

Ewa Szary-Matywiecka

"Wykładowcy intensywności cechy (na materiale polskim i rosyjskim)",
Elżbieta Janus, Wrocław 1981 :
[recenzja]

Biuletyn Polonistyczny 24/4 (82), 112

1981

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

/I/ JANUS Elżbieta: Wykładniki intensywności cechy (na materiale polskim i rosyjskim). Wrocław 1981, Oss., PAN IBL, ss. 216, zł 40,-

Publikacja książkowa z zakresu semantyki języka, mająca za przedmiot wykładniki intensywności cechy. Autorka pod pojęciem tym rozumie sens wyrazu "bardzo" (ros.: očen') oraz wyrazów względem niego synonimicznych. Wywód koncentruje się wokół zasadniczego pytania: z jakimi wyrażeniami wypowiedzeniowymi może łączyć się sens zawarty w słowie "bardzo", oraz w jego synonimach? Rozwijając to zagadnienie autorka ustala rejestr synonimów polskiego słowa "bardzo" oraz rosyjskiego "očen'" i określa klasy wyrażeń łączące się z nimi. Wykładniki intensywności okazują się w sposób zasadniczy powiązane z elementami "większy", "więcej", czyli z porównywaniem.

BP/82/13

E.Sz.-M.

/I/ JEZYK I SPOŁECZEŃSTWO. Wybór i wstęp M. Głowiński. Tłum. J. Arnold. Warszawa 1980, Czyt., ss. 392, zł 60,-

Zbiór prac zajmujących się relacjami między językiem a społeczeństwem, stanowiących refleksje nad mową jako formą społecznego działania. Antologia zawiera 12 studiów socjolingwistycznych (autorstwa m.in. E. Benveniste'a, D. Hymesa, B. Bernsteina, L. Spitzera) w sposób wszechstronny ujmujących fakt społecznego istnienia języka. Znajdują się w niej prace o charakterze teoretycznym, a także rozważania o problemach szczegółowych, jak społeczne zróżnicowanie mowy potocznej, społeczny charakter zjawisk parajęzykowych, wypowiedź reklamowa jako charakterystyczna dla kultury współczesnej forma wypowiedzi perswazyjnej.

BP/82/14

M.K.