

Konotacje antroponimów w plakatach teatralno-operowych

Autorka stawia hipotezę, że w plakacie teatralno-operowym tytuł, otoczony kontekstem wizualnym (lub też werbalnym), odsyła odbiorcę nie tylko do sztuki czy denotatu, ale może uruchamiać konotacje użytych słów. Interpretacjom poddawane są cztery plakaty Rafała Olbińskiego, w których tytuł jest antroponimem – imieniem, nazwiskiem lub przezwiskiem głównego bohatera sztuki teatralnej lub opery. Analizy wybranych przykładów pokazują, że ukształtowanie warstwy wizualnej sprawia, że odbiorca ma do czynienia z profilowaniem struktury znaczeniowej wartości konotacyjnych nazwy własnej. Pozawerbalne otoczenie antroponimu powoduje, że skonwencjonalizowane konotacje nazwy własnej są bądź uszczegółowione o konotacje kontekstowe, bądź przesuwane na dalszy plan struktury znaczenia. W drugim przypadku w miejsce sądów konwencjonalnych pojawiają się treści peryferyjne, aktualizowane pod wpływem kontekstu wizualnego.

SŁOWA KLUCZOWE: konotacje nazw własnych, konotacje tekstowe, profilowanie tekstotwórcze, antroponim, plakat teatralno-operowy

Gdy odbiorca patrzy na plakat teatralno-operowy, to zakłada, że zawarty w nim tytuł odnosi się do tekstu dramatu (libretta) lub jego konkretnej scenicznej realizacji. W niniejszym szkicu stawiam hipotezę, że tytuł otoczony kontekstem wizualnym (lub też werbalnym) w plakacie odsyła odbiorcę nie tylko do sztuki czy denotatu (gdy tytuł jest nazwą osobową czy geograficzną), ale że może też uruchamiać konotacje użytych słów. Sens plakatu jest bowiem wy-

nikiem przenikania, dopełniania się języka i obrazu. Znaki werbalne oddziałują na wizualne, a wizualne dookreślają werbalne. Znaczenie całego przekazu to suma interakcji wszystkich składników przekazu.

W niniejszym szkicu przedmiotem moich badań uczynię tytuł, a warstwę wizualną plakatu potraktuję jako dookreślającą jego znaczenie¹. Materiał analityczny jest zbiorem homogenicznym – stanowią go teatralno-operowe plakaty Rafała Olbińskiego, w których tytuł jest antroponimem – imieniem, nazwiskiem lub przezwiskiem głównego bohatera sztuki teatralnej lub opery. Zakładam, że cechy konotacyjne są właściwe nie tylko nazwom pospolitym, ale również nazwom własnym. Konotacje nazw własnych rozumiem za Czesławem Kosyłem jako

[...] utrwalony w świadomości społecznej (a więc powszechny, a nie indywidualny) zbiór sądów i wyobrażeń o denotacie danej nazwy. Stanowią one rodzaj etykiety dla danego denotatu (Kosyl 1987: 136)².

Szczególnie interesujące wydają się te antroponimy, które odsyłają odbiorcę do wyobrażeń o jednostkowych postaciach kultury (postaciach literackich), osadzonych w rzeczywistości wykreowanej przez autora. W szkicu próbuję odpowiedzieć na pytanie, czy antroponimy usytuowane w otoczeniu znaków pozawerbalnych wywołują tylko konwencjonalne wyobrażenia o denotacie danej nazwy.

Przyjmuję, że plakaty teatralno-operowe to „metakomunikaty” – artystyczne i intelektualne interpretacje innych tekstów kultury, też już zinterpretowanych przez reżysera spektaklu teatralnego czy opery. Znany tytuł (będący antroponimem) uruchamia u odbiorcy wiedzę o postaci fikcyjnej lub historycznej, ale też jest odczytywany w kon-

¹ W szkicu znajdują się więc tylko częściowe analizy i interpretacje plakatów. O całościowym odbiorze, w którym dostrzega się wzajemne oddziaływanie kodów (też dookreślanie znaków wizualnych przez werbalne), pisałam między innymi w artykułach: *Plakat artystyczny – przekaz multimodalny* (Bolek 2017) i *Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych* (Bolek 2016).

² Warto odnotować, że temat konotacji nazw własnych został też zgłębiany przez Mariusza Rutkowskiego (Rutkowski 2007, 2012).

tekście warstwy wizualnej plakatu. Ukształtowanie warstwy wizualnej sprawia czasem, że skonwencjonalizowane konotacje nazwy własnej są uszczegółowione o konotacje kontekstowe. Innym przypadkiem jest taki, w którym pozawerbalne otoczenie antroponimu powoduje, że konotacje skonwencjonalizowane są przesuwane na dalszy plan struktury znaczenia, a na plan pierwszy zostają wysunięte peryferyjne, kontekstowe cechy konotacyjne antroponimu.

Pierwszym analizowanym przykładem jest antroponim *Balladyna* – tytuł dramatu Juliusza Słowackiego. *Balladyna* to typowe imię literackie, gdyż zostało utworzone jako imię postaci (pochodzi od nazwy gatunku *ballada*, zob. Grzenia 2006: 66). Na plakacie zapisane jest typografią własną artysty oraz umieszczone w kontekście bardzo silnie działającej na odbiorcę warstwy werbalnej. Z plakatu na widza patrzą ciemne oczy dziewczyny o kruczoczarnych włosach i ostrych rysach twarzy. Pod jej głową umieszczona jest kolejna głowa – też młodej dziewczyny, ale o błękitnych oczach, łagodnym spojrzeniu, skierowanym w bok, jasnych włosach i delikatnych rysach twarzy. Odbiorca niemal automatycznie przyporządkowuje pierwszy z opisywanych wizerunków do postaci Balladyny, a drugi do Aliny. Opozycja ciemny–jasny, spojrzenia bohaterek oraz pionowy układ ich głów³ ewokują szereg wartości przeciwstawnych: zło – dobro, bezwzględność – łagodność, stanowczość – uległość, siła – słabość. Cechy przypisywane postaciom na plakacie pokrywają się w tym względzie z kreacjami bohaterek dramatu Słowackiego.

Uwagę widza silniej niż obraz głów przykuwa jednak zakończona szponami ręka, która wyrasta z szyi Balladyny i zgniata, raniąc do krwi, twarz Aliny. Zakończenia palców dłoni przechodzą w czarne szpony drapieżnego ptaka. Ta zamiana części ciała ludzkiego na ptasie szpony ma ogromny wpływ na sferę obrazów mentalnych, do których odsyłany jest odbiorca plakatu. Pod ich wpływem widz wie, że jest zachęcany do obejrzenia spektaklu o Balladynie, czyli ‘bezwzględnej morderczyni, siostrobójczyni’, ale takiej, której zachowanie

³ Mamy tu bez wątpienia do czynienia z wizualną metonimią, w której cała osoba jest reprezentowana przez obraz głowy/twarzy.

jest instynktowne, drapieżne, wręcz zwierzęce. W przypadku tego antroponimu, osadzonego w pozawerbalnym i werbalnym kontekście plakatu, mamy do czynienia z uszczegółowieniem skonwencjonalizowanych konotacji nazwy własnej *Balladyna* ‘zła’, ‘bezwzględna’, ‘morderczyni’, ‘siostróbójczyni’ o cechy ‘drapieżna’ i ‘kierująca się instynktem (zwierzęcym)’.

Antroponimem, automatycznie odsyłającym do jednej z najbardziej znanych postaci dramatycznych, jest *Makbet*. Na stworzonym przez Rafała Olbińskiego plakacie antroponim umieszczony jest w kontekście pozostałych znaków werbalnych: nazwiska kompozytora – Giuseppe Verdiego oraz informacji o miejscu i dacie premiery (Opera Wrocławska, czerwiec 2014). Choć w przekazie nie ma nazwiska Williama Szekspira, to bardzo silnie oddziałująca warstwa wizualna sugeruje odbiorcy, że plakat zapowiada operę, której główną postacią jest bohater wykreowany przez angielskiego dramaturgę. Wnikliwy interpretator, który sięgnie do treści libretta, dostanie potwierdzenie, że fabuła opery powstała na podstawie dramatu Szekspira⁴, więc odwoływanie się do powszechnej wiedzy o Makbecie, w odczytywaniu znaczeń plakatu, jest jak najbardziej uzasadnionym działaniem interpretacyjnym.

Nazwa własna *Makbet* odczytywana jest w kontekście warstwy wizualnej plakatu. Także tu odbiorca widzi twarz, ale tym razem połączoną z innymi znakami pozawerbalnymi, wśród których część jest symbolami. Złączone razem w całość tworzą wieloelementową wizualną metaforę⁵: twarz-wieża-labirynt-korona-sztylet. Wydaje się, że konotacje antroponimu *Makbet* są uszczegółowione znaczeniami symboli i konotacjami znaków pozawerbalnych, które motywują wielopoziomową wizualną metaforę. Makbet uwięziony jest

⁴ Giuseppe Verdi chętnie sięgał do dzieł angielskiego autora. Oprócz *Makbeta* na podstawie fabuły dzieł dramatycznych Szekspira zrealizował też *Otella* i *Falstaffa*.

⁵ Seweryna Wysłouch, opisując mechanizm odczytywania konfiguracji wizualnych znaków niemimetycznych, sugeruje, że „odbiorca, [...] jeśli chce zrozumieć nonsensowną z pozoru kompozycję, musi porzucić nastawienie referencyjne i potraktować przedmioty przedstawione jako znaki symboliczne, które zostały «zderzone» z innymi znakami, tj. poddane operacji metaforycznej i ewokują nowe, zaskakujące sensy” (Wysłouch 1985: 217).

w wieży własnych rządz – odizolowany od realnego świata i pozbawiony racjonalnego myślenia. Wieża to zarówno miejsce odseparowania, jak i labirynt – przestrzeń, z której nie ma wyjścia (profil twarzy łączy się na plakacie ze spiralnym murem, z którego nie sposób się wydostać). Okrąg korony buduje nie tylko kształt symbolu władzy królewskiej, ale też ostre wieże labiryntu, z których ostatnia jest sztyletem ociekającym krwią. Korona-sztylet nie jest wykonana ze szlachetnego kruszcu, lecz z grubej ostrej stali⁶ – budulca narzędnia zbrodni. Cały obraz umiejscowiony został jakby w głowie Makbeta, może być więc obrazem myśli czy targających nim emocji przełożonych na konkretne symbole i znaki wizualne. Istotne dla interpretacji wydaje się również dostrzeżenie typografii własnej plakacisty, która swym kształtem przypomina ostre cięcia miecza.

Pod wpływem wielowarstwowego (i symbolicznego, i metaforycznego) kontekstu wizualnego do skonwencjonalizowanych konotacji antroponimu *Makbet* – ‘morderca’, ‘królobójca’, ‘zaślepiiony rządzą władzy’ – włączone zostają takie negatywne wartości szczegółowe, jak: ‘brak wyjścia’, ‘izolacja’, ‘niewola (więzienie samego siebie)’, ‘ucisk’, ‘uciemiężenie’, ‘natłok myśli’, ‘zamęt’.

Kolejnym analizowanym antroponimem jest *Kopciuszek* – tytuł bajki baletowej Johanna Straussa. Plakat do tej sztuki, podobnie jak inne dzieła Olbińskiego do polskich i zagranicznych realizacji scenicznych, został zaprojektowany w technice malarskiej, przełożonej na język grafiki użytkowej. Obraz urzeka kreacją nierealnych malarskich światów, które widz, zgodnie z zaleceniem plakacisty, „może interpretować własną wyobraźnią” (Olbiński 2015: 5). Nadawca gra

⁶ Na taką wizualizację wpływ mogła mieć też scenografia. Zob. „Scenografia Pawła Dobrzyckiego wprowadza widza w niezwykłą przestrzeń lasu Birnam, ale nie pięknego i bujnego, a zniszczonego, jak w świecie spustoszonego przez apokalipsę. Dominuje nie drewno, ale metal, nawet przeżarty rdzą. To rzeczywistość, w której technika i wojna zniszczyły przyrodę i ludzi. Nie mamy pięknych zamków i komnat, pokazujących bogactwo Makbeta” (Berger-Gorski 2014: <http://www.wroclaw.pl/bruno-bergergorski-o-makbecie-w-hali-stulecia>; dostęp 23.03.2017). Dociekania o wpływach innych przedstawień wizualnych na sztukę plakacistów, choć niezwykle ciekawe i cenne z punktu widzenia teoretyki sztuki, w badaniach językoznawczych traktuję jednak jako informacje o znaczeniu marginalnym.

z odbiorcą, zestawiając znany tytuł z zaskakującą wizualizacją jego treści. Interpretator, odczytując znaczenie tytułu, sięga do swojej wiedzy o bajkowej postaci Kopciuszka oraz próbuje ją skonfrontować z propozycją plakatową.

W warstwie wizualnej plakatu dominującym elementem jest postać młodej kobiety, opierającej stopy na księżycu w nowiu. Mimo pozornego zachowania proporcji i perspektywy z obrazu wyłania się świat nierealny, skrywający jakąś tajemnicę, oniryczny, a jednocześnie harmonijny, spokojny, bezpieczny. Obserwator widzi młodą kobietę siedzącą na krześle w swobodnej pozycji, z nogami w górze. Strój dziewczyny jest współczesny – czerwona minispódniczka i niebieska koszulka nie zasłaniają nóg, rąk, ramion ani znacznej części pleców.

Aktualne na plakacie są powszechne wyobrażenia Kopciuszka jako dziewczyny młodej i pięknej. Poza nimi plakatowy obraz Kopciuszka kłóci się z sądami, utrwalonymi w zleksykalizowanych (pod wpływem etymologii – *Kopciuszek* ‘brudna od sadzy – *kopciu*’ – oraz treści definicyjnych nazwy pospolitej *kopciuszek*, powstałej właśnie od konotacji antroponimu) konotacjach nazwy własnej *Kopciuszek* – ‘brudna’, ‘o zaniedbanym wyglądzie’ (SJPDor 1961: 989), ‘biedna’ (SWJP 1996: 413), ‘lekceważona’, ‘wykorzystywana’ (ISJP 2000: 680). Aby zrozumieć rozbieżności między powszechnymi wyobrażeniami o Kopciuszku a jednostkowym obrazem postaci, wykreowanym przez plakacistę – interpretatora bajki baletowej, odbiorca plakatu musi sięgnąć do treści libretta.

Fabula bajki baletowej, wystawianej w Operze Wrocławskiej, została oparta na strukturze libretta Alberta Kollmana. Akcja przenosi się w czasy współczesne – do świata kreatorów mody, w którym zamiast księcia mamy Gustawa, projektanta – a zamiast Kopciuszka – Gretę, zwyczajną dziewczynę pracującą w salonie „4 sezony”. Dziewczyna, tak jak w wersjach klasycznych, dzięki czarom zostaje pięknie ubrana i przenosi się na bal, na którym poznaje miłość swojego życia. Tu, podobnie jak u Perraulta czy braci Grimm, magia spełnionych życzeń działa tylko w nocy. Widoczny jest też podział na dwa światy: realny – salonowy oraz nierealny – marzeń.

W kontekście treści libretta bajki baletowej do *Kopciuszka* z muzyką Johanna Straussa oczywiste wydaje się, że Rafał Olbiński na plakacie przedstawił zwyczajną współczesną dziewczynę (może baletnicę?), która snując nocne marzenia, przenosi się do światów nierealnych, magicznych. Wizerunek młodej kobiety oświeśla, symbolizujący żeńskość, księżyc, który kojarzy się nam z wyobraźnią i fantazją (Cirlot 2000: 2012). Dziewczyna ma zamknięte oczy, oddaje się marzeniom, które pod osłoną nocy mogą się spełniać, choćby w snach. Krajobraz ukazany na obrazie w bladym blasku księżyca jest spokojny, harmonijny, sprzyja błogiemu zamyśleniu. Reasumując, na plakacie przedstawiona jest po prostu rozmarzona, współczesna młoda kobieta, która realizuje swoje tęsknoty w wyobraźni. Pomaga jej w tym rozgwieżdżona noc oraz blady blask księżyca w nowiu.

Skonwencjonalizowane konotacje nazwy własnej *Kopciuszek* to ‘młoda’, ‘piękna’, ‘brudna’, ‘o zaniedbanym wyglądzie’, ‘biedna’, ‘lekceważona’, ‘wykorzystywana’. W plakacie otoczenie znaków werbalnych pozawerbalnymi sprawia, że konotacje ‘brudna’ ‘o zaniedbanym wyglądzie’, ‘lekceważona’, ‘wykorzystywana’ neutralizują się. Cechy ‘młoda’ i ‘piękna’ pozostają aktualne, a obok nich pojawiają się treści nowe: ‘rozmarzona’, ‘tęskniąca’, ‘żyjąca w świecie wyobraźni i magii’.

Ostatnim analizowanym antroponimem jest *Salome* – imię postaci biblijnej, której bezwzględność inspirowała wielu artystów (pisarzy, malarzy, muzyków). Jednym z nich był Richard Strauss, kompozytor muzyki do dramatu na podstawie dzieła Oscara Wilde’a. Nie bez znaczenia dla analizy nazwy biblijnej jest wiedza o denotacie⁷. Salome to córka Herodiady, która jest uznawana za winną śmierci Jana Chrzciciela. Herold – ojczym zachwycony tańcem Salome, obiecał, że spełni każde jej życzenie. Dziewczyna, za namową swej matki, zażądała głowy Świętego Jana.

⁷ „Nazwy o genezie biblijnej czy mitologicznej [...] na skutek długiej tradycji użycia w znaczeniu metaforycznym czy symbolicznym wrosły mocno w system pojęciowy polszczyzny, a samo tło konotacyjne, tj. wiedza o prymarnym denotacie, jest w ich przypadku nie bez znaczenia” (Rutkowski 2012: 9).

Znajomość historii postaci biblijnej wpływa na fakt, że utrwalone w świadomości społecznej konotacje nazwy własnej *Salome* to 'wydająca wyrok', 'bezwzględna', 'namiętna', 'kuszająca'. Wizualne otoczenie antroponimu na plakacie powoduje, że odbiorca przypisuje też nazwie *Salome* cechy kontekstowe. Na pierwszym planie plakatu przedstawiona została półnaga kobieta w tanecznej pozie, a na planie drugim nieproporcjonalnej wielkości do postaci Salome głowa Świętego Jana. Elementem, który przenika i łączy obie postacie jest otwarte oko ściętej głowy, nałożone na łono kobiety.

Zabieg graficzny zaskakuje, czy wręcz szokuje, odbiorcę artystyczną i kulturową prowokacją. Interpretator, aby zrozumieć jej znaczenie, musi dotrzeć do wiedzy o surrealizmie, do którego nawiązuje Olbiński, oraz do treści libretta. Operacje surrealistyczne polegają na pozbawianiu przedmiotów cech specyficznych, związanych z ich funkcją podstawową⁸. W proponowanej przeze mnie interpretacji obrazu Olbińskiego otwarte oko ściętej głowy nie patrzy ani nie podgląda, ale przykuwa wzrok odbiorcy. Kontekst znajomości libretta do opery Richarda Straussa naprowadza natomiast odbiorcę na informacje o tym, że operowa Salome jest inna niż ta biblijna: nie tylko namiętna i kusząca Heroda swym tańcem, ale pożądana i pałająca namiętnością do proroka (w operze Jokanaana), który odrzuca jej uczucie. Oryginalność modyfikacji biblijnej opowieści – wprowadzenie motywu perwersyjnej miłości Salome do Jana Chrzciciela – może motywować oryginalność warstwy werbalnej plakatu.

Wizualny kontekst antroponimu *Salome* sprawia, że konotacje skonwencjonalizowane nazwy własnej 'wydająca wyrok' i 'bezwzględna' są przesunięte na dalszy plan, a cechy 'namiętna', 'kuszająca', uszczegółowione o wyeksponowane treści 'bezwstydna', 'rozerotyzowana', 'perwersyjna'. Zastanawiający jest jeszcze gest plakatu Salome, która lewą ręką zasłania oczy. Interpretatorowi trudno jednak okre-

⁸ Por. komentarz Seweryny Wysłouch do obrazu Salvadora Dali *Uporczywość pamięci*: „Eksperymenty typowe dla surrealistów polegają [...] na zmianach w zakresie konotacji. Przedmiot nagle zostaje pozbawiony cech specyficznych, najczęściej związanych z funkcją użytkową” (Wysłouch 1985: 211).

ślić, czy to tylko taneczna poza, czy plakatuwa Salome jest jednak zawstydzona.

Każdy z analizowanych przykładów pokazuje, że nazwa własna – antroponom będący tytułem sztuki teatralnej czy opery – odsyła odbiorcę do konkretnej, jednostkowej postaci kultury (postaci literackiej lub historycznej, której biografia inspirowała artystów do tego stopnia, że uczynili ją tytułowym bohaterem swych dzieł), ale też może wywoływać skojarzenia. W przypadku gdy antroponom otoczony jest znakami pozawerbalnymi, staje się częścią komunikatu multimodalnego – plakatu teatralno-operowego. Odbiorca plakatu odsyłany jest więc zarówno do konwencjonalnych wyobrażeń o denotacie danej nazwy, jak też do skojarzeń niekonwencjonalnych, motywowanych wizualnym kontekstem.

Analizy wybranych przykładów pokazują, że ukształtowanie warstwy wizualnej sprawia czasem, że mamy do czynienia z profilowaniem tekstotwórczym⁹ struktury znaczeniowej wartości konotacyjnych nazwy własnej. Z sytuacją uszczegółowienia konotacji skonwencjonalizowanych o kontekstowe mamy do czynienia w przypadku nazwy własnej *Balladyna* i ciągu konotacji ‘zła’, ‘bezwzględna’, ‘morderczyna’, ‘siostróbójczyni’, ‘drapieżna’, ‘kierująca się instynktem (zwierzęcym)’. Innym przypadkiem jest ten, w którym pozawerbalne otoczenie antroponomu powoduje, że konotacje skonwencjonalizowane są neutralizowane lub przesuwane na dalszy plan, a na ich miejsce pojawiają się treści aktualizowane pod wpływem otoczenia wizualnego (jak w przypadku neutralizacji cech ‘brudna’ ‘o zaniedbanym wyglądzie’, ‘lekceważona’, ‘wykorzystywana’ nazwy *Kopciuszek* i aktualizacji konotacji ‘tęsknoty’, ‘marzenia’, ‘wyobraźni’, ‘magii’).

⁹ Terminu *profilowanie tekstotwórcze* używam za Ryszardem Tokarskim, który pokazując, że „profilowanie tekstotwórcze nawiązuje do kulturowo ukształtowanego obrazu słowa” – struktury idealnej – podkreśla, że „efektem profilowania tekstotwórczego jest wysunięcie na plan pierwszy części tej struktury, uznanie jej za istotniejszą z perspektywy celów czy intencji przyświecających tekstowi. Uwydatniona może być pojedyncza cecha konotacyjna, ale może to być również cały ciąg konotacyjny, cały łańcuch konotacji, zawierający wspólne przesłanie znaczeniowe” (Tokarski 2013: 244-245).

Wydaje się, że mechanizm aktualizowania kontekstowych konotacji nazw własnych użytych w plakatach jest taki sam jak konotacji tekstowych w tekstach kreatywnych. W plakacie podobnie kontekst (wizualny lub werbalny) otwiera pole skojarzeń indywidualnych, ale też dookreśla, profiluje znaczenie użytej nazwy. Jeśli przyjmiemy, że plakat może być tekstem kultury czy po prostu tekstem¹⁰, to stosowanie w odniesieniu do warstwy werbalnej terminów *konotacje tekstowe* i *profilowanie tekstotwórcze* wydaje się w pełni uzasadnione.

Literatura

- Berger-Gorski B., 2014, *Bruno Berger-Gorski o „Makbecie” w Hali Stulecia*, <http://www.wroclaw.pl/bruno-bergergorski-o-makbecie-w-hali-stulecia>; dostęp 23.03.2017.
- Bolek E., 2016, *Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych*, [w:] *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Kraków, s. 223–234.
- Cirlot J.E., 2000, *Słownik symboli*, Kraków.
- Dobrzyńska T., 2001, *Tekst*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 293–314.
- Grzenia J., 2006, *Słownik imion*, Warszawa.
- ISJP, 2000 – *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Warszawa.

¹⁰ Zob. wywód Teresy Dobrzyńskiej o tekście jako przedmiocie badań interdyscyplinarnych: „Na gruncie nauk humanistycznych, zajmujących się – obok wytworów językowych – twórczością artystyczną i innymi zachowaniami znakowymi człowieka w obrębie danej kultury, doszło do rozszerzenia pojęcia tekstu [...]. Szeroko rozumiany tekst – już jako tekst kultury (Żółkiewski, 1988) – odnoszony bywa do wszelkich przekazów artystycznych, do całości znakowych o charakterze rytualnym [...]. Uogólnienie pojęcia tekst pozwala porównać wytwory i zachowania znaczące, przynależne do różnych dziedzin kultury, umożliwia odkrycie ich wspólnych cech strukturalnych oraz stanowi dogodną płaszczyznę integracji rozproszonych badań specjalistycznych z zakresu różnych dyscyplin humanistycznych” (Dobrzyńska 2001: 313) czy definicję tekstu Bogusława Skowronka: „tekst rozumiany jest jako to wszystko, co wytwarza sensowne znaczenie w wyniku praktyk znakowych (semiotycznych) i jest spajane w koherentną całość w każdorazowym akcie odbioru” (Skowronek 2016: 16).

- Kosyl Cz., 1978, *Metaforyczne użycie nazw własnych*, [w:] *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, red. M. Szymczak, Wrocław, s. 133–143.
- Olbiński R., 2015, *Baśnie o miłości i innych dziwnych przypadkach*, Warszawa.
- Rutkowski M., 2007, *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii. Proces deonimizacji*, Olsztyn.
- Rutkowski M., 2012, *Słownik metafor i konotacji nazw własnych*, Olsztyn.
- SJPDor, 1961 – *Słownik języka polskiego*, red. W. Doroszewski, t.3, Warszawa.
- Skowronek B., 2016, *Rozmowa na temat statusu mediolingwistyki z prof. Evą Marthą Eckkrammer, prof. Martinem Luginbühlem i prof. Bogusławem Skowronkiem*, „Tekst i Dyskurs”, z. 9, s. 11–18.
- SWJP, 1996 – *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa.
- Tokarski R., 2013, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin.
- Wysłouch S., 1985, *Wizualność metafory*, [w:] *Miejsca wspólne. Szkice o komunikacji literackiej i artystycznej*, red. E. Balcerzan, S. Wysłouch, Warszawa, s. 205–220.

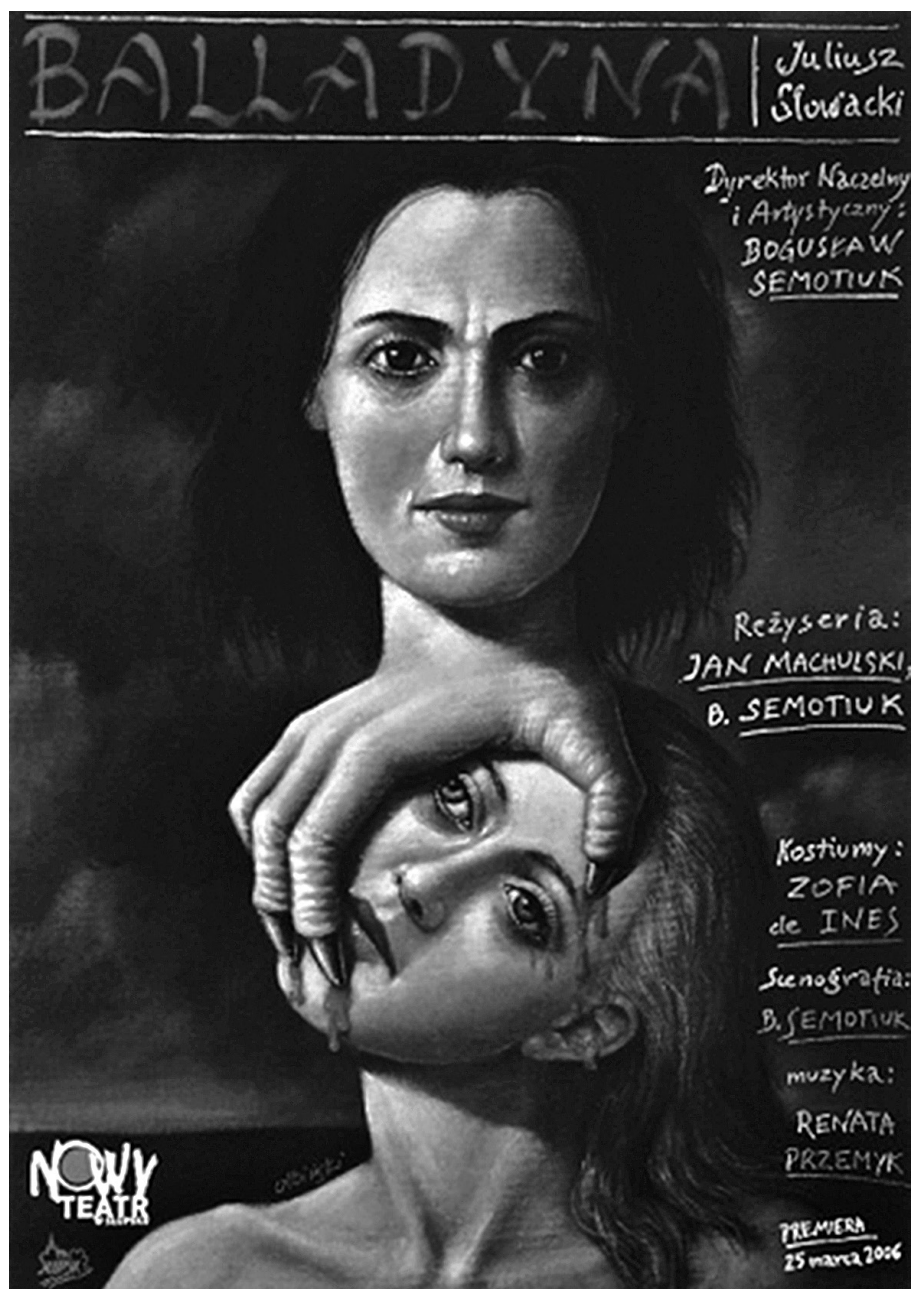
THE CONNOTATIONS OF ANTHROPONYMS IN THEATRE AND OPERA POSTERS

— SUMMARY —

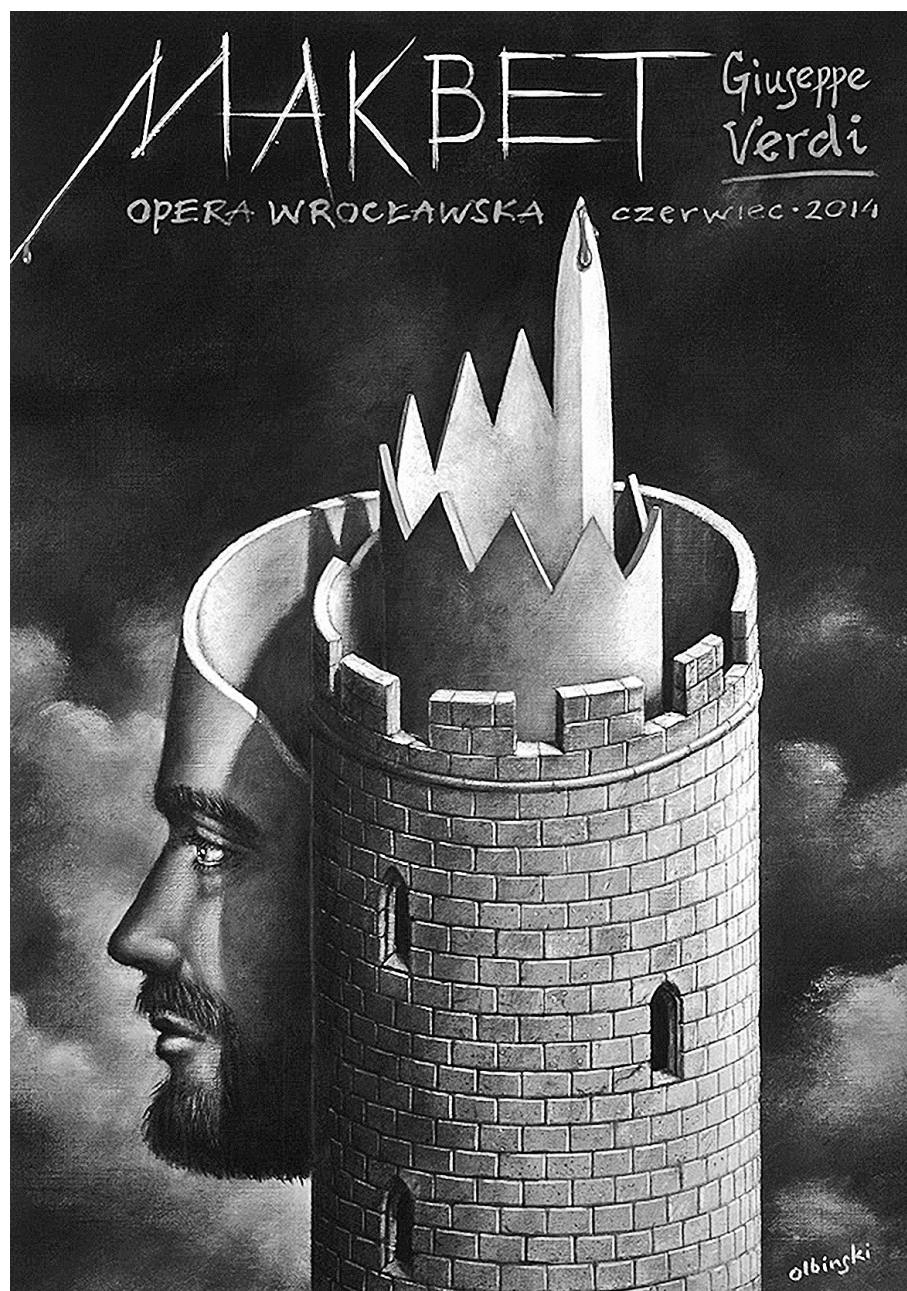
The author puts forward a hypothesis that in theatre and opera posters, the title, surrounded by the visual (or verbal) context, directs the recipient not only to the play or the denotation, but may activate connotations of the used words. Four posters by Rafał Olbiński in which the title is an anthroponym – the name, last name, or nickname of the theatre or opera play's protagonist – undergo interpretation. The analyses of the selected examples show that the shape of the visual layer causes the recipient to deal with profiling of the semantic structure of the proper name's connotations. The non-verbal surrounding of the anthroponym causes the conventionalised connotations of the proper name to be either detailed with contextual connotations, or sent to the background of the semantic structure. In the latter case, conventional judgments are replaced by peripheral content updated due to the influence of the visual context.

KEY WORDS: proper name connotations, textual connotations, text-creation profiling, anthroponym, theatre and opera poster

- ♦ Elwira Bolek



Plakat Rafała Olbińskiego do spektaklu *Balladyna*



Plakat Rafała Olbińskiego do opery *Macbet*

- ♦ Elwira Bolek



Plakat Rafała Olbińskiego do bajki baletowej *Kopciuszek*



Plakat Rafała Olbińskiego do opery *Salome*