



Wydział Filologiczny



Gdańsk, 29 kwietnia 2021 r.

RECENZJA ROZPRAWY DOKTORSKIEJ
*Idioms – a Look into Culture. The Formation of English Idioms
in the Framework of British Culture (1945-2020)*
autorstwa Pani mgr Katarzyny Coombs-Hoar

1. Uwagi wstępne

Rozprawa doktorska pt. *Idioms – a Look into Culture. The Formation of English Idioms in the Framework of British Culture (1945-2020)* [*Idiomy – Spojrzenie na kulturę. Formacja idiomów w kulturze brytyjskiej (1945–2020)*] została przygotowana przez Panią mgr Katarzynę Coombs-Hoar pod kierunkiem Pani dr hab. Agnieszki Uberman, prof. UR. Rozprawa wpisuje się w nurt badań nad idiomami angielskimi – ich klasyfikacją i kontekstami ich użycia w tekstach, a konkretnie w artykułach publikowanych w prasie brytyjskiej od czasów powojennych po dzień dzisiejszy.

2. Tytuł rozprawy

Tytuł rozprawy dobrze oddaje jej treść. Można się jedynie zastanowić nad użyciem terminu *formation* (*formacja*) w tytule rozprawy. Termin ten nie jest jednoznaczny i można go interpretować jako tworzenie, tym bardziej, że użyty jest w liczbie pojedynczej, a ponadto w tym znaczeniu pojawia się w tytule rozdziału trzeciego. Termin też może się odnosić do tego, co powstało (wtedy wskazana liczba mnoga) lub do struktury. Rozprawa rzeczywiście traktuje o angielskich idiomach – ich klasyfikacji i powstawaniu, a materiał badawczy obejmuje lata 1945–2020. Jednak część badawcza (rozdział czwarty) poświęcona jest nie tyle pojawianiu się czy formowaniu nowych idiomów, co ich używaniu w brytyjskiej prasie – niezależnie od tego, czy są to idiomy już zakorzenione w języku czy też nowe. Autorka klasyfikuje zidentyfikowane idiomy, posługując się różnymi kryteriami. Dlatego też w tytule zamiast *formation*

może lepiej byłoby użyć *use* itp., poza tym dobrze byłoby zasygnalizować, że analizowane są teksty prasowe.

3. Struktura rozprawy

Rozprawa Pani mgr Katarzyny Coombs-Hoar liczy 211 stron (bez strony tytułowej i spisu treści). Na rozprawę składają się następujące części:

- wstęp;
- dwa rozdziały teoretyczne: pierwszy traktujący o klasyfikacji idiomów, mechanizmach ich powstawania itp., a drugi – o idiomach brytyjskich;
- rozdział poświęcony pojęciu *kultura* i naświetlający kontekst kulturowy, społeczny i polityczny;
- rozdział badawczy, w którym Autorka przedstawia analizę użycia idiomów w wybranych gazetach;
- wnioski;
- streszczenia – po angielsku i po polsku;
- cztery aneksy;
- bibliografia.

Strukturę rozprawy oceniam pozytywnie. Jedyne można byłoby umieścić aneksy i streszczenia nie przed, a po bibliografii, na samym końcu rozprawy.

4. Ocena poszczególnych części rozprawy

We wstępie (*Introduction*, s. 1–5) Autorka nakreśla problematykę i zwięźle przedstawia cele rozprawy, jak również informuje o treści poszczególnych jej części. Ponadto pokrótce prezentuje przyjęte przez siebie podejście metodologiczne i obecny stan badań.

Nadrzędny cel rozprawy sformułowany został następująco:

The aim of the project is to research and understand how language universals reveal information about the connection between language, i.e. speech patterns, and culture by examining the application of idioms in print media. (s. 1)

‘Celem projektu jest zbadanie i zrozumienie, w jaki sposób uniwersalia językowe ujawniają informacje o związku między językiem [...] a kulturą, poprzez badanie zastosowania idiomów w prasie.’

Autorka jednak dalej w tekście nie wyjaśnia, o co dokładnie chodzi z uniwersaliami językowymi w kontekście analizy użycia idiomów w prasie brytyjskiej i ich klasyfikacji (w rozprawie później nie ma mowy o uniwersaliach). Natomiast w rozdziale trzecim nawiązuje do idei kontrastujących z uniwersalizmem, a mianowicie do relatywizmu i językowego obrazu świata, przywołując poglądy i badania m.in. Wilhelma von Humboldta, Edwarda Sapira i Benjamina Lee Whorfa, a także polskich językoznawców: Janusza Anusiewicza, Jerzego Bartmińskiego, Anny Pajdzińskiej i Ryszarda Tokarskiego (s. 84–88). W duchu tych idei Autorka rozprawy – słusznie – stwierdza:

Since idioms reflect important characteristics of a language community at any given time, they serve as time capsules, capturing single aspects of the specific perception of life at a certain time. (s. 86)

‘Ponieważ idiomy odzwierciedlają ważne cechy wspólnoty językowej w danym okresie, służą jako kapsuły czasu, rejestrujące aspekty określonego postrzegania życia w określonym czasie.’

Wracając do wstępu, należy odnotować, że Autorka wylicza szczegółowe cele, jakimi są porównanie częstości idiomów w prasie poważnej i popularnej (tabloidowej) oraz analiza użycia idiomów w zależności od wydarzeń politycznych i sytuacji ekonomicznej, a także w świetle trendów takich jak poprawność polityczna. Tak sformułowane cele rozprawy nie budzą już wątpliwości.

W rozdziale pierwszym, zatytułowanym *Idioms: Theoretical considerations* (s. 6–49), Doktorantka przedstawia różne definicje terminu *idiom*, a także ponad dziesięć klasyfikacji idiomów zaproponowanych przez różnych badaczy oraz mechanizmy tworzenia idiomów (m.in. metafora, metonimia, aluzja czy aliteracja). Oprócz tych zagadnień rozdział ten porusza kilka innych kwestii, do których należy m.in. rozumienie idiomów. Rozdział ten oceniam pozytywnie, dowodzi on bardzo dobrej orientacji Autorki w literaturze przedmiotu.

W rozdziale drugim, noszącym tytuł *Theoretical considerations regarding British idioms* (s. 50–82), Autorka rozprawy koncentruje się na idiomach występujących w brytyjskiej odmianie języka angielskiego, zajmując się ich pochodzeniem, znaczeniami i konotacjami, a także przeprowadzając ich klasyfikację.

Właśnie ta klasyfikacja idiomów – „by semantic fields”, czyli według pól semantycznych – przedstawiona w podrozdziale 2.3, budzi pewne wątpliwości. Do pól semantycznych Doktorantka zalicza kulturę, wydarzenia w przeszłości i naturę. W pierwszym polu znalazły się m.in. literatura, sport, religia; w drugim – m.in. tradycje marynarskie, a w trzecim – pogoda i królestwo zwierząt. O ile sport, zwierzęta

czy pogodę można zaliczyć do pól semantycznych, o tyle literatura do nich nie należy. Jest zbiorem tekstów, w których dane idiomy zostały użyte po raz pierwszy, a potem spopularyzowane przez użytkowników języka, zatem powinna być potraktowana jako źródło, z którego idiomy pochodzą. A te idiomy z kolei mogą być powiązane z różnymi polami semantycznymi.

Ponadto zastanowić się należy nad używaniem pewnych skrótów myślowych, np. „idioms originating in nature” (s. 68). Idiomy nie wywodzą się z przyrody, tylko obserwacje zwierząt i pogody mogą zainspirować użytkowników języka do tworzenia związków frazeologicznych. Uwaga ta dotyczy również skrótów myślowych użytych w innych miejscach w rozprawie – np. w rozdziale czwartym:

- Event derived pressdioms;
- Place derived pressdioms;
- Person derived pressdioms (s. 116, także we wnioskach na s. 176).

W rozdziale trzecim, zatytułowanym *The circumstances which influence idiom formation* (s. 83–111), Doktorantka zajmuje się pojęciem *kultura* i jej rozumieniem, jak również czynnikami wpływającymi na powstawanie idiomów. Ostatnią część tego rozdziału stanowi charakterystyka wyszczególnionych okresów w historii Zjednoczonego Królestwa: 1945–1955, 1960–1970, 1970–1980, 1980–1990, 1990–2000, 2000–2010, 2010–2020.

Czynniki wpływające na powstanie idiomów Doktorantka podzieliła na zewnętrzne i wewnętrzne (s. 88–100). Do tych pierwszych zaliczyła migrację i kulturę amerykańską, zaś do tych drugich subkulturę, poprawność polityczną i pojawienie się nowych generacji młodych ludzi. Sądzę, że można byłoby zrezygnować z tego podziału, chociażby dlatego, że poprawność polityczna i pojawienie się nowych generacji to zjawiska globalne, nie tylko brytyjskie. Jeżeli chodzi o podział lat 1945–2020 na poszczególne okresy, można zwrócić uwagę na jedną lukę – między 1955 a 1960.

Na s. 101 Autorka po raz pierwszy używa ukutego przez siebie terminu *pressdiom* w odniesieniu do nowych idiomów pojawiających się w komentarzach pod artykułami (czy w tweetach) w internetowych wersjach tabloidów, później przejętych i stosowanych przez dziennikarzy w artykułach:

Pressdioms – idioms coined in the popular press online versions in comments or tweets by the active readers, later applied in the press articles (author’s own). (s. 101, przypis nr 164)

Można się tu zastanowić nad trafnością tego terminu. Z jednej strony idiomy te pojawiają się w postach dotyczących treści artykułów prasowych, z drugiej strony to nie dziennikarze je tworzą, lecz czytelnicy. Także struktura tego neologizmu (*press* + *idiom*) też wywołuje refleksję – Autorka zrezygnowała z *i*, co mogłoby (ale i nie musiałyby) sugerować, że *i* jest przedrostkiem w *idiom*. Należy też tu odnotować, że w rozdziale czwartym (a także we wnioskach, s. 176) – niekonsekwentnie – pojawia się inne rozumienie terminu *pressdiom*:

The terms *V-day*, *Watergate* or *Brexit* must be treated as *pressdioms* as they were coined by the press and featured often enough to be recognisable to the point that they can be applied as templates for creating new idiomatic phrases. (s. 173)

‘Terminy *V-day*, *Watergate* czy *Brexit* należy traktować jako „*pressdiomy*”, ponieważ zostały ukute przez prasę i pojawiają się na tyle często, że są rozpoznawalne do tego stopnia, iż można je stosować jako wzór do tworzenia nowych idiomatycznych wyrażeń.’

Przejdę teraz do najważniejszej części rozprawy – z racji przedstawionych w niej badań samodzielnie przeprowadzonych przez Doktorantkę. Jest to rozdział czwarty, zatytułowany *Idioms in British press: Research study* (s. 112–173), który zawiera analizę użycia idiomów w dwóch tytułach prasowych: *The Guardian* (wcześniej *The Manchester Guardian*) i *The Mirror* (wcześniej *Daily Mirror*) w latach 1945–2020, z podziałem na powyżej wspomniane okresy. Pierwszy tytuł reprezentuje prasę poważną, drugi – prasę tabloidową.

W rozdziale tym, po krótkim przypomnieniu klasyfikacji idiomów, Autorka przechodzi do prezentacji idiomów wyekscerpowanych z materiału prasowego. Podrozdział 4.2 przedstawia dla każdej analizowanej dekady idiomy występujące w obu tytułach w artykułach na wybrane tematy polityczne i społeczne. Doktorantka wyselekcjonowała dla każdej dekady ważne wydarzenia, o których wtedy pisała prasa, a następnie przeanalizowała użycie idiomów w opisujących je tekstach. Dane statystyczne dla każdej dekady ujmują częstości użycia idiomów na jeden artykuł opisujący dane wydarzenie, a także częstości użycia idiomów na jeden artykuł reprezentujący następujące trzy kategorie tematyczne: (1) polityka globalna, (2) polityka lokalna, (3) inne wydarzenia i zjawiska, np. sportowe i gospodarcze. Po prezentacji materiału badawczego Autorka przeprowadza całościową analizę użycia idiomów w wybranych gazetach za pomocą odpowiednich narzędzi statystycznych. Analiza ta wykazała, że ostatnio w prasie poważnej nastąpił wzrost użycia idiomów. Jeżeli chodzi o typy idiomów, Doktorantka dochodzi do wniosku, że w *The Guardian* częściej używa się idiomów bazujących na metaforze, a w *The Mirror* – na metonimii

i frazesach. Poza tym dziennikarze pracujący dla tej drugiej gazety częściej stosują gry słowne.

Są to niezwykle interesujące wnioski, dotyczące zmian w podejściu do stosowania idiomów w prasie, jak również dotyczące różnic w używaniu idiomów w prasie poważnej i tabloidowej. Można byłoby się zastanowić również nad jeszcze jednym spojrzeniem na częstość występowania idiomów w wybranych przez Doktorantkę gazetach. Jak sama zauważa, artykuły w *The Guardian* są dłuższe od tych w *The Mirror*. Zbadanie nasycenia tekstów idiomami wymagałoby stworzenia korpusu (za pomocą np. programu AntConc) składającego się z fragmentów losowo wybranych tekstów reprezentujących trzy wydzielone w rozprawie kategorie tematyczne, a także obliczenia częstości względnych (czyli liczb występowania na milion słów). Chciałabym tu zaznaczyć, że nie krytykuję podejścia zastosowanego przez Autorkę, tylko wskazuję na alternatywny lub – do czego jestem bardziej przekonana – uzupełniający sposób przeprowadzenia badań.

Wracając do rozdziału czwartego rozprawy, na pochwałę z pewnością zasługuje również obszerny materiał badawczy obejmujący 70 lat, klasyfikowanie każdego idiomu według dwóch kryteriów (szczegóły w aneksach nr 1 i 2, s. 186–195), a także powiązanie użycia idiomów z opisywaniem wybranych wydarzeń politycznych, społecznych, sportowych, gospodarczych itp. Również trzeba tu docenić, iż Doktorantka przyznaje, że na pytanie badawcze dotyczące popularności poszczególnych typów idiomów (m.in. idiomów w czystej postaci, przysłów, cytatów) w dwóch przebadanych gazetach nie uzyskała zdecydowanej odpowiedzi, w związku z czym wskazuje obszary wymagające dalszych, bardziej szczegółowych badań. Ze swojej strony dodałabym, że w tych dalszych badaniach niewątpliwie potrzebne byłoby uwzględnienie większej liczby tytułów reprezentujących dwa rodzaje prasy, a także – o czym już wyżej wspomniałam – stworzenie korpusu tekstów prasowych i korzystanie z narzędzi korpusowych.

W rozdziale czwartym Autorka analizuje użycie słów takich jak *Brexit* i *Grexit*. Są to przykłady zbitek wyrazowych (*portmanteau*, ang. także *blend*). Można rozważać ich przynależność do idiomów, skoro zaliczane są do nich angielskie *compounds*, czyli wyrazy złożone. Jak trafnie zauważa Doktorantka, *Brexit* i podobne słowa mogą stanowić część nowotworzonych idiomów (i również wzór do tworzenia kolejnych zbitek wyrazowych). Z drugiej strony przy tworzeniu zbitek wyrazowych nie łączy się całych morfemów/słów (co ma miejsce w przypadku słów złożonych), tylko ich części (a przynajmniej część jednego elementu). Przytoczę tu inne angielskie przykłady: *smog* (*smoke* + *fog*) i *brunch* (*breakfast* + *lunch*) czy polski przykład *pstrokaty* (*pstry* + *srokaty*) i zadam pytanie, na ile możliwe jest traktowanie tych słów jako idiomów.

Z recenzenckiego obowiązku muszę zwrócić uwagę na pewne nieścisłości zaobserwowane w rozdziale czwartym. Chodzi głównie o stosowanie terminów, np. *source* 'źródło' w odniesieniu do mechanizmów tworzenia idiomów (termin *mechanism* Autorka stosuje w rozdziale pierwszym) czy też *article type* 'typ artykułu', kiedy chodzi o tematykę tekstów. Można też zwrócić uwagę na nadużywanie terminów *quality press* i *popular press*, skoro przebadano tylko po jednym tytule reprezentującym te rodzaje prasy. Ponadto w przypisach bibliograficznych na s. 142 i 143 pojawia się tytuł *Daily Mail*, podczas gdy w tabeli rozpoczynającej się na stronie 141 w pierwszym wierszu trzeciej kolumny znajduje się informacja, że idiomy pochodzą z *The Mirror*. Tytuł *Daily Mail* wspomniany jest wcześniej jeden raz na s. 114 („other major British tabloids such as *The Sun* and the *Daily Mail*”), ale nie ma wzmianki o tym, że Autorka będzie analizowała użycie idiomów także w tej gazecie.

We wnioskach (*Conclusions*, s. 174–178) Autorka zwięźle i zgrabnie podsumowuje wyniki swoich badań, zwracając uwagę na przykłady idiomów odzwierciedlających zjawiska kulturowe, szczególnie te najnowsze.

5. Wykorzystana literatura

Bibliografia jest dosyć bogata: liczy 192 pozycje, w tym 21 słowników. Autorka uwzględniła liczne ważne publikacje związane z tematem rozprawy, a także słowniki. Można byłoby jedynie zastanowić się na poszerzeniu listy słowników, np. o takie pozycje jak *Dictionary of Idioms and Their Origins* autorstwa Lindy i Rogera Flavellów oraz *The American Heritage Dictionary of Idioms* autorstwa Christine Ammer. Ten drugi słownik co prawda notuje idiomy używane w amerykańskiej odmianie języka angielskiego, lecz podaje ich pochodzenie oraz informację, kiedy zostały utworzone bądź po raz pierwszy użyte – a nastąpiło to w wielu przypadkach przed pojawieniem się w Ameryce mówiących po angielsku przybyszy z Europy. Jednak trzeba zaznaczyć, że powstało sporo słowników idiomów angielskich, a Autorka musiała dokonać pewnego wyboru.

6. Język rozprawy

Rozprawa została napisana dobrą naukową angielszczyzną. Drobne usterki to stosowanie potocznego języka (np. *have to* na s. 8, 11, 20, 26, 37, 45, 86, 126, 174), usterki gramatyczne (np. *As it is stated* – np. s. 55, 76, *the millennials with their born in talent for utilising technological advancements* – s. 101, błędne stosowanie lub pomijanie przedimków) oraz usterki interpunkcyjne (szczególnie brak przecinków w wielu miejscach tekstu).

Chciałabym zaznaczyć, że usterki te nie wpływają negatywnie na zrozumienie treści rozprawy.

7. Aspekty techniczne rozprawy

Z aspektów technicznych wymagających korekty wymieniałabym przede wszystkim stawianie numeru przypisu przed znakiem interpunkcyjnym. Jest to konwencja stosowana w tekstach pisanych w języku polskim, natomiast w tekstach anglojęzycznych numer przypisu stawia się po kropce, przecinku czy średniku. Poza tym odnotować tu należy stosowanie kursywy w numerach przypisów (powinna być prosta czcionka) oraz brak kursywy w zapisie niektórych (acz nielicznych) omawianych idiomów. Można byłoby również podać dane bibliograficzne dotyczące tekstów prasowych, z których Autorka wyekscerpowiała idiomy, nie w przypisach pod tabelami w rozdziale czwartym, a w osobnym aneksie.

8. Ogólna ocena rozprawy

Pani mgr Katarzyna Coombs-Hoar podjęła się trudnego i żmudnego zadania, jakim jest analiza użycia idiomów w brytyjskiej prasie na przestrzeni 70 lat. Doktorantka zebrała obszerny materiał badawczy, pochodzący z dwóch gazet, reprezentujących prasę poważną i prasę tabloidową, obejmujący lata 1945–2020. Udało się Jej zidentyfikować i odpowiednio sklasyfikować idiomy występujące w artykułach traktujących o wybranych wydarzeniach i zjawiskach. Zebranie materiału, wyselekcjonowanie artykułów, identyfikacja idiomów i ich klasyfikacja z pewnością były energo- i czasochłonne. Także należy tu podkreślić, że przeprowadzona analiza pozwoliła nie tylko na wysnucie interesujących wniosków, ale także na nakreślenie kierunku dalszych badań.

Konkludując, przedłożoną do recenzji pracę *Idioms – a Look into Culture. The Formation of English Idioms in the Framework of British Culture (1945-2020)* [*Idiomy – Spojrzenie na kulturę. Formacja idiomów w kulturze brytyjskiej (1945–2020)*] oceniam pozytywnie. Spełnia ona wymagania stawiane rozprawom doktorskim. W związku z tym wnioskuję o dopuszczenie Pani mgr Katarzyny Coombs-Hoar do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Danuta Stanulewicz

dr hab. Danuta Stanulewicz, prof. UG