

DOROTA POŁOWNIAK-WAWRZONEK

Instytut Filologii Polskiej, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

*Wpływ komunikatów emitowanych w mediach
na współczesną polską frazeologię*

Influence of the messages emitted in the media on the Polish contemporary phraseology

STRESZCZENIE

Media oddziałują dziś silnie na współczesną polską frazeologię – szczególnie zaś film, serial telewizyjny, piosenka (głównie rozrywkowa), reklama, wypowiedzi polityków, popularne programy telewizyjne, radiowe, prasa, Internet. Do języka ogólnego przenikają zarówno związki wyrazowe, które powstały w komunikatach medialnych, jak i te które są przez media popularyzowane, a pochodzą np. z języka potocznego, socjolektów, z innych języków. Dzięki oddziaływaniu mediów wzrasta zbiór nowych utrwalonych połączeń słownych. Język większości komunikatów medialnych jest jednak stosunkowo ubogi, jednolity, dlatego też zanika wiele frazeologizmów funkcjonujących przez lata w polszczyźnie.

W komunikatach współczesnego języka polskiego obok postaci kanonicznych połączeń wywodzących się z mediów występują liczne ich modyfikacje – są to głównie warianty leksykalne, ilościowe, szyku, fleksyjne, rzadziej słotwórcze. Modyfikacji lub zmianie ulega często semantyka badanych związków. Zarejestrowano też przykłady różnego typu derywacji. Innowacje wzmacniają inwariant.

Słowa kluczowe: oddziaływanie mediów, frazeologizm, wariantowość

We współczesnej polskiej frazeologii ujawnia się wpływ mediów¹, które stały się „nowoczesnymi potężnymi środkami społecznego przekazu”.² W niektórych

¹ Wydało mi się zasadne, by zająć się tą kwestią, tym bardziej że problem wpływu mediów na współczesną polską frazeologię rzadko poddawany był badaniom. W polskim językoznawstwie pojawiło się kilka artykułów dotyczących tego zagadnienia, wydano także dwa słowniki; por. np. artykuły: W. Chlebda, *Frazeologia w reklamie i reklama we frazeologii*, „Problemy Frazeologii Europejskiej”, t. I, A. M. Lewicki (red.), Warszawa 1996, s. 57–68; idem, *Pogoda dla bogaczy, czyli o inwariancie i wariantach we frazeologii raz jeszcze*, „Z Problemów Frazeologii Polskiej i Słowiańskiej”, t. VI, M. Basaj, D. Rytel (red.), Warszawa 1994, s. 93–108. W 2009 roku ukazał się *Słownik polszczyzny politycznej po roku 1989* R. Zimnego, P. Nowaka oraz *Słownik sloganów reklamowych* M. Spsychalskiej, M. Hołoty.

² Fragment listu apostołskiego Jana Pawła II do ludzi odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu. List *Il Rapido sviluppo* (*Szybki rozwój*) ogłoszono w Watykanie 21 lutego 2003 roku, w 40. rocznicę soborowego dekretu o mediach *Inter mirifica*.

typach tekstów oddziaływanie to zaznacza się dziś wyraźniej niż np. wpływ literatury – można powiedzieć, że „narodziła się nowa tradycja”.³

Przeprowadzone przeze mnie badania wykazały, iż na polską frazeologię najsilniej oddziałują takie komunikaty medialne, jak: piosenka (głównie rozrywkowa), film, serial telewizyjny, reklama, wypowiedzi polityków, popularne programy telewizyjne, radiowe, prasa. Aktualnie najwyraźniej zaznacza się wpływ telewizji. R. Kapuściński powiedział, że współcześnie „rząd dusz przesunął się”⁴ do sfery telewizji. Według twórcy „coraz częściej odbieramy taki obraz świata, jaki pokazuje nam telewizja, a nie widzimy go takim, jaki jest naprawdę”.⁵ Coraz wyraźniej zaznacza się dziś wpływ Internetu.

Badaniami objęłam język współczesnych mediów, który w Polsce zmienił się w dużym stopniu po przełomie ustrojowym.⁶ Przedmiotem moich badań były komunikaty pochodzące z prasy różnego typu – ze szczególnym uwzględnieniem pism opiniotwórczych. Analizowałam również wypowiedzi realizowane w programach telewizyjnych; mniej materiału wyróżniono z programów radiowych. Istotne były także teksty pochodzące z bezpośrednich wypowiedzi, dialogów. W mniejszym zakresie poddawałam ekscerpcji teksty literatury pięknej, popularnej, naukowej oraz reklamy. W tekście przedstawię utrwalone połączenia słowne, które pojawiały się w różnych komunikatach współczesnej polszczyzny ze szczególnym uwzględnieniem lat 2000–2009. Trudno w tym artykule przedstawić wszystkie stałe związki wyrazowe utrwalone dzięki wpływowi mediów. Konieczna więc była selekcja i opisanie w referacie wybranych jednostek.

W prezentowanym tu tekście przedstawiono nie tylko jednostki należące do centrum⁷ zasobu frazeologicznego, ale i połączenia sytuujące się na jego peryferiach.⁸ Badania tego typu są trudne głównie z tego względu na to, że obejmują wiele związków wyrazowych, które w ostatnim czasie utrwaliły się w polszczyźnie. Niektóre połączenia dopiero się stabilizują, pewne jednostki przesuwają się

³ GW 2003, 170, 2003, s. 2.

⁴ R. Kapuściński, *Lapidarium II*, Warszawa 1995, s. 63–64.

⁵ *Plemienna planeta. Rozmowa z Ryszardem Kapuścińskim*, „Wprost” 1997, 52, s. 19–20.

⁶ Zaznacza się to głównie w upotocznieniu języka komunikatów medialnych, „ich przeorientowaniu na »przeciętnego Kowalskiego«, dostosowywaniu się do jego potocznej perspektywy i gustów estetycznych, [...] upowszechnieniu kiczu językowego” (por. G. Majkowska, H. Satkiewicz, *Język w mediach*, [w:] *Polszczyzna 2000. Oрудzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, W. Pisarek (red.), Kraków 1999, s. 187), zwiększeniu wyrazistości komunikatów medialnych, zmianie rytmu podawania informacji, skrótowości, eksponowaniu elementów nowych, anglicyzmów, krzyżowaniu informacji z rozrywką (atrakcyjności infotainmentu), wizualizacji prasy, widowiskowości, unifikacji, zwiększeniu popularności gatunków interakcyjnych opartych na dialogu itp. Zmianie uległa postać wielu wypowiedzi prasowych, reklamowych, ukształtowały się nowe formy, np. zapowiedź w programach informacyjnych, newsy (*ibid.*, s. 181–196).

⁷ A. M. Lewicki, *Zakres frazeologii*, [w:] *Studia z teorii frazeologii*, A. M. Lewicki (red.), Łask 2003, s. 155–167.

⁸ *Ibidem*.

z obszarów peryferyjnych frazeologii do jej centrum. Poza tym nikt nie jest w stanie autorytatywnie orzec, które ze stabilizujących się związków wyrazowych pozostaną w polszczyźnie na dłużej, a które pozostaną tylko okazjonalizmami. Mam świadomość faktu, że w procesie utrwalania się połączenia słownego wyróżnić można kilka etapów – mechanizmy te scharakteryzował A. M. Lewicki.⁹ Przeprowadzone przeze mnie badania wykazały, że w przypadku wielu połączeń wywodzących się z mediów, funkcjonujących w komunikatach w postaci utwalonych związków z określonym znaczeniem naddanym, podlegających procesom modyfikacyjnym, wciąż istnieją w świadomości współczesnych użytkowników języka żywe asocjacje z komunikatem źródłowym, ze sferą, z której te jednostki się wywodzą. Zdarzają się również sytuacje, gdy asocjacje te zanikają, co świadczy o odrywaniu się połączenia od domeny źródłowej i związane jest zazwyczaj z jego frazeologizacją.

W zgromadzonym przeze mnie materiale odnotowałam utwalone połączenia słowne, które pochodzą z określonych komunikatów medialnych, z wypowiedzi pewnych osób itd. Przykładem niech będzie chociażby związek wyrazowy *Alleluja i do przodu!*, który pojawił się po raz pierwszy w tekście księdza Rydzyka. Inną egzemplifikację stanowi zwrot *ktoś puścił kogoś w skarpetkach*, pochodzący z wypowiedzi L. Wałęsy. Dziś połączenia te funkcjonują również w języku ogólnym, potocznym. Niektóre z jednostek kojarzymy tylko z pewną sferą motywacyjną, np. z domeną POLITYKI związek wyrazowy *nie potwierdzam, nie zaprzeczam*. Połączenie to rejestrowane jest dziś także w polszczyźnie ogólnej, potocznej.

Wykorzystywanie utwalonych związków wyrazowych, powstałych dzięki wpływowi komunikatów medialnych, w określonych pismach, książkach jest zróżnicowane – uzależnione jest to od specyfiki utworu, jego nadawcy, potencjalnego odbiorcy, kontekstu, konsytuacji, celu, w jakim tworzony jest tekst itp.; por.

⁹ Badacz pisał: „Pierwszym etapem jest pojawienie się osobliwego połączenia komponentów w akcie komunikacyjnym i przyjęcie go przez odbiorców tej wypowiedzi bez sprzeciwu i pytań. Drugim etapem jest powtórzenie tej nowej jednostki przez członków wspólnoty ściśle powiązanej, tzn. wymieniającej ze sobą komunikaty językowe. W tym etapie powtórzenia mają charakter cytatu. Członkowie wspólnoty znają w ogólnych zarysach okoliczności powstania jednostki językowej i przywołują je jako dodatkowy czynnik interpretacji. [...] Używający takich osobliwych jednostek mają świadomość tego, że naruszają kod językowy, kształtując własny subkod. Trzeci etap to rozpowszechnienie nowego połączenia wyrazów w szerszej wspólnocie językowej, tak szerokiej, że wielu jej członków nie wchodzi nigdy w bezpośrednią wymianę komunikatów i wielu nie wie nic o okolicznościach powstania jednostki. W tym etapie połączenie frazeologiczne może mieć jeszcze charakter cytatu, ale odsyłającego do nieokreślonego źródła «tak mówią», «jak to się mówi». Często w tym etapie nowa jednostka pojawia się w środkach masowej komunikacji i dziełach artystycznych. Wraz z nabraniem anonimowego charakteru połączenie zaczyna być włączane do zasobu języka. Ujawniają się wówczas szczególne przyporządkowania do zakresu desygnatów. [...] Wówczas też połączenie podlega procesom modyfikacyjnym, obejmującym derywację i wariantywność. [...] Po ukształtowaniu się [...] dominanty spośród kilku wariantów możemy mówić o utrwaleniu się jednostki frazeologicznej języka polskiego”. *Ibid.*, s. 165–166.

np. użycie połączeń wywodzących się z epoki PRL-u w „Gazecie Wyborczej” oraz występowanie tego typu związków w pismach młodzieżowych.

Dzięki oddziaływaniu mediów wzrasta zbiór nowych utrwalonych połączeń słownych funkcjonujących dziś w polszczyźnie. Do języka ogólnego przenikają zarówno związki wyrazowe, które powstały w komunikatach medialnych, jak i te które są przez media popularyzowane. Niestety, jest jeszcze inna konsekwencja tego wpływu – język większości komunikatów medialnych jest stosunkowo ubogi, jednolity, co stanowi przyczynę zaniku wielu frazeologizmów funkcjonujących od dawna w polszczyźnie.

W zebranych przeze mnie materiale zarejestrowałam np. połączenia, które kojarzone są przez współczesnego odbiorcę jednoznacznie z określonym komunikatem medialnym, ostatecznie zaś okazuje się, że jednostki te rejestrowane były już wcześniej w tekstach, a zostały spopularyzowane przez dany komunikat. W przypadku jednoznacznych asocjacji z określonym tekstem emitowanym w mediach, mającym wpływ na utrwalenie się w świadomości użytkowników języka połączenia słownego z określonym znaczeniem naddanym, zasadne wydaje się opisanie danej jednostki języka w toku rozważań dotyczących wpływu mediów na współczesną polską frazeologię. Do związków wyrazowych tego typu należy m.in. połączenie *cicha woda brzegi rwie* oraz wyrażenie rzeczownikowe *cicha woda*, spopularyzowane przez piosenkę z tekstem L. J. Kerna wykonywaną przez Z. Kurtycza. Okazuje się, że związek wyrazowy w postaci *cicha woda brzegi podrywa*¹⁰ zarejestrowano w polszczyźnie już w 1618 roku. Wariant spopularyzowany przez piosenkę, tj. *Cicha woda brzegi rwie*, pojawił się w XVIII wieku.¹¹

Poprzez media do frazeologii języka ogólnego przenikają połączenia typowe dla pewnych rejestrów polszczyzny, np. dla języka potocznego (co nie powinno dziwić ze względu na postępujący proces upotocznienia komunikatów medialnych). Proces ten ujawnia się m.in. w takich połączeniach utrwalonych dzięki środkom masowego przekazu, jak: *gadające głowy*; *serwus, jestem nerwus*; *ktoś rżnie głupa*; *ktoś obudził się z ręką w nocniku*.

Przez komunikaty medialne są popularyzowane, utrwalają się, przenikają do frazeologii języka ogólnego połączenia pochodzące z socjolektów. Do frazeologizmów tego typu należy m.in. związek wyrazowy *siema!*, który wywodzi się z żargonu przestępczego, dziś funkcjonuje także w slangu młodzieżowym, przez wielu Polaków kojarzony jest zaś przede wszystkim z popularną postacią medialną – J. Owsikiem, który spopularyzował wskazane połączenie słowne.

Natomiast zwrot *ktoś (na)ładował akumulator(-y)*, spopularyzowany dzięki wypowiedzi L. Wałęsy, związany był pierwotnie z działalnością zawodową prezydenta. Związek wyrazowy *naładowałem mój akumulator* po raz pierwszy wystąpił

¹⁰ NKPP, t. III, Warszawa 1972, s. 729.

¹¹ W *Nowej księdze przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich* pod red. J. Krzyżanowskiego wskazuje się tu na rok 1731. NKPP, t. III, s. 729.

w publicznej wypowiedzi L. Wałęsy (Rzym, 20.04.1989 roku) po spotkaniu z Janem Pawłem II. Używając tego połączenia, prezydent chciał podkreślić, że Ojciec Święty przekazał mu energię konieczną do życia, funkcjonowania, działania. Analizowany związek wyrazowy przytoczony został w „Tygodniku Powszechnym” (por. „Tygodnik Powszechny” 1989, 18). Do motywującego obrazu ładowanych akumulatorów L. Wałęsa powrócił w marcu 2005 roku, oceniając postawę M. Belki na spotkaniu z młodzieżówką Unii Wolności. Belka twierdził, że przyszedł na to spotkanie *naładować akumulatory*. L. Wałęsa tak oto podsumował tę sytuację oraz ocenił sformułowaną wówczas wypowiedź polityka: „On nie jest elektrykiem i nie wie, że są *akumulatory* kwasowe i zasadowe. Ciekawe, które on *ładuje*?”. Dziś w tekstach połączenie *ktoś (na)ładował akumulator(-y)* ma znaczenie ‘ktoś zyskał a. zyskiwał (dzięki komuś, czemuś) siły, energię niezbędne do życia, do sprawnego funkcjonowania’; por. chociażby następujące komunikaty:

– Kino i teatr są bardzo absorbujące. A co z odpoczynkiem i relaksem?

– Na to zawsze znajduję czas. Odpoczywać trzeba i absolutnie nie wolno na tym oszczędzać. No bo jak inaczej *naładować akumulatory* i skąd wziąć energię do pracy? Przy tempie, jakie sobie narzuciłem, muszę mieć chwilę tylko dla siebie. [...] Wtedy też potrzebuję takiego zastrzyku adrenaliny, jaki mam na co dzień w pracy. [...] Wyjeżdżam daleko i zawsze w ciemno. [...] Niedawno wróciłem z Sahary, byłem też w Mauretanii i Maroku [„Olivia” 2011, 1, s. 137].

– Ubóstwiam góry, zwłaszcza jesienią, gdy nie ma wielu turystów. Tu *ładuję akumulatory* [wypowiedź prezenterki telewizyjnej Doroty Gardias-Skóry] [„Olivia” 2009, 7, s. 44].

W badanym przeze mnie materiale odnotowano również związki wyrazowe, w których ujawniają się wpływy dialektalne. Tak jest chociażby w przypadku połączeń: *podejść do płota (jako i ja podchodzę)*; *dla zdrowotności* itd. Naleciałości dialektalne nie powinny dziwić w wypowiedziach Pawlaka i Kargula – bohaterów trylogii Chęcińskiego pochodzących z Kresów Wschodnich, zamieszkujących Ziemię Odzyskane. Ze względu na charakter pierwowzoru zarówno połączenie *podejść do płota (jako i ja podchodzę)*, występujące w formie dłuższej lub krótszej, tj. *podejść do płota*, jak i wyrażenie *dla zdrowotności*, realizowane również zgodnie z normą ogólnopolską w postaci *dla zdrowotności*, mają dziś w nowych tekstach zazwyczaj nacechowanie żartobliwe. Realizacji tego komunikatu niejednokrotnie towarzyszy uśmiech, „przymrużenie oka”, śmiech itp. Wskazane połączenia zazwyczaj funkcjonują w polszczyźnie ogólnej na zasadzie cytatów.

W komunikatach medialnych pojawiają się także wypowiedzenia sprzeczne pod względem logicznym, redundantne semantycznie. Niektóre z nich zaskakują odbiorcę, powodują rozbawienie, przykuwają uwagę, co sprzyja ich utrwaleniu. Tak było chociażby w przypadku połączeń: *ktoś jest za, a nawet przeciw*; *plusy dodatnie, plusy ujemne* autorstwa L. Wałęsy oraz wyrażenia *oczywista oczywistość* wywodzącego się z wypowiedzi J. Kaczyńskiego.

Dzięki filmowi, piosence, niektórym słuchowiskom radiowym w polszczyźnie są popularyzowane, utrwalają się połączenia wywodzące się z utworów literackich (w mniejszym stopniu sprzyja temu wpływ wypowiedzi składających się na komunikaty reklamowe, teksty polityków, popularne programy telewizyjne itd.). Media są wówczas pośrednikami. Może wówczas nastąpić wzbogacenie lub zubożenie literackiego pierwowzoru (por. opinie dotyczące ekranizacji, adaptacji znanych utworów). W przypadku połączeń *pogoda dla bogaczy*; *świat według kogoś* a. *czegoś* itp. wielu współczesnych odbiorców wskaże film, a nie pierwowzór literacki, charakteryzując źródło jednostki; por. też chociażby taką samą sytuację w przypadku wyrażenia *piękna i bestia*, wywodzącego się z francuskiej baśni ludowej pod tym samym tytułem, kojarzonego dziś przez użytkowników języka przede wszystkim z filmem z 1991 roku w reżyserii K. Wise'a. Wykorzystując w wypowiedzeniach wyrażenia: *stawka większa niż życie*; *ojciec chrestny*, wielu Polaków nie wie, że filmy, dzięki którym spopularyzowane zostały te połączenia, powstały na bazie utworów literackich. W pierwszym przypadku chodzi o książkę *Stawka większa niż życie* A. Zbycha¹², w drugim o powieść M. Puzo. Połączenie *ociec, prac?*, wywodzące się z *Potopu* H. Sienkiewicza, kojarzone jest przez wielu Polaków głównie z reklamami proszków Pollena 2000. Bez wątpienia te komunikaty medialne wyeksponowały wskazany związek wyrazowy, spopularyzowały go. Zwróćmy jednak uwagę na to, że w reklamach, zachowujących archaiczną postać wyrazu *ojciec*, jednostka *prac* występuje już nie w znaczeniu realizowanym w powieści 'bić kogoś, mocno okładać, spuszczać komuś lanie', lecz właściwa jest mu semantyka 'usuwać brud z tkanin za pomocą wody z dodatkiem określonych środków rozpuszczających brud, m.in. chemicznych'. Czasowniki równokształtne z członami werbalnymi wskazanymi połączeń są homonimami.¹³

Wśród związków wyrazowych, wywodzących się z mediów, występują również kalki połączeń pochodzących z języka angielskiego; por. chociażby wyrażenia: *zimna wojna* (ang. *cold war*), *opera mydlana* (ang. *soap opera*). Nie powinno to dziwić, gdyż pojawianie się zapożyczeń, a zwłaszcza anglicyzmów, we współczesnych komunikatach medialnych jest dziś zjawiskiem powszechnym. Wiele frazeologizmów tego typu ma charakter europeizmów, a nawet internacjonalizmów.

W niektórych badanych połączeniach ujawnia się metaforyczne postrzeganie określonych sfer działań ludzkich, np. ujmowanie POLITYKI jako WALKI ZBROJNEJ; ŻYCIA jako ZABAWY, BALU. Pierwszy typ metaforyki odzwierciedlił się np. w wyrażeniach: *zimna wojna*; *wojna na górze*, drugi zaś w związku wyrazowym *niech żyje bal!* Niestety w wielu komunikatach medialnych, skierowanych do *przeciętnego Kowalskiego*, niejednokrotnie realizowane jest tylko znaczenie dosłowne związków wyrazowych tego typu, zanikają zna-

¹² Ta nazwa własna stanowi wspólny pseudonim Z. Safjana i A. Szypulskiego.

¹³ USJP, t. III, s. 846.

ne z utworu źródłowego ukryte, symboliczne sensory. Zwróćmy uwagę na przykładowe komunikaty, w których wystąpiły połączenia: *niech żyje bal!*; *pamiętajcie o ogrodach*:

Niech żyje bal... [tytuł]

Czasy, gdy noworoczne *bale* i maskarady ciągnęły się po kilka dni, już nie wrócą. Ale w sylwestrową noc i w karnawale fantazji nikomu nie braknie [„Olivia” 2009, 1, s. 35–41].

Pamiętajcie o ogrodach [tytuł] [tak zatytułowano strony katalogu, na których oferowane są książki, dotyczące pielęgnacji ogrodu, roślin itp.] [„Klub dla Ciebie” 2006, 10, s. 76–77].

Wiele połączeń, wywodzących się z mediów, funkcjonuje w komunikatach współczesnej polszczyzny nie tylko w postaci kanonicznej – pojawiają się ich warianty, derywaty. W zebranych przeze mnie materiale odnotowano przede wszystkim warianty leksykalne, ilościowe, modyfikacje szyku, warianty fleksyjne, rzadziej warianty słowotwórcze. Zarejestrowano również przykłady różnego typu derywacji. Modyfikacji lub zmianie ulega niejednokrotnie semantyka badanych związków wyrazowych; por. np. nowe znaczenie, jakie zyskało we współczesnej polszczyźnie wyrażenie *ojciec chrzestny* dzięki filmowi w reżyserii F. Coppoli. Ujawnia się ono chociażby w komunikacie:

„*Padre*” znaczy ojciec chrzestny [śródtytuł]

Grupa przestępcza policjanta z bielskiej komendy liczyła kilkanaście osób. Działali na całym Podbeskidziu i Śląsku. Byli to złodzieje samochodów, paserzy, urzędniczka legalizująca auta, właściciele garaży (w których można było ukryć kradzione samochody). Sławomir Z. wymagał od swoich ludzi lojalności oraz pełnego oddania. – Byli na każde jego zawołanie. Z. kazał się tytułować „*padre*” lub „*padrino*” (po włosku znaczy „ojciec”), bo uważał się za *polskiego ojca chrzestnego mafii*. [...] Trzeba było okazywać mu szacunek [...]. Sławomir Z. chciał zostać mafioso. [...] Żaden złodziej nie mógł działać na terenie miasta bez jego zgody. Natomiast jeśli z nim współpracował, był bezkarny, [...] od każdego włamania czy kradzieży płacił haracz *bielskiemu ojcu chrzestnemu*. [...] Zbigniew J. stał się prawą ręką „*Padre*”. Organizował wszystkie napady, kradzieże, koordynował akcje. [...] Tak było wygodniej dla „*Padre*”. [...] Oskarżonemu policjantowi postawiono 21 zarzutów. Główny to kierowanie zorganizowanym związkiem zbrojnymi o charakterze przestępczym. [...] Grozi mu za to 15 lat więzienia [„Naj” 2003, 27, s. 10–11].

Nowa semantyka realizowana w podanym tekście różni się od utrwalonego znaczenia wyrażenia *ojciec chrzestny* związanego ze sferą religijną – ‘mężczyzna przedstawiający do chrztu osobę chrzczoną (najczęściej dziecko)’.¹⁴

Jednym z celów tego tekstu było wyeksponowanie zaznaczającego się wyraźnie w języku zjawiska dużej wariantywności jednostek powstałych dzięki oddziaływaniu mediów. Wiadomo, że modyfikacje wzmacniają inwariant. Bada-

¹⁴ *Ibid.*, s. 183.

niami objęłam połączenia, które ustabilizowały się w polszczyźnie w ostatnim czasie, w toku analiz okazało się zaś, że te dopiero co utrwalone związki są często modyfikowane w różny sposób przez użytkowników języka. Niejednokrotnie w tekstach notowałam więcej wariantów, derywatów niż postaci kanonicznych analizowanych połączeń. Oczywiście zdarzało się, że związek wyrazowy utrwalony dzięki mediom rejestrowany był przede wszystkim w postaci kanonicznej. Tak było chociażby w przypadku frazeologizmu *mniej niż zero*, wywodzącego się z piosenki zespołu Lady Pank o tym samym tytule, czy wyrażenia *gadające głowy*, utrwalonego wskutek oddziaływania piosenki zespołu Republika. Taka sama sytuacja występowała w przypadku połączenia *przezorny zawsze ubezpieczony*, stanowiącego pierwotnie slogan akrostychiczny PZU.

Zdarzało się, że połączenie funkcjonowało w różnych postaciach już w medialnym tekście źródłowym. Tak było chociażby w przypadku zwrotów *ktoś widzi ciemność* a. *ktoś ciemność widzi* – w filmie *Seksmisja* komunikat *Widzę ciemność. Ciemność widzę* został wypowiedziany przez jednego z bohaterów, odtwarzanego po mistrzowsku przez J. Stuhra – Maksymiliana Paradysa – tuż po wybudzeniu z hibernacji. Podobnie jest w przypadku związków: *lepszy model*, *ktoś zamieni* a. *zmieni kogoś na lepszy model* (wyrażenie *lepszy model* wyeksponowane zostało w tytule piosenki K. Klich, zwrot *ktoś zamieni kogoś na lepszy model* wystąpił zaś w refrenie, a połączenie *ktoś zmieni kogoś na lepszy model* w tekście zwrotek tego utworu). We współczesnej polszczyźnie funkcjonują trzy postaci związku wyrazowego oznaczającego stan gigantycznego kaca, wywodzące się z piosenki W. Młynarskiego zatytułowanej *Tupot białych mew* – jest to zarówno wyrażenie *tupot białych mew*, stanowiące pierwotnie tytuł utworu, jak i warianty ilościowe różniące się szykiem końcowych komponentów, prymarnie funkcjonujące w tekście piosenki – *tupot białych mew o pustym pokład* oraz *tupot białych mew o pokład pusty*.

Zdarza się, że twórca utrwalającego się lub utrwalonego połączenia sam wielokrotnie powraca do niego i w różny sposób go modyfikuje. Zwrotu *ktoś puścił kogoś w skarpetkach* L. Wałęsa użył w wypowiedzi dotyczącej aferzystów. Połączenie to „jest jedną z wielu obietnic złożonych przez Lecha Wałęsę. W 1992 roku zapowiadał on, iż »każdy, kto ukradł złotówkę, będzie osądzony i *puszczony w skarpetkach*«¹⁵. Prezydent często powtarzał swoje groźby, choć z czasem przestał obiecywać, że sam doprowadzi do ukarania złodziei. W wywiadzie dla „Tygodnika Solidarność”, opublikowanym 5 marca 1993 roku, mówił: „Wiele razy żądałem od ministrów i prokuratora »*puść* pan w *skarpetkach* wszystkich, którzy zrobili nadużycia«. Ja nie mam kompetencji, pan tak. Ludzie mają do mnie pretensje”. Jednak prokurator generalny (a zarazem minister sprawiedliwości) też nie był osobą najbardziej kompetentną, by nie dopuścić do pojawiania się nowych

¹⁵ M. Wilamowski, K. Wnęk, L. A. Zyblikiewicz, *Leksykon polskich powiedzeń historycznych*, Kraków 1998, s. 9.

afer i zakończyć już istniejące. Prezydent dopiero w 1995 roku zdobył się na publiczne oświadczenie, że „gdyby sam Wałęsa chciał wykonać »skarpetki«, to musiałby wykonać zamach stanu, bo odpowiednie instrumenty prawne nie znajdują się wśród uprawnień prezydenckich”.¹⁶

Odnotowano również przypadki utrwalenia się, funkcjonowania w polszczyźnie nie tylko pierwotnej, znanej z medialnego utworu źródłowego postaci związku, ale i jego wariantu. Tak jest chociażby w przypadku połączenia *dla zdrowotności*, wywodzącego się z trylogii S. Chęcińskiego, później realizowanego również w postaci *dla zdrowotności*, dostosowanej do normy ogólnopolskiej. W filmie *Stawka większa niż życie* Hans Kloss mówił: *nie ze mną te numery, Brunner*. Połączenie to utrwalilo się we współczesnej polszczyźnie; rejestrowany jest również wariant ilościowy *nie ze mną te numery*. W tekstach pojawiają się też dwa warianty połączenia *współ (w) zespół* – jedno z nich zawiera człon przyimkowy. Badany związek wywodzi się z piosenki zatytułowanej *Jeżeli kochać*, napisanej przez J. Przyborę, J. Wasowskiego, którą po mistrzowsku wykonywał W. Michnikowski w Kabarecie Starszych Panów. Natomiast związek wyrazowy *ktos jest kobietą pracującą, żadnej pracy się nie boi* – wypowiedziany w serialu *Czterdziestolatek* przez I. Kwiatkowską – stał się bazą dla kilku połączeń funkcjonujących dziś w polszczyźnie. W zebranych przeze mnie materiale odnotowano zarówno wyrażenie *kobieta pracująca*, wzorowane na połączeniach typu *inteligencja pracująca* ukształtowanych w okresie PRL-u, jak i związki: *ktos jest kobietą pracującą; ktos jest kobietą pracującą, żadnej pracy się nie boi* oraz wyrażenie *żadnej pracy się nie boi*. Zdarza się, że zaznacza się różnica między wzorcem, z którego wywodzą się połączenia, a zwierciadłem, w którym później te jednostki się pojawiają. Okazuje się, że wariant może być realizowany częściej niż pierwowzór. Taką sytuację mamy chociażby w przypadku wyrażenia *gruba kreska*, stanowiącego wariant leksykalny frazeologizmu *gruba linia*. Wariant ten zawiera nowy człon nominalny, ma również zmodyfikowaną semantykę.

Podczas badań odnotowano związki, które są już tak silnie utrwalone i spopularyzowane w polszczyźnie, że oprócz postaci kanonicznej tychże połączeń rejestrowana jest kojarząca się z nimi struktura z wariantywnymi elementami; por. chociażby związki: *o wyższości Świąt Bożego Narodzenia nad Świątami Wielkiej Nocy* a. *o wyższości Świąt Wielkiej Nocy nad Świątami Bożego Narodzenia* oraz kojarzący się z nimi schemat *o wyższości czegoś nad czymś*. Do grupy tej należą także m.in. frazeologizm *ile jest cukru w cukrze* oraz kojarzący się z nim związek wyrazowy *ile (jest)* a. *ilość czegoś w czymś* itp. W tekstach współczesnej polszczyzny funkcjonuje połączenie *(coś jest) prawie (takie), jak coś innego, (ale) prawie robi (wielką) różnicę*. Pierwotnie wspomniany związek wyrazowy, występujący w różnych wariantach, to istotny element serii reklam piwa Żywiec. Połą-

¹⁶ *Ibidem*.

czony był on z odpowiednimi obrazami, które dobitnie ujawniały, że *prawie robi wielką różnicę*. Wskazywał w pomysłowy, żartobliwy, ironiczny sposób na to, że oryginalny produkt jest niepowtarzalny, jedyny w swoim rodzaju. Mam świadomość, że niektórzy badacze podane struktury słowne sytuowałoby między frazeologią a składnią, jednak sądzę, że odnotowane przeze mnie schematy należałoby uznać za frazeologizmy.

W połączeniach utrwalonych wskutek oddziaływania mediów ujawniają się doświadczenia typowe dla naszej społeczności, związane m.in. z historią Polski, antropocentryzm, uwarunkowania kulturowe, treści symboliczne, wyobrażenia stereotypowe określające nie tylko człowieka, ale także inne byty (por. chociażby związki wyrazowe: *okrągły stół* a. *Okrągły Stół*; *zimna wojna*; *wojna na górze*; *Alleluja i do przodu!*; *polskie piekło*; *nie ma jak u mamy*; *matki, żony (i) kochanki*; *ojciec chrzestny*; *człowiek z żelaza*; *żelazna dama*; *ktoś jest cały w skowronkach*; *motylem jestem* itp.).

Wyróżnić można pewne części komunikatów medialnych, w których zazwyczaj eksponuje się frazeologię utrwaloną w polszczyźnie dzięki wpływowi mediów. Są to m.in. nagłówki prasowe¹⁷, fragmenty sloganów reklamowych, zapo-

¹⁷ Frazeologia utrwalona dzięki wpływowi mediów, modyfikacje tego typu jednostek często wykorzystywane są przez twórców współczesnych nagłówków prasowych. Postać tytułów, występujących w prasie, zmieniła się zasadniczo po przełomie ustrojowym; por. tezy W. Pisarka, sformułowane w monografii *Poznać prasę po nagłówkach* (W. Pisarek, *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym*, Kraków 1967) z wnioskami przedstawionymi w nowszych pracach, m.in.: A. M. Lewickiego (A. M. Lewicki, *Nagłówki w formie ustalonych związków wyrazowych jako narzędzie manipulacji*, [w:] *Manipulacja w języku*, pod red. P. Krzyżanowskiego, P. Nowaka, Lublin 2004, s. 103), I. Borkowskiego (I. Borkowski, *Aluzje i stylistyczne powinowactwa nagłówków prasowych lat 80. i 90.*, [w:] *Media, język, literatura: korespondencje i transpozycje*, A. Woźny (red.), Wrocław 2002, s. 157–175), D. Dabert (D. Dabert, *Czytelnik uwiedziony, Forma językowa tytułów „Gazety Wyborczej”*, „Odra” 1999, nr 2, s. 9–14; eadem, *Czytelnik uwiedziony II. Forma językowa tytułów „Gazety Wyborczej”*, „Odra” 1999, nr 3, s. 17–24), E. Pałuszyńskiej (E. Pałuszyńska, *Nagłówki w „Gazecie Wyborczej” (ekspresywna leksyka, frazematyka, metaforyka)*, Łódź 2006), J. Wojnowskiej (J. Wojnowska, *Cechy i funkcje tytułu w tekście publicystycznym na przykładzie felietonów J. Hennelowej i J. Podsiadły*, „Język Polski” 2008, r. LXXXVIII, s. 29–38), B. Ostromeckiej-Frączak (B. Ostromecka-Frączak, *Wyrażanie emocji w nagłówkach prasowych*, [w:] *Wyrażanie emocji*, K. Michalewski (red.), Łódź 2006, s. 221–229), J. Błażejewskiej (J. Błażejewska, *Językowe środki perswazji w nagłówkach publikacji politycznych*, [w:] *Regulacyjna funkcja tekstów*, K. Michalewski (red.), Łódź 2000, s. 140–150) i innych badaczy. Wiele nagłówków prasowych spełnia dziś podobną funkcję jak slogany reklamowe. J. Bralczyk w książce pt. *Język na sprzedaż* podkreślał istnienie podobieństwa między sloganami reklamowymi a nagłówkami prasowymi (por. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż (czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka)*, Gdańsk 2004, s. 38). Tytuły występujące we współczesnej prasie niejednokrotnie mają charakter „emocjonalnych impulsów” (J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 1999, s. 108–109). Ich nadawcy wykorzystują formę, semantykę jednostek językowych, w tym m.in. frazeologizmów wywodzących się z mediów, by zwrócić uwagę (K. Zanussi podkreślał: „dzisiaj tytuł ma w ogóle zwrócić uwagę” (*Sztuka na targowisku. Rozmowa W. Kuczoka z K. Zanussim*, „Tygodnik Powszechny”, 24 IX 2000). Niekiedy dzieje się to jednak kosztem dobrego smaku,

wiedzi komunikatów emitowanych w telewizji. Stałe połączenia powstałe wskutek oddziaływania mediów, funkcjonujące w postaci kanonicznej lub zmodyfikowanej, określają semantykę tekstów, ich charakter, niejednokrotnie uatrakcyjniają komunikaty medialne, wzbudzają zainteresowanie, przykuwają uwagę odbiorców, czasem zaskakują, prowokują do lektury, zachęcają do oglądania danych programów, zakupu określonych produktów, usług itp. Jednostki tego typu mogą służyć manipulacji, dowcipowi językowemu, wyrażeniu ironii, kpiny itd. Frazeologizmy wywodzące się z mediów wprowadza się do współczesnych tekstów także po to, by stworzyć poczucie wspólnoty ludzi uczestniczących we współczesnej kulturze, tworzonej dziś – jak wiadomo – nie tylko przez dzieła literackie, malarzkie, muzyczne itp., ale i przez różne komunikaty medialne. Pojawienie się takiego połączenia słownego stanowi niejednokrotnie sygnał nadawcy, skierowany do potencjalnego odbiorcy, będącego uczestnikiem tej samej wspólnoty kulturowej opartej na podobnych regułach, symbolice, aksjologii. To demonstracja wspólnego kodu, służąca m.in. zmniejszeniu dystansu między nadawcą a odbiorcą. Nieznajomość reguł, odniesień, wartości przez jednego z uczestników komunikacji może spowodować zakłócenie w przekazywaniu, odbiorze identycznych sensów.¹⁸

W tekstach polszczyzny XXI wieku funkcjonuje wiele połączeń związanych pierwotnie z życiem politycznym PRL-u – związki te pojawiają się zarówno w postaci kanonicznej, jak i zmodyfikowanej. Najczęściej wprowadzenie tego rodzaju jednostek jest wyznacznikiem pewnego okresu w historii Polski. Dzięki pojawieniu się analizowanych połączeń w nowych kontekstach, modyfikacjom ich postaci nadawcy mogą również wyrazić określone aluzyjne treści, ironię, czasem kpinę. Zdarza się, że jednostki te służą parodii, niekiedy dowcipowi językowemu. W wielu współczesnych komunikatach badane związki lub ich modyfikacje mają konotacje negatywne.

Niektóre połączenia kojarzone z okresem propagandy komunistycznej faktycznie pochodzą z okresu przedwojennego. Do związków tego typu należy m.in. wyrażenie *zapłuty karzeł reakcji*, które pojawiało się na plakatach w roku 1945, na transparentach pierwszomajowych. Badania wykazały, że połączenie to pierwotnie użyto w przemówieniu J. Piłsudskiego, które wygłoszone zostało na bankiecie w hotelu *Bristol* w Warszawie 3 lipca 1923 roku. Piłsudski mówił wówczas o *zapłutym, potwornym karle* nekającym go swoimi oszczerstwami. Oto fragment tego przemówienia:

Zapłuty, potworny karzeł na krzywych nóżkach, wypluwający swoją brudną duszę, opluwający mnie zewsząd, nieszczędzący niczego, co oszczędzić trzeba – rodziny, stosunków, bliskich mi lu-

niektóre tytuły są zbyt szokujące, „efekciarskie”. S. Mrozek zwrócił uwagę na „zamiłowanie do efektownych tytułów, tę manię, na którą chorują prawie wszystkie polskie gazety” (S. Mrozek, *Informacja*, GW, 19–20 IV 1997).

¹⁸ T. Zgółka, *Pośrednie akty mowy w retoryce współczesnej*, [w:] *Retoryka dziś. Teoria i praktyka*, R. Przybylska, W. Przychyna (red.), Kraków 2001, s. 417–418.

dzi, śledzący moje kroki, robiący małpie grymasy, przekształcający każdą myśl odwrotnie – ten *potworny karzeł* pętał za mną jak nieodłączny druh.¹⁹

Spośród komponentów określających człon nominalny *karzeł*, występujących w tekście Piłsudskiego, pozostał tylko jeden element adnominalny, tj. wyraz *zapluty*. Wynikiem modyfikacji skracającej było więc wyrażenie *zapluty karzeł*. Połączenie znane z okresu komunistycznego zawiera dodatkowy, obcy pierwowzorowi człon, tj. element określający *reakcji*. O *siłach reakcji* niejednokrotnie donosiła ówczesna propaganda, media itp. Porównanie wyrażenia *zapluty karzeł reakcji* z tekstem Piłsudskiego ujawnia więc wystąpienie w pierwszej kolejności modyfikacji skracającej, a następnie – rozszerzającej.

Interesująca jest również obserwacja funkcjonowania we współczesnej polszczyźnie frazy *Polak potrafi*. Stanowiła ona pierwotnie slogan, który widniał na budowie stalowni w Hucie Katowice (1975 rok). Wskazany związek wyrazowy stał się również tytułem książki T. Strumffa, traktującej właśnie o Hucie Katowice. Pozycja ta, powstała w 1976 roku, w pewnym stopniu spopularyzowała badane połączenie. W komunikatach oficjalnych z analizowanym związkiem wyrazowym pierwotnie łączono głównie konotacje pozytywne – zgodnie zresztą z założeniami totalitarnej propagandy sukcesu. Jednak wielu Polaków nawet w PRL-u miało świadomość, że Huta Katowice to gigantyczna, niepotrzebna, przestarzała technologicznie, nietrafiona inwestycja, zbudowana głównie dzięki środkom pochodzącym z kredytów. U tych odbiorców, nawet w okresie totalitaryzmu, mogły się rodzić negatywne konotacje związane z badanym połączeniem. Związek wyrazowy o takiej semantyce mógł być także próbą przełamania niektórych negatywnych konotacji związanych ze stereotypem Polaka. Badania ujawniają, że współcześnie z utrwalonym związkiem *Polak potrafi* łączone są zarówno konotacje pozytywne, jak i negatywne – może to być związane z faktem, że przez wielu odbiorców wskazane połączenie kojarzone jest ze źle ocenianym okresem propagandy komunistycznej, z krytycznie ocenianą inwestycją. Na określony sposób realizacji badanego związku może mieć także wpływ oddziaływanie stereotypu Polaka utrwalonego w języku i kulturze. W znaczeniu analizowanego połączenia pozostaje element semantyczny ‘więcej’. Oto przykładowe komunikaty, w których ujawnia się zróżnicowane nacechowanie frazeologizmu *Polak potrafi*:

Polak potrafi [śródytuł]

Maszyna ucięła mi część nogi. [...] Amputowano mi ją aż do kolana. [...] Zaczął trenować koszykówkę na wózku, brał udział w maratonach, aż odkrył dla siebie rower. Pewnego dnia obejrzał w telewizji reportaż o mężczyźnie, który, tak jak on, nie mając jednej nogi, objechał rowerem całe Stany Zjednoczone. „Skoro on może, to ja też. Objadę Polskę!” – oświadczył i od następnego dnia zaczął intensywne treningi. – Jak powiedział, tak zrobił. 27 czerwca 2002 roku wyjechał z Wałbrzycha,

¹⁹ SSWS, s. 324.

wrócił 10 sierpnia. [...] Poradził sobie doskonale. [...] Wjeżdżając na metę, zaskoczył kolejnym pomysłem. „W przyszłym roku objadę Europę” – rzekł. [...] Jak coś sobie postanowi, musi dopiąć celu. [...] Dbałem o kondycję, jeżdżąc po kilkadziesiąt kilometrów dziennie. A moi [...] przyjaciele wysyłała pisma o pomoc do potencjalnych sponsorów i stowarzyszeń polonijnych. [...] I stało się. Henryk Fortoński wyruszył na podbój Europy. [...] Było ciężko, ale było też pięknie. [...] Były też chwile zwątpienia, zwłaszcza kiedy upał dawał nam się we znaki. Wtedy mówiłem sobie, że dam radę, że *Polak potrafi*. [...] Teraz [...] zaczęła coś przebąkiwać o objechaniu Ameryki [ŻnG 2, 2004, s. 9].

Polak potrafi. Niestety. [...] Ułańska fantazja to cecha wielu Polaków. Trasa Kielce–Tarnów – 140km/h jechał kierowca Tico. Miał we krwi 1 promil alkoholu, nie zatrzymał się na żądanie policji, nie pozwolił się wyprzedzić radiowozowi, zajeżdżał mu drogę. Wreszcie zatrzymał się, ale nie chciał wysiąść z samochodu. Policjant musiał wybić szybę [Polsat, *Wydarzenia*, 4.02.2009].

P. Buklewicz: *Polak potrafi*, nawet okraść policję [po tej zapowiedzi następuje informacja, że Piotr W. zrobił podkop i przez ponad rok kradł energię elektryczną z kabla zasilającego słup z fotoradarem; Piotr W. i jego konkubina ukradli energię elektryczną za ponad 4 tys. zł] [TVPI, *Teleexpress*, 29.01.2009].

W polszczyźnie ogólnej rejestrowane są związki wyrazowe, które pierwotnie funkcjonowały w opisach dotyczących określonej sfery działań ludzkich, np. domeny POLITYKI. Niektóre z tych połączeń obok znaczenia związanego ze sferą źródłową zyskują także nową metaforyczną, uogólnioną semantykę. Sekundarnie związki te mogą oznaczać wyróżniające się podobnymi cechami istoty, zjawiska, działania itd.; por. chociażby zmiany semantyczne będące wynikiem derywacji metaforycznej, ujawniające się w znaczeniu wyrażen: *zimna wojna*, *wojna na górze*, *żelazna dama* itp., odnotowane w następujących komunikatach:

Dior uczynił niemal śmiertelnymi wrogami dwie piękne kobiety Francji! [tytuł]

Nie wiadomo, co lepsze: sprzeczne z dobrym wychowaniem awantury czy *zimna wojna*, okraszana nieszczerymi uśmiechami. Podczas obiadu wydanego przez Diora, na który zaproszone były panie, atmosfera była aż gęsta od wirujących w powietrzu emocji. Isabelle wygrała ten cichy pojedynek – była gwiazdą przyjęcia, a Emmanuelle uśmiechem pokrywała urazę [„Halo” 1997, 20].

– Teraz może nas przejąć inna firma. Po takiej *wojnie na górze* wszystkiego możemy się spodziewać. Akcjonariusze sobie poradzą, a co z nami? [zasłyszane, listopad 2008].

Żelazna dama [tytuł]

Dotychczas pracowałam w szpitalach państwowych, gdzie jest skromniutko, gdy więc weszłam do tej prywatnej lecznicy na rozmowę kwalifikacyjną, aż przystanęłam z wrażenia. Wszystko tutaj przypominało raczej wnętrze jakiegoś luksusowego hotelu. [...] Pani dyrektor [...] chmurna, apatyczna dama, [...] a ściślej „główny menedżer”. [...] Wprowadzając mnie do gabinetu, opowiadała o moich obowiązkach głosem cichym i stanowczym. Już wtedy nazwałam ją w duchu „*Żelazną damą*” [...]. Często zaglądała do nas pani dyrektor i przyglądała się pracy oceniającym spojrzeniem. [...] W poradni wszystko funkcjonowało jak w zegarku, ale bez jednego uśmiechu, bez jednego miłego słowa. [...] Dziś za „*Żelazną damą*” poszłabym w ogień. Ufam jej i wiem, że za szorstkim sposobem bycia ukrywa się wrażliwy człowiek [ŻnG 2005, 17, s. 22].

We współczesnych tekstach występuje wiele połączeń, które utrwaliły się dzięki oddziaływaniu piosenek prezentowanych w mediach. Wyróżnia się tu duża grupa stałych związków wyrazowych pochodzących z tekstów piosenek popularnych. Są one proste w odbiorze dla każdego użytkownika języka, również dla przeciętnego Kowalskiego. W tekstach tego typu odzwierciedlają się codzienne doświadczenia, doznania typowe dla wielu z nas, stąd piosenki tego rodzaju są bliskie odbiorcom komunikatów medialnych. Niektóre pochodzące z nich połączenia łatwo zapadają w pamięć, utrwalają się w świadomości współczesnego użytkownika języka; por. chociażby funkcjonujące dziś w polszczyźnie frazeologizmy: *mniej niż zero*; *szklana pogoda*; *gadające głowy*; *(ktoś zamieni a. zmieni kogoś na) lepszy model*; *ktoś ma ochotę na chwileczkę zapomnienia*; *(bo) do tan-ga trzeba dwojga* itp.

Oprócz związków tego typu we frazeologii wyróżnia się grupa utrwalo-nych połączeń wywodzących się z bardziej ambitnych tekstów piosenek, niekiedy tworzonych przez mistrzów pióra, m.in.: A. Osiecką, W. Młynarskiego, J. Kof-tę, J. Przybore; por. chociażby związki wyrazowe: *niech żyje ball!*; *zielono mi!*; *pamiętajmy o ogrodach*; *róbmy swoje*; *nie ma jak u mamy*; *tupot białych mew (o pusty pokład a. o pokład pusty)*; *przyjdzie walec i wyrówna* itd. Na szczęście współczesny odbiorca zwraca również uwagę na piosenki o oryginalnych tek-stach. Często utrwalają się połączenia wielokrotnie pojawiające się w tekstach piosenek, związki będące fragmentami refrenów, czasem oprócz tego stanowiące również tytuły tychże utworów. Powtarzalność połączenia w tekście źródłowym oczywiście sprzyja jego utrwaleniu w języku.

Natomiast wśród związków wyrazowych powstałych dzięki wpływowi fil-mów, seriali wyróżniają się połączenia, które pierwotnie były tytułami tych komunikatów medialnych, fragmentami wypowiedzi ich bohaterów lub piosenek emitowanych w tychże produkcjach. Interesujące są również połączenia, które pierwotnie stanowiły wielowyzwowe nazwy bohaterów filmowych, później uległy apelatywizacji i funkcjonują dziś w polszczyźnie z określonym znacze-niem naddanym. Tak jest chociażby w przypadku wyrażenia *James Bond*, które we współczesnych tekstach ma m.in. znaczenie ‘świetny tajny agent, detek-tyw, pracujący brawurowo, widowiskowo’. Wskazane połączenie stanowi rów-nież część składową utrwalonego związku wyrazowego *My name is jestem Bond. James Bond*, będącego pierwotnie wypowiedzią agenta 007. Zdarza się, że połą-czenie, które uległo utrwaleniu, zyskało znaczenie naddane, stanowiło pierwotnie zarówno tytuł, jak i nazwę, określenie bohatera(-ów) filmu. Taką sytuację mamy chociażby w przypadku wyrażen: *ojciec chrzestny*, *siedmiu wspaniałych*, *sami swoi*. W badanej grupie, obok połączeń wywodzących się z popularnych fil-mów, seriali, wyróżniają się związki wyrazowe utrwalone dzięki wpływowi wy-bitnych utworów filmowych. We współczesnej polskiej frazeologii oprócz wpły-wu filmów i seriali polskich zaznacza się wyraźnie oddziaływanie filmów, seria-

li tworzonych w innych krajach. Przykładem niech będzie chociażby wyrażenie *czeski film*, mające we współczesnych tekstach znaczenie ‘sytuacja, wypowiedź, kwestia itp. bezsensowna, dziwna; niezrozumiała, niepojęta: nikt nic nie wie, nikt niczego nie rozumie’. A. M. Lewicki zwrócił uwagę na to, że wyrażenie *czeski film* pochodzi z tytułu filmu *Nikdo nic neví* – w tłumaczeniu na język polski – *Nikt nic nie wie* (w reżyserii J. Macha z 1947 roku) – znakomitej komedii pomyłek o charakterze absurdalnym, farsy wojennej popularnej w Polsce w latach powojennych. W przypadku badanego połączenia ujawniła się metonimia międzytekstowa. Nastąpiło odesłanie do tytułu filmu i znaczenia, które niesie sformułowanie „nikt nic nie wie”. Stabilizacji wskazanego wyrażenia o określonym znaczeniu naddanym mogło sprzyjać również istnienie w świadomości użytkowników polszczyzny stereotypu czeskiego filmu.²⁰ We współczesnej polszczyźnie funkcjonują również stałe połączenia słowne: *niech moc będzie z kimś, ktoś jest po jasnej a. ciemnej stronie mocy, ktoś przeszedł a. powrócił na ciemną stronę mocy, gwiazdne wojny*, które wywodzą się z kultowego cyklu G. Lucasa zatytułowanego *Gwiazdne wojny*. W języku polskim utrwalają się również nazwy oznaczające pewne rodzaje filmowych, serialowych komunikatów medialnych. Przykładem niech będzie połączenie *opera mydlana*, mające znaczenie ‘serial telewizyjny składający się z wielu odcinków, o bardzo wolnej akcji, przedstawiający życie jakiejś rodziny lub jakiegoś środowiska, zwykle w sposób sentymentalny lub melodramatyczny, o małej wartości artystycznej’.²¹ W. Pisarek twierdził, że „nazwa *opera mydlana* etymologicznie związana jest z ang. *soap opera*, gdyż większość tych seriali łączona była z reklamą mydeł do prania, ang. *soap* ‘mydło’”.²²

Analizy jednostek wywodzących się z reklamy ujawniły, że w polszczyźnie utrwalilo się wiele połączeń pochodzących z niezbyt oryginalnych sloganów reklamowych; zob. chociażby połączenie z *pewną taką nieśmiałością* powstałe dzięki oddziaływaniu reklamy podpasek Always. Ze względu na swą specyfikę przykuwają one uwagę odbiorcy, drażnią, niekiedy wzbudzają śmiech, niektóre później służą dowcipowi, wyrażaniu ironii, kpiny, są w różny sposób parodiowane, transformowane itd.; por. chociażby kilka modyfikacji połączenia (*a*) *świstak siedzi i zawija w te sreberka* wywodzącego się z reklamy czekolady Alpen Gold: *świstak siedzi, bo sreberka były kradzione a. z przemytu; świstak siedzi, bo wiewiórka była nieletnia; a świstak siedzi, bo Milka była konfidentem*. W przypadku podanych powyżej modyfikacji zmienia się struktura syntaktyczna pierwowzoru (zamiast zdania złożonego współrzędnie pojawia się zdanie zło-

²⁰ Jeden z użytkowników polszczyzny tak wypowiada się na temat tego rodzaju filmów: „Czeskie seriale kojarzyły się z sytuacjami, w których przestajemy rozumieć, o co właściwie chodzi” (e-zone.pl).

²¹ WSPAWN, s. 325.

²² STM, s. 140.

zone podrzędnie); ujawnia się także polisemia komponentu werbalnego – nie jest tu realizowane znane z postaci kanonicznej znaczenie prymarne czasownika *siedzieć*, lecz wtórna semantyka tego wyrazu: ‘być pozbawionym wolności osobistej, być aresztowanym, uwięzionym’. Zainteresowanie odbiorcy wzbudzają również pomysły, oryginalne reklamy, co ujawnia się w języku, m.in. w utrwaleniu ich fragmentów; por. np. połączenie (*coś jest prawie (takie), jak coś innego, (ale) prawie robi (wielką) różnicę*). W polszczyźnie utrwalają się zarówno slogany reklamowe, ich części, jak i fragmenty wypowiedzi bohaterów przedstawianych w reklamie. W języku funkcjonuje wiele związków wyrazowych charakterystycznych pierwotnie w ogóle dla reklamy, np.: *2 w 1 a. dwa w jednym; coś jest numerem 1; coś jest rewelacją; coś jest rewolucją (na jakimś rynku)*. Oprócz nich rejestrowane są stałe połączenia będące pierwotnie fragmentami sloganów typowych dla określonych firm; por. chociażby związki wyrazowe: (*ponieważ a. bo*) *jesteś a. jestem tego warta* (a. *wart*); *podaruj sobie odrobinę luksusu* itp. Na utrwalanie się sloganów reklamowych, fragmentów komunikatów tego typu ma z pewnością wpływ ich powtarzalność oraz powielanie wskazanych połączeń w innych wypowiedziach z różnymi podtekstami.

Badania wykazały, że w procesie utrwalania się połączeń wywodzących się z mediów istotne są pewne mechanizmy multiplikacji, powtarzalności określonych komunikatów w różnych mediach, formach, produktach medialnych, relacja między „natężeniem ekspozycji w mediach a skutkami społecznymi danego wydarzenia, które w obliczu tej ekspozycji staje się (lub nie) przedmiotem publicznej dyskusji, «tematem, o którym się mówi»”.²³ Ujawnia się to wyraźnie chociażby w przypadku natrętnych, powtarzalnych wypowiedzi polityków, typu: *Balcerowicz musi odejść*, emitowanych wielokrotnie reklam, piosenek, filmów, seriali, programów telewizyjnych. Zdarza się, że pewne połączenia pojawiają się w różnych komunikatach medialnych, przy czym użytkownik języka uznaje jeden z nich za źródło jednostki, inne zaś za teksty popularyzujące związek wyrazowy, sprzyjające jego utrwaleniu. Przykładem niech będzie wyrażenie *gwiazdne wojny*. Wywodzi się ono z filmów G. Lucasa, wtórnie zaś na popularyzację tego związku miały wpływ również wypowiedzi polityków – posługując się wskazanym połączeniem, senator E. Kennedy określił „program rozmieszczenia w kosmosie systemu antyrakietowego przedstawiony przez prezydenta Ronalda Reagana 23 III 1983”.²⁴ Natomiast wyrażenie *Wielki Brat*, wywodzące się z powieści *Rok 1984* G. Orwella, stanowiło ironiczne określenie Związku Radzieckiego. Dziś wielu młodych użytkowników polszczyzny kojarzy badany związek wyrazowy przede

²³ M. Rutkowski, *Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, P. Nowak, R. Tokarski (red.), Lublin 2007, s. 168. M. Rutkowski, opisując to zjawisko, odwołuje się do pracy M. McCombsa i D. L. Shawa (por. *The agenda-setting function of mass-media*, „Public Opinion Quarterly” 1972, 36, s. 176–187).

²⁴ SSWS, s. 251.

wszystkim z tytułem popularnego programu telewizyjnego emitowanego w TVN.

Wiele badanych przeze mnie jednostek może mieć różne konotacje – od negatywnych, przez neutralne, aż do pozytywnych. Spotykamy je zarówno w tekstach oficjalnych o charakterze podniosłym, jak i w komunikatach, w których z ich realizacją związana jest ironia, kpina, dowcip itd. Zależne to jest od nadawcy, potencjalnego odbiorcy, ich wiedzy o świecie, kultury osobistej, poglądów politycznych, kontekstu, konsytuacji, semantyki komunikatu, jego celu itd. Zwróćmy uwagę na przykładowe teksty, w których ujawnia się różne nacechowanie utrwalonych związków wyrazowych: *okrągły stół* (a. *Okrągły Stół*), *Alleluja i do przodu!*:

Minęło 20 lat od obrad *Okrągłego Stołu*. Powód do dumy czy kolejna Targowica? *Okrągły stół* znowu budzi kontrowersje [TVP1, *Wiadomości*, 5.02.2009].

– Zamiast powiedzieć, że ludzie, którzy zawarli kompromis przy *Okrągłym Stole* kalkulowali tak i tak, mieli takie i takie rachuby, udało się im dzięki temu zrobić to i to, a nie udało się tam – to i owo, zaczynamy traktować *Okrągły Stół* jak świątynię opatrności historycznej, bez której byłaby katastrofa...

– Albo jak świątynię zdrady. [...] Obok niewątpliwych sukcesów mamy dużo patologii, o których piszą zresztą także zwolennicy *Okrągłego Stołu* [K. Durczok, P. Muchowski, *Krótki kurs IV RP*, Kraków 2007, s. 141–144].

Alleluja i do przodu. Już 15 lat Radio Maryja służy Bogu, Kościołowi i Ojczyźnie. Po raz pierwszy w naszych domach zabrzmiało 7 grudnia 1991 r. w Toruniu. Rozmowa z o. Tadeuszem Rydzykiem – Dyrektorem Radia Maryja [www.poslaniec.pl].

[Rozmowa o odchodzeniu mężczyzn od swoich partnerek. Uczestnicy: G. Bukowska, K. Walter, E. Kuklińska. Prowadzący: M. Prokop, D. Wellman. D. Wellman wykonuje gest – kciuk wzniesiony ku górze. Z gestem tym połączona jest następująca wypowiedź: *Dziewczyny do przodu!*. M. Prokop dodaje: – *Alleluja i do przodu!*, jak mawiał klasyk [TVN, *Dzień dobry TVN*, 29.01.2009].

– Deklarowanie, że to koniec kryzysu. Hura! *Alleluja i do przodu!* To nie jest tak – bezrobocie będzie jeszcze rosło, realne płace spadają [wypowiedź premiera D. Tuska] [TVP1, *Wiadomości*, 25.08.2009].

We współczesnej polszczyźnie zaznacza się zarówno zjawisko kodyfikacji, jak i nobilitacji związków wyrazowych, które utrwaliły się dzięki oddziaływaniu mediów. Mam świadomość faktu, że niektóre z zarejestrowanych połączeń będą funkcjonować w języku tylko w pewnym okresie, co może być związane np. z popularnością filmu, piosenki, reklamy, programu telewizyjnego, z zaskakującym, bulwersującym, interesującym, przykuwającym uwagę zachowaniem danej postaci medialnej, polityka itd. Czas pokaże, które z tych jednostek będą okazjonalizmami, a które pozostaną w języku na dłużej.

W zebranych przeze mnie materiale rzadko pojawiały się połączenia będące wynikiem kontaminacji istniejących już struktur. Przykładem takiego związku jest wyrażenie *w życiu Warszawy*, będące rezultatem kontaminacji połączenia

w *życiu* ze związkciem wyrazowym „Życie Warszawy” – węzłem kontaminacyjnym jest element *życie*. Natomiast połączenie *to by było na tyle* jest efektem kontaminacji dwóch struktur: *to (byłoby a. by było) tyle* oraz *na tyle* – węzeł kontaminacyjny to człon *tyle*.

Jak trafnie wskazywał W. Chlebda, w języku niejednokrotnie ujawnia się kierunek: od standardu do transformacji, a „im silniejsza wariacyjność frazemu, tym większa zdaje się i jego stałość. Bierze się to stąd, że przekształceniom poddaje się to, co ma swój kształt, [...] stabilna jednostka pozwala na zwiększenie liczby transformacji, wielość transformacji pogłębia stabilność jednostki”.²⁵

W tekstach pojawia się wiele zaskakujących, zabawnych modyfikacji frazeologizmów utrwalonych dzięki mediom. Zwróćmy uwagę chociażby na wariant *ktoś znajdzie się nie z ręką w nocniku, lecz z głową*:

J. Kaczyński: Tusk *znajdzie się nie z ręką w nocniku, lecz z głową* [tytuł]

– Niewykluczone, że PO uzna, iż kryzys gospodarczy mocno nadszarpił jej popularność i będzie dążyć do wcześniejszych wyborów – ocenia w najnowszym wywiadzie dla „Gazety Polskiej” prezes PiS Jarosław Kaczyński. Przypomina jednocześnie, że do samorozwiązania Sejmu nie dojdzie bez zgody jego partii (potrzeba do tego większości 2/3 głosów ustawowej liczby posłów). Jarosław Kaczyński nie wyklucza, że prezydent Lech Kaczyński mógłby zaproponować swojego, bezpartyjnego kandydata na premiera, którego – aby uniknąć przyspieszonych wyborów – zgodziliby się poprzeć ludowcy i SLD. [...] Poza tym jest prawdopodobne, że gdy rozpocznie się ta procedura, to za drugim bądź trzecim razem powstanie nowy rząd, a Donald Tusk *znajdzie się nie z ręką w nocniku, lecz z głową* – odparł Jarosław Kaczyński. [...] – To o *nocniku* to obrzydliwe, ordynarne sformułowanie, niegodne posła – powiedział wicemarszałek Sejmu Stefan Niesiołowski (PO). – Reszta to pokrętne kombinacje największego stratega naszych czasów, które doprowadziły go do tego, że jest tam, gdzie jest. Nie chcemy wcześniejszych wyborów, nie planujemy tego. [...] W wywiadzie Jarosław Kaczyński zarzuca rządowi, że zupełnie nie radzi sobie z kryzysem. W kontekście obsady resortów mówi o „potężnym braku ludzi dobrze przygotowanych do ciężkiej pracy” [Onet.pl, *Wiadomości*, 28.07.2009].

W. Chlebda zauważył, że „odtwórczy charakter frazemów telepochodnych może być [...] zasugerowany różnymi środkami para- i metajęzykowymi”.²⁶ W badanych przeze mnie tekstach najczęściej sygnałem odtwórczego charakteru połączeń wywodzących się z mediów był cudzysłów, w który ujmowano związki powstałe wskutek oddziaływania komunikatów medialnych.

Funkcjonowanie, popularność w tekstach współczesnej polszczyzny połączeń słownych o określonym znaczeniu naddanym, utrwalonych dzięki mediom, ma wpływ na powstawanie neosemantyzmów.²⁷ O popularności, stopniu utwa-

²⁵ W. Chlebda, *Pogoda dla bogaczy, czyli...*, s. 104–105.

²⁶ Idem, *Frazeologia w reklamie i reklama...*, s. 65–66.

²⁷ Na tego typu zjawiska wskazywali już m.in.: W. Chlebda (por. np. jego rozważania dotyczące wyrażenia *pogoda dla bogaczy* oraz struktury *pogoda dla kogoś a. czegoś*), B. Nowakowska (zob. przedstawione przez badaczkę charakterystyki wyrażen: *człowiek z marmuru, człowiek z żelaza* itp.), B. Nowakowska, *Nowe połączenia wyrazowe we współczesnej polszczyźnie*, Kraków 2005, s. 61, 77, 94–95, oraz opis struktury *człowiek z*, a także wyróżnione przez Nowakowską neosemantyzmy

lenia, ważności dla użytkowników języka pewnych połączeń tego typu świadczy m.in. zaznaczanie się w badanej grupie jednostek mechanizmu derywacji od frazeologicznej. W wyniku tego zjawiska powstały m.in. zarejestrowane przeze mnie struktury: *okrągłostołowy*, *grubokreskowy*, *zimnowojenny*.

Mam nadzieję, że niniejszy artykuł ujawnił, jak silny jest wpływ mediów na współczesną polską frazeologię, jak duża jest dziś wariantywność stałych związków wyrazowych tego typu, jak wielu operacjom są poddawane przez użytkowników języka te jednostki, jak różne funkcje mają one w tekstach. Opisywane w niniejszym tekście zjawiska, które zaznaczają się we frazeologii współczesnej polszczyzny, ujawniają również mechanizmy występujące globalnie we współczesnej kulturze, w której wpływ mediów jest coraz wyraźniejszy.

WYKAZ SKRÓTÓW:

GW – „Gazeta Wyborcza”.

Klub dla Ciebie – Katalog książek „Klub dla Ciebie”.

NKPP – *Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich*, t. I–III, J. Krzyżanowski (red.), t. IV, oprac. S. Świrko przy współudziale D. Świerczyńskiej i S. Świrko, Warszawa 1969–1978.

SSWS – H. Markiewicz, A. Romanowski, *Skrzydlate słowa. Wielki słownik cytatów polskich i obcych*, Kraków 2007.

STM – *Słownik terminologii medialnej*, W. Pisarek (red.), Kraków 2006.

USJP, S. Dubisza (red.) – *Uniwersalny słownik języka polskiego*, S. Dubisz (red.), t. I–VI, Warszawa 2003.

WSFPWN – *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami*, A. Kłosińska, E. Sobol, A. Stanekiewicz (oprac.), Warszawa 2005.

ŻnG – „Życie na Gorąco”.

SUMMARY

Media influence is still strong on the contemporary Polish phraseology – especially the movie, TV show, song (mainly entertainment songs), advertising, political speech, popular television programs, radio, newspapers and Internet. Into the general language penetrate both verbal compounds that have arisen in the media messages, as well as those popularized by the media and come for example from everyday language, language environment, from other languages, etc. Influence of the media creates the increasing set of new fixed verbal connections. Language of the most media messages, however, is relatively poor, uniform, and therefore many idioms functioning from years in the Polish language disappear.

In the communiqués of the contemporary Polish language, beside canonical forms coming from the media, there are numerous modifications of them – they are mainly lexical variants, quantitative, pattern, inflected variants, seldom – formative ones. Modified or changed is often the semantics of the tested compounds. There are recorded examples of different types of derivation. Innovations strengthen the invariant.

Key words: influence of the media, idiom, variants

typu: *mydlany* ‘rozwekły, sentymentalny, o niewielkiej wartości artystycznej’, *mydło* ‘film, serial, film dokumentalny rozwekły, często cikliwy, o znikomej wartości artystycznej’”, które powstały dzięki funkcjonowaniu połączenia *opera mydlana*) (*ibid.*, s. 76–77).