

MAGDALENA PUDA-BLOKESZ

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji
Narodowej w Krakowie, Polska
<https://orcid.org/0000-0002-3449-506X>

Copyright and License: Copyright by Instytut Języka
Polskiego PAN, Kraków 2020. This article is published under
the terms of the Creative Commons Attribution – NoDeri-
vatives 4.0 International (CC BY- ND 4.0) License ([https://
creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode.pl](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode.pl)).

SPOŁECZNOŚĆ INTERNETU WOBEC TRADYCJI ANTYCZNEJ, CZYLI O MITOLOGIZMACH FRAZEOLÓGICZNYCH W GATUNKACH PRYMARNIE INTERNETOWYCH (NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH)

Słowa kluczowe: mitologizm, frazeologia, innowacja, Internet.

STRESZCZENIE

Artykuł ma na celu przybliżenie, w jaki sposób pokolenie Internetu w żywej mowie nowego medium, w wirtualnej komunikacji korzysta z zasobu frazeologicznego o mitologicznej proveniencji (grecko-rzymskiej). Analiza materiału badawczego pozyskanego z wpisów na forach i w grupach dyskusyjnych, oparta na typologii innowacji frazeologicznych Stanisława Bąby, pokazuje, że internauci w codziennych rozmowach sięgają po książkowe mitologizmy frazeologiczne i śmiało je modyfikują: zmieniają ich strukturę i łączliwość składniową. U podstaw tych działań może leżeć kilka czynników, m.in. poziom współczesnej kompetencji kulturowej i językowej czynnych użytkowników Internetu, naśladowanie wzorców mownych płynących z mediów, świadome nawiązanie do tradycji i zabawa z nią, a także specyfika internetowej komunikacji językowej i warunkowana przez nią jakość polszczyzny.

WSTĘP. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE

Polszczyzna, jak i wiele innych języków, w zasobie frazeologicznym zawiera utrwalone związki wyrazowe o proveniencji antycznej¹. Źródłem owych konstrukcji jest przede wszystkim kultura wysoka kształtowana wpływami antycznymi (głównie grecko-rzymskiemi), które nasiliły się w dobie renesansu. Do tej grupy związków należą mitologizmy frazeologiczne, czyli spetryfikowane i odtwarzalne jednostki języka o dającej się ustalić motywacji mitologicznej, reprezentowane przez połączenie wyrazowe i reprezentujące

¹ W rozważaniach na temat utrwalonych i odtwarzalnych wielowyrazowych jednostek języka o proveniencji antycznej bardzo często podkreśla się fakt, iż są to konstrukcje o charakterze międzynarodowym, analizuje się ich realizacje w różnych językach (por. m.in. Czuriejewa i Żuchowska 2006; Krzyżanowska 2013; Oleśkiewicz 2007; Puda-Blokesz 2015; Zaręba 1996).

utrwalone w danym języku znaczenie przenośne (por. Puda-Blokesz 2014, 54–55, 73). Kulturowo-stylistyczny (głównie książkowy) status owych frazeologizmów sprawia, że są one rzadko aktywowane w komunikacji językowej, a znajomość ich form i znaczeń, głównie wśród młodego pokolenia, nie jest zadowalająca, co pokazują choćby badania ankietowe przeprowadzane wśród uczniów i studentów pod koniec XX i na początku XXI wieku (por. m.in. Bieńkowska 1994; Wiśniewska 2002; Krzyżyk 2009; Krzyżyk 2013).

Współczesna komunikacja językowa, poczynając od późnych lat 90., kiedy to w Polsce Internet stawał się medium powszechnym (por. Zdunkiewicz-Jedynak 2013, 85), realizuje się także w świecie wirtualnym. Obecnie sieć to platforma, za pomocą której kontaktują się i wpływają na siebie członkowie tzw. społeczności internetowej (por. Sroka 2014, 16). Zaangażowanie się czynnych użytkowników (nieprofesjonalistów – często anonimowych² nadawców-wydawców) w tworzenie zawartości demokratycznego medium Internetu jest bardzo duże (por. Sroka 2014, 11). Użytkownicy sieci formują się w wirtualne grupy, a ich środkami komunikacji są głównie media społecznościowe³, komunikatory, fora i grupy dyskusyjne⁴ czy poczta elektroniczna (por. Sroka 2014, 19). Tego typu gatunki uznaje się za pierwotnie / prymarnie internetowe, powstały one bowiem w sieci, są charakterystyczne wyłącznie dla niej i realizują się poprzez komunikację elektroniczną (por. Grzenia 2008, 152, 167–169).

Adam Ilciów, powołując się na ustalenia kanadyjskiego badacza Internetu – Dona Tapscotta, podkreśla, iż pokolenie sieci (*net generation*) jest nie tylko bardzo aktywne, ale także m.in. egoistyczne, krytyczne, nie uznaje hierarchii, działa natychmiast i oczekuje natychmiastowych działań, ceni przede wszystkim wolność i lubi eksperymentować (por. Ilciów 2008, 276). Taka postawa wpływa na używany w sieci język⁵. Jej efektem jest nowa odmiana polszczyzny, będąca hybrydą pisma i mowy, odzwierciedlająca żywą uzualną, a nawet potoczną mowę w zapisie (por. Wrycza 2008, 82–84), cechującą się m.in. dialogowością, spontanicznością i kolokwialnością. Można mówić zatem o nowej formie oralności (ustności), o mówionym języku zapisanym, o telepiśmienności (por. Naruszewicz-Duchlińska 2011, 243–250; Żydek-Bednarczuk 2013, 347–379; Zdunkiewicz-Jedynak 2013, 93), która głównie realizuje się właśnie w gatunkach prymarnie internetowych.

Prezentowany wywód ma na celu przybliżenie tego, **czy i jak** mitologizmy frazeologiczne, należące – jak pisze Wojciech Chlebda – „do najbardziej kanonicznej, uświęconej długą tradycją warstwy frazeologii polskiej” (Chlebda 2003, 162), uformowanej

² Interlokutorzy, dyskutanci mało o sobie wiedzą, nie znają się osobiście i nie rozmawiają bezpośrednio. Nadawca nie bierze odpowiedzialności za swoje słowa, ponieważ osoba, z którą rozmawia, to jedynie znaki graficzne na ekranie monitora (por. Wrycza 2008, 82–84).

³ Najbardziej popularnym obecnie serwisem społecznościowym jest Twitter umożliwiający wysyłanie i odczytywanie krótkich wpisów nazywanych *tweetami* (od ang. *tweet* ‘ćwierkać’).

⁴ Analizie językowej przekazów zawartych w grupach dyskusyjnych oraz charakterystyce gatunku książkę poświęciła Alina Naruszewicz-Duchlińska (2011).

⁵ O specyfice języka sieci i komunikacji internetowej powstało wiele publikacji (m.in. Grzenia 2008; Żydek-Bednarczuk 2013; Kita i Loewe 2016; Kita 2016; Naruszewicz-Duchlińska 2019).

dawno i pozornie raz na zawsze, należącej głównie do książkowej odmiany polszczyzny, realizują się w nowym typie komunikacji prezentowanym przez generację Internetu, odzwierciedlającym w dużym stopniu mowę potoczną i współczesne językowe zachowania społeczności sieci. Źródłem analizowanej materii językowej w głównej mierze stały się zasoby Narodowego Korpusu Języka Polskiego (dalej skrót NKJP) pozyskane z interaktywnych stron WWW (obejmujących fora, czaty i listy dyskusyjne), a także przykłady użyć odnalezione za pomocą popularnej wyszukiwarki Google.

W opisie zebranych realizacji mitologizmów frazeologicznych w dyskursie⁶ internetowym przyjęto zaproponowany przez Stanisława Bąbę podział innowacji frazeologicznych, zakładając tym samym zawężenie tematu opracowania do omówienia potencjału innowacyjnego badanych jednostek języka w zakresie innowacji modyfikujących i rozszerzających (por. Bąba 2009, 25–30)⁷. Za innowację frazeologiczną uznano wszelkie niezgodne z normą frazeologiczną użycie mitologizmów (intencjonalne i nieintencjonalne). W analizie uwzględniono wybrane, notowane w słownikach jednostki języka, które należą do grupy mitologizmów raczej znanych i kojarzonych z ich kulturowym źródłem; jednostki będące konstrukcjami dwuczłonowymi o typie wyrażen (czyli formami nominalnymi), zawierającymi komponent mitologiczny wyrażony *explicitie*, np. *koń trojański, pięta achillesowa / Achillesa, stajnia Augiasza, syzyfowa praca, janusowe oblicze, argusowe oczy, puszka Pandory, nić Ariadny, w objęciach Morfeusza czy męki Tantalą* (ewentualnie utrwalone zwroty zawierające owe wyrażenia, np. *czyścić stajnię Augiasza, otworzyć puszkę Pandory* i ich warianty) (por. Puda-Blokesz 2014, 149–186). Tego typu proste konstrukcje leksykalno-składniowe (czasem nawet bezwariantowe) pozornie nie powinny wykazywać znacznego potencjału innowacyjnego, tymczasem – jak się okazuje – w zasobach internetowych można znaleźć ciekawe przykłady innowacji modyfikujących opartych na naruszeniu ustabilizowanej struktury mitologizmu.

ANALIZA MATERIAŁU

Do innowacji modyfikujących należą innowacje wymieniające, które polegają na wymianie jednego z komponentów frazeologizmu na inny, jednak pozostający z nim w rzeczywistej albo pozornej relacji styczności lub podobieństwa semantycznego. O ile niektóre jednostki nie wykazują dużego potencjału w tym zakresie i można znaleźć ich nieliczne modyfikacje, np. *otworzyła się skrzynka pandory w zakonach żeńskich w USA*⁸ czy *rqd przewietrzy tę stajnię Augiasza* (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2006), to niektóre mitologizmy są chętniej poddawane transformacjom wymieniającym. Należą do nich:

⁶ Za dyskurs w tym opracowaniu przyjmuje się „wypowiedzi (konkretne lub typy), których rozumienie zależne jest od wspólnoty kulturowo-komunikacyjnej rozmówców, bądź też sposób wypowiedzania się zakładający jedność mentalną uczestników” (Grzegorzczakowa 2007, 42).

⁷ O innowacjach frazeologicznych w świetle danych korpusowych pisał Piotr Fliciński (2011).

⁸ Przywołany przykład innowacji pochodzi ze strony: <https://m.interia.pl/serwis/forum/,dId,3287825,pack,5> (30 stycznia 2020).

- **koń trojański**: *klacz / kobyła trojańska* (1–2), *osioł trojański* (jako określenie Polski inspirowane innowacją prasową⁹) (3–4) czy *mul trojański* (5);

(1) Chcącym być **Koniem Trojańskim**, a wychodzą na **starą kobyłę** (NKJP, Błog Polonka54 – polonka54.redakcja.pl, 2009)¹⁰.

(2) Takie **trojańskie klacze** mniej więcej... (NKJP, Usenet – pl.sci.psychologia, 2009).

(3) Skąd wśród Polaków takie serwilistyczne nastawienie do USA a jednocześnie ślepa nienawiść do Rosji? „**osioł trojański USA**” ?? 51 stan ?? (NKJP, forum.historia.org.pl, 2008).

(4) Polska jest **koniem trojańskim USA**, a ówczesny premier Hiszpanii Jose Maria Aznar jej **oslem** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2005).

(5) [Francja] nie wpuściłaby do Unii państw podejrzewanych o pełnienie funkcji nie tyle może **koni**, co raczej **mulów trojańskich Stanów Zjednoczonych** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2003).

- **szyfowa praca**: *szyfowa robota* (6–7), *szyfowy trud* (8), por. też *szyfowy wysilek*.

(6) to jest **szyfowa robota** pryszcze wyciska sie latwo, ale wagry to masakra (NKJP, www.forumowisko.pl, 2005).

(7) Nigdy nauczycielka!!! Pamiętaj, to **szyfowa robota** (NKJP, Onet.pl – Rozmowy, 2003).

(8) No dobra, podejmę **szyfowy trud** doedukowania niewychowanej młodzieży (NKJP, Usenet – pl.rec.film, 2000).

W tym miejscu warto poświęcić więcej uwagi wspomnianym mitologizmom: *koń trojański* i *szyfowa praca*. Ogląd przywołanych przykładów ukazuje ich swoistą ewolucję, która odsłania kilkietapowy proces innowacyjny prowadzący w efekcie do derywacji od frazeologicznej polegającej na wyodrębnieniu się ze struktury frazeologizmu jego etymonu (komponentu mitologicznego) i przejściu przez niego zawartej w mitologizmie wartości znaczeniowej. Wymienność nadrzędnego członu w mitologizmie (w tym przypadku leksemów *koń* i *praca*) zaczyna wykraczać poza ramy tradycyjnie rozumianej innowacji wymieniającej, w efekcie dochodzi do dezintegracji struktury mitologizmu, tym samym jego częściowej lub całkowitej demitologizacji, czyli oderwania od kulturowych korzeni. Leksemy *trojański* w znaczeniu ‘podstępny, zdradziecki, przynoszący zgubę’ i *szyfowy* w znaczeniu

⁹ Na początku XXI wieku (w latach 2002–2003) upowszechniło się w publicystyce peryfrastyczne nazywanie Polski *koniem trojańskim USA w Europie*, zastępowane w części prasy zachodniej określeniem *osioł trojański* (R-PSSS, 565).

¹⁰ Przywołane cytaty zostały zachowane w oryginalnej pisowni, za pomocą pogrubionej czcionki wyodrębniono jedynie element językowy istotny z perspektywy prowadzonej analizy.

‘beznadziejny, bezowocny, bezsensowny, nieprzynoszący efektu’ (a czasem nawet ‘nieustający, wytrwały’) stają się samodzielnymi jednostkami i znacznie rozszerza się ich łączliwość leksykalna¹¹.

W kontekście procesów innowacyjnych można w tym przypadku mówić o przykładzie swoistej innowacji skracającej, w której wyniku dochodzi do uszczuplenia składu mitologizmu w zasadzie do jednego komponentu. Jego samodzielność obrazują luźne połączenia wyrazowe typu: *trojański poczęstunek* (9), *marketing trojański* (10), *syzyfowa walka* (11), *syzyfowa sprawa* (12), *syzyfowa cierpliwość* (13), *syzyfowe czyszczenie* (14), por. też *syzyfowa fucha*, *syzyfowe zajęcia* itd.

(9) [...] i mrówki korzystając z „**trojańskiego** „**poczęstunku** zanoszą truciznę do gniazda - karmią nią strażników, królową i larwy. W ciągu paru dni zapomnisz o problemie mrówek... (NKJP, *mrówki – pomocy!*, Usenet – pl.soc.dzieci, 2002).

(10) Trafnie ten problem rozwiązała Platforma Obywatelska, stosując **marketing trojański**. Ów trik polega na mamieniu ludzi formą, opakowaniem, stylem, tak, aby nie zauważyli, kiedy ktoś wpływa na ich postawy (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2008).

(11) W ogóle nie można. To **syzyfowa walka** i tylko się przy tym wypalisz do cna. Ratuj się póki czas i rozglądaj za kimś innym (NKJP, Usenet – pl.sci.psychologia, 2001).

(12) Czyścić świat polityki - **syzyfowa sprawa** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2001).

(13) Z podziękowaniem za Twoją **syzyfową cierpliwość** (NKJP, Usenet – pl.sci.filozofia, 2008).

(14) Płyzy z biegówek w przypadku aluminiowej wanny są konieczne. Niestety aluminium przymarza do śniegu w pewnych warunkach = kłopotliwe i **syzyfowe czyszczenie** spodu (NKJP, Usenet – pl.rec.gory, 2009).

Usamodzielnianie się komponentu mitologicznego omawianych frazeologizmów obrazują także użycia, w których dochodzi niejako do atomizacji struktury mitologizmu, pokazującej tym samym, iż użytkownicy języka luźno traktują jego stabilną składnię (15–16).

(15) Głupiego to **roboty**, iście **syzyfowa** (NKJP, Usenet – pl.soc.religia, 2007).

(16) Być może wykonujemy jakieś niepotrzebne ruchy [...], które sprawiają że **praca** staje się nieskuteczna, **syzyfowa**. Nie przynosi sukcesu (NKJP, Usenet – pl.soc.religia, 2008).

¹¹ Tendencję usamodzielniania się jednego z członów frazeologizmu omówiła Katarzyna Mosiołek-Kłosińska m.in. na przykładzie biblizmu *salomonowy wyrok* (Mosiołek-Kłosińska 2002, 23–24), o procesie deonimizacji metaforycznej pisał m.in. Mariusz Rutkowski. Autor przywołał przykład leksemu *Szyzjf/ syzjyf* o znaczeniu ‘ktoś, kto wykonuje nieustanną i daremną pracę, polegającą na powtarzaniu wciąż tych samych czynności’ motywowanym semantyką frazeologizmu *syzyfowa praca* (Rutkowski 2007, 130). Więcej na temat funkcjonowania frazeologizmu *koń trojański* we współczesnej polszczyźnie można przeczytać w tekście Magdaleny Pudy-Blokesz (2020).

Zwrot *wykonywać syzyfową pracę*, jak pokazują choćby dane NKJP, wykazuje mniejszą frekwencję i innowacyjność w porównaniu z wyrażeniem (17).

(17) Czyżbyś wobec tego **uprawiała syzyfową pracę?**(NKJP, Usenet – pl.soc.dzieci, 2006)

Ciekawych przykładów innowacji wymieniającej dostarcza również konstrukcja przyśłówkowa w postaci wyrażenia przyimkowego w *objęciach Morfeusza*, z o wiele rzadziej przywoływanym wariantem *na łonie Morfeusza*. W zasobach internetowych można znaleźć formy innowacyjne typu: w *ramiona Morfeusza* (18–20), *do krainy Morfeusza* (21).

(18) Gdzieś tak chyba 3.30 zdecydowaliśmy się oddać w **ramiona Morfeusza** (NKJP, Usenet – pl.soc.wegetarianizm, 1999).

(19) Wiem , że tak nie będzie ale chociaż nadzieja, którą mi teraz daliście pozwoli mi spokojnie oddać się w **ramiona „Morfeusza”** (NKJP, www.forumowisko.pl, 2005).

(20) Wyjechaliśmy ok 21:30 po wieczornym karmieniu jak Marek zaczynał odpływać w **ramiona Morfeusza :-)** (NKJP, Usenet – pl.soc.dzieci, 2003).

(21) Myślę, że warto uważać, by nie dać dziecku zasnąć *_przy nas_*, lepiej pobyc z nim tylko do momentu, aż zacznie ziewać i samo „odjedzie” **do krainy Morfeusza** (NKJP, Usenet – pl.soc.dzieci, 2000).

Jeśli jednak przyjąć, iż granice frazeologizmu wyglądają inaczej, a on sam nie jest formą nominalną, a zwrotem *być / leżeć / spoczywać w objęciach / na łonie Morfeusza*, wówczas zauważa się spory potencjał innowacyjny w zakresie wymienności członu werbalnego. W przekazach użytkowników Internetu można znaleźć przykłady typu *zasnąć w objęciach Morfeusza / zapaść / zapadać* (25) / *udać się* (22) / *iść* (23) / *oddalać się / odpływać* (24) w *objęcia Morfeusza*, też *wrócić, wpadać; oddać się / odpływać w ramiona Morfeusza* (18–20); *odjechać do krainy Morfeusza* (21).

(22) No, to na tyle. Czas **udać się w objęcia Morfeusza** (NKJP, Usenet – pl.rec.książki, 2003).

(23) Jest późno, jestem „wylechtany” (3 dni za kółkiem + biznesowe pindolenie), **idę w objęcia Morfeusza** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2008).

(24) ja z 3 razy już do niego podchodziłem i za każdym razem **odpływałem w objęcia Morfeusza ;)** (NKJP, Usenet – pl.rec.film, 2006).

(25) Tula / a **zasnąć w objęciach Morfeusza** nie znaczy po prostu umrzeć? Tombstone / no nie wiem, ja z „**zapadaniem w objęcia morfeusza**” spotkałem się wiele razy i sam go używałem i zawsze oznaczało to po prostu zdrowy, mocny sen (NKJP, www.forumowisko.pl, 2008).

Wymiana członu werbalnego nie jest przypadkowa, często jest wynikiem innowacji kontaminującej, polegającej na skrzyżowaniu dwóch bliskich znaczeniowo utrwalonych połączeń wyrazowych. Mitologizm zatem krzyżowany jest z konstrukcjami typu *iść spać* (23), *udać się na spoczynek* (22) czy *zapadać w sen* (25), a także łączony

z wyrazami rozumianymi metaforycznie w kontekście snu, np. *odpływać* ‘zasypiać’ (24). Przykładem innowacji kontaminującej jest także znaleziona w zasobach konstrukcja *podłożyć (komuś) konia trojańskiego* (26), będąca wynikiem scalenia form *koń trojański* i *podłożyć (komuś) świnię*.

(26) Starał się, nie był fałszywy, chciał dobrze, żydostwo zachodnie **podłożyło mu konia trojańskiego** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2008).

Do innowacji modyfikujących zalicza się również tzw. innowacje regulujące. Powstają one wtedy, gdy użytkownicy języka nieregularne formy komponentów danego związku frazeologicznego traktują jako regularne i zmieniają ich postać gramatyczną. Do transformacji tego typu można zaliczyć zmianę liczby gramatycznej i formy fleksyjnej komponentów, np. *pięty Achillesowe / achillesowe* (27–28), *syzyfowe prace* (29), *janusowe oblicza* (30).

(27) ... może nie piszę najwspanialszych w świecie poezji, ale gramatyka, jak mi się zdaje, do moich **pięt achillesowych** nie zalicza się... (NKJP, Usenet – pl.hum.poezja, 2003).

(28) Z samego łba się nie wyżyje. Potrzebne jeszcze plecy i chody. Dobrze też mieć nosa, dobre ucho i giętki kręgosłup. Natomiast nie należy mieć **pięt (Achillesowych)**. Reszta anatomii jest obojętna (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2001).

(29) Minęło już parę ładnych lat tych **syzyfowych prac** a perspektywy są coraz bardziej mgliste (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2001).

(30) Faszyzm i komunizm to dwa **Janusowe oblicza** urządcy świata na sposób totalitarny (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2001).

Do przykładów innowacji regulujących należałoby także włączyć błędną formę frazeologizmu *puszka Pandory*, polegającą na zmianie schematu składniowego związku na konstrukcję *puszka z Pandorą / pandorą* (31–32) (por. R-PSSS, 676–678).

(31) ... żadnych wzajemnych roszczeń bo to jest **puszka z pandorą** na młyn wszelkim wariatom (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2006).

(32) Natomiast ja odnoszę wrażenie, że dzięki Michnikowi rozpoczęto na serio walkę z korupcją. Otworzyła się tzw. „**puszka z Pandorą**” (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2003).

Jako ciekawy przykład kolejnego typu innowacji – innowacji rozszerzającej warto wskazać widocznie utrwalony i chętnie przywoływany przez internautów w ślad za mediami (zwłaszcza na początku XXI wieku) schemat składniowy jednostki *koń trojański (czyj / czego) gdzie (w czym)* (por. Chlebda 2003, 162), prowadzący do rozszerzenia łączliwości leksykalnej mitologizmu: *koń trojański USA w Europie / w UE* (33–34) – częste peryfrastyczne określenie Polski (por. Chlebda 2003, 162, przyp. 9), *koń trojański fundamentalizmu* (35) / *socjalizmu* (36), *koń trojański Platformy* (37), *koń*

trojański Judejczyków (38), też propagandy, polityki, syjonizmu, komunizmu, Ruskich, Tuska, PO/SLD.

(33) Od dłuższego czasu próbujemy być **koniem trojańskim USA w Europie** (o Polsce, NKJP, www.forumowisko.pl, 2008).

(34) Polska jest **koniem trojańskim USA w UE** (NKJP, forum.historia.org.pl, 2005).

(35) ...i przestać być potencjalnym **koniem trojańskim fundamentalizmu** (o Turcji, NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2004).

(36) BAnk centralny to **koń trojański socjalizmu** (NKJP, www.forum.michalkiewicz.pl, 2008).

(37) **Konie trojańskie Platformy** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2008).

(38) Sądzę, że rozważanie tego czy Chrystus był **koniem trojańskim Judejczyków** jest błuźnierstwem (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2007).

W przypadku tej jednostki można również zauważyć innowacje mieszane – dochodzi do rozszerzenia składniowego mitologizmu przy jednoczesnej modyfikacji jego struktury, np. *osioł trojański imperializmu USA w Europie (39)* (por. R-PSSS, 565), *osiołek trojański Ameryki (40)* czy *amerykański osioł trojański w Europie (41)*.

(39) Niemcy to prawdziwy **Osiol Trojański imperializmu USA w Europie** (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2009).

(40) Tak oto wygląda osławiony sojusz - jesteśmy prawdziwym **osiolkiem trojańskim Ameryki**, który może dostać batem od „przyjaciela”, kiedy amerykańscy Żydzi stracą cierpliwość (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2005).

(41) Cały świat rozpoznaje pod nazwą **Amerykański Osiol Trojański w Europie** jeden i ten sam kraj, a Pan Redaktor nie? (NKJP, www.forum.michalkiewicz.pl, 2009).

Ostatnie połączenie wyrazowe pokazuje, że schemat składniowy mitologizmu *koń trojański* rozszerza się nie tylko prawostronnie, ale i lewostronnie. Obserwuje się poprzedzanie frazeologizmu przydawką przymiotną (*jaki*) *koń trojański*, np. *islamski (42) / żydowski (43) / polski (44) koń trojański*.

(42) Turcja będzie **islamskim koniem trojańskim** w Unii Europejskiej (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2004).

(43) Zapamiętajmy AW „Solidarność” – to żydowski koń trojański! (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2009).

(44) Anglię czekają niebawem ciężkie czasy: **polski koń trojański** zrobi swoje (NKJP, Usenet – pl.soc.polityka, 2007).

Wydaje się, że niektóre przywołane wyżej formy mitologizmu *koń trojański*, jak *koń / osioł trojański Ameryki / USA w Europie*, będące efektem innowacji rozszerzającej i modyfikującej, ze względu na ich powtarzalność i względną strukturalną stabilizację

można by uznać za innowacje rozwijające, polegające na uzupełnieniu składu leksykalnego frazeologizmu, co w efekcie prowadzi do powstania niejako nowego związku wyrazowego bazującego na kanonicznym.

WNIOSKI

W mowie społeczności Internetu uwidacznia się obecność tradycyjnej frazeologii mitologicznej, co pokazują zaprezentowane wcześniej przykłady. Znalezione w internetowych dialogach książkowe mitologizmy poświadczają, iż ta niejako ograniczona stylistycznym zasięgiem frazeologia, wprawdzie w niewielkim stopniu, jednak zasila również polszczyznę kolokwialną, która w przestrzeni sieci przybiera postać zapisaną. Dzięki nowemu medium wzrosła szansa na bliższe zbadanie owej hybrydy pisma i mowy realizującej się m.in. wśród użytkowników forów czy grup dyskusyjnych (dyskutantów, interlokutorów). Ogląd tego wycinka wirtualnej komunikacji pokazuje jednak, że internauci używają uświęconej tradycją frazeologii, wydawałoby się stabilnej i nienaruszalnej, zwłaszcza jeśli chodzi o mitologizmy krótkie – dwuwyrazowe, idiomatyczne, wydaje się – powszechnie znane, z dość dużą swobodą. Dla własnych potrzeb przekształcają je formalnie, nadają im nowe znaczenia, sytuują je w nowych kontekstach, zmieniają ich łączliwość składniową. Z dostępnych tekstów, niejako wyjętych z całego procesu komunikacyjnego, nie da się jednoznacznie wywnioskować, czy użytkownicy Internetu mają wiedzę na temat genezy i motywacji owych związków wyrazowych i czy intencjonalnie je modyfikują. Diagnozę tę utrudnia dodatkowo możliwe zróżnicowanie społeczne nadawców stojących za omawianymi komunikatami¹². Dlatego należy założyć, że uwidocznione w internetowych dyskusjach innowacje frazeologizmów o mitologicznej proveniencji mogą być efektem świadomych lub nieświadomych działań językowych, zaś przyczyny modyfikacji mitologizmów mogą być różne.

W obliczu współczesnej kultury nastawionej na konsumpcjonizm dochodzi do osłabienia ideału kultury elitarnej, której świadectwem są m.in. mitologizmy frazeologiczne. Kultura dzisiejsza propaguje zmienność i ulotność wartości oraz ideałów, szybką konsumpcję i pęd ku eksperymentom, ku nowości. Zaspokaja w sposób skrajny ludzką dążność do nowego, nieznanego, ale z drugiej strony nie daje oparcia w tym, co wartościowe i utrwalone, w efekcie wyzbywa odbiorców tożsamości kulturowej (por. Burszta 1998, 40–41). Przynależna kulturze wysokiej tradycja antyczna wraz z jej poświadczeniami w języku musi zatem znaleźć swoje miejsce w ekspansywnej kulturze współczesnej, która podlega ciągłej informatyzacji, mediatyzacji i globalizacji. Nie da się ukryć, że konsekwencją zmienności kultury duchowej i materialnej są zmiany językowe, które wpływają także na rozumienie i używanie frazeologii (por. Pajdzińska 2006). Anna Pajdzińska podkreśla, iż zacieranie się wyjściowej motywacji frazeologizmów prowadzi do całkowitego zapomnienia owej motywacji (por. Pajdzińska 2006, 62), natomiast związki

¹² Obecnie nadawcą/twórcą tekstów w Internecie może być niemal każdy świadomy użytkownik języka – w różnym wieku, o różnym poziomie wykształcenia i odmiennych kompetencjach kulturowo-językowych.

frazeologiczne „o niejasnej dla mówiących motywacji łatwiej ulegają różnego rodzaju zmianom semantycznym i formalnym” (Pajdzińska 2006, 70). Aleksandra Cieślíkowa, zwracając uwagę na konsekwencje oderwania jednostki języka od jej motywacji, pisze:

Niewielu używających zleksykalizowanych frazeologizmów zastanawia się nad ich pierwotnym znaczeniem i strukturą. Dlatego obojętne jest, ile pięt miał *Achilles*, gdyż *jego pięta* to dla współczesnych tylko ‘słaba strona’ (Cieślíkowa 2003, 64).

Jedną z przyczyn innowacyjnej postaci mitologizmów frazeologicznych w dyskusjach internetowych może być zatem niski poziom kompetencji kulturowej interlokutorów, będący właśnie wynikiem zmian kulturowo-społecznych. Właściwe użycie mitologizmów frazeologicznych warunkowane jest nie tylko wiedzą na temat ich genezy i motywacji, ale także wiąże się z poziomem kompetencji językowych użytkowników polszczyzny, którzy muszą pamiętać o wszystkich możliwych wariantach danej jednostki, znać jej granice składniowo-leksykalne i metaforyczne znaczenia. Widoczny w wirtualnych rozmowach innowacyjny potencjał mitologizmów wzmacnia także specyfika internetowej komunikacji, w której przekaz często jest niedbały, szybki, nieprzemyślany, oparty na szerzącej się społecznie swobodzie językowej, stanowiącej odbicie niczym nieskrępowanej potrzeby wyrażania myśli, emocji i opinii (por. Ożóg 2017). Informatyzacja, umożliwiająca e-życie i e-komunikację w cyberprzestrzeni, pozwala na obalenie normy językowej, także frazeologicznej. Społeczność sieci, sięgając po mitologizmy, przełamuje bariery stylistycznego decorum, czego efektem jest ścieranie się rejestru wysokiego z niskim, patosu z trywialnością, kultury wysokiej z kulturą popularną, piśmienności z oralnością. Wydaje się zatem, że użycie mitologizmów w żywej mowie Internetu nie jest odbiciem społecznej potrzeby eksponowania kompetencji językowo-kulturowych, ale raczej dbałością o sugestywność przekazu, o jego oryginalność, obrazowość, o wyraz emocjonalnego, najczęściej ironicznego stosunku do świata. Wypowiedzi w internetowej konwersacji mają nie tylko pełnić funkcję informacyjną, ale także fatyczną, ludyczną i ekspresywną (por. Żydek-Bednarczuk 2013, 349). Internetowe medium i determinowany nim sposób ujmowania komunikatów, zwłaszcza w kontaktach nieoficjalnych, konwersacyjnych, sprzyja świadomemu rozluźnianiu obowiązujących norm językowych, a także nieskrępowanemu eksperymentowaniu z językiem.

Nie da się ukryć, że w dobie mediów wzorcem mownym dla współczesnego użytkownika języka są właśnie przekazy medialne. Małgorzata Kita pisze:

media masowe przejęły „rząd dusz”, stając się dominującym źródłem kształtowania wyobraźni szerokich mas odbiorców, ich języka, zwyczajów komunikacyjnojęzykowych, stosunku do języka (Kita 2016, 116)¹³.

W zaprezentowanym oglądzie przywołano różne przykłady innowacji mitologizmów. Wiele z nich ma charakter jednostkowy, efemeryczny, jednak wśród omawianych konstrukcji znaleźć można także formy będące prawdopodobnie wynikiem naśladowstwa innowacji już wcześniej upowszechnianych w publicystyce (np. *koń trojański USA*

¹³ O wpływie mediatyzacji kultury na język współczesnej młodzieży pisał Kazimierz Ożóg (2017).

w *Europie, osioł trojański*) lub wypowiedzi osób publicznych, najczęściej polityków (np. *puszka z Pandora*¹⁴, *klacz trojańska*¹⁵). Trzeba jednak dodać, że nie chodzi tutaj o przejmowanie jedynie konkretnych jednostek, ale także czerpanie z nich inspiracji do tworzenia coraz to nowych innowacji (np. *koń / muł / osioł trojański*; konstrukcje [*jaki*] *koń trojański, koń trojański [czyj / czego]*, por. Puda-Blokesz 2020).

Podsumowując dotychczasowe rozważania, można powiedzieć, że u podstaw innowacyjnych działań społeczności Internetu na mitologizmach frazeologicznych może leżeć kilka czynników: poziom współczesnej kompetencji kulturowej i językowej internautów (brak wiedzy na temat motywacji semantycznej i kulturowej mitologizmów czy też nieznanostwo obowiązującej normy frazeologicznej), naśladownictwo wzorców mownych kreowanych w mediach masowych, być może chęć świadomego nawiązania do tradycji w celu osiągnięcia określonych intencji komunikacyjnych, wreszcie specyfika internetowej komunikacji językowej i warunkowana przez nią jakość polszczyzny, często niedbałej, opartej na braku skrępowania i na luzie językowym, ale także na potrzebie eksperymentowania z językiem.

ROZWINIĘCIE SKRÓTÓW

NKJP – Narodowy Korpus Języka Polskiego, <http://nkjp.pl> (30 stycznia 2020).

R-PSSS – Chlebda, W., W.M., Mokijenko, i S.G. Szuleżkowa. 2003. *Rosyjsko-polski słownik skrzydlatych słów*. Łask: Oficyna Wydawnicza Leksem.

BIBLIOGRAFIA

- Bąba, S. 2009. *Frazeologia polska. Studia i szkice*. Poznań: Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”.
- Bieñkowska, D. 1994. „Funkcjonowanie związków frazeologicznych z nomen proprium w dzisiejszej świadomości językowej”. W *Przemiany współczesnej polszczyzny*, red. S. Gajda, Z. Adamiszyn. Opole: Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Powstańców Śląskich. Instytut Filologii Polskiej, 283–287.
- Burszta, W.J. 1998. *Antropologia kultury. Tematy, teorie, interpretacje*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Chlebda, W. 2003. „Frazeologia polska okresu «przemiany i przełomu»”. W *Współczesna polska i słoweńska sytuacja językowa = Sodobni jezikovni položaj na Poljskem in v Sloveniji*, red. S. Gajda, i A. Vidovič-Muha. Opole, Ljubljana: Uniwersytet Opolski, Instytut Filologii Polskiej; Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, 151–190.

¹⁴ Jednostka użyta w wypowiedzi jednego z posłów na sejm RP (por. R-PSSS, 676–678).

¹⁵ „W obwieszonym obrazami kolekcji Porczyńskich Muzeum im. Jana Pawła II tłoczyło się wczoraj ok. 600 sympatyków i działaczy komitetów wyborczych Hanny Gronkiewicz-Waltz. - Nie spadłam z Marsa, nie jestem żadną **klaczą trojańską** ani kuzynką Tymińskiego. Moje kandydowanie nie jest przypadkowe, od 20 lat pracuję dla Polski, od trzech lat jako prezes NBP - rozpoczęła swoje przemówienie kandydatka. Podziękowała za poparcie nawet tym, którym nie podoba się, że kandyduje - w tym Lechowi Wałęsie (NKJP, Agata Nowakowska, *Gronkiewicz-Waltz chce poprowadzić prawicę do zwycięstwa*, „Gazeta Wyborcza” 1995).

- Cieślikowa, A. 2003. „Ile pięt miał Achilles? Nazwy własne we frazeologizmach – trochę historii, trochę współczesności”. W *Anabasis. Prace ofiarowane Profesor Krystynie Pisarkowej*, red. I. Bobrowski. Kraków: Lexis, 61–66.
- Czuriejewa, A., i D. Żuchowska. 2006. „Polskie i rosyjskie związki frazeologiczne o proveniencji antycznej”. *Języki Obce w Szkole* 2: 3–13.
- Fliciński, P. 2011. „Innowacje frazeologiczne w świetle danych korpusowych”. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza* 18: 9–19.
- Grzegorzczkowska, R. 2007. *Wstęp do językoznawstwa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grzenia, J. 2008. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Iłciów, A. 2008. „Internet. Przemiany społeczne i ich konsekwencje”. W *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokolowski. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 275–285.
- Kita, M. 2016. „Językoznawcy wobec badań języka w Internecie”. *Artes Humanae* 1: 111–124.
- Kita, M., i I. Loewe, red. 2016. *Język w internecie*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Krzyżanowska, A. 2013. „Nić Ariadny / le fil d'Ariane – czyli o międzyjęzykowej ekwiwalencji mitologizmów frazeologicznych”. *Rocznik Przekładoznawczy* 8: 35–47.
- Krzyżyk, D. 2009. „Znajomość związków frazeologicznych o rodowodzie mitologicznym (na podstawie badań wśród studentów)”. W *Język żyje. Rzecz o współczesnej polszczyźnie*, red. K. Ożóg. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 134–141.
- Krzyżyk, D. 2013. „Frazeologizmy o rodowodzie mitologicznym piętą Achillea gimnazjalistów? Wyniki badań”. W *Odmiany polszczyzny w szkole: teoria i praktyka*, red. H. Synowiec, i M. Kubarek. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 170–188.
- Mosiółek-Kłosińska, K. 2002. „Innowacje frazeologiczne jako źródło powstawania nowych jednostek leksykalnych”. W *Problemy frazeologii europejskiej V*, red. A.M. Lewicki. Lublin: Norbertinum, 21–34.
- Naruszewicz-Duchlińska, A. 2011. *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Naruszewicz-Duchlińska, A. 2019. *Kultura zachowań językowych w internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Oleśkiewicz, A. 2007. *Europa języków. Związki frazeologiczne o proveniencji biblijnej i antycznej w europejskiej wspólnocie słownikowej*. Kraków: Collegium Columbinum.
- Ożóg, K. 2017. „Uwagi o języku współczesnej młodzieży – między kodem ograniczonym a kodem rozwinętym”. *Studia Językoznawcze* 8: 163–181.
- Pajdzińska, A. 2006. „Frazeologia a zmiany kulturowe.” W A. Pajdzińska, *Studia frazeologiczne*. Łask: Oficyna Wydawnicza Leksem, 61–71.
- Puda-Blokesz, M. 2014. *Mitologizmy frazeologiczne w języku polskim (na materiale leksykografii XX i XXI w.)*. Kraków: Collegium Columbinum.
- Puda-Blokesz, M. 2015. „Skrzydlate słowa o proveniencji mitologicznej w językach polskim i czeskim (na podstawie zasobów leksykograficznych)”. *Studia Slavica* 19 (1): 105–116.
- Puda-Blokesz, M. 2020. „Z życia mitologizmów frazeologicznych we współczesnej polszczyźnie (na przykładzie jednostki koń trojański)”. W *Deutsche Phraseologie und Parömiologie im Kontakt und im Kontrast II*, red. A. Gondek, A. Jurasz, M. Kałasznik, i J. Szczęk. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 47–64.
- Rutkowski, M. 2007. *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Sroka, J. 2014. *Obrazkowe memy internetowe*. Warszawa: CeDeWu.

- Wiśniewska, H. 2002. „Znajomość znaczeń nazw mitologicznych u absolwentów szkoły podstawowej”. W *Konteksty kulturowe w dyskursie edukacyjnym*, red. J. Ożdżyński, i T. Rittel. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Edukacja”, 261–269.
- Wrycza, J. 2008. „Kultura prowadzenia sporów na forum internetowym”. W J. Wrycza, *Galaktyka języka Internetu*. Gdynia: Novae Res – Wydawnictwo Innowacyjne, 77–90.
- Zaręba, L. 1996. „Frazeologia onomastyczna związana z Biblią i tradycją antyczną (polsko-francuskie studium porównawcze)”. W *Problemy frazeologii europejskiej I*, red. A.M. Lewicki. Warszawa: Wydawnictwo Energeia, 125–130.
- Zdunkiewicz-Jedynak, D. 2013. *Wykłady ze stylistyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Żydek-Bednarczuk, U. 2013. „Dyskurs internetowy”. W *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, i U. Żydek-Bednarczuk. Kraków: Universitas, 347–379.

The Internet Generation vs. the Tradition of Antiquity, or on the Mythology-based Phraseology in Internet-born Genres (Selected Examples)

Keywords: mythology, phraseology, innovation, Internet.

ABSTRACT

The article aims to describe how the Internet generation uses, in natural speech in a new medium, the mythology-based phraseological inventory (of Graeco-Roman provenance) for virtual communication. The analysis of research data gathered from forum and discussion group posts, based on Stanisław Bąba's phraseological innovation typology, indicates that in everyday talk Internet users do make use of highbrow mythological phrases and have no qualms about modifying them, changing their structure and syntactic collocability. Several factors can be the source of such a practice, including active Internet users' level of cultural and linguistic competence, their imitation of speech patterns emanating from the media, conscious reference to tradition and playfully toying with it, along with the specificity of online linguistic communication and the quality of Polish it occasions.