

Anna Glapska

SŁOWNICTWO I STYL PRASOWYCH TEKSTÓW O MODZIE (na przykładzie „Elle” i „Twojego Stylu”)

Moda jest zjawiskiem kulturowym, którego charakter odbija się również w tworzonym na jego potrzeby słownictwie. Widać to doskonale w nazwach i określeniach ubiorów kobiecych. Podporządkowany modzie zbiór leksemów odbija takie cechy mody, jak pęd do nowości oraz nastawienie na zmianę. Nagromadzenie w słownictwie związanym z modą form i znaczeń całkowicie nowych, wcześniej w języku nieistniejących, umożliwia językowi nadażanie za modą. Ustawiczna zmienność i efemeryczność niektórych wytworów mody to również cechy odpowiadających im nazw.

Celem pracy jest uchwycenie zmian, które nastąpiły w badanej grupie słownictwa w porównaniu z wcześniejszymi zbiorami, a także wskazanie głównych tendencji, jakie występowały w badanych tekstach o modzie.

Podstawę pracy stanowi materiał leksykalny (wyrazy, wyrażenia dwuskładnikowe oraz zestawienia wielowyrazowe), wyekscerpowany z czasopism „Elle” i „Twój Styl” (roczniki 2002 i 2003). Poddane analizie słownictwo pochodzi z artykułów podejmujących problem mody kobiecej oraz z krótkich tekstów opisujących ubiór zamieszczony na fotografii.

Czasopisma „Elle” i „Twój Styl” są miesięcznikami należącymi do pism z tzw. wyższej półki, lifestylowych. „Twój Styl” ukazuje się od 1990 r. i jest, jak informuje napis na grzbiecie każdego numeru, „Najlepiej sprzedającym się luksusowym magazynem dla kobiet”. „Twój Styl” uznaje się za pismo wielopokoleniowe, z przewagą czytelniczek po 30. roku życia. Do grupy pism skierowanych do młodszych kobiet należy „Elle”. Pismo „Elle” jest obecne na polskim rynku wydawniczym od 1994 r. Miesięcznik ten jest polską edycją magazynu o tym samym tytule, który wydawany jest w wielu krajach.

W zgromadzonym materiale językowym znalazły się przede wszystkim wyrazy przynajmniej okresowo w języku polskim ustabilizowane, powszechnie znane i używane, ale także okazjonalizmy i indywidualizmy językowe, które są typowe dla wydawnictw prasowych poświęconych modzie, takich jak magazyny „Elle” i „Twój Styl”, będące źródłem materiału leksykalnego.

Literatura językoznawcza poświęcona leksyce związanej z modą jest stosunkowo bogata. Pojawiały się bowiem opracowania pisane przez historyków kultury, etnografów czy kostiumologów, ale ich zainteresowania koncentrowały się przeważnie na samych desygnatach, a nie na ich określeniach w języku¹.

Zagadnieniem słownictwa dotyczącego nazw ubiorów zajmowała się ostatnio przede wszystkim Maria Borejszo w monografii *Nazwy ubiorów we współczesnej polszczyźnie*². W pracy tej autorka dokonuje charakterystyki współczesnego słownictwa odzieżowego pod względem formalnym i semantycznym, ze szczególnym uwzględnieniem procesów typowych, regularnych w tej grupie leksykalnej. Praca Borejszo zmierza do całkowitego opisu słownictwa odzieżowego, zarówno pod względem znaczeniowym, jak i formalnym. Ważnym składnikiem tej monografii jest część poświęcona kontekstom nazw ubiorów we współczesnej prasie. Terminem „kontekst” określa się tu wyraz lub zespół wyrazów występujących w tekście bezpośrednio przed badaną jednostką leksykalną lub bezpośrednio po niej. Chodzi tu o najbliższe otoczenie językowe, grupę złożoną z rzeczownika i wyrazów będących jego określeniami (przydawek), a nie na przykład o całą strukturę syntaktyczną (wypowiedzenie), w której pojawia się wyraz, lub – jeszcze szerzej – o tekst, komunikat językowy itp.

Próbie klasyfikacji leksyki odzieżowej podjął także Andrzej Markowski³. Podział Markowskiego nie dotyczy jedynie słownictwa odzieżowego, ale całej leksyki współnoodmianowej współczesnej polszczyzny. Badacz wydzielił pole tematyczne nazw ubrań, materiałów i ozdób. W polu tym wyróżnia siedem podstawowych grup znaczeniowych: 1) ubrania, 2) ozdoby i dodatki, 3) materiały, 4) narzędzia i środki służące do szycia, 5) cechy ubrań i materiałów, 6) zawody związane z szyciem, 7) czynności związane z robieniem i noszeniem odzieży.

Nazwom ubiorów, posiadającym głównie dokumentację w czasopismach kobiecych, poświęcony jest artykuł Borejszo *Nazwy ubiorów nie notowane w leksykonach współczesnej polszczyzny*⁴. Autorka zajmuje się w nim wyrazami, które giną z pola uwagi słownikarzy i stara się określić, jakiego typu są to leksemy. Z prac tej autorki warto odnotować również opracowanie dotyczące neosemantyzmów w polskim słownictwie odzieżowym⁵.

¹ Chodzi tutaj m.in. o publikacje: A. Dziekońska-Kozłowska, *Moda kobieca XX wieku*, Warszawa 1964; A. Sieradzka, *Żony modne. Historia mody kobiecej od starożytności do współczesności*, Warszawa 1993; I. Turnau, *Słownik ubiorów. Tkaniny, wyroby pozatkackie, skóry, broń i klejnoty oraz barwy znane w Polsce od średniowiecza do początku XIX w.*, Warszawa 1999.

² M. Borejszo, *Nazwy ubiorów we współczesnej polszczyźnie*, Poznań 2001.

³ A. Markowski, *Leksyka wspólna różnym odmianom polszczyzny*, t. I–II, Wrocław 1992.

⁴ M. Borejszo, *Nazwy ubiorów nie notowane w leksykonach współczesnej polszczyzny*, [w:] *Viribus unitis. Księga poświęcona Profesor Monice Gruchmanowej w 75-lecie urodzin*, red. M. Borejszo, S. Mikołajczak, Poznań 1998, s. 125–134.

⁵ M. Borejszo, *Neosemantyzmy w polskim słownictwie odzieżowym*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, red. M. Białoskórska, A. Belchnerowska, t. II, Szczecin 1995, s. 91–103.

Oprócz wymienionych prac na uwagę zasługuje artykuł Krystyny Wilczewskiej *O słownictwie współczesnej mody*⁶. Tekst ten nie ma jednak, jak zaznacza na wstępie sama autorka, charakteru kompletnego i systematycznego opracowania. K. Wilczewska omawia tu jedynie jednostki ciekawsze, bardzo charakterystyczne. Świadomie pominięto wyrazy powszechnie znane i stosowane, takie jak np. *koszula, spodnie czy buty*. Autorka stara się przede wszystkim ukazać typowe modele słowotwórcze wykorzystywane w procesie tworzenia współcześnie używanych nazw odzieży oraz ustalić, z jakich źródeł pochodzi większość zapożyczeń.

Na temat słownictwa mody wypowiedziała się również Beata Koziarska w pracy *Uwagi o słownictwie współczesnej mody*⁷, w której między innymi zwróciła uwagę na internacjonalny charakter leksyki związanej z modą, wymieniła najnowsze zapożyczenia oraz przytoczyła potoczmy, z którymi zetknęła się podczas analizy zebranego materiału. Za znamienne zjawiska we współczesnej polszczyźnie, również tej związanej z modą, uznała hybrydy i złożenia.

Cennym głosem w sprawie słownictwa kręgu mody jest także artykuł Teresy Skubalanki, który rejestruje najnowszy stan słownictwa mody⁸.

Zapożyczeniom w słownictwie odzieżowym poświęcono już nieco uwagi. Te pochodzące z języka angielskiego omówione zostały w obszernej publikacji książkowej Elżbiety Mańczak-Wohlfeld *Analiza dekompozycyjna zapożyczeń angielskich w języku polskim*⁹. W pracy tej uwzględnione zostały procesy adaptacji tych zapożyczeń do systemu języka polskiego. Problemem podziału zapożyczeń angielskich oraz ich opisem zajęła się autorka również w kolejnej swojej pracy *Tendencje rozwojowe współczesnych zapożyczeń angielskich w języku polskim*¹⁰.

Na temat zapożyczeń w słownictwie mody wypowiedziała się także Alicja Witorska w swoim artykule¹¹. Autorka dokonała w nim podziału zapożyczeń ze względu na stopień przyswojenia oraz omówiła kierunki zmian znaczeniowych zapożyczonych wyrazów. Problemy związane z adaptacją graficzną, fonologiczną, morfologiczną i semantyczną zapożyczeń, w tym również słownictwa

⁶ K. Wilczewska, *O słownictwie współczesnej mody*, „Język Polski” 1970, z. 2, s. 97–107.

⁷ B. Koziarska, *Uwagi o słownictwie współczesnej mody*, [w:] *Spoleczne zróżnicowanie współczesnej polszczyzny*, red. S. Kania, Szczecin 1997, s. 71–80.

⁸ T. Skubalanka, *Zmienność współczesnego słownictwa polskiego (na przykładzie mody i kuchni)*, [w:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, red. J. Mazur, Lublin 2000, s. 95–100.

⁹ E. Mańczak-Wohlfeld, *Analiza dekompozycyjna zapożyczeń angielskich w języku polskim*, Kraków 1992.

¹⁰ E. Mańczak-Wohlfeld, *Tendencje rozwojowe współczesnych zapożyczeń angielskich w języku polskim*, Kraków 1995.

¹¹ A. Witorska, *Zapożyczenia w słownictwie współczesnej mody*, „Poradnik Językowy” 1990, z. 4, s. 265–273.

mody, przeważnie zostały już częściowo omówione w pracach poświęconych wpływom z konkretnych języków na polszczyznę¹².

Najnowsze tendencje w grupie zapożyczeń z zakresu mody starała się uchwycić Bożena Rejakowa¹³. Zwróciła ona uwagę m.in. na istnienie w słownictwie mody dwóch lub kilku jednostek leksykalnych dotyczących tego samego desygnatu, np. *cygaretki // papieroski // spodnie papierosy* oraz na wielorakość zapisu nazw zapożyczonych, np. *jeans // dżins, poncho // ponczo, maxi // maksy*.

Warto także wspomnieć o artykule Marii Malik *Słotwórczo-leksykalna charakterystyka słownictwa dotycząca ubioru kobiecego w polszczyźnie XIX i XX wieku*¹⁴. Autorka na podstawie zebranego materiału omówiła procesy związane z ilościowym przyrostem słownictwa w języku polskim. Oś kompozycyjną pracy stanowi prześledzenie na podstawie materiału rodzimego procesów derywacji, kompozycji i neosemantyzacji oraz na podstawie nazw obcych – zapożyczeń.

Brak kompletnego opracowania leksykograficznego słownictwa mody próbuje wypełnić *Słownik ubiorów* Ireny Turnau¹⁵. W publikacji tej znajduje się leksyka odzieżowa zebrana od czasów średniowiecznych do XIX w. Słownik Ireny Turnau stanowi cenny zbiór nie tylko słownictwa powszechnie znanego, ale przede wszystkim leksyki nowej, która dotąd nie była notowana w słownikach.

Wcześniejszym opracowaniem zawierającym słownictwo odzieżowe jest wydany w 1962 r. *Słownik mody* Eli i Andrzeja Banachów¹⁶. Leksykę odzieżową epok dawniejszych zawierają słowniczkę zamieszczone m.in. w pracach Marii Borejszo *Nazwy ubiorów w języku polskim do roku 1600*¹⁷, Ireny Turnau *Ubiór narodowy dawnej Rzeczypospolitej*¹⁸ oraz Krystyny Turskiej *Ubiór dworski w Polsce w dobie pierwszych Jagiellonów*¹⁹.

Słownictwo odzieżowe najnowsze zostało wstępnie opracowane w *Materiałach do słownika nazw ubiorów XIX–XX wieku*, które stanowią część pracy

¹² Między innymi w pracach: G. K o r b u t a, *Niemczyzna w języku polskim. Wyrazy niemieckie w języku polskim pod względem językowym i cywilizacyjnym*, Warszawa 1935; M. M i l e w s k i e j, *Wyrazy hiszpańskie w języku polskim*, „Poradnik Językowy” 1982, z. 2, s. 89–98; T. Z. O r ł o s i a, *Polsko-czeskie związki językowe*, Kraków 1980, J. R e y c h m a n a, *W sprawie zapożyczeń węgierskich w polszczyźnie*, „Język Polski” 1951, t. XXXI, s. 203–211.

¹³ B. R e j a k o w a, *Współczesne zapożyczenia z zakresu mody*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2000, s. 71–84.

¹⁴ M. M a l i k, *Słotwórczo-leksykalna charakterystyka słownictwa dotyczącego ubioru kobiecego w polszczyźnie XIX i XX wieku*, [w:] *Słowa w różnych kontekstach*, red. S. Dubisz, Warszawa 1998, s. 21–43.

¹⁵ I. T u r n a u, *op. cit.*

¹⁶ A. i E. B a n a c h, *Słownik mody*, Warszawa 1962.

¹⁷ M. B o r e j s z o, *Nazwy ubiorów w języku polskim do roku 1600*, Poznań 1990.

¹⁸ I. T u r n a u, *Ubiór narodowy w dawnej Rzeczypospolitej*, Warszawa 1991.

¹⁹ K. T u r s k a, *Ubiór dworski w Polsce w dobie pierwszych Jagiellonów*, Wrocław 1987.

Marii Borejszo *Nazwy ubiorów we współczesnej polszczyźnie*²⁰. Część ta jest źródłem słownictwa, które zostało udokumentowane w XX-wiecznej leksykografii, a także w prasie polskiej i innych opracowaniach poświęconych modzie. Warta uwagi jest głównie terminologia odzieżowa, która nie została udokumentowana w dotychczas wydanych leksykonach. Jest to przede wszystkim leksyka najnowsza, która pojawiła się w polszczyźnie w latach ostatnich. Oprócz najnowszej warstwy słownictwa odzieżowego, w *Materiałach...* można znaleźć również wyrazy od dawna znane i stosowane oraz te dziś już nieużywane i historyczne. Autorka włączyła je do grupy leksyki XIX i XX w. ze względu na fakt, że wyrazy te zostały odnotowane we współczesnych opracowaniach leksykograficznych, w literaturze fachowej, w tekstach literackich oraz w prasie, np. przy opisach dawnej mody.

Problemami perswazji i manipulacji w tekstach o modzie zajmuje się w swych artykułach Bożena Rejakowa²¹.

W zgromadzonym przeze mnie materiale językowym znalazły się zarówno nazwy spotykane od wieków, jak i te dotąd nienotowane przez opracowania i słowniki. W pracy skupię się na określeniach nowych.

Do najnowszych nazw ubioru damskiego nienotowanych we wcześniejszych pracach dotyczących słownictwa związanego z modą należą określenia: *badż* 'kolorowe broszki przypinane do odzieży', *biuster* 'top bez ramiączek', *dypłomatka* (jako określenie teczki), *futrzak* 'sweter wykonany z tkaniny przypominającej futro', *kreolki* 'kolczyki w kształcie dużych kół', nazwy obuwia: *birkenstocki* 'buty wyprodukowane przez firmę Birkenstock', *manole* 'buty zaprojektowane przez Manolo Blahnika', *pumy* 'buty sportowe produkowane przez firmę Puma', *reeboki* 'buty sportowe produkowane przez firmę Reebok', określenia okularów: *muchy*, *telewizory*, określenia sukienek: *cała biała*, *cała w kwiaty*, *długa czarna*, *duża czarna*, *surówka* 'sukienka z surowego materiału, bez wykończenia', *paszmina* 'duża chusta', *pilotka* (jako określenie kurtki), *power suit* 'kostium składający się z krótkiej spódniczki i zakietu z wysokimi ramionami', określenia z członem *pół*: *półbikini*, *półgolf-półszal* oraz odnoszące się do jednego desygnatu określenia *pół bluzka*, *pół tunika*, *print* 'nadruk na materiale', *ramoneska* 'krótka kurtka ze ściągaczem w pasie i w mankietach', zapożyczony z języka angielskiego *zip* 'zamek błyskawiczny'.

Nazwy nowe pojawiły się również wśród określeń bardziej ogólnych, dotyczących ubiorów, np. *baza* (*dziewczęca baza*, np. *biała bluzka*, *spódnica trapez plus różnorodne dodatki*), *chińszczyzna* 'ubiory inspirowane kulturą Chin',

²⁰ M. Borejszo, *Nazwy ubiorów we współczesnej...*, s. 109–211.

²¹ Chodzi tutaj o następujące artykuły B. Rejakowej: *Fizyczność kobiet w tekstach o modzie*, [w:] *Język polski. Współczesność...* s. 163–177; *Metaforyka świata mody a świat ubrań, materiałów, kolorów, stylów*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia*, red. G. Szpila, Kraków 2000, s. 197–205; *Myślę, czuję i chcę tego, co każe moda (O perswazyjności tekstów o modzie)*, [w:] *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004, s. 161–174.

góralszczyzna ‘ubioiry inspirowane ubiorami górali’, *male nic* (*male nic*, czyli *takie fru-fru z falbanek*), *przezroczystości* ‘ubiór przezroczysty’ (*ciało ukazuje się zmysłowo pod przezroczystościami, w nieoczekiwanych rozcięciach i głębokich dekoltach*), *pseudokreacja* ‘ubiór bez smaku i gustu’, *skosy* ‘strój o asymetrycznym kroju’ (*panie wybrały modne skosy, ale zgodnie z temperamentem*), *zwiewności* ‘ubranie zwiewne, z lekkich materiałów’ (*folkowe zwiewności*).

Określenia dotąd nienotowane odnajdujemy także w grupie ogólnych nazw dodatków: *detal* (*egzotyczny szyk i męskie detale*), *gadżet* ‘ciekawy dodatek’ (*gadżety z męskiej szafy*), *metaliki* ‘ozdoby z metalu’.

Niektóre z wymienionych określeń można z pewnością uznać za okazjonalizmy, wyrazy utworzone przez pracujących w redakcjach dziennikarzy na wzór nazw już istniejących (np. *cała biała, cała w kwiaty* na wzór *małej czarnej*).

Ważną grupę w słownictwie mody stanowią również określenia reprezentujące bardzo produktywny obecnie słowotwórczy typ złożzeń z apozycją. Potwierdza to liczna grupa: *bluza-kurтка, bluzka-kimono, bransoletka-łańcuch, broszka-gwiazda, broszka-kwiat, czapka pióropusz, dzwony biodrówki, dżinsy rurki, kolczyki-koła, kolczyki-kwiaty, kurteczka-marynareczka, kurtka-marynarka, kurtka-pilotka, kurtka-żakiet, majtki biodrówki, pasek-wisiorek, pierścioneł serce, przypinka-torebka, rajtuzy-legginsy, spinka kwiatek, spinka motyl, spodnie dzwony, spodnie pumpy, spódnica bombka, sukienka kombinezon, sukienka rurka, sukienka-tunika, suknia szyszak, suknia-halka, suknia-lachman, szal-szarfa, top-tuba, torba-worek, torebka-mufka, żakiecik-pelerynka, żakiet-pancerz*.

Znamiennym zjawiskiem we współczesnym słownictwie mody są derywaty prefiksalne z takimi częstkami, jak np. *ekstra-* (*ekstramini*), *kontra-* (*kontrafalda*), *niby-* (*nibyrekawek*), *mega-* (*magakołnierz, megadekolt*), *mikro-* (*mikrospódniczka, mikroszorty*), *pseudo-* (*pseudokreacja, pseudokimono*), *ultra-* (*ultramini*). Obserwacja zgromadzonego materiału oraz porównanie go z materiałem odnotowanym przez Borejszo w monografii pozwala wysnuć wniosek, że derywaty prefiksalne z częstkami *pseudo-*, *ultra-*, *mega-* związane ze słownictwem z kręgu mody to twory najnowsze. W zgromadzonym materiale nie odnotowano natomiast żadnego przykładu na derywat prefiksalny z morfemem *nad-*, oznaczającym stroje ponadprzeciętnych rozmiarów. W monografii Marii Borejszo zostało przedstawionych kilka przykładów, m.in. *nadblezer*²². Autorka wyraziła również opinię, iż formacje z tymi prefiksami wykazują pewną produktywność. Pogląd ten nie został potwierdzony w zgromadzonym przeze mnie materiale. Stroje w rozmiarach znacznie przekraczających przyjętą normę określane są przez derywaty prefiksalne z przedrostkiem *mega-*, przez *augmentatiwa* bądź też opisywane przez znajdujący się w najbliższym sąsiedztwie przymiotnik lub przez struktury bardziej rozbudowane, np. *wielgachne guziki*;

²² M. Borejszo, *Nazwy ubiorów we współczesnej...*, s. 39.

potężne koturny; gigantyczne mankiety; naprawdę duży, pojemny rozmiar; jak ze starszego brata; w rozmiarze XXL; marynarki o numer, dwa za duże.

Bardzo produktywny typ strukturalny tworzą, zaliczane w tej pracy do złożzeń, nazwy odzieży, które w pierwszym członie mają wyrazy *mini* lub *maksi*, np. *minigarnitur*, *minikilcik*, *minikombinezon*, *miniplaszcz*, *minirozcięcie*, *minispódnica*, *minispódniczka*, *minisukienka*, *miniżakiet*, *maksibotki*, *maksiplaszcz*. W słownictwie mody stosowanie cząstek *mini-*, *super-*, *ekstra-*, *hiper-* stało się już nowym obyczajem słowotwórczym, można je łączyć z dowolnym przymiotnikiem, przysłówkiem lub rzeczownikiem w celu wskazania maksymalnego natężenia jakiejś cechy, np. *biały kolor jest supermodny*, *dzianina w wersji superlekkiej*, *hiperseksowne ubranka od Dolce i Gabbany*; *sukienka ozdobiona biżuterią ma charakter superwieczorowy*, *superkrótkie szorty*, *superkrótko obcięty T-shirt*, *supermodne połączenie*, *supermodne śniegowce*, *supermodny zamszowy kaszkiet*, *superobcisłe spodnie rurki*, *superpropozycja na jesienną nudę*, *superseksowny dekolt*, *supersexy kombinezon*, *superwąskie spodnie*, *superwysokie szpilki*, *sześć superzmysłowych fasonów*, *ultrakrótka spódnica z zamszu*, *w nurcie ultrakobiecości*, *zegarek na ekstrawyjście*.

Produktywnym sposobem wzbogacania słownictwa jest derywacja semantyczna (neosemantyzacja). Wśród współczesnych nazw odzieży typowym kierunkiem modyfikacji znaczeniowej jest przenoszenie nazw wyprawionych skór zwierząt na odzież wykonaną z tych zwierząt. W nowej funkcji za regularne uważa się przede wszystkim formy liczby mnogiej, np. *bobry*, *skunksy*, *lisy*²³. Zebrany przeze mnie materiał badawczy pozwala stwierdzić, że współcześnie jako nazwy ubiorów ze skór zwierząt funkcjonują również nazwy skór w liczbie pojedynczej, np. *jenot*, *wilk*, *koza*, *baran*, *norka*. Nazwy w formie syngulatywnej były stosowane już w XVI w.²⁴

Obserwacja zgromadzonego materiału pozwala stwierdzić, że w słownictwie mody bardzo rzadko występują wyizolowane z kontekstów, samodzielne nazwy ubiorów. Zazwyczaj przed nazwą ubioru lub bezpośrednio po niej spotykamy dodatkowe określenia, które pozostają w związku formalno-znaczeniowym z tą jednostką. Wyrazy te dookreślają nazwę ubioru, potrzebne są zatem do dokładnego jej zrozumienia. Jednocześnie określniki stanowią najbliższe otoczenie językowe nazwy ubioru, jednakże dla słownictwa mody coraz bardziej charakterystyczne stają się struktury rozbudowane, wieloczłonowe. Czasami są to określenia tak złożone i bogate, że trudno jednoznacznie stwierdzić, gdzie znajdują się ich granice.

²³ Tylko przykłady w liczbie mnogiej odnotowuje w swojej monografii M. Borejszo, *ibidem*, (s. 68). Zjawisko to wiąże z faktem, że skóry cennych zwierząt futerkowych, z których szyte są ubiory, mają zwykle niewielkie rozmiary i trzeba ich użyć kilka lub kilkanaście, aby sporządzić białą futrzany, a następnie uszyć z niego odzież.

²⁴ Zdaniem prof. dr hab. Haliny Wiśniewskiej, recenzentki artykułu.

Wśród określeń towarzyszących nazwom ubiorów sporą część można zaliczyć do połączeń wielokrotnie odtwarzanych i typowych dla tej grupy słownictwa. Z drugiej strony nie brak tu także struktur oryginalnych, często zaskakujących odległością skojarzeń. Obok połączeń kilkuwyrazowych pojawiają się również wielowyrazowe, a nawet wieloczłonowe charakterystyki strojów, akcesoriów i stylów. Te rozbudowane struktury są zazwyczaj poetyckimi i niezwykle barwnymi określeniami.

Zgromadzony materiał to głównie połączenia o charakterze zestawieniowym. Pod względem formalnym najliczniejszą ich grupę tworzą zestawienia z przymiotnikowym lub imiesłowowym członem określającym. Pierwszy człon to rzeczownikowa nazwa stroju, człon drugi, określający, doprecyzowuje właściwości desygnatu.

Do typowych połączeń można zaliczyć te wskazujące na: kolor odzieży, tworzywo, z którego ubiór został wykonany, krój, wielkość, długość, liczbę elementów tworzących całość, przeznaczenie, pochodzenie, usytuowanie, ocenę stroju z różnych punktów widzenia (np. ze względu na jego oryginalność, zastosowanie, elegancję) i cenę. W pracy wydzieliłam również połączenia wskazujące na właściwości korygujące stroju (np. *tunika ukrywająca biodra i uda, wydłużający nogi kombinezon, optycznie wyszczuplający czarny garnitur w paski*) i wskazujące na autorstwo danego projektanta, np. *kreacja Ewy Mingue, sukienka Versace, suknia Teresy Rosati, szpilka Diora*.

Szczególnie produktywne w słownictwie związanym z modą są zestawienia z wyrażeniami przyimkowymi. Umożliwiają one podkreślenie różnorodnych właściwości strojów. Typ ten tworzą wyrażenia przyimkowe proste (*na, do, w, bez, o, z, + rzeczownik*) i złożone, bardziej rozbudowane składniowo: *w stylu, w typie, w rodzaju, w kształcie, o charakterze + rzeczownik*. Do określeń wielokrotnie powielanych należą również: **ubiór à la...**, np. *pulowery à la Kurt Cobain, spódnice à la Majka Jeżowska, buty à la trapery, spodnie à la dres, ubiór jak...*, np. *sukienka jak koszula nocna, bluzka jak hinduskie sari, płaszcz jak żakiet, ubiór o kroju...*, np. *bluzka o kroju krótkiego kimona, kurtka o kroju mundurowym, płaszcz o szlafrokowym kroju, ubiór o linii...*, np. *spódnica o prostej linii, sukienki o linii klepsydry, kreacja o modnej linii A, ubiór w stylu...*, np. *chusty w stylu zakopiańskim, jedwabna piżama w stylu chińskim, suknia w stylu Carmen, opięte biodrówki w stylu Jennifer Lopez, sukienki w stylu Anny Jantar, sukienka w stylu Twiggy, ubiór w wersji...*, np. *mini w wersji grzeczej, marynarka w wersji wieczorowej*.

Jak wynika z przytoczonych przykładów, największy wpływ na współczesną modę ma kultura masowa. Wśród określeń pojawiają się często nazwiska osób znanych z ekranów telewizyjnych (Jennifer Lopez, Anna Jantar, Majka Jeżowska, Kurt Cobain), a nawet nawiązania do telewizyjnych seriali. Zdarzają się nawet odwołania do konkretnych tytułów (serial *Słoneczny patrol* i określenie kostiumu kąpielowego jako *służbowy strój słonecznego patrolu*). Nie brak również określeń wskazujących na powiązanie mody z teatrem i kinem. Okazuje

się, że moda bardzo szybko reaguje na to, co przedstawiane jest na dużym ekranie. Dowodem na to jest określenie *bolerko w stylu Fridy Kahalo*, które pojawiło się w „Twoim Stylu” po premierze filmu biograficznego o artystce zatytułowanego *Frida*. Przykładem świadczącym o związkach mody i filmu jest również określenie *matriksowskie skóry*, które pojawiło się w „Elle”, kiedy na ekrany kin wszedł film *Matriks*. Określenie to odnosiło się do długich skórzanym czarnych płaszczy, podobnych do tych, które nosili bohaterowie filmu.

Otwarty zbiór, wzbogacany w szybkim tempie, zarysowuje się przy nazwach stylów i kierunków w modzie. Zapożyczone nazwy stylów funkcjonują na zasadzie cytatu. W zgromadzonym słownictwie do grupy cytatów-wtrętów można zaliczyć określenia wskazujące na ogólną stylizację ubioru, np. *styl pinup girls*, *styl uniseks*, *sweet fifteens – okrągłe noski i mocny róż*, *styl vintage*, *styl à la vintage*. Określenia te są też często wprowadzane za pomocą zestawień z wyrażeniem przyimkowym „w stylu...”. Do grupy tej należą:

w stylu „yacht club” (w stylu „yacht club”: *krótkie szorty, koszula lub bluzka w paski*)

w stylu „love story” (*czapka w stylu „love story”*)

w stylu *baby-doll* (*przezroczysta lub koronkowa sukienka w stylu baby-doll*)

w stylu *college girl* (*kamizelka w stylu college girl*)

w stylu *destroy* (*niewykończona bluzka w modnym stylu destroy*)

w stylu *flower power* (*asymetryczna spódnica w stylu flower power*)

w stylu *girls z kabaretu* (*pióropusze w stylu girls z kabaretu*)

w stylu *punk* (*paski w stylu punk*)

w stylu *retro* (w stylu *retro*: *babcię czółenka*)

Cytaty-wtręty pojawiają się także w nazwach kolorów i określeń stroju, gdy chodzi o precyzyjne podanie oryginalnej nazwy, np. *peleryna w firmowym odcieniu różu zwanym rose shoking*; *dużo błękitu w kolorze zwanym baby blue*; *zestaw black & white*; *najmodniejszy koktajl kolorów: black & blue*; *Stella Mc Cartney ubiera swoje fanki w mocno wydekoltowane garnitury, które nazywa sexy chic.*; *zegarek duality metal firmy CK Watches*; *zegarek under cover [...]* *Tarczę można schować pod specjalną klapką, stąd nazwa under cover.*

Nadal żywa w słownictwie związany z modą jest tendencja do tworzenia odrzeczownikowych nazw kolorów, które mają charakter zestawień. Mogą występować w mianowniku, jako samodzielne nazwy barw, niepoprzedzone wyrazem *kolor*, *barwa*, albo w dopełniaczu – jako określenie koloru. Pierwszy człon zestawień w nominatiwie to zwykle rzeczownikowa nazwa koloru podstawowego (*błękit*, *zieleń*, *czerven*), człon drugi, znaczeniowo podrzędny, może stanowić rzeczownik w dopełniaczu, przymiotnik (*błękit chmurkowy*), albo imiesłów. Zazwyczaj są to poetyckie określenia kolorów, często wielowyrzowe, np. w odcieniu *kawy zbożowej*, *gorzka czekolada*, *cukrowa wata*, *syntetyczny kolor denaturatu*, *kolor kości słoniowej*, *kolor rajskiej roślinności*,

zgaszone barwy ziemi, odcienie piasku, odcienie jakby przykurzone, chmurkowy błękit, w budyniowych kolorach rozjaśnionych promieniami słońca, kolor spatynowanego złota, kolory syntetycznych pasteli, od stóp do głów w tonacji zimowego krajobrazu.

Określenia towarzyszące nazwom kolorów podkreślają cechy związane z intensywnością i zwracają uwagę czytelniczek na różnice w odcieniach. Bogatą paletę odcieni dokumentują przykłady, np.: *biel – biel czysta – biel zamglona – nieskazitelna biel – niewinna biel – surowa biel – śnieżna biel – złamana biel*; *beż – cieliste odcienie beżu – piaskowy beż – śniady beż*; *czern – demoniczna czern – gorzka czern – połyskliwa czern – przetarta czern – smolście czarny kolor*; *czewień – blada czewień – intensywna czewień – mocna czewień – ognista czewień – rozbuchana czewień*; *fiolet – bardzo romantyczny odcień fioleto – ciemny fiolet – dworski fiolet*; *pastele – mgliste pastele – owocowe pastele – słodkie pastele – zgaszone pastele*; *róż – cukierkowy róż – brudny róż – cielisty róż – pastelowy róż – róż stuprocentowo nasycony, wpadający w fuksje i fiołki – wypłowiały róż – zgaszony róż*; *zieleń – pastelowa zieleń – zgniła zieleń*. W tekstach o modzie występuje szereg określeń odcieni, zróżnicowanych w zależności od tonu, jasności i nasycenia, czasami zawierających dodatkowe informacje o swoistej fakturze, metalicznym połysku itp. Jakość zdjęć zamieszczanych w czasopismach pozwala gołym okiem dostrzec subtelności odcieni. Metaforycznie użyte jednostki leksykalne, ze względu na swoją niezwykłość, przyciągają uwagę i zachęcają do reklamowego naśladownictwa. Oprócz terminów znanych w malarstwie pojawiają się określenia motywowane nazwami obiektów występujących w przyrodzie i otaczającej nas rzeczywistości. Często nazwy kolorów podstawowych nie pojawiają się prawie wcale; dopiero pełna, dwuczłonowa nazwa desygnatu odsyła do barwy (*kość słoniowa, gorzka czekolada, cukrowa wata*).

W słownictwie związanym z modą naśladuje się także poetyckie, wielowyrzowe oraz wieloczłonowe charakterystyki stylów i kreacji. Te rozbudowane określenia szerzą się w słownictwie kręgu mody. Nie zawsze stanowią one dla czytelnika ułatwienie w lekturze ze względu na rozbudowaną strukturę. Często tego typu wielowyrzowe określenia odwołują się do skojarzeń, zmysłowego postrzegania otaczającego nas świata, przywodzą na myśl bodźce pochodzące z wielu zmysłów. Może to wynikać z traktowania mody jako jednej ze sztuk: „Moda to przecież sztuka użytkowa, z którą mamy najwięcej do czynienia. Kreuje i wpływa na naszą estetykę. Decyduje o tym, co uważamy za ładne, a co za brzydkie. Mówi o charakterze ludzi i stylu ich życia. Czerpie inspiracje z malarstwa, rzeźby, architektury, z wydarzeń i zjawisk społecznych. Na pomysły stylistów należy patrzeć z dystansem. Są na ogół przerysowane, by wzbudzać większe zainteresowanie, a nawet kontrowersje. Często wychodzą krok naprzód. Gdyby nie to, moda nie rozwijałaby się. I przestałaby być modą”²⁵.

²⁵ B. Czartoryska, *Wariacje na temat*, „Twój Styl” 2002, nr 11, s. 147.

Nie tylko kreatorzy traktują modę jako sztukę, ale, jak wynika z powyższego cytatu, również o niej piszący. Być może stąd ten ozdobny, „barokowy” język. Poza tym takie ukształtowanie wypowiedzi wpływa na postrzeganie w ten sposób ukazanych kreacji jako niepowtarzalnych, nieprzeciętnych i przeznaczonych nie dla każdego. Elitarne są przecież ubrania prezentowane na stronach „Elle” i „Twojego Stylu”, tak samo elitarny jest język je opisujący. Przykłady to: *Akcesoria nawiązujące do stylu nowej bohemy*. E 10/2002; *Jak widzicie, szydełkowe aplikacje przyszywa się do wszystkiego, a zwłaszcza do rzeczy sportowych, które dzięki nim nabierają uroku naiwnego rękodzieła w stylu trochę babcinym*. TS 3/2003, *Bluzka jak hinduskie sari miękko opada na haftowane dzinsy. Wszystko w stylu hipisowskim, letniej alternatywie dla wykrochmalonej elegancji*. TS 7/2002, *bluzki i sukienki uszyte z materiałów przypominających rozkwitające łąki i sady owocowe* TS 5/2002, *Teraz modne jest nosić coś o kroju czy kolorze munduru w zestawieniu z czymś z zupełnie innej bajki*. TS 3/2003; *Koronki białe, delikatne jak pajęczyna albo grube jak ceratowate obrusy z czasów PRL*. TS 3/2002; *Wielowarstwowa, asymetryczna, drapowana szata z sześciu rodzajów jedwabi, brokatów i muślinów oparta na stelażu*. TS 6/2003; *Sukienka z rękawami trzy czwarte, w sielankowym angielskim stylu Laury Ashley*. TS 5/2002; *Suknie wieczorowe. Długie, satynowe, ultrakobiece, o największej sile rażenia*. TS 10/2002; *spódnice z lekkiego jak skrzydła motyla woalu* E 4/2002; *Treny jak ogon aligatora. Mocno pomarszczone i pogięte, ale sprawiają wrażenie lekkich jak bibułka albo firanka* TS 3/2002; *ubrania z daleka wyglądają jak niedokończone witraże z gotyckiej katedry* TS 9/2002, *Ubrania na pozór klasyczne, ale za to cięte i łączone w stylu typowym dla nowoczesnej architektury wielkich miast*. TS 4/2002; *kolekcja w stylu międzynarodowego portu lotniczego lub konferencji ONZ* TS 4/2002; *Styl frywolny i bardzo kobiecy. W idealnej na jesień ciepłej miodowej tonacji*. E 9/2002; *Styl metropolii, w której elegancja musi nadążać za tempem życia* TS 4/2002; *Styl, który kojarzy się z porankiem na wsi lub wieczorną kolacją w ogrodzie przy akompaniamencie cykad* TS 3/2002.

Wielowyrzowe określenia kolorów, stylów, kreacji cechuje „kobiecość” słownictwa, w którym znajduje odbicie szczególne i subtelne penetrowanie oraz nazywanie tych sfer rzeczywistości, które wydają się dla mężczyzn niedostępne²⁶.

Język tekstów o modzie w tych czasopismach i tekstach zadziwia swoją oryginalnością. Nie dąży do skrótu, ale wprost przeciwnie: charakterystyczne są

²⁶ W pracach dotyczących preferencji mężczyzn i kobiet w doborze słów zwrócono uwagę m.in. na używanie kolorów. Zauważono, że „kobiety są o wiele precyzyjniejsze w nazywaniu kolorów niż mężczyźni; nazwy *beż, akwamaryna, lawendowy, fioletowo-różowy* itd., są niczym nadzwyczajnym w słownictwie kobiet, nie pojawiają się natomiast w słownictwie mężczyzn”. Cytat podaję za B. R e j a k o w a, *Określenia z zakresu mody, motywowane nazwami geograficznymi, etnicznymi i kulturowymi*, [w:] *Język polski. Współczesność...*, s. 122.

dla niego rozbudowane, wieloczłonowe struktury. Poza tym teksty z dziedziny mody z jednej strony pełnią funkcję informacyjną, z drugiej zaś perswazyjną, wartościującą itp. Dziennikarze starają się zaintrygować czytelniczki i zachęcić je do kupna proponowanych wzorów odzieży. W tym celu posługują się metaforyką i tworzą ciekawe nagłówki swoich tekstów oraz podpisy do zdjęć.

Zebrany przeze mnie materiał stanowi uzupełnienie i potwierdzenie materiału Bożeny Rejakowej²⁷. Szczególnie bogato reprezentowana w moim materiale jest metaforyka związana z władzą.

Za najbardziej rzucającą się w oczy spośród metafor uchodzi personifikacja. Pomaga przybliżyć daną rzecz poprzez uwypuklenie rozmaitych aspektów człowieczeństwa i różnych aspektów jego pojmowania. W tekstach o modzie ubiory, kolory, style, a przede wszystkim sama moda, są przedstawiane i opisywane tak, jak istoty ludzkie.

Moda jest przedstawiana jako osoba:

– o zmiennych nastrojach: *Moda miewa humory. (E 8/2002), Letnia moda jest niekonsekwentna. To, co chwali przed zachodem słońca, wieczorem lekceważy. Egzotyczne luźne sukienki trzeba wtedy zmieniać na bardziej dopasowane spodnie i bluzki z cienkich materiałów, zrzucić klapki, założyć buty na obcasach. (TS 8/2002),*

– lubiąca podróże: *Moda lubi wędrówki w czasie i przestrzeni. (E 5/2002), Moda z każdej podróży wraca obładowana dobrymi pomysłami. (TS 8/2002),*

– z poczuciem humoru: *We współczesnej wersji świat art déco jest mniej szalony, ale bardziej zwariowany. A moda robi do nas perskie oko patrząc na te czasy. (TS 12/2003),*

– często też rozmarzona i sentymentalna: *Moda bywa sentymentalna. Lubi tęsknić. (E 1/2002).*

Cechami ludzkimi obdarzone są również elementy świata ubiorów, materiałów, kolorów i stylów, np. *Różowy spowaźniał, ale nie stracił nic ze swego optymizmu. (TS 7/2003), Torba za wszelką cenę stara się wyglądać na zaprawioną w egzotycznych podróżach. [...] Wczuwa się w rolę trofeum globtroterki. (TS 8/2002), suknia z temperamentem (TS 1/2003), Tej jesieni szpilka Diora kokietuje zabawnym kolorem, kokardą albo pomponem. (TS 11/2002).*

Ubranie stało się częścią składową świata, o którego istnieniu nas informują lub do którego nas zapraszają dziennikarze: *8 nowych wiadomości ze świata mody (TS 8/2003).* Pojęcie świata mody stanowi abstrakcyjne określenie niedefiniowane w tekstach, jednak poprzez użycie przenośnych nazw postrzegane jest jako potężne państwo, znajdujące się na kuli ziemskiej, o bliżej nieokreślonych granicach i silnej władzy. Świadczą o tym wyrazy *królestwo* i *imperium*: *Włoskie imperium luksusu proponuje szpilki za ponad 500 dolarów za parę. (TS 11/2002), Od rezerwatu dzikich wzorów do imperium chłodnych kolorów.*

²⁷ B. Rejako wa, *Metaforyka...*, s. 197–205.

(TS 8/2002). Świat mody posiada również swoje stolice: *Madryt dołączył do światowych stolic mody, takich jak Paryż, Mediolan, Nowy Jork czy Londyn.* (TS 9/2003), *Najnowsze trendy i fasony ze światowych stolic mody.* (E 1/2002), *Większość projektantów chce pokazywać w Paryżu, prawdziwej stolicy mody.* (TS 3/2002). W miejscach określonych mianem stolic mody odbywają się prestiżowe pokazy, a władzę w nich sprawują *dyktatorzy mody*, którzy mogą być również określani jako np. *jego wysokość Dior* (TS 3/2003), *mistrz absolutny: Christian Dior* (TS 3/2003) lub też zyskują miano *ambasadorów: Jeremy Scott* [...]. *Prywatnie ambasador amerykańskiej tandety.* (TS 1/2002). Wielcy projektanci wyznaczają najnowsze kierunki w modzie, sprawują władzę w świecie mody: *Do końca lat 50. w Paryżu rządziło wielkie krawiectwo* (TS 3/2003), a nawet opracowują własne *strategie: strategia mody Nino Cerruttiego.* (TS 8/2002). Wymienione nazwy są wartościowane pozytywnie i współtworzą wizję potęgi świata mody.

Metaforyka władzy obecna jest również w świecie ubiorów, materiałów, kolorów i stylów. Obiekty nieożywione sprawują władzę *królując* lub *panując*, np. *Króluje biel, czerń i brąz, ale obowiązują też wściekle kolory* (TS 3/2003), *Welur, najbardziej zmysłowa z tkanin. Króluje na wybiegach.* (E 11/2002), *Niepodzielnie króluje czerń* (TS 10/2002), *Na pokazach króluje orient.* (E 3/2003), *Na wszystkich frontach panuje triumfująco kobiecość.* (TS 12/2002). Zabieg personifikacji pozwala w sposób bardziej sugestywny zwrócić uwagę na najmodniejszy materiał czy kolor. Ubiory o niezwykle silnej pozycji w modzie określane są często mianem *króla* bądź *królowej*, np. *Pulower – król angielskich swetrów* (E 10/2003), *Adidas to dzisiaj król butów, najważniejszy but od dzieciństwa do starości.* (TS 3/2003), *Biel w wersji mini, czyli superkrótka spódnica jako absolutna królowa sezonu.* (E 7/2003). Personifikacja służy tutaj wyeksponowaniu najmodniejszych ubiorów. Metaforyka władzy pojawia się również w określeniu *królewski błękit*. Chodzi tu o kolor ‘dominujący w określonej gamie kolorystycznej’.

W tekstach o modzie można dostrzec również nazwy i określenia typowe dla opisu wydarzeń historycznych. Nazwy te także mają związek z władzą, np. *dyktatura: Nawet w czasach dyktatury kostiumu Lolita Lempicka lansowała sukienki.* (TS 6/2002), *najazd: Nasza cywilizacja przeżywała już parę razy najazd mody orientalnej.* (TS 4/2003), *rewolucja: Rewolucja orientalna: kimona, smoki, kwitnące gałęzie, kamizelki mandaryna.* (TS 4/2003), *atak: Atak płaszczy* (E 5/2003).

W świecie ubrań, materiałów, kolorów i stylów odbywa się nieustanna walka o władzę. Świadczą o tym określenia *inwazja dodatków* (E 11/2003), *inwazja szortów* (E 5/2003), oraz wyraz *podbić: sukienka w stylu Twiggy podbije każde przyjęcie.* O władzę walczą nie tylko domy mody i projektanci: *Szefom Gucciego to nie przeszkadza. Nicolas Ghesquière jest ich najcenniejszym trofeum w walce o dominację w świecie mody.* (TS 1/2002), ale także ubiory: *Seks*

i sport to chleb i igrzyska nowego milenium. Walka między szpilkami i adidasami, która rozegrała się na podiach, najlepiej tego ducha wyraża. (TS 3/2003).

Za pomocą personifikacji wskazuje się na najważniejsze obiekty. Można je nazywać *bohaterem*. Tym określeniem zostały obdarzone m.in. lewisy: *Pomyślane jako ubranie robocze (tylna kieszeń wzmocniona miała udźwignąć ciężkie brylki), przeszło rozwój iście darwinowski: od stroju weekendowego poprzez sportowy, zbuntowany, klasyczny aż do głównego bohatera mody.* (TS 9/2003). Najmodniejsze ubiory zyskują również miano *lidera*, np. *Skóra upomina się o pozycję lidera w rankingu przebojów sezonu.* (TS 9/2002). Metaforyka wskazująca na wyróżnienie się w jakiejś dziedzinie ma swoje odzwierciedlenie w związkach frazeologicznych, np. *Na szczęście satynę, która święci tryumfy na wybiegach, można nosić cały dzień, nadal w peletonie utrzymuje się moda sportowa, Główną rolę gra skromna sukienka* (E 5/2003).

W naturze człowieka jest głęboko zakorzeniona potrzeba przebywania w bliskości innego człowieka. Stąd wypływa jego naturalna potrzeba budowania więzi partnerskich, przyjacielskich, rodzinnych itp. W tekstach o modzie również ujawnia się więzi między opisywanymi obiektami, kładąc jednocześnie nacisk na wskazanie idealnej harmonii, ładu, które stanowią gwarancję pozytywnych doznań zmysłowych.

W świecie mody podkreśla się więzi małżeńskie, np. *Czerń i biel [...] Mariaż tak efektowny, że zaspokoi nawet bardzo wymagające fashion victims.* (E 3/2002). Innym typem więzi, na które wskazuje się w tekstach o modzie, są więzi partnerskie: *Czerń zmieniła partnera. Zamiast bieli towarzyszy błękitowi* (E 8/2002), *Romans koronek z falbankami* (TS 3/2002). W tekstach o modzie podkreśla się również stosunki towarzyskie, jakie panują między ubiorami czy kolorami. *Jednobarwna spódnica – idealne towarzystwo dla pasiastej koszuli* (E 3/2003), *Zimny połysk najlepiej prezentuje się w towarzystwie czerni. Dobrany duet na karnawałową noc.* (E 2/2003). Kiedy ubiór występuje samodzielnie, wskazuje się na brak towarzystwa, np. *Sam na sam. Satynowy gorset nie potrzebuje towarzystwa.* (E 11/2003), *Kolczyk w parze to już przeszłość. [...] Teraz kolczyk jest sam. Nie potrzebuje towarzystwa.* (E 6/2003), *W tym sezonie biel jest całkowicie samowystarczalna.* (TS 3/2003).

Kolejnym sposobem kreowania świata przedstawionego jest ujmowanie go na wzór ludzki, z uwzględnieniem charakterystycznych etapów życia biologicznego człowieka.

Cechą charakterystyczną świata mody jest odradzanie się poszczególnych jego elementów, np. *krótkie wciąż się odradza.* (TS 4/2003). Zmiany mogą być porównywane np. do takich zjawisk, jak *reinkarnacja: Reinkarnacja kamizelki*. Ma to uzasadnienie w tym, że moda nie stoi w miejscu, ale wciąż poszukuje nowych wzorców lub modyfikuje już istniejące. Zjawiska mody mogą być ujmowane także jako kolejne wcielenia: (koronka) *Nie jest już wcieleniem delikatności. Bywa drapieżna, nierówno przycięta, nonszalancka.* (E 1/2002).

Rzecz modna przez wiele sezonów uzyskuje miano nieśmiertelnej: *Nieśmiertelność marynarki, nieśmiertelna kamelia, Gwiazdy lubią pokazywać się w nieśmiertelnej czerni.* (E 5/2002), *nieśmiertelna czapka z daszkiem* (E 8/2002). *St. Tropez. Styl nieśmiertelny* (E 4/2002), *Nieśmiertelny styl safari.* (TS 3/2002).

Specyfiką świata mody jest to, że pewne realia z czasem przestają być modne, przemijają. By to zaakcentować stosuje się związki frazeologiczne, np. *dokonać swych dni: Dokonuje swych dni ostry szpic.* (TS 4/2003), *przepaść bez echa: Biżuteria przepadła bez echa, nawet w kreacjach wieczorowych i galowych.* (TS 9/2002), *(o kimś, o czymś) ani widu, ani słyhu: Po tradycyjnym kostiumie ni widu, ni słyhu.* (TS 3/2002). Zmiany dokonują się także wśród ludzi, którzy modę tworzą, czyli projektantów i krawców. W tekście może to być przedstawione za pomocą terminologii militarnej, np. *moda postanowiła odmłodzić swój zespół. Starzy projektanci przechodzą do rezerwy, a na linię frontu wkraczają ludzie młodzi.* (TS 1/2002), *W kilku domach mody odbyła się natomiast zmiana warty.* (TS 3/2002) lub teatralnej, np. *Yves Saint Laurent grał główną rolę w spektaklu mody. Teraz schodzi ze sceny.* (TS 4/2002).

Świat przedstawiony mody może również przypominać określone etapy życia społeczeństw w świecie, w których panuje ściśle określony porządek, obowiązuje system prawny i zwyczaje uwarunkowane kulturowo. O hierarchii ważności przedmiotów informuje słowo *nobilitacja: podkoszulek nobilitowany do roli bluzki* (E 3/2002).

W świecie ubiorów, jak zostało to już wcześniej omówione, nie panuje anarchia. Władza wspierana jest tutaj systemami prawnymi i kodeksami, np. *Kodeks ubraniowy przewidywał garderobę na różne okazje.* (TS 3/2003).

Personifikacja bawi i wzmacnia ekspresywność wypowiedzi. Ponadto jest zabiegiem, który ma przyciągnąć uwagę odbiorcy tekstu. Takie samo zadanie mają tytuły krótkich tekstów o modzie.

Prymarna funkcja nagłówek, jaką jest funkcja informacyjna, schodzi w tekstach medialnych na plan dalszy. Podobnie dzieje się w przypadku tekstów o modzie. Nagłówki te są obliczone przede wszystkim na przyciągnięcie uwagi odbiorcy. Zazwyczaj wspomaga je kolorowe zdjęcie. Obraz na ogół jest harmonijnie związany z tekstem. Zdjęcie często zastępuje słowo, utrwała nazwę przedmiotu i wyobrażenie o nim. To właśnie za pomocą tekstu i zdjęć próbuje się dotrzeć do świadomości odbiorcy, kierować jego zachowaniem, angażować umysł, wyobraźnię i sferę emocjonalną.

Nagłówek jest wyróżniony i to z nim na początku styka się odbiorca, dlatego też musi być tak skonstruowany, by zachęcić czytelnika do dalszej lektury. Zebrany materiał językowy potwierdza, że, aby osiągnąć ten cel, nagłówek w tekstach o modzie korzysta z szerokiego spektrum środków językowych. Przede wszystkim sam nagłówek jest najczęściej tak zagadkowy i niejasny, że nie sposób stwierdzić, o czym będzie mowa w tekście. Dopiero zapoznanie się z tekstem rozwiewa wszelkie wątpliwości.

Nagłówek służy często zabawie językowej, zazwyczaj jeden lub kilka jego komponentów udaje dopasować się do treści artykułu. Jednym z najczęściej stosowanych zabiegów jest metaforyzacja, która ma służyć wywołaniu u odbiorcy pozytywnych skojarzeń, czasami go zaskoczyć, sprowokować do rozszyfrowania sensu, rozśmieszyć czy też wprost przeciwnie – zirytować. Takie nagłówki jak, np. *Kwiatowa prowokacja*, *Kwiatowe minimum*, *Czas kwitnienia* nic (lub prawie nic) nie mówią odbiorcy o charakterze czy wyglądzie stroju. Dopiero tekst informuje, że w każdym przypadku chodzi o krótką sukienkę w kwiaty. Sam nagłówek jedynie sygnalizuje jakąś charakterystyczną cechę stroju, ale aby poznać szczegóły, trzeba zapoznać się z tekstem. Podobnie dzieje się w innych przypadkach. *Motyw mgły*, *Delikatność uczuć*, *Różowa mgła*, *Poczucie lekkości*, *Kruchość porcelany* to nagłówki, które wartościują pozytywnie takie cechy stroju jak lekkość materiału, zwiewność, nieskrępowanie ruchów. Poza tym wskazują na spokojną, stonowaną kolorystykę.

Wskazanie na istotną cechę, jaką jest materiał, z którego uszyto dany strój, odnajdujemy w takich nagłówkach, jak: *Aksamitny dotyk*, *Koronkowy song*, *Ażurowe wybrzeże*, natomiast na kolorystykę wskazują, np. *Pastelowy koktajl*, *Spalone słońcem*, *Zielony gąszcz*, *Rozmowy kolorów*, *Układ z akcentem błękitnym*, *Barwne skojarzenia*, *Gra w kontrasty*, *Nocne niebo*.

Nagłówki w tekstach o modzie przywołują również ustalone połączenia wyrazowe, np. *Siatka powiązań*, *Rajski ptak*, *Transport własny*, jednak tekst uświadamia nam, że połączenia te odnoszą się do innych desygnatów, np. w tekście pod tytułem *Siatka powiązań* chodzi o ciekawe wiązanie znajdujące się z tyłu płaszcza, w tekście *Transport własny* – o torbę, a *Rajski ptak* to określenie wzorzystej i kolorowej kreacji.

Czasami połączenia są cytatami z języków obcych, np. *Dolce far niente*, *La piu Bella to Ty*. Obce wyrażenia odnajdywane w tytułach i podpisach do zdjęć nie są tłumaczone. Dziennikarze liczą zapewne na to, że odbiorca ich komunikatu, to ktoś znający się na modzie, władający językami obcymi.

Oprócz metaforyzacji i pewnego rodzaju poetyzacji niektóre zabiegi prowadzą do modyfikacji znanych połączeń wyrazowych, np. *W ramionach siła* (zamiast hasła „W jedności siła”), *Szczypta Afryki*. W ostatnim przykładzie wyraz „szczypta” używany na określenie niewielkiej ilości przyprawy (np. szczypta soli, szczypta kminku) został zestawiony z nazwą kontynentu i oznacza dodatek czy też szczegół stroju (czyli niewielką rzecz), które kojarzą się z Afryką.

W materiale znalazły się również nagłówki, będące tytułami filmów, seriali czy książek. Do pierwszej grupy można zaliczyć np. *Słodkie życie*, *Rzymskie wakacje*, *Mężczyźni lubią blondynki*, *Słoneczny patrol*, natomiast do drugiej *Powrót do Edenu*.

Tytuły tekstów o modzie mogą przyjmować także formę cytatów pochodzących z popularnych piosenek czy utworów poetyckich, np. *Seksapil to nasza*

broń kobieca, Mimosami jesień się zaczyna, To ty jesteś ta dziewczyna. Czasami dziennikarze piszący o modzie stosują cytaty zmodyfikowane lub też kojarzone z konkretnym tekstem, np. *Do lata piechotą by się szło* (nawiązanie do tekstu piosenki *Piechotą do lata*, w której odnajdujemy słowa: „Piechotą do lata będę szła”), *Cała jesteś w koronkach*, modyfikacja tytułu piosenki *Cała jesteś w skowronkach*.

Do tytułów odwołują się chętnie także komunikaty reklamowe. Według Jolanty Ignatowicz-Skowrońskiej reklamy odwołują się do tytułów piosenek czy filmów jako do swoistego chwytu perswazyjnego²⁸. Z podobnym zjawiskiem zetknął się przy analizie nagłówków prasowych Jan Miodek. Zinterpretował je jako „zjawisko będące jeszcze jedną egzemplifikacją funkcjonowania stereotypu – typowego i nieuchronnego przejawu kultury masowej”²⁹. Stereotypizacja – jego zdaniem – polega na sięganiu do starych pomysłów, dostosowywaniu się do przyzwyczajeń – nie tylko językowych – odbiorcy. Możliwe, że w przypadku nagłówków tekstów o modzie też spotykamy się ze zjawiskiem stereotypizacji.

Jak wynika ze zgromadzonego materiału, nagłówki często wykorzystują warstwę brzmieniową języka, przede wszystkim rym, np. *Czeko, czeko czekolada, Układanie zestawianie, Hipiska z letniska, Tahiti granda banda, Ranek zza firanek*. Posługują się również kalamburem, np. *Paski na piasku, Beż bez ograniczeń*.

W analizowanych czasopismach zetknęłam się również z podpisami do zdjęć. W takich przypadkach przy rozszyfrowaniu znaczenia podpisu ogromną rolę odgrywa zamieszczona obok fotografia. Zazwyczaj cała sesja wykonana jest w jednym stylu. Może to być osiągame np. przez umieszczenie jej w ciekawym miejscu. Wszystko ma wpływ na zdjęcie, a następnie na brzmienie nagłówka, np. tematem przewodnim sesji były groszki, fotografia przedstawia modelkę w białej sukience w czarne drobne groszki na tle bujnej roślinności, a podpis do tego zdjęcia brzmi: *W ogrodzie próżności*. Przykład ten pokazuje, że w przypadku mody elementy składające się na przekaz są ze sobą ściśle połączone. Zazwyczaj podpisy zawierają w treści jakieś odesłanie do tematyki sesji zdjęciowej, np. tytuły sesji poświęconej stylowi militarnemu brzmią: *Przepustka na wieczór, W bojowym nastroju, Córka pułku*. Związek z samym ubiorem jest tu luźny, odległy.

Jak wynika z przytoczonych przykładów, teksty opisujące modę korzystają z modeli metaforycznych, które odzwierciedlają realia otaczającego świata. Posługują się metaforą władzy, metaforą zbudowaną na schemacie więzi międzyludzkich, metaforą etapów życia oraz metaforą życia w świecie

²⁸ J. Ignatowicz-Skowrońska, *Związki frazeologiczne w reklamie prasowej*, [w:] *Polszczyzna a/i Polacy u schyłku XX wieku*, red. K. Handke, H. Dalewska-Greń, Warszawa 1994, s. 325–337.

²⁹ J. Miodek, *Tytuł w tytule jako środek stylistyczny*, „Rozprawy Komisji Językowej WTN” 1981, t. XII, s. 121.

kultury. Najczęściej stosowanym zabiegiem jest personifikacja, która wzmacnia ekspresywność wypowiedzi.

W nagłówkach i podpisach do zdjęć ujawnia się leksykalna kreatywność dziennikarzy piszących o modzie. Tytuły nadawane krótkim tekstom o modzie odwołują się do takich dziedzin kultury, jak literatura, film, muzyka. Do częstych zabiegów leksykalnych stosowanych w nagłówkach należą modyfikacje połączeń wyrazowych, wykorzystanie warstwy brzmieniowej języka oraz posługiwanie się kalamburem.

Zarówno w przypadku nagłówków, jak i podpisów do zdjęć ważną rolę odgrywa obraz, który jest zazwyczaj harmonijnie połączony z tekstem i tematyką całej sesji zdjęciowej. Stosowane przez dziennikarzy zabiegi leksykalne sprawiają, że język tekstów o modzie ulega poetyzacji i zmierza w stronę języka artystycznego. Odrzuca się konwencjonalne zwroty, potoczne zestawienia wyrazów i poszukuje tego, co niezwykle i niecodzienne, by podkreślić, że moda to dziedzina sztuki. Wpływa na to również grupa, dla jakiej przeznaczone są czasopisma „Elle” i „Twój Styl”. Adresatki to kobiety inteligentne, bogate, eleganckie. Elitarność tej grupy znajduje odzwierciedlenie także w języku, w wysokim stylu tekstów do nich skierowanych. Taki charakterystyczny sposób pisania, czyli podobną leksykę, metaforyzację, zapożyczenia, szablonowość odnaleźć można m.in. w tekstach o tematyce politycznej i rodzinnej. Styl pisania o modzie stanowi zatem w tego rodzaju czasopismach integralną część inteligentnego widzenia zagadnień w ogóle, a szczególnie myślenia, oceniania i wartościowania.

Anna Glapska

**THE VOCABULARY AND THE STYLE OF THE PRESS TEXTS FASHION
(concerning “Elle” and “Twój Styl”)**

(Summary)

The aim of the author was to show main tendencies in the vocabulary and style of press text about fashion. Having taken the material from “Elle” and “Twój Styl” the author noticed that the vocabulary and style of the texts about fashion becomes more poetic and more artistic.