

Recenzja rozprawy doktorskiej Moniki Jaworskiej, Cechy gatunkowe opinii konsumenckich na temat hoteli na przykładzie wpisów zamieszczanych na stronach wybranych internetowych witryn turystycznych

Rozprawa Moniki Jaworskiej Cechy gatunkowe opinii konsumenckich na temat hoteli na przykładzie wpisów zamieszczanych na stronach wybranych internetowych witryn turystycznych liczy 291 stron znormalizowanego wydruku komputerowego, należy zatem zdecydowanie do grupy rozpraw obszernych. Wprawdzie najistotniejsza część pracy to nieco ponad sto stron rozdziału piątego, którego pozostałe części są czymś w rodzaju tła, ale tło to dla recenzenta, który w swojej praktyce badawczej tylko dorywczo zajmował się sprawami pragmatyki lingwistycznej, a jeszcze rzadziej tzw. tekstologią i genologią lingwistyczną oraz dziennikarską, było bardzo pożyteczne. Dzięki niemu bowiem mógł z odpowiednią podbudową teoretyczną przejść do rozpoznania nowego gatunku tekstowego, jakim stała się w ostatnich latach internetowa opinia konsumencka.

Wprawdzie można mieć wątpliwości, czy rzeczywiście w czasie sporządzania tła trzeba w dwudziestych latach dwudziestego pierwszego wieku zaczynać od historii internetu. Ale już rozdział drugi tylko pozornie zaczyna się od pojęcia komunikacji, gdyby zamiast Pojęcie komunikacji językowej dać tytuł Uwagi wstępne, zastrzeżeń, że zaczyna Autorka od sprawa encyklopedycznych, nikt by nie formułował. Dla piszącego te słowa treść wstępnych rozważań Autorki przywołała dodatkowo pamięć o znajomych, z którymi często spotykał się w czasie swojej pracy w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej i w Ośrodku Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Niektórych z nich nie ma wśród nas (Walery Pisarek, z którym dzieliłem gabinet przy ulicy Św. Tomasza i Roman Bartoszcze, z którym kilka razy w tygodniu spotykałem w czasie przerwy papierosowej pomiędzy zajęciami w pobliżu rzeźby Piotra Skrzyneckiego). Rozdział ten jest ponadto bardzo dobrym

wprowadzeniem do komunikologicznego obserwowania opinii konsumenckich. Gdyby zatem zmienić tytuł na W stronę spojrzenia komunikologicznego na internet, zupełnie inaczej postrzegalby czytelnik treść rozdziału. Zresztą, tytuł następnego rozdziału Genologiczna perspektywa badawcza bardzo dobrze współgrałby z przeformulowanym tytułem rozdziału drugiego.

W czasie lektury rozdziału drugiego wynotowałem sobie różne uwagi zarówno natury ogólniejszej, jak i odnoszące się do poszczególnych sformułowań. Nie będę ich tu przytaczał, bo pewnie dla badaczy komunikacji są one bardzo przewidywalne. Zwrócę jednak uwagę na rozumienie przez autorkę pojęcia dyskurs, a w zasadzie na bardzo nieostre jego kontury. To jest mój zarzut bardziej do badaczy dyskursu, niż do posłańca, który przynosi od nich wiadomość. Ośmielam się napisać o tym dlatego, że swego czasu, widząc kłopot badaczy dyskursu, sam starałem się wyostrzyć jego obraz. Powstał wtedy mój dość krótki artykuł Dyskursy medialne a wspólnota fatyczna, Zeszyty Prasoznawcze nr 1-2 (2004), s. 7-17, który – w moim przekonaniu – pozwala bardziej precyzyjnie spojrzeć na zjawisko dyskursu.

W rozdziale trzecim trafnie zatytułowanym Genologiczna perspektywa badawcza Autorka przedstawia, w jaki sposób dochodzi do metody poszukiwań cech dystynktywnych tego gatunku mowy, jakim są opinie konsumenckie, a następnie do analizy tekstów opinii konsumenckich, którą przeprowadza w rozdziale piątym rozprawy. W swoim myśleniu o gatunkach najbliższa jest podstawom sformułowanym przez Marię Wojtak, trafnie też uchwyca podwaliny, na których podstawie lubelska badaczka tworzy swoją koncepcję. Podwaliny te fundują prace przede wszystkim Michaiła Bachtina, Stefanii Skwarczyńskiej i Anny Wierzbickiej.

Współczesna genologia językoznawcza jest bez wątpienia częścią pragmatyki lingwistycznej, w związku z tym swego rodzaju jej patronami są filozofowie języka, którzy odcisnęli na niej swoje piętno. Autorka rozprawy opisuje w sposób bardzo encyklopedyczny koncepcję gry i podobieństwa rodzinnego Ludwiga Wittgensteina i skłonna jest w nim widzieć twórcę pojęcia gry językowej. Wittgenstein rzeczywiście wprowadził w Dociekaniach pojęcie *das Sprachspiel*, ale dopiero dzisiejsi badacze języka nadają temu dość marginalnemu tam pojęciu status pojęcia centralnego. Warto

może zapoznać się z artykułem Piotra Brykczyńskiego, Uwagi o Wittgensteina koncepcji „gry językowej” (Przegląd Filozoficzny z 2005 roku).

W następnych partiach tego rozdziału Autorka równie encyklopedycznie informuje o teorii aktów mowy Johna Austina, Johna Searle’a i regułach konwersacyjnych Herberta Grice’a. Po lekturze tych notatek trudno jest czytelnikowi odpowiedzieć na pytanie, co takiego wniesli ci filozofowie do pojmowania gatunków mowy. Albo zatem rozwinąć należy tę partię tekstu i ukazać precyzyjnie ich wkład do genologii lingwistycznej, albo zrezygnować z tych ogólnych bardzo informacji.

Na kolejnych pięćdziesięciu stronach znajdują się informacje na temat witryn internetowych związanych z turystyką. Jest to – oczywiście – niezbędna część pracy o opiniach konsumenckich na temat hoteli, ale nie będę jej tu – z oczywistych powodów – szczegółowo omawiał.

Ostatni rozdział pracy poświęcony jest interpretacji językoznawczej opinii konsumenckiej na temat hoteli. W pierwszej części tego rozdziału zatytułowanego Wzorzec gatunkowy opinii konsumenckiej na przykładzie opinii na temat hoteli zgromadzone w omówionych wcześniej przez Autorkę witrynach teksty poddane zostały analizie immanentnej. W drugiej jego części Autorka przeprowadza analizę kontekstową opinii, zestawiając ją z komentarzem, recenzją i opinią w szerszym rozumieniu tego słowa.

Analiza immanentna przeprowadzona została ze strukturalnego punktu widzenia, z pragmatycznego punktu widzenia, z poznawczego punktu widzenia i ze stylistycznego punktu widzenia. Ze strukturalnego punktu widzenia bada się przede wszystkim segmentację opinii konsumenckiej, którą w dużej mierze narzucają przyjmowane w poszczególnych witrynach formularze ocen. Z pragmatycznego punktu widzenia bada się przede wszystkim relacje pomiędzy nadawcą opinii a potencjalnym odbiorcą, który urealnia się najczęściej w postaci szukającego opinii przyszłego konsumenta, choć też – oczywiście – opinie trafiają też do personelu hoteli i organizatorów ruchu turystycznego. Autorka zwraca przy tym uwagę na funkcje opinii, bazujące na klasycznym schemacie funkcji koncepcji Romana Jakobsona, a także na używanie pewnych sformułowań nakłaniających, jak choćby czasowników performatywnych,

podziękowań czy wyrazów wdzięczności. Z poznawczego punktu widzenia, który Autorka utożsamia (sic!) ze znaczeniowym, bada się przede wszystkim cechy opisywanych w opiniach placówek. Tu oczywiście opisy mogą odnosić się do bardzo różnych kwestii, które w jakiś sposób wpłynęły na sposób spędzenia czasu przez piszącego opinię. Ze stylistycznego punktu widzenia bada się relacje pomiędzy wzorcem gatunkowym a stylem gatunku, zwracając uwagę na użyte środki językowe. Autorka zauważa, że w analizowanych opiniach bardzo często używane są środki wykorzystywane zwykle w sytuacjach codziennych, tzw. środki potoczne. Pokazuje przy tym szereg innych środków, np. epitety, wulgaryzmy, porównania, wykrzykniki. Zrekonstruowane przez siebie cechy gatunkowe opinii konsumenckiej zestawia następnie autorka z gatunkami pokrewnymi, tj. z komentarzem, z recenzją i z opinią w szerszym rozumieniu.

Na początku tej recenzji zastrzegłem się, że problematyka komunikologiczna czy tekstologiczna nie jest moją podstawową domeną lingwistyczną. Aczkolwiek powinienem szczerze przyznać, że na pewnym etapie swojej działalności naukowej zamierzałem na dobre osadzić się w pragmatyce językoznawczej. Te moje próby nie okazały się zbyt istotne przede wszystkim dla mnie samego. Dalem temu wyraz z artykule *Pomiędzy gramatyką a pragmatyką*, *Zeszyty Prasoznawcze*, 2016, Tom 59, Numer 2 opublikowanym z okazji jubileuszu Ośrodka Badań Prasoznawczych (którym kilka ładnych lat kierowałem) już na jego początku ogłaszając dość kontrowersyjną tezę, że pomiędzy nie ma prawdopodobnie nic.

Przechodząc w pewnym momencie w stronę komunikologii, wydawało mi się, że będę w stanie wypracować bardziej precyzyjne metody analizy relacji komunikacyjnych. To, co zaproponowałem w ramach teorii dyskursu, do tej pory uważam za bardzo trafne, aczkolwiek niewielu badaczy komunikacji tak uważa, bo i nie do wielu badaczy moja koncepcja dotarła – żyjemy przecież cały czas w świecie, w którym Popperowski mit schematu pojęciowego odgrywa ogromną rolę; on dzieli nas na małe grupki, które zadowolają się przyjętymi w każdej z grup schematami. Wyjście poza schemat jest bardzo niebezpieczne – może rozbić całą grupkę, a naczelnym zadaniem liderów jest dbanie o integralność grupki.

W innych dziedzinach, przede wszystkim w genologii dziennikarskiej, którą swego czasu się zainteresowałem, uczestnicząc w spotkaniach m. in. z Kazimierzem Wolnym – Zmorzyńskim, moje osiągnięcia były praktycznie zerowe. Wydawało mi się bowiem wtedy (i do tej pory mam takie przeświadczenie), że komunikologia powinna w innych miejscach szukać narzędzi analitycznych. To moje przeświadczenie wcale nie znikło po zapoznaniu się z rozprawą komunikologiczną Moniki Jaworskiej.

Autorka pracy zapoznała się bardzo dobrze z narzędziami analitycznymi stosowanymi w pracach z zakresu komunikologii i genologii lingwistycznej. Zapoznała się też z analizami gatunków językowych sporej grupy badaczy. Przeanalizowała za pomocą tych narzędzi wiele tekstów opinii konsumenckich, konfrontując wyniki swoich analiz z analizami dokonanymi przez innych językoznawców. Napisała pracę, która w swoim paradygmacie badawczym zostanie z pewnością doceniona. Nie mam żadnych wątpliwości, że recenzowana praca powinna być podstawą dopuszczenia jej Autorki do dalszych etapów przewodu doktorskiego. Taki wniosek oczywiście składam.

Ale cały czas mam duży niedosyt. Ma on swoje źródła w przeszłości, w mojej przeszłości – nie przekonywały mnie badania komunikologiczne, z którymi się zapoznawałem, a z drugiej strony bardzo pociągała sama istota komunikacji i jej wielka tajemnica. Nie umiałem jednak znaleźć odpowiednich kluczy, by wejść na dłużej do komunikacyjnej budowli. Nie miałem przy tym tyle uporów w sobie, by rozpocząć badania – tak jak Monika Jaworska – od pewnej, ściśle określonej grupy faktów empirycznych, a w następnych etapach, korzystając z doświadczeń badawczych, próbować konstruować adekwatne narzędzia analizy. Dlatego życzę bardzo szczerze, by analiza opinii konsumenckich była dla Moniki Jaworskiej początkiem szukania przez nią nowych, bardziej precyzyjnych narzędzi analizy pragmalingwistycznej.

Zawarża, 22 I 2024r.

Ireneusz Bobrowski

emerytowany profesor zwyczajny UJ

czynny profesor IJP PAN

