

DOI: 10.31648/an.10236

Urzędowska, Aleksandra (2023),
Facewords. O tendencjach słowotwórczych
w mediach społecznościowych.
Kraków: Universitas, ss. 260, ISBN 978-83-242-4041-8,
ISBN e-book 978-83-63241-09-4

Keywords: the language of social media, communication on the Internet, word formation, contemporary Polish, word formation tendencies

Monografia Aleksandry Urzędowskiej pt. *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych* dostępna zarówno w formie drukowanej (wydawnictwo Universitas), jak i elektronicznej, dostępnej w formie pliku w formacie pdf na stronie internetowej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, stanowi ciekawą pozycję wśród literatury lingwistycznej i medioligwistycznej, będącą studium wpływu mediów społecznościowych na innowacje językowe w zakresie leksyki. Jest efektem potrzeby przyjrzenia się językowi, który stanowi twór dynamiczny i żywy, nieustannie ewoluujący i reagujący na zmiany kulturowe, społeczne i technologiczne. Współczesna era cyfrowa, z dominacją mediów społecznościowych, znacznie przyspieszyła tę dynamikę, wprowadzając nowe formacje słowne, skróty i symbole do codziennej komunikacji. Potrzeba zatem przyjrzenia się współczesnym zmianom językowym, których częścią jest i na które wpływ ma język komunikatów występujących w Internecie, stała się poniekąd oczywista. Język odzwierciedla bowiem dynamiczne zmiany otaczającego użytkowników języka świata.

Analiza przykładów słów i zwrotów, które już funkcjonowały w obrębie danego języka i posiadają dotychczas przypisane im znaczenie lub też przypisano im zupełnie nowe znaczenia, jak też obserwacja nowo powstałych słów i zwrotów pozwala przyjrzeć się aktualnym przemianom społecznym, trendom komunikacyjnym, językowym, w tym słowotwórczym. Autorka publikacji za przedmiot badań obrała zawężony obszar komunikacji internetowej, jakim jest serwis społecznościowy Facebook, a dokładniej jego podstrony funkcjonujące jako fanpage'e,

czyli profile prowadzone przez marki lub firmy, gromadzące społeczność zainteresowaną treściami czy produktami przez nie propagowanymi. Analizie poddano tysiąc komentarzy, które pojawiły się pod postami umieszczonymi na fanpage'ach popularnych w Polsce tytułów prasowych o charakterze polityczno-społecznym, takich jak „Frona.pl”, która gromadzi społeczność o zorientowaniu prawicowym, konserwatywno-katolickim, „Gazeta Wyborcza”, gromadząca społeczność o zorientowaniu liberalno-demokratycznym, „Newsweek” o profilu liberalnym i „Wprost”, który określa się jako centroprawicowy.

W metodologii Urzędowska stosuje podejście eklektyczne, łącząc analizy jakościowe i ilościowe. Książka systematycznie kategoryzuje nowe formacje słowne, dostarczając danych statystycznych na temat ich częstotliwości i użycia na różnych platformach mediów społecznościowych. Ta metodologiczna rygorystyczność zapewnia dogłębne zrozumienie mechanizmów stojących za leksykalnymi innowacjami w komunikacji cyfrowej. Publikacja jest podzielona na pięć rozdziałów.

W rozdziale pierwszym Autorka charakteryzuje język Internetu jako medium poprzez przedstawienie obecnego stanu badań zarówno na poziomie międzynarodowym (publikacje anglojęzyczne), wśród których pojawiają się *The language of new media* Lva Manovicha (2001), *Language and the Internet* Davida Crystala (2006) czy *Transformations of literacy in computer-mediated communication: Orality, literacy, cyberdiscursivity* Martina Jacobsena (2002), jak i na poziomie kraju (polska perspektywa), gdzie najbardziej zasłużonym badaczem określa Jana Grzenień z jego publikacją *Komunikacja językowa w Internecie* (2006) jako encyklopedię języka w sieci internetowej. Dostrzega interdyscyplinarność i transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną, której przykładem jest *Język w mediach* (2012) pod redakcją Małgorzaty Kity i Iwony Loewe, obok tego wskazując na Walerego Pisarka (1999), który widzi komunikację internetową jako szansę na ekspansję polszczyzny poza jej geograficzne granice.

Autorka zwraca również uwagę na dużą dynamikę zmienności języka oraz fakt wyodrębnienia się Internetu z grupy mediów sprzed ery Internetu, tj. radia i telewizji, zauważając, że stanowi on nowe medium i tak jest określany już przez badaczy od pierwszej dekady tego wieku. Mimo że zakres czasowy przeprowadzonych badań obejmował okres 2013–2018, Autorka przedstawia również przegląd literatury powstałej jako efekt analizy języka mediów podczas pandemii COVID-19 w latach 2019–2021, którą widzi jako ciekawy nurt w badaniach nad językiem komunikacji w czasie, kiedy z powodu ograniczenia możliwości kontaktów międzyludzkich bezpośrednich twarzą w twarz użytkownicy języka niejako byli zmuszeni do przeniesienia komunikacji do sfery internetowej. Kolejnym

aspektem jest przyjrzenie się samemu fenomenowi Facebooka, który na rynku globalnym pojawił się w 2004 roku, a w polskiej rzeczywistości i polskiej wersji językowej w 2008. Jak zauważa Autorka, to medium społecznościowe cieszy się dużym zainteresowaniem badaczy wielu dyscyplin, np. socjologów, językoznawców, politologów czy historyków. Jako szczególnie ciekawą w perspektywie kulturoznawczej podaje pozycję autorstwa Marty Dąbrowskiej *Variation in language: Faces of Facebook English* (2013).

W rozdziale drugim Urzędowska przygląda się samemu leksemowi *Facebook*, wskazując, że z racji swojego fenomenu doczekał się wielu wyrażen synonimicznych, np. *fejsik*, *fejsbuczek*, *fejsbunio* czy też rzadziej używanych *twarzoksiężka*, *mordoksięga* bądź *ryjoksięg*, jak również stał się podstawą słowotwórczą, która wykorzystana została do utworzenia kolejnych słów, takich jak *fejsbukowy*, *fejsbukowicz*. Autorka zwraca uwagę na leksemy typowe, wywodzące się z Facebooka, m.in. *like* czy *lajk*, *share*, *friend*, *fanpage*, *post*, które również wykazują silny potencjał słowotwórczy. Zauważa, że to właśnie płaszczyzna leksykalna ujawnia osobliwe nacechowanie emocjonalne użytkowników Facebooka. Prezentując swoją autorską typologię, ekspresywności emocji w tego rodzaju wypowiedziach upatruje w: spontaniczności, powszechności i prowokacyjności, i dodaje, że największą popularnością cieszą się komentarze zawierające kontrowersyjne opinie, ale także komentarze naiwne, wulgarne, nielogiczne i niepoprawne językowo. Grupy społeczności facebookowych funkcjonujące w obrębie wybranych fanpage'ów mają pewien określony system przekonań, poglądów i norm etycznych, a przynależność do nich wpływa na zróżnicowanie używanego przez te grupy języka pod względem leksyki, składni, fonologii czy morfologii (Walotek-Ściańska/Szyszka 2013: 55). Urzędowska widzi komentarz jako element budowania wizerunku sieciowego użytkownika, dzięki któremu można zaimponować wiedzą innym lub też ich rozbawić, a także wykorzystując ciętą ripostę zbudować obraz osoby inteligentnej. Sytuacja komunikacyjna, jaka zachodzi w tego rodzaju komunikacji, jest rozpatrywana jako społeczny interakcjonizm, w którym swoje role odgrywają nadawca (i jego warunki społeczne), odbiorca (i jego pozycja społeczna) (Piekot 2008: 13, 71), sytuacja komunikacyjna, cel wypowiedzi oraz wyodrębnianie zachowań bądź wyznaczanie granic pomiędzy swojskością a obcością czy wychodzenie poza stereotypy (Urzędowska 2019: 126–127). Użytkowników zostawiających komentarze pod postami każdego z wybranych fanpage'ów Autorka dzieli na podgrupy: tych, którzy są fanami danego fanpage'a, fanów przypadkowych oraz hejterów.

W rozdziale trzecim przybliżone są gatunki internetowe. Mając na względzie nieostre granice pomiędzy autonomicznym gatunkiem a odmianą czy adaptacją

gatunkową, Badaczka określa gatunek jako model porządkujący, hierarchizujący konstrukt, czy też widzi go jako zbiór konwencji, które podpowiadają „[...] jaki kształt nadać konkretnym interakcjom” (Wojtak 2004: 16). Wyróżnione i szczegółowo omówione gatunki typowe dla komunikacji internetowej to hipertekst, czat (forum), blog, tweet, mem, FAQ, newsletter. Źródłem gatunkowości komentarza Urzędowska szuka w gatunkach dziennikarskich, prasowych, wskazując na cechy takie jak prezentacja własnej wizji świata, opiniotwórczość i analityczność (Wolny-Zmorzynski i in. 2006: 32). Komentarz internetowy nazwany jest przez Autorkę quasi-gatunkiem, jako hybryda klasycznej formy wypowiedzi z taką, która występuje w Internecie i która charakteryzuje się potocznością, nowatorstwem, dosadnością, eufemistycznością, wulgarnością, lokalnością, metaforycznością i potencjałem do tworzenia neologizmów. Jednak ze względu na fakt, że komentarz to rodzaj wypowiedzi, który kontroluje sekwencyjny charakter pojawiających się reakcji, Badaczka skłania się również ku terminowi „megagatunek” (Urzędowska 2023:68).

W rozdziale czwartym zaprezentowano zjawiska słowotwórcze w języku polskim, podkreślając ich nieregularność i różnorodność interpretacji, zwłaszcza w odniesieniu do ekspresywizmów. Klasyfikacja derywatów rzeczownikowych i przymiotnikowych opiera się głównie na funkcji formantów w derywatach. Neologizmy słowotwórcze, które stanowią dużą część derywatów w języku mediów społecznościowych, zostały szczegółowo opisane. Formanty: afiks, derywacja paradygmatyczna (fleksyjna) oraz alternacja morfonologiczna są kluczowym elementem tworzenia nowych jednostek leksykalnych. Przedstawiono także inne mechanizmy słowotwórcze, takie jak skrótowce i derywacja ujemna. Kategorie słowotwórcze rzeczownika omówiono teoretycznie, a każda z nich poparta została liczną egzemplifikacją, m.in. z leksykonu *Uniwersalnego słownika języka polskiego*, ale również wyrażeniami z analizowanego materiału.

Na uwagę zasługują ponadto wybrane prefiksy: *arcy-* w *arcygówno twojego pokoju* (ten, kto jest wielkim gównem), *euro-* w *eurolipa* (lipa związana z wejściem Polski do Unii Europejskiej), *kato-* w *katokonserwa* (katolicki konserwatysta), *pod-* w *pod-Jarosław* (ktoś, kto jest podrzędny względem Jarosława Kaczyńskiego), *anty-* w *anty-Tusk* (ktoś, kto jest przeciwny Donaldowi Tuskowi) oraz wśród prefiksów intensyfikacji *mega-* w *megasiara* (wielki blamaż, wpadka) czy prefiksów wielkości *maksi-* w *maksydebil* (debil wielkiej skali). Z nowych ciekawych formantów sufiksalnych na szczególną uwagę zasługują przykłady z sufiksem *-owiec* w *tefałpowiec* (pracownik TVP), stworzony paralelnie do *babińca*, leksem *chłopiniec* z formantem *-iniec*, formant feminatywny *-ica* w *tumanica* (głupia kobieta), *-cie* w *porycie mózgu* (to, co zostało poryte), *-acja* w *marnacja* (to, co jest

marnowane), *-ówka* w *ananasówka* (kobieta, której głowa przypomina ananas), *-ka* w *wiadomka* (to, że coś jest wiadome), *-atko* w *Tuszczatko* (młode Tuska), *-ek* w *najeczek* (zdrobnie o bucie marki Nike), *-czyk* w *jarosławczyk* (zwolennik idei propagowanych przez Jarosława Kaczyńskiego), *-sko* w *kaczysko* (sejm, którego działaniami steruje Jarosław Kaczyński), *-ant* w *pisant* (zwolennik PIS-u), *-ówna* w *Tuskówna* (córka Donalda Tuska), *-anin* w *unianin* (zwolennik Unii Europejskiej), *-yzna* w *pazuryzna* (postawa charakterystyczna dla Cezarego Pazury), *-lnia* w *kłamalnia* (tam, gdzie się kłamie), *-anie* w *helolkowanie* (często mówić Hello), *-ś* w *homoś* (o homoseksualiście), *-oty* w *pieprzoty* (mówić od rzeczy), *-ista* w *kebabista* (ten, kto robi kebab), *-two* w *łapserdactwo* (bycie łapserdakiem). Wśród leksemów powstałych na skutek derywacji ujemnej przykłady podane w zdecydowanej większości motywowane są nazwiskami: *Komor* (Bronisław Komorowski), *Macier* (Antoni Macierewicz), *Terlik* (Tomasz Terlikowski), ale pojawia się również ciekawy przykład w derywacji paradygmatycznej *Bredzisław* (Bronisław, który bredzi). W złożeniach uwagę zwracają takie przykłady jak *bronkobus* (bus promujący Bronisława Komorowskiego na prezydenta), *Jarowładza* (władza Jarosława); ze zrostów *pispasterz* (duszpasterz PIS-u), *strażmacica* (ta, która strzeże macicy).

Drugą część tego rozdziału stanowią kategorie słowotwórcze przymiotnika, a wśród nich na szczególną uwagę z przykładów poddanych analizie zasługują prefiksy: *euro-* w *eurowydimany* (oszukany przez Unię Europejską), *nad-* w *nadpisowy* (taki, który jest w hierarchii wyżej niż PIS), *post-* w *postdonaldowy* (po rządach Donalda Tuska), *super-* w *supertrumpowy* (wyjątkowy dzięki powiązaniu z Donaldem Trumpem). Wśród derywatów sufiksalnych zauważono dużą aktywność sufiksu *-owy* w *asapowy* (taki, który musi być wykonany jak najszybciej ASAP), *kopaczowy* (związany z Ewą Kopacz), ale również sufiksu *-ny* w *bajerny* (mający związek z bajerem) czy *-alny* w *zgonalny* (związany ze zgonem) czy *scieszony* (taki, który się ucieszył). Z kategorii derywacji ujemnej pojawiają się leksemy, które, jak autorka podaje, mimo wysokiej powszechności nie zostały jeszcze uwzględnione w leksykonach języka polskiego, z czym na chwilę pisania tej recenzji można się nie zgodzić, ponieważ takie leksemy jak *homo* czy *hetero* wykazane są w *Słowniku języka polskiego* PWN. W przypadku przymiotników, paralelnie do obserwacji Jadackiej (2001: 104), występowania derywatów przymiotnikowych nie stwierdzono. Natomiast jeśli chodzi o kompozycję i, ściślej, złożenia, wystąpiły neologizmy takie jak: *jaropodobny* (taki, który jest podobny do Jarosława) czy *retroseksualny* (taki, którego seksualność jest retro). Autorka przedstawia okazjonalizmy: *rydzykowny* (jako połączenie Rydzyka i cechy ryzykowny) lub konstrukcję *pizdrobiony* (opartej na skojarzeniu rozdrobniony w pizdu, gdzie PiS przed dźwięcznym nagłosem przechodzi w wymowie na *pizdr-*).

Rozdział piąty poświęcony jest podsumowaniu wyników analizy oraz wskazaniu na tendencje języka social mediów. Urzędowska zwraca uwagę na sufiksy typowe dla struktur ekspresywnych i trafnie zauważa, że są one elementem charakterystycznym dla socjolektów oraz mowy potocznej. Język Internetu jest interesującym przedmiotem badań, ponieważ jego użytkownicy często starają się osiągnąć komiczny efekt. W wyniku tego powstają chwilowe formy językowe, które mają na celu zabawę, czasami służą perswazji, ale niekiedy wpływają na klarowność tekstu – nie zawsze są zrozumiałe. Autorka zwraca uwagę na hybrydyzację i za Bogusławem Skowronkiem podkreśla, że hybrydyzacja językowo-komunikacyjna to jeden z czynników współczesnego dyskursu medialnego w Polsce, a to oznacza, że przekazy funkcjonujące w jego obrębie „charakteryzuje nadmiarowość formalna, gatunkowa, pragmatyczna oraz wielość stylistyk, typów komunikacji i hybryd, łączących cechy rozmaitych form językowych i modeli porozumiewania się” (Skowronek 2020: 67).

Monografia *Facewords. O tendencjach słotwórczych w mediach społecznościowych* wnosi istotny wkład w dziedzinę lingwistyki, dokumentując i analizując szybki rozwój języka w kontekście mediów społecznościowych. Urzędowska bacznie przygląda się temu, jak komunikacja cyfrowa sprzyja kreatywności językowej i zmianom, kwestionując tradycyjne pojęcia standaryzacji i stabilności języka. Podkreśla, iż media społecznościowe są dynamicznym i wpływowym polem dla innowacji językowych. Choć *Facewords* oferuje szczegółową i wnikliwą analizę, istnieją obszary, w których dalsza eksploracja mogłaby zwiększyć jej oddziaływanie. Porównawcza analiza z tradycyjnymi formami mediów mogłaby umożliwić głębszy wgląd w unikalne cechy językowe mediów społecznościowych. Ponadto zbadanie społeczno-politycznych implikacji nowych formacji słotwórczych mogłoby wzbogacić dyskusję na temat tego, jak język odzwierciedla dynamikę społeczną i na nią wpływa.

Bibliografia

- Crystal, D. (2006), *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dąbrowska, M. (2013), *Variation in language: Faces of Facebook English*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Grzenia, J. (2006), *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jacobsen, M.M. (2002), *Transformations of literacy in computer-mediated communication: Orality, literacy, cyberdiscursivity*. New York: Edwin Mellen Press.
- Jadacka, H. (2001), *System słotwórczy polszczyzny (1945–2000)*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Kita, M./Loewe, I. (red.) (2012), *Język w mediach. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Manovich, L. (2001), *The language of new media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Piekot, T. (2008), *Język w grupie społecznej. Wprowadzenie do analizy socjolektu*. Wałbrzych: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Angelusa Silesiusa.
- Pisarek, W. (red.) (1999), *Polszczyzna 2000. Orędzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ.
- Skowronek, B. (2020), *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Urzędowska, A. (2019), *Komentarz na Facebooku jako quasi-gatunek internetowy – język i typologia*. *Język. Komunikacja. Informacja* 14: 118–138.
- Urzędowska, A. (2023), *Facewords. O tendencjach słowotwórczych w mediach społecznościowych*. Kraków: Universitas
- Walotek-Ściańska, K./Szyszka, M. (2013), *Pomiędzy integracją a dezintegracją komunikacji. Socjolekt uczniów i studentów*. W: tychże (red.), *Komunikowanie się ludzi młodych we współczesnym świecie*. Bielsko-Biała: Wyższa Szkoła Administracji: 55–71.
- Wojtak, M. (2004), *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wolny-Zmorzyński, K. i in. (2006), *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

Katarzyna Skrzypczak

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5059-8405>

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie/

University of Warmia and Mazury in Olsztyn

katarzyna.skrzypczak@uwm.edu.pl

