

AUTOREFERAT

1. Imię i Nazwisko.

Dorota Połowniak-Wawrzonek

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

1992 – Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Humanistyczny, tytuł magistra filologii polskiej na podstawie pracy magisterskiej pt. „Stałe związki frazeologiczne i przysłowia w dziełach Aleksandra Fredry”, napisanej pod kierunkiem prof. dr hab. Andrzeja Marii Lewickiego;

1998 - Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Wydział Humanistyczny; stopień doktora nauk humanistycznych na podstawie rozprawy doktorskiej pt. „Związki frazeologiczne współczesnego języka polskiego motywowane sytuacją walki zbrojnej”, która została napisana pod kierunkiem prof. dr hab. Andrzeja Marii Lewickiego.

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/artystycznych.

1992-1998 - Instytut Filologii Polskiej, Wydział Humanistyczny, WSP w Kielcach, asystent;

1998 - do chwili obecnej - Instytut Filologii Polskiej, Wydział Humanistyczny, Akademia Świętokrzyska, a następnie Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, adiunkt.

4. Wskazanie osiągnięcia wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. nr 65, poz. 595 ze zm.):

Po obronie pracy doktorskiej napisałam 46 prac naukowych. Wśród nich występują 2 monografie oraz 12 części prac zbiorowych (opracowane wydzielone tam zagadnienia są moim indywidualnym wkładem), por.:

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Związki frazeologiczne współczesnego języka polskiego motywowane sytuacją walki (zbrojnej)*, Kielce 2008, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej (monografia);

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Wpływ mediów na współczesną polską frazeologię*, Kielce 2010, Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego (monografia).

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Miłość w nauczaniu Jana Pawła II*, [w:] *Słowo – myśl – ethos w twórczości Jana Pawła II*, pod red. Z. Trzaskowskiego, Kielce 2005, Wydawnictwo Jedność, IFP Akademii Świętokrzyskiej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 373-400;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Utrwalone związki wyrazowe, zawierające komponent oznaczający walkę (zbrojną), przedstawiane w sytuacji motywującej*, [w:] *Dialog z rzeczywistością. Język. Literatura. Kultura*, pod red. Z. Trzaskowskiego, Kielce 2007, IFP Akademii Świętokrzyskiej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 253-268;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Frazeologizmy ktoś rzucił komuś rękawicę, ktoś podniósł a. podjął (rzuconą) rękawicę we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Preteksty, teksty, konteksty*, pod red. M. Barańskiego, Z. Trzaskowskiego, Kielce 2007, IFP Akademii Świętokrzyskiej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 363-368;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Miłość a miłosierdzie w nauczaniu Jana Pawła II*, [w:] *Wyobrażenia miłosierdzia*, pod red. ks. P. Borto, ks. R. Kuligowskiego, ks. Z. Trzaskowskiego, ks. A. Żądło, Kraków 2007, Wydawnictwo UNUM, s. 273-294;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Frazeologizmy motywowane walką zbrojną we współczesnych tekstach o tematyce ekonomicznej*, [w:] *Język w marketingu*, pod red. K. Michalewskiego, Łódź 2008, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 166–175;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Zapożyczenia zewnętrzne we współczesnej polskiej frazeologii*, [w:] *Dziedzictwo i teraźniejszość. Polsko – europejski dialog kultur*, pod red. M. Marczewskiej, Z. Trzaskowskiego, Kielce 2009, IFP Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 149-159;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Utrwalone połączenie słowne matki, żony (i) kochanki we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Wizerunek kobiety na przestrzeni wieków*, pod red. A. Pierścińskiej-Maruszewskiej, B. Kowalskiej-Bakalarz, T. Grudniewskiego, Ostrowiec Św. 2009, Stowarzyszenie „Nauka. Edukacja. Rozwój.”, s. 289-300;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Wpływ wypowiedzi polityków na współczesną polską frazeologię*, [w:] *Język w prawie, administracji i gospodarce*, pod red. K. Michalewskiego, Łódź 2010, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 199-209;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Wpływ reklamy na współczesną polską frazeologię*, [w:] *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych. Od gramatyki do języka w komunikacji*, pod red. P. Zbróga, Kielce 2010, Wydawnictwo LIBRON, IFP Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 211-222;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Tendencja do ekonomii w polskich frazeologizmach powstałych pod wpływem mediów*, [w:] *Zjawisko ekonomii w języku, tekście i komunikacji*,

pod. red. R. Bizior i D. Suski, Częstochowa 2010, Wydawnictwo Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, s. 113-127;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Połączenia utrwalone dzięki oddziaływaniu wypowiedzi Lecha Wałęsy (analiza wybranych frazeologizmów)*, [w:] *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych. Od języka w działaniu do leksyki*, pod red. P. Zbróga, Kielce 2011, IFP Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 179-198;

Dorota Połowniak-Wawrzonek, *Ojczyzna i patriotyzm w nauczaniu Jana Pawła II*, [w:] *Idee i wartości. Humaniora Jana Pawła II*, pod red. M. Marczewskiej, Z. Trzaskowskiego, Kielce 2011, IFP Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach, s. 219-234.

W wykazie publikacji zamieszczono pozostałe prace naukowe zamieszczone w czasopismach, m.in. artykuły w „Poradniku Językowym”, „Problemach Frazeologii Europejskiej”, „Respectus Philologicus”.

Po obronie pracy doktorskiej prowadziłam badania naukowe, które dotyczyły głównie takich zagadnień, jak:

- I. Zmiany ujawniające się w wykorzystywaniu, funkcjonowaniu metaforyki wywodzącej się z WALKI (ZBROJNEJ) (na materiale polskiej frazeologii); w postrzeganiu, ujmowaniu w języku w terminach militarnych zjawisk, działań prowadzonych w innych domenach [głównie w dziedzinie SPORU (SŁOWNEGO); POLITYKI; EKONOMII; MIŁOŚCI, ZALOTÓW; PROCESÓW PSYCHICZNYCH; PROCESÓW DOTYCZĄCYCH ORGANIZMU LUDZKIEGO; INNYCH DZIAŁAŃ CELOWYCH I FORM RYWALIZACJI].

Przeprowadzono analizę 1000 wybranych tekstów (publicystycznych, artystycznych, naukowych), przedstawiających różnego typu DZIAŁANIA CELOWE, FORMY RYWALIZACJI, które ujmowane są w terminach WALKI (ZBROJNEJ) z lat 1998-2010. Opisano przyczyny ujmowania DZIAŁAŃ CELOWYCH, RYWALIZACJI w terminach militarnych. Przedstawiono specyfikę metaforyki militarnej. Z badanych tekstów wyróżniono związki frazeologiczne (z uwzględnieniem zmetaforyzowanych wielowyrazowych terminów wojskowych), które motywowane są sytuacją WALKI (ZBROJNEJ). Przeprowadzono klasyfikację formalną, semantyczną wyodrębnionych jednostek. Scharakteryzowano semantykę frazeologizmów, wywodzących się z domeny WALKI (ZBROJNEJ), wyróżnionych w analizowanych tekstach współczesnej polszczyzny. Zbadano znaczenia

motywujące - militarne - oraz motywowane, metaforyczne semantyki wskazanych jednostek języka; wyróżniono semy wspólne. Opisano mechanizmy derywacji metaforycznych, metonimicznych ujawniających się w przypadku badanych frazeologizmów; scharakteryzowano procesy przekształceń w układzie elementów semantycznych. Opisano motywację leksykalną, globalną frazeologizmów, zarejestrowanych w tekstach, w których ujawnia się metaforyka militarna. Zanalizowano zmiany, które wystąpiły w schematach walencyjnych, łączliwości analizowanych jednostek. Opisano zmiany akomodacyjne, związane z procesem metaforyzacji połączeń, pochodzących z domeny militarnej. Scharakteryzowano modyfikacje, które wystąpiły w strukturze badanych utrwalonych związków wyrazowych (tj. w zakresie ich fleksji, składni, składu leksykalnego, szyku komponentów). Opisano cele, jakim służy wykorzystywanie frazeologizmów motywowanych WALKĄ (ZBROJNĄ) (ze szczególnym uwzględnieniem określonych funkcji pragmatycznych). Scharakteryzowano zmiany zaznaczające się w zakresie funkcjonowania metaforyki militarnej we współczesnym języku polskim (specyfika tego zjawiska w latach 1945-1989 a ujawnianie się tychże mechanizmów w okresie: 1989-2009) oraz zmiany kulturowe, które ujawniają się we frazeologii wywodzącej się z domeny militarnej.

Przeprowadzono szczegółowy opis frazeologizmów wywodzących się z domeny WALKI (ZBROJNEJ), funkcjonujących wtórnie – wskutek derywacji metaforycznej – w opisach innych domen. Badaniami objęto kilka grup stałych połączeń słownych, tj.:

I.1. Utrwalone związki wyrazowe, składające się z metaforycznego członu głównego – związanego pierwotnie z WALKĄ (ZBROJNĄ) – oraz z członu określającego, który bezpośrednio lub pośrednio odsyła do sfery przeniesienia, "kieruje" odbiorem metafory [np. *walka polityczna, wojna gospodarcza*].

I.2. Stałe połączenia słowne, które zawierają dwa metaforyczne komponenty; człon główny tych związków wywodzi się z WALKI (ZBROJNEJ) [por. *zimna wojna, wojna na górze*].

I.3. Związki, które występowały już w tekstach militarnych w postaci utrwalonych połączeń o określonym znaczeniu metaforycznym, metonimicznym itp.; w tekstach traktujących o sferach niemilitarnych jednostki te zyskały nową, przenośną semantykę [zob. chociażby wyrażenia: *wojna podjazdowa, frontalny atak*].

I.4. Utrwalone połączenia, stanowiące warianty związków rejestrowanych w tekstach militarnych [por. np. zwrot *ktoś wytrącił komuś argument(-y) (z ręki)*].

I.5. Stałe związki wyrazowe, będące derywatami połączeń, które notowane są w tekstach traktujących o WALCE [zob. połączenie *ktoś wziął kogoś w krzyżowy ogień (pytań)*].

I.6. Połączenia, które pojawiały się w tekstach mówiących o WALCE (ZBROJNEJ) w postaci luźnych związków wyrazowych; frazeologizacji uległy dopiero w tekstach traktujących o sferach niemilitarnych [np. zwrot *ktoś wytacza (ciężkie) armaty a. działa*].

I.7. Związki, które w całości nie były rejestrowane w tekstach militarnych, choć ich poszczególne komponenty bezpośrednio lub pośrednio związane są z WALKĄ (ZBROJNĄ) [por. chociażby zwrot *ktoś wypalił z grubej rury*].

Wyniki badań, dotyczących scharakteryzowanych powyżej kwestii, przedstawiłam w 23 artykułach naukowych oraz w monografii mojego autorstwa zatytułowanej *Związki frazeologiczne współczesnego języka polskiego motywowane sytuacją walki (zbrojnej)* (Kielce 2008) [zob. wykaz publikacji].

II. Specyfika wypowiedzi Jana Pawła II. Badania pozostawały głównie w sferze języka wartości - analizowałam związki między pojęciem *miłości* kluczowym dla systemu wartości Jana Pawła II, odzwierciedlającym się w Jego języku, a innymi wartościami, np. pojęciami *dobra, miłosierdzia, wolności, prawdy, solidarności, jedności (pojednania)* ... W życiu i dziełach Ojca Świętego *miłość* niejedno miała imię: była to *miłość* do Boga, Chrystusa, Matki Najświętszej, do drugiego człowieka, do Ojczyzny itd. Jan Paweł II ukazywał *miłość* Boga, Chrystusa, Matki Boskiej do człowieka. Papież pisał o *miłości* miłosiernej, *miłości* oblubieńczej, małżeńskiej, rodzicielskiej, braterskiej... Przedstawiał *miłość* w aspekcie metafizycznym, psychologicznym, etycznym itd.

Wyniki badań, dotyczących scharakteryzowanych powyżej zagadnień, przedstawiłam w 6 artykułach naukowych [zob. wykaz publikacji].

III. Kolejne badania stały się podstawą do napisania książki zatytułowanej „Wpływ mediów na współczesną polską frazeologię”.

Analizowałam język współczesnych mediów, który w Polsce zmienił się w dużym stopniu po przełomie ustrojowym. 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, żywych wypowiedzi, dialogów. W mniejszym zakresie poddawałam ekscerpcji teksty literatury pięknej, popularnej, naukowej; reklamy. Opisywałam utrwalone połączenia słowne, które

pojawiały się w różnych komunikatach współczesnej polszczyzny ze szczególnym uwzględnieniem okresu: 2000-2009.

Badałam nie tylko związki wyrazowe należące do centrum zasobu frazeologicznego, ale i połączenia, sytuujące się na jego peryferiach. Prowadzenie tego typu badań było trudne głównie z tego względu, że dotyczyło wielu związków wyrazowych, które w ostatnim czasie utrwaliły się w polszczyźnie. Niektóre połączenia dopiero się dziś stabilizują, pewne jednostki przesuwają się 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 staną się tylko okazjonalizmami.

W zebranych przeze mnie materiale zarejestrowałam np. połączenia, które kojarzone są przez współczesnego odbiorcę jednoznacznie z określonym komunikatem medialnym, zaś ostatecznie okazuje się, że jednostki te funkcjonowały już wcześniej w polszczyźnie, 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 [por. połączenie *cicha woda brzegi rwie* oraz wyrażenie rzeczownikowe *cicha woda*, kojarzone dziś zazwyczaj z piosenką z tekstem L. J. Kerna, wykonywaną pierwotnie przez Z. Kurtycza; związki te - jak się okazuje - rejestrowane były w polszczyźnie już od XVII w.].

Badania wykazały, że poprzez media do frazeologii języka ogólnego przenikają połączenia typowe dla pewnych rejestrów polszczyzny, np. dla języka potocznego [zob. związki wyrazowe: *gadające głowy*; *serwus, jestem nerwus*; *ktoś rżnie głupa*; *ktoś obudził się z ręką w nocniku*]. Dzięki komunikatom medialnym są popularyzowane, utrwalają się, przenikają do frazeologii języka ogólnego połączenia pochodzące z socjolektów [por. chociażby związki wyrazowe: *sie ma!*, *ktoś naładował akumulator(-y)*]. W badanym przeze mnie materiale odnotowano również połączenia, w których ujawniają się wpływy dialektalne [zob. związki: *dla zdrowotności*; *podejść do płota* (, *jako i ja podchodzę*)]. Dzięki filmowi, piosence, niektórym słuchowiskom radiowym, reklamie itp. w polszczyźnie popularyzowane są, utrwalają się połączenia, wywodzące się z utworów literackich [por. chociażby związki wyrazowe: *pogoda dla bogaczy*, *ociiec*, *prac?*]. Media są wówczas pośrednikami - może tu nastąpić wzbogacenie lub zubożenie utworu źródłowego.

Wśród związków wyrazowych, wywodzących się z mediów, pojawiły się również kalki połączeń pochodzących z języka angielskiego [por. chociażby wyrażenia: *zimna wojna*

(ang. *cold war*), *opera mydlana* (ang. *soap opera*)]. Zdarza się, że związki wyrazowe tego typu mają charakter europeizmów, a nawet internacjonalizmów.

Wykazałam, że dziś w polskiej frazeologii najwyraźniej oddziałują takie komunikaty medialne, jak: piosenka (gł. rozrywkowa); film, serial; reklama; wypowiedzi polityków; popularne programy telewizyjne. Coraz wyraźniej zaznacza się wpływ Internetu. Niektóre z rejestrowanych utrwalonych połączeń słownych funkcjonują jeszcze w postaci tzw. „skrzydlatych słów”, inne weszły już do ścisłego kanonu polskiej frazeologii. Odnotowano jednostki, których źródło jest oczywiste - pochodzą z określonych komunikatów medialnych, dane połączenia wypowiedziały pewne osoby itd. Pojawiają się również takie związki wyrazowe, w przypadku których trudno jednoznacznie określić źródło. Niektóre z tych połączeń kojarzone są tylko z pewną sferą motywacyjną.

Wśród połączeń, utrwalonych dzięki oddziaływaniu piosenek, prezentowanych w mediach, wyróżnia się duża grupa stałych związków wyrazowych, pochodzących z tekstów popularnych piosenek. 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, a niektóre pochodzące z nich połączenia łatwo „zapadają w pamięć”, utrwalają się w świadomości współczesnego użytkownika języka. Oprócz związków tego typu we frazeologii wyróżnia się grupa utrwalonych połączeń, wywodzących się z bardziej ambitnych tekstów piosenek, niekiedy tworzonych przez mistrzów pióra, m.in. A. Osiecką, W. Młynarskiego, J. Kofkę, J. Przyborę itp. [por. chociażby związki wyrazowe: *niech żyje bal!*, *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.]. Często utrwalają się wielokrotnie pojawiające się w tekstach piosenek połączenia, będące fragmentami refrenów, czasem oprócz tego stanowiące również tytuły tychże utworów. Powtarzalność połączenia w tekście źródłowym sprzyja oczywiście jego utrwaleniu w języku.

Natomiast wśród związków wyrazowych, powstałych dzięki wpływowi filmów, 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 wielowyrazowe nazwy bohaterów filmowych, później uległy apelatywizacji i funkcjonują dziś w polszczyźnie z określonym znaczeniem nadanym [tak jest chociażby w przypadku wyrażenia *James Bond*, które we współczesnych tekstach ma m.in. znaczenie ‘światny tajny agent, detektyw,

pracujący brawurowo, widowiskowo’]. Zdarza się, że połączenie, które uległo utrwaleniu, zyskało znaczenie naddane, stanowiło pierwotnie zarówno tytuł, jak i nazwę, określenie bohatera(-ów) filmu [np. wyrażenie *sami swoi*]. W polszczyźnie utrwalają się również nazwy oznaczające pewne rodzaje filmowych, serialowych komunikatów medialnych. W badanej grupie obok połączeń, wywodzących się z popularnych filmów, seriali, wyróżnia się grupa związków wyrazowych, utrwalonych dzięki wpływowi wybitnych utworów filmowych. We współczesnej polskiej frazeologii oprócz wpływu filmów i seriali polskich zaznacza się wyraźnie oddziaływanie filmów, seriali tworzonych w innych krajach.

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. 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 utrwalilo się wiele związków wyrazowych, charakterystycznych w ogóle dla reklamy [np. połączenia: *dwa a. 2 w jednym a. 1; coś jest numerem 1; coś jest rewelacją; coś jest rewolucją (na jakimś rynku)* itd.]. Oprócz nich funkcjonują 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. W procesie utrwalania się połączeń, wywodzących się z mediów, istotne są pewne mechanizmy multiplikacji [por. również to zjawisko w przypadku wypowiedzi polityków; emisji filmów, piosenek w mediach].

Dzięki oddziaływaniu mediów z jednej strony wzrasta zbiór nowych utrwalonych połączeń słownych funkcjonujących dziś w polszczyźnie, z drugiej zaś ujawnia się inne, negatywne zjawisko – język komunikatów medialnych jest zazwyczaj stosunkowo ubogi, jednolity – jest to przyczyna zaniku wielu frazeologizmów istotnych dla języka polskiego.

Wiele połączeń, wywodzących się z mediów, funkcjonuje nie tylko w postaci kanonicznej – pojawiają się ich modyfikacje, derywaty. Modyfikacje wzmacniają inwariant.

Najczęściej wymianie ulega komponent związku wyrazowego – powstają wówczas modyfikacje wymieniałące; odnotowano również przypadki modyfikacji dodającej, zmiany szyku członów składowych jednostki. Rzadziej mamy do czynienia z modyfikacjami skracającymi, jeszcze mniej liczne są modyfikacje fleksyjne, słowotwórcze. Niekiedy modyfikacji lub zmianie ulega także znaczenie tychże związków wyrazowych [por. chociażby wyrażenie *ojciec chrzestny*]. W zebranych przeze mnie materiale rzadko pojawiały się połączenia, będące wynikiem kontaminacji istniejących już struktur. Niejednokrotnie w tekstach notowałam więcej wariantów, derywatów niż postaci kanonicznych analizowanych połączeń.

W trakcie badań odnotowano związki, które są już tak silnie utrwalone i spopularyzowane w polszczyźnie, że oprócz postaci kanonicznej tychże połączeń funkcjonuje również kojarząca się z nimi struktura z wariantywnymi elementami.

Zdarzało się, że związek wyrazowy funkcjonował w różnych postaciach już w medialnym tekście źródłowym [por. chociażby wyrażenia: *tupot białych mew* oraz *tupot białych mew o pusty pokład* a. *o pokład pusty*, wywodzące się z piosenki W. Młynarskiego]. Zdarza się, że twórca utrwalającego się lub utrwalonego połączenia sam wielokrotnie powraca do niego i w różny sposób go modyfikuje [zob. *punkt widzenia zależy od punktu a. miejsca siedzenia*].

Odnutowano również przypadki utrwalenia się, funkcjonowania w polszczyźnie nie tylko pierwotnej, znanej z medialnego utworu źródłowego postaci związku, ale i powstałej później jego modyfikacji [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].

Wiele badanych przeze mnie jednostek może mieć różne konotacje - od negatywnych poprzez 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 itp. Zależne to jest od nadawcy, potencjalnego odbiorcy, ich wiedzy o świecie, kultury osobistej, poglądów politycznych, kontekstu, konsytuacji, semantyki komunikatu, jego celu itd.

W polszczyźnie ogólnej funkcjonuje wiele połączeń, które pierwotnie były terminami, istotnymi dla pewnych sfer działań ludzkich, np. dla domeny POLITYKI. Niektóre z nich obok znaczenia terminologicznego zyskały także dodatkową, zazwyczaj metaforyczną semantykę.

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 najczęściej eksponuje się frazeologię, utrwaloną w polszczyźnie dzięki wpływowi mediów. Są to m.in. nagłówki prasowe, fragmenty sloganów reklamowych, zapowiedzi komunikatów emitowanych w telewizji itp. 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, malarskie, 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. „skróceniu dystansu” między nadawcą a odbiorcą. Nieznajomość reguł, odniesień, wartości przez jednego z uczestników komunikacji może spowodować zakłócenie w przekazywaniu, odbiorze identycznych sensów.

Należy podkreślić, że wpływ mediów na współczesną polską frazeologię nie był dotąd poddawany w językoznawstwie systematycznym badaniom, a bez wątpienia jest to istotna kwestia, ujawniająca się dziś wyraźnie w polszczyźnie. Wyniki tego typu badań mogą być przydatne nie tylko dla językoznawców, dziennikarzy, medioznawców, ale i dla wielu innych użytkowników polszczyzny.

Rezultaty rozważań, dotyczących scharakteryzowanych powyżej kwestii, przedstawiłam w 9 artykułach naukowych oraz w monografii mojego autorstwa zatytułowanej *Wpływ mediów na współczesną polską frazeologię* (Kielce 2010) [zob. wykaz publikacji].

IV. Przedmiotem moich rozważań były także zapożyczenia zewnętrzne we współczesnej polskiej frazeologii; frazeologizmy, przysłowia wywodzące się z "Biblii" funkcjonujące dziś w polszczyźnie; związki między frazeologią a kulturą; język współczesnych mediów; frazeologia w szkole itp. Wyniki tych badań zostały przedstawione w kolejnych 5 artykułach [zob. wykaz publikacji].

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych (artystycznych).

W latach 1993-2011 byłem członkiem Komisji Frazeologicznej Komitetu Językoznawstwa PAN w Warszawie.

W roku 1992 otrzymałam nagrodę Rektora Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie za ukończenie studiów z wynikiem wyróżniającym.

W grudniu 2009 roku Rektor Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach przyznał mi nagrodę indywidualną za wyróżniające osiągnięcia naukowe.

Dorota Błotnicka-Wawnowska