

*Beata Grochala*

## DOWCIP JĘZYKOWY W NAGŁÓWKACH „GAZETY WYBORCZEJ”

Celem niniejszego artykułu jest analiza dowcipu językowego, występującego w nagłówkach prasowych. Wykorzystany materiał<sup>1</sup> obejmuje nagłówki pochodzące z jednego rocznika (2000) „Gazety Wyborczej”, jednego z najbardziej poczytnych dzienników w Polsce<sup>2</sup>. Dla potrzeb badawczych materiał językowy został ograniczony do nagłówków zawierających zmodyfikowaną postać frazeologizmu. Pominięto tytuły wykorzystujące frazeologizmy w niezmięnionej postaci strukturalnej i semantycznej oraz te, w których wykorzystano szczególny rodzaj frazeologizmów, jakim są skrzydlate słowa – tytuły bądź cytaty z literatury, piosenek, filmów<sup>3</sup>.

Modyfikacja związków frazeologicznych, stanowiąca tworzywo dowcipu językowego, jest bardzo ciekawym i niewystarczająco zbadanym zagadnieniem. W dotychczasowych pracach poświęconych tej problematyce<sup>4</sup> analizie poddawano teksty literackie, które różnią się od tekstów prasowych. Nagłówek

<sup>1</sup> Materiał wykorzystany w artykule został zebrany do pracy magisterskiej *Związki frazeologiczne i ich modyfikacje w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, napisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Bożeny Ostromeckiej-Frączak w Katedrze Współczesnego Języka Polskiego Uniwersytetu Łódzkiego w roku akademickim 2000/2001.

<sup>2</sup> Według danych z września 2004 r. „Gazeta Wyborcza” dociera do 19,51% odbiorców prasy (najpopularniejszy dziennik, „Fakt” – do 22,53% czytelników, a trzeci w rankingu „Super Express” – do 11,13%) – wg badań przeprowadzonych na zlecenie Polskich Badań Czytelnictwa, [www.poczyt.pl](http://www.poczyt.pl).

<sup>3</sup> Analizę dowcipu w tego typu nagłówkach można odnaleźć w artykule L. Krawiec, *Komizm w nagłówkach prasowych*, „Poradnik Językowy” 1989, z. 9–10, s. 649–653.

<sup>4</sup> Modyfikacji związków frazeologicznych, będących źródłem dowcipu językowego, poświęcony jest m.in. jeden z rozdziałów monografii D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, Warszawa 2001, s. 139–192. Por. także artykuły S. Bąby, *Frazeologia jako tworzywo dowcipu językowego fraszek i aforyzmów S. J. Leca*, „Przegląd Humanistyczny” 1979, z. 9, idem, *Żartobliwe innowacje frazeologiczne we fraszkach Lecha Konopińskiego*, „Przegląd Humanistyczny” 1978, z. 12; M. Witkowska-Gutkowska, *Dowcip językowy w tekstach Juliana Tuwima*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 2001, t. XLVI.

prasowy, ze względu na swoje podstawowe funkcje, jakimi są m.in.: informowanie o treści wypowiedzi, pozyskanie czytelnika (zachęcenie go do przeczytania artykułu)<sup>5</sup>, stanowi szczególny rodzaj tekstu, w którym często dochodzi do naruszenia ustalonych konstrukcji językowych.

Termin „dowcip”, użyty w tytule pracy, jest pojęciem niejednoznacznym, różnie definiowanym przez badaczy. Jedni utożsamiają go z szeroko pojmowanym humorem<sup>6</sup>, traktując oba pojęcia synonimicznie, inni ograniczają termin „dowcip” jedynie do krótkiego żartu słownego, rodzaju anegdoty, krótkiego opowiadania humorystycznego (rozumienie tożsame z niemieckim słowem *der Witz* czy angielskim *joke*)<sup>7</sup>, które potocznie nazywane bywa „kawalem”. Próbę syntetycznego przedstawienia koncepcji badawczych dotyczących dowcipu podjęła D. Buttlerowa<sup>8</sup>, która wskazała trzy sposoby rozumienia omawianego pojęcia: 1. „wszelkie środki zdolne przekazać 'komiczną intencję' twórcy [...]”, 2. „wszelkie formy świadomej twórczości językowej o charakterze żartobliwym”, 3. „ściśle określona struktura tekstowa o stałej kompozycji, charakteryzująca się krótkością i zaskakującą pointą”. Na tej podstawie autorzy *Encyklopedii języka polskiego* sformułowali definicję dowcipu językowego rozumianego jako „zamierzony przez nadawcę komizm językowy, a więc wszelkie struktury leksykalne, frazeologiczne i składniowe będące wynikiem świadomej twórczości i obliczone na wywołanie efektów komicznych. [...]”<sup>9</sup>. W dalszej części artykułu termin „dowcip” używany jest w ostatnim z zaprezentowanych znaczeń.

Zarówno D. Buttler, jak i autorzy *Encyklopedii języka polskiego* zwracają uwagę na szczególną rolę nadawcy wypowiedzi. Komiczne intencje twórcy stanowią w świetle zaprezentowanych definicji warunek niezbędny do uznania komunikatu słownego za przejaw dowcipu językowego. Warunek ten spełniają nagłówki prasowe, w których doszło do modyfikacji związków frazeologicznych. Ich autorzy (w przypadku „Gazety Wyborczej” nie są to najczęściej autorzy artykułów, ale redaktorzy specjalistycznego działu nagłówek<sup>10</sup>), wprowadzając do tytułu artykułu zmodyfikowany związek frazeologiczny, działają świadomie, licząc na to, że w ten sposób przykują uwagę czytelnika, a to najłatwiej osiągnąć wykorzystując element zaskoczenia, nasuwający odbiorcy zabawne skojarzenia.

<sup>5</sup> W. Pisarek, *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*, Kraków 1967.

<sup>6</sup> Takie ujęcie dowcipu odnajdujemy m.in. w pracy W. Chłopickiego, *O humorze poważnie*, Kraków 1995.

<sup>7</sup> Por. m.in. D. Brzozowska, *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*, Opole 2000.

<sup>8</sup> D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, s. 31.

<sup>9</sup> *Encyklopedia języka polskiego*, red. S. Urbańczyk, Wrocław 1994.

<sup>10</sup> A. Magdoń, *Duch zabawy w mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1995, nr 3-4, s. 7-16.

Danuta Buttler, pisząc o modyfikacji związków frazeologicznych, wskazuje trzy zasadnicze mechanizmy dowcipu językowego:

- upodobnienia frazeologiczne;
- częściowa wymiana składu leksykalnego związku frazeologicznego;
- zmiana kośćca związku frazeologicznego (defrazeologizacja, kontaminacja, elipsa frazeologiczna)<sup>11</sup>.

Jest to ciekawy, ale budzący pewne wątpliwości podział mechanizmów modyfikacji związków frazeologicznych, prowadzących do powstania dowcipu językowego. Przede wszystkim podział ten nie jest rozłączny, gdyż, jak wynika z przykładów zaprezentowanych przez D. Buttlerową, granica między upodobnieniem frazeologicznym a częściową wymianą składu leksykalnego związku frazeologicznego jest płynna. Według autorki *Polskiego dowcipu językowego* za upodobnienia frazeologiczne należy uznać takie przykłady, jak: „Szmirra i karczidło” czy „Wszelki Duch pana Becka chwali”. Taką klasyfikację D. Buttlerowa uzasadnia definicją upodobnienia frazeologicznego, które traktuje jako modyfikację polegającą na zachowaniu schematu tradycyjnego związku oraz niemal całego jego składu leksykalnego (bez zmian semantycznych)<sup>12</sup>. Modyfikacja związku *wszelki duch pana Boga chwali* wydaje się jednak zbyt odbiegać od pierwowzoru i dlatego należałoby wskazać tu raczej drugi rodzaj mechanizmu dowcipu językowego, a mianowicie częściową wymianę składu leksykalnego.

Aby uniknąć tego typu wątpliwości, analizowany przeze mnie materiał podzieliłam w zależności od tego, jakie właściwości elementów językowych wywołują efekty komiczne. Kryterium to, zaczerpnięte z pracy D. Buttlerowej<sup>13</sup>, pozwala na wyodrębnienie:

- dowcipu strukturalnego, w którym modyfikacja formy słownej nie pociąga za sobą zmiany znaczenia;
- dowcipu strukturalno-semantycznego, polegającego na modyfikacji formy wyrazu pociągającej za sobą zmianę znaczenia;
- dowcipu semantycznego, polegającego na zmianie znaczenia bez modyfikacji formy wyrazu.

Drugim kryterium, według którego podzieliłam materiał, jest typ modyfikacji frazeologizmu. Opierając się na pracach S. Bąby oraz B. Guziuk<sup>14</sup>, wyodrębniłam następujące mechanizmy modyfikacji frazeologizmów, będące źródłem dowcipu językowego:

- wymiana jednego z komponentów leksykalnych;
- rozszerzenie składu leksykalnego;

<sup>11</sup> D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, s. 139–149.

<sup>12</sup> *Ibidem*, s. 140.

<sup>13</sup> *Ibidem*, s. 387 i n.

<sup>14</sup> Por. S. Bąba, *Innowacje frazeologiczne współczesnej polszczyzny*, Poznań 1989 oraz B. Guziuk, *Redukcja, nominalizacja i defrazeologizacja związków frazeologicznych w nagłówkach prasowych*, „Zeszyty Językoznawcze” 1980, s. 43–52.

- przekształcenie o charakterze regulującym;
- kontaminacja;
- defrazeologizacja.

Pierwsza wyodrębniona przeze mnie grupa to nagłówki, w których pojawia się dowcip strukturalny. Jego mechanizm opiera się na niewielkich modyfikacjach formy frazeologizmu, które nie pociągają za sobą zmiany znaczenia. Przykładów ilustrujących ten typ dowcipu nie ma w zebranych materiale zbyt wiele. Wynika to z faktu, iż bardzo trudno dokonać takiej modyfikacji frazeologizmu, która nie zmieniałaby jego znaczenia, choćby przez aktualizację kontekstową<sup>15</sup>.

Interesującym zabiegiem stosowanym w nagłówkach, który służy powstaniu dowcipu strukturalnego, jest zmiana paradygmatu związku frazeologicznego, co wiąże się ze zmianą jego funkcji syntaktycznej. Najczęściej dokonuje się adiektywizacji i nominalizacji zwrotów, rzadziej zaś werbalizacji wyrażeń. Zmiany te w niewielki, acz zabawny, sposób modyfikują formę frazeologizmu, przykuwając jednocześnie uwagę czytelnika. Przykład takiego nagłówka stanowi tytuł artykułu o przyczynach spadku tempa produkcji przemysłowej „Okoliczności się zbiegły” (245, s. 18)<sup>16</sup>. Zwerbalizowane zostało wyrażenie *zbieg okoliczności* ‘przypadkowy układ zdarzeń, dzięki któremu coś zaistniało’ (SWJP)<sup>17</sup>. Jedyny wykorzystany tu mechanizm dowcipu to zmiana tradycyjnej formy związku, do której przyzwyczajony jest czytelnik.

Najlichnieszą grupą są nagłówki, w których występuje dowcip strukturalno-semantyczny. Ma to związek z aktualizacją kontekstową frazeologizmu, której źródłem jest więź semantyczna nagłówka i artykułu. Do specyficznej gry znaczeń, stanowiącej źródło dowcipu językowego, dochodzi wówczas, gdy zmieni się zarówno formę, jak i znaczenie związku frazeologicznego.

Do najczęściej stosowanych zabiegów w tej grupie należy wymiana komponentu leksykalnego związku. Innowacja taka jest wprowadzana przede wszystkim do wyrażeń i fraz, rzadziej zaś do zwrotów<sup>18</sup>. Mechanizm dowcipu językowego opiera się przede wszystkim na elemencie zaskoczenia. Do takich nagłówków należą m.in.: „Plaża Noego” (9, s. 11), „Deficyt ma duże oczy”

<sup>15</sup> Potwierdza to analiza dowcipu językowego w tekstach Juliana Tuwima (por. M. Witkowska - Gutkowska, *op. cit.*).

<sup>16</sup> W nawiasie umieszczony jest numer „Gazety Wyborczej” oraz numer strony, na której został opublikowany nagłówek.

<sup>17</sup> Znaczenie związku frazeologicznego podają za jednym z trzech słowników, każdorazowo wskazując za pomocą skrótu, z którego źródła korzystam: S. Skorupka, *Słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa 1999 (dalej: SFJP); S. Bąba, J. Liberek, *Słownik frazeologiczny współczesnej polszczyzny*, Warszawa 2002 (dalej: SFWP); *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1999 (dalej: SWJP). Jeżeli zaś przy frazeologizmie nie pojawia się żadne oznaczenie, wyjaśnienie pochodzi od autorki artykułu.

<sup>18</sup> Klasyfikację związków frazeologicznych stosuję za S. Skorupką (por. m.in. S. Skorupka, *Klasyfikacja jednostek frazeologicznych i jej zastosowanie w leksykografii*, [w:] *Z problemów frazeologii polskiej i słowiańskiej*, t. 1, red. M. Basaj, D. Rytel, Wrocław 1982, s. 15).

(90, s. 32), „Jak trwoga, to do rządu” (214, s. 28), „Jak trwoga, to do Moskwy” (173, s. 7), „Na dwoje Austria wróżyła” (36, s. 5), „Miłość od drugiego wejrzenia” (137, s. 21), „Dojny Hortex” (39, s. 22), „Bomba po bretońsku” (112, s. 12), „Gaz dzielony na czworo” (57, s. 21), „ZUS nagle i po diable” (76, s. 4), „Prokurator myli się raz” (163, s. 6), „Lepiej późno niż gorzej” (161, s. 3), „Każda fuzja ma dwa końce” (261, s. 26), „Ściśle jawne” (214, s. 2). Wszystkie zaprezentowane nagłówki powstały przez wymianę jednego komponentu związku frazeologicznego. Nowy element różni się znaczeniowo od pierwowzoru, powoduje aktualizację kontekstową frazeologizmu i stanowi czynnik wiążący nagłówek z tekstem artykułu. Dowcip jest tym ciekawszy, im silniej tytuł prasowy odbiega od przyzwyczajen językowych czytelnika.

Analizując związek nagłówek z treścią artykułu należy zauważyć, iż zazwyczaj nowy element frazeologizmu wiąże się bezpośrednio z omawianą problematyką. Niestety, ingerencja dziennikarzy w skład związku frazeologicznego, nastawiona na wywołanie efektu komicznego, bywa posunięta zbyt daleko. Tak dzieje się m.in. w sytuacji, gdy nadawca komunikatu umieszcza związek frazeologiczny w kontekście, w którym odżywa dosłowne znaczenie poszczególnych elementów. Przykładem może być tytuł artykułu o Brytyjczykach, którzy złożyli wniosek o wszczęcie postępowania antydumpingowego przeciwko polskiemu eksportowi węgla – „Węgiel zapalny” (44, s. 17). W wyrażeniu *punkt zapalny* ‘przyczyna sporu’ wymieniony został rzeczownik „punkt” na „węgiel”. Zmiana ta doprowadziła do powstania połączenia leksykalnego, które można rozumieć dosłownie jako palący się węgiel. Przy takiej interpretacji nagłówek nie jest dowcipny, a tym samym należy go uznać za niewłaściwy.

Do nieudanych nagłówek zaliczyć należy także te, w których degradacji ulegają podniosłe treści, jak np. w tytule artykułu o zakazie importu francuskiej wołowiny: „Wołowina non grata” (270, s. 23). Jest to modyfikacja łacińskiego wyrażenie *persona non grata*, które zwyczajowo stosuje się w odniesieniu do dyplomaty obcego państwa. Frazeologizm ten dość często pojawia się w nagłówkach. O ile nie dziwią tytuły „Grotowski non grata” (137, s. 1) czy „Misja non grata” (28, s. 7), ponieważ łaciński rzeczownik *persona* został zastąpiony w nich bądź przez nazwę konkretnej osoby bądź przez nazwę zbiorowości, to „Wołowina non grata” jest nagłówkiem wprawdzie dowcipnym, ale dość trywialnym.

Odrębnym zagadnieniem związanym z dowcipem językowym i modyfikacją frazeologizmów jest kompetencja komunikacyjna<sup>19</sup> nadawcy i odbiorcy

<sup>19</sup> Przez „kompetencję komunikacyjną” rozumiem tutaj „świadomą lub nieświadomą wiedzę o regułach używania języka w różnych sytuacjach stwarzanych przez daną wspólnotę społeczną (cyt. za A. Skudrzykowską, K. Urban, *Mały słownik z zakresu socjolingwistyki i pragmatyki językowej*, Kraków-Warszawa 2000, s. 86).

komunikatu, która odgrywa szczególną rolę w nagłówkach odwołujących się do utworów literackich, filmowych, etc.<sup>20</sup> Do takich zalicza się tytuł artykułu o przegranym przez Polaków meczu z Czechami „Szwejk by się uśmieł” (46, s. 31). Tytuł powstał w wyniku modyfikacji potocznej frazy *Koń by się uśmieł* ‘ironicznie o czyichś absurdalnych pomysłach’ (SFWP). Związek nowego elementu (Szwejk) z treścią artykułu nie ma charakteru bezpośredniego i wymaga od czytelnika znajomości czeskiej literatury. Jeżeli jednak spełniony jest ten warunek, nagłówek nabiera wyjątkowo zabawnego charakteru.

Niewielką, ale istotną grupę nagłówków powstałych w wyniku wymiany komponentu związku frazeologicznego stanowią tytuły, w których brzmienie nowego elementu zbliżone jest do brzmienia pierwowzoru<sup>21</sup>. Do takich nagłówków należą: „Starość nie rzadkość” (231, s. 18) oraz „Błądzić jest rzeczą łódzką” (149, s. 1).

Rozszerzenie składu leksykalnego związku to drugi typ modyfikacji frazeologizmu, który jest źródłem dowcipu strukturalno-semantycznego. Zabieg ten polega najczęściej na wprowadzeniu do jednostki frazeologicznej nowego komponentu w celu uaktualnienia znaczenia. Nowy element wprowadzany jest zazwyczaj na początku bądź na końcu związku frazeologicznego, ponieważ nie rozbija się wówczas pierwotnej struktury składniowej frazeologizmu. Kategoria gramatyczna nowego elementu zależy od typu związku frazeologicznego. Wyrażenia rozszerzane są o przydawki, zaś zwroty głównie przez wprowadzenie podmiotu.

Rozwinięcie wyrażenia rzeczownikowego przez wprowadzenie przydawki jest bardzo częstą modyfikacją frazeologizmu. Stosowana jest ona przez użytkowników języka w mowie potocznej i wydawać by się mogło, że trudno wprowadzić takie zmiany, które wywołają efekt komiczny. Jednak w nagłówkach „Gazety Wyborczej” innowacje te są na tyle zaskakujące, iż bez wątpienia stanowią źródło dowcipu językowego. Przykładem takich tytułów mogą być: „Słona cena zaufania” (184, s. 14), „Giełdowy kłębek nerwów” (223, s. 30), „Marcowe wzloty i upadki” (380, s. 28), „Ostre cięcia kasy” (210, s. 1). Bardzo ciekawy i zabawny tytuł to „Musztarda po tekstylnym obiedzie” (197, s. 4), którym opatrzony został artykuł o wprowadzeniu kontroli sprawowanej do Polski odzieży używanej. Element zaskoczenia stanowi tu przede wszystkim rozbicie tradycyjnego schematu składniowego związku przez wprowadzenie określenia do podrzędnika. Zabieg taki stosuje się dość rzadko.

<sup>20</sup> Problem funkcjonowania skrzydlatych słów w nagłówkach prasowych został omówiony szerzej przez autorkę niniejszego artykułu; por. B. Grochala, *Intertekstualność w nagłówkach „Gazety Wyborczej”*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Łódź 2002.

<sup>21</sup> D. Buttlerowa nazywa ten typ modyfikacji upodobnieniami frazeologicznymi; por. D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, s. 142.

Cechą charakterystyczną zwrotów jest umieszczanie ich w konstrukcjach zdaniowych. Wymaga to wprowadzenia formy fleksyjnej czasownika oraz nowego elementu pełniącego funkcję podmiotu. W funkcji subiektu występują często nazwy instytucji bądź rzeczowniki pospolite: „ZUS odda z nawiązką” (244, s. 4), „ZUS – mamy czyste sumienie” (266, s. 6), „Fiskus ostrzy zęby” (113, s. 30), „Sąd położył rękę na kasie” (174, s. 22). W przytoczonych przykładach dodatkowym źródłem dowcipu językowego jest naruszenie łączliwości leksykalnej frazeologizmów. W swej pierwotnej postaci łączą się one z nazwami osób (ktoś + ostrzy zęby + na coś, ktoś + odda z nawiązką + komuś, itp.), zaś w nagłówkach doszło do personifikacji sądu, fiskusa czy też ZUS.

Innowacja rozwijająca najrzadziej pojawia się we frazach, choć i tu można wskazać zabawne przykłady, np. „Raj diabli wzięli” (147, s. 24). Wykorzystano tutaj powiedzenie *diabli wzięli* ‘przepadło, zginęło’ (SFWP), które zostało rozwinięte przez wprowadzenie nowego komponentu „raj”. Innowacja motywowana jest treścią artykułu, w którym tytułowe „raje” to państwa, w których płaci się bardzo niskie podatki. Dowcip językowy opiera się tu głównie na kontrastowym zestawieniu rzeczowników „raj” i „diabeł”, przez co frazeologizm można rozumieć dosłownie. Mamy tu zatem do czynienia także z defrazeologizacją.

Związki frazeologiczne często ulegają kilku typom modyfikacji jednocześnie. W ten sposób powstał zabawny nagłówek „Woził Chińczyk razy kilka...” (169, s. 11)<sup>22</sup>. Wykorzystano przysłowie *Nosił wilk razy kilka, ponieśli i wilka* ‘ktoś wreszcie został ukarany’, w którym dokonano dwóch modyfikacji. Pierwsza polega na redukcji członu przysłowia, zaś druga na wymianie komponentu „wilk” na „Chińczyk” oraz czasownika „nosić” na „wozić”, co podyktowane jest treścią artykułu. Utworzony w ten sposób tytuł jest adekwatnym, a zarazem dowcipnym komentarzem do opisywanego zajścia.

Kolejna grupa przykładów to tytuły, w których doszło do modyfikacji o charakterze regulującym. Tak nazywa S. Bąba innowacje polegające na tym, iż niekategorialne formy komponentu traktuje się jak kategorialne, czyli znosi się ograniczenia w zakresie liczby, strony, aspektu, postaci słowotwórczej komponentu i zmiany schematu składniowego całej jednostki frazeologicznej<sup>23</sup>. Powstałe w ten sposób tytuły zazwyczaj w niewielkim stopniu odbiegają od pierwotnej postaci frazeologizmu, ale te niewielkie modyfikacje są źródłem dowcipu językowego. Do takich nagłówków należy zaliczyć: „Antykonsul honorowy” (251, s. 7), „Nauka poszła w las” (148, s. 1), „Co się odwlecze, to uciecze” (34, s. 2), „Uciecze, jak się odwlecze” (38, s. 3), „I służba, i družba” (297, s. 4).

<sup>22</sup> Rozbito chiński gang specjalizujący się w przemyśle nielegalnych imigrantów.

<sup>23</sup> S. Bąba, *Innowacje frazeologiczne...*, s. 60.

Dowcip językowy w nagłówkach prasowych jest zjawiskiem złożonym, co znajduje potwierdzenie w prezentowanych przykładach. Modyfikacja frazeologizmu stanowi niejako punkt wyjścia dla dalszych procesów o charakterze komicznym. Tak dzieje się w przypadku tytułu „Minitrąba jerychońska” (89, s. 23)<sup>24</sup>. W biblijnym wyrażeniu *trąba jerychońska* ‘silny, głośny dźwięk’ (SFJP) doszło do zmiany słowotwórczej. Wyraz „trąba” został poprzedzony członem „mini-”, który wprowadza znaczenie ‘mały, miniaturowy, mniejszy niż typowy’. W ten sposób podkreślona została wielkość nowego wiertła. Żartobliwy charakter nagłówek wynika zaś głównie z kontrastowego zestawienia cichego i małego wiertła z frazeologizmem odnoszącym się do dużego, głośnego przedmiotu. Ciekawy przykład wykorzystania innowacji regulującej stanowi nagłówek „Stara, ale jara” (81, s. 30)<sup>25</sup>. W wyrażeniu *stary, ale jary* ‘rześki, zdrowy mimo podeszłego wieku’ (SWJP) doszło do zmiany rodzaju męskiego na żeński. Zabieg ten jest w pełni uzasadniony treścią artykułu, zaś nagłówek zaskakuje czytelnika swą zabawną formą. Do nagłówek, w których pojawia się dowcip strukturalno-semantyczny należą również te, w których doszło do zmiany paradygmatu frazeologizmu przy równoczesnej modyfikacji znaczenia. Zalicza się tu nagłówek „Nabici emeryci” (98, s. 1)<sup>26</sup>, który powstał przez zmodyfikowanie zwrotu *nabić kogoś w butelkę* ‘oszukać, okpić kogoś’ (SFWP) – zastosowano adiektywizację, skład związku uszczuplono o określenie adwerbalne „w butelkę”, a schemat łączliwości leksykalnej wypełniono przez wprowadzenie rzeczownika „emeryci”. Dzięki tym zabiegom uzyskano dowcipny nagłówek, który trafnie oddaje treść artykułu. Kolejny nagłówek wykorzystuje ten sam frazeologizm, jednak jest to przykład nominalizacji – „Nabijanie w stulatkę” (19, s. 6)<sup>27</sup>. Poza wprowadzeniem rzeczownika odczasownikowego „nabijanie”, komizm tytułu opiera się na zabawnym użyciu rzeczownika „stulatka”<sup>28</sup>, który oznacza tu butelkę pochodzącą sprzed stu lat.

Niewielką, ale interesującą grupę nagłówek, w których mamy do czynienia z dowcipem strukturalno-semantycznym, stanowią kontaminacje frazeologiczne. Opierają się one najczęściej na podobieństwie znaczeń i tożsamości barwy<sup>29</sup>. Czasami bywają jednak połączeniem zupełnie różnych treści, przez co innowacja jest bardziej zaskakująca. Do takich tytułów

<sup>24</sup> Amerykańscy naukowcy opracowali lekkie i ciche wiertło.

<sup>25</sup> Na nowojorskiej giełdzie wyższe notowania mają przedsiębiorstwa reprezentujące gospodarkę starszej technologii.

<sup>26</sup> Oszust sprzedał emerytom pozwy do sądu o podniesienie świadczeń.

<sup>27</sup> Twórcy plakatu reklamującego piwo zamiast butelki sprzed 100 lat umieścili na afiszu butelkę powojenną.

<sup>28</sup> Według słownika jest to ‘stuletnia kobieta’, por. SWJP, s. 364.

<sup>29</sup> S. Bąba, *Główne typy innowacji frazeologicznych*, [w:] *Stalność i zmienność związków frazeologicznych*, red. A. M. Lewicki, Lublin 1982, s. 20.



należą: „Jestem czysty od A do Z” (3, s. 4), „Koronny pod sąd” (36, s. 4), „Pranie pod lupą” (41, s. 24), „Czekanie wieczyste” (64, s. 4), „Cisza przed dyskusją” (21, s. 4). Wśród nagłówków powstałych przez kontaminację jeden zasługuje na szczególną uwagę. Artykuł dotyczący członka Komisji Europejskiej, który miał być mężem opatrznościowym, a stał się kozłem ofiarnym w sporze między Brukselą a państwami Unii, zatytułowano „Kozioł opatrznościowy” (82, s. 9). Kontaminacja wyrażen *koziół ofiarny* i *mąż opatrznościowy* dokonana w nagłówku jest w pełni uzasadniona, jednocześnie zaś stanowi zabawne określenie członka komisji, który znalazł się w trudnej sytuacji.

Ostatnie źródło dowcipu strukturalno-semantycznego to defrazeologizacja, czyli takie użycie frazeologizmu, które prowadzi do zaburzenia jego właściwego i utrwalonego znaczenia. Defrazeologizacja może przebiegać w dwojaki sposób. Po pierwsze, może dotyczyć tylko planu treści. Strona formalna nie ulega zmianie, a modyfikacja znaczeniowa następuje w wyniku umieszczenia związku w określonym kontekście. Po drugie, może dotyczyć planu treści i wyrażania; obok zmian semantycznych pojawiają się zmiany formalne.<sup>30</sup> W nagłówkach reprezentujących dowcip strukturalno-semantyczny występuje jedynie defrazeologizacja związana jednocześnie ze zmianą struktury i znaczeniem związku. Aby tytuł oparty na tym typie defrazeologizacji był dowcipny, odbiorca musi najpierw zapoznać się z treścią artykułu. Przykłady takich nagłówków to: „Dzieci jare i ozime” (51, s. 17)<sup>31</sup>, „Fura, komóra i Internet” (52, s. 21)<sup>32</sup>, „Mleczna droga eksportowa” (8, s. 18)<sup>33</sup>, „Dobra mina do złej miny” (56, s. 6)<sup>34</sup>.

Ostatni typ dowcipu językowego, dowcip semantyczny, opiera się w zasadzie na jednym typie modyfikacji, a mianowicie na defrazeologizacji w planie treści. Aluzyjność i żartobliwy charakter nagłówków wykorzystujących ten mechanizm odczytujemy dopiero wówczas, gdy zestawimy tytuł z treścią artykułu, ponieważ wtedy możemy odkryć, że doszło do defrazeologizacji. Do takich nagłówków należą: „Cud nad Wisłą” (228, s. 36)<sup>35</sup>; „W kółko Macieju” (247, s. 4)<sup>36</sup>, „Strzał w dziesiątkę” (258, s. 1)<sup>37</sup>, „Strzał w dziesiątkę” (33, s. 22)<sup>38</sup>. We wszystkich czterech przykładach nie ma żadnego związku między znaczeniem frazeologizmu a treścią artykułu. Autorzy wykorzystali

<sup>30</sup> B. Guziuk, *op. cit.*, s. 47–48.

<sup>31</sup> Ryzyko otyłości jest większe u osób, które przysły na świat w pierwszej połowie roku.

<sup>32</sup> Utworzono specjalny serwis internetowy dla kierowców, dostępny za pomocą telefonu komórkowego.

<sup>33</sup> Kolejne polskie mleczarnie mogą eksportować swoje wyroby do krajów Unii Europejskiej.

<sup>34</sup> Polska nie ratyfikowała konwencji o zakazie produkcji min przeciwpiechotnych.

<sup>35</sup> Po raz pierwszy piłkarska drużyna „Wisły” wyeliminowała klub hiszpański.

<sup>36</sup> Spółka założona przez Macieja K. wyludzała pieniądze z banku.

<sup>37</sup> Przestępca został skazany na dziesięć miesięcy więzienia.

<sup>38</sup> Inflacja w styczniu 2000 r. wyniosła 10%.

jednak fakt pojawienia się w składzie związków frazeologicznych słów, które w jakiś sposób łączą się z treścią artykułów. Ciekawym zjawiskiem jest dwukrotne wykorzystanie wyrażenia *strzał w dziesiątkę* 'o czymś udanym, co przyniosło korzystny rezultat' (SFWP). Artykuły opatrzone tym tytułem poruszają całkowicie odmienną problematykę, ale posiadają jedną wspólną cechę – pojawia się w nich liczba dziesięć, która stanowi podstawę takiej formy nagłówków. Związek między treścią artykułu a tytułem jest zatem dość swobodny. Świadczy to o nieudolności dziennikarskiej i braku pomysłu na interesujący nagłówek, ponieważ kompetencja językowa<sup>39</sup> większości czytelników nie pozwoli na zestawienie wszystkiego, co zawiera liczbę dziesięć, z wyrażeniem *strzał w dziesiątkę*.

Zaprezentowane przykłady to element gry językowej, prowadzonej z czytelnikiem. Nadawca (autor tytułu) niejako oszukuje odbiorcę (czytelnika), który – przeczytawszy nagłówek w postaci związku frazeologicznego – oczekuje, iż treść artykułu będzie związana ze znaczeniem frazeologizmu. Proces ten nazywa D. Buttlerowa<sup>40</sup> nadużyciem dobrej wiary odbiorcy i jednocześnie uznaje go za typowy mechanizm percepcji dowcipów słownych<sup>41</sup>.

Nagłówek to specyficzny rodzaj tekstu pojawiającego się w prasie. Powinna go cechować przede wszystkim zwięzłość i trafność w „zapowiadaniu” treści artykułu. Najłatwiej to osiągnąć, stosując związki frazeologiczne, które należą do warstwy leksyki charakteryzującej się możliwością dokonywania w niej zmian.

W zaprezentowanym materiale zdecydowaną większość stanowią przykłady dowcipu strukturalno-semantycznego. Nie jest to zjawisko zaskakujące, jeżeli uwzględni się fakt, że jedna z funkcji pełnionych przez nagłówek to przykucie uwagi czytelnika. Wykorzystywany jest tu najprostszy mechanizm psychologiczny, który powoduje, że człowiek zwraca uwagę na wszystko, co w jakikolwiek sposób odbiega od oryginału, jest inne. Należy jednak jeszcze raz podkreślić, że kompetencja komunikacyjna nadawcy musi być taka sama albo chociaż zbliżona do kompetencji komunikacyjnej odbiorcy, aby autor komunikatu mógł osiągnąć swój cel. Oznacza to, że porozumienie warunkowane jest nie tylko wspólnotą języka, lecz także, a może nawet przede wszystkim, wspólnotą wiedzy o świecie, wspólnotą doświadczeń itp.<sup>42</sup> Jest to szczególnie istotne przy posługiwaniu się związkami frazeologicznymi,

<sup>39</sup> Przez „kompetencję językową” rozumiem tutaj „znajomość języka pozwalającą rozumieć i wypowiadać coraz to nowe zdania, budować ich dowolną liczbę ze skończonego zbioru elementów językowych oraz odróżniać zdania gramatycznie poprawne od zdań niepoprawnych (cyt. za A. Skudrzykówną, K. Urban, *op. cit.*, s. 86).

<sup>40</sup> D. Buttler, *Polski dowcip językowy*, s. 144.

<sup>41</sup> *Ibidem*, s. 62.

<sup>42</sup> Por. F. Grucza, *Kulturowe determinanty języka oraz komunikacji językowej*, [w:] *Język, kultura – kompetencja kulturowa*, red. F. Grucza, Warszawa 1992, s. 39–40.

w które *implicite* wpisana jest metaforyczność. Jeśli warunek zbliżonej kompetencji komunikacyjnej nie jest spełniony, modyfikacja frazeologizmu nie wywołuje efektu komicznego, ponieważ odbiorca nie umie wówczas wskazać związku między nagłówkiem i treścią artykułu. Skonstruowanie dowcipu językowego tak, aby był on właściwie odczytany przez szeroką rzeszę odbiorców, nie jest zabiegiem łatwym. Potwierdzają to nagłówki artykułów z „Gazety Wyborczej”, wśród których, niestety, liczną grupę stanowią tytuły nieudane (nie osiągnięto w nich zamierzonego efektu komicznego), np. „Węgiel zapalny”, „Wołowina non grata”.

Tytuł artykułu winien przede wszystkim informować o jego treści, jednak nagłówki „Gazety Wyborczej” pełnią przede wszystkim funkcję perswazyjną<sup>43</sup>. Dowcip językowy staje się zatem mechanizmem oddziaływania na czytelnika, na jego postawę i sądy.

Beata Grochala

#### DER SPRACHWITZ IN ÜBERSCHRIFTEN VON „GAZETA WYBORCZA”

(Zusammenfassung)

Dieser Artikel erzählt von dem Sprachwitz, der sich in Überschriften von „Gazeta Wyborcza” befindet. Besonderen Platz nimmt die Analyse der Modifikation der Phraseologischverbindungen, die einen Komischeneffekt bewirken sollen. Die Phraseologismen sind sehr wichtiges Instrument des Sprachwitzes, weil Idiome als steife Sprachgebilden in Gesellschaft funktionieren. Irgendein Versuch der Zerschlagung dieser traditionelle Formen bewirkt die Beachtung des Lesers. Und das ist die wichtigste Aufgabe der Überschriften – sie sollen die Abnehmer für den Text interessant machen.

Zwischen die analysierten Beispielen trifft man den Struktur- und Semantischwitz am meisten. Leider sind diese neue Konstruktionen nicht immer auf gutem Niveau.

<sup>43</sup> Na temat ekspresywności nagłówków „Gazety Wyborczej” pisała m.in. E. Pałuszyńska (por. *Nazwy własne w nagłówkach prasowych jako wykładnik funkcji ekspresywnej (na materiale związków frazeologicznych)*, [w:] *Współczesna leksyka*, red. K. Michalewski, Łódź 2001.