

JOANNA GINTER\* | UNIwersytet GDAŃSKI

# O komunikowaniu się na blogach poświęconych poprawności językowej – uwagi wstępne

Słowa kluczowe: blog, kultura języka, poprawność językowa, komunikacja.

doi: <http://dx.doi.org/10.31286/JP.98.4.5>

## 1. Wprowadzenie

Do niedawna blog był uważany (a przez niektórych uważany jest nadal) za jeden z podstawowych gatunków komunikacji internetowej (np. Grzenia 2006a: 150–156). Według starszych definicji blog to „internetowy dziennik, zawierający relacje ze zdarzeń, w których uczestniczył autor, i jego przemyślenia z tym związane” (Grzenia 2006b: 313). Szybko jednak zauważono w tym elektronicznym narzędziu większy potencjał – blog przestał być tylko osobistym, choć otwartym na czytelników pamiętnikiem; zaczęły upowszechniać się blogi tematyczne, poświęcone jakiemuś hobby albo wybranemu obszarowi życia (np. macierzyństwu, zdrowiu, kuchni, modzie), często wręcz o charakterze specjalistycznym (prowadzone przez ekspertów w danej dziedzinie). Stopniowo rozszerzeniu uległy nie tylko treść (tematyka) bloga, lecz także jego forma, sposób czy miejsce publikacji artykułów, tak zwanych postów; w pierwszych latach XXI wieku były to serwisy blogowe typu *blog.pl* czy *eblog.pl*, obecnie zaś do blogowania często wykorzystuje się portale społecznościowe, na przykład Facebook. Takie przemiany spowodowały, że współczesny blog „raczej służy za platformę dla tradycyjnych gatunków wypowiedzi, niż tworzy odrębną formę gatunkową”, a „wśród potocznych definicji bloga pojawiają się najczęściej odwołania do kwestii technologicznych i społecznościowych” (Gumkowska, Maryl 2009: 4).

Nie zagłębiając się w szczegóły opisane w innych publikacjach (np. Mazurek 2008; Więckiewicz 2012; Burno 2013), można uogólnić, że współczesny blog to miejsce w Internecie (strona internetowa, pojedyncza podstrona, fanpage na Facebooku itp.), w którym co jakiś czas dodawany jest nowy – dłuższy lub krótszy – post poświęcony założonej tematyce, zazwyczaj opatrzonej datą publikacji. Co ważne, typowy blog umożliwia czytelnikom łatwą interakcję – przez publiczne komentowanie postów.

\* filjg@ug.edu.pl

O ile blogi osobiste mogą pełnić prymarnie funkcję impresywną, o tyle blogi tematyczne nastawione są już właściwie zawsze na jakiegoś odbiorcę, czytelnika, któremu chce się coś przekazać – podzielić się z nim zainteresowaniami, nauczyć go czegoś, zachęcić do skorzystania z jakiegoś produktu lub z jakiejś usługi (wiele blogów ma bowiem charakter komercyjny). Aby osiągnąć taki perswazyjny cel, autorzy blogów komunikują się z modelowymi czytelnikami w pewien określony sposób, wynikający przede wszystkim z charakteru bloga (jego tematyki i celu).

Celem niniejszego artykułu jest ogólne, wstępne przedstawienie sposobów komunikowania się z czytelnikami na blogach poświęconych poprawności językowej i komunikacyjnej – interesujących dla filologów ze względu na ich metajęzykowy charakter.

Blogi poświęcone poprawności językowej nie są jednolite. Różnią się pod względem podejmowanej tematyki (niektóre dotyczą wyłącznie poprawności; na innych obok wpisów o charakterze kulturalnojęzykowym znajdziemy także posty np. o nowych mediach, copywritingu czy literaturze), celów, którym służą (jedne mają charakter hobbystyczny, inne – komercyjny; istnieje także wiele facebookowych blogów o charakterze humorystycznym i ironicznym, np. *Gramatyczni naziści*, *Apostrof'y w niewłaściwych miejscach* czy *Front Ocalenia Dopełniacza*); różni są też ich autorzy – od językoznawców ze stopniami naukowymi po miłośników polszczyzny nielegitymujących się wykształceniem filologicznym. Ze względu na status i/lub kreację nadawcy oraz cele, jakim służą blogi, podzieliłabym je na eksperckie (prowadzone przez osoby, które zajmują się językiem i komunikacją naukowo), profesjonalne (ich autorami są osoby zajmujące się językiem zawodowo) i amatorskie (prowadzone hobbystycznie, np. przez początkujących filologów) – z zastrzeżeniem, że granice między nimi bywają dość płynne. Pod uwagę nie wzięłam blogów o charakterze prześmiewczym, w których cele dydaktyczne nie są tak istotne jak – w moim odczuciu niezasługująca na aprobatę – chęć zadrwienia z osób gorzej radzących sobie na przykład z ortografią, używaniem apostrofów czy tworzeniem związków rządu.

## 2. Komunikowanie się na blogach eksperckich

Do blogów eksperckich zaliczyłabym te, które są prowadzone przez językoznawców zajmujących się w Internecie działalnością popularyzatorską – instytucjonalnie i zbiorowo, na przykład w ramach poradni językowych, lub indywidualnie, pod własnym nazwiskiem (zwłaszcza gdy jest znane). Swój blog – pod tytułem *Klinika Prostowania Języka* – ma między innymi Poradnia Językowa Uniwersytetu Szczecińskiego, udzielająca korespondentom porad drogą e-mailową (na blogu zamieszczane są tylko niektóre z nich); zresztą każda internetowa poradnia językowa publikująca z zasady wszystkie udzielane przez siebie porady w Internecie, a nie tylko przesyłająca je e-mailowo, spełnia większość formalnych warunków, by zaliczyć ją do tak zwanej blogosfery (nie jest spełniony warunek, że czytelnicy mogą dodawać do postów komentarze). Dodatkowo poradnia internetowa Uniwersytetu Śląskiego prowadzi swój blog na Facebooku – tam umożliwiając użytkownikom interakcję.

W serwisie internetowym „Kuriera Szczecińskiego” znajdziemy blog Ewy Kołodziejek; na Portalu Informacji Kulturalnej województwa świętokrzyskiego porady językowe (w formie

nienazwanej wprost blogiem, ale spełniającej warunki, by zaklasyfikować ją do blogów) publikuje Marek Ruszkowski; na stronie internetowej zielonogórskiej rozgłośni – Radia Zachód – swój *Poradnik językowy* prowadzi już od 2003 roku Marian Bugajski. Znajdziemy również blogi w formie mniej konwencjonalnej – vlogi, na których zamieszczane są krótkie filmy poświęcone między innymi poprawności; tu wymienić należy zwłaszcza wideoblog Jerzego Bralczyka, prowadzony do 2014 roku (na stronie wciąż dostępne są archiwalne filmy). Wśród blogów specjalistycznych warto też wymienić działający od wielu lat pod egidą tygodnika „Angora” *Obcy język polski* Macieja Malinowskiego, który swój autorytet zbudował przede wszystkim na tytule Mistrza Ortografii Polskiej. Z kolei Piotr Müldner-Nieckowski prowadzi *Lekarski Poradnik Językowy* z myślą o jednej konkretnej grupie zawodowej. Wszystkie te blogi mają charakter zbiorów porad, co odzwierciedlają nazwy i podnazwy niektórych z nich: „poradnik”, „poradnia”, „porady” (np. *Poradnia Językowa – Obcy język polski*).

Blogi eksperckie opierają się na autorytecie blogującego – językoznawcy (lub mistrza ortografii, który później również uzyskał stopień naukowy w zakresie językoznawstwa) i najczęściej są wspierane przez jakieś medium: portal internetowy, stację radiową, czasopismo; można więc powiedzieć, że blogi językoznawców zastąpiły dawne kąciki poprawnościowe w prasie, dziś już praktycznie nieistniejące, choć na początku lat osiemdziesiątych XX wieku Magdalena Poland-Kugler (1981/1986: 386) pisała:

W większości gazet i tygodników o różnym zakresie czytelniczym od dawna istnieją stałe rubryki tego typu. Ostatnio liczba ich wzrasta w szybkim tempie, nieomal każda gazeta otwiera „kącik językowy”.

Ekspertcy komunikują się ze swoimi czytelnikami według podobnego schematu (zresztą dzieje się tak również na blogach dotyczących innych dziedzin wiedzy niż język polski). Ekspert omawia wybrany problem językowy – najczęściej zgłoszony przez korespondenta potrzebującego porady językowej. Czasem przytacza pytanie wprost i pod nim zamieszcza odpowiedź skierowaną do pytającego, na przykład:

Szanowny Panie Profesorze, czy pisząc w tekście o Wysokiej Przedstawiciel ds. Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa F. Mogherini używamy dużej litery, gdy wymieniamy jednocześnie nazwę stanowiska i nazwisko urzędnika?

Przepis mówi, że nazwy godności, tytułów naukowych i zawodowych piszemy małą literą, ale w aktach prawnych – dużą. Zwyczaj jednak pozwala na stosowanie dużej litery w tekstach innego rodzaju, ale nazwa musi się [sic!] wtedy mieć pełne brzmienie i odnosić do konkretnej osoby. Z moich obserwacji wynika, że ten zwyczaj się upowszechnia i coraz częściej nazwy tego typu pisze się dużymi literami. Pozdrawiam i przepraszam, że dopiero teraz odpowiadam. Marian Bugajski (*Poradnik językowy*)<sup>1</sup>;

1 Dostęp do wszystkich przywoływanych źródeł internetowych: czerwiec 2017 r. We wszystkich przytaczanych cytatach zachowano oryginalną pisownię i interpunkcję.

czasem wplata pytanie w swoją wypowiedź, na przykład:

[...] Czy inne słowa też tak można skracać? Pyta o to w e-mailu do poradni językowej pani Dagmara: „W dokumentach policyjnych często pojawia się skrót *p-two*, utworzony od słowa *przestępstwo*. Czy taki mechanizm skracania jest prawidłowy? Czy zawsze można skrócić przez połączenie łącznikiem liter: pierwszej i trzech ostatnich? Przecież skrót *p-two* można równie dobrze można [*sic!*] odszyfrować jako *pieniactwo*, *pierwszeństwo* czy *państwo*” [...] (blog Ewy Kołodziejek);

zdarzają się też zapisy pośrednie, na przykład:

– Mam pytanie związane z późno w tym roku obchodzonym świętem „Bożego Ciała”. Od „Boże Narodzenie” mamy przymiotnik „bożonarodzeniowy”, a jak będzie on brzmiał od nazwy „Boże Ciało”? W internecie zetknęłam się z formami „bożocielny”, „bożocielski” i „bożociałowy”. Dwa pierwsze określenia wydają mi się jednak jakieś dziwne, wręcz niestosowne... – pisze internautka.

Z przymiotnikiem od nazwy *Boże Ciało* (owo święto Eucharystii obchodzi się w Kościele katolickim zawsze w drugi czwartek po Zielonych Świątkach, czyli po Zesłaniu Ducha Świętego) jest rzeczywiście kłopot. [...] (*Obcy język polski*).


Sama odpowiedź na pytanie jest zwykle sformułowana w stylu popularnonaukowym i ma charakter informacyjny, co jest wymuszone między innymi strukturą sytuacji komunikacyjnej (dostosowanie się do reguł komunikacyjnych obowiązujących w obszarach Internetu nastawionych na szerzenie wiedzy). Niekiedy w odpowiedzi zawarte są dodatkowe dygresje, i to nie tylko na tematy dotyczące języka (jak np. powyższa informacja o tym, kiedy obchodzone jest Boże Ciało).

### 3. Komunikowanie się na blogach profesjonalnych

Drugą wyodrębnioną przeze mnie grupę stanowią blogi, które nazwałabym profesjonalnymi – ze względu na to, że są prowadzone przez osoby i firmy zawodowo zajmujące się poprawnością językową, a więc przede wszystkim redakcją i korektą tekstów. Tu wymienić można blogi takich firm, jak na przykład *eKorekta24*, *Editorial* czy *Pani Korektor*, duże portale typu *Językowe Dylematy* i mniejsze blogi, na przykład *Popolskiemu.pl*, *Daj, poprawię*, a także strony na Facebooku, na przykład *Zielona Kropka*, *Mania Poprawiania*. Służą one głównie budowaniu marki: udowadnianiu przez poprawne i ciekawe wpisy, że jest się specjalistą, i przyciąganiu do siebie klientów zainteresowanych usługami edytorskimi. W zasobach zamieszczanych na tego typu blogach znajdziemy, po pierwsze, typowe artykuły o tematyce poprawnościowej: dłuższe – o charakterze monograficznym, na przykład podzielona na kilka postów *Interpunkcja krok po kroku* (*Daj, poprawię*), oraz krótsze – mające charakter pojedynczych porad językowych, na przykład *linku czy linka; 6 grudnia czy 6. grudzień; zimą, w zimę czy w zimie* (*Pani Korektor*).

Tematyka większości postów jest więc niezbyt wyszukana, mało oryginalna, na pewno jednak bliska modelowemu odbiorcy (niefilologowi zlecającemu np. korektę CV), którego interesują podstawy, a nie bardzo wąskie, specjalistyczne problemy językowe.

Oprócz postów na blogach poprawnościowych i okołopoprawnościowych prowadzonych przez redaktorów znajdziemy różnego rodzaju tematyczne memy – „chwytliwą porcję informacji, zwykle w formie krótkiego filmu, obrazka lub zdjęcia, na którym umieszczono jakiś tekst, rozpowszechnianą w Internecie” (SJP 2017). Mogą mieć one charakter ludyczny (np. zdjęcie przedstawiające ogłoszenie na klatce schodowej z komunikatem: „Uprzejmie prosimy o niepalenie papierosów”, pod którym znalazły się dopiski mieszkańców tworzące zabawny dialog: „Nie z czasownikami oddzielnie” – „Palenie to rzeczownik” – „Racja, sorrunia”) lub informacyjny. Tworzone przez jednych blogujących redaktorów memy o charakterze informacyjnym są często rozpowszechniane przez innych (rys. 1).


 **Zielona Kropka** udostępnił(a) zdjęcie użytkownika Ewa Popielarz.


11 stycznia · 🌐

## Pułapki językowe

Wiele przed nami  
balów do przetańczenia  
i bali do przerzucenia.

	zabawa		pień	
M.	bal	bale	bal	bale
D.	balu	balów	bała	bali
C.	balowi	balom	balowi	balom
B.	bal	bale	bal	bale
N.	balem	balami	balem	balami
Ms.	balu	balach	balu	balach
W.	balu	bale	balu	bale

 **Ewa Popielarz**  
11 stycznia · 🌐

 **Polub stronę**

Rysunek 1. Mem z firmowego bloga Ewy Popielarz udostępniony na blogu *Zielona Kropka*

Rozpowszechnianie przez redaktorów memów stworzonych przez kolegów z branży to ciekawe zjawisko; z jednej strony bowiem osoby te rywalizują ze sobą o zainteresowanie klientów, a z drugiej – w pewien sposób wspierają się w popularyzowaniu poprawności językowej (można więc powiedzieć, że troska o kulturę języka wymyka się celom czysto merkantylnym i łączy osoby traktujące ją jako pasję lub się na takie kreujące).

Na blogach profesjonalnych bardzo widoczne jest połączenie rozrywki z informacją (a więc zjawisko nazywane z języka angielskiego *infotainment*) – przejawiające się nie tylko w memach, lecz także w samych postach; obok wpisów typu: „Nazwa miasta brzmi Bielsko-Biała (Bielska-Białej, Bielsko-Białą, Bielsku-Białej), a przymiotnik to *bielski* albo *bielsko-bialski*” można znaleźć też na przykład: „Humanisci muszą umieć liczyć do tysiąca. Więcej nie zarobią” (*Zielona Kropka*). Celom rozrywkowym służą i posty, i memy, a także zdjęcia przedstawiające błędy w szacie informacyjnej miasta i jego obiektów (np. w sklepach), w reklamach, mediach (np. „Premier opóściła szpital”), książkach („Człowiek sobie spokojnie pracuje, od czasu do czasu zajrzy do źródeł poprawnościowych, aż tu nagle w Encyklopedii PWN znajduje błąd!” – wraz ze zrzutem ekranu przedstawiającym definicję hasła *argumentum a fortiori* w internetowej encyklopedii, z błędną formą „przekonywujące”; *Zielona Kropka*), żarty (np. „Czym jest tak naprawdę miłość? – Rzeczownikiem”; „Nad czym się tak zamyśliłaś? – Znalazłam błąd refleksyjny”; *Daj, poprawię*). Bardziej informacyjne treści to na przykład testy wiedzy o języku polskim (właściwie – odnośniki do testów zamieszczonych na różnych stronach w Internecie), minirecenzje lub opisy książek (np. informacja o IV wydaniu WSO z 2016 r.), informacje o wydarzeniach kulturalno-literackich, artykuły dotyczące warsztatu pracy redaktora (np. *Ile kosztuje korekta tekstu?* albo *Ile kosztuje redakcja książki?*; *Redakcja i korekta tekstu*).

Autorzy blogów profesjonalnych wykorzystują takie strategie komunikowania się z odbiorcami, jak nadawanie postom tytułów przyciągających uwagę (np. *Kreski, kreseczki i krechy*; *Daj, poprawię* – bez używania niezrozumiałych dla przeciętnego użytkownika polszczyzny terminów typu *dywiz* i *półpauza*), *real time marketing*, a więc reagowanie na bieżące wydarzenia kulturowe, polityczne i społeczne (np. *5 rzeczy, które musisz wiedzieć o Brexicie*; Editorial – autorka przedstawiła znaczenie słowa *Brexit*, jego odmianę, przykłady użycia, kolokacje, etymologię). Widoczne jest również dostosowanie tematyki bloga do kalendarza (np. „No to zaczynamy Nowy Rok i nowy rok! I pamiętamy, że: Nowy Rok = 1 stycznia 2017 roku | nowy rok = 2017 rok”; *Zielona Kropka*). Ponadto blogujący czerpią inspirację z redagowanych przez siebie tekstów oraz pytań zadawanych przez swoich klientów.

Blogi profesjonalne bywają prężnie rozwijane – zwłaszcza na Facebooku, który pozwala na dodawanie nawet bardzo krótkich wpisów, niewymagających od autorów dużych nakładów czasu (np. „Słowo na dziś: brudnożółtozielony. Tak właśnie się pisze”; *Zapiski redaktorki*), czy udostępnienie jakiegoś memu lub artykułu opublikowanego na innej stronie internetowej; ale bywają też prowadzone okazynie – zwłaszcza gdy blog jest tylko skromną podstroną na stronie będącej wizytówką redaktora (obok innych podstron typu „Portfolio”, „O mnie”, „Zakres usług” czy „Referencje”; np. Edytom). Granice między blogami profesjonalnymi a eksperckimi

bywają płynne, ponieważ zdarza się, że również językoznawcy naukowcy prowadzą działalność komercyjną związaną z poprawnością językową; tak jest na przykład w wypadku redakcji Dobrego Słownika (internetowego komercyjnego przedsięwzięcia leksykograficzno-poprawnościowego), która również prowadzi blog jako jeden z elementów budowania marki i przyciągania klientów – po to, aby wykupili oni dostęp do oferowanego słownika.

#### 4. Komunikowanie na blogach amatorskich

Do trzeciej grupy blogów, nazwanej przeze mnie amatorskimi, zaliczyłabym blogi prowadzone przez miłośników polszczyzny, którzy mają pewną – mniejszą lub większą – wiedzę o języku, ale albo nie zajmują się poprawnością językową profesjonalnie (np. studenci polonistyki), albo są początkującymi redaktorami-korektorami prowadzącymi blog z perspektywy odkrywcy, a nie eksperta, albo przyświecają im inne cele niż merkantylne, marketingowe (np. miłośnicy języka podchodzący do niego emocjonalnie, a na blogu dający upust swojemu wzburzeniu z powodu błędów znalezionych w mediach czy szacie informacyjnej miasta). Takie duże zróżnicowanie wewnętrzne w tej grupie powoduje, że blogi amatorskie mają różną wartość – są lepsze i gorsze merytorycznie.

Artykuły zamieszczane na tego typu blogach są pisane często z perspektywy ucznia, a nie nauczyciela, profesjonalisty, i zwykle dotyczą „szkolnych” problemów, które łatwo rozwiązać za pomocą słowników normatywnych (np. „Ponieważ sama mam z tym problem, postanowiłam sprawdzić, jaka jest zasada używania *półtorej* lub *półtora*”; *Edytornia*). Autorzy wielu z takich blogów posługują się naiwną wiedzą o języku („Jestem z wykształcenia polonistką, ale już na wstępie muszę zaznaczyć, że nigdy nie byłam purystką językową, zawsze robiłam dużo błędów. Nie ma czemu się dziwić, język polski jest trudny”; *Trudności językowe*); na blogu opowiadają o błędach popełnionych przez siebie („Zostałam przyłapana na następującym błędzie: użyłam zestawienia *lepsza optymalizacja*. Na szczęście bystre oko osoby czytającej po mnie tekst wychwyciło ten błąd logiczny”; *Trudności językowe*), dzielą się swoimi wątpliwościami i próbami ich wyjaśnienia („Mail został już wysłany do poradni językowej. Poczekamy, zobaczymy”; *Trudności językowe*). Z ostatniego z przytoczonych cytatów wynika więc, że nie uzurpują sobie prawa do bycia ostateczną instancją w sprawach poprawności językowej, lecz chętnie powołują się na porady (blogi) eksperckie. Kultura języka na licznych blogach amatorskich jest postrzegana dość płytko, powierzchownie, a jako materiał ilustracyjny chętnie wykorzystuje się pewne symbole, ikony kojarzące się z poprawnością językową (np. zdjęcie profesora Jana Miodka).

Ale też obok takich naiwnych, choć w gruncie rzeczy życzliwych blogów mamy też blogi purystyczne (albo purystyczno-perfekcjonistyczno-logizujące), których autorzy odznaczają się większą kompetencją językową (a nawet są doświadczonymi redaktorami, co powoduje znów zatarcie granicy między wyodrębnionymi typami blogów), a przy tym skłonnością do dość złośliwego wskazywania, wręcz wytykania napotkanych błędów językowych, na przykład:

*Różnica przeciwprostokątnej i przyprostokątnej wynosi 1 [zamiast różnica długości przeciwprostokątnej]. Ten sam błąd jest w Innym (nie spodziewaliśmy się, że aż tak) słowniku języka polskiego PWN pod red. M. Bańki (Pszetfurnia).*

Amatorskie blogi pokazują niewłaściwe rozumienie i wartościowanie postaw wobec języka; pożądanym przez autorów takich blogów jest puryzm, często do tego źle rozumiany – postrzegany jako niepopelnianie, wskazywanie i poprawianie błędów językowych: „nigdy nie byłam purystką językową, zawsze robiłam dużo błędów” (*Trudności językowe*). Takie definiowanie purysty (‘osoba zainteresowana poprawnością językową’) jest charakterystyczne dla potocznej wiedzy o świecie, na przykład: „Postanowiłam zapytać u kogoś, kto o język polski dba i zna się na nim lepiej niż inni. Zapraszam Was na chat z Arleną Witt, największą purystką językową polskiej blogosfery” (Dworzyńska 2014).

Pewną grupę blogów amatorskich stanowią blogi a n o n i m o w e. Nie wiadomo, kim są ich autorzy, ale zaliczyłabym je właśnie do tej grupy, a nie do blogów profesjonalnych, z powodu deklarowanych przez nich celów, które wydają się niekomercyjne:

Z językiem polskim robi się obecnie wszystko. Kaleczymy go na wszelkie możliwe sposoby. Czas powiedzieć sobie DOSYĆ! Ludzie, dbajcie o to, jak mówicie i piszecie! (*Nie kalecz języka*);

Stworzyliśmy serwis <http://blendy.pl> aby pomagać Czytelnikom rozwijać się poznając nasz język, doskonalić polszczyznę i zdobywać nową wiedzę. Mimo, że prezentujemy rzetelną wiedzę, opartą na sprawdzonych źródłach, w naszych publikacjach mogą pojawić się BŁĘDY, wynikające z niewłaściwej interpretacji źródeł, z błędów w cytowanych źródłach lub po prostu z błędu najpospolitszego: ludzkiego (*Blendy.pl*).

Brak informacji o autorze, a w wypadku drugiego z cytatów również liczne błędy interpunkcyjne powodują, że wiarygodność tych blogów, mimo godnych pochwały celów deklarowanych przez twórców, jest wątpliwa. Usterki językowe na blogach amatorskich (innych niż te, które nazwałam purystycznymi) pojawiają się bardzo często; przykłady: „Ostatnio we wpisie na FB chciałam użyć słowo z w i a s t u n. I nagle taka myśl: nie obejrzałam (kogo? czego?) zwiastuna czy zwiastunu?”, „P ó k i c o, zwrot «na pokładzie pociągu» brzmi dziwnie i jakoś nie pasuje (proponuję zmienić komunikat: «W pociągu obecny jest serwis sprzątający»)”, „Ale kto wie, [przecinek!] co będzie z pokładem pociągu za jakiś czas...” (*Edytornia*).

Dwa ostatnie z przytoczonych cytatów pochodzą z posta rozpoczynającego się słowami:

Jechałam ostatnio pociągiem do Warszawy. I mój kolega zwrócił mi uwagę na komunikat kierownika pociągu: „Na pokładzie pociągu obecny jest serwis sprzątający”. Zaczęliśmy się zastanawiać: czy pociąg ma pokład?

Blogi amatorskie i profesjonalne mają dwie cechy wspólne: widoczną w powyższym fragmencie mocno rozwiniętą podmiotowość (wyeksponowanie nadawcy) oraz nastawienie na



podtrzymywanie kontaktu; funkcje impresywna i fatyczna są tu realizowane w większym stopniu niż na blogach eksperckich. Z jednej więc strony obserwujemy wątki autobiograficzne, stanowiące niejako przyczynek do napisania posta, na przykład:

W Gdyni w PPNT jest taka inicjatywa haseł wstawianych w okno – #whiztalk. Codziennie tamtędy przechodzę i ostatnio zobaczyłam napis: „Nie bądź huncwot” [...]. I coś mi tu nie pasowało (*Edytornia*);

Byłam w weekend we wrocławskim Poco – nowym markecie wnętrzarskim. Można tam znaleźć zarówno meble, jak i akcesoria do kuchni i łazienki oraz wiele innych. Ale w oczy rzuciło mi się coś zupełnie innego – żółte bannery wystające z każdego zakamarka, krzyczące o fantastycznych promocjach otwarciovych! (*Dylematy filolożki*);

ponadto *Językowe Dylematy*, blog firmy Pani Korektor oraz blogi prowadzone na Facebooku są bogato ilustrowane zdjęciami autorów. Z drugiej strony – nie brak apeli i zwrotów do czytelników, które mają ich zachęcić do reakcji: przeczytania posta („Wypatrujemy inspirujących potknięć językowych – najlepiej przecież uczyć się na błędach, zwłaszcza cudzych! No to jak – można coś wypatrzyć, czy wypatrzeć?”) czy na przykład napisania komentarza: „A jaką Wy macie Biedronkę w swojej okolicy? Z kropką po sloganie reklamowym czy jednak bez kropki?” (*Edytornia*); „Czy Polska też wystąpi z Unii? Jak będą to określały media? Polexit?” (Editorial).

## 5. Podsumowanie

Na zakończenie warto wymienić jeszcze *Poprawną Polszczyznę*, nazwaną przez autora (autorów?) „blogiem osobistym”, choć wymykającą się zarówno definicji bloga osobistego, jak i zaproponowanej przeze mnie typologii. Z jednej strony *Poprawna Polszczyzna* to typowy facebookowy fanpage z różnymi luźno związanymi z polszczyzną filmami, memami oraz wpisami o tematyce poprawnościowej; z drugiej – blog jest prowadzony z nietypowego powodu (choć merkantylnego jak blogi profesjonalne): ma zachęcać do kupowania koszulek z napisami związanymi z poprawną polszczyzną.

Blogi poprawnościowe cieszą się dużą popularnością wśród polonistów, redaktorów, tłumaczy, studentów. Czy mogą być interesujące także dla przeciętnego użytkownika polszczyzny, wykazującego się na przykład indyferentną postawą wobec języka? Pewnym internetowym fenomenem jest kanał na YouTube, czyli *de facto* wideoblog, *Mówiąc inaczej* Pauliny Mikuły. Zabiegi perswazyjne, z których korzysta ta blogerka, to: posługiwanie się słownictwem z niskich rejestrów stylistycznych, bliskich młodszemu użytkownikom języka, w tym czerpanie z angielszczyzny (np. zwroty o charakterze fatycznym: „tak, dziób, ty, you”), korzystanie z dowcipu czy specyficzna kreacja nadawcy (nieformalny ubiór, świadomie niedostosowana do sytuacji komunikacyjnej mimika i gestykulacja) mająca na celu zerwanie ze stereotypowym wizerunkiem nudnego, sztywnego polonisty. Te elementy komunikowania się mają zarówno swoich zwolenników, jak i przeciwników (można zarzucić blogerce łamanie zasad grzeczności językowej, a ponadto wybiórczą, „ciekawostkową” wiedzę na

temat języka – brak podbudowy naukowej); trzeba jednak przyznać, że P. Mięka ma w tej chwili prawdopodobnie największy wpływ na zachowania językowe młodych internautów (jej kanał na YouTube obserwuje ponad 385 tysięcy osób) i, co ważne, promuje wśród nich racjonalną postawę wobec języka.

Blogi poprawnościowe zawierają bardziej aktualną wiedzę i są łatwiej dostępne niż wymagające zakupu lub wypożyczenia poradniki książkowe, dlatego cieszą się dużą popularnością wśród osób zainteresowanych językiem. Ich użytkownicy powinni jednak pamiętać, że „w stosunku do Internetu jako wyroczni w sprawach językowych należy zachować daleko idącą ostrożność” (PWN 2006). W tym celu najlepiej korzystać z blogów prowadzonych przede wszystkim przez językoznawców, a w drugiej kolejności – przez osoby zawodowo zajmujące się poprawnością językową; blogi amatorskie i anonimowe należy traktować wyłącznie jako pomocnicze źródło wiedzy o języku polskim. Wydaje się, że internauci rzeczywiście wybierają raczej blogi eksperckie i profesjonalne, o czym świadczy zazwyczaj dużo większa w ich wypadku liczba „polubień” i obserwacji na Facebooku oraz komentarzy. Możliwe jednak, że popularność blogów z tych grup bierze się nie ze świadomości czytelników, lecz z szerszej zakrojonych działań marketingowych autorów – „amatorzy” zabiegają o czytelników w mniejszym stopniu niż profesjonalści.

Niniejszy artykuł ma charakter rekonesansowy. Pogłębionej analizy wymagają między innymi takie zagadnienia, jak oddziaływanie poszczególnych typów blogów na zachowania językowe ich czytelników, strategie komunikacyjne stosowane przez autorów tych blogów, pluralistyczna partycypacja w szeroko pojętej blogosferze „poprawnościowej”, w tym dyskusje czytelników prowadzone w komentarzach pod postami oraz na związanych z danym blogiem forach i grupach na portalu Facebook (np. grupa *O języku polskim po polsku*, która powstała jako „uzupełnienie fanpage’a Pani Korektor”). Dotarcie do grup zajmujących się poprawnością językową jest jednak utrudnione, ponieważ większość z nich ma charakter zamknięty (posty i komentarze mogą przeglądać wyłącznie członkowie); niektóre – skupiające współpracujących ze sobą redaktorów językowych – są „tajne” (tzn. grup tych nie da się znaleźć przez wyszukiwarkę Facebooka, a ich członkiem można zostać wyłącznie na zaproszenie innego członka).

## Analizowane blogi

---

### Blogi eksperckie

Blog Ewy Kołodziejek, <http://www.z4kurier.pl/Blogi/Ewa-Kolodziejek>

*Klinika Prostowania Języka*, <http://poradniajezykowa.blox.pl>

*Lekarski Poradnik Językowy*, <http://lpj.pl>

*Obcy język polski*, <http://obcyjezykpolski.pl>

Poradnia Językowa Uniwersytetu Śląskiego, <http://www.poradniajezykowa.us.edu.pl>, <https://www.facebook.com/por.jez.ijp.us>

*Poradnik językowy* Mariana Bugajskiego, <http://www.zachod.pl/wpisy/radio-zachod/poradnik-jezykowy>

Porady Marka Ruskowskiego, <http://pik.kielce.pl/porady-jezykowe>

Wideoblog Jerzego Bralczyka, <http://jerzybralczyk.blog.pl>

**Blogi profesjonalne**

Blog Dobrego Słownika, <http://blog.dobrysloownik.pl>  
 Blog Ewy Popielarz, <https://www.facebook.com/popielarzewa>  
 Blog firmy Editorial, <https://editorial.pl/blog>  
 Blog firmy Edytom, <http://www.edytom.pl>  
 Blog firmy eKorekta24, <http://www.ekorekta24.pl/blog>  
 Blog firmy Makijaż Tekstu, <https://www.facebook.com/MakijazTekstu>  
 Blog firmy Pani Korektor, <http://ulalupinska.pl/jezyk-polski>  
*Daj, poprawię*, <http://www.dajpoprawie.pl/blog>, <https://www.facebook.com/daj.poprawie>  
*Językowe Dylematy*, <http://www.jezykowedylematy.pl>  
*Mania Poprawiania*, <https://www.facebook.com/ManiaPoprawiania>  
*Popolskiemu.pl*, <http://popolskiemu.pl>  
*Redakcja i korekta tekstu*, <http://korekta-pwn.pl/blog-korektorki>  
*Zielona Kropka*, <https://www.facebook.com/zielonakropka.eu>

**Blogi amatorskie (w tym profesjonalno-amatorskie) i inne**

*Blendy.pl*, <http://blendy.pl>  
*Dylematy filozofki*, <http://filozofka.brood.pl>  
*Edytornia*, <http://edytornia.pl>  
*Mówiąc inaczej* (kanał na YouTube), <https://www.youtube.com/user/PamikuPL>  
*Nie kalecz języka*, <http://niekalecz.blox.pl/html>  
*Poprawna polszczyzna*, <https://www.facebook.com/polszczyzna>  
*Pszetfurnia*, <http://pszetfurnia.blogspot.com>  
*Trudności językowe*, <https://trudnoscijazykowe.wordpress.com>  
*Zapiski redaktorki*, <https://www.facebook.com/zapiski.redaktora>

**Wybrane grupy na portalu Facebook**

*Redaktorzy, edytorzy, pisarze i inni*, <https://www.facebook.com/groups/1731890390403956>  
*Redaktorzy, korektorzy, edytorzy – łącznie się*, <https://www.facebook.com/groups/47887332210758>  
*O języku polskim po polsku*, <https://www.facebook.com/groups/polskipolsku>

**Bibliografia**

- Burno K. 2013: *Blog jako nowa forma komunikowania politycznego na przykładzie blogów politycznych Platformy Obywatelskiej (2004–2010)*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Dworzyńska K. 2014: *O mobajlu koktajlu, intelifonach i wrózeniu z fusów z największą purystką językową polskiej blogosfery – Arleną Witt* (online: <http://dworzynska.com/o-mobajlu-koktajlu-intelifonach-i-wrozeniu-z-fusow-z-najwieksza-purystka-jezykowa-polskiej-blogosfery-arlena-witt>, dostęp: 30 czerwca 2017).
- Foland-Kugler M. 1986: *Poradnictwo językowe w powojennej Polsce*, [w:] H. Kurkowska (red.), *Współczesna polszczyzna. Wybór zagadnień*, wyd. 2, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, s. 378–393 (1 wyd. 1981).
- Grzenia J. 2006a: *Komunikacja językowa w internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Grzenia J. 2006b: *Zasady komunikacji internetowej*, [w:] M. Bańko (red.), *Polszczyzna na co dzień*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 311–346.
- Gumkowska A., Maryl M. 2009: *Blog to... blog. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, Agora, Warszawa (online: <http://maryl.org/wp-content/uploads/2013/12/Gumkowska-Maryl-i-Toczyski-2009-Blog-to-blog.pdf>, dostęp: 30 czerwca 2017).
- Mazurek G. 2008: *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- PWN 2006: *Jednak Brunhilda!*, [w:] Poradnia Językowa PWN (online: <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/jednak-Brunhilda;7737.html>, dostęp: 30 czerwca 2017).
- SJP 2017: *Mem*, [w:] *Słownik języka polskiego* (online: <https://sjp.pwn.pl/sjp/mem;5579327.html>, dostęp: 30 czerwca 2017).
- Więckiewicz M. 2012: *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.

## Summary

---

### **Communication on blogs about language correctness – introductory remarks**

Keywords: blog, culture of language, language correctness, communication.

This article has reviewed blogs about language correctness, classified by the following types: expert blogs (written by the scientists, language and communication researchers), professional blogs (whose authors are editors and proofreaders – people working with language) and amateur blogs (written by people interested in language, dealing with it not scientifically or professionally but as a hobby). The aim of this paper is to show how the authors of these blogs communicate with the readers.