

Izabella Ławecka

## Modele komunikowania życzeń w mediach społecznościowych (na przykładzie wybranego materiału opublikowanego na Facebooku)

Celem rozprawy doktorskiej jest analiza modeli komunikowania życzeń na Facebooku. Badania pozwalają nie tylko zaprezentować zagadnienie aktu życzeń w nowych mediach, lecz także przyjrzeć się specyfice komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych. Rozważania oscylują między nurtem badań nad współczesnym językiem w Internecie, komunikacją marketingową, a także problemami z obszaru grzeczności językowej i konkretnych realizacji tradycyjnych aktów w przestrzeni internetowej.

Materiał badawczy zaprezentowano w kilku wybranych kontekstach, opierając się na schemacie składniowym czasownika *zyczyć*: KTOŚ<sub>1</sub> ŻYCZY KOMUŚ<sub>2</sub> CZEGOŚ Z JAKIEJŚ OKAZJI/PRZYCZYNY. Wyodrębniono tradycyjny model komunikowania oraz model komunikacji marketingowej. W modelu tradycyjnym wydzielono dwie perspektywy badawcze: typ asymetryczny relacji między partnerami, realizujący schemat składniowy, w którym KTOŚ<sub>1</sub> to konkretny użytkownik i KTOŚ<sub>2</sub> to konkretny użytkownik; a także typ symetryczny, realizujący schemat, w którym KTOŚ<sub>1</sub> to konkretny użytkownik, KTOŚ<sub>2</sub> to odbiorca zbiorowy. Komunikacja marketingowa odpowiada schematowi, w którym KTOŚ<sub>1</sub> to marka, KTOŚ<sub>2</sub> to odbiorca zbiorowy. Na podstawie obserwacji wydzielono osobną grupę, prezentującą inne modele komunikowania życzeń, wśród których znalazły się życzenia sterowane oraz życzenia pośredniczące.

Po każdym z wymienionych opisów poświęcono oddzielny rozdział na analizę nawiązywania komunikacji w danym modelu komunikowania, tak aby wykazać, że przedstawiane zjawisko wpisuje się w założenia żywej komunikacji. Badania dialogiczności mają charakter ilościowy i jakościowy.

Część teoretyczną pracy poświęcono m.in. opisowi czasownika *zyczyć* i nazywanego przez niego aktu mowy, życzeniom jako zachowaniu grzecznościowemu, sytuacji komunikacyjnej czy wirtualnym reakcjom odbiorcy życzeń.

Praca ma charakter interdyscyplinarny, łączy opis komunikatów pisemnych z charakterystycznym dla medium sposobem komunikowania przy pomocy przycisków reakcji;

analizę komunikacji werbalnej z elementami kodu niewerbalnego. Omawiane życzenia mają cechy pisanej i mówionej odmiany polszczyzny, a także pełnią różnorodne funkcje, np. społeczne, reklamowe, perswazyjne, rozrywkowe i autowizerunkowe.

Licznie stosowane emotikony i przyciski reakcji, wyrażające całe spektrum emocji, stanowią wyzwanie badawcze, wymagają rozszerzenia tradycyjnego kontekstu składania życzeń i niejednokrotnie spojrzenia poza ramy opisywanego aktu mowy. Jeśli dodatkowo wziąć pod uwagę łatwość przekazywania życzeń na Facebooku oraz to, że czasem akt życzeń realizowany jest w sposób dewiacyjny, niezgodny ze swoją naturą i założeniem życzliwości, nawet przyjmujący postać mowy nienawiści – okazuje się, że życzenia składane w mediach społecznościowych niejednokrotnie należy interpretować odmiennie od tych, które znane są z tradycji.

*Isabella Ławicka*