

Barbara Drozd

ORCID: 0000-0002-3876-9443

Uniwersytet Rzeszowski

On ma tylko i wyłącznie światłość w sobie. **O językowej kreacji Boga w dyskursie internetowym na przykładzie wideoblogów o. Adama Szustaka**

Streszczenie

Artykuł dotyczy językowego obrazu Boga w przestrzeni internetowej na przykładzie cyklu „Wstawaki” publikowanego od kilku lat na kanale „Langusta na Palmie. Rozwój Internetu przyczynił się do rozpowszechniania tematyki religijnej i do jej przeobrażeń. Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytania: Jaki obraz Boga istnieje w sieci? W jaki sposób jest on konceptualizowany? Czy jest on tożsamy ze skonwencjonalizowanym obrazem, znanym z kościelnych kazań i Biblii? Czy przestrzeń internetowa i próba dotarcia do szerokiego grona odbiorców zmieniła obraz Boga, a tym samym doprowadziła do przeobrażeń dyskursu religijnego?

Słowa kluczowe: vlog, językowy obraz Boga, metafora, dyskurs o religii

Wprowadzenie

Ekspansywność mediów, zdolność kreowania rzeczywistości oraz ich siła opinio-twórcza doprowadziła do specyficznej sytuacji w rozwoju współczesnego języka religijnego¹. Komunikacja religijna wychodzi poza tradycyjne metody ewangelizowania. Nadawcy dyskursu religijnego szukają różnych sposobów, by zaistnieć w nowym świecie², zdobyć nowych wyznawców oraz utrzymać starych. Zwróciła na to uwagę Karolina Ferreira-Fernandez: „Rewolucja medialna zmieniła sposób komunikacji Kościoła katolickiego i nieodwracalnie zmieniła jego struktury. W sposób niezamierzony ożywiła dyskusje religijne i aktywność wiernych w sieci.

¹ E. Gazdecka, *Religia w mediach. Dyskurs religijny, a język mediów na tle przemian kulturowych w Rosji i w Polsce*, [w:] *W kręgu zagadnień semantyki i stylistyki tekstu*, red. A. Piasecka, I. Blumental, Łódź 2014, s. 189-198.

² D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Czy zagraża nam język popchrześcijaństwa? O nowych zjawiskach w polskim dyskursie religijnym pierwszych dekad XXI wieku*, „*Artes Humanae*” 2016, vol. 1, s. 125-140.

Do wirtualnej aktywności zachęca również Watykan³. Z medioznawczego punktu widzenia religia podlega zmianom, ponieważ jest formą pośredniczenia. Kultura popularna, „sięgająca po tematy i motywy religijne, staje się współczesną Biblią *pauperum* i *imaginarium* przedstawiającym kulturowo ukształtowane wizje nieba, piekła czy istot boskich i nadprzyrodzonych⁴. Interaktywne media (Internet czy media elektroniczne) stały się nie tylko przestrzenią rozwoju dyskursu religijnego, ale również wzmocnienia więzi religijnych istniejących pomiędzy jednostkami czy grupami, stworzyły poczucie wspólnoty (zupełnie inne, niż to znane do tej pory), dzięki obecności forów internetowych poświęconych religii i religijności czy prowadzeniu blogów, kanałów i kont w mediach społecznościowych⁵. W takim ujęciu stają się one środkiem komunikacji religijnej, co wpływa na zmianę relacji pomiędzy religijnymi mediami a ich odbiorcami.

Maria Wojtak dokonuje pewnego rozróżnienia na dyskurs religijny i dyskurs o religii. Według niej stopień podporządkowania religii do medialnej rzeczywistości jest związany właśnie z tym, jaki rodzaj dyskursu mamy na myśli. Dyskurs religijny rozumiany jako zbiór praktyk komunikacyjnych jest zjawiskiem osobliwym na tle innych dyskursów, ze względu na reguły organizowania samej komunikacji oraz jej parametrów. Obszary komunikacyjnej aktywności religijnej są związane ze sposobem realizowania aktu religijnego. W tym wypadku tożsamość dyskursu macierzystego jest w wielu jego wymiarach zachowana. Dyskurs o religii (którego przykładem są np. analizowane w niniejszym artykule vlogi) „jest natomiast całkowicie podporządkowany prawom mediów. Pokawałkowany, przeniesiony w nowe konteksty (nie tylko globalne, lecz także lokalne), zachowuje po części tematyczną tożsamość, tracąc pierwotne funkcje, relacje dyskursywne oraz niektóre wyznaczniki gatunkowe (dekompozycja pierwotnego przekazu i włączenie jego fragmentów w nowe całości gatunkowe), a także stylistyczne⁶. Wygłoszone w konkretnej sytuacji słowa trafiają do całkiem nowej formy przekazu i prowadzą do zmiany wzorca gatunkowego.

Cenna uwaga, że: „Parametry czasu i przestrzeni oraz cały kontekst socjokulturowy wciąż podlegają zmianom, dlatego też sposób mówienia o Chrystusie zmienia się w zależności od jakości, głębokości i zakresu tych przemian⁷, zachęca

³ K. Ferreira-Fernandez, *Internet jako narzędzie rewitalizacji wspólnoty kościoła katolickiego*, [w:] *Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M. F. Zaniewska, Białystok 2020, s. 154.

⁴ R. Sierocki, *Praktykowanie religii w nowoczesnych mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń 2018, s. 77

⁵ Ibidem, s. 80.

⁶ M. Wojtak, *Dyskurs religijny w mediach. Próba rekonesansu*, [w:] *Dyskurs religijny w mediach*, red. D. Zdunkiewicz-Jedynak, Tarnów 2010, s. 27-28.

⁷ Ibidem, s. 30.

do przyjrzenia się językowej kreacji Boga w przestrzeni internetowej. Celem artykułu jest więc analiza wypowiedzi o Adama Szustaka w wideoblogach publikowanych w internetowym cyklu „Wstawaki” i próba odpowiedzi na pytania: Jaki obraz Boga istnieje w sieci? W jaki sposób jest on konceptualizowany? Czy jest on tożsamy ze skonwencjonalizowanym obrazem, znanym z kościelnych kazań i Biblii? Czy przestrzeń internetowa i próba dotarcia do szerokiego grona odbiorców zmieniła obraz Boga, a tym samym doprowadziła do przeobrażeń dyskursu religijnego?

Do tej pory powstały liczne publikacje na temat językowego obrazu Boga. Analizowano m.in. kazania⁸, wywiady⁹, poezję Jana Twardowskiego¹⁰, Anny Kamińskiej¹¹, Zbigniewa Jankowskiego¹². Przedmiotem badań był również językowo-kulturowy wizerunek Boga we frazeologii i paremiologii¹³ czy powieściach Doroty Terakowskiej¹⁴. Nie prowadzono jednak szczegółowych rozważań na temat obrazu Boga w przestrzeni internetowej (internetowych kazaniach czy vlogach).

1. Wideoblog jako gatunek internetowy

Wideoblog (vlog) jest obok teledysków czy tutoriali jedną z podstawowych jednostek, które służą do kreowania medialnego obrazu w ramach platformy YouTube. Jego przekaz „ma charakter audiowizualny (film lub transmisja prezentowana w czasie rzeczywistym), a jego treści odnoszą się bezpośrednio do nadawcy poprzez jego zainteresowania, przemyślenia czy zakres poruszanych tematów”¹⁵. Wideoblogi dzielą się na różne kategorie pod względem prezentowanego materiału i tematyki. Można więc wyróżnić między innymi: vlogi osobiste, rozrywkowe, techniczne, personalne specjalistyczne, polityczne czy religijne. Wirtualny obraz medialny może

⁸ J. Janoszczuk, *Obraz(y) Boga w kazaniach*, „Etnolingwistyka” 2016, vol. 18, s. 297-302.

⁹ M. Grabowska, *Językowa analiza obrazu Boga w perspektywie wartości i potrzeb człowieka na podstawie wywiadów bezpośrednich*, [w:] *Słowo, doświadczenie, tajemnica*, red. J. Kempa, M. Giglok, Gdańsk 2015, s. 71-83.

¹⁰ J. Kowalewska-Dąbrowska, *Językowy obraz Boga i człowieka w poezji Jana Twardowskiego*, Gdańsk 2008.

¹¹ J. Sławek, *Wierzę, to znaczy ukrywam się w Tobie – językowy obraz Boga w poezji Anny Kamińskiej*, „Roczniki Humanistyczne” 2010, nr 58, s. 201-216.

¹² M. Rybka, J. Sławek, *Imię Twoje [...] Im bardziej puste, tym bliższe prawdy. O nie-nazywaniu Boga w poezji Zbigniewa Jankowskiego*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2014, nr 27, s. 145-161.

¹³ K. Szostak, *Językowo-kulturowy obraz Boga we frazeologii i paremiologii*, Warszawa 2006.

¹⁴ D. Jastrzębska-Golonka, *Językowy obraz Istoty Boskiej w powieściach Doroty Terakowskiej *Poczwarka i Samotność Bogów**, „Język-Szkoła-Religia” 2018, nr 3, s. 36-47.

¹⁵ B. Pietrzyk, *Obraz w sieci – kreowanie wirtualnego wizerunku za pomocą wideoblogów*, [w:] *Czy obrazy rządzą ludźmi*, red. A. Kampka, A. Kiryjow, K. Sobczak, Warszawa 2017, s. 300.

być udostępniany przez nadawcę w celu nawiązania nowych znajomości, zyskania popularności czy poprawy społecznego wizerunku jednostki. Obraz nadawcy wykreowanego przez blog opiera się na systematyczności w udostępnianiu treści, wykorzystaniu komunikacyjnych kodów oraz budowaniu bliskości z odbiorcą. Dariusz Ryś zwrócił uwagę na to, że vlogi są wyższą formą blogowania. Pozwalają wyrazić emocje nadawcy poprzez gestykulację, dramaturgię, autentyzm. Odbiorca może szybciej niż na blogu poznać osobowość nadawcy. Dzięki publikowanym filmom jest w stanie już po kilku minutach określić, czy może utożsamić się z ich autorem.

W niniejszym artykule analizie zostały poddane vlogi zamieszczane na kanale „Langusta na palmie”. Dariusz Ryś podkreśla, że: „Vlogi Szustaka to w złożonej współczesności prawdziwa kopalnia dla poszukujących i pogłębiających wiarę. Klikalność czy oglądalność dzieł tego katolickiego duchownego, jego zapisków, pamiętnika, konferencji, pogadanek, monologów, krótkich rozważań Pisma Świętego daje nam pierwszy ogląd olbrzymich możliwości sieci w tym względzie”¹⁶. Materiał dotyczy cyklu „Wstawaki”. Odcinki tego cyklu są publikowane codziennie od poniedziałku do soboty. Do tej pory powstało prawie 1000 odcinków tej serii. Jest ona kierowana do wszystkich, którzy chcą dobrze rozpocząć dzień. W podpisie pod filmem można bowiem znaleźć taką informację: „Wstawaj, żyj i kochaj, czyli poranna dawka energii na cały dzień i nie tylko”. Zamysłem wideoblogów przynależących do tej serii jest analiza cytatów z Pisma Świętego, sentencji, napisów na murach czy różnych ciekawostek i wydobywanie z niej pewnej prawdy duchowej, która ma sprawić, że dzień odbiorcy stanie się lepszy. Odcinki można obejrzeć o dowolnej porze dnia, jednak napis umieszczony w czołówce sugeruje, by oglądać je zaraz po przebudzeniu:



Źródło: <https://www.youtube.com/user/Langustanapalmie/videos>

¹⁶ D. Raś, *Chrześcijanin multimedialny – śladami wideoblogerów katolickich*, „Studia Socialia Cracoviensia” 2017, t. 9, nr 2, s. 100.

2. Językowy obraz Boga w wideoblogu

Nadawcy vlogów wzbogacają przekaz grafiką, montażem, mową ciała czy umiejętnościami autoprezentacji, jednak najważniejsze w procesie szerzenia wiary katolickiej w Internecie jest słowo. To dzięki konkretnemu słowu nadawca może mówić o Bogu, to właśnie słowo ma do niego zbliżyć. Myśli wypowiedziane przez o. Adama Szustaka dotyczą bardzo różnorodnych tematów, np. tego, jak dobrze żyć. Nie wszystkie vlogi odnoszą się więc w sposób bezpośredni do Boga. Biorąc jednak pod uwagę dużą liczbę już opublikowanych odcinków, w artykule zostały zaprezentowane te obrazy Boga, które pojawiają się w cyklu najczęściej.

Mówiąc o Bogu, nadawca vlogów ma na myśli: Boga Ojca, Chrystusa i Ducha Świętego, tzn. całą Trójcę Świętą, dlatego metafory wybrane do niniejszego artykułu dotyczą trzech osób boskich. Bóg jest w wideoblogach przedstawiany na dwa sposoby: utożsamiany z człowiekiem i cechami, które posiada oraz z elementami przyrody.

2.1. Bóg – człowiek

Izabela Kępka pisała, że: można przedstawić „katalog podstawowych cech Boga, zbieżnych w ujęciu katechizmowym i potocznym. Należą do nich: doskonałość, miłość, dobroć, wieczność, stwórczość i istotowa odrębność od wszelkiego stworzenia (także człowieka)”¹⁷. Jest to istotne z tego powodu, że Bóg w dyskursie internetowym bywa ukazywany jako osoba bardzo bliska człowiekowi, przyjaciel i powiernik. Nie zawsze ma on przymioty boskie. Leksyka używana przez zakonnika sugeruje, że można Boga pojmować jako kogoś, kto przebywa wśród ludzi i zachowuje się, jak jeden z nich. Nadawca vlogów bardzo wiele mówi na temat bliskości Boga i człowieka, zachęca do jej budowania. W takim ujęciu Bóg jest tym, który, *dotyka swoją miłością, daje radość, nie może się doczekać, podpowiada, działa w sercu, a nawet ma banana na twarzy:*

„Można tak żyć, można w taki sposób być z Bogiem, można tak podejmować decyzje, tak Boga słuchać, tak za nim tęsknić, że to po prostu wystrzeliwuje człowieka do nieba. **To Panu Bogu daje taką radość, że Pan Bóg już się nie może doczekać.** Można tak żyć, że to **Panu Bogu robi po prostu banana na twarzy**” [Wstawaki 09¹⁸].

„W tym wszystkim najważniejszy zawsze jest Pan Bóg, bo jak on jest, no to wszystko będzie cudownie. Właśnie on w Twoim sercu dzisiaj działa i **ci podpowiada:** fajnie byłoby znów...” [Wstawaki 07].

¹⁷ I. Kępka, *Obraz Boga w Raju Kaczmarzkiego*, „Studia Językoznawcze” 2019, t. 18, s. 78.

¹⁸ Wszystkie cytaty pochodzą ze strony: <https://www.youtube.com/user/Langustanapalmie/videos> [dostęp: 14.12.2021].

Leksem *banan* użyty w potocznym sformułowaniu ukazuje Stwórcę jako tego, który się uśmiecha. Jolanta Kowalewska-Dąbrowska piała, że: „uśmiech jest zewnętrznym wyrazem pozytywnych, ciepłych uczuć. W odniesieniu do Boga uśmiech oznacza dobroć Stwórcy”¹⁹. Bóg i człowiek pozostają w relacji opartej na wzajemnej przyjaźni, o czym może świadczyć bliskość, która istnieje między nimi. Urszula Kokot pisała, że: „podstawą prawdziwej przyjaźni jest poczucie bliskości przyjaciół. Bliskość w przyjaźni wiąże się z zapewnieniem bezpieczeństwa. Przyjaźń zobowiązuje również do przyjęcia postaw społeczno-moralnych, czyli wzajemnego szacunku wyrażającego się w poszanowaniu autonomii przyjaciela”²⁰. Taki obraz Boga sugeruje równorzędność w kontakcie Bóg-człowiek, pozbawioną hierarchii. Istota Boska nie jest silniejsza od człowieka, nie posiada większej mocy, ale została zrównana z człowiekiem, który oczekuje przyjaciela, kocha, pomaga i odczuwa radość z istnienia tej więzi. Ta wizja jest sprzeczna ze stwierdzeniem Anny Wierzbickiej, która uważa Boga za kogoś, „kto nie jest częścią świata i od czyjej woli wszystko zależy”²¹ i Wioletty Kochmańskiej, która zwróciła uwagę na fakt pojmowania Stwórcy w sposób gospodarski²², związany z metaforą pojęciową, ukazującą Boga jako Władcę i Właściciela.

Należy w tym miejscu podkreślić, że w analizowanym materiale częstymi obrazami Boga są te, które ukazują go jako specjalistę i przewodnika. W takim ujęciu Bóg jest osobą, która ma większą wiedzę, doświadczenie i pragnie się tym podzielić z człowiekiem, jednak ciągle pozostaje w równorzędnej z nim relacji.

Specjalista

O tym, że Bóg jest specjalistą w jakiejś dziedzinie, świadczą głównie czasowniki, które nadawca łączy z jego osobą: odnowił, wymyślił, zrobił, zbuduje, ma plan, naprawia, poprawia, odnawia, wymazuje, kasuje, usuwa, niszczy. Często zawód wykonywany przez Boga jest sygnalizowany wprost poprzez rzeczowniki, np.: projektant, wymazywacz, ktoś, kto nie jest bubelarzem. Niektóre z nich nazywają konkretne cechy Boga, jak: twórczość, kreatywność. Taki obraz Boga jest znany z Biblii, gdzie jawi się on jako stwórca świata, jednak w dyskursie internetowym obraz ten został doprecyzowany. Bóg jest nie tylko stwórcą świata, Bóg ciągle działa. Świadczy o tym czas użytych czasowników (przeszły, teraźniejszy i przyszły):

¹⁹ J. Kowalewska-Dąbrowska, *Językowy obraz Boga i człowieka w poezji Jana Twardowskiego*, op. cit., s. 69.

²⁰ U. Kopeć, *Językowy obraz przyjaźni w wypowiedziach licealistów klas pierwszych*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis” 2008, nr 62, s. 190.

²¹ A. Wierzbicka, *Kocha, lubi, szanuje. Medytacje semantyczne*, Warszawa 1971, s. 22-23.

²² W. Kochmańska, *Obraz czł(owi)eka w tekstach przysłów polskich*, „Studia Językoznawcze” 2020, t. 19, s. 197.

wymyślił człowieka do różnych rzeczy, **chce** w człowieku **zrobić** niezwykle rzeczy, **zbuduje** na tym niesamowite dobra i dary. Bóg jest specjalistą, ponieważ stworzone przez niego rzeczy są doskonałe (niezwykłe rzeczy, dobra i dary, megalityczne rzeczy). Ukazany jest również jako ktoś, kto potrafi budować na tym, co złe:

„Bóg by nigdy nie dopuścił jakiegoś zła, gdyby jednocześnie nie miał już zaplanowanego planu, **żeby z tego zła wyszło jeszcze większe dobro**. Pan Bóg mówi: takie rzeczy w jego życiu dadzą mi trampolinę do tego, żeby to dobro zrobić” [Wstawaki 32].

„On jest największym bohaterem, bo był w niewłaściwym miejscu, w niewłaściwym czasie (na ziemi i w czasie ziemi, a tu nie jest za dobrze) i on **zrobił z tego okazję do czegoś niezwykłego**” [Wstawaki 70].

Bóg jest więc z jednej strony kreatywnym twórcą, który wymyśla wiele dobrych rzeczy, z drugiej strony jest specjalistą, naprawiającym to, co złe. Człowiek jawi się jako istota, w której nieustannie coś się psuje, dlatego potrzebuje on Boga, sam nie jest bowiem w stanie pozbyć się tych usterek:

„Ciągłe coś się psuje, ciągle w naszym życiu coś nie wychodzi, ciągle coś się rozpada, a pan Jezus to po prostu z uporem maniaka, **wskrzesza i naprawia, i poprawia i znowu do życia wzbudza** i daje nam właśnie kolejną, i kolejną, i kolejną szansę” [Wstawaki 65].

„Może ci **serce, które umarło odnowić**. Może ci wszystko, gdzie już nie masz sił, znowu napęłnić mocą” [Wstawaki 65].

„Dla Boga nie ma końca różnych rzeczy, dla Boga nie ma rzeczy, które bezpowrotnie się rozsypały, bo **on wszystkie potrafi odnowić, naprawić, ożywić** i sprawić, że będą zupełnie na nowo dla nas dostępne” [Wstawaki 201].

Nietypowym obrazem Boga jest ten, który ukazuje go jako specjalistę-informatyka. Dzięki niemu człowiek może *wypisać się ze subskrypcji*. Bóg jest *wymazywaczem*, który *kasuje subskrypcje*, *usuwa je*, *wymazuje* i *niszczy*. Są one metaforą szatana, który działa w podobny sposób: pojawia się i nieustannie do czegoś nakłania:

„Przez spowiedź, Boże miłosierdzie, **wypisaliśmy się ze subskrypcji**. Można się dzięki miłosierdziu Bożemu **powypisywać ze subskrypcji** [...] Jedynym **skutecznym wymazywaczem** jest bliskość z Panem Bogiem. Żeby nieustannie z nim być, żeby nie gadać z tymi myślami od złego, żeby nie dyskutować, tylko nieustannie wymazywać je Bożą obecnością [...] Grzechy zostawiają w nas pewne ślady. Boże miłosierdzie, Boża obecność, modlitwa, bycie z Panem Bogiem, intymność z Bogiem **usuwają, wymazują, niszczą te ślady**” [Wstawaki 222].

Przewodnik

Inną kreacją Boga wyróżniającą się w cyklu *Wstawaki* jest przewodnik. Zgodnie z definicją zawartą w *Słowniku języka polskiego przewodnik* to: „1. «osoba, która idąc przodem, wskazuje komuś drogę» 2. «osoba, która zawodowo oprowadza turystów po jakimś terenie» 3. «osoba stojąca na czele jakiejś grupy, wpływająca na kogoś»²³. Potwierdzeniem tego faktu jest liczna grupa czasowników, które zostały użyte w wypowiedziach: *wyprowadzić* [niezwykłe rzeczy], *wyprowadzać* [dużo dobra], *wyprowadzać* [do niebezpieczeństwa], *porywać*, *wyrywać* [człowieka z codzienności], *poprowadzić* [człowieka], *ponieść* [człowieka w różne rejony], *doprowadzić* [człowieka do różnych rzeczy], *pchać* [człowieka], *nieść* [człowieka przez życie], *przetaczać* [człowieka przez różne miejsca życia]. W takim kontekście Bóg jest osobą, która wyznacza kierunek, odpowiednie ścieżki, ale również pomaga iść przez życie. Taka wizja Stwórcy jest związana z powszechnie utrwalonym w tradycji chrześcijańskiej przekonaniem, że życie ludzkie jest wędrówką do Boga.

Jolanta Kowalewska-Dąbrowska zwróciła uwagę na cel podejmowanej przez człowieka drogi: „Na ten cel wskazują zwykle wyrażenia odnoszące się do Boga, zarówno leksem Bóg, jak i zaimek Ty (Ciebie) w formach apostroficznych, a nawet struktury składniowe z przyimkiem do o funkcji kierunkowej, jak np. którąś do Ciebie, w kolejce do nieba²⁴. W wypowiedziach o. Adama Szustaka Bóg jest nie tylko ostatecznym celem człowieka, ale również tym, który przebywa pewną drogę razem z człowiekiem. Dzięki niemu człowiek może znaleźć się w miejscu, do którego sam nie mógłby trafić. Bóg prowadzi przez życie człowieka, ale nie tylko. Jego działalność dotyczy również wartościowych rzeczy, które *wyprowadza* (w tym kontekście to oznacza, że Bóg potrafi stworzyć dobro tam, gdzie jest zło). Oto wybrane przykłady:

„Potrafi **wyprowadzić rzeczy niezwykle** z największych nawet katastrof, tylko potrzebuje zaufania” [Wstawaki 52]

„Duch Święty odrywa od podłoża. **Wyprowadza do niebezpieczeństwa**, które jest czymś” niezwykłym [Wstawaki 85]

„Kiedy cały **dasz się porwać Duchowi Bożemu**, to przestaniesz panować nad swoim życiem. To Duch Święty tak **cię poprowadzi** i do takich **rzeczy Cię doprowadzi** i tak **Cię poniesie**, że zaczniesz robić i osiągać rzeczy, o których byś nawet nie pomyślał, że są możliwe. **Poniesie cię w rejony**, gdzie byś nigdy nawet sam nie wymyślił, że możesz tam dojść” [Wstawaki 257]

²³ <https://sjp.pwn.pl/sjp/przewodnik;2511619.html> [dostęp: 18.01.2022].

²⁴ J. Kowalewska-Dąbrowska, *Życie to droga, czyli którąś do Ciebie*, „Stylistyka i Kożyna” 2005, t. 14, s. 622.

„Pan Bóg cię podtrzymuje [...] Kiedy właściwie dbam o to, żeby być z Panem Bogiem blisko to też mam takie poczucie, że jestem **niesiony**. Przez życie idę tak, jakby mnie ktoś wsadził w kolejkę i delikatnie **przetaczał** przez różne miejsca życia” [Wstawaki 266]

2.2. Bóg – element przyrody

Niepoznawalność Boga jest przyczyną utrwalania się jego różnych obrazów i stereotypów, które nakładają się „na obraz kształtowany przez oficjalne nauczanie Kościoła. Podstawowym źródłem kształtowania się obrazu Boga jest oczywiście Biblia, ale w polskiej rzeczywistości treści tej Księgi kształtowały wyobrażenie Boga [...] W związku z tym trudno jest mówić o jednym potocznym stereotypie Boga. W świadomości społecznej współistnieją różne jego odmiany”²⁵. Wyodrębnione w materiale konteksty wskazują na to, że Bóg jest konceptualizowany jako elementy związane ze środowiskiem przyrodniczym. Takie ujęcia mają charakter obrazowy. Ich celem jest przybliżenie odbiorcom (słuchaczom) wizerunku Boga, którego nie mogą poznać za pomocą zmysłów. W takiej perspektywie Istota Boska nie posiada atrybutów ludzkich, ale jej działanie jest powiązane z działaniem przyrody, którego doświadczył każdy z nas. Wśród wymienionych obrazów dominują te, które dotyczą podstawowych żywiołów, takich jak: woda, powietrze, ogień.

Bóg to woda²⁶

Pierwszym obrazem, który jest związany z wyodrębnioną grupą, jest pojmowanie Boga jako wody. Woda jest istotnym elementem w kulturze chrześcijańskiej. W Księdze Rodzaju kojarzy się z czymś bezładnym, nieuporządkowanym, z chaosem. Uporządkowanie „morza wód” jest związane z powstaniem nieba: „A potem Bóg rzekł: Niechaj powstanie sklepienie w środku wód i niechaj oddzieli ono jedne wody od drugich! Uczyniwszy to sklepienie, Bóg oddzielił wody pod sklepieniem od wód ponad sklepieniem; a gdy tak się stało, Bóg nazwał to sklepienie niebem” [Rdz 1, 6-8]. Woda jest więc związana z początkiem istnienia świata. W kulturze woda jest przedstawiana zarówno jako siła niszcząca, jak i ocalająca. Pełniła ona również funkcje magiczne, obmywała ciało, przemywała oczy, pomagała w odzyskiwaniu zdrowia. Istniało również przekonanie o tym, że „władzę nad wodą sprawuje Bóg,

²⁵ J. Kowalewska-Dąbrowska, *Językowy obraz Boga i człowieka w poezji Jana Twardowskiego*, op. cit., s. 55.

²⁶ Więcej na temat metaforycznych obrazów wody pisałam w artykule: B. Drozd, *Całe wodne wre i ryczy piekło. O językowej kreacji żywiołu wody w poezji Adama Asnyka*, „Słowo. Studia językoznawcze” 2016, nr 7, s. 239-240.

który trzyma w niebie wodę, aby karać ludzi²⁷ i sprowadzić na Ziemię powódź, jeśli ludzie go nie prześląją.

W analizowanym materiale można wyodrębnić dwa sposoby mówienia o Bogu: Bóg jest wodą i Bóg jest tym, który daje wodę. Mimo to oba te obrazy ukazują Istotę Boską jako płyn, który jest wartościowany jedynie pozytywnie. Kreowanie tego obrazu odbywa się przy użyciu części mowy, które sugerują, że coś, co jest puste, staje się pełne, dzięki wodzie, którą jest Bóg. Są nimi głównie czasowniki, takie jak *wypełniać*: „czynić coś pełnym, lać, sypać, kłaść co gdzie do pełna; pojawiać się w dużej ilości²⁸”; *napelnić*: „wkładać, wlewać, umieszczać itp. gdzie jakąś ilość, liczbę czego²⁹”; *napoić*: „dać się komu (zwykle zwierzętom) napić do syta, aż do ugaszenia pragnienia³⁰”; *napęcznić*: „zwiększyć objętość, wciągając w siebie płyn lub wilgoć³¹”, ale również imiesłowy przymiotnikowe, np. *przesiąknięty*: „taki, który przesiąknął wilgocią, cieczą, wonią itp.”³². Z zebranych przykładów wynika, że Bóg *wypełnia/napelnia serce, umysł, duszę, emocje, wypełnia/napelnia życiem, wodą, świadomością, mocą, napęczniowywuje świadomością*; człowiek może się *wypełnić/napelnić czymś wartościowym, Bogiem, Duchem Świętym*:

„Jeżeli nie chcesz Mc Donalda naśladować, czyli żeby nie być takim sztucznym produktem, to **wypełniaj się jak największą ilością wody**, tylko wody w takim sensie – **wodą życiem, wodą prawdziwą, wodą, która karmi**, wodą, która sprawia, że można przeżyć, że można przetrwać, że człowiek nie umiera z pragnienia” [Wstawaki 21].

„Wszystkie nałogi oznaczają: nie mamy **wypełnionych serc: czymś wartościowym, treściwym, pięknym**, odpowiednio nas jarającym [...] Ja wchodziłem, wchodzę w różne rzeczy niedobre, dlatego że nie **wypełniam swojego serca Panem Bogiem**” [Wstawaki 97].

„Tylko w **Panu Bogu jest woda**, która może Cię napelnić, która może Cię nasycić. Tylko on Was **może napoić** tak, jak tego potrzebujecie” [Wstawaki 212].

Przedstawiona kreacja Boga odnosi się do tej, która jest znana z Biblii: „Każdy, kto pije tę wodę, znów będzie pragnął. Kto zaś będzie pił wodę, którą Ja mu dam, nie będzie pragnął na wieki, lecz woda, którą Ja mu dam, stanie się w nim źródłem wody wytryskującej ku życiu wiecznemu” (J 4, 5-18). Jednak w analizowanych

²⁷ Ibidem, s. 42

²⁸ <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/wypelniac;5521306.html> [dostęp: 21.01.2022].

²⁹ <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/napelniac;5455634.html> [dostęp: 21.01.2022].

³⁰ <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/napoiac;5455717.html> [dostęp: 21.01.2022].

³¹ <https://sjp.pwn.pl/sjp/napecznic;2486690.html> [dostęp: 21.01.2022].

³² <https://sjp.pwn.pl/szukaj/przesi%C4%85kni%C4%99ty.html> [dostęp: 21.01.2022].

kontekstach pojawiają się również metafory nietypowe, nieskonwencjonalizowane³³, które zostały użyte w wypowiedziach o. Adama Szustaka, by pokazać, że Duch Święty to konkretny płyn, np. whisky:

„Duch Święty prowadzi, żebyśmy osiągnęli rzeczy, o których nawet nie pomyśleliśmy. To jest **totalne szaleństwo whisky**. To tak, jakbyś się napił i **nie ogarniał tego, co wypileś**. Chrześcijaństwo to jest naprawdę **whisky na lodzie**. Skala, nierozcieńczony sens, a jednocześnie szaleństwo Ducha Świętego” [Wstawaki 257].

Bóg to powietrze

Kolejnym żywiołem, z którym utożsamia się Boga w dyskursie internetowym, jest powietrze. W analizowanych wypowiedziach częste jest ukazywanie Boga, jako tego, kto daje siłę i kto sprawia, że człowiek może oddychać. Porównanie Stwórcy do powietrza ściśle wiąże się z cechą tego żywiołu: „Powietrze w przeciwieństwie do ognia, wody i ziemi jest niewidoczne/przezroczyste jest wszędzie, choć jest nienamacalne – o wszechobecny szczęście: szczęście jak powietrze: nie chwycisz, a jest wszystkim i we wszystkim”³⁴. Jest to widoczne również we frazeologizmach. Większość z nich „uwzględnia naturalne cechy powietrza (nieuchwytne, niewidoczne, bezbarwne, dostępne)”³⁵. Prezentowany obraz jest przedstawiany w kontraście z działalnością szatana, który *odcina od powietrza, odcina od oddychania*. Z drugiej strony oddychanie, rozumiane jako kontakt z Bogiem, pozwala na odparcie działania złego. Brak Boga i modlitwy prowadzi do tego, że się *dusimy, nie mamy sił, nie możemy oddychać*:

„Jedną z taktyk złego jest takie mozolne, długotrwałe, nieustanne nas nakuwanie [...] Jednym z jego podstawowych sposobów działania jest nieustannie cię dręczyć, ciągle wracać do tego samego i **odcinać cię od powietrza**. Damy radę wtedy, kiedy będziemy **mieć dostęp do powietrza**, czyli kiedy nie pozwolisz się złemu **odciąć od oddychania**. Kochani, co to jest oddychanie: oddychanie to jest modlitwa, oddychanie to jest Słowo Boże, oddychanie to jest kontakt z Panem Bogiem” [Wstawaki 85]

„Popatrzmy, czy gdzieś przypadkiem nie daliśmy się albo nie dajemy się **odciąć całkowicie od powietrza**, czy zatrzymaliśmy już modlitwę, zatrzymaliśmy kontakt z Panem Bogiem, Słowo Boże i się potem dziwimy, **że się dusimy**, dziwimy się, że nie mamy sił. [...] Jeżeli nie będziemy oddychać, nie będziemy mogli odeprzeć złego” [Wstawaki 70].

³³ Ten wątek nie został rozwinięty, ponieważ w całym tekście pojawiają się podobne, nieskonwencjonalizowane metafory.

³⁴ W. Wysoczański, *Językowy obraz świata w porównaniach zleksykalizowanych na materiale wybranych języków*, Wrocław 2006, s. 96.

³⁵ D. Dziewońska-Kiss, *Językowy obraz czterech żywiołów w polskiej i węgierskiej frazeologii*, „Studia Slavica Savariensia” 2013, nr 1-2, s. 191.

Inny obraz powiązany z oddychaniem i powietrzem został stworzony dzięki metaforze lasu. Człowiek w kontakcie z Panem Bogiem staje się *oddychającym lasem*, zaczyna *oddychać jak las*, co można interpretować jako: zaczyna prawdziwie żyć, zaczyna robić niezwykle rzeczy, staje się *zjawiskiem, którego nikt nie widział* [Wstawaki 85]. Nadawca kreuje taki wizerunek Boga poprzez skojarzenie, które wywołały w nim zaobserwowane mchy i trawy: „Mchy i trawa w lesie zachowują się tak, jakby oddychały, jakby po prostu cała ziemia oddychała” [Wstawaki 85]. Człowiek w kontakcie z Bogiem i Duchem Świętym może nadać swojemu życiu niezwykle wymiar, może wprowadzić do niego rzeczy niezwykle:

„Duch Święty, który mnie wyrywa z codzienności, robi ze mnie coś niezwykłego, robi ze mnie oddychający las. Dajcie się Duchowi Świętemu porwać, pozwólcie mu się trochę oderwać od przyzwyczajonych ścieżek, a zaczniecie oddychać, jak las” [Wstawaki 103].

Taki obraz może być również kreowany za pomocą czasownika, który bezpośrednio odnosi się do oddychania czy powietrza: *nadmuchać się*, tzn.: „1. «dmuchając, napełnić coś powietrzem» 2. «przez dmuchanie nawiać czegoś»”³⁶. Dzięki tej metaforze człowiek został ukazany jako balon, który potrzebuje powietrza, by mógł poznać, jaki jest jego właściwy kształt, to znaczy, kim tak naprawdę w życiu jest, kim powinien być. Duch Święty napełnia człowieka powietrzem, jeżeli on sam da mu do siebie dostęp, jeżeli będzie *się chciał nim nadmuchać*:

„Duch Święty, to jest takie coś, co **jest w środku tego balonika** i sprawia, że balonik ma taki kształt, jaki powinien mieć po nadmuchaniu. Bez Ducha Świętego nie wiadomo, jaki to ma być kształt [...] Duch Święty to jest ktoś taki, kogo samego bardzo trudno zobaczyć. Można go zobaczyć po tym, jak on nada kształt komuś. On sprawia, że ktoś nabiera właściwych kształtów [...] Potrzebujesz **nadmuchać się Duchem Świętym**. Jak **nadmuchasz** całe swoje wnętrze Duchem Świętym, to będzie wiadomo, kim jesteś” [Wstawaki 59].

Bóg to światło, ogień, słońce

Ostatnią kreacją Boga jest ta, która ukazuje go jako światło ogień i słońce. Wszystkie te obrazy zostały zestawione w jednej grupie, ponieważ światło semantycznie łączy się z ciepłem, ogień daje zarówno ciepło, jak również światło (podobnie jak słońce). Zwróciła na to uwagę Katarzyna Grych, która pisała, że: „Światło i ciepło,

³⁶ <https://sjp.pwn.pl/sjp/nadmuchac;2485780.html> [dostęp: 23.01.2022].

których źródłem jest ogień, często są równoważone ze światłem i ciepłem, których źródłem jest słońce³⁷.

Człowiek i Bóg zostali w tym ujęciu przedstawieni za pomocą kontrastu: ciemność-jasność. Ciemności w ujęciu kulturowym kojarzą się z czymś, co niesie pewnego rodzaju zagrożenie dla człowieka, są uznawane za przyczynę niepokoju i zła³⁸. Światło „daje rozeznanie, przynosi wiedzę, ukazuje przedmioty, wyznacza przestrzeń, przybliża klasyfikację rzeczy, stwarzając dla oglądającego człowieka rzeczywistość, realność [...] Światło niesie człowiekowi wyzwolenie, wolność. Jeśli jest ciemność wokół człowieka, to on nic nie widzi”³⁹. W analizowanych wypowiedziach człowiek jest tym, który błądzi w ciemności, grzeszy, nie może odnaleźć swojej drogi:

„W bardzo wielu z nas jest taka potrzeba, takie pragnienie widzieć więcej, wiedząc dokąd i tak dalej. Życie to jest często po prostu **chodzenie w ciemności**. Niewiele widzimy. **Potrzebujemy światła**” [Wstawaki 19].

„Dzisiaj wspominamy Pana Jezusa na krzyżu, który umarł za nas, czyli umarł z miłości. Uczmy się dzisiaj od niego. **Będziesz mieć wtedy światło** i nie potkniesz się. **Będziesz rozświetlony** i nie będziesz upadać” [Wstawaki 248].

Bóg sam w sobie jest światłem, ale może nim być również jego słowo. Oba te obrazy są ze sobą wzajemnie powiązane. Światła można doświadczyć w bezpośrednim kontakcie z Bogiem lub poprzez czytanie Biblii. Dzięki temu człowiek wie, jak postępować, przestaje błądzić. Słowo Boże jest nazwane w sposób konkretny: to reflektor ksenonowy, czyli system oświetlenia stosowany w samochodach, pełniący rolę światła mijania czy światła drogowych:

„**Twoje słowo jest reflektorem ksenonowym** w moim samochodzie. Daje mi ogłód [...] Jeżeli ktoś jest w totalnej ciemności, to potrzebuje Słowa Bożego. Potrzebuje oświetlenia swojego życia, żeby mógł pójść do przodu te parę kroków. Potrzebujesz światła, więc szukaj, szukaj słowa Bożego, które Cię oświetli” [Wstawaki 19].

Metafora ukazująca Boga jako światło jest – jak słusznie zauważył Kazimierz Ożóg – najczęstszą metaforą w tekstach religijnych (zarówno w Biblii, jak i w tekstach modlitewnych czy pieśniach⁴⁰). W dyskursie internetowym Bóg jest jednak zarówno światłem, światłością, jak i kimś, kto ma w sobie światło. Ten leksem jest

³⁷ K. Grych, *Pismo chińskie jako reprezentacja rzeczywistości. Rekonstrukcja językowego obrazu ognia utrwalonego w znakach chińskich*, „Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ” 2018, nr 22 (3), s. 16 (7-20).

³⁸ W. Kopalinski, *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 2003.

³⁹ K. Ożóg, *Opozycja światło-ciemność w języku i kulturze (wybrane zagadnienia)*, [w:] *Zmysły. Aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, K. Ożóg, R. Słabczyński, Rzeszów 2017, s. 21.

⁴⁰ Ibidem, s. 25.

w niniejszych kontekstach synonimem nadziei. Bóg nie tylko pomaga błędzącemu odnaleźć właściwą drogę, ale również: *rozświeśla nadzieją* czy *rozdaje nadzieję*:

„On jest **taką światłością**, w której nie ma ani milimetra, ani jednego milimetra jakiegokolwiek ciemności. To nie jest tak, że Pan Bóg jest różny: że może być świetlisty albo nie, że **może rozdawać nadzieję**, albo nie, że może być jej dużo albo mało. On **ma tylko i wyłącznie światłość w sobie**. Nie ma nic innego poza światłością” [Wstawaki 272]

„Może ci przyszłość, która już straciła nadzieję, znowu rozświecić nadzieją” [Wstawaki 65]

Cechą charakterystyczną vlogów o. Adama Szustaka jest używanie w nich języka potocznego. Dyskurs religijny w Internecie ma dobrze sprofilowanego odbiorcę, którym jest najczęściej młody człowiek. Nadawca próbuje więc stosować takie środki wyrazu, dzięki którym prezentowane treści staną się w lepszy sposób zrozumiane i przyswojone przez odbiorcę. Charakterystyczne jest występowanie takich leksemów jak: kurde, wycząić (zamiast: zrozumieć coś, skojarzyć), dziany (zamiast: bogaty), beznadziejne (zamiast: marne, liche), jarać się (zachwycać się), bubelarz (ktoś, kto tworzy towary złej jakości), nie ogarniać (nie rozumieć)⁴¹:

„On, kiedy wchodzi w coś, co jest ciemne, np. wchodzi w twoje serce, które jest totalnie czarne, totalnie ciemne, dla niego ta ciemność robi się jasna. On jest tak potężnym światłem, że nawet noc sobie myśli: kurde, ja jestem dniem” [Wstawaki 272].

„Jeżeli tylko masz światło, czyli rzucasz Bożym światłem, Bożym słowem, to najbliższe dwa, trzy kroki jesteś w stanie wycząić” [Wstawaki 19].

„Bóg nie jest bubelarem/ Nie potrafi zrobić bubla” [Wstawaki 219].

„Pan Bóg nikogo nie wydziedzicza. Zawsze chce, żeby to dziecko z nim było. Wszystkie Boże dobrodziejstwa, cały majątek Pana Boga. Wiecie jaki Pan Bóg jest dziany? Wiecie ile pan Bóg ma? Wszystkiego, a szczególnie życia” [Wstawaki 23].

Część kontekstów dotyczy konceptualizowania Boga jako słońca. Za pomocą tego rzeczownika „można mówić o zjawiskach jasności, wskazując *explicite* na zależność tychże zjawisk od światła słonecznego (słonecznie, słoneczny, słońce) lub jego braku (bezsłoneczny, bezsłonecznie)”⁴². Człowiek „będący częścią przyrody, odsetek tysięcy lat był bystrym jej obserwatorem i zauważył, jak ważne jest każde światło, a szczególnie światło słoneczne, dające i jasność, i ciepło”⁴³. W analizowanych kontekstach Bóg *może opalić, można się poopalać w jego słońcu, można*

⁴¹ To jedynie kilka przykładów z bogatego materiału, w którym występują liczne potoczności.

⁴² A. Dyszak, *Językowe wyrażenia zjawisk jasności i ciemności*, Bydgoszcz 2010, s. 85.

⁴³ K. Ożóg, *Opozycja światło-ciemność...*, op. cit., s. 20.

posiedzieć w tym słońcu, nagrzać się w jego świetle. Charakterystyczny jest w tym miejscu wizerunek człowieka przebywającego z Bogiem. Ma on *jaśniejącą gębę, jaśniejącą twarz*:

„Idźcie kochani dzisiaj na adorację. Poopalajcie się. Poopalajcie się w tym słońcu [...] Posiedźcie w tym słońcu. Niech ono was opali. Niech wam gęby zajaśnieją” [Wstawaki 281].

„Weźcie się dzisiaj idźcie nagrzejcie w tym świetle Pana Jezusa, żeby wam twarze zajaśniały” [Wstawaki 287].

„Jedną z rzeczy, po których można by chrześcijan rozpoznawać to są jaśniejące gęby. Gęby jaśniejące dobrocią, miłością, spokojem, pięknem, uśmiechem, przebaczeniem, miłosierdziem” [Wstawaki 287].

Bóg metaforycznie kojarzy się zarówno ze światłem, jak i ciepłem (ogniem). W wideoblogach o Adama Szustaka ta boska cecha została powiązana z sercem. Bóg jest dobry dla człowieka, dlatego rozpala, rozgrzewa serce, przywraca je do tropikalnych temperatur, ale też sam w sobie również jest sercem (co wiąże się z powszechnie używaną metaforą *Bóg jest miłością*⁴⁴):

„Nasze serce jeżeli spotka Pana Jezusa, to on potrafi nawet zamrożone już serce, niezdolne do miłości znowu obudzić, potrafi je znowu na nowo **przywrócić do** życia i do **tropikalnych temperatur**. Potrzebujesz Pana Jezusa, żeby ci to twoje serce odnowił, żeby pan Jezus do tego serca znowu wszedł i żeby to **serce rozpalil tropikalną znowu temperaturą**. Pan Jezus może **je rozgrzać**, więc prosta sprawa do kogo iść – do niego” [Wstawaki 22]

„Największe serce na świecie ma Pan Bóg. Nikt nie ma takiego serca, jak on, **on jest cały sercem**. Możemy powiedzieć, że Pan Bóg jest jednoorganowy. Pan Bóg tak naprawdę **jest jednym wielkim organem**, czyli sercem” [Wstawaki 60].

Podsumowanie

W dyskursie internetowym Bóg ma atrybuty, cechy zarówno człowieka, jak i siły nadprzyrodzonej. Jest specjalistą, przewodnikiem, pomocnikiem i przyjacielem człowieka, kimś bliskim człowiekowi, kimś zachowującym się w podobny sposób do niego (ma banana na twarzy), ale jest również utożsamiany z elementami przyrody: wodą, powietrzem, słońcem, światłem, ogniem. Kreacja Boga jest budowana

⁴⁴ J. Kowalewska-Dąbrowska, *Językowy obraz Boga i człowieka w poezji Jana Twardowskiego*, op. cit., s. 61.

w różny sposób, jednak dużą rolę w tym procesie odgrywają czasowniki, które tworzą metaforyczny obraz, np. wymazuje, kasuje, wyprowadza, wypełnia, napelnia, rozświetla, rozpala, nadmuchuje itp.

W niektórych kontekstach obraz Boga jest tożsamy ze skonwencjonalizowanym wizerunkiem znanym z kazań, Biblii (głównie ze Starego Testamentu) czy frazeologii: woda – „ja jestem wodą”; ogień – Bóg ukazany jako płonący krzew; wyodrębnione cechy Boga, jak twórczość i kreatywność (znane z Księgi Rodzaju). Jednak można również zaobserwować konteksty, z których wynika, że obraz Boga uległ wielu zmianom i przeobrażeniom. Jego kreacja staje się dostosowana do czasów, w których żyjemy (kasowanie, usuwanie subskrypcji). Bóg staje się bliski współczesnemu człowiekowi (to whisky – alkohol, który jest często spożywany). Przeobrażenia wizerunku Boga wiążą się również z przeobrażeniami dyskursu religijnego, w którym coraz częściej pojawiają się elementy języka potocznego. Język o. Adama Szustaka jest bardzo ekspresyjny i obrazowy, bogaty zarówno w metafory, jak i liczne potoczmy: coś odpowiednio nas **jarające**; Bóg nie jest **bubelarzem**/ Nie potrafi zrobić **bubla**; tak jakbyś **nie ogarniał** tego, co wypijeś, noc myśli **kurde** ja jestem dniem czy niech wam **gęby** zajaśnieją. Taki zabieg przyciąga szerokie grono odbiorców i sprawia, że zaprezentowana we vlogach kreacja Boga jest oryginalna. Jednak obraz Istoty Boskiej jest budowany zawsze w odniesieniu do człowieka i można go przedstawić za pomocą opozycyjnych względem siebie kategorii znaczeniowych: Ciemność – Jasność, Pustka – Pełnia (wypełnienie), Pragnienie – Nasycenie, Chłód – Ogrzanie, Duszenie się – Powietrze, Zepsucie – Naprawienie, Błądzenie – Prowadzenie.

Bibliografia

1. Dyszak A., *Językowe wyrażenia zjawisk jasności i ciemności*, Bydgoszcz 2010.
2. Dziewońska-Kiss D., *Językowy obraz czterech żywiołów w polskiej i węgierskiej frazeologii*, „Studia Slavica Savariensia” 2013, nr 1-2, s. 185-197.
3. Ferreira-Fernandez K., *Internet jako narzędzie rewitalizacji wspólnoty kościoła katolickiego*, [w:] *Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M. F. Zaniewska, Białystok 2020, s. 153-163 (s. 154).
4. Gazdecka E., *Religia w mediach. Dyskurs religijny, a język mediów na tle przemian kulturowych w Rosji i w Polsce*, [w:] *W kręgu zagadnień semantyki i stylistyki tekstu*, red. A. Piasecka, I. Blumental, Łódź 2014, s. 189-198.
5. Grabowska M., *Językowa analiza obrazu Boga w perspektywie wartości i potrzeb człowieka na podstawie wywiadów bezpośrednich*, [w:] *Słowo, doświadczenie, tajemnica*, red. J. Kempa, M. Gigłok, Gdańsk 2015, s. 71-83.

6. Grych K., *Pismo chińskie jako reprezentacja rzeczywistości. Rekonstrukcja językowego obrazu ognia utrwalonego w znakach chińskich*, „Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów UJ” 2018, nr 22 (3), s. 7-20.
7. Hajduk-Nijakowska J., *Żywioł i kultura*, Opole 2005, s. 42.
8. Janoszczyk J., *Obraz(y) Boga w kazaniach*, „Etnolingwistyka” 2016, vol. 18, s. 297-302
9. Jastrzębska-Golonka D., *Językowy obraz Istoty Boskiej w powieściach Doroty Terakowskiej Poczwarzka i Samotność Bogów*, „Język-Szkoła-Religia” 2018, nr 3, s. 36-47.
10. Kępka I., *Obraz Boga w Raju Kaczmarskiego*, „Studia Językoznawcze” 2019, t. 18, s. 78.
11. Kochmańska W., *Obraz czł(owi)eka w tekstach przysłów polskich*, „Studia Językoznawcze” 2020, t. 19, s. 191-203.
12. Kopaliński W., *Słownik mitów i tradycji kultury*, Warszawa 2003.
13. Kopeć U., *Językowy obraz przyjaźni w wypowiedziach licealistów klas pierwszych*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis” 2008, nr 62, s. 187-196.
14. Kowalewska-Dąbrowska J., *Językowy obraz Boga i człowieka w poezji Jana Twardowskiego*, Gdańsk 2008, s. 69.
15. Kowalewska-Dąbrowska J., *Życie to droga, czyli którąś do Ciebie*, „Stylistyka i Kożyna” 2005, t. 14, s. 622 (s. 615-633).
16. Ożóg K., *Opozycja światło-ciemność w języku i kulturze (wybrane zagadnienia)*, [w:] *Zmysły. Aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, K. Ożóg, R. Słabczyński, Rzeszów 2017, s. 17-33.
17. Pietrzyk B., *Obraz w sieci – kreowanie wirtualnego wizerunku za pomocą wideoblogów*, [w:] *Czy obrazy rządzą ludźmi*, red. A. Kampka, A. Kiryłow, K. Sobczak, Warszawa 2017, s. 298-312.
18. Różańska B., „*Całe wodne wre i ryczy piekło*”. *O językowej kreacji żywiołu wody w poezji Adama Asnyka*, „Słowo. Studia językoznawcze” 2016, nr 7, s. 239-240.
19. Raś D., *Chrześcijanin multimedialny – śladami wideoblogerów katolickich*, „Studia Socialia Cracoviensa 9”, nr 2, s. 97-112.
20. Rybka M., Sławek J., *Imię Twoje [...] Im bardziej puste, tym bliższe prawdy. O nie-nazywaniu Boga w poezji Zbigniewa Jankowskiego*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2014, nr 27, s. 145-161.
21. Sierocki R., *Praktykowanie religii w nowoczesnych mediach. Katolicka przestrzeń Facebooka*, Toruń 2018.
22. Sławek J., *Wierzę, to znaczy ukrywam się w Tobie – językowy obraz Boga w poezji Anny Kamińskiej*, „Roczniki Humanistyczne” 2010, nr 58, s. 201-216.
23. Szostak K., *Językowo-kulturowy obraz Boga we frazeologii i paremiologii*, Warszawa 2006.
24. Wierzbicka A., *Kocha, lubi, szanuje. Medytacje semantyczne*, Warszawa 1971.
25. Wojtak M., *Dyskurs religijny w mediach. Próba rekonesansu*, [w:] *Dyskurs religijny w mediach*, red. D. Zdunkiewicz-Jedynak, Tarnów 2010, s. 7-30.
26. Wysoczański W., *Językowy obraz świata w porównaniach zleksykalizowanych na materiale wybranych języków*, Wrocław 2006.
27. Zdunkiewicz-Jedynak D., *Czy zagraża nam język popchrześcijaństwa? O nowych zjawiskach w polskim dyskursie religijnym pierwszych dekad XXI wieku*, „Artes Humanae” 2016, vol. 1, s. 125-140.

Źródła internetowe

1. <https://www.youtube.com/user/Langustanapalmie/videos>.
2. <https://sjp.pwn.pl/sjp/przewodnik;2511619.html>.
3. <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/wypelniac;5521306.html>.

4. <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/napelniac;5455634.html>.
5. <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/napoic;5455717.html>.
6. <https://sjp.pwn.pl/sjp/napeczniec;2486690.html>.
7. <https://sjp.pwn.pl/szukaj/przesi%C4%85kni%C4%99ty.html>.
8. <https://sjp.pwn.pl/sjp/nadmuchac;2485780.html>.

**He only has the light within. About the linguistic creation of God in the Internet
discourse on the example of videoblogs by Father Adam Szustak**

Abstract

The article concerns the linguistic image of God in the Internet space on the example of the “Wstawaki” series published for several years on the “Langusta na Palmie” YouTube channel. The development of the Internet contributed to the dissemination of religious topic and to its transformations. The aim of the article is to try to answer the following questions: What image of God exists in the network? How is it conceptualized? Is it the same as the conventional image known from church sermons and the Bible? Has the internet space and the attempt to reach a wide audience changed the image of God, and thus led to the transformation of discourse on religion?

Keywords: vlog, linguistic image of God, metaphor, discourse on religion