

Barbara Drozd

Uniwersytet Rzeszowski

WARTOŚCIOWANIE W KOMENTARZACH INTERNETOWYCH (NA PRZYKŁADZIE FANPAGE’U KATARZYNY MICHALAK¹)

Celem artykułu jest analiza komentarzy internetowych na fanpage’u, skupionych wokół tematu związanego z twórczością Katarzyny Michalak, pisarki, która zyskuje coraz większą popularność wśród czytelniczek należących do różnych pokoleń. Językowa analiza komentarzy ma służyć odpowiedzi na pytania: czy i w jaki sposób komentarze odnoszą się do tematu wpisu? Czy służą wartościowaniu pisarki, jej blogu czy jej dorobku, a także: w jaki sposób i za pośrednictwem jakich środków językowych to wartościowanie się przejawia?

Słowa kluczowe: fanpage, wartościowanie, komentarze internetowe, pisarka

Poziom literatury obniża się tak bardzo, że dziś każdy potrafi napisać (i pisać!) książki – piłkarze, pieśniarki, księgowi, policjanci. Pisanie przestało być sztuką, przestało być nawet zawodem, a stało się ogólnie dostępnym środkiem autoreklamy, robienia pieniędzy lub przysparzania sobie wielbicieli.

R. Kapuściński [1995: 21–22]

I. Wstęp

Przywołane wyżej słowa Ryszarda Kapuścińskiego ściśle wiążą się z tematem artykułu. Odnoszą się one do piśmiennictwa samego w sobie, do postawionej tezy, że

¹ Literatura popularna (której reprezentantką jest m.in. Katarzyna Michalak) to przedmiot zainteresowania zarówno literaturoznawców, jak i językoznawców. Można odnaleźć publikację dotyczącą językowego obrazu cielesności człowieka w literaturze popularnej [por. Frąckiewicz 2017] czy artykuł o biblizmach w kryminałach Joanny Chmielewskiej [por. Gorzelana 2016]. Prozę Joanny Chmielewskiej analizowano także z literaturoznawczego punktu widzenia [por. Stadnik 2014]. Poza artykułami ukazały się także książki dotyczące literatury popularnej [por. Buryła, Gąsowska, Ossowska 2014; Bartos, Tomczok 2013; Gemra, Mazurkiewicz 2014]. Istotna jest również publikacja M. Kity, która pisze, że literatura popularna jest jednym z kanałów szerzenia się norm języka ogólnopolskiego. Zwraca uwagę m.in. na to, że „w drugiej połowie XX w. to kultura masowa przejmuje rolę, jaką wcześniej pełniła literatura, dostarczając wzorców językowych, współtworząc normę językową. A część kultury masowej stanowi literatura popularna, która jest czytana” [Kita 2005: 59].

pisanie stało się tak powszechne, iż straciło swoją rangę. W związku z pojawieniem się blogu² pisanie zaczęli się zajmować nie tylko pisarze, ale także ludzie wykonujący inne zawody. W obecnych czasach pisanie mogą trudnić się wszyscy, którzy tylko tego chcą. Cel pisania również się zmienił. Nie jest związany wyłącznie z natchnieniem czy chęcią przekazania jakiejś informacji i podzielenia się nią z odbiorcą. Celem jest zareklamowanie własnej osoby, swojej firmy czy twórczości, zarobienie pieniędzy i zyskanie szerokiej rzeszy odbiorców, którzy komentują, analizują, odnoszą się do przeczytanych treści. Na aspekt autopromocji zwróciła uwagę E. Dunaj: „intencją bloga pisarskiego jest przede wszystkim mniej lub bardziej kamuflowana promocja (autopromocja³) jego autora [...] blog pisarski – podobnie jak zwykły – może mieć komercyjny aspekt i przynosić autorowi całkiem wymierne profity, poza przedstawioną już wyżej autopromocją twórczości” [Dunaj 2015: 272–273].

Celem artykułu jest analiza komentarzy internetowych na fanpage’u, skupionych wokół twórczości Katarzyny Michalak⁴, pisarki, która zyskuje coraz większą popularność wśród czytelniczek należących do różnych pokoleń. Językowa analiza komentarzy ma służyć odpowiedzi na pytania: czy i w jaki sposób komentarze odnoszą się do tematu wpisu? Czy służą wartościowaniu pisarki, jej blogu czy jej dorobku, a także: za pośrednictwem jakich środków językowych to wartościowanie się przejawia? Materiał został zebrany z fanpage’u pisarki (z jednego tylko posta, opublikowanego 7 marca 2018 r.)⁵, i dotyczy wszystkich komentarzy, które się pod nim ukazały (nie tylko wiążących się z tematem). Na fanpage’u autorki występują liczne odnośniki do strony jej blogu. Fanpage pisarki i blog ściśle się ze sobą łączą, na co wskazują zdania finalne postów, np.:

Po codzienną dawkę dobrych emocji i wiadomości zapraszam na Facebooka :) [28.03.2018]

Zajrzyjcie w piątek 25 sierpnia po godz. 17 na fanpage! Tak wspaniałych nagród chyba jeszcze nie było. :) [24.08.2017]

Och, jeszcze wiadomość, która Was pewnie zmartwi: na razie nie będzie fanpejdżu na fejsbuku. Ale obiecuję częściej pojawiać się tutaj. [5.04.2017]

Relacja nadawczo-odbiorcza przejawia się tutaj poprzez użycie, po pierwsze, liczby pojedynczej, wtedy kiedy autorka chce podkreślić, że jest to zaproszenie na

² Na temat blogu bardzo dużo pisze M. Bulaszewska. Zauważa, że słowo blog powstało przez połączenie dwóch słów: *Web* (Sieć) i *log* (dziennik). Innymi słowy, blog to dziennik internetowy. M. Bulaszewska podkreśla, że „chronologiczność wpisów, prywatny ich charakter wskazywałyby na bliskość z dziennikiem i/lub pamiętnikiem. Z tym, że pisanie to odbywa się nie na papierze, a w Sieci” [Bulaszewska 2015: 127].

³ O autopromocji czy kreowaniu siebie w blogu powstały liczne teksty z zakresu edukacji medialnej [por. Szews 2017; Fedorowicz 2009; Siwek 2017].

⁴ Katarzyna Michalak to pisarka, która zadebiutowała w 2008 r. powieścią *Poczekajka*. Przez dziesięć lat ukazało się 37 książek jej autorstwa. Najnowszy tytuł – *Kropla nadziei* pojawił się w sprzedaży 20 czerwca 2018 r. i zyskał status bestsellera.

⁵ Cytowane komentarze są tekstami oryginalnymi, bez poprawek, dlatego mogą wystąpić w nich błędy ortograficzne i interpunkcyjne.

fanpage, po drugie, użycie liczby mnogiej. Zwrot *zajrzyjcie* może być rodzajem apelu kierowanego do czytelniczek (by odwiedzały również fanpage). O relacji między nadawcą i odbiorcą w blogach pisze A. Żurek, która zauważa, że chęć nawiązania i podtrzymania kontaktu z odbiorcą jest widoczna na różnych płaszczyznach: w formułach powitalnych, pożegnalnych, w elementach służących wyrażaniu opinii, a także w środkach pozawerbalnych (emotikonach) [Żurek 2016: 335]. W przypadku blogu Katarzyny Michalak nawiązaniu kontaktu służą pytania kierowane do czytelników czy wyżej wspomniane zaproszenia i apele.

Jednak częstotliwość wpisów na blogu jest o wiele mniejsza niż na fanpage'u. Dzieje się tak dlatego, że od jakiegoś czasu obserwuje się dominację fanpage'u nad blogiem, która przejawia się m.in. w liczbie komentarzy. Pod postami na blogu pisarki można zaobserwować kilka, maksymalnie kilkanaście komentarzy⁶ (mimo że liczba osób, które przeczytały tekst, jest znacznie większa), natomiast na fanpage'u ich liczba często przekracza setkę. W związku z tym poddane analizie komentarze pochodzą wyłącznie z fanpage'u autorki.

II. Fanpage⁷

Zgodnie z definicją zawartą w *Wielkim słowniku języka polskiego*, fanpage to „strona na Facebooku, promująca osobę, firmę, markę itp., służąca do komunikacji pomiędzy użytkownikami serwisu społecznościowego”. W przypadku analizowanego fanpage'u realizowane są obie jego funkcje wskazane w definicji. Służy on nie tylko do promowania twórczości autorki, do przyciągania coraz to nowych fanów, ale także do wymiany poglądów pomiędzy czytelnikami i do dialogu z nimi poprzez internetowe komentarze. B. Cembrowski pisze, że trudno jest znaleźć definicję fanpage'u. Zaznacza, że „w tłumaczeniu z języka angielskiego jest to strona osób zainteresowanych daną tematyką (*fan* – osoba zainteresowana, *page* – strona, miejsce w sieci). Na podstawie tłumaczenia terminu można zdefiniować fanpage jako wirtualne miejsce w sieci, w którym spotykają się użytkownicy Internetu zainteresowani tą samą tematyką” [Cembrowski 2015: 28]. Tematy postów dotyczą najczęściej literatury. Podobną definicję podała M. Konieczna-Kucharska, która pisze, że fanpage to „strona fanowska, pozwalająca zebrać w grupę osoby zainteresowane lub związane z danym zjawiskiem” [Konieczna-Kucharska 52]. Autorka fanpage'u zadaje w swoich postach pytania skierowane do czytelniczek. Dotyczą one książek już wydanych, np. jak została przyjęta jej ostatnia seria, czy chcieliby wrócić do jakiejś książki, czy podobało się zakończenie, czy chcieliby przeczytać kolejną część, gdyby została napisana. Pytania dotyczą także tych książek, które

⁶ Np. 1 czerwca 2018 r. liczba komentarzy pod wpisem wynosiła trzy, 25 maja dwa, a 1 marca 2018 r. jedenaście.

⁷ Na temat fanpage'u powstały artykuły naukowe, także z zakresu językoznawstwa [por. Szews 2015; Otto 2016; Urzędowska 2015; Banaśkiewicz 2014].

jeszcze się nie ukazały. Użytkownicy Facebooka mają wówczas wpływ na to, jakie będzie imię głównego bohatera czy bohaterki. Oto przykłady postów:

Imię dla głównej bohaterki potrzebne na gwałt!

Macie jakieś pomysły? [22.03.2018]

Wybrałyście imię dla Emilki z „Gwiazdki z nieba”, pomożecie przy „Kropli nadziei”?

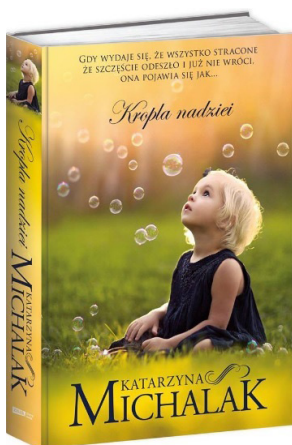
Jak mogłaby mieć na imię dziewczynka z okładki? 🍷 🍀 🍌 [24.03.2018]

III. Wartościowanie w komentarzach

Magdalena Potyrała pisze, że „Potrzeba kontaktu z drugim człowiekiem jest naturalnym pragnieniem wynikającym z natury ludzkiej” [Potyrała 2008: 69]. Jednak powstanie Internetu doprowadziło do zmian w strukturze dyskusji. Dyskusje internetowe mają bowiem zupełnie inny charakter niż odbywane twarzą w twarz. K. Wyrwas zauważa, że „współcześnie zwraca się uwagę na kryzys rozmowy. Rozmowy i dyskusje trwają jednak nadal, chociaż często nie odbywają się w czasie rzeczywistym” [Wyrwas 2004: 51].

Komentarze poddane analizie pochodzą z jednego posta. Dotyczy on trzeciego tomu „Serii Mazurskiej”, mającego ukazać się w maju. Post jest krótki, zawiera jedno zdanie w formie pytającej, które prowokuje do dyskusji. Brzmi ono:

No, moi drodzy, kto czeka na majową najmłodszą?? 🤔 📖 [07.03.2018]



Jak pisze Ajdukiewicz, pytanie to „stan pewnego psychicznego napięcia, podobny do pragnienia, zmierzający do zdobycia przez osobnika, żywiącego ów stan, takiego przekonania, które może być wyrażone przez jakąś odpowiedź właściwą

na to zadane pytanie” [Ajdukiewicz 1926: 152–153]. Autorka fanpage'u najprawdopodobniej chce się dowiedzieć, jaka jest liczba czytelników oczekujących na książkę. Analizowane pytanie: „kto”, to pytanie sugestywne, sugerujące już w swojej osnowie określoną odpowiedź (w tym wypadku: ja, ja czekam). Mimo to odpowiedzi, które ukazały się pod postem, są rozbudowane, różnorodne i dotyczą wielu kwestii. Pojawiają się komentarze na ogół zgodne z tematem, ale niektóre od niego odbiegają. Mają one związek z pozdrowieniami dla pisarki, z informacjami na jej temat i z innymi książkami, które napisała. K. Sobstyl pisze, że „komentarze, oprócz tego, iż są formą odnoszenia się do treści tekstu głównego, stanowią też punkt wyjścia do dialogu” [Sobstyl 2017: 419]. W reakcjach na post jest widoczne wartościowanie dotyczące różnych aspektów.

1. Wartościowanie książki, której jeszcze nie przeczytano (książki związanej z tematem postu)⁸

Autorka fanpage'u umożliwiła rozpoczęcie dyskusji na temat książki, która jeszcze nie ukazała się w sprzedaży i której nikt nie przeczytał. Internet bowiem stworzył możliwości, jakich inne media nie mają. Jedną z nich jest m.in. szybka wymiana poglądów z osobami, których nie znamy i nigdy nie poznaliśmy. K. Drużycki pisał, że „nowością Internetu jako medium jest jego interaktywność, multimedialność, szybkość, z jaką następuje komunikacja, nagromadzenie danych (informacji) dostępnych dla odbiorcy oraz specyfika tekstowa” [Drużycki 2005: 307]. Autorka nazywa książkę *majową najmłodszą*. Przymiotnik *najmłodsza* może oznaczać dziecko (moje najmłodsze dziecko, najmłodsze, bo wydane najpóźniej). Katarzyna Michalak w tym krótkim pytaniu używa metafory, porównując książkę do dziecka.


W związku z tym, że autorka postu pyta: „kto czeka?”, pojawiają się liczne reakcje na to pytanie. Nie jest to jednak pytanie o podmiot: kto? Autorka prawdopodobnie oczekuje aktywności użytkowników. Chce sprawdzić, czy są chętni do rozmowy. Fanki twórczości piszą o oczekiwaniu na nową książkę, jednocześnie ją wartościując. Występują tutaj emocje pozytywne i negatywne. Wiadomość o tym, że książka ukaże się w maju, wywołała przede wszystkim radość, stała się motywacją do przeżycia poniedziałkowego dnia, umiliła kończący się dzień, umili urlop, stąd komentarze typu:

Suuuuper juz nie moge sie doczekac. To prawda troszke inny klimat jest tych ksiazek ale jak dla mnie bardzo piękny⁹.

⁸ W związku z tym, że pytanie postawione w poście autorki dotyczy książki, która dopiero ma się ukazać, analizę komentarzy rozpoczynam nie od wartościowania książek już przeczytanych, ale od pozycji, która dopiero ma się ukazać.

⁹ Dostęp do strony z dnia 10.03.2018 r.

No i **już się bałam** że nic na urlop nie będzie... A tu taka książka.

Najlepsza wiadomość na koniec dnia ❤️ nowy power do jutrzejszego poniedziałkowego poranka


Emocje potęguje trzykrotne powtórzenie czasownika czekam:

Przeczytałam wszystkie Pani książki, to jakbym mogła nie przeczytać dalszych. **Czekam, czekam, czekam** – wierna czytelniczka.

A. Mikołajczuk pisze, że „podkreślany przez psychologów fakt, że wartościowanie jest najbardziej elementarną formą orientacji człowieka w świecie i nieodłącznie towarzyszy przeżyciom emocjonalnym, znajduje potwierdzenie w językoznawczych semantycznych analizach nazw emocji” [Mikołajczuk 2000: 119]. Informacja dotycząca ukazania się trzeciej części trylogii wywołała także uczucia negatywne. Czytelniczki chciałyby jak najszybciej przeczytać książkę, nie podoba im się więc czekanie na nią:

I po co to? **Nerwy będą mną szarpać** kiedy się dorwę do książki, człowiek nieświadomy jest spokojniejszy 😊

Czekam zarówno ja jak i dwie części owej trylogii. Nie ruszę z czytaniem wcześniej niż 2–3 dni przed premierą. Inaczej **się wścieknę czekając** na ostatni tom.

Nie umiem czekać z czytaniem, aż będą wszystkie części, jak tylko odbiorę, to jestem w stanie odłożyć inną, a pani nowość muszę przeczytać natychmiast.

Dziś skończyłam PROMYK... **I co mam dalej robić** 😞😞😞???**do maja czekać???** Wiosna na nas się wypięła... zima nie odpuszcza a tu taki dłuuuugi czas oczekiwania 😞😞😞😞😞😞😞😞

Emocje emanujące z przykładów są wyraźnie negatywne. To emocje szarpiące nerwy, wywołujące wściekłość, zdenerwowanie, gniew, niepokój. Na temat *oburzenia* i *gniewu* wypowiada się A. Mikołajczuk: „ocena jest w nich wydawana jako wynik intelektualnego sądu subiekta o tym, że zdarzenie Z jest złe (niemoralne, niesprawiedliwe, aspołeczne itd.) oraz niepożądane (‘nie powinno zajść’). W gniewie zło polega najczęściej na złamaniu – przez sprawcę uczucia – jakiejś normy indywidualnej, subiekt bowiem traktuje zdarzenie Z jako krzywdę osobistą wyrządzoną albo bezpośrednio jemu, albo – pośrednio – jego bliskim” [Mikołajczuk 2000: 124]. Gniew uzewnętrzniający się z komentarzy wynika z tego, że czekania na kolejny tom trzeba się uczyć. Jednak sam etap z nim związany jest przez czytelniczki wartościowany pozytywnie. Analiza wykazała, że na książki Katarzyny Michalak można czekać: *z niecierpliwością, z wielką niecierpliwością, z ogromną niecierpliwością, z zapartym tchem*, tak, że aż *skręca z ciekawości, czekać na wszystko co autorka napisze, z utęsknieniem i cierpliwie, bardzo niecierpliwie, aż nie można wytrzymać, z ogromną ciekawością, jak na skarb*. Oto wybrane konteksty:

P. Kasia nauczyła nas cierpliwości. A my **czekamy z utęsknieniem** na każdą następną książkę. [...] **Czekam z utęsknieniem** i cierpliwie bo warto. Wiem to na 1000%.

Pani Kasiu dziś skończyłam czytać promyczka zakończenie mnie bardzo zasmuciło. Nie **mogę się już doczekać** dalszych losów. Pozdrawiam ciepło.

Czekam z zapartym tchem 😊 :-). Pierwsze dwie pochłonęłam, więc czas na trzecią, którą też się będę delektować jak poprzednimi 😊 :-). Niech już jest maj 😊
Ja 😊 **aż mnie skręca z ciekawości** jak potoczą się dalsze losy bohaterów 😊

Pani Kasiu uwielbiam pani książki na każdą **czekam jak na skarb** 😊

1.1. Wartościowanie czasu oczekiwania na książkę

Oczekiwanie na książkę, która dopiero ma się ukazać, ściśle wiąże się z upływającym czasem. Z przeanalizowanych komentarzy wyłaniają się różne spojrzenia na czas. Po pierwsze, wypowiedzi czytelniczek sugerują zwrócenie uwagi na pozytywny aspekt oczekiwania. Cieszą się z samego faktu, że książka się ukáže i że mają na co czekać:

Czas oczekiwany jest tego wart 😊 😊

Niech już przyjdzie **MAJ**..!!! [nazwa napisana wielkimi literami sugeruje radość, że książka ukáže się w tym miesiącu – dop. B. D.]

biorę w ciemno! 😊 😊 📖 📖 **sporo czasu** by umilić oczekiwanie poprzednimi seriami 😊 😊

Czytelniczki, pisząc o czasie, zwracają uwagę na nazwę miesiąca, w którym książka ma się ukazać. *Maj* jest wielokrotnie przywoływany w komentarzach. Jednak z przeanalizowanych kontekstów wyłania się zarówno pozytywny, jak i negatywny aspekt oczekiwania na *Kroplę nadziei*. Fanki twórczości Katarzyny Michalak z jednej strony uważają, że maj jest idealnym miesiącem dla miłośników czytania: „Maj to piękny miesiąc dla książkoholików”, z drugiej czas pomiędzy wydaniem drugiego a trzeciego tomu jest długi, stąd określenia: *dopiero, tyle czasu, długi czas, za długo, za rzadko*. Wskazują one na brak cierpliwości, chęć jak najszybszego przeczytania trzeciego tomu „Serii Mazurskiej” i sugerują, że dla nich czas się zatrzymał:

do maja jeszcze **tyle czasu**... Odliczam dni... Minuty... 😊 😊 😊 😊 😊 😊

Pani Kasiu **za rzadko** ukazują się Pani książki i czujemy spory niedosyt 😊 **Za długo** trzeba czekać na dalszy ciąg!

Jaaa, i to bardzo. Przed chwilką skończyłam „Promyk...”. Teraz **długi czas** oczekiwania. A koniec był tak zaskakujący i smutny...

Też pytanie, oczywiście wszystkie Pani wielbicielki. I tak mamy cierpliwość czekać **tak długo**.

Dopiero w maju? 😞

1.2. Wartościowanie okładki¹⁰

Powszechnie znane jest powiedzenie „nie oceniamy książek po okładce”, jednak w kontekście analizowanego wpisu na fanpage’u nabiera ono zupełnie innego znaczenia. Czytelniczki dobrze znają dwie poprzednie części trylogii i są przekonane, że następna będzie równie emocjonująca. Stąd w wypowiedziach pojawiają się wykładniki modalności¹¹: *na pewno taka piękna jak poprzednie, jestem przekonana, że...* Wyrażenia typu: *pewnie, zapewne, na pewno* „komunikują pewność nadawcy co do prawdziwości zdarzenia, chociaż nie ma tu stwierdzenia, że wydarzenie zaszło, a jedynie duży stopień przekonania mówiącego o prawdziwości zdarzenia (jesteśmy o czymś całkowicie pewni)” [Czapiga 2005: 124]. Okładka, na której jest przedstawiona mała dziewczynka, wywołuje pozytywne skojarzenia, stąd deminutywy *okładeczka, sukieneczka, grubiułka*. O zdrobnieniach pisze J.R. Taylor, który zwraca uwagę na ich różnorodne funkcje. Zdrobnienia służą do wyrażania niewielkiego rozmiaru fizycznego obiektu, okazywania przyjaznych uczuć (życzliwości, przywiązania), ale także „wyrażają nastawienie krytyczne [...] na małe obiekty można patrzeć z życzliwością lub pogardą, lekceważyć je jako błahę lub cenić z powodu ich istotności” [Taylor 2001: 204–05]. W związku z tym, że komentarze piszą fanki twórczości Katarzyny Michalak, można przypuszczać, że deminutywy są używane w pozytywnym znaczeniu. Przeanalizowane przykłady są krótkie, proste, bez wielości określeń:

Okładka **cudna** 😊 już nie mogę się doczekać. Właśnie czytam „Promyk słońca”, ale kiedy ukaze się ostatnia, pewnie przeczytam wszystkie jeszcze raz 😍


Prześliczna okładka. W środku też na pewno wspaniałości. No to już wiem, co będę czytać w najbliższe wakacje 😊 [w tym miejscu pojawia się charakterystyka treści książki, której jeszcze nie przeczytano – dop. B. D.]



Jaka **śliczna** okładka ❤️

Piękna **okładeczka**. Czekam. 😍

¹⁰ Okładka została zaprezentowana czytelnikom jeszcze przed ukazaniem się książki.

¹¹ K. Tutak pisze, że „modalność – w tym modalność epistemiczna – jest złożonym, kompleksowym zjawiskiem. Ujmowana ze stanowiska lingwistycznego określa stosunek nadawcy wypowiedzi do części składowych procesu komunikacji, tj. do odbiorcy oraz do samej wypowiedzi, jej treści. Modalność epistemiczna wyraża intelektualną postawę mówiącego, jego ocenę zgodności z rzeczywistością opisywanego w wypowiedzi stanu rzeczy” [Tutak 2007: 59].

Ile będzie miała stron? **Grubiutka** się wydaje 

Pani Kasiu „**sukienczka**” cudna  i jak zawsze czekamy 

2. Wartościowanie poprzez emocje

Wartościowanie przejawia się poprzez użycie różnych środków językowych (zastosowanie przymiotników oceniających, deminutywów, specyficzne użycia tekstowe słów, np. hiperbole, metonimie, metafory itd.). Wartościować można jednak również za pomocą uczuć, emocji. Zauważa to J. Puzynina, która tak przedstawia relacje uczuć z wartościami:

Z kategorią wartości odczuciowych wiążą się nazwy uczuć. Związek ten jest dwojaki. Z jednej strony uczucia są same formą wartościowania. Czasem uczuciowe reakcje na świat są wtórne wobec sądów wartościujących, czasem od nich niezależne. Piękno natury może wywoływać w człowieku uczucie radości bez świadomości i sądu (choćby w mowie wewnętrznej): *to jest piękne*. *Smutek* może być reakcją na ogólną sytuację człowieka (jeszcze) nie poddaną refleksji racjonalnej. Najczęściej jednak uczucia, zarówno długo-, jak krótkotrwałe, są powiązane z sądami wartościującymi [Puzynina 1992: 173].

Emocje wyłaniające się z przeanalizowanego materiału można podzielić na cztery grupy:

a) emocje towarzyszące czynności czytania

Czytelniczki dużo piszą o tym, czego doświadczyły podczas czytania. Akt czytania jest zastąpiony neutralnym i pośrednim wyrażeniem mającym charakter wartościujący. Połączenia wyrazowe, które można zaobserwować w badanym materiale, to sformułowania nowe i niespotykane, mające charakter metafor, a metafory są istotnym środkiem wyrażania wartości. Często są metafory związane z kuchnią. A. Winer zwraca uwagę na to, że „Jedzenie, które już sam organ – język – łączy z oralnym aspektem kultury, a za pośrednictwem słowa – z literaturą, od zarania dziejów stanowiło pożywkę dla ludzkiej wyobraźni i inteligencji. Będąc domeną źródłową licznych metafor, wytyczało konkretne sposoby myślenia, odgrywało więc niebagatelną rolę w procesach kategoryzacji świata” [Winer 2008: 119]. Metafory kulinarne można także dostrzec w analizowanym materiale. Książek Katarzyny Michalak się nie czyta, ale *rozsmakowuje się w nich, pochłania, delektuje się nimi, polyka*:

Czekam z niecierpliwością. Wiem, powtarzam się ale rzeczywiście tak jest. Teraz **rozsmakowuje się w promyku słońca**¹². Piękna historia. Czekam z zapartym tchem na zakończenie tej historii.

„Mistrz” to moja kochana książka „**Zemstę**” **pochłonęłam** w jeden dzień 

¹² *Promyk słońca, Zemsta, Mistrz* – to tytuły książek, które już się ukazały.

Promyk słońca pochlonelam w dwa dni

Pierwsze dwie pochlonelam, więc czas na trzecią, **którą też się będę delectować** jak poprzednimi 😊 :-)

Moja mama, **połknęła** w 3 dni, dwie pierwsze części, czeka i na tę 😊 ja zresztą też 😊

Wiele emocji wywołało także zakończenie poprzedniego tomu. Czytelniczki wyrażają się na jego temat negatywnie, sugerując, że spodziewały się czegoś innego. Nie omieszczały nawet okazać złości na autorkę książki. Pojawił się smutek, łzy, szok, niedowierzanie. Wartościowanie przejawia się wobec tego poprzez wywołanie nazw uczuć, a także poprzez zwroty skierowane do pisarki, np. *Nie godzę się na takie zakończenie, straciłam nadzieję*. Oto przykłady:

Skończyłam wczoraj „Promyk słońca” Muszę przyznać, że byłam, nie tylko zalana łzami, **ale także zła**.

Dzis skończyłam czytać „Promyk słońca” i podsumuje krótko: **szok i niedowierzanie!**

Skończyłam Promyk nadziei i **nie godzę się na takie zakończenie...** [...] Muszę czymś posłodzić tę gorycz

Zakończenie jest wartościowane pośrednio za pomocą personifikacji, np. *zabija, dobija mnie*, a także bezpośrednio, poprzez nazwanie uczuć wprost: *zasmuca, pozostawia niedosyt*:

Dlaczego Marta? Mam nadzieję, że ostatnia część trylogii, nie dobije mnie.

Marta: (Nie chciałam kończyć książki, żeby trwała jak najdłużej... za szybko się skończyła... Ale końcówka mnie zabiła 😊,)

Pani Kasiu dziś skończyłam czytać promyczka zakończenie mnie bardzo zasmuciło. Nie mogę się już doczekać dalszych losów. Pozdrawiam ciepło.

b) Emocje zilustrowane przez emotikony

W związku z tym, że badany materiał pochodzi z zasobów internetowych, są w nim znaki graficzne zwane emotikonami, buźkami albo ikonami emoji. M. Potyrała pisze, że „forum internetowe daje zdecydowanie większe możliwości niż zwykła dyskusja. Mogą bowiem wypowiadać się na nim osoby z różnych miejsc w wybranym przez siebie momencie [...]. Poza tym komunikacja niewerbalna niosąca ze sobą duży ładunek emocjonalny zastąpiona została przez emotikony” [Potyrała 2008: 72–74]. Nazwa *emotikon* pochodzi od połączenia słów *emotion* ‘uczucie’ i *ikon* ‘znak’, dlatego jak zauważają autorzy prac, emotikony służą wyrażaniu uczuć, a co za tym idzie, wartościowaniu. Za pomocą emotikonów można wyrazić niechęć, aprobatę, dezaprobatę. Emotikony mogą zastąpić całe zdanie (stąd częste jest wysyłanie w komentarzu samego emotikonu) albo służą jedynie jego uzupełnieniu czy wzmocnieniu jakiejś treści. Agnieszka Maliszewska stwierdziła,

że „uczucia przedstawiane w repertuarze znaków internetowych charakteryzują się różnym natężeniem. Najprostszym sposobem ukazania spotęgowania emocji w emotikonie jest zwielokrotnienie jego elementu” [Maliszewska 2002]. Ten aspekt jest widoczny w tych analizowanych komentarzach, które mają charakter wartościowania pozytywnego, stąd powtarzanie takiego emotikonu, jak buziak (😘 – który oznacza „całuję czule”), serduszko (❤️ – które oznacza „kocham”), tzw. zakochana buźka (😍 – jestem zakochana/zakochany) uśmiezek (😊 – cieszę się).

Czas oczekiwany jest tego wart 😘😘

już bym chciała przeczytać „Kroplę nadziei” ❤️❤️❤️

Kasiu, ja jestem z Tobą prawie od samego początku (2009 r.) ❤️❤️❤️

Ja ❤️❤️❤️❤️

A do maja jeszcze tyle czasu... Odliczam dni... Minuty... 😘😘😘😘😘

Być może, tak jak Pani wspomniała, będzie trylogia 😊😊😊¹³

Pojawiają się również emotikony nietypowe, zwane ikonami emoji, np. kubek kawy:

Czekam ☕☕☕☕☕☕¹⁴

c) emocje będące reakcją na post (wpis)

Reakcja na wpis autorki, choć jednozdaniowy, jest bardzo emocjonalna, co przejawia się w językowym ukształtowaniu komentarzy. Charakterystyczne jest zwielokrotnienie liter oddających samogłoski i spółgłoski. E. Laskowska zwraca uwagę, że „w języku mówionym funkcję wartościującą pełnią często środki prozodyczne. W komentarzach zastępowane są one przez interpunkcję (znaki zapytania, wykrzykniki, często zwielokrotnione, wielokropki), a także wielkie litery” [Laskowska 2016: 7]. Oto konteksty:

Suuuuper juz nie moge sie doczekac

Aaaaaa juz nie moge się doczekać

Taaaaaakkkkkkk.....czekam...

Oooo....No to czekamy ❤️

¹³ Czyt.: Bardzo bym się cieszyła, gdyby tak było.

¹⁴ Może to oznaczać: Czekam przy niejednym kubku kawy (bo prawdopodobnie będę musiała bardzo długo czekać).

Cudownieeee czekamy

Jaaaaaa 😄😁👏

Zwielokrotnienie znaków interpunkcyjnych (wykrzykników i pytańników):

Ja !!!!!!!!

A czy to „jednoksiązkowa” opowieść czy będzie więcej ???

Ja, ja, ja marzenie!!!!!

Wyżej wspomniane środki językowe służą wartościowaniu postu w sposób pośredni. Są jednak i takie, które go bezpośrednio charakteryzują. Można wymienić w tym miejscu przymiotniki nacechowane pozytywnie albo wykrzyknienia, które są w języku potocznym używane w celu wyrażenia zachwytu nad czymś: *dobra*, *najlepsza*, *wspaniała* (wiadomość), czy *super!*, *cudownie!*

Nie ma to jak **dobra** wiadomość 😊📖

Wspaniała wiadomość 🥰 Już nie mogę się doczekać

Super ! Na pewno kupię !

3. Wartościowanie autora książek

Pisarka, będąca jednocześnie autorką wpisu i autorką fanpage’a, jest oceniana przez czytelniczki za pomocą różnych określeń. Fanki zwracają się do niej jak do koleżanki, osoby bliskiej, z którą pozostają w wielkim stopniu zażyłości. Na ten aspekt zwraca uwagę również E. Dunaj, która pisze, że

blog pisarski stwarza czytelnikowi okazję, jakiej nigdy dotąd nie miał. Może on bowiem poznawać nie tylko twórczość pisarza i jego życie prywatne, w dodatku – na bieżąco, bez cenzury i bez zwyczajowo przyjętego ograniczenia – „po 50 latach”. [...] Blog pisarski jest efektem mariażu kultury wysokiej z mass mediami. Pisarz, artysta, zajmujący w społeczeństwie wysoką pozycję, obdarzony zaufaniem i autorytetem, posługuje się popularnymi, ogólnie dostępnymi narzędziami i demonstracyjnie stawia się w jednym rzędzie ze swoimi czytelnikami [Dunaj 2015: 272–273].

Oto przykłady zwrotów adresatywnych:

Proszę mnie nie denerwować !!! Chce już !!!

Kasiu... a teraz odpoczywaj bo należy Ci się. Książkę napewno zakupie

Pamiętam Kasiu jak pisałaś, że zaczynasz tę powieść i czekałyśmy się końca. Kupię na 100% Super! Brawo Pani Kasiu!!

Pani Kasiu odliczam dni... nie lubię jak kończę książkę i czekam na pojawienie się kolejnej

części 😞

Zwroty adresatywne charakteryzuje grzeczność językowa (stąd zwrot *Pani Kasiu* pisany wielką literą), jednak wśród komentarzy można odnaleźć też takie, które wskazują na bliską więź i przyjaźń, np. *Kasiu czy należy Ci się*. W taki sposób nie zwracamy się do osoby, której nie znamy lub która jest nam obca.

Wśród analizowanego materiału można zauważyć komentarze, które mają na celu podkreślenie pracowitości autorki *Kropki nadziei*. Katarzyna Michalak jest w komentarzach porównywana do *pszczóły*, owada, którego znaczenie symboliczne niesie ze sobą pozytywne konotacje. W ikonografii chrześcijańskiej pszczoła jest kojarzona z pilnością, porządkiem, słodyczą, pracą. Według legendy w ogóle nie śpi, co ma być dowodem na jej chrześcijańską czujność i gotowość do poświęcenia się [Kopaliński 2001: 341]. Poza porównaniem do pszczoły pojawia się deminutyw *pracuś*, przymiotnik *kochana*, zaimek *nasza* (wskazujący na więź czytelniczek z autorką książek), a także czasowniki *nie odpoczywa*, *nie zawodzi*, *zaskakuje*. Te wszystkie konteksty przedstawiają pozytywny obraz pisarki, która jest nie tylko utalentowana, ale także pracowita:

Super jest pani bardzo pracowita 😊

Nasza pszczołka Kasia nie da odetchnąć. Ale to cudowne przeżycia. Czekam z niecierpliwością, mają

Pracowita Pszczołka ❤️❤️❤️❤️❤️

jest nas zapewne kilka setek oczekujących z niecierpliwością na kolejne wspaniałe książki naszej kochanej pani Kasi.

Nasz pracuś jak widać nie odpoczywa 😊❤️📖

O talencie pisarki świadczą z kolei takie określenia jak *jest pani boska*, *MISTRZ*, *kocham panią*, mające charakter wyznań miłosnych:

MISTRZ jest tylko jeden ❤️❤️❤️❤️

Kocham Panią za te wszystkie cudowne książki

Ja, ja czekam 😊😊😊 Pani Kasiu jest Pani boska 🙄

Zakończenie

Wszystkie wymienione wyżej przykłady świadczą o silnej więzi użytkowników Facebooka z autorką książek, z którą mogą prowadzić dialog, do której mogą się zwracać jak do koleżanki, osoby bliskiej. Fanpage Katarzyny Michalak to forum zgromadzone wokół miłośniczek jej twórczości. Uczestniczą w nim zarówno czy-

telniczki, jak i sama pisarka, a komentarze i ich językowe ukształtowanie wskazują na miłą, przyjazną i ciepłą atmosferę.

Analizie został poddany jeden post, w którym autorka zadaje proste pytanie w formie pytającej: *Kto czeka?* Pomimo że odpowiedź na nie nasuwa się jednoznacznie, zebrany materiał ukazał wielość aspektów. Czytelniczki wartościują po pierwsze książkę, której jeszcze nie przeczytały, czas oczekiwania na nią i fakt, że się ukaże. Po drugie wartościowana jest okładka książki, którą można zobaczyć, jeszcze zanim książka trafi do księgarni. Wartościowane są także pozostałe książki Katarzyny Michalak, w tym zakończenie poprzedniego tomu. Fanki twórczości pisarki zwracają uwagę także na nią samą, pisząc o jej pracowitości. Wartościowanie jest widoczne również w emocjonalnym charakterze komentarzy i nadużywaniu emotikonów. Katarzyna Michalak krótkim pytaniem uruchomiła dyskusję, w której są widoczne różne aspekty wartościowania i różne jego obiekty.

Bibliografia

1. Bibliografia podmiotowa

<http://www.katarzynamichalak.blogspot.com>

<https://www.facebook.com/fanpagekatarzynamichalak/>

2. Bibliografia przedmiotowa

- Ajdukiewicz K., 1926, *O intencji pytania „Co to jest P”*, „Ruch Filozoficzny”, t. 10, s. 150–165.
- Banaśkiewicz P., 2014, *Kreacja treści postów na fanpage’u blogerki modowej. Środki, funkcje oraz intencje* [w:] *Kreatywność językowa w przestrzeni medialnej*, Lublin, s. 89–99.
- Bartos E., 2013, *Literatura popularna*, t. 1: *Dyskursy wielorakie*, Katowice.
- Bulaszewska M., 2015, *Blog to blog... Analiza pojęcia w kilku wybranych perspektywach badawczych. Próba charakterystyki blogów pisanych przez dziennikarzy głównego nurtu* [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, s. 125–154.
- Buryła S., Gemra A., Gąsowska L., 2014, *Tropy literatury i kultury popularnej*, Warszawa.
- Cembrowski B., 2015, *Mem, fanpage, elektroniczne hasło: formy, które służą promowaniu dialektu wielkopolskiego w Internecie*, „Dziedzictwo Kulturowe Regionu Pogranicza”, t. 6, Warszawa, s. 23–35.
- Czapiga Z., 2005, *Wykładniki modalności epistemicznej w języku rosyjskim i polskim*, „Przegląd Rusycystyczny”, R. 27, nr 2, s. 117–131.
- Drużycki K., 2005, *Szczęście i przyjemność w Internecie. Nowe perspektywy badawcze* [w:] *Anatomia szczęścia. Emocje pozytywne w językach i kulturach świata*, red. A. Duszak, N. Pawlak, Warszawa, s. 307.
- Dunaj E., 2015, *Blog pisarski jako narzędzie oddziaływania na odbiorcę dzieła literackiego* [w:] *Człowiek i kultura w komunikacji medialnej*, Lublin, s. 271–279.
- Fedorowicz E., 2009, *Blog, czyli nowa nisza reklamowa*, „Marketing i Rynek”, R. 16, nr 10, s. 35–40.
- Frąckiewicz M., 2017, *Językowy obraz cielesności człowieka w wybranych tekstach współczesnej literatury popularnej* [w:] *Dusza i ciało. Szkice o ludzkiej cielesności, wychowaniu i życiu*, Białystok, s. 77–96.
- Gemra A., 2017, *O literaturze i kulturze (nie tylko) popularnej. Prace ofiarowane Profesorowi Jakubowi Z. Lichańskiemu*, Łódź.
- Gorzelana J., 2016, *Biblizmy we współczesnej literaturze popularnej na przykładzie „Kolekcji Kryminałów” Joanny Chmielewskiej*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza”, t. 23, z. 1.
- Kita M., 2005, *Literatura popularna z punktu widzenia językoznawstwa*, „Postscriptum”, nr 2.

- Konieczna-Kucharska M., 2017, „Lubię to”, czyli fanpage szkoły [w:] *Wirtualne targowisko. O reklamie, marketingu i promowaniu się w Internecie*, t. 2, Warszawa, s. 49–60.
- Kopaliński W., 2012, *Słownik symboli*, Warszawa.
- Laskowska E., 2016, *Kilka uwag o wartościowaniu w komentarzach internetowych*, „Acta Universitatis Lodziensis”, Łódź.
- Maliszewska A. 2002, *Wirtualna buźka. Modyfikująca rola znaków graficznych w komunikacji internetowej* [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Maliszewski, Łódź, s. 149–150.
- Mikołajczuk A., 2000, *Problem ocen w analizie wybranych polskich nazw uczuć z klasy semantycznej GNIEWU*, „Język a Kultura”, t. 14: *Uczucia w języku i tekście*, Wrocław, s. 117–135.
- Otto W., 2016, *News jak mem (na przykładzie fanpage'u „Sztuczne fiołki”)*, „Przegląd Humanistyczny”, R. 60, nr 1, Warszawa, s. 87–100.
- Potyrała M., 2008, *Forum dyskusyjne a dyskusja – podobieństwa i różnice* [w:] *Język – komunikacja*, red. K. Kleszcz, M. Krzemppek, Opole, s. 69–77.
- Puzynina J., 1992, *Język wartości*, Warszawa.
- Sobstyl K., 2017, *Wpływ kontekstu na komunikację. Na przykładzie fanpage'a lubelskiego schroniska dla zwierząt* [w:] *Język i tekst w ujęciu strukturalnym i funkcjonalnym. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Aleksandrowi Kiklewiczowi z okazji 60. urodzin*, s. 417–425.
- Szews P., 2015, *Medialny fanpage. Szanse i zagrożenia*, „Media i Społeczeństwo”, nr 5, Łódź, s. 118–135.
- Taylor J.R., 2001, *Kategoryzacja w języku*, Kraków.
- Tutak K., 2007, *Gwarant jako kluczowe pojęcie w charakterystyce wykładników modalności epistemicznej*, „Polonica”, t. 28, s. 59–66.
- Urzędowska A., 2015, *Poprawność językowa w Internecie (na przykładzie facebookowych fanpage'ów)*, „Poradnik Językowy”, z. 9, Kraków, s. 94–104.
- Urzędowska A., 2016, *Ekspresywność w komunikacji internetowej na przykładzie komentarzy wybranych fanpage'ów Facebooka*, „Prace Językoznawcze”, z. 18, Olsztyn, s. 129–142.
- Winer A., 2008, *Potrąwka z czystej inteligencji – metafora w literackiej antropologii konsumpcji*, „Przestrzenie Teorii” 10, Poznań.
- Wyrwas K., 2004, *Kilka uwag o dyskusji na forum internetowym* [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, Katowice, s. 51.
- Żurek A., 2016, „*Jak wam się podoba?*”, czyli o kontakcie między nadawcą a odbiorcą na blogach prowadzonych przez dziewczęta w wieku gimnazjalnym [w:] *Teksty kultury uczestnictwa*, red. A. Dąbrówka, M. Maryla, Warszawa, s. 329–345.

VALUATION IN ONLINE COMMENTS (ON THE EXAMPLE OF KATARZYNA MICHALAK'S FAN PAGE)

Summary

The aim of the article was analysis of the online comments focused on the subject related to creativity of Katarzyna Michalak, writer, who gain popularity among readers which belong to different generations. Katarzyna Michalak has fan page and her fans can exchange experiences attributable to reading her novels. Linguistic analysis of the online comments will serve to make an answer the questions: in what way online comments relate to subject of the post? If this comments relate to valuation of the writer, of her blog or her literary output?

Key words: fanpage, valuation, online comments, writer