Michalina Pokorska
Uniwersytet Łódzki
https://doi.org/10.18778/8142-463-9.13

Super Choda zdrowia doda – o kreatywności językowej wpisów zamieszczanych przez Ewę Chodakowską na portalu społecznościowym Facebook

W dobie internetu miejscem wielu debat społecznych i politycznych, reklamowania oraz promocji różnych postaw życiowych stały się serwisy społecznościowe.

> Serwisy społecznościowe (ang. *social networking*) to rodzaj społeczności internetowych zgrupowanych w konkretnym serwisie internetowym, którego użytkownicy zaspokajają swoją potrzebę kontaktów z innymi ludźmi poprzez wymianę informacji, doświadczeń i zainteresowań. Z reguły służą one zwiększeniu poczucia przynależności do określonej grupy społecznej. Ich cechą charakterystyczną jest rozbudowana interakcja pomiędzy użytkownikami, stąd też nazywa się je „dynamicznymi" w odróżnieniu od tradycyjnych serwisów „statycznych" […] [Frankowski 2009: 16].

Najbardziej popularnym medium społecznościowym na świecie i w Polsce[1] jest założony w 2004 roku przez Marka Zuckerberga

1 Według badań Wave, przeprowadzanych regularnie na reprezentatywnej próbie respondentów w wieku od 16 do 54 lat, będących aktywnymi

Facebook. Serwis ten początkowo miał zasięg lokalny – jego funkcją była pomoc w utrzymywaniu szkolnych znajomości, szybko jednak stał się popularny na całym świecie. Oprócz prymarnej funkcji portalu, jaką jest komunikowanie się, Facebook stał się nowoczesnym narzędziem marketingu ze względu na niskie koszty promocji oraz szerokie i zróżnicowane grono odbiorców. Reklama osoby lub produktu opiera się przede wszystkim na pozytywnej autoprezentacji na Facebooku. Przejawia się ona głównie poprzez wizualne i werbalne prezentowanie idealnego wizerunku [Melosik 2013: 103]. Ogromne znaczenie odgrywa zdjęcie umieszczane wraz z postem – musi być ono dobrej jakości, a jednocześnie zachowywać swoją oryginalność i współgrać z tematem posta. Post złożony z samego tekstu ma ograniczony zasięg, a co za tym idzie – mniejsze grono odbiorców. Inne elementy, które przykuwają uwagę na portalu, to tzw. *emoji*, czyli piktogramy stosowane przez użytkowników internetu. Przede wszystkim służą one do wyrażania emocji, ale również obejmują przedmioty, miejsca, rodzaje pogody, rośliny, zwierzęta. Mogą one zastąpić przekaz tekstowy albo go uwypuklić. Ostatnim i jednym z najważniejszych elementów tworzących dobry wizerunek na portalu społecznościowym jest interesujący, nieschematyczny i innowacyjny język autora postów. Cechy te prezentuje na swoim profilu facebookowym Ewa Chodakowska.

Ewa Chodakowska to w ostatnich latach jedna z najbardziej znanych trenerek i propagatorek zdrowego stylu życia określanego mianem *fit*, którego podstawowym wyznacznikiem jest aktywność fizyczna i zdrowe oraz pełnowartościowe odżywianie. Jeden z najważniejszych obszarów działań Ewy Chodakowskiej to internet, a dokładniej portal społecznościowy Facebook. Oficjalny profil Chodakowskiej dotychczas polubiły aż 2 067 522 osoby, a obserwuje

użytkownikami internetu, Polacy korzystają z Facebooka zdecydowanie chętniej niż średnio użytkownicy na świecie. Są to dane z 2017 roku [https://businessinsider.com.pl/media/internet/najpopularniejsze-serwisy-spolecznosciowe-w-polsce-i-na-swiecie/m9gksls, dostęp: 30.03.2018].

go 1 993 941 (inne trenerki: Anna Lewandowska – 1 459 889 polubień, Sylwia Szostak – 258 343, Natalia Gacka-Dressler – 117 247), co świadczy o ogromnej popularności w sieci. Ewa Chodakowska na facebookowym profilu promuje swoje produkty, tj. dietę *online*, suplementy diety i czasopismo „Shape". Ponadto, informuje o organizowanych przez nią na terenie całej Polski sportowych eventach, które są otwartymi treningami fitness. Oprócz tego na profilu udostępniane są nadesłane przez czytelników zdjęcia metamorfoz sylwetek kobiet i mężczyzn, będące efektem treningów oraz zastosowania diety opracowanej przez Ewę Chodakowską i jej zespół. Co jednak najważniejsze, dzięki Facebookowi Chodakowska utrzymuje stały kontakt z fanami: przypomina o codziennej aktywności, zdrowej diecie, zachęca do zmiany złych nawyków oraz ujawnia pewne obszary swojego prywatnego życia. Jej profil cechuje nie tylko personalny i żywy kontakt z odbiorcą, lecz także kreatywny język jej wpisów.

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja środków językowych stosowanych przez Ewę Chodakowską, które świadczą o jej kreatywności językowej. Materiał badawczy pochodzi z obserwacji postów ukazujących się na jej profilu facebookowym od listopada 2017 do lutego 2018 roku. Choć zabiegi stylistyczne stosowane przez trenerkę są bardzo liczne, jej kreatywność językową omówię na podstawie trzech wybranych przeze mnie grup, tj. frazeologii, form adresatywnych i metaforyki.

1. Innowacje frazeologiczne

Jedną z najliczniej wykorzystywanych przez Ewę Chodakowską grup środków językowych są frazeologizmy. Trenerka stosuje je często w postaci kanonicznej. Oto przykłady użytych przez nią zwrotów: *Musisz sama* ***zapracować na własne szczęście***; ***Jutro reset, ale w poniedziałek ruszamy z kopyta, ok?***; ***Motywacja sypie się jak z rękawa, patrząc na wasze przemiany***; ***Rozprawiam się z cukrem***; ***Ściągamy maski***. W postach pojawiły się również następujące wyrażenia: *Takie* ***niby nic,*** *ale jutro poczujesz, o co walczyłyśmy dzisiaj*; *Burzymy* ***mury obronne***.

Ich zastosowanie świadczy o dużej świadomości językowej trenerki, jednak za kreatywność językową można uznać jedynie innowacje frazeologiczne, które rozumie się jako świadome lub nieświadome naruszenie normy frazeologicznej [Bąba 2009: 31]. Warto jednak wspomnieć, że nie każda modyfikacja frazeologizmu jest uzasadniona – kierując się definicją błędu językowego, za niepoprawne zastosowanie innowacji uważa się brak jej funkcjonalności [Bąba 2009: 101]. Omówię teraz najciekawsze modyfikacje frazeologiczne, które pojawiły się w postach Ewy Chodakowskiej. Nadmienię jednak, że nie można ich uznać za błędy, gdyż ich zastosowanie nie zaburza semantycznego i stylistycznego zharmonizowania frazeologizmu z tłem leksykalnym wypowiedzi [Bąba 2009: 75]. Oto przykłady (o ile nie zaznaczę inaczej, wszystkie definicje frazeologizmów podaję za *Wielkim słownikiem frazeologicznym wraz z przysłowiami* pod redakcją Anny Kłosińskiej):

Biegniemy razem. Mamy ***kawał trasy do pokonania****.*
kawał dobrej roboty 'dużo pożytecznej pracy'
kawał drogi 'bardzo daleko; duża odległość'

Jest to innowacja frazeologiczna modyfikująca. Nowy związek został zbudowany za pomocą zastąpienia jednego z komponentów *droga* wyrazem bardziej współczesnym *trasa*. Leksem *trasa* wywołuje konotacje związane z maratonem, biegiem. Zwiększa to rangę wykonywanych ćwiczeń, a co za tym idzie – motywację ćwiczących.

Wyrażenie *kawał trasy* przywołuje na myśl inny związek frazeologiczny: *kawał dobrej roboty*. Pełni ono funkcję pochwały, dlatego kontaminacja wyżej wspomnianych frazeologizmów ma pozytywny wpływ na psychikę odbiorców komunikatu, co podczas wysiłku fizycznego ma ogromne znaczenie.

Kto nie korzysta, ten gapa*.*

Jest to innowacja frazeologiczna wymieniająca. Zdanie to zachowuje składnię frazy *Kto nie pracuje, ten nie je*. Orzeczenie z pierw-

szej części tego zdania zostało zastąpione czasownikiem *korzystać*, a drugi człon zamieniony na równoważnik *ten gapa*. W ten sposób Ewa Chodakowska mówi o tych, którzy nie korzystają z jej wskazówek i ćwiczeń udostępnianych na fanpage'u na Facebooku. Określa ich żartobliwie jako *gapy*. Innowacja ta ubarwia wypowiedź oraz ją dynamizuje.

> *Mocne pośladki, mocne uda,* ***bez cienia cellulitu***.
> *bez* (*cienia, żadnych*) *wątpliwości* '*wzmoc.* na pewno' [Müldner--Nieckowski 2003]

Jest to innowacja wymieniająca. Jeden z komponentów wyrażenia *bez cienia wątpliwości* został zastąpiony leksemem *cellulit*. Dzięki tej innowacji Chodakowska w kreatywny sposób zapewnia odbiorców o wpływie treningu na brak cellulitu na skórze. Modyfikacja ta, której podstawą jest związek *bez cienia wątpliwości*, wzmacnia perswazję skierowaną do odbiorców.

> ***Satysfakcja wylewa się uszami*** (o programie żywieniowym i treningowym)
> pot. *coś wylewa się, wychodzi, wyłazi itp. komuś uszami* 'ktoś ma czegoś całkowicie dość'

Jest to innowacja rozszerzająca, a wraz z jej zastosowaniem zmienia się znaczenie związku frazeologicznego. Podstawowa fraza *coś komuś wylewa się uszami* ma negatywne znaczenie. Komponent *coś* otwiera miejsce tylko takiemu wyrazowi, który może stać się przyczyną czyjegoś przesycenia się. Chodakowska zaburza tę łączliwość i w miejsce predykatu przyczyny umieszcza leksem *satysfakcja*, który jest nacechowany pozytywnie. Według *Uniwersalnego słownika języka polskiego* pod redakcją Stanisława Dubisza *satysfakcja* to 'uczucie przyjemności i zadowolenia z czegoś', które nie może stać się przyczyną czegoś negatywnego. Zatem sformułowanie *satysfakcja wylewa się uszami* nie oznacza tego, że ktoś ma czegoś dość, a jedynie wskazuje na to, że omawianej satysfakcji jest bardzo dużo.

Chodakowska w ten sposób chce przekonać swoich odbiorców do tego, że zdrowy styl życia wywołuje bardzo dużo zadowolenia, które nigdy się nie kończy. Chce przekonać, że aktywność fizyczna nigdy nikomu się nie znudzi.

> *Na sali treningowej nie ma miejsca na ściemę… Ściągamy maski…* […]. ***Jesteśmy obdarci do nagiej prawdy***.
> *obedrzeć kogoś ze złudzeń, z nadziei, ze szczęścia itp.* 'pozbawić kogoś złudzeń, nadziei, szczęścia itp.'
> *naga prawda* 'rzeczywistość, fakty, zdarzenia niczym nieupiększone'

W powyższej wypowiedzi Ewa Chodakowska opisuje atmosferę panującą podczas treningów. W tym celu zastosowała kontaminację wyrażenia *naga prawda* oraz zwrot *obedrzeć kogoś ze złudzeń*. Wyrażenie *naga prawda* jest określeniem rzeczywistości samej w sobie, pozbawionej jakiegokolwiek fałszu. Często rzeczywistość określana w ten sposób jest negatywna. Zatem Ewa Chodakowska zestawia swoje treningi z rzeczywistością pozbawioną złudzeń, a skojarzenie to intensyfikuje poprzez zastosowanie zwrotu *obedrzeć kogoś*, które ma negatywne konotacje. Trzeba jednak zaznaczyć, że wymienionych frazeologizmów nie stosuje w celu ujemnego wartościowania treningów, lecz aby podkreślić kontrast między autentycznością na treningach a koniecznością dostosowywania się do społeczeństwa w sferach życia publicznego.

> […] *po prostu jesteś człowiekiem… a nie robotem. Warto dać sobie na luz i nie* ***ścigać się z wyidealizowanym schematem życia***.
> *ścigać się z czasem*: 1. 'o dążeniu do zrobienia czegoś w bardzo krótkim czasie'; 2. 'o chęci powstrzymania procesu starzenia'

W powyższym zmodyfikowanym frazeologizmie komponent *czas* zastąpiono sformułowaniem *wyidealizowany schemat życia*, które odnosi się do obecnie panującej mody na perfekcjonizm w każdym obszarze życia. Frazeologizm prymarny, czyli *ścigać się z czasem*, wskazuje na bezsensowność podejmowanej walki z cza-

sem, której człowiek nie jest w stanie wygrać. Wymieniając leksem *czas* na połączenie *wyidealizowany schemat życia*, również zauważa się absurdalność starań o perfekcyjny styl życia, który jest nam narzucany w świecie mediów.

Super Choda zdrowia doda.

Jest to innowacja wymieniająca. W pospolitej frazie *Świeża woda zdrowia doda* komponent *świeża woda* zostaje zastąpiony wyrażeniem rzeczownikowym *super Choda*. Zdanie to w zabawny sposób informuje odbiorców o zdrowotnych skutkach treningów Ewy Chodakowskiej. Wyraz *Choda* to pseudonim trenerki utworzony w wyniku derywacji ujemnej. Zastosowanie tego leksemu w powyższej frazie było przemyślane, gdyż zachowuje rytmikę i rym wypowiedzi, co dynamizuje komunikat.

Jak żyć Choda? Jak żyć?

Powyższa wypowiedź jest nawiązaniem do słów pewnego rolnika, którego uprawy zostały zniszczone podczas silnej wichury, skierowanych do byłego premiera Donalda Tuska, wyrażających żal i złość na politykę rządu. Słowa te brzmiały następująco: *Jak żyć, panie premierze, jak żyć?* Wypowiedź ta stała się popularną frazą w polityce i mediach. Wykorzystuje ją również Chodakowska – w celach żartobliwych, dzięki czemu zmniejsza dystans między nadawcą i odbiorcą.

Szczęka moja końska uderzyła o podłogę.

Stwierdzenie to jest reakcją trenerki na wyjątkowo pozytywną zmianę sylwetki jednej z jej fanek. W wypowiedzeniu mamy do czynienia z innowacją wymieniającą. We frazie *szczęka opada* komponent czasownikowy został zastąpiony zwrotem *uderzyć o podłogę*. Frazeologizm potoczny *szczęka opada* według *Wielkiego słownika języka polskiego* pod redakcją Piotra Żmigrodzkiego rozumiany jest w ten

sposób, że 'to, o czym mowa, wywołuje zaskoczenie i bardzo dziwi'. Chodakowska uwypukla swoje zadziwienie i podkreśla jego ogrom zwrotem *uderzyła o podłogę*. Ponadto trenerka wykorzystuje frazeologizm *końska szczęka* oznaczający 'szczękę bardzo wydatną, z długimi zębami'. Fizjonomia Chodakowskiej wielokrotnie jest porównywana w internetowych komentarzach do głowy konia. Mimo to trenerka nie przejmuje się mową nienawiści i często wykorzystuje motyw konia w swoich postach. Zabiegi językowe zastosowane w omawianym przykładzie hiperbolizują poczucie zaskoczenia i zachwytu u trenerki, ale służą również temu, aby wywołać podobny stan emocjonalny u odbiorców posta. Z kolei określenie *końska szczęka* ma ukazać Chodakowską jako osobę dystansującą się do siebie i do opinii innych ludzi.

Wyżej wymienione przykłady bez wątpienia świadczą o kreatywności językowej Ewy Chodakowskiej. Ich użycie jest zamierzone i wynika z funkcji perswazyjnej tekstów trenerki, której celem jest promowanie aktywnego stylu życia. Modyfikacje wartościują dodatnio aktywność fizyczną – niektóre mają charakter żartobliwy, a inne odwołują się do rzeczywistości sportowej, co uzasadnia zastosowanie modyfikacji.

2. Formy adresatywne

Kolejną grupą zjawisk językowych są formy adresatywne zastosowane w postach. Można je podzielić na następujące grupy:

- hipokorystyka: ***Babeczko!***, ***Babko!***, ***Dziewuszki!***, ***Serduszka!***, ***Kiciu!***;
- określenia kobiet wykorzystujące nazwy zwierząt: ***Pracowite mrówki!***, ***Kocurku!***, ***Kiciu!***;
- leksemy definicyjnie wartościujące dodatnio: ***Moje miłości!***, ***Mój ulubieńcu!***, ***Kochana!***, ***Moja inspiracjo!***;
- neologizmy: ***Fajterki!*** (od słowa *to fight* – 'walczyć') – jest to neologizm na bazie zapożyczeń, który oznacza kobiety podejmujące się wysiłku fizycznego. Zestawienie tego elementu z czasownikiem *walczyć* ma na celu wzmocnienie silnej woli kobiet. Inny przykład to neologizm słowotwórczy ***Świeżynki*** – utworzony na bazie przy-

miotnika *świeży*. Jest pieszczotliwym określeniem kobiet, które są początkujące w zakresie zwiększania aktywności fizycznej.

Wyżej wymienione określenia niewątpliwie świadczą o kreatywności językowej. Występują one głównie jako deminutywa i spieszczenia. Takie formy wzbudzają u odbiorcy pozytywne emocje – zmniejszają dystans oraz wywołują sympatię odbiorcy względem nadawcy. Pojawiają się też neologizmy, powstałe zapewne z potrzeby nazwania określonych grup kobiet i wyróżnienia ich cech. Określenie *fajterki* odwołuje się do grupy kobiet, które walczą z otyłością, a leksem *świeżynki* określa kobiety początkujące w tym zakresie. Ciekawe są także określenia odwołujące się do świata zwierząt. Trenerka określa kobiety mianem różnych zwierząt – nazywa taką osobę mrówką, która kojarzy się z pracowitością (odwołanie się do frazeologii *pracowity jak mrówka*) lub kotem, który jest jednym z najbardziej lubianych zwierząt.

3. Metafory

Pogromca cellulitu [o treningu]

Jest to hiperbola. Trening określono peryfrazą *pogromca cellulitu*. Działanie treningu wyolbrzymiono i ukazano jako coś zwycięskiego.

Każdemu przyda się ***szczypta motywacji****.*

Jest to metafora dopełniaczowa potoczna. Szczypta to bardzo niewiele. Trenerka w ten sposób pokazuje, że potrzeba tak niewiele, aby zacząć uprawiać sport i zadbać o swoje zdrowie.

Masakrujemy brzuch*.*

Jest to hiperbola. Trenerka w sposób dosadny pokazuje zwalczanie otyłości brzusznej jako brutalną i bezwzględną walkę z tkanką tłuszczową.

Na dzień dobry ***rozpalimy pośladki i nóżki****!*

Metafora ta odnosi się do rozgrzewki. Jest eufemistycznym określeniem pierwszej partii ćwiczeń, podczas których ciało rozgrzewa się, przygotowuje do dużego wysiłku fizycznego. Metafora ta ma urozmaicić język trenerki.

Twoje ciało może więcej, niż ***podpowiada ci umysł****.*

Dostrzec tu można zjawisko personifikacji. Umysłowi ludzkiemu nadano umiejętności człowieka – podpowiadania, czyli mówienia. Zdanie to, które obecnie jest hasłem przewodnim wielu programów i filmików, informuje odbiorców, że wytrwałość podczas wysiłku fizycznego jest wynikiem siły woli ludzkiej psychiki. Ta personifikacja bez wątpienia pełni funkcję perswazyjną – zachęcenia do aktywności. Pokazuje ona, że to, co pozornie trudne, jest możliwe do wykonania.

O której ***zabierasz swoją dupkę na matę?***

Połączenie wyrazowe *zabierać dupkę na matę* znaczy tyle, co pójść odbyć trening z Ewą Chodakowską. Predykat *zabierać*, którego definicja jest następująca: 'siłą zaprowadzić kogoś gdzieś lub wyprowadzić skądś', otwiera argument osobowy. W ten sposób zostaje zaburzona składnia predykatowo-argumentowa zdania. Trzeba także dodać, że leksem *dupka* jest potocznym określeniem *pośladków*. Jego zastosowanie można uważać za wynik bezpośredniości wypowiedzi trenerki.

Myślcie o nim [o brzuchu], ***jakbyście chciały go wcisnąć w kręgosłup****.*

W wypowiedzeniu tym trenerka wyjaśnia, jak prawidłowo wykonywać ćwiczenia podczas treningów. Zawiera ono metaforę konwencjonalną. Chodakowska obrazuje w ten sposób odpowiednie

napinanie brzucha podczas aktywności fizycznej. Metafora ta zbudowana jest na zasadzie zestawienia. Czynność napinania brzucha jest porównana do wciskania jego mięśni w stronę kręgosłupa. Ma to oddziaływać na wyobraźnię osób ćwiczących i pomóc wykonywać zadania efektywnie.

W niniejszym tekście omówiłam zjawisko kreatywności językowej Ewy Chodakowskiej na poziomie frazeologii, form adresatywnych i metaforyki. Chodakowska nie tylko licznie stosuje związki frazeologiczne, co świadczy o jej dużej świadomości językowej, lecz także umiejętnie i świadomie je modyfikuje. Formy adresatywne są też urozmaicone językowo – pojawiają się spieszczenia, neologizmy i określenia zestawiające świat ludzi ze światem zwierząt. O bogactwie językowym świadczą również metafory, które mają uwypuklić i podkreślić treści zawarte w wypowiedziach trenerki. W przypadku postów Chodakowskiej kreatywność językowa oprócz funkcji artystycznej pełni przede wszystkim funkcję perswazyjną. Wszystkie zabiegi językowe mają zachęcić do aktywności fizycznej i zdrowego stylu życia oraz wypromowania własnej marki. Ponadto, liczne hipokorystyka, wyrazy potoczne i żartobliwe określenia służą zmniejszeniu dystansu między nadawcą a odbiorcą, wzbudzeniu u odbiorcy sympatii wobec trenerki. Chodakowska pokazuje swoją równość wobec odbiorcy, nie emanuje przewagą. Tworzy obraz siebie jako bliskiej koleżanki, która zna sposób na dobry styl życia oraz nieustannie do niego zachęca. To wszystko pokazuje świadomość trenerki dotyczącą dużej roli języka w motywowaniu i wpływaniu na odbiorcę za pomocą odpowiednich skojarzeń i odniesień do rzeczywistości.

Bibliografia

Bartmiński J. (red.) [2012], *Współczesny język polski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.

Bąba S. [2009], *Frazeologia polska. Studia i szkice*, Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne", Poznań.

Butkiewicz M., Gralczyk A., Marcyński K. (red.) [2017], *Wirtualne targowisko. O reklamie, marketingu i promowaniu się w internecie*, t. 1–3, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa.

Frankowski P. [2009], *Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i moderacja*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.

Kirkpatrick D. [2011], *Efekt Facebooka*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa.

Kłosińska A., Sobol E., Stankiewicz A. (red.) [2011], *Wielki słownik frazeologiczny PWN z przysłowiami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Melosik Z. [2013], *Facebook i społeczne konstrukcje narcyzmu (o tożsamości zamkniętej w celi wizerunku)*, „Studia Edukacyjne", nr 26, s. 99–117.

Müldner-Nieckowski P. (red.) [2003], *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Świat Książki, Warszawa.

Smith C. [2012], *Era Facebooka. Wykorzystaj sieci społecznościowe do promocji, sprzedaży i komunikacji z Twoimi klientami*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.

Strony internetowe

Facebook nie ma sobie równych w Polsce. Tak wypadamy na tle reszty świata, https://businessinsider.com.pl/media/internet/najpopularniejsze-serwisy-spolecznosciowe-w-polsce-i-na-swiecie/m9gksls (dostęp: 30.03.2018).

Profil Ewy Chodakowskiej, https://web.facebook.com/chodakowskaewa (dostęp: 10.03.2018).

Żmigrodzki P. (red.), *Wielki słownik języka polskiego*, http://wsjp.pl/index.php?pokaz=wstep&l=1&ind=0?pwh=0 (dostęp: 7.10.2018).