *polska krowa pociągowa*; Polska/państwo/policja kraść pozwala; pchaj, kolego, pchaj; CKM – *ciężko kapująca mózgownica*; ZUS – *zostaniesz ubogim starcem*; PZU – *płać zanim umrzesz*; CBS – *centralna beczka śmiechu*.

Należy podkreślić, że nowatorskie rozwiązania mogą mieć również żartobliwy charakter, na przykład: BMW – *bardzo mały wóz, bolid młodzieży wiejskiej, bardzo mało włosów*; WC – *wychodek centralny, wyzwolenie cierpiących*; KBKS – *krótki bojowy kij bambusowy*. Jednostki te występują licznie w żargonie uczniowskim i w slangu (zob. NSGU; SGS).

Twórczych zmian można również dokonać w postaci wyrazu, czego przykładem jest zmodyfikowana postać wyrazu *dożynki*, która pojawiła się w graffiti, mianowicie *Dożyłki 2010*. Zdecydowanie łatwiej jest przeprowadzić modyfikację wyrazów złożonych, dokonując substytucji jednej z podstaw słowotwórczych. Przykładami tego typu modyfikacji są jednostki *FaceBóg*, *Szmatrix*, *Polszmat* i *Hollystok*. Ostatnia z modyfikacji, nawiązująca do toponimu *Hollywood*, to nazwa jednego z salonów DVD i video, działającego w Białymstoku.

2.2.2. Połączenia wyrazowe

Połączenia wyrazowe stanowią dużą i silnie zróżnicowaną grupę, którą cechuje duży potencjał modyfikacyjny. Adaptowane w twórczy sposób mogą być różnorodne związki frazeologiczne (zob. Stawnicka, 1997), na przykład

idiomy: *dziesiąta woda po budyniu (siódma woda po kisielu), gest Boruca (gest Kozakiewicza)* (zob. Szerszunowicz, 2010).

Bardzo często modyfikowane bywają przysłowia (Szerszunowicz, 2003), zwłaszcza te należące do minimum paremiologicznego (zob. Szpila, 2003: 102-115). Wartościowanie zapisane w przysłowiach ma charakter dydaktyczny – stanowi uproszczony zapis aksjologii, która wykształciła się w danej kulturze. W wyniku transformacji powstają antyprzysłowia (Litovkina, Mieder, 2006: 11-15), wyrażające antywartości (Szerszunowicz, 2005b: 268), na przykład: *Gość w dom, cukier do szafy, Gość w dom, żona w ciąży, Kto pod kim dołki kopie, ten szybko awansuje, Diabeł nie śpi z byle kim*. Częstokroć są one nośnikami postawy bezrefleksyjnej (Wyżkiewicz-Maksimow, 2001), nie mają właściwej przysłowiom funkcji. Ilustrację omawianego zjawiska stanowią następujące parafrazy: *Od ziarnka do ziarnka i mamy dwa ziarnka, Komu w drogę, temu wróbelek, Żeby kózka nie skakała, toby jej majtki nie spadły, Z prochu powstałeś, to wstań i się otrzep*.

Modyfikacjom ulegają również skrzydlate słowa, które funkcjonują w pamięci kolektywnej rodzimych użytkowników danego języka. Przykładowo, w wyniku amplifikacji jednostka *Pomożecie? Pomożemy* uległa przekształceniu w welleryzm *Pomożecie? Pomożemy – odpowiedzieli robotnicy i poszli spać*.

Przekształcać można również slogany: hasło *Cukier krzepi*, ułożone przez Melchiora Wańkowicza na zamówienie Związków Cukrowników Polskich w 1931 roku (Bralczyk, 2006: 65), a zmodyfikowane przez użytkowników języka polskiego jako *Cukier krzepi, wódka lepiej*, ma swój kontynuant w postaci tekstu reklamowego *Mars krzepi*.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że podstawą modyfikacyjną bywają również wielowyrazowe nazwy własne, na przykład powszechnie znane chrematonimy (Breza, 1998: 348). Przekształceniom ulegają również należące do omawianej grupy heortonimy, czyli nazwy świąt: w wyniku ich transformacji powstają nazwy o zabarwieniu humorystycznym, takie jak: *Matki Boskiej Pieniężnej, Świętego Płacentego*.

Innym przykładem chrematonimów poddawanych przekształceniom są ideonimy, czyli tytuły utworów literackich, filmowych itp. Przykładem jest parafraza *Bo to się zwykle tak zaczyna*, utworzona w wyniku transformacji popularnej piosenki, do której słowa napisał Emanuel Schlechter, wykonywanej niegdyś przez Mieczysława Fogga (*Bo to się zwykle tak zaczyna*). Przekształcone tytuły występują często jako slogany reklamowe, co ilustrują następujące hasła: *Czy leci z nami piwo? (Czy leci z nami pilot?)*, *Nie ma jak u Malmy (Nie ma jak u mamy)*, *Chrupmy swoje (Róbmy swoje)*.

2.2.3. Znane teksty kultury

W każdej kulturze funkcjonują ogólnie znane teksty, należące do różnych odmian stylowych i stanowiące realizacje rozmaitych gatunków. Przykładami omawianych tekstów są między innymi: wyliczanki, wierszyki dla dzieci, znane teksty literackie, teksty popularnych piosenek, niektóre teksty religijne.

Przykład modyfikacji wiersza dla dzieci *Kaczka-dziwaczka* autorstwa Jana Brzechwy znajdujemy wśród wierszyków na jednej ze stron internetowych poświęconych tematyce ekologicznej. Pierwsza zwrotka modyfikacji zatytułowanej *Kaczka-sprzątaczką* brzmi następująco:

Nad rzeczką, opodal krzaczka,
mieszkała kaczka-sprzątaczką.
Z pomocą małej zmioteczki
sprzątała ciągle brzeg rzeczki.

(<http://eko-sanok.pl/2/eko-wiersze>, dostęp: 5.10.2011)

Podsumowując, należy podkreślić, że w zasadzie każdy tekst, który znany jest większości użytkowników języka, może być przedmiotem zabiegów modyfikacyjnych – nie ma ograniczeń dotyczących na przykład gatunku. Stworzenie nowego tekstu, nawiązującego do oryginału, pozwala na przekazanie nowych treści w znanej odbiorcy konwencji podstawy modyfikacji.

2.3. Mechanizmy modyfikacji

Mechanizmy, które wykorzystywane są w transformacjach, to przede wszystkim amplifikacje (innowacje rozwijające), substytucje (innowacje wymieniane), redukcje (innowacje skracające), permutacje (zmiana szyku), kontaminacje (krzyżowanie jednostek) i literalizacje (udosłownienie) (zob. Bąba, 1989). Możliwe jest również operowanie aluzją i wykorzystanie elementów werbalno-graficznej gry słów. Należy podkreślić, że wymienione techniki modyfikacyjne mogą być łączone.

2.3.1. Amplifikacja

Amplifikacja jest jednym ze sposobów przekształcania stałych połączeń wyrazowych. Polega on na dodaniu jednego komponentu (np. *Zemsta jest słodka – skosztuj, I wilk syty, i owca cała... zjedzona*), rzadziej większej liczby elementów (np. *Ala ma kota, a kot ma dość Ali*), do kanonicznej postaci danego związku (*Zemsta jest słodka, I wilk syty, i owca cała, Ala ma kota*).

Liczne przykłady zastosowania twórczego poszerzenia składu jednostek wielowyrazowych znajdujemy na przykład w reklamie, w której pojawiają się zmodyfikowane postaci ideonimów: *Nowe szaty króla makaronu* (*Nowe szaty króla*), *Cztery pory roku z olejami Neste* (*Cztery pory roku*).

2.3.2. Substytucja

Inną często wykorzystywaną techniką modyfikowania stałych połączeń jest substytucja, czyli zastąpienie któregoś z komponentów innym, na przykład *Darowanemu słoniowi nie zagląda się w trąbę*. Przekształcone przysłowia i powiedzenia wykorzystywane są często jako slogany reklamowe, na przykład: *Komu w drogę, temu czas użyto* w postaci *Komu w drogę, temu Alpinus*, *Czas to pieniądz – Czas to Pocztex*, *Stara miłość nie rdzewieje – Nowa miłość nie rdzewieje* (reklama samochodu marki Suzuki Swift).

Występowanie substytucji nie jest ograniczone jedynie do jednostek paremii – wymieniane są również komponenty związków frazeologicznych. Przykład takiej substytucji znajdujemy w wierszu księdza Jana Twardowskiego zatytułowanym *O firankach w tajni*:

nieufni doszukiwaliby się w podskakującym ośle
kucyka trojańskiego z podejrzanym sumieniem

(J. Twardowski, *O firankach w tajni*, NMSP: 328)

Wyrażenie frazeologiczne *koń trojański* w wyniku substytucji przyjmuje nową postać, mianowicie *kucyk trojański*. Wprowadzenie komponentu *kucyk* wywołuje szereg konotacji: przywołuje skojarzenia z dziećmi jeżdżącymi na kucyku i pokazami cyrkowymi, a więc zmienia charakter kanonicznej postaci mitologizmu.

2.3.3. Kontaminacja

Kolejnym sposobem przekształcania szeroko rozumianych frazeologizmów jest kontaminacja, czyli połączenie dwóch związków. Z reguły łączone są związki jednorodne, na przykład dwa przysłowia: *Nosił wilk razy kilka, aż mu się ucho nie urwało* (*Nosił wilk razy kilka, ponieśli i wilka* i *Póty dzban wodę nosi, póki mu się ucho nie urwie*), *Biednemu wiatr w oczy kole* (*Biednemu zawsze wiatr w oczy* i *Prawda w oczy kole*).

Rzadsze są połączenia różnego typu związków. Przykładem skontaminowanych różnorodnych jednostek są takie modyfikacje, jak: *Cicha woda po kisielu* (połączenie przysłowia *Cicha woda brzegi rwie* i idiomu *siódma woda po kisielu*).

2.3.4. Permutacja

Jednym z mechanizmów przekształceniowych jest permutacja, czyli zmiana kolejności elementów składowych danego połączenia wyrazowego. Przykładowo, przysłowie *Nie ma tego złego, co by na dobre nie wyszło* w wyniku przestawienia składników przyjmuje następującą postać: *Nie ma tego dobrego, co na złe by nie wyszło*. Zastosowany zabieg pozwala na zmianę pierwotnego sensu jednostki – modyfikacja jest antonimem postaci kanonicznej.

2.3.5. Redukcja

Redukcja polega na opuszczeniu elementu, który występuje w kanonicznej postaci danej jednostki. Przykład zastosowania zabiegu redukcji znajdujemy w tekście reklamowym *Myślał indyk...*, zachęcającym do zakupu indyka w supermarkecie Real (zob. Szpila, 2003: 125). Slogan jest skróconą formą przysłowia *Myślał indyk o niedzieli, a w sobotę łeb ucieli*.

2.3.6. Literalizacja

Kreatywne użycia języka mogą być efektem procesu literalizacji, tj. udośłownienia. Przykładowo, sfrageologizowane połączenie wyrazowe *Uprzejmie donosimy*, użyte jako slogan reklamowy firmy kurierskiej, wprowadza możliwość dosłownego odczytania przy jednoczesnym odesłaniu do pierwotnego znaczenia i typowego kontekstu użycia, wprowadzając element humoru.

2.3.7. Kombinacje różnych technik

Warto zwrócić uwagę na fakt, że w procesie przekształcania różne techniki modyfikacyjne mogą być wykorzystane jednocześnie, tzn. w obrębie tworzonej jednostki. Przykładowo, w kreatywnej adaptacji *Babie lato, a chłopu ogarek* zastosowano kontaminację wyrażenia frazeologicznego (*babie lato*) i przysłowia (*Panu Bogu świeczkę, a diabłu ogarek*).

Dwie techniki, permutacja i kontaminacja, zostały użyte, by stworzyć modyfikację *Lepszy gołąb w garści niż skrzypek na dachu*. W przysłowiu *Lepszy wróbel w rękę niż gołąb na dachu* zamieniono kolejność nazw *gołąb* i *wróbel*, a następnie skontaminowano z ideonimem *Skrzypek na dachu*. W omawianym przykładzie człon przysłowia został zastąpiony tytułem, kontaminacja może również polegać na połączeniu pełnej postaci przysłowia z fragmentem innej jednostki, tak jak w modyfikacji *Z próżnego to i Salomon nie należy na pochyłe drzewo*.

Inne techniki zastosowano w sloganie zachęcającym do kupowania jednego z gatunków margaryny – *Kama na ławę*. Jednostka powstała w wyniku redukcji, *kawa na ławę* (zob. 2.3.5.), w połączeniu z substytucją, tj. zastąpie-

niem komponentu *kawa* nazwą produktu, została wykorzystana w reklamie. Jak pokazują przedstawione przykłady, łączenie technik pozwala na tworzenie nowych, często zaskakujących połączeń.

2.3.8. Aluzja

Różnorodne elementy języka mogą być użyte kreatywnie jako sygnały aluzyjności – odsyłają do rozmaitych tekstów kultury, podlegają złożonym modyfikacjom, tworząc skomplikowane układy, w których aktualizowane są liczne konotacje kulturowe.

Przykładem aluzyjnego użycia jest wykorzystanie w poezji znanego rodzimym użytkownikom języka zdania *Ala ma kota*. Wojciech Chlebda (2007: 326) określa jego status następująco: „frazę *Ala ma kota* jest klasyczną jednostką skrzydlatą: należy do fraz we frazeologicznym rozumieniu Stanisława Skorupki, czyli jest po prostu jednostką frazeologiczną, ale o imiennie znanym pochodzeniu”.

W wierszu księdza Jana Twardowskiego zdanie *Ala ma kota* uległo złożonej transformacji: dopełnienie, pojawiające się w nowym kontekście w kolejnym wersie, substytuowane jest innym elementem leksykalnym:

Ala ma cnotę
ale nie ma kota.

(J. Twardowski, *Odpusty*, NMSP: 295)

W wyniku twórczej modyfikacji elementarzowe *Ala ma kota* zyskuje możliwość nowego odczytania – staje się nośnikiem głębokiego znaczenia, które odbiorca tekstu musi odszukać, czego dokonuje poprzez pryzmat asocjacji kulturowych.

2.3.9. Werbalno-wizualna gra słów

Kreatywne modyfikacje powstają również w wyniku werbalno-wizualnej zabawy słowem (Zdunkiewicz-Jedynak, 2008: 94). Przykładowo, w reklamie wykorzystywana jest wielkość liter, która pozwala na wprowadzenie zamierzonej dwuznaczności: zdanie *Popieram POP i rock* może zostać odczytane dwojako dzięki zastosowaniu grafii właściwej chrematonimowi *POP*, który jednocześnie jest elementem wyrażenia binominalnego *pop i rock*. Innym przykładem operowania wielkością liter jest użycie wersalików *Tajemnica POLiszynela* w nagłówku prasowym – związek frazeologiczny zapisany w ten sposób zyskuje dodatkowe znaczenie.

Ponadto warto zwrócić uwagę na użycie obcojęzycznych wtrętów, zwłaszcza pochodzących z języka angielskiego, tak jak w modyfikacji *Move śmiało czy piwo bez – al – ko – ho – love* (ostatni segment wyróżniony czerwonym kolorem). Firma Lee zastosowała omawiany zabieg w serii reklam swoich produktów, które nawiązywały do znanych tekstów kultury polskiej: *LEEtwo ojczyzno moja*, *Znasz-LEE ten kraj?*, *W murowanej piwnicy tańcowaLEE zbójnicy*, *PrzybyLEE ułani pod okienko*. Podobne odniesienia wykorzystano w kampanii reklamowej papierosów *Lucky Strike*, w której pojawił się slogan *Jedzą, piją, LUCKY palą* (Bralczyk, 2004: 135).

2.4. Obszary występowania kreatywnych modyfikacji

Kreatywne modyfikacje występują przede wszystkim w dwóch odmianach języka: potocznej i artystycznej. Należy jednak podkreślić, że z powodu swojej atrakcyjności bardzo licznie reprezentowane są one również w publicystyce i reklamie. Ponadto spotkać je można jako napisy lub nadruki na rozmaitych przedmiotach użytkowych. Poniżej omówione zostaną wybrane obszary występowania twórczych adaptacji.

2.4.1. Język potoczny

Użytkownicy języka, którzy tworzą komunikaty w potocznej odmianie języka ogólnego, mogą wykorzystywać kreatywne modyfikacje, aby uatrakcyjnić swoje wypowiedzi. Użycie sparafrasowanego połączenia wyrazowego wprowadza element zaskoczenia – jednostka *Nie martw się – jutro będzie lepiej* użyta w postaci *Nie martw się – jutro będzie gorzej* jest przykładem odświeżania spetryfikowanych konstrukcji językowych.

W codziennej komunikacji pojawiają się modyfikacje o charakterze okazjonalnym, stanowiące jeden z efektów realizacji potrzeb twórczych człowieka. Niektóre jednostki mają duży potencjał modyfikacyjny i są przydatne w realizacji potrzeb komunikacyjnych w danej sytuacji. Warto dodać, że w wypowiedziach mogą też być wykorzystane kreatywne adaptacje, które znane są mówiącemu z jakiegoś źródła.

2.4.2. Literatura

Modyfikacje, zwłaszcza związków frazeologicznych i przysłów, są ważnym elementem języka artystycznego. Przykładem twórczości poetyckiej, w której znajdujemy liczne kreatywne użycia omawianych jednostek, są wiersze księdza Jana Twardowskiego (Pajdzińska, 2005; Ciesielska, 2000; Sokólska,

2004). Poeta ten wykorzystuje różnorodne techniki modyfikacji, nadając nowe znaczenia spetryfikowanym kombinacjom wyrazowym, co ilustruje poniższy przykład:

i o tobie niesforny wróblu
co łaską zdumiony –
wpadłeś na zbitą głowę
do święconej wody

(J. Twardowski, *O wróblu*, KM: 10-11)

Liczne modyfikacje występują również w tekstach pisanych prozą (Lica, 2001; Ignatowicz-Skowrońska, 2008), co ilustrują poniższe przykłady wykorzystania różnych technik: 1) redukcji, 2) amplifikacji, 3) substytucji, 4) kontaminacji:

1) Cwaniaczek z ciebie! To nie jest głupie! Dwie pieczenie przy jednym ogniu! (Zielonka, 2000: 142)

2) Wszystko to mnie przytłoczyło potężnie. Janusz, sanepid, pijaczyna w urzędzie, brak forsy. Pocułam ścianę. Nie, to nie dla mnie. Ja nie jestem jakimś Don Kichotem, żeby walczyć z pijanymi wiatrakami. Ja chcę zwyczajnie, jak mama, latami, przyjmować zwykłych ludzi w zwykłym domu. (Kaliścińska, 2006: 358)

3) Przez pół roku nie chciałem wierzyć, że taki niezastąpiony, zdolny menedżer po MBA może trafić na zieloną trawkę. Wstawałem o świcie, biegłem po gazetę z ogłoszeniami. A potem na kolejne rozmowy, gdzie próbowałem wmówić znudzonym kołesiom od rekrutacji, że stanowią idealne połączenie komputera, kłowna i automatu do kawy, czynne okrągłą dobę, jak Tesco. (Sowa, 2003: 29)

4) – Czy wyklucza pani możliwość małżeństwa? – kiedy mnie pani o to pyta, mam wielką czarną dziurę w głowie. Nie wykluczam, ale chyba tylko dlatego, że w ogóle o tym nie myślę. (Piątek, 2002: 118)

Zabiegi przetwarzania stałych połączeń wyrazowych pełnią różne funkcje w tekstach literackich i mają duże znaczenie jako środki stylotwórcze. Ponadto należy podkreślić, że w wielu przypadkach są ważnym elementem idiolektu twórcy.

2.4.3. Prasa

Stałe połączenia wyrazowe czy też krótkie teksty kliszowe są często wykorzystywane w prasie. W artykułach bardzo licznie reprezentowane są przysłowia (Szpila, 2003: 115-123), zwłaszcza w nagłówkach (Stawnicka,

2000), funkcjonujących w obecnych czasach głównie jako emocjonalne impulsy (Bralczyk, 2004). W tekstach mają one różną postać, na co zwraca uwagę Grzegorz Szpila, pisząc, że:

Paremie używane są w nagłówkach wielokrotnie, w swojej postaci kanonicznej lub zmodyfikowanej, bądź też stanowią bazę dla paremiopodobnych utworów językowych, w których pobrzmiwia wyraźnie aluzja do poszczególnych utworów kanonicznych, lub które przez swe strukturalne podobieństwo nabierają właściwości paremicznych.

Janina Fras (1999: 107) podaje następujące przykłady twórczego wykorzystania wyrażen znanych użytkownikom języka: parafrazowanie znanych tytułów dzieł literackich (*Czekając na rzemieślnika*, *Sportowa smuga cienia*, *Aby domy nie umierały stojąc*, *Stary człowiek i życie*, *Żywot człowieka uczciwego*, *Trzeźwemu biada*), wykorzystanie w zmienionej formie znanych jednostek, na przykład powiedzeń i sloganów (*Obniżycie? Obniżymy*, *Syty wilk i owieczki kapitalizmu*, *Niemądry po szkodzie*, *Nie wylewać Gronkiewicz-Waltz z kąpielą*).

2.4.4. Reklama

Parafrazowanie różnorodnych stałych połączeń wyrazowych jest również zabiegiem atrakcyjnym z punktu widzenia reklamy (Janiszewska i in., 2009: 108-124; Szpila 2003: 123-125). Świadczą o tym liczne slogany reklamowe, które powstały w wyniku procesu modyfikacji. Podobnie jak nagłówki, przekształcone jednostki pozwalają na kondensację treściową przy jednoczesnym nasyceniu konotacjami. Przykładami omawianych haseł są między innymi: *Rast, a dobrze*, *Wychodzimy na słoje*, *Fortuna owocem się toczy*, *Kocha, lubi, smakuje*, *Mam wszystko w zupie*, *Intercity – twoja kolej*, *Zupy grzechu warte*, *Przyjaźń na całe życie*, *Lepszy Żywiec w garści niż na plakacie*.

Warto zwrócić uwagę na powstawanie szeregów sloganów, które są modyfikacjami utworzonych wcześniej haseł, na przykład *Twój kot kupowałby Whiskas*, *Twoja mysz kupowałaby DECforum* czy *Prawdopodobnie najlepsze piwo na świecie*, *Prawdopodobnie najlepszy telewizor plazmowy na świecie*.

2.4.5. Graffiti

Graffiti jest „czymś z pogranicza. Z pogranicza sztuki i barbarzyństwa, prawdy i fałszu, odwagi i strachu (przejawiającego się w tej plastyczno-werbalnej agresji), z pogranicza głębokiej treści i banału. Jest faktem, choć nie jest powszechnie akceptowane, ale j e s t – wyrosłe z kultury i jakby na przekór, przeciw tej kulturze zwrócone” (Sawicka, 1994: 163).

Modyfikacje pojawiają się często w napisach na murach, w których stałe połączenia językowe wykorzystywane są w sposób nowatorski, pozwalający na wprowadzenie humoru lub przekazanie oceny, zwłaszcza negatywnej.

Przykładami jednostek utworzonych w wyniku parafraz są następujące napisy na murach: *Koziołek Matołek walczy!*, *Mars dla Marsjan*, *Ziemia dla Ziemian*, *Księżyc dla księży!*, *Polska dla Polaków*, *Ziemia dla ziemniaków!*, *Zima wasza, wiosna nasza, a lato muminków!* Graffiti może być swoistym komentarzem do aktualnej sytuacji, zapisem obserwacji zmieniającej się obyczajowości i wyrazem nastrojów panujących w społeczeństwie. Wyżkiewicz-Maksimow (2001: 278) pisze o omawianym zjawisku w następujący sposób:

Informacja zawarta w neo-przysłowiaach wyraża często nastroje społeczne i polityczne i tak np. polskie *Bóg dał, ksiądz wziął* lub *Chrzyszcz brzmi w trzcinie, ksiądz grzmi w gminie* ilustrują powiększającą się niechęć społeczeństwa do instytucji kościelnych i nastroje antyklerykalne (...).

Podsumowując, należy podkreślić, że stałe połączenia wyrazowe o dużym potencjale modyfikacyjnym są bardzo często wykorzystywane w omawianych napisach: pozwalają na wyrażenie własnych odczuć w sposób atrakcyjny dla odbiorcy.

2.4.6. Utensylia

Atrakcyjność modyfikacji wykorzystywana bywa również przez producentów produktów, takich jak na przykład rozmaite gadżety: podkładki pod myszy, kubki, żółte tabliczki z czarnymi napisami imitujące te, na których umieszcza się ostrzeżenia (np. *Uwaga! Wredna siostra!*, *Uwaga! Bałagan!*).

Napisy, które są modyfikacjami przysłów, powiedzeń i innych stałych połączeń wyrazowych, umieszczane są także na koszulkach. Przykładami takiego wykorzystania spetryfikowanych kombinacji wyrazowych są następujące jednostki: *Wódka connecting people. Veni, vidi, vino. Szukam drugiej połówki, ale może być ćwiartka. Nie kradnij! Władza nie lubi konkurencji. Szkoła albo życie – wybór należy do ciebie*. Omawiany obszar występowania to sfera, która rozwija się, stwarzając coraz to nowe miejsca, w których mogą się pojawiać kreatywne adaptacje.

2.4.7. Teksty użytkowe

Kreatywne wykorzystanie znanych użytkownikom języka połączeń znajduje zastosowanie również w rozmaitych tekstach użytkowych. Przykładowo, Klub Dobrego Smaku oferuje serię produktów o nazwie Dobra kanapka,

wśród których jeden z rodzajów nosi nazwę *Qrczak Cesarski*. Na opakowaniu kanapki znajduje się następujący tekst:

Nowe szaty Cesarza
Qrczaka I-go. Co prawda składają się
głównie z warzyw, ale jakaż pyszna to kreacja!
Ileż tu kolorowych smaczków!
Jakież kuszące
Zestawienia!
Ave Qrczak!

Warto nadmienić, że nazwy dwóch innych rodzajów kanapek oferowanych w serii Dobra kanapka również powstały w wyniku procesu modyfikacji stałych połączeń wyrazowych. Nazwa *Szynka konserwatywna* jest parafrazą wyrażenia *szynka konserwowa*, natomiast nazwa *Och, Łosoś!* jest automatycznie kojarzona z tytułem filmu *Och, Karol!*

2.5. Funkcje kreatywnych modyfikacji

Twórcze parafrazy, występujące w różnych kontekstach komunikacyjnych, mogą pełnić różne funkcje, wśród których najważniejsze to: informacyjno-aktualizująca, ewaluacyjna, ludyczna, artystyczna. Należy podkreślić, że dana modyfikacja pełni jednocześnie kilka funkcji, spośród których jedna ma charakter dominujący.

2.5.1. Informacyjno-aktualizująca

Ważną funkcją modyfikacji jest przekazywanie informacji, które często wiąże się z aktualizacją treści jednostki kanonicznej (Wyżkiewicz-Maksimow, 2001). Parafrazy przysłów przekazują obserwacje dotyczące obecnej sytuacji społeczno-ekonomicznej i są nośnikami antywartości: *Kto pod kim dołki kopie, ten szybko awansuje*, *Jak sobie pościelesz, to mnie zawołaj*, *Uczciwością i pracą ludzie się męczą*, *Nie taki diabeł straszny, jak mu dać w łapę*. Modyfikacja siódmego przykazania Dekalogu, *Przykazanie 7B Nie kradnij czasu*, informuje o tym, że współczesny człowiek cierpi na brak czasu – postęp cywilizacyjny i związane z nim tempo życia powodują, że czas jest cenny i nie należy go nikomu zabierać.

Jedno z częściej modyfikowanych przysłów, *Kto połowę daje, ten kupcem zostaje*, jest uzupełniane komponentami takimi, jak: *raty (Kto połowę daje, długo raty spłaca)*, *promocja (Kto połowę daje, w promocji kupuje)*, *odsetki (Kto połowę daje, z odsetkami spłaca)*. W aktualizacjach jednostek paremii mogą

pojawiać się bezpośrednio odniesienia do rzeczywistości, na przykład do świata polityki, tak jak w modyfikacji *Wszyscy jedziemy na tym samym Buzku*.

2.5.2. Ewaluacyjna

Kreatywne adaptacje mogą występować w roli nośników oceny. Wyrazistymi przykładami realizacji omawianej funkcji są niestandardowe rozwiązania skrótowców utworzonych od nazw partii, na przykład *PO – Polskie Osły*. Komponent *Osły*, użyty jako jeden z komponentów rozwinięcia skrótowca, nadaje całemu połączeniu silnie negatywne nacechowanie. W języku potocznym wyraz *osioł* używany jest jako konwencjonalna metafora nazywająca człowieka głupiego lub upartego.

2.5.3. Ludyczna

Pisząc o wykorzystaniu modyfikacji w reklamie, Jolanta Lubocha-Kruglik (2001: 36) zwraca uwagę na fakt, że „zabieg taki, oprócz wywołania uczucia swojskości i bliskości u odbiorcy, ma jeszcze zdecydowanie perswazyjny wymiar, a mianowicie skłania go do podjęcia z nadawcą swoistej gry meta-językowej”. Odbiorca modyfikacji, kojarząc parafrazę z postacią kanoniczną przekształconej jednostki, bierze udział w owej grze (zob. Pleciński, 2002), która jest dla niego intelektualną rozrywką.

2.5.4. Artystyczna

Modyfikacje mają również walor estetyczny, który jest szczególnie istotny w przypadku tekstów artystycznych. Zmieniona postać stałego konstruktu językowego przykuwa uwagę swoją oryginalnością i złożonością, umożliwiającą nowe odczytania. Parafraza umiejscowiona w tekście poetyckim czy prozatorskim zyskuje swoistą niejednoznaczność, która przez każdego z odbiorców może być interpretowana w inny sposób, co nadaje jej charakterystyczną wielowymiarowość – szablon językowy staje się tworzywem, które służy przekazywaniu nowych treści, własnych ocen i emocji podmiotu.

3. Wykorzystanie kreatywnych modyfikacji w nauczaniu języka na poziomie zaawansowanym

Twórcze przekształcanie jednostek języka i tekstów kultury może być interesującą propozycją urozmaicenia ćwiczeń językowych. Pozwala z jednej strony na praktyczne zastosowanie wiadomości z zakresu językoznawstwa, z drugiej – na rozwijanie kompetencji językowych uczących się. Poniżej zosta-

ną przedstawione propozycje praktycznego wykorzystania kreatywnych modyfikacji w kształceniu językowym, stanowiące zbiór sugestii, które mogą być wykorzystywane przez nauczycieli po dostosowaniu do aktualnych potrzeb dydaktycznych.

3.1. Analiza kreatywnych modyfikacji

Pierwszą z możliwości wykorzystania zjawiska modyfikacji jest przeprowadzenie ćwiczeń z zakresu analizy kreatywnych modyfikacji. Zadania praktyczne powinny być poprzedzone teoretycznym wprowadzeniem, które pozwoliłoby uczniom na poznanie rodzajów modyfikacji. Po omówieniu technik modyfikacyjnych, obszarów ich zastosowań i typowych podstaw kreatywnych adaptacji, można przejść do analizy wybranych przykładów. Jednostki mogą pochodzić na przykład z reklam, a ich analiza może być połączona z oceną.

Modyfikacje warto również analizować w powiązaniu z literaturą omawianą na zajęciach, co umożliwi połączenia treści językoznawczych z literaturoznawczymi. Jedną z propozycji jest analiza użycia modyfikacji w utworach poetyckich, na przykład badanie semantyki i funkcji modyfikacji w literaturze, między innymi wiersze W. Szymborskiej i ks. J. Twardowskiego.

W kościele trzeba się od czasu do czasu uśmiechać (...)
do podstarzałej łzy która się suszy na konfesjonale
do ideologa który wygląda jak strach na ludzi

(J. Twardowski, *O uśmiechu w kościele*, KM: 18-19)

Uwzględnienie zjawiska kreatywnych modyfikacji w kształceniu językowym umożliwia pokazanie związków języka z kulturą. Jedną z możliwości jest prezentacja antywartości w neoprzysłowiach i szukanie w nich odwołań do współczesnych realiów, inną – poszukiwanie aluzji do aktualnych wydarzeń w nagłówkach prasowych, które są modyfikacjami stałych połączeń wyrazowych. Ponadto, modyfikacje analizowane mogą być w perspektywie historycznej, omawiać można na przykład nawiązania historyczne i polityczne w kreatywnych rozwinięciach skrótowców, funkcjonujących w różnych epokach (np. MO, PZPR, PO, PiS), czy w żartobliwej parafrazie imion i przydomków (*Piast Kołodziej, Gomułka Złodziej, Gierek Czarodziej*). Innym przykładem, który może być poddany analizie językowo-kulturowej, jest podana przez Grażynę Sawicką (1994: 166) ironiczna trawestacja z 1992 roku:

W WAŁĘSOWIE KOZY KUJĄ
 A WIĘC LECHU, MĄDRA GŁOWA
 BŁĄKA SIĘ PO CAŁYM ŚWIECIE,
 ABY PÓJŚĆ DO WAŁĘSOWA
 WŁAŚNIE NOWĄ ZACZAŁ PODRÓŻ
 BY JĄ SKOŃCZYĆ W WAŁĘSOWIE
 A CO WIDZIAŁ I CO PRZEŻYŁ
 TO HISTORIA WAM OPOWIE.

Odnajdujemy w niej odwołania kulturowe (aluzja do wykształcenia Wałęsy i jego podróży zagranicznych), wplecione w parafrazę znanego użytkownikom języka polskiego wiersza o Koziołku Matołku autorstwa Kornela Makuszyńskiego. Nieprzypadkowy wydaje się wybór wiersza, którego bohaterem jest koziołek noszący imię wywołujące konotację głupoty.

3.2. Modyfikowanie podanych jednostek leksykalnych i frazeologicznych

Po przeprowadzeniu ćwiczeń bazujących na umiejętnościach recepcyjno-interpreacyjnych można przejść do zadań o charakterze praktycznym, polegających na tworzeniu własnych modyfikacji przez uczestników zajęć. Mogą oni na przykład proponować nowe rozwinięcia podanych skrótów, związków frazeologicznych czy też przysłów.

Do tego typu zadań powinny być wybierane jednostki, które mają duży potencjał modyfikacyjny, na przykład przysłowia wchodzące do minimum paremiologicznego. Polskie minimum paremiologiczne, opracowane przez Szpilę (2003: 104-105), zawiera między innymi takie jednostki, jak: *Jak sobie pościelesz, tak się wyśpisz*, *Lepszy wróbel w garści niż gołąb na dachu*, *Kto pod kim dołki kopie, ten sam w nie wpada*, *Kto rano wstaje, temu Pan Bóg daje*, *Gdzie kucharek sześć, tam nie ma co jeść*, *Baba z wozu, koniom lżej*. Sparafrazowanie podanych przysłów nie powinno sprawiać uczestnikom zajęć trudności.

3.3. Wykorzystanie modyfikacji jako elementu pracy

Modyfikacja może być elementem pracy, na przykład jej tytułem. Jednym z gatunków, w których zabieg ten łatwo wykorzystać, jest felieton. Umiejętne zastosowanie kreatywnej adaptacji w jego tytule umożliwia „łączenie tytułu z korpusem w taki sposób, aby intencje tytułu stały się w pełni czytelne dopiero po zapoznaniu się z całą publikacją” (Wojtak, 2004: 208). Sparafrazowane połączenia bywają także atrakcyjnymi tytułami artykułów: przykładowo, jeden z tekstów zamieszczonych w magazynie „Kalaidoscope” (11/2011), po-

święcony rogalom świętomarcińskim, zatytułowano *Tuczył Marcin Marcina*. Warto zwrócić uwagę na fakt, że modyfikacje mogą również pełnić funkcję śródtytułów dłuższego tekstu.

Kreatywne adaptacje mogą być także wykorzystane w tekście pracy stylistycznej, na przykład w dialogu, który stanowi część opowiadania. Mogą one charakteryzować idiolekt jednego z uczestników rozmowy. Włączenie omawianego elementu do polecenia pozwala na zwrócenie uwagi na znaczenie stylu osobniczego w procesie komunikacji (Szerszunowicz, 2011).

Zadaniem uczestników zajęć może być również ułożenie tekstu informacyjno-reklamowego, na przykład biura podróży, hotelu czy punktu gastronomicznego, w którym wykorzystane byłyby modyfikacje stałych połączeń wyrazowych.

3.4. Tworzenie własnych wersji tekstów kultury

Kolejnym etapem pracy nad kreatywnymi modyfikacjami jest adaptowanie znanych tekstów. Uczestnicy zajęć mogą zaproponować własną wersję znanych baśni, na przykład o Czerwonym Kapturku czy o Kopciuszk. Zastosowanie substytucji nazwy barwy w tytule pierwszej z nich pozwala na wykorzystanie wartości asocjacyjnej poszczególnych kolorów. Przykładowo, w opowieści pod tytułem *Zielony Kapturek* tytułowa bohaterka będzie eko-logiem, w tekście zatytułowanym *Niebieski Kapturek* – policjantką, w baśni *Biały Kapturek* – pielęgniarką.

Dobłą podstawą modyfikacji jest tekst Dekalogu – poszerzając tytuł *Dziesięć przykazań* o komponent precyzujący, do kogo są one skierowane, na przykład dziesięć przykazań ucznia, studenta, internauty czy kierowcy, stwarzamy uczącym się możliwość kreatywnego adaptowania wzorca. Przykładem modyfikacji omawianego tekstu jest *10 przykazań człowieka szczęśliwego*:

1. Człowiek rodzi się zmęczony i żyje, aby odpoczywać.
2. Kochaj swe łóżko jak siebie samego.
3. Odpoczywaj w dzień, abyś mógł spać w nocy.
4. Jeśli widzisz kogoś odpoczywającego, pomóż mu.
5. Praca jest męcząca, więc należy jej unikać.
6. Co masz zrobić dziś, zrób pojutrze, będziesz miał dwa dni wolne.
7. Jeśli zrobienie czegoś sprawia ci trudność, pozwól zrobić to innym.
8. Nadmiar odpoczynku nikogo nie doprowadzi(ł) do śmierci.

9. Kiedy ogarnia cię ochota do pracy, usiądź i poczekaj, aż ci przejdzie.
10. Praca uszlachetnia, lenistwo uszczęśliwia.

(<http://www.programuj.com/10przyk.php>,
dostęp: 26.10.2011)

Polecenie może narzucać wykorzystanie jakiegoś elementu językowego w modyfikacji. Przykładowo, na stronie www.frazeologia.pl zamieszczono *Dziesięć przykazań frazeologicznych*, które zawierają związki frazeologiczne:

1. Nie pozwól jeździć sobie po głowie.
2. Bądź szpakami karmiony.
3. Nie stawiaj na niepewnego konia.
4. Ogłoś wszem wobec, że nie jesteś w ciemię bity.
5. Życz ludziom wszystkiego najlepszego.
6. Miej cichych adoratorów.
7. Nie reaguj na achy i ochy.
8. Nie bierz co popadnie.
9. Nie pracuj do późna w nocy.
10. Nie wychodź na durnia.

(<http://www.frazeologia.pl>, dostęp:
15.09.2011)

Jak widać, tekst dziesięciu przykazań może być modyfikowany na wiele różnych sposobów – przytoczone przykłady to zaledwie dwie spośród wielu parafraz Dekalogu, które pokazują, jak wielki potencjał modyfikacyjny ma omawiany tekst.

3.5. Kreatywne modyfikacje – projekt

Praca nad kreatywnymi modyfikacjami może mieć charakter zarówno okazjonalny, jak i systematyczny. Regularne ćwiczenia pozwalają na stopniowy rozwój kompetencji uczniów w zakresie interpretacji i tworzenia parafraz. Przykładowo, uczestnicy zajęć mogą zbierać kreatywne modyfikacje pochodzące z różnych tekstów przez określony czas, na przykład jeden semestr, a następnie opracować zgromadzony materiał.

Jednym ze źródeł ekscerpcji sparafrazowanych jednostek są artykuły prasowe, pochodzące z rozmaitych gazet i czasopism. Zadaniem projektowym może być zebranie tytułów, które powstały w wyniku modyfikacji, na przykład z „Gazety Wyborczej”. Praca ta mogłaby obejmować następujące etapy:

1. Ekscerpca tytułów artykułów prasowych.
2. Klasyfikacja modyfikacji według kryteriów: postać kanoniczna, technika modyfikacji.
3. Określenie funkcji modyfikacji.
4. Ocena zastosowanych przekształceń.

W przypadku pracy indywidualnej lub zadania wykonanego przez niewielką grupę chętnych osób opracowanie wyekscerpowanych parafraz może mieć postać referatu lub plakatu. Jeżeli w projekcie uczestniczą wszyscy uczniowie, podzieleni na kilkusobowe zespoły, podstawą prac poszczególnych grup mogą być różne gazety. Prace poszczególnych zespołów mogą zostać zebrane w jednym opracowaniu, które będzie przekazane bibliotece szkolnej jako pomoc dydaktyczna.

Należy podkreślić, że prace projektowe rozwijają autonomię uczących się. Pozwalają na połączenie wiedzy teoretycznej z umiejętnościami praktycznymi: osoby wykonujące projekt muszą zastosować praktycznie wiadomości nabyte na zajęciach poświęconych kreatywnym modyfikacjom. Podczas realizacji przydzielonych zadań konieczne jest wykorzystanie teoretycznych i leksykograficznych opracowań, zwłaszcza słowników frazeologicznych i zbiorów przysłów – młodzież ma więc okazję, aby doskonalić swoją kompetencję w zakresie posługiwania się nimi.

3.6. Kontrastywna analiza kreatywnych modyfikacji

Z punktu widzenia dydaktyki istotna jest korelacja treści nauczanych przedmiotów – podczas omawiania kreatywnych modyfikacji warto zwrócić uwagę uczestników zajęć na występowanie omawianych zjawisk w innych językach naturalnych, zwłaszcza tych, które młodzież poznaje na zajęciach z języków nowożytnych (Szerszunowicz, 2008). Dotyczy to również modyfikacji – przykładowo, analizie kontrastywnej można poddać następujące zestawienia kreatywnych rozwiązań skrótowców:

- 1) język polski: PO – Polskie Osły, PiS – Potwory i Spółka, Palanty i Spółka, Piwo i Spirytus, mgr inż. – można gówno robić i nieźle żyć;
- 2) język angielski: Ph.D. – permanent head damage, premature head deficit, MBA – mediocre, but arrogant, married but available, mentality below average, BMW – black man's wheels, break my window, big money waste, KIA – Killing Instantly Anybody, DHL – delivery half lost, IBM – international big mouth, idiots built me, international brotherhood of magicians, AIDS – after intercourse die standing, ano-

ther idiot dying story, FBI – female body inspector, ATM – another technical mistake, PC – pretty cheap;

- 3) język niemiecki: DDR – die Dumme Deutsche Republik, die Dumme Deutsche Rest, BRD – die Banane Republik Deutschland, BMW – bei Mercedes weggeworfen, Bayerischer Mist-Wagen, Bauer mietet Weib, Bayerischer Milch Wagen, bin mega wichtig, besser man wandert, IKEA – Idioten kaufen eben alles, Idioten kaufen einfach alles, Idioten kaufen echt alles, BSE – besser Schwein essen, besonders schlechtes Essen.

W perspektywie kontrastywnej różnice mogą być analizowane w różnych ujęciach – przykładowo, jednym z parametrów analizy porównawczej jest typ podstawy modyfikacji nazw: w języku angielskim liczne są twórcze odczytania skrótowców, będących nazwami linii lotniczych (*SABENA – a bloody experience, never again, QANTAS – quite a nice trip, all survived, BOAC – better on a camel, Alitalia – always late in take-off, always late in arriving, LOT – Lots Of Trouble*), podczas gdy w polskim praktycznie nie spotyka się ich.

Połączenie dydaktyki treści literaturoznawczych i językoznawczych umożliwia analiza kontrastywna wierszy, w których wykorzystano modyfikacje, na przykład lektura utworów Wisławy Szymborskiej (1997) i księdza Twardowskiego (2000), pochodzących z dwujęzycznych opracowań. Analiza kontrastywna wierszy, w których wykorzystano modyfikacje, pozwala porównać, jakich środków użyto w tłumaczeniu transformacji. Porównanie to ułatwia paralelne zestawienie tekstów, tak jak w poniższym przykładzie:

Drzwi zadrżały – kto to?

– śmierć

weszła drobna malutka z kosą jak zapalka

Zdziwienie. Oczy w słup

The door trembled – who's there?

– death

he entered slight tiny

surprise. Hair on end

(J. Twardowski, *Usłyszane zapisane / Overheard Noted down*, KM: 116-117)

Innym zadaniem może być ułożenie polskiej wersji obcojęzycznej modyfikacji, na przykład znanej modlitwy w wersji komputerowej (Bangley, 1984; Baranowski, 2002: 40), podanej w języku angielskim:

The Computer Person's Prayer

Our program, who art in Memory

Hello be thy name.

Thy Operating System come,
thy command be done,
at the Printer as they are on the screen
Give us this day our daily data,
and forgive us our I/O Errors, as we forgive those
whose Logic Circuits are faulty
Lead us not into Frustration,
and deliver us from Power Surges.
For thine is the Algorithm,
The Application,
and the Solution,
looping forever and ever.
Return.

Warto dodać, że zadanie to można połączyć z ćwiczeniami stylistycznymi, poprzedzonymi wprowadzeniem wiadomości na temat języka religii (Zdunkiewicz-Jedynak, 2008: 107-126). Takie ujęcie pozwala na świadome wykorzystanie środków stylistycznych w parafrазie omawianego tekstu.

4. Wnioski

Podsumowując, należy podkreślić, że włączenie zagadnień związanych ze zjawiskiem kreatywnych modyfikacji pozwala na poszerzenie wiedzy teoretycznej uczestników zajęć, a wskazanie praktycznych zastosowań technik modyfikacyjnych zwiększa atrakcyjność omawianej tematyki. Przedstawienie aspektów teoretycznych jest okazją do usystematyzowania wiedzy z zakresu niektórych dziedzin, na przykład frazeologii, i uzupełnienie jej. Stwarza również możliwość kształcenia umiejętności korzystania z opracowań teoretycznych i słownikowych, co jest niezwykle ważnym elementem kształcenia językowego. Ponadto, zajęcia poświęcone modyfikacjom powinny inspirować do własnych poszukiwań.

Przeprowadzenie analizy autentycznych modyfikacji połączonej z ich oceną pozwala na wypracowanie refleksyjnego stosunku do języka w ogóle, a zwłaszcza postawy krytycznej wobec użyć niestandardowych. Dzięki pozyskaniu wiedzy dotyczącej twórczych przekształceń użytkownik języka powinien odczytywać twórcze adaptacje w sposób świadomy – świadomy ich znaczenia, funkcji i wartości. Z kolei proponowane zadania związane z tworzeniem modyfikacji umożliwiają ćwiczenie twórczego używania języka i pozwalają na realizację własnych pomysłów uczniów, którzy dzięki wzboga-

conej wiedzy na temat kreatywnych modyfikacji mogą w sposób świadomy stosować różnorodne transformacje w zależności od własnych potrzeb komunikacyjnych.

Bibliografia

- Bangley B. (1984), *Bible Basic: Bible Games for Personal Computers*, New York: Harper Publishers.
- Barański M. S. (2002), *Technobabble*, „Folia Linguistica Anglistica”, 4, 33-41.
- Bąba S. (1989), *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Bralczyk J. (2004), *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Bralczyk J. (2006), *Polak potrafi. Przysłowia, hasła i inne polskie zdania osobne*, Warszawa: Świat Książki.
- Breza E. (1989), *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chretonimiy)*, w: *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, red. E. Rzetelska-Feleszko, Warszawa – Kraków: Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego PAN, s. 343-361.
- Buttler D. (2001), *Polski dowcip językowy*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Chlebda W. (2007), *Ala ma kota w krainie czarów*, w: *Frazeologia a językowe obrazy świata przełomu wieków*, red. nauk. W. Chlebda, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, s. 325-330.
- Ciesielska E. (2000), *Modyfikacje frazeologizmów w liryce Jana Twardowskiego*, w: *Świat humoru*, red. S. Gajda, D. Brzozowska, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, s. 611-616.
- Dziesięć przykazań człowieka szczęśliwego*. <http://www.programuj.com/10przyk.php>, dostęp: 26.10.2011.
- Dziesięć przykazań frazeologicznych*. <http://www.frazeologia.pl>, dostęp: 15.09.2011.
- Fras J. (1999), *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Ignatowicz-Skowrońska J. (2008), *Frazeologizmy jako tworzywo stylu współczesnej powieści polskiej*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Janiszewska K. i in. (2009), *Wiedza o reklamie. Od pomysłu do efektu*, Bielsko-Biała: Park Edukacja.
- Kabata M. (2003), *Innowacje frazeologiczne w wierszach księdza Jana Twardowskiego*, w: *Słowo. Tekst. Czas*, t. VI, red. M. Aleksijenko, W. Mokijenko, H. Walter, Szczecin – Geifswald: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, s. 262-269.

- Kaczka-sprzątaczką, <http://eko-sanok.pl/2/eko-wiersze>, dostęp: 5.10.2011.
- Kalicińska M. (2006), *Dom nad rozlewiskiem*, Poznań: Wydawnictwo Zys i S-ka.
- KM: Twardowski J. (2000), *Kiedy mówisz. When you say*, wybór i oprac. A. Iwanowska, posłowie Autora, przeł. S. Barańczak, C. Cavanagh, Z. Błaszczyk, M. Garanis, M. Koraszewska, S. Lawson, A. Mioduchowska, M. Peretz, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Langlotz A. (2006), *Idiomatic Creativity: A cognitive-linguistic model of idiom-representation and idiom-variation in English*, Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Lica A. (2001), *Innowacja rozwijająca w prozie – jej funkcje (na podstawie twórczości Wacława Berenta)*, w: *Problemy frazeologii europejskiej*, t. 4, red. nauk. A. M. Lewicki, Lublin: Norbertinum, s. 19-23.
- Litovkina A. T., Mieder W. (2006), *Old proverbs never die, they just diversify*, Veszprém: University of Veszprém Press.
- Lubocha-Kruglik J. (2001), *Współczesny tekst reklamowy – wybrane aspekty (na materiale języka rosyjskiego)*, w: *Język w komunikacji*, red. G. Habrajska, t. 3, Łódź: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, s. 32-37.
- NMSP: Twardowski J. (2005), *Nadzieja, miłość, spisane pacierze. Wiersze wybrane*, wybrała i wstępem opatrzyła A. Iwanowska, Białystok: Benkowski.
- NSGU: Kasperczak M., Rzeszutek M., Smół J., Zgółkowa H., *Nowy słownik gwary uczniowskiej* (2003), red. H. Zgółkowa, Wrocław: EUROPA.
- Pajdzińska A. (2005), *Frazeologizmy jak tworzywo współczesnej poezji*, Łask: Oficyna Wydawnicza LEKSEM.
- Piątek T. (2002), *Kilka nocy poza domem*, Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Pleciński J. (2002), *Le ludisme langagier. Domain français. XXe siècle*, Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Prędoła S. (1996), *Modyfikacje parodystyczne przysłów (na materiale języka niderlandzkiego)*, w: *Problemy frazeologii europejskiej*, t. 1, Warszawa: ENERGIA, s. 29-37.
- Ptashnyk S. (2009), *Phraseologische Modifikationen und ihre Funktionen im Text: Eine Studie am Beispiel der deutschsprachigen Presse*, Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Sawicka G. (1994), *Językowy obraz rzeczywistości społecznej i politycznej w graffiti*, w: *Język a Kultura*, t. 11, *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, s. 163-175.
- SGS: Kaczmarek L., Skubalanka T., Grabias S. (1994), *Słownik gwary studenckiej*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Sokołska U. (2004), *W gorącej święconej wodzie kąpany, czyli o frazeologii w poezji Jana Twardowskiego*, „Białostockie Archiwum Językowe”, 4, 165-183.
- Sowa I. (2003), *Herbatniki z jagodami*, Warszawa: Prószyński i S-ka.

- Stawnicka J. (1997), *Uwagi o innowacjach frazeologicznych w aforyzmach*, w: *Słowo. Tekst. Czas. Materiały II Międzynarodowej Konferencji Naukowej*, Szczecin 16-17.10.1997, red. M. Aleksijenko, E. Siekierzycki, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, s. 279-284.
- Stawnicka J. (2000), *Innowacje frazeologiczne we współczesnych nagłówkach prasowych*, w: *Język trzeciego tysiąclecia*, t. I, red. G. Szpila, Kraków: Tertium, s. 207-213.
- Szerszunowicz J. (2003), *Humorystyczne parafrazy przysłów w ujęciu translatorycznym*, „*Studia Rossica*”, XIII, 297-303.
- Szerszunowicz J. (2005a), *The Modification Potential of Idioms and Proverbs in a Contrastive Perspective*, w: *Valoda dažādu kultūru kontekstā*, XV, red. N. Trofimova, Dauvgapils: Saule, s. 434-439.
- Szerszunowicz J. (2005b), *Przysłowie jako nośnik wartości a jego funkcje dydaktyczne*, w: *Wartości w pedagogice*, red. W. Furmanek, Rzeszów – Warszawa: Wydawnictwo Diecezjalne i Drukarnia w Sandomierzu.
- Szerszunowicz J. (2005c), *Creative Modifications as a Media Means of Molding Public Opinion in Teaching Stylistics (based on headlines)*, w: *Адукацыйныя і выхаваўчыя асяроддзі і практыкі*, red. У. К. Слабін, Віцебск: Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П. М. Машэрава, s. 212-216.
- Szerszunowicz J. (2007): *Humorous Reinterpretation of Abbreviations and Acronyms in Translation*, w: *Kultūra – ugdymas – visuomenė. Culture – Education – Society*, red. A. Ažubalis i in., Kaunas: Akademija, s. 58-63.
- Szerszunowicz J. (2008), *Elementy komparatystryki w kształceniu językowym*, w: *Z problematyki kształcenia językowego w szkole*, t. III, red. P. Wróblewski, Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, s. 125-151.
- Szerszunowicz J. (2010), *On cultural connotations of idioms expressing language users' collective memory in a comparative perspective. A case study: gest Kozakiewicza*, w: *Phraseologie global – areal – regional. Akten der Konferenz EUOPHRAS 2008 vom 13.-16.8.2008 in Helsinki*, red. J. Korhonen, W. Mieder, E. Piirainen, R. Piñel, Tübingen: Narr Verlag, s. 317-324.
- Szerszunowicz J. (2011), *O elementach idiolektu w przekładzie, Język a Kultura*, t. 22, *Idiolekty w różnych sferach komunikacji*, red. A. Żurek, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, s. 81-93.
- Szpila G. (2000), *Skamienielina czy żywy organizm – przysłowie w prasie polskiej*, w: *Język trzeciego tysiąclecia*, t. I, red. G. Szpila, Kraków: Tertium, s. 215-224.
- Szpila G. (2003), *Krótko o przysłowiu*, Kraków: Collegium Columbinum.
- Szymborska W. (1997), *Nothing Twice. Selected Poems. Nic dwa razy. Wybór wierszy*, wybór i przekład S. Barańczak, C. Cavanagh, posłowie S. Barańczak, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- The Oxford Companion to the English Language* (1996), red. T. McArthur, Oxford: Oxford University Press.

- Voolaid P. (2010), *Humorous Interpretations of Abbreviations as a Socio-Cultural Phenomenon*, „Folklore”, 46, 61-82.
- Wojtak M. (2004), *Gatunki prasowe*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- WSFJP: Müldner-Nieckowski P. (2003), *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa: Świat Książki.
- Wyżkiewicz-Maksimow R. (2001), *Quasi-przysłowia jako reakcja na zmiany w kulturze i obyczajowości narodów*, w: *Słowo. Tekst. Czas*, t. V, red. M. Aleksijenko, Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, s. 276-279.
- Zdunkiewicz-Jedynak D. (2008), *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zielonka J. (2000), *Tadzio*, Kraków: Wydawnictwo Znak.