

Tradycyjny akt życzenia a jego internetowy odpowiednik

W dobie internetu, gdy komunikacja w znacznym stopniu przenosi się do sieci¹, rodzi się nowy problem dotyczący aktów mowy, a mianowicie pytanie o równowagę między tradycyjnymi komunikatami a ich internetowymi odpowiednikami. Inspiracją do tego, aby przyrzeć się owemu złożonemu zjawisku, są życzenia – to żywy akt komunikacyjny, zwykle skupiający się na aktualnej okoliczności². Życzenia składamy tu i teraz – albo twarzą w twarz, albo telefonicznie, albo za pośrednictwem internetu właśnie³. Niniejsza praca ma charakter rekonesansu badawczego, bardziej skłania do dalszych refleksji, niż ma za zadanie udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o funkcjonowanie życzeń w sieci w zderzeniu z tradycyjnym aktem mowy. Wreszcie celem jest bardziej wskazanie problemów i dylematów badawczych niż konkretnych rozwiązań.

Koniecznym elementem na tym etapie jest sprecyzowanie pola badawczego i wybór materiału. Internet obejmuje wiele różnych zjawisk komunikacyjnych, a życzenia w internecie można składać na wiele sposobów, niektóre z nich będą istotne z punktu widzenia przeobrażeń omawianych tekstów⁴.

Materiał do analizy życzeń internetowych zaczerpnęłam z mediów społecznościowych, obserwacje poczyniłam także na przykładzie zbioru gotowych

¹ Internet jest podstawą komunikacji i źródłem informacji dla młodego pokolenia. Nieustannie największą popularnością cieszą się media społecznościowe – oprócz szybkiego komunikatora oferują przestrzeń do publicznego porozumiewania się. Ta druga funkcjonalność może na bieżąco dostarczać materiał do badań nie tylko językoznawczych.

² Motywacją do składania życzeń, oprócz wyraźnej okazji, są różnorodne okoliczności (np. choroba bliskiej osoby, której życzymy zdrowia) czy chęć wyrażenia życzliwości (np. wobec napotkanej osoby, której życzymy miłego dnia). Nawet jeżeli życzenia składamy bez okazji, cechuje je aktualność i jasna dla obu stron komunikatu przyczyna.

³ Dzięki temu, że internet umożliwia aktualność komunikacji.

⁴ Dla przykładu e-maile mogą stanowić swoistą korespondencję listową – forma życzeń wówczas w dużej mierze odpowiada tej, którą jeszcze niedawno wielu z nas rozsyłało drogą pocztową.

formuł, powielanych i kopiowanych z portali z życzeniami i przekazywanych dalej, np. za pomocą SMS-ów. Uogólniając, inspiracją do poniższych refleksji są konkretne użycia, czynności mowne i dialogi, w wybranych aspektach.

Doprecyzowania wymaga określenie przestrzeni internetowej. Po pierwsze, należy wziąć pod uwagę rozległość środków komunikacji internetowej⁵. Po drugie, warto zaznaczyć rozmyte granice życzeń w internecie⁶. Następnie warto zdać sprawę z tego, że przy okazji składania życzeń możemy wykonywać inne czynności⁷.

Analiza słownikowa leksemów związanych z czasownikiem ŻYCZYĆ dowodzi, jak bogata i niejednoznaczna jest ich semantyka. W słownikach, obok *życzyć*, *życzenie* oraz *życzenia*, odnotowane są formy takie jak *winszować*⁸ czy *życzennik*⁹. *Życzenia* (w liczbie mnogiej) osobnym znaczeniem są desygnowane w *Słowniku języka polskiego* Doroszewskiego i oznaczają ‘formułkę, w której wyraża się to, czego się komuś życzy; wyrażenie słowami lub na piśmie, czego się komuś życzy (zwykle w zwrotach: składać, zasyłać życzenia)’. Podobne znaczenie znajdujemy w *Słowniku 100 tysięcy potrzebnych słów* pod red. Bralczyka: ‘formułka, za pomocą której składa się życzenia’, a także w *Uniwersalnym Słowniku Języka Polskiego* pod red. Dubisa: ‘to, czego się komuś życzy, zwykle z jakiejś okazji, wyrażone zwyczajową formułką; także: taka formułka’.

Czasownik ŻYCZYĆ otwiera następujące pozycje składniowe: KTOŚ ŻYCZY KOMUŚ CZEGOŚ Z JAKIEJŚ OKAZJI/PRZYCZYNY. Przy czym KTOŚ i KOMUŚ określają nazwy osób lub grup osób, zbiorowości, firmy, instytucji czy grupy społecznej lub zawodowej. CZEGOŚ określa wartości niematerialne oraz materialne – ogólne lub konkretne, bazujące na znajomości nadawcy

⁵ Najogólniej rzecz biorąc, *internetowy* to funkcjonujący w internecie. Każdorazowa analiza powinna uściślać przestrzeń badań, np. do mediów społecznościowych albo jednego medium, konkretnych portali czy sposobu komunikacji, np. za pomocą e-maili. Powinna również dookreślać badane zachowania użytkowników internetu.

⁶ Jak wykazuje kategoryzacja życzeń na portalach internetowych, należą do nich także gratulacje, toasty i wiele innych grup tematycznych, co może stanowić kłopot w ustaleniu konkretnych granic i założeń omawianego aktu mowy w przestrzeni internetowej.

⁷ Biorąc pod uwagę wieloraką funkcjonalność i obecność życzeń w kulturze (mogą być m.in. środkiem komunikacji biznesowej czy marketingowej), możemy analizować zjawisko z wielu różnych perspektyw i jednocześnie przyjąć istnienie wielu odmian czynności życzeniowych, których być może nie warto badać wg wspólnego kryterium.

⁸ Często *winszować* jest traktowane równorzędnie do *życzyć*. Oprócz tego synonimicznego znaczenia *winszować* oznacza ‘składać gratulacje’.

⁹ W słownikach Warszawskim i Wileńskim pojawia się hasło *życzennik* jako: ‘1. powinszowanie pisane, wzór do powinszowania i 2. zbiór powinszowań, książka z powinszowaniami’. Co więcej, odnajdujemy podobieństwo takiego *życzennika* ze zbiorem życzeń dostępnych na odpowiednich portalach internetowych.

z odbiorcą (np. życzenia pociechy z dzieci wymagają wiedzy nadawcy, że odbiorca ma dzieci).

Kolejny problem natury życzeń, rozdartych między myśleniem tradycyjnym a współczesnymi sposobami przekazu, wynika z prób opisanie ich formułami eksplikacyjnymi. Większość z nich ujmuje akt życzenia w kategoriach intencjonalności i ich skutków. Przytaczam je, począwszy od genrów Wierzbickiej („Mówiąc, że życzę ci X, mówię, że wiem, że jeśli to wypowiem, to być może tak się stanie”) aż po odróżnienie wypowiedzi o funkcji grzecznościowej (Ożóg 1990; Marcjanik 1991).

Ów zwrot w określaniu intencjonalności życzeń podsumowują próby opisanie warunków fortunności, zgodnie z którymi istotne jest założenie, że nasze życzenia są korzystne w skutkach dla odbiorcy¹⁰, konieczna jest również szczerza intencja nadawcy (realizacja życzeń nie jest zależna od uczestników aktu mowy) (Sikora 2013: 181–183). Wg Marcjanik „życzenia realizują program minimalny: sprawiają przyjemność odbiorcy – beneficjentowi tego dobra, wyróżniają go w relacji interpersonalnej” (1997: 63–4).

Ostatnia z wymienionych wyżej propozycji może uzasadnić motywację składania życzeń w mediach społecznościowych, które ocierają się o skrajny minimalizm treści i ekonomiczność językową. Minimalizm treści często nie idzie w parze z ubogim zapisem – emotikony, powielanie liter w wyrazach, wersaliki, nieuzasadnione mnożenie wykrzykników, kombinacje słowno-liczbowe, rozpoczynanie małą literą – oprócz tego, że świadczą o niechlujności językowej, mają na celu wyrazić głęboką ekspresję w ostatecznie niemal beztreściowym komunikacie. Zapisy typu *Najlepszego ☺, Najlepszosci! ☺, Najlepszosci!, najlepszosci!, STÓÓÓÓÓWWWAAAAA!!!!, 100 lat ☺* są nadal praktykowane, choć opisał je już dekadę temu, za czasów ich świetności, Jan Grzenia (2006).

Powyższe przykłady rzeczywiście poświadczają program minimalny życzeń, mają za zadanie sprawić przyjemność, wyrazić pamięć¹¹, wyróżnić odbiorcę w jakiś sposób w wirtualnej relacji interpersonalnej czy też, zgodnie z funkcją fatyczną, zaczepić, nawiązać kontakt.

Składanie życzeń zaczyna być elementem konwencjonalnych zachowań, służących bardziej potrzebom samej komunikacji, niż zmierzających do osiągnięcia określonych efektów. W ten sposób realizuje się coraz istotniejsza funkcja fatyczna:

¹⁰ To swoiste zaprzeczenie złorzeczeniom czy przekleństwom, które *notabene* znajdują się w definicjach słownikowych, jednak nie wchodzą w obręb niniejszych rozważań.

¹¹ „Akt składania życzeń kończy się na poświadczaniu pamięci, na samym akcie, a wymiana, tak ważna w dawnych sytuacjach, ogranicza się do samego przesłania kartki, maila, SMS-a” (Kowalski 2010: 78).

podtrzymywanie kontaktu, wykonywanie gestów, które chronią wspólnotę komunikacyjną, nawet za cenę malejącej wartości informacyjnej przekazu (być może funkcja ta zyskuje na znaczeniu wobec atrofii życia codziennego i narastającego poczucia osamotnienia coraz większej grupy ludzi). (Kowalski 2010: 23)

Na przeciwnym biegunie znajdują się życzenia, których autorzy na pierwszy rzut oka wykazali się inwencją twórczą, jednak po krótkim oglądzie widać, że z kreatywnością nie mają nic wspólnego. Mowa o życzeniach zaczerpniętych czy dosadniej, ale słuszniej – skopiowanych z portali z gotowymi życzeniami. Co prawda, nadawca wykonał dodatkowy krok, aby takie życzenia znaleźć i przekazać dalej, czynności te jednak w efekcie nie mają żadnych większych walorów od tych życzeń, które ograniczają się do jednego słowa. To, które z nich cieszą się lepszym odbiorem, pozostaje do indywidualnej oceny. O żadnych z nich natomiast nie możemy powiedzieć, aby były spersonalizowane czy wyrażały samego nadawcę.

(...) trzymanie się gotowych formuł oraz ich coraz dalej idąca redukcja mogą ujawniać komunikacyjny kryzys, niemożność budowania form ekspresji, a z czasem – zanikanie uświadomionej potrzeby umiejętności wyrażania siebie. Tym samym sytuacja, gdy pozostaje już tylko wzięty z Internetu SMS, którym wyznaje się uczucia, dramatycznie wskazuje na rosnącą bezradność jednostki, jej rozproszenie, płytkość doznań i powierzchowność międzyludzkich relacji. (Kowalski 2010: 17)

Najbardziej przykrym komentarzem do takiego stanu rzeczy jest ten, że życzenia nie tylko utraciły treściowość, lecz także intencjonalność.

I oto pojawia się komunikacyjna osobliwość – życzenia składa się, bo tak wypada, bagatelizując przy tym ich adekwatność do całej konsytuacji, związek z rzeczywistymi potrzebami czy marzeniami adresata. Teksty można zaczerpnąć z wzorników, które rezygnują z uczenia czegokolwiek, za to podsuwają gotowe teksty do wykorzystania. Gdy jednak wygłasza się takie teksty, to można założyć, że ich adresat może wcale ich nie słuchać, wszak wie, że są to teksty wielokrotnego użycia i nie ma w nich miejsca na jego osobę. Komunikacyjny paradoks polega na tym, że nie znaczy tekst, lecz jego wygłoszenie. Można nawet pójść dalej i powiedzieć, że często – o wiele bardziej nacechowane semantycznie jest zaniechanie jego wykonania, brak jest bardziej znaczący, niż podjęta czynność. (Kowalski 2010: 23)

Ten śmiały wniosek dotyczy dzisiejszych życzeń, których w praktyce nawet nie czytamy, a bardziej notujemy to, że je dostaliśmy od danej osoby. W takim rozumieniu rzeczywiście życzenia stają się symboliczną formą przekazu – jego

brak dopiero może skłonić do refleksji. Skoro składanie życzeń przybiera postać zautomatyzowanego zachowania, które wypada poczynić w określonej sytuacji, podobnie automatyzują się zachowania odbiorców życzeń, szczególnie że sprzyja temu specyfika komunikacji internetowej i jej automatyzacja.

Akt składania życzeń dawno utracił magiczną moc sprawczą; to akt komunikacyjny silniej wpisany w porządek gier społecznych, wymiany pochlebstw i knutych intryg (...). Gdy jednak słowa oderwały się już definitywnie od przedmiotów, gdy język stał się już tylko narzędziem zinstrumentalizowanej komunikacji i ustanawiania konwensu, a nie dokonywanych natychmiastowych i rzeczywistych zmian, skutek pożądaný bądź nieprzewidywalny wypowiedzianych słów wynikać będzie z reakcji na nie adresata, z rozpoznania tego, jak nadawca realizuje (bądź się jej sprzeniewierza) Grice'owską zasadę konwersacyjną. Skutek wypowiedzi życzącej będzie wtedy pochodną zgody na proponowaną konwencję wypowiedzi i definicję sytuacji społecznej. (Kowalski 2010: 17)

Dochodzi zatem do sytuacji, w której przykładowe życzenia *Najlepszego*, choć nie określają, co nadawca ma na myśli, choć nie stanowią wypowiedzi innowacyjnej, pomysłowej, które choć wcale nie obrazują wyjątkowego zaangażowania nadawcy, choć są urwane, lakoniczne, skrótowe i które wreszcie mogą świadczyć o pewnego rodzaju lekceważącym stosunku nadawcy – mimo to są wyrazem uczestnictwa w danej sytuacji komunikacyjnej. To uczestnictwo bowiem, jak może się wydawać, jest celem samym w sobie współczesnej odmiany życzeń internetowych.

(...) takie życzenia, często ściągane z Internetu, wyprane z resztek prywatności, funkcjonują w innym kulturowym dyskursie, stanowiąc elementy (po)nowoczesnych procesów komunikacyjnych. (Kowalski 2010: 23)

Co jeszcze jest wyjątkowego w tej odmianie życzeń?

Tematyczne portale internetowe wzbudzają czujność, jeżeli chodzi o zróżnicowane kategorie oferowanych życzeń. Obok kategorii wydzielonych ze względu na kryterium okazji do składania życzeń, pojawiają się kryteria dotyczące formy lub charakteru życzeń. Dlatego życzeń możemy szukać w kategoriach takich jak: Imieniny, Urodziny, Urodziny dzieci, Ślub, Dzień Babci, Dzień Kobiet, Boże Narodzenie itd., a także Dobranoc czy Andrzejki. Wreszcie możemy wybrać formę życzeń, np. Wierszyki, Graficzne; oraz charakter, np. Śmieszne, Erotyczne, Wulgarne. Obserwujemy „usankcjonowanie życzeń zabawnych, podawanych z humorem, co było przecież niemożliwe wtedy, gdy dominował silnie zretoryzowany model powinszowań” (Kowalski 2010: 218–219).

Zadziwiają te przykłady kategorii życzeń, które *de facto* życzeniami nie są: Pozdrowienia, Toasty, Komplementy, Podziękowania, Przeprosiny, Wyznania miłosne, Wpisy do pamiętnika – przykłady tworzą całą grupę kategorii, które określają samodzielne, różne od życzeń, gatunki. Istnienie takiego podziału treści na portalach z życzeniami świadczy o niejednorodnej przestrzeni internetowej, swobodnie tworzonej bez żadnych rygorów genologicznych. Operowanie pojęciem życzeń internetowych obliguje zatem do wyznaczenia jasnych granic tego pojęcia. Czy wszystkie treści zamieszczone na stronach z życzeniami są życzeniami (byłoby to wówczas znaczące rozszerzenie znaczeniowe i gatunkowe), czy życzenia internetowe odpowiadają tylko tym tekstom, które są swoistą adaptacją tradycyjnego gatunku?

Argumentem za potraktowaniem życzeń i życzeń internetowych w osobnych kategoriach jest także wielostronne zastosowanie (zdaje się, że w tym kontekście to odpowiednie określenie) – życzenia są nie tylko zachowaniem pomiędzy znanymi sobie osobami lub nawet w kierunku sprecyzowanego grona odbiorców. Życzenia są również środkiem komunikacji biznesowej czy marketingowej. Takie ich potraktowanie obliguje do przyjęcia nieco innych kryteriów, odmienne bowiem będą sposób przekazu, intencja, a nawet system wartości. Tego typu komunikaty są perswazyjne, nastawione na określone cele nadawcy (np. jeżeli życzenia składa znana marka – są one częścią prowadzonej narracji albo sposobnością do celów reklamowych). „Nie można mieć złudzeń – życzenia takie nie są świadectwem bezinteresownej pamięci, lecz jedynie elementem polityki, jaką prowadzi zarząd firmy” (Kowalski 2010: 41).

System wartości zmienia się wraz ze specjalizacją branży i rodzajem działalności, w którą zaangażowane są obie strony przekazu. O ile firmy farmaceutyczne życzą zdrowia, które jest ogólnie przyjętą za jedną z najcenniejszych wartości, o tyle już sieci odzieżowe pożyczą modnych świąt. Zwykle jednak przedmiot życzeń nawiązuje do wartości ogólnie przyjętych za najważniejsze, to dobra okazja do uświadomienia, że produkty lub usługi danej marki znajdują się na szczycie piramidy potrzeb człowieka. Inaczej zapewne będą wyglądały życzenia wymieniane między pracownikami a klientami biznesowymi (te mogą być bardziej sprecyzowane i zindywidualizowane, mogą także dotyczyć działalności, np. życzenia zwiększonych zysków ze sprzedaży, pozyskania nowego grona klientów albo sukcesów nowej kampanii), inaczej składane przez znane firmy klientom komercyjnym (te właśnie, z racji uogólnienia dużego grona odbiorców, siłą rzeczy odwołują się do wartości ogólnych, ewentualnie do wartości ważnych z punktu widzenia marki).

Najczęstszym i najszybszym sposobem składania życzeń w internecie są obecnie media społecznościowe (z przodującym Facebookiem). Dzieje się tak za sprawą funkcji, które proponują i udogodniają nam wymianę życzeń – Facebook

jest obecny w czynności składania życzeń od momentu przypomnienia nadawcy o okoliczności do ich złożenia (to nie tylko przypomnienia o urodzinach znajomych, lecz także kolejne rocznice znajomości czy wspólne wspomnienia), następnie ułatwia proces komunikowania się, automatycznie otwierając okno z edytorem tekstu wiadomości. Te możliwości nie kończą się w momencie wysłania treści życzeń w wiadomości prywatnej lub publicznej – Facebook jest również narzędziem dla samego odbiorcy, pozwala zareagować i odpowiedzieć na wpis.

I tak odbiorcy życzeń mogą w prosty sposób wyrazić podziękowanie¹² za życzenia, klikając w przyciski reakcji, co zwykle w zupełności wystarcza jako odpowiedź w takiej sytuacji komunikacyjnej. Zdarza się również, że oprócz polubienia wpisu z życzeniami odbiorcy dodatkowo dziękują w komentarzach¹³.

Internet umożliwia różnorodne sposoby kształtowania komunikatów oraz reagowania na nie. Komunikaty bowiem nie muszą ograniczać się do samej treści, zwykle treści pisane dopełniają emotikony, grafiki, filmy czy memy. Badania należy zatem wykonywać całościowo – uwzględniając oba poziomy komunikacji¹⁴. Kompleksowa analiza wymaga uwzględnienia wielu zjawisk spoza obszaru językoznawstwa, zagadnień, które wychodzą poza obręb niniejszych rozważań.

Zawarta w elementach graficznych konkretna treść jest zgodna z systemem wartości (co pozostało niezmiennie od czasów tradycyjnych kartek z życzeniami). Dlatego życzenia z okazji Wielkanocy czy Bożego Narodzenia często dopełniają obrazki zakorzenionych w kulturze motywów wielkanocnych i bożonarodzeniowych. Dlatego także niektóre wariacje tekstowe przedstawiają treść życzeń przypominających swoim graficznym kształtem jeden z takich motywów¹⁵.

Na tym jednak nie koniec. Złożoną strukturę komunikatów w mediach społecznościowych współtworzą także dodatkowe elementy owej scenografii, a mianowicie funkcje określania miejsca pobytu, opisywania emocji z dostępnego repertuaru oraz oznaczania znajomych współuczestniczących.

Nie mamy wątpliwości, że w przekazie internetowym pojawiają się analogiczni uczestnicy czynności mownej: nadawca i odbiorca. Jednak sytuacja okazuje się bardziej skomplikowana, gdy weźmiemy pod uwagę osoby trzecie,

¹² To akt mowy zasługujący na osobną refleksję.

¹³ Mowa o wiadomościach publicznych. O ile życzenia wysyłane w wiadomościach prywatnych zachowują swój intymny charakter i mogą odpowiadać formie listowej, o tyle najbardziej pokąźnego materiału do badań dostarczają te, które są publikowane.

¹⁴ Dawniej kartki urodzinowe, imieninowe, świąteczne były opatrzone obrazkiem; bezpośrednie życzenia wiązały się z komunikacją niewerbalną; komunikacja internetowa w dużej mierze naśladuje tradycyjne wzorce.

¹⁵ To wyjątkowa cecha internetu umożliwiającego swobodne edytowanie tekstu, multimedialność i hipertekstowość.

uczetniczące w akcie z racji ich zasięgu. Ci dodatkowi uczestnicy mogą w dowolnej chwili dołączyć do komunikatu w komentarzach albo za pomocą przycisków reakcji na post. Taki model potęguje funkcję wyróżnienia odbiorcy w relacji interpersonalnej. Z intymnego i spersonalizowanego aktu mowy zrodziła się publiczna, zbanalizowana, pusta semantycznie forma okazywania pamięci lub zainteresowania drugą osobą (Sikora 2013: 184).

Zdaje się, że zakończenie rozważań w takim tonie byłoby zbyt prostym uproszczeniem. Przyjęcie, że tradycyjne życzenia z ich całą osobliwością odeszły w niepamięć wraz z rozwojem mediów i przeniesiem się komunikacji do internetu – jest zbyt dużą generalizacją. Argumentem zaprzeczającym takiemu myśleniu są teksty życzeń zindywidualizowanych, wyrażających ekspresję nadawcy i mocno ukierunkowanych na samego odbiorcę, życzeń rozbudowanych, bogatych treściowo i odwołujących się do wyższych wartości. Nawet jeśli takie przykłady są ewenementami, to nadal pojawiają się, także w najnowszych mediach społecznościowych, na przekór ich specyficznej naturze polegającej na szybkości wymiany informacji, wysokiemu stopniowi automatyzacji i publicznemu charakterowi takich intymnych wyznań.

Wszystkie wymienione w niniejszej pracy właściwości życzeń w ich tradycyjnym rozumieniu oraz tych, które funkcjonują w przestrzeni internetowej, pozwalają dostrzec zróżnicowanie jednego aktu mowy w zależności od środków przekazu, celu i konkretnego użycia. Trudno jest mierzyć tą samą miarą tradycyjne akty mowy i te, którymi posługują się użytkownicy internetu, podobnie jak inne narzędzia zastosujemy do analizy komunikacji bezpośredniej i tej za pomocą komunikatorów sieciowych. Różnorodne bowiem są cele uczestniczenia w obu typach komunikacji. Dlatego warto potraktować życzenia internetowe jako osobny akt mowy, stojący obok tradycyjnych życzeń.

Bibliografia

- Aouil B., 2008, *Komunikowanie się w Internecie – narzędzia, specyfika i właściwości* [w:] M. Wawrzak-Chodaczek (red.), *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, Toruń.
- Bańko M. (red.), 2000, *Inny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Boryś W. (red.), 2005, *Słownik etymologiczny języka polskiego*, Kraków.
- Bralczyk J. (red.), 2005, *Słownik 100 tysięcy potrzebnych słów*, Warszawa.
- Doroszewski W. (red.), 1958-1969, *Słownik języka polskiego*, Warszawa, t. 2.
- Dubisz S. (red.), 2006, *Uniwersalny Słownik Języka Polskiego*, Warszawa, t. 4.
- Greń Z., 1994, *Semantyka i składnia czasowników oznaczających akty mowy w języku polskim i czeskim*, Warszawa.
- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa.

- Juszczak S., 2012, *Internet jako przestrzeń codziennych interakcji społecznych* [w:] M. Biedroń, M. Wawrzak-Chodaczek (red.), *Komunikacja – (po)rozumienie – obecność społeczna*, Toruń.
- Karłowicz J., Kryński A., Niedźwiedzki W. (red.), 1900-1927, *Słownik języka polskiego*, Warszawa, t. 8.
- Kowalski P., 2010, *Gratulanci i wieszownicy. Zarys komunikacyjnej historii wieszowania*, Wrocław.
- Marcjanik M., 1991, *Typologia polskich wyrażen językowych o funkcji grzecznościowej* [w:] J. Anusiewicz, M. Marcjanik (red.), *Język a kultura*, t. 6: *Polska etykieta językowa*, Wrocław.
- Marcjanik M., 1997, *Polska grzeczność językowa*, Kielce.
- Markowski A. (red.), 2004, *Wielki Słownik Poprawnej Polszczyzny*, Warszawa.
- Miłoszewska A., 2014, *Akty życzeniowe publikowane w prasie kobiecej. Na przykładzie „Przyjaciółki”* [w:] J. Bloch, D. Lewandowska-Jaros, R. Pawelec (red.), *Grzeczność nie jest nauką łatwą ani małą. Język, działanie, kultura*, Warszawa.
- Nowak P., 2015, *Koncepcja governance a tożsamość narodowa w sieci i mediach społecznościowych* [w:] K. Kopecka-Piech (red.), *Zmiany medialne i komunikacyjne w stronę innowacyjności*, Gdańsk.
- Ożóg K., 1990, *Zwroty grzecznościowe współczesnej polszczyzny mówionej*, Warszawa–Kraków.
- Sikora K., 2013, *Życzenia i wieszowanie jako akt mowy*, „LingVaria”, Kraków, t. 16, nr 2, s. 179–189.
- Wierzbicka A., 1987, *English Speech Acts Verbs. A Semantic Dictionary*, Sydney.
- Zdanowicz A. (red.), 1861, *Słownik języka polskiego*, Wilno, t. 2.

The traditional act of wishes and its online equivalent on the Internet

Summary

The article presents the issues related to the functioning of the act of wishes on the Internet. It describes how the traditional act of wishes looks like and what the Internet wishes are. The author has made an attempt to decide whether in both cases we are dealing with the same predicate to wish, whether communicating wishes on the Internet retains the traditional system of values and what the situation of intentionality of the sender looks like in both varieties of the act of wishes.

Key words: Internet, speech act, to wish, social media

Słowa kluczowe: internet, akt mowy, życzyć, media społecznościowe