

DANUTA KĘPA-FIGURA

GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – PROJEKT PROCEDURY BADAWCZEJ

1. GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH JAKO PROBLEM BADAWCZY

Zasadniczym celem niniejszego artykułu jest omówienie propozycji procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych¹. O zasadności realizacji tego celu decyduje, po pierwsze, społeczna istotność zagadnienia grzeczności jako problemu rozpatrywanego w kontekście relacji między językiem a społeczeństwem, które tego języka używa, czy szerzej – w kontekście relacji między komunikacją a społecznościami, w ramach których ta komunikacja zachodzi². Po drugie, istotność naukowa wynikająca nie tylko z potrzeby uzupełnienia luki poznawczej, lecz także z włączenia kwestii grzeczności w zakres zainteresowań polskiej mediolingwistyki.

Szczególnym walorem projektowanej procedury (zarówno naukowym, jak i praktycznym) jest przy tym przeznaczenie jej do analizy mediów spo-

Dr hab. DANUTA KĘPA-FIGURA, prof. UMCS – Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Politologii i Dziennikarstwa, Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach, Katedra Dziennikarstwa; adres do korespondencji: ul. Głęboka 45, 20-612 Lublin, pokój nr 5.58, e-mail: danuta.kepa-figura@mail.umcs.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8753-6980>.

¹ Wstępna wersja tej procedury została wyłoniona w toku analizy typowego polilogu prowadzonego za pośrednictwem mediów społecznościowych (*Linguistic politeness in Polish*). W niniejszym opracowaniu procedura ta została dopełniona i osadzona metodologicznie.

² Badacze funkcjonowania języka w przestrzeni medialnej (por. np. Grzenia, „Zasady” 310-345; Grzenia, *Komunikacja*; Gajda 25-31), w tym badacze deklarujący przyjęcie perspektywy mediolingwistycznej (Skowronek, „Media” 97-105), konstatują, że katalizatorem zmian współczesnej polszczyzny było powstanie mediów społecznościowych, ponieważ mają one cechy, których nie miały dotąd żadne inne media. Co więcej, już w 2001 r. Kazimierz Ożóg za przyczynę zmian polskiej etykiety językowej uznał nie tylko demokratyzację społeczeństwa polskiego po 1989 r., lecz także internetyzację kontaktów międzyludzkich i wyróżnił nową konwencję grzecznościową, tzw. grzeczność komputerową, inaczej „grzeczność kultury konsumpcyjnej” (*Polszczyzna* 80-84).

lecznościowych – przestrzeni komunikacyjnej stosunkowo nowej, dynamicznie rozbudowującej się i silnie oddziałującej na współczesne relacje społeczne. Muszę zaznaczyć, że z konieczności – chcąc zachować precyzję i zapewnić omawianej procedurze aplikacyjną skuteczność – zawężam sposób rozumienia mediów społecznościowych do serwisów, portali społecznościowych, komunikatorów. Uzasadnieniem tej decyzji są dwa, powiązane ze sobą, argumenty. Po pierwsze, serwisy te mają duży potencjał wspólnototwórczy, będący warunkiem uwzględnienia perspektywy grzeczności traktowanej jako zbiór zasad obowiązujących w ramach określonej wspólnoty. W działaniu tych serwisów najpełniej zrealizowała się idea społeczności wirtualnych, czyli „social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace” (Rheingold 347). Po drugie, serwisy społecznościowe są najpopularniejszą postacią mediów społecznościowych³. Jako takie mają największy wpływ na internetowe praktyki komunikacyjne, a w konsekwencji na pozainternetowe praktyki komunikacyjne, także w zakresie kształtowania zasad grzeczności.

Podjmując decyzję o wąskim rozumieniu *mediów społecznościowych*, przyjmuję perspektywę potoczną, uwarunkowaną praktyką komunikacyjną użytkowników tych mediów, a uruchamianą chociażby w odczytywaniu stwierdzenia *jestem w mediach społecznościowych* jako deklaracji korzystania z serwisów społecznościowych, przede wszystkim Facebooka, Instagramu, YouTube’a, Twittera⁴. Uznając te serwisy za prototypowe media społecznościowe, projektowaną procedurę prymarnie przeznaczam do analizy Facebooka jako najbardziej popularnego z serwisów⁵. Uwzględniam zatem

³ Badania popularności mediów społecznościowych są przeprowadzane dość często. Wyniki badań z lat 2018-2021 są dostępne na stronach: SocialPress (socialpress.pl/2018/06/15-najpopularniejszych-portali-spoecznościowych-na-swiecie, dostęp 20.05.2021), Money.pl (www.money.pl/gospodarka/media-spoecznościowe-ktore-wybieraja-polacy-6529596997314689a.html, dostęp 20.05.2021), Empemedia. Skuteczna komunikacja (empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/, dostęp 20.05.2021).

⁴ Wyrażenie *media społecznościowe* może być traktowane przez profesjonalistów jako kategoria hiperonimiczna, w której zakres wchodzi różnego rodzaju internetowe aplikacje, opierające się na ideologicznych i technologicznych podstawach Web 2.0, umożliwiające tworzenie oraz wymianę treści wygenerowanych przez użytkowników (Levinson; Koszembar-Wiklik 9-22; por. też Wikipedia jako zbiór tekstów tworzonych przez osoby, dla których Internet jest środowiskiem naturalnym).

⁵ O utrzymującej się popularności Facebooka w polskiej przestrzeni komunikacyjnej świadczy podobieństwo wyników badań przeprowadzonych w maju 2018 r. (przez dreamgrow.com – wyniki: socialpress.pl/2018/06/15-najpopularniejszych-portali-spoecznościowych-na-swiecie, dostęp 20.05.2021), na początku 2020 r. (przez serwis Hootsuite – wyniki: www.money.pl/gospodarka/







właściwości Facebooka⁶, takie jak: polilogowość i asynchroniczność; bycie przykładem „piśmienności oralnej” („wtórnej piśmienności”); „ekskluzywność” funkcjonowania. Pisząc o „ekskluzywności”, mam na myśli to, że uczestniczenie w komunikacji zachodzącej za pośrednictwem Facebooka, mimo pozorów pełnej powszechności, nie jest dostępne w tym samym stopniu dla wszystkich użytkowników języka, zarówno ze względu na obwarowania techniczne, jak i na trudności w dekodowania wypowiedzi, wynikające z praktyki przyjmowania przez te wypowiedzi określonej formy. Formy charakteryzującej się skrótowością, przekształceniami zapisu, stosowaniem kodu niewerbalnego (np. emotikonów), stosowaniem słownictwa socjolektalnego, hipertekstowością, multimodalnością, „wielokierunkowo[ścią] tematyczn[ą] rozmowy” (por. Karwatowska i Jarosz 234-240), a także specyficznym ustrukturyzowaniem⁷.

W konsekwencji, ze względu na multimodalny charakter tekstów, dla których środowiskiem naturalnym są media społecznościowe, a także aby podkreślić, że multimodalność jest immanentną cechą komunikacji międzyludzkiej, mówiąc o grzeczności w mediach społecznościowych, pomijam przydawkę *językowa*⁸. Jednocześnie muszę zaznaczyć, że za teoretyczny i analityczny kontekst badań nad grzecznością uznaję lingwistyczne badania nad grzecznością językową, prowadzone z uwzględnieniem perspektyw socio-

media-społecznościowe-które-wybijają-polacy-6529596997314689a.html, dostęp 20.05.2021) oraz w styczniu 2021 r. (przez Hootsuite – wyniki: empemedia.pl/social-media-w-polsce-2021-nowy-raport/, dostęp 20.05.2021).

⁶ Tym samym realizuję sformułowany przez Bogusława Skowronka postulat: „Mediolingwista na wstępie postępowania badawczego powinien zawsze określić, jak rozumie konkretne medium i jego przekaz oraz w jakich relacjach intermedialnych je lokuje” („Technologia” 14).

⁷ O specyfice tej struktury decydują techniczne uwarunkowania Facebooka. Typowa dyskusja składa się z komentarzy pierwszego, drugiego i trzeciego poziomu. Frazy poziomu drugiego, odnoszą się do określonych komentarzy poziomu pierwszego, a frazy poziomu trzeciego – do określonych komentarzy poziomu drugiego. Komentarze poziomów pierwszego i drugiego przyjmują formę werbalną lub pozawerbalną, a komentarze poziomu trzeciego – również ze względu na techniczne możliwości Facebooka – wyłącznie pozawerbalną. Są to autonomiczne komunikaty ikoniczne, tzw. reakcje, które można wybrać z listy standardowo proponowanej przez Facebook:

 – „lubię to”  – „super”  – „ha ha”  – „wow”  – „przykro”  – „wrr”.

⁸ Choć multimodalność grzeczności jest dla językoznawców oczywista, tradycyjnie traktowana jest ona jako dopełniający problem *grzeczności językowej*. Badacze grzeczności piszą o transemiotyczności grzeczności językowej (Kita, *Językowe rytuały* 307; Kita, „Grzeczność” 193-212) oraz współdziałaniu zachowań werbalnych i niewerbalnych — ponadjęzykowych i niejęzykowych (Marcjanik, „Wstęp” 8; Marcjanik, *Grzeczność* 14). Skupiają się jednak przede wszystkim na multimodalności mowy. Pozawerbalne wykładniki grzeczności tekstu utrwalonego graficznie w przestrzeni komunikacji internetowej uwzględniła zajmująca się forami internetowymi Barbara Ścigała-Stiller (w pracy doktorskiej *Akty etykiety językowej na forach internetowych*).

lingwistycznej, pragmalingwistycznej i kultury języka⁹. W konsekwencji, deklarując zbudowanie projektu procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych, odnotowuję – po pierwsze – że w polskiej tradycji lingwistycznej kategorii *grzeczność językowa* i *etykieta językowa* są zazwyczaj uważane za synonimiczne, rzadziej zaś postuluje lub konstataje się ich rozróżnienie (Sikora 10; Kita, „Grzeczność”). Po drugie, w językoznawczych ujęciach grzeczności językowej, w których jest ona objaśniana jako „Zachowania językowe i/lub niejęzykowe, których w danej sytuacji mówienia zaniechać nie wypada” (Marcjanik, *Grzeczność* 8), zbiór „przyjętych w danej społeczności wzor[ów] językowych zachowań grzecznościowych, zwyczajowo przyporządkowanych określonym sytuacjom pragmatycznym” (Marcjanik, *Grzeczność* 12)¹⁰, „rodzaj racjonalnej współpracy partnerów komunikacji” (Marcjanik, *Grzeczność* 20) odnajduję inspirację dla szerokiego rozumienia *grzeczności* – jako zjawiska, które nie ogranicza się do uprzejmości komunikacyjnej, lecz obejmuje językowe i pozajęzykowe sposoby budowania relacji międzyludzkich, których celem jest podtrzymanie komunikacji. Tylko niektóre z tych relacji budowane są na fundamencie uprzejmości. Zasadniczą podstawą grzeczności jest respektowanie przyzwyczajęń adresata, dostosowanie się do jego oczekiwań. Tym samym zmieniam perspektywę badawczą z normatywnej na deskryptywną¹¹.

Konsekwencją przyjęcia szerokiego rozumienia *grzeczności językowej* jest włączenie do zasobu wzorów zachowań językowych danych trzech typów: formalno-stylistycznych, pragmatycznych (wykraczających poza dane

⁹ Rezygnując z omówienia stanu badań nad grzecznością językową ze względu na ograniczenie objętości artykułu, do niektórych opracowań problemu grzeczności będę się odwoływała, projektując poszczególne etapy analizy grzeczności w mediach społecznościowych.

¹⁰ Małgorzata Marcjanik jest niezwykle konsekwentna w sposobie rozumienia grzeczności językowej. Posługiwała się nim już w publikacji „Etykieta językowa” (271-281) z 1993 r., a potem m.in. w artykule „Współczesna etykieta językowa” (115-119) z 2015 r.

¹¹ Taki sposób rozumienia grzeczności zaproponowałam w napisanym w 2019 r. artykule „Politeness in Polish social media”. Wsparcie dla takiego sposobu myślenia odnajduję w pracach rosyjskiej lingwistki Lilii Duskayevej („Rechevoy [Речевой]” 235-238; „Introduction”). Petersburska badaczka jednak, mając na myśli system zasad organizujących przebieg interakcji w mediach masowych, używa terminu *etykieta językowa* („Нам представляется, вежливость – это ориентир, характеризующий и оценивающий качество речевого взаимодействия, а речевой этикет – система норм организации речевого поведения: способов начального установления контакта, продолжения взаимодействия и завершения коммуникации – в онлайн-группе”, Duskayeva, „Introduction”). A co więcej, procedurę badawczą tej szeroko rozumianej etykiety ogranicza do analizy form służących nawiązaniu kontaktu (np. powitania), wsparcia interakcji (np. pochwały i potępienia), zakończenia kontaktu (np. pożegnania) (Duskayeva, *Fundamentals*).

stylistyczne) i społeczno-kulturowych. Taki sposób rozumienia grzeczności językowej implikuje trzyetapowość analizy.

GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

– PIERWSZY ETAP PROCEDURY BADAWCZEJ:

ANALIZA FORMALNO-STYLISTYCZNYCH WZORÓW ZACHOWAŃ JĘZYKOWYCH

Punktem wyjścia badań nad grzecznością w mediach społecznościowych powinno być poddanie ich oglądowi pod kątem występowania grzecznościowych form mowy (grzecznościowych zwrotów, aktów, gatunków) oraz towarzyszących im (lub zastępujących je, lub będących ich substytutem) zachowań ponadjęzykowych i niejęzykowych (por. Marcjanik, *Grzeczność* 14), a także pod kątem obowiązującego w nich wariantu stylistycznego. O bazowym charakterze tego etapu świadczy praktyka analityczna polskich badań nad grzecznością językową, publikacyjnie zainicjowanych w latach 90. XX wieku (por. przede wszystkim: Ożóg, *Zwroty*; Marcjanik, „Normy” 77-82; Anusiewicz, i Marcjanik; Marcjanik, „Etykieta”; Marcjanik, „Granice” 375-383; Grybosiowa, „Przyczyny”) oraz ich XXI-wiecznych kontynuacji (m.in. Grybosiowa, „Nowe sytuacje” 3-8; Grybosiowa, „Destrukcyjna” 31-37; Marcjanik, „Zmiany”; Marcjanik, „Etykieta”; Marcjanik, „Wielkie zmiany”; Ścigała-Stiller; Wojtak).

Zwroty grzecznościowe są najbardziej oczywistym wyróżnikiem grzeczności. Mają one moc adresowania wypowiedzi i są stylistycznie nacechowanymi składnikami złożonych grzecznościowych form mowy, takich jak

powitania, (...) przedstawianie się i przedstawianie komuś kogoś, życzenia, gratulacje, życzenia współczucia, częstowanie, zaproszenia, deklaracje pomocy, komplementy i pochwały, przejście na ty, toasty, podziękowania, przeproszenia, pożegnania. (Marcjanik, *Grzeczność* 7)

Te „złożone” formy są zazwyczaj opisywane z wykorzystaniem Austinowskiej kategorii *akt mowy*, co pozwala na rozróżnienie bezpośrednich i pośrednich aktów grzecznościowych. Wydaje się jednak, że większe korzyści może przynieść spojrzenie na złożone formy grzecznościowe w kategoriach gatunku mowy (por. Kępa-Figura, „Gatunek”). Mówiąc o grzecznościowych gatunkach mowy, można bowiem uwzględnić kulturowy kontekst poszczególnych form grzecznościowych. Jeśli przyjmiemy, że „[n]adajemy naszym myślom różnorodne formy gatunkowe, nie podejrzewając nawet ich funk-

cjonowania” (Bachtin 373) i spojrzymy na gatunek mowy jako na „«formę mówienia» kultury” (Wierzbicka 228), analizę mediów społecznościowych pod kątem występowania w nich grzecznościowych gatunków mowy będziemy mogli potraktować jako drogę do odkrycia specyfiki wspólnot, dla których przestrzenią komunikacyjną są media społecznościowe. Podobny walor ma analiza stylistycznego ukształtowania wypowiedzi.

Przekonując o istotności tego etapu procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych, odwołam się do wyników pilotażowej analizy facebookowego polilogu (Kępa-Figura, „Linguistic politeness”). Co symptomatyczne, w polilogu tym nie występują skonwencjonalizowane zwroty grzecznościowe. Funkcja adresowania jest realizowana dwojako. Tradycyjnie – za pomocą osobowych nazw własnych, zaimków osobowych *ty*, *wy*, *my* oraz czasowników w 2. osobie liczby pojedynczej lub mnogiej oraz w 1. osobie liczby mnogiej. Innowacyjnie – z wykorzystaniem technicznych możliwości mediów społecznościowych, przez nadanie osobowej nazwie własnej mocy linku aktywacyjnego. Dzięki temu zabiegowi nazwa osobowa funkcjonuje na podobieństwo adresu w tradycyjnej poczcie papierowej – przyjmuje postać mianownika i ma zapewnić dostarczenie wypowiedzi do adresata. Zabieg ten może być rozpatrywany jako grzecznościowy, ponieważ wypada go zastosować, jest on jednym ze sposobów budowania relacji międzyludzkich.

Oba typy form adresatywnych wykorzystywane są w grzecznościowych gatunkach mowy. Grzeczność polegająca na wyborze określonych gatunków mowy ma liczne, ale ograniczone formalnie reprezentacje. Dominującym gatunkiem grzecznościowym jest pochwała/komplement. Przy tym poszczególne grzecznościowe gatunki mowy są realizowane specyficznie, z wykorzystaniem środków werbalnych i pozawerbalnych. Funkcję powitania przejmują zwroty adresatywne, a inne gatunki grzecznościowe (np. podziękowanie i komplement/pochwała) rzadko są reprezentowane werbalnie – zazwyczaj przyjmują postać emotikonów (👍 – „lubię to”; ❤️ – „super”; 🤩 – „wow”). Patrząc na poszczególne realizacje gatunków grzecznościowych jako na *akty mowy*, należy podkreślić, że nie każdy uczestnik forum będzie mógł określić, który z komunikatów ikonicznych ma charakter aktu bezpośredniego, a który pośredniego.

Analiza formalna powinna doprowadzić do konstatacji dotyczących stylistycznego ukształtowania wypowiedzi. Celem cząstkowym tego etapu analizy jest zweryfikowanie przekonania o akceptowanym sposobie ukształtowania stylistycznego przekazu w poszczególnych reprezentacjach mediów społeczno-

ściowych. Szeroko zakrojone analizy powinny zweryfikować tezę o potoczności, skrótowości i familiarności mediów społecznościowych. Przeprowadzając te analizy, należy wziąć pod uwagę stylistyczną specyfikę wykorzystywanego słownictwa oraz zastosowanej konstrukcji dialogowej (polilogowej), a także wiedzę o uczestnikach interakcji, o łączących ich relacjach – kształtowanych indywidualnie lub konwencjonalnie.

3. GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

– DRUGI ETAP PROCEDURY BADAWCZEJ:

ANALIZA PRAGMATYCZNYCH WZORÓW ZACHOWAŃ JĘZYKOWYCH

Postulaty włączenia do grzeczności językowej pragmatycznych zasad prowadzenia rozmowy pojawiły się w klasycznych omówieniach zagadnienia (por. np. *Językowe rytuały grzecznościowe* Małgorzaty Kity, *Grzeczność w komunikacji językowej* Małgorzty Marcjanik i „Współczesna polska grzeczność językowa a postmodernizm” Kazimierza Ożoga). Innowacyjnością drugiego etapu procedury badawczej projektowanej w niniejszym artykule jest zarówno przejście na poziom praktyki analitycznej, jak i wybór źródeł, które tę praktykę uzasadniają. Badacze grzeczności językowej, mówiąc o pragmatycznym wymiarze grzeczności, mają na myśli różnego rodzaju teorie grzeczności (modele, koncepcje, maksymy grzeczności) (Żurek 33-41), które traktują jako bezpośrednie lub pośrednie kontynuacje teorii współpracy językowej Paula Grice’a (91-114). W niniejszym opracowaniu, nie poprzestając na spostrzeżeniu, że „[g]rzechność językowa należy do pragmatycznego wymiaru języka, bo jest zawsze językowym działaniem” (Ożóg, „Współczesna” 50), podstawę przeprowadzenia analizy grzeczności w mediach społecznościowych dostrzegam nie w kontynuacjach Grice’owskiej teorii współpracy językowej, lecz w samej tej teorii. W praktyce analizę pragmatycznych wzorów zachowań językowych opieram na ocenie zgodności wypowiedzi z maksymami składającymi się na zasadę współpracy językowej. Współpracę językową, polegającą na mówieniu na temat, dbaniu o jasność wypowiedzi, dostarczaniu odpowiedniej ilości prawdziwych informacji, traktuję jako wzór grzecznościowych zachowań językowych, wcielających ideę stosowności pragmatycznej.

Praktyczną weryfikacją zasadności włączenia tego etapu do procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych jest analiza Facebooka pod kątem zgodności z maksymą odniesienia przeprowadzona przez

Alenę Podviazkinę (121-138). Jej efektem jest nie tylko potwierdzenie tez o tematycznej wielokierunkowości forów internetowych (por. Karwatowska i Jarosz 238) oraz o nadrzędności tematycznej „mówienia o sobie samym” (por. Ożóg, *Polszczyzna* 80-84), lecz – co istotniejsze – odkrycie, że taka praktyka komunikacyjna jest traktowana jako norma grzecznościowa, także jako norma grzeczności utożsamianej z uprzejmością. Z kolei ocena facebookowego polilogu pod kątem respektowania maksym odniesienia, sposobu, ilości i jakości pokazała, że podstawową formą wypowiedzi na forum są akty mowy pośrednie (Kępa-Figura, „Linguistic politeness”), inicjujące wnioski skierowane pragmatycznie.

Weryfikowanie sposobu realizacji zasady współpracy językowej jako metody na odkrycie właściwości grzeczności językowej obowiązującej w mediach społecznościowych wiąże się z myśleniem o grzeczności jako o sposobie manifestowania pożądanego stosunku nadawcy do odbiorcy, postępowania zgodnego z oczekiwaniami odbiorcy. W tym przypadku – zgodnego z poszczególnymi maksymami składającymi się na zasadę współpracy językowej.

4. GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – TRZECI ETAP PROCEDURY BADAWCZEJ: ANALIZA SPOŁECZNO-KULTUROWYCH WZORÓW ZACHOWAŃ JĘZYKOWYCH

Oba wcześniejsze etapy analizy należy traktować jako podstawę oglądu danej przestrzeni komunikacyjnej (w naszym przypadku mediów społecznościowych) pod kątem obowiązywania w niej zasad o charakterze pozajęzykowym – komunikacyjno-psychologicznych i kulturowych. Sformułowanie tych zasad można traktować jako etap wyciągnięcia wniosków z analiz etapów pierwszego i drugiego. Można jednak także przyjąć perspektywę analityczną – zadać pytanie o właściwości wspólnot komunikacyjnych, które akceptują określone zasady. Deskryptywność tego ujęcia zasadza się na konstatacji zgodności lub odmienności zasad składających się na grzeczność właściwą mediom społecznościowym z zasadami indukującymi kształt tradycyjnej grzeczności językowej¹², przy jednoczesnej rezygnacji z ich wartościującej hierarchizacji. Tu grzeczność jest rozumiana jako przejaw kompetencji kulturowej.

Mówiąc o tych zasadach, w najbardziej ogólnym planie mam na myśli teorie grzeczności, których sformułowanie było bezpośrednio lub pośrednio

¹² Kazimierz Ożóg nazywa tę grzeczność „starą” („Współczesna” 55).

motywowane Grice'owskimi spostrzeżeniami dotyczącymi pragmatycznej natury komunikacji: koncepcję uprzejmości Robin Lakoff, maksymy grzecznościowe Goeffreya N. Leecha, modele grzeczności Penelope Brown i Stephena Levinsona czy model grzeczności Rona Scollona i Suzann W. Scollon (Żurek 33-41), a w planie uwzględniającym specyfikę polskiej grzeczności językowej – modele grzeczności sformułowane przez Kazimierza Ożoga (*Zwroty* 12; *Polszczyzna* 76-78) oraz Małgorzatę Marcjanik („Zmiany” 85).

Wstępny ogląd mediów społecznościowych (Kępa-Figura, „Linguistic politeness”) pokazuje na przykład, że z trzech komunikacyjno-psychologicznych zasad tradycyjnego modelu polskiej grzeczności językowej wyróżnionych przez Małgorzatę Marcjanik – „symetryczności zachowań”, „solidarności z partnerem” i „bycia podwładnym” – w facebookowym polilogu obowiązują dwie pierwsze. Przejawem zasady „symetryczności zachowań” jest praktyka reagowania adresatów na frazy do nich skierowane (niezależnie od formy aktu adresowania jego skutkiem jest zazwyczaj werbalny lub ikoniczny komentarz adresata) oraz zgodność tonacji stylistycznej fraz w dialogu. Z kolei zasada „solidarności z partnerem” przybiera postać manifestacji zgodności poglądów z poglądami partnera komunikacji. Specyficznym przejawem stosowania się do tej zasady są pozytywne, akceptujące emotikony, nie zawsze jednak można określić, czy emotikony negatywne są przejawem naruszenia tej zasady. Co ciekawe, zasada „solidarności z partnerem” ustępuje niekiedy przed zasadą „dystansu komunikacyjnego”, a trzecia z tradycyjnych zasad komunikacyjno-psychologicznych wymienianych przez Marcjanik – zasada „bycia podwładnym” – jest zastępowana zasadą określaną przeze mnie jako zasada „równości komunikacyjnej”. Biorąc pod uwagę te spostrzeżenia, można odnieść się do charakterystyki nowego typu grzeczności wyróżnionego przez Kazimierza Ożoga – tzw. grzeczności komputerowej (*Polszczyzna* 80-84). Wydaje się, że choć grzeczność ta nie realizuje w pełni tradycyjnego modelu grzeczności, to jednak na tym modelu bazuje. Na przykład, choć zmienił się sposób realizacji zasady „życzliwości wobec rozmówcy”, to sama zasada jest respektowana, mimo akceptowania zasady „skupienia się na własnej osobie”¹³.

Wymienione zasady komunikacyjno-psychologiczne współgrają z zasadami kulturowymi. W mediach społecznościowych nie obowiązują istotna

¹³ Również analiza etykiety językowej na forum internetowym przeprowadzona przez Barbarę Ściągłę-Stiller pokazała, że „grzecznościowe akty mowy służą przede wszystkim manifestowaniu więzi społecznych, realizując przy tym podstawowe zasady grzeczności – zasadę życzliwego traktowania partnera dialogu oraz zasadę współodczuwania” (Ściągła-Stiller 199).

dla tradycyjnej grzeczności językowej „polska/męska kurtuazja wobec kobiet”, a „nastawienie na szczerść rozmowy” zamiast tradycyjnej formy zwierzenia, zapewniającej efekt ciepła komunikacyjnego, przyjmuje postać wymiany opartej na łamaniu różnego rodzaju reguł (m.in. reguł poprawności językowej, stosowności językowej i pozajęzykowej), której osnową jest ludyczność. I ludyczność tę można uznać za grzecznościową zasadę kulturową właściwą mediom społecznościowym.

5. PODSUMOWANIE

Zasadniczym celem niniejszego artykułu było omówienie projektu procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych. Zarówno samym podjęciem się realizacji tego celu, jak i sposobem jego realizacji włączyłam kwestię grzeczności w zakres zainteresowań polskiej mediolingwistyki jako subdyscypliny zajmującej się badaniami nad „wszelkie[go rodzaju] zjawiska[mi] lingwistyczn[y]mi, których kształt oraz funkcje określają poszczególne media”, subdyscypliny charakteryzującej się „[t]ransdyscyplinarność[cią], a więc też „brak[iem] stabilności przedmiotowo-problemowej i teoretyczno-metodologicznej” (Skowronek, „Technologia” 11)¹⁴. Zgodnie z postulatami Bogusława Skowronka („Technologia” 14) uwzględniłam sposób rozumienia medium, którego przestrzeń była przedmiotem mojego zainteresowania. Przyjmując perspektywę potoczną, zawęziłam zakres mediów społecznościowych do serwisów społecznościowych, a za najbardziej reprezentatywny przykład tych serwisów uznając Facebook, wzięłam pod uwagę jego właściwości.

Mając świadomość, że procedura badawcza grzeczności w mediach społecznościowych jest ściśle powiązana ze sposobem myślenia o grzeczności, zaproponowałam szerokie rozumienie grzeczności oraz przyjęcie w badaniach nad nią postawy deskryptywnej. Rezygnując z postawy normatywnej, zasadzającej się na wskazywaniu odstępstw od zasad grzeczności tradycyjnej, obowiązującej w komunikacji pozainternetowej (por. np. Wojtak; Dąbrowska 117-127; Norwa 11-27), poszłam tropem badaczy, którzy, zajmując się grzecznością językową w komunikacji internetowej, skupili się na wyróżnieniu zasad regulujących komunikację w Internecie (por. np.

¹⁴ Podobny sposób myślenia o mediolingwistyce deklarują mediolingwiści rosyjscy (Duskayeva, „Medialingvistika [Медиалингвистика]” 61-63; Duskayeva, „Predisloviye [Предисловие]” 27-28).

Budzik 227-238; Naruszewicz-Duchlińska, „O internetowych”; Naruszewicz-Duchlińska, *Internetowe*; Naruszewicz-Duchlińska, *Kultura*; Karwatowska i Jarosz 230-242). Deskryptywność postawy badawczej, polegającą na konstataowaniu odmienności, potraktowałam jako punkt wyjścia, po pierwsze, do mówienia o wielości różnych modeli grzeczności językowych (konkurujących ze sobą w ramach wspólnoty kulturowej języka polskiego, obowiązujących w ramach poszczególnych społeczności – w tym wspólnoty użytkowników mediów społecznościowych). Po drugie, poszukiwałam podobieństw tych alternatywnych modeli leżących u źródeł zasad z pozoru całkowicie odmiennych.

Przyjmując postawę deskryptywną, szeroko rozumianą grzeczność scharakteryzowałam jako zbiór językowych i pozajęzykowych sposobów/zasad budowania relacji międzyludzkich, których celem jest podtrzymanie komunikacji. W konsekwencji zaproponowałam, by procedura badań nad grzecznością w mediach społecznościowych objęła analizę wykorzystywanych w mediach społecznościowych formalno-stylistycznych wzorów zachowań językowych, pragmatycznych wzorów zachowań językowych i społeczno-kulturowych wzorów zachowań językowych. W tej trzyetapowej procedurze, umożliwiającej pokazanie społecznych, technologicznych i kulturowych uwarunkowań grzeczności w mediach społecznościowych, uwzględniłam najbardziej oczywiste przejawy grzeczności, takie jak zwroty adresatywne i grzecznościowe akty/gatunki mowy, w tym aspekt ich stylistycznej tonacji. Traktując je jako wizytówkę wspólnot wirtualnych, najwyraźniejszy ślad specyfiki tych wspólnot, zaproponowałam poszerzenie badań nad grzecznością obowiązującą w ich obrębie o uwzględnienie pragmatycznego aspektu współpracy komunikacyjnej. Doceniłam przy tym aplikacyjną wartość Grice'owskiej teorii współpracy językowej. Za wzór zachowań grzecznościowych obowiązujących w ramach wspólnoty wirtualnej, wcielających ideę stosowności pragmatycznej, uznałam respektowanie zasad odniesienia, ilości, jakości i sposobu na warunkach obowiązujących w danej wspólnocie, to znaczy na warunkach zgodnych z oczekiwaniami adresata danego zachowania komunikacyjnego. Respektowanie przyzwyczajęń adresata (jako członka wspólnoty wirtualnej), dostosowanie się do jego oczekiwań uznałam zresztą za fundament zarówno wszystkich szczegółowych zachowań grzecznościowych, jak i ogólnych zasad społeczno-kulturowych określających kształt interakcji. I to ten ostatni etap badań nad grzecznością jako wyróżnikiem wspólnoty wirtualnej uważam za szansę na spektakularne odkrycia – powierzchniowych i głębokich różnic i podobieństw komunikacji offline i online, współcześnie kategoryzowanych jako stara i nowa.

Korzystając z wcześniejszych cząstkowych analiz, można konstatować, że grzeczność obowiązująca na Facebooku charakteryzuje: rezygnacja z tradycyjnych formuł grzecznościowych, rezygnacja tradycyjnych realizacji grzecznościowych gatunków mowy, ukształtowanie stylistyczne odbiegające od wyobrażenia o komunikacji ocenianej jako grzeczna, manifestacyjna (i nie zawsze faktyczna) niezgodność poszczególnych analizowanych fraz z zasadami współpracy językowej i zasadami komunikacyjno-psychologicznymi oraz kulturowymi obowiązującymi w komunikacji tradycyjnej. O specyfice grzeczności wspólnot facebookowych decyduje: uzależnienie od technicznych uwarunkowań interakcji (czego przejawem jest np. adresowanie za pomocą odsyłaczy-linków, równorzędność komunikacyjna werbalnych i pozawerbalnych realizacji grzecznościowych gatunków mowy, a także dominacja ikonicznych reprezentacji poszczególnych grzecznościowych gatunków mowy); duży udział pośrednich aktów mowy, w których tonacji stylistycznej dominuje potoczność, skrótowość i familiarność; specyficzne respektowanie komunikacyjno-psychologicznych zasad „solidarności z partnerem”, „życzliwości wobec rozmówcy” i konkurencyjnych wobec nich – „dystansu komunikacyjnego” i „skupienia się na własnej osobie”, oraz zasad „symetryczności zachowań” i „równości komunikacyjnej”, a także zasad kulturowych – „nastawienia na szczerą rozmowę” i „prześmiewczego stosunku do rzeczywistości”. Wszystkie te prawidłowości mają charakter zasad grzecznościowych, ponieważ wypada je zastosować, a ich respektowanie zapewnia trwanie w komunikacji, czyli przynależność do wirtualnej wspólnoty.

W zakończeniu niniejszego artykułu nie może zabraknąć postulatów prowadzenia dalszych badań nad specyfiką grzeczności obowiązującej w mediach społecznościowych oraz rozwinięcia badań nad multimodalnym aspektem grzeczności. Drugi z postulatów jest uszczegółowieniem przekonania o konieczności intensyfikacji badań nad multimodalnością komunikacji międzyludzkiej, w tym komunikacji medialnej. Pierwszy natomiast może być rozumiany jako potrzeba prowadzenia badań porównawczych, uwzględniających techniczne, społeczne, pragmatyczne i kulturowe uwarunkowania poszczególnych wspólnot wirtualnych – polskojęzycznych i niepolskojęzycznych. Te badania porównawcze powinny być także podstawą rzetelnego omówienia relacji między internetowymi praktykami grzecznościowymi a praktykami pozainternetowymi – w tym weryfikacji spostrzeżenia, że różnice między grzecznością tradycyjną a grzecznością mediów społecznościowych nie są tak głębokie, jak można by było myśleć, a tym, co je łączy, to skrypt dostosowywania się do oczekiwań odbiorcy.

BIBLIOGRAFIA

- Anusiewicz, Janusz, i Małgorzata Marcjanik, redaktorzy. *Język a Kultura*, t. 6: *Polska etykieta językowa*, Wydawnictwo „Wiedza o Kulturze”, 1992.
- Bachtin, Michał. *Estetyka twórczości słownej*. Tłum. Danuta Ulicka, oprac. przekładu i wstęp Eugeniusz Czaplajewicz, Państwowy Instytut Wydawniczy, 1986.
- Budzik, Małgorzata. „Uwagi o kulturze komunikacyjnej w internecie”. *Norma a komunikacja*, red. Magdalena Steciąg, Marian Bugajski, Atut, 2009, ss. 227-238.
- Dąbrowska, Marta. „(Nie)grzeczność w mediach elektronicznych”. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego*, t. 62, 2006, ss. 117-127.
- Duskayeva, Lilya. „Fundamentals of The Research of Speech Etiquette in Polylogic Communication of Online Communities”. *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*, red. Lilya R. Duskayeva, Routledge, w druku.
- Duskayeva, Lilya. „Introduction”. *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*, red. Lilya R. Duskayeva, Routledge, w druku.
- Duskayeva, Lilya. „Medialingwistika”. *Medialingwistika v terminakh i ponyatnyakh: Slovar'-spravochnik*, red. Lilya R. Duskayeva, FLINTA [„Медиалингвистика”. *Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник*, red. Лилия Р. Дускаева, ФЛИНТА], 2018, ss. 61-63.
- Duskayeva, Lilya. „Predisloviye”. *Grammatika rechevykh deystviy v medialingvistik*, red. L.R. Duskayeva, V.I. Kon'kov, T.YU. Red'kina, Flinta [„Предисловие”. *Грамматика речевых действий в медиалингвистик*, red. Л.Р. Дускаева, В.И. Коньков, Т.Ю. Редькина, Флинта], 2019, ss. 9-28.
- Duskayeva, Lilya. „Rechevoy etiket v massmedia”. *Medialingwistika v terminakh i ponyatnyakh: Slovar'-spravochnik*, red. Lilya R. Duskayeva, Flinta [„Речевой этикет в массмедиа”. *Медиалингвистика в терминах и понятиях: Словарь-справочник*, red. Лилия Р. Дускаева, Флинта], 2018, ss. 235-238.
- Gajda, Stanisław. „Nowe media w perspektywie lingwistycznej”. *Styl – dyskurs – media*, red. Barbara Bogołębska i Monika Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2010, ss. 25-31.
- Grice, Paul. „Logika a konwersacja”. *Język w świetle nauki*, red. Barbara Stanosz, Czytelnik, 1980, ss. 91-114.
- Grybosiowa, Antonina. „Destrukcja tradycyjnego, polskiego modelu grzeczności. Nowe formuły globalne”. *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, red. Kazimierz Ożóg i Ewa Oronowicz-Kida, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2006, ss. 31-37.
- Grybosiowa, Antonina. „Nowe sytuacje – nowe zachowania grzecznościowe”. *Poradnik Językowy*, nr 2, 2002, ss. 3-8.
- Grybosiowa, Antonina. „Przyczyny zmian w polskim systemie adresatywnym”. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Linguistica*, nr 37, 1998, ss. 57-61.
- Grzenia, Jan. *Komunikacja językowa w Internecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.
- Grzenia, Jan. „Zasady komunikacji internetowej”. *Polszczyzna na co dzień*, red. Mirosław Bańko, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006, s. 310-345.
- Karwatowska, Małgorzata, i Beata Jarosz. „Forum internetowe, czyli (cyber)komunikacja o ograniczonym zasięgu społecznym”. *Język w internecie. Antologia*, red. Małgorzata Kita i Iwona Loewe, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2016, ss. 230-242.

- Kępa-Figura, Danuta. „Gatunek mowy „informacja” – czy to możliwe?”. *Komunikacja. Tradycja i innowacje*, red. Małgorzata Karwatowska i Adam Siwiec, 2013, ss. 222-236.
- Kępa-Figura, Danuta. „Linguistic politeness in Polish social media – an overview of the problem”. *Socjolingwistyka*, t. 35, 2021, ss. 171-193. DOI: <https://doi.org/10.17651/SOCJO LING.35.10>.
- Kita, Małgorzata. „Grzeczność wszystkim należy, lecz każdemu inna”: o wielości odmian grzeczności językowej”. *Postscriptum Polonistyczne*, nr 1, 2016, ss. 193-212.
- Kita, Małgorzata. *Językowe rytuały grzecznościowe*. Wyższa Szkoła Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych w Katowicach, 2005.
- Koszembar-Wiklik, Małgorzata. „Media społecznościowe w zarządzaniu komunikacją uczelni ze studentami”. *Kultura – Media – Teologia*, nr 21, 2015, ss. 9-22.
- Levinson, Paul. *Nowe nowe media*. Tłum. Maria Zawadzka, Wydawnictwo WAM, 2010.
- Marcjanik, Małgorzata. „Etykieta językowa”. *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, Wiedza o Kulturze, 1993, ss. 271-281.
- Marcjanik, Małgorzata. „Granice polskiej grzeczności językowej”. *Poradnik Językowy*, nr 7, 1993, ss. 375-383.
- Marcjanik, Małgorzata. *Grzeczność w komunikacji językowej*. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.
- Marcjanik, Małgorzata. „Normy regulujące językowe zachowania grzecznościowe”. *Przegląd Humanistyczny*, nr 7, 1990, ss. 77-82.
- Marcjanik, Małgorzata. „Wielkie zmiany przyjdą jutro. O przemianach w językowych obyczajach grzecznościowych”. *Język a Kultura*, t. 20: Tom jubileuszowy, red. Anna Dąbrowska, 2008, ss. 89-98.
- Marcjanik, Małgorzata. „Współczesna etykieta językowa – zmierzch wartości?”. *Studia Medioznawcze*, nr 4 (63), 2015, ss. 115-119.
- Marcjanik, Małgorzata. „Zmiany w etykiecie językowej ostatnich lat XX wieku”. *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. Jerzy Bralczyk i Katarzyna Mosiołek-Kłosinska, Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN, 2001, ss. 79-84.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina. *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, 2011.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina. *Kultura zachowań językowych w internecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN, 2019.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina. „O internetowych dobrych obyczajach językowych, tzw. netykiecie, na przykładzie grup dyskusyjnych (Usenetu)”. *Norma a komunikacja*, red. Magdalena Steciąg i Marian Bugajski, Atut, 2009, ss. 219-226.
- Norwa, Agnieszka. „Formuły grzecznościowe w korespondencji elektronicznej studentów do pracowników uniwersytetu”. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, t. 10, nr 3, 2014, ss. 11-27.
- Ożóg, Kazimierz. *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*. Stowarzyszenie Literacko-Artystyczne „Fraza”, 2001.
- Ożóg, Kazimierz. „Współczesna polska grzeczność językowa a postmodernizm”. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica*, t. 9, 2014. ep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/5095/AF167--05--Wspolczesna-polska-grzeczność--Ozog.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Dostęp 20.05.2021.

- Ożóg, Kazimierz. *Zwroty grzecznościowe współczesnej polszczyzny mówionej (na materiale języka mówionego mieszkańców Krakowa)*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1990.
- Podviazkina, Alena. „Polilog w mediach społecznościowych – tematyczna struktura tekstu a grzeczność językowa”. *Prace Językoznawcze* 22, nr 4, 2020, ss. 121-138.
- Rheingold, Howard. *Virtual community*. 2nd ed. The MIT Press, 2000.
- Ściagała-Stiller, Barbara. „Akty etykiety językowej na forach internetowych”. Praca doktorska 2012, doktorat3264.pdf (sbc.org.pl). Dostęp 20.05.2021.
- Sikora, Kazimierz. *Grzeczność językowa wsi*, cz. 1: *System adresatywny*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2010.
- Skowronek, Bogusław. „Media społecznościowe – nowe oblicze komunikacji medialnej?”. *Komunikacja ponad granicami. Prace dedykowane profesor Małgorzacie Kicie*, red. Maria Czempka-Wewióra, Aleksandra Kalisz i Magdalena Ślawska, Wydawnictwo Gnome, 2019, ss. 97-105.
- Skowronek, Bogusław. „Technologia. Multimodalność. Komunikacja. Nowe wyzwania dla mediolingwistyki”. *Współczesne media. Media multimodalne*, t. 1: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, red. Iwona Hofman i Danuta Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2018, ss. 11-19.
- Wierzbicka, Anna. „Akty i gatunki mowy w różnych językach i kulturach”. *Język – umysł – kultura*, red. Jerzy Bartmiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999.
- Wojtak, Maria. „O studenckiej ars epistolandi (pokłosie pewnych ćwiczeń z kultury języka)”. *Na językoznawczych ścieżkach. Prace ofiarowane Profesorowi Jerzemu Podrackiemu*, red. Agnieszka Mikołajczuk i Radosław Pawelec, Wydawnictwo Naukowe SEMPER, 2007, ss. 62-67.
- Żurek, Anna. „Teorie grzeczności językowej”. *Acta Universitatis Wratislaviensis*, nr 3143, „Kształcenie Językowe” 7 (17), 2008, ss. 33-43.

GRZECZNOŚĆ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – PROJEKT PROCEDURY BADAWCZEJ

Streszczenie

W artykule zaproponowano projekt procedury badań nad grzecznością w mediach społecznościowych. Uzasadniono przyjęcie szerokiego rozumienia grzeczności (jako zbioru językowych i pozajęzykowych sposobów/zasad budowania relacji międzyludzkich, których celem jest podtrzymanie komunikacji) oraz postawy deskryptywnej w badaniach nad tak rozumianą grzecznością. Uznawszy problem grzeczności w mediach społecznościowych za przedmiot zainteresowań mediolingwistyki, uwzględniono sposób rozumienia tego medium, a projektowaną procedurę prymarnie przeznaczono do analizy Facebooka. W rezultacie wyróżniono trzy etapy procedury analitycznej: analizę wykorzystywanych w mediach społecznościowych formalno-stylistycznych wzorów zachowań językowych (zwrotów adresatywnych i grzecznościowych aktów/gatunków mowy, w tym ich stylistyczną tonację), analizę pragmatycznych wzorów zachowań językowych (sposobu realizacji zasady współpracy językowej sformułowanej przez Grice’a) i analizę społeczno-kulturowych wzorów zachowań językowych.

Słowa kluczowe: grzeczność (językowa); media społecznościowe; serwisy społecznościowe; Facebook; mediolingwistyka.

POLITENESS IN SOCIAL MEDIA:
A DRAFT OF A RESEARCH PROCEDURE

S u m m a r y

This paper proposes a draft of a research procedure on politeness in social media. Firstly, a justification is provided for adopting a broad understanding of politeness (as a set of linguistic and extra-linguistic ways and principles of building interpersonal relations in order to maintain communication). Secondly, the descriptive stance in researching politeness as understood in this way is advocated for and justified. In analysing politeness in social media as a pivotal research topic in media linguistics, the way in which social media can be understood is explored. Thirdly, the research procedure is designed to analyse data extracted primarily from Facebook. The stages of the analytical procedure are then put forward: (a) an analysis of the formal-stylistic patterns of language behaviour in social media (phrases of address and speech acts and genres of politeness, including their stylistic tonality), (b) an analysis of the pragmatic patterns of language behaviour (the way in which Grice's principle of linguistic co-operation is implemented), and (c) an analysis of the socio-cultural patterns of language behaviour.

Keywords: (linguistic) politeness; social media; social networking sites; Facebook, media linguistics.