

Joanna Senderska

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Instytut Filologii Polskiej

ul. Świętokrzyska 15G, 25–406 Kielce, Polska

Tel. +48 41 349 71 20

E-mail: josen@poczta.onet.pl

Zainteresowania naukowe: składnia, odmiany środowiskowe współczesnej polszczyzny

WIRTUALNA SPOŁECZNOŚĆ POLSKICH „STANIKOMANIACZEK” JAKO WSPÓLNOTA DYSKURSU

Artykuł jest poświęcony wirtualnej społeczności kobiecej skupiającej entuzjastki brafittingu i koneserki pięknej, przede wszystkim dobrze dobranej bielizny, zwłaszcza biustonoszy. Członkini tej społeczności bywają nazywane „stanikomaniaczkami” (od nazwy jednego z blogów o tematyce brafittingowej, tj. Stanikomanii) lub „lobbystkami” (od nazwy pierwszego forum internetowego o teście tematyce, tj. Lobby Biuściastych). Celem artykułu jest rozważenie, czy społeczność „stanikomaniaczek” spełnia kryteria wspólnoty dyskursu, zwanej też wspólnotą (społecznością) dyskursywną, zaproponowane przez Johna Swalesa (m.in. w książce z 1990 roku pt. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*). Zdaniem J. Swalesa dana społeczność jest wspólnotą dyskursu, jeśli jej członkowie 1. mają wspólne cele komunikacyjne; 2. posługują się określonymi mechanizmami i środkami komunikacji wewnątrzgrupowej; 3. korzystają z tych mechanizmów i środków w celu zasięgnięcia informacji lub opinii, a także w celu podzielenia się swoją wiedzą czy dokonania z innymi członkami wspólnoty; 4. komunikują się między sobą za pomocą określonych gatunków mowy; 5. posługują się specyficznym słownictwem; 6. mają zróżnicowany poziom kompetencji nadawczo-odbiorczych, co nadaje poszczególnym członkom status „ekspertów” albo „nowicjuszy”.

Autorka zastanawia się także nad tym, czy wszelkie społeczności online (posługujące się przeciw podobnymi gatunkami mowy), nastawione na wymianę informacji na określony temat wynikający z ich zainteresowań, tworzą wspólnoty dyskursu.

SŁOWA KLUCZOWE: wspólnota dyskursu, wspólnota dyskursywna, społeczność wirtualna, społeczność online, „stanikomaniaczki”, „lobbystki”, biuslang, socjolekt, socjolekt wirtualny.

„Stanikomaniaczki”, którym poświęcony jest niniejszy artykuł, tworzą jedną z wielu społeczności wirtualnych, zwanych także społecznościami online. Internet – pojmowany jako przestrzeń komunikacyjna lub środowisko komunikacyjne¹ – jest miejscem,

w którym kształtuje się wiele tego typu grup. Formowanie się określonej społeczności w cyberprzestrzeni jest niezwykle łatwe. Jak pisze Bogusław Skowronek, polski językoznawca i medioznawca, „[...] Internet traktowany jako środowisko komunikacji, przestrzeń interakcji i dialogowości [...] wytworzył silną sieć związków społecznościowych, które w istocie mogły zaistnieć dopiero dzięki tej przestrzeni” (Skowronek 2013: 241).

¹ Stanowisko takie zajmuje np. Zbigniew Bauer, który przekonująco dowodzi, że Internet nie jest medium, lecz „przestrzenią komunikacyjną, w której realizują się wszystkie znane do tej pory media” (Bauer 2009: 19).

Spółeczność „stanikomaniaczek” jest właśnie tego typu grupą: jej członkinie prawdopodobnie nigdy by się nie spotkały i nie porozumiały, gdyby nie Internet². Najistotniejszym czynnikiem grupotwórczym w wypadku tej społeczności jest wspólnotowość zainteresowań. „Stanikomaniaczkami” (a także „lobbystkami”) nazywane są użytkowniczki forów poświęconych brafittingowi i bieliźnie, zwłaszcza biustonoszom, oraz autorki blogów o tej tematyce i ich komentatorki. Pierwsza nazwa pochodzi od nazwy bardzo popularnego i wpływowego bloga Stanikomania, a druga – od nazwy pierwszego polskiego forum o tematyce brafittingowej Lobby Biuściatych.

Forum Lobby Biuściastych powstało w 2005 roku. Początkowo służyło wymianie informacji na temat sklepów i producentów oferujących biustonosze dla kobiet z większym biustem. Pod wpływem wpisów, które pokazały, że zakup odpowiedniego biustonosza stanowi problem dla wielu kobiet, także tych z mniejszymi piersiami, forum zmodyfikowało swój profil i stało się miejscem wymiany informacji na temat właściwego doboru biustonosza. Obecnie można tam znaleźć m.in. rady, jak prawidłowo obliczyć rozmiar biustonosza, oraz opis najczęstszych błędów popełnianych podczas wyboru biustonosza, charakterystykę różnych modeli biustonoszy oferowanych przez producentów, adresy rekomendowanych sklepów stacjonarnych i internetowych.

W niniejszym artykule pragnę rozważyć, czy „lobbystki” vel „stanikomaniaczki”, połączone wspólnymi zainteresowaniami, tworzą wspólnotę dyskursu (ang. *community discourse*) w rozumieniu Johna Swalesa

(Swales 1990). Uczony ten jako pierwszy rozwinął przywołane pojęcie. Należy dodać, że do wspólnot dyskursywnych zalicza on m.in. grupy zainteresowań, czyli hobbystyczne (Swales 1990: 27), które moim zdaniem wykazują podobieństwo do społeczności „stanikomaniaczek” ze względu na grupotwórczą rolę wspólnego zamiłowania.

Według uczonego daną społeczność można uznać za wspólnotę dyskursu, jeśli jej członkowie:

- 1) mają wspólne cele komunikacyjne;
- 2) posługują się określonymi mechanizmami i środkami komunikacji wewnątrzgrupowej (*participatory mechanisms*);
- 3) korzystają z tych mechanizmów i środków w celu zasięgnięcia informacji lub opinii, a także w celu podzielenia się swoją wiedzą czy dokonania z innymi członkami wspólnoty;
- 4) komunikują się między sobą za pomocą określonych gatunków mowy;
- 5) posługują się specyficznym słownictwem;
- 6) mają zróżnicowany poziom kompetencji nadawczo-odbiorczych, co nadaje poszczególnym członkom status „ekspertów” albo „nowicjuszy” (Swales 1990: 24–27).

John Swales stwierdza również, że „we wspólnocie dyskursu to dyskurs tworzy wspólnotę”³ (Swales 1988: 212). Słowa te wydają się odnosić także do społeczności „stanikomaniaczek”. Jak pisałam uprzednio, potrzeba wymiany informacji o sklepach z bielizną i jej producentach, a także o właściwym doborze biustonosza i tym podobnych kwestiach doprowadziła do nawiązania kontaktów przez kobiety zainteresowane zakupem biustonoszy w

² Dodać należy, że kontakty w przestrzeni wirtualnej bywają często wzmocnione kontaktami w rzeczywistości realnej, jednakże to cyberprzestrzeń jest podstawowym środowiskiem umożliwiającym komunikację członków społeczności online.

³ [...] “in a discourse community, the discourse creates the community” (Swales 1988: 212). Tłumaczenie z języka angielskiego – J. S.

odpowiednim rozmiarze czy zdobyciem wiedzy na temat właściwego doboru biustonoszy. Aby osiągnąć te cele komunikacyjne, kobiety kontaktują się przede wszystkim za pomocą internetowych gatunków mowy, takich jak blogi, wątki na forum i komentarze, używając specyficznego słownictwa, zrozumiałego przede wszystkim dla nich.

Jednym z celów „stanikomaniaczek” jest edukacja w zakresie brafittingu. Dla poparcia moich słów zacytuję słowa jednej z użytkowniczek forum Lobby Biuściastych:

Nie jesteśmy jakimś tam forum o biustach. Jesteśmy forum z misją edukacyjną. Chcemy przekazać wiedzę, która nam samym bardzo pomogła (LBT, maith, 10 lipca 2010)⁴.

Cel taki wynika ze skądinąd słusznego przeświadczenia „stanikomaniaczek”, że dobór odpowiedniego biustonosza przekłada się na poprawę jakości życia, zdrowia oraz na wzrost komfortu i zadowolenia kobiet. Edukacja taka nazywana jest przez użytkowniczki forów poświęconych brafittingowi *uświadamianiem* bądź *oświecaniem*, czy nawet *nawracaniem*, a także po prostu *lobbowaniem* (zgodnie z nazwą pierwszych forów o tematyce brafittingowej: Lobby Biuściastych i Lobby Małobiuściastych). Lobbowanie może polegać, szczególnie w przestrzeni wirtualnej, na dzieleniu się wiedzą i udzielaniu porad na tzw. forum stanikowym albo blogu, lub na umieszczeniu informacji o tych forach i kierowaniu do nich za pomocą linków lub podpisów zawartych w postach zamieszczanych na innego typu forach. Lobbowanie ma również miejsce w innych mediach. Poza tym polega ono na wpływaniu na

producentów bielizny, aby produkowali biustonosze, których rozmiary i wygląd są zgodne z oczekiwaniami wielu kobiet. Ten rodzaj lobbowania przeprowadzany jest przez wysyłanie listów do producentów bielizny lub recenzowanie kolekcji bielizny przez blogerki.

Członkowie wspólnoty dyskursywnej korzystają z różnorodnych mechanizmów i środków komunikacji wewnątrzgrupowej. „Stanikomaniaczki” (jak członkowie każdej wspólnoty online) porozumiewają się głównie za pomocą wypowiedzi zamieszczanych w Internecie. Jednym z mechanizmów komunikacji może być także poczta elektroniczna (użytkowniczki tzw. „biuściastych” forów proszą czasami o kontakt tą drogą). Możliwe są także spotkania – zarówno podczas zakupów w sklepach zatrudniających „lobbystki” czy też prowadzonych przez „lobbystki”, jak i podczas organizowanych od czasu do czasu spotkań brafittingowych. Spotkania te są nie tylko okazją do kupienia dobrze dopasowanego biustonosza, lecz także do nawiązania bezpośrednich kontaktów z innymi członkiniami społeczności.

Jak można przypuszczać, zarówno fora (łącznie z wątkami), jak i blogi oraz komentarze do wpisów są najważniejszymi gatunkami (genrami) mowy wykorzystywanymi przez „lobbystki”⁵. Do gatunków używanych przez „stanikomaniaczki” mogą być także zaliczone listy elektroniczne. Ponadto nie można wykluczyć rozmów bezpośrednich ze względu na możliwe kontakty *face to face*. Jednakże formami dyskursu preferowanymi przez „stanikomaniaczki” są gatunki internetowe. Należy dodać, że te gatunki są także używane i preferowane przez członków innych społeczności wirtualnych.

⁴ Wypowiedzi wyekscerpowane z forów internetowych, blogów i komentarzy do wpisów na blogach przytaczam w wersji nieco zmodyfikowanej, a więc bez błędów interpunkcyjnych, ortograficznych czy literowych.

⁵ Odwołuję się do typologii internetowych gatunków autorstwa polskiego językoznawcy Jana Grzenia (Grzenia 2008).

„Lobbystki” niewątpliwie korzystają z wymienionych mechanizmów i środków komunikacji w celu dostarczenia informacji lub otrzymania informacji zwrotnej. Wymiana informacji jest możliwa, dlatego że członkinie społeczności mają wspólne cele i mogą komunikować się nawzajem, a więc mają „forum” (Swales 1988: 212). Aby się o tym przekonać, wystarczy przejrzeć jakikolwiek wątek na „biuściastym” forum lub przejrzeć jakikolwiek „biuściasty” blog.

Oto wyjątek z wpisu na blogu Stanikomania (SA), w którym zostały ujęte *explicite* szczegółowe cele komunikacyjne omawianej w artykule społeczności:

Czytając regularnie Stanikomanię, dowiesz się:

- jak prawidłowo dobrać rozmiar biustonosza i jak uniknąć najczęstszych błędów (czyli o zasadach brafittingu);
- jak wyglądają prawdziwe osoby noszące rozmiary miseczki G czy J i że ich sylwetki wcale nie odbiegają od tzw. normy;
- kto produkuje biustonosze w szerokim wyborze rozmiarów (obwody od 60, miseczki do L);
- jak i gdzie szukać najpiękniejszych modeli i najlepszych fasonów dla siebie;
- gdzie zrobić najkorzystniejsze zakupy;
- jak ważne dla naszego samopoczucia i zdrowia jest noszenie właściwie dobranych staników;
- że każdy biust można odziać gustownie i kusząco. (SA)

Wpisy blogerek są źródłem informacji dla czytelniczek. Autorki zachęcają ponadto czytelniczki do „współpracy”, dzieląc się swoją wiedzą na dany temat, zadając pytania, co czytelniczki sądzą o poruszanych

kwestiach albo jaką mają o nich wiedzę. Oto przykład:

Jestem ciekawa, czy Wasze wrażenia z noszenia Envy pokrywają się z moimi, a może możecie coś dodać w kwestii podobieństw i różnic między Envy a Jasmine? Czy sądzicie, że Envy to udany model bazowy? Jak oceniają ją biusty mniejsze, a także te większe, powyżej miseczki G? (SE)

Wymiana informacji ma miejsce przede wszystkim w komentarzach zamieszczanych przez czytelniczki. Komentatorki dzielą się swoimi spostrzeżeniami z innymi członkiniami społeczności, aby zwiększyć ich wiedzę na dany temat, czasem spierają się z blogerkami, a czasem proszą o dodatkowe informacje. Blogerki także włączają się do dyskusji. Zdarza się, że czytelniczki chwalą (lub krytykują) wpis albo po prostu dziękują za podane informacje. Oczywiście, akty podziękowania często przeplatają się z aktami prośby, a także z aktami o funkcji informatywnej. Oto kilka komentarzy do cytowanego uprzednio fragmentu wpisu na blogu Stanikomania:

Wg mnie Envy jest trochę ciaśniejsza od Jasmine. Jaśmina 36FF zrobiła się za luźna [...] (SE, yaga7, 27 maja 2014)

Jasmine nie nosiłam, ale Envy ma u mnie tytuł Wygodniczka Pięciolecia (rozmiar 75GG). (SE, milstar, 27 maja 2014)

Czy Envy robi rozmiar 70E albo 70F? Dziękuję z góry za pomoc. (SE, sebpaw, 31 maja 2014)

Ponadto, aby osiągnąć zamierzone cele, członkowie społeczności powinni się skutecznie porozumiewać między sobą. Między innymi z tego właśnie powodu tworzą wyspecjalizowane słownictwo, którym się posługują. Kobiety wchodzące w skład środowiska „stanikomaniaczek”, wymieniając informacje na temat bielizny, stworzyły nawet własną odmianę języka, którą nazwały

zartobliwie biuslangiem⁶. W biuslangu występuje wiele określeń biustonoszy. Oto kilka przykładów: *nabiustnik* (jest to neutralna środowiskowa nazwa biustonosza, utworzona od wyrażenia przymkowego *na biust* lub *na biuście*), *biustonosz niekompatybilny* ‘biustonosz, którego konstrukcja jest nieodpowiednia dla danej kobiety lub wielu kobiet’, *splaszczacz* ‘biustonosz splaszczający piersi’, *miękki biustonosz* ‘z ang. *soft cup bra*; biustonosz o miękkich miseczkach’, *bulkowiec* ‘derywat od rzeczownika *bulka*, oznaczający zbyt mały biustonosz powodujący powstawanie bułek, czyli fałdek ciała (biustu) znajdujących się pod pachami lub na plecach, a zwłaszcza wpływających ponad krawędzią stanika’.

Bardzo rozbudowana jest leksyka opisująca efekt wywołany rodzajem noszonego biustonosza. Oto kilka przykładów: (*kacze*) *dzioby* ‘efekt splaszczania piersi od dołu i od góry z jednoczesnym mocnym wysunięciem ich do przodu, co przypomina (kaczy) dziób’, *dziobować* ‘o biustonoszu: powodować powstawanie (kaczych) dziobów’, *odpiłowywać ręce/ ramiona* ‘wywoływać uczucie dyskomfortu związanego ze zbyt wysokim zabudowaniem biustonosza pod pachą’, *jabłuszkować* ‘o biustonoszu: nadawać piersiom kształt jabłuszek’, *stożkować*

‘o biustonoszu: nadawać piersiom kształt stożków’.

Kiedy nazwy firm produkujących bieliznę lub nazwy marek składają z dwóch słów, zazwyczaj są skracane, np. nazwa *Shock Absorber* jest skracana do *Shock*. Czasem używane są skrótowce, np. *CK* od nazwy *Curvy Kate*, *EM* od *Ewa Michalak* czy *SA* od *Shock Absorber*. Nazwy te, zarówno pełne, jak i utworzone od nich skrótowce, a także zredukowane do jednego z członów, używane są też jako wyrazy pospolite, w odniesieniu do konkretnych wyrobów, przede wszystkim biustonoszy. Tendencja do skrótu jest także widoczna w tworzeniu skrótowców od nazw forów, np. *LB* od *Lobby Biuściastych*. Poza tym skrótowce wchodzi w skład oficjalnych nazw modeli biustonoszy produkowanych przez Ewę Michalak, wskazując na ich typ, np. *HP* – *half piankowy*.

W biuslangu występują także złożenia, między innymi tworzone seryjnie wyrazy złożone ze składnikiem *Effu/effu*, derywowanym od rzeczownika *Effuniak/effuniak*⁷ (możliwa pisownia zarówno małą, jak i wielką literą), forumowego nicku bardzo dobrze znanej polskiej producentki bielizny, Ewy Michalak, która jest także członkinią omawianej wspólnoty. Ten pseudonim (czasem w postaci *Effu/effu*) jest także używany jako nazwa marki biustonoszy produkowanych przez Ewę Michalak. Oto kilka przykładów złożzeń ze składnikiem *effu*: *effuzakupy* ‘zakupione biustonosze marki Ewa Michalak (Effuniak)’, *effuplun-*

⁶ Na temat biuslangu zob. J. Senderska (2011, 2013a,b). Biuslang z pewnością można uznać za jeden z socjolektów, a więc środowiskowych odmian języka. Należałoby jednak do określenia *socjolekt* dodać przydawkę *wirtualny* ze względu na sposób, w jaki komunikują się członkinie grupy. Jak zauważa polski socjolingwista Stanisław Grabias (Grabias 2003: 135–136), socjolekt jednoczy jednostkę ze zbiorowością, odróżniając ją jednocześnie od innych grup. Ponadto podnosi prestiż, posiadanie socjolektu świadczy bowiem o wysokiej randze grupy w życiu danej wspólnoty komunikatywnej (termin ten odpowiada angielskiemu terminowi *speech community*, któremu Swales (1990: 23–24) przeciwstawia pojęcie wspólnoty dyskursu). Socjolekt dostarcza również narzędzi interpretacji świata, narzucając jego obraz przez utrwalenie i przenoszenie systemu wartości społecznych, jakie grupa przyjmuje.

⁷ Derywat *Effu/effu* – choć został utworzony w sposób charakterystyczny dla nazw zgrubiałych czy ekspresywnych – nie jest stylistycznie nacechowany w porównaniu z podstawą, nie informuje też o cesze wielkości. Wyrazy te używane są przez „stanikomaniaczki” w takich samych kontekstach. Sądzę więc, że leksem *Effu/effu* należy uznać za derywat tautologiczny, a więc taki, który nie różni się ani formalnie, ani semantycznie od podstawy słowotwórczej (por. Pędzich 2012).

ge ‘plunge (rodzaj biustonosza) marki Ewa Michalak (Effuniak)’, *effurozmiar* ‘rozmiar biustonosza marki Ewa Michalak (Effuniak)’.

Wydaje się, że ze względu na brak odpowiednich określeń biustonoszy czy efektów wywołanych noszeniem określonego modelu biustonosza w polszczyźnie ogólnej porozumienie między członkiniami omawianej społeczności byłoby trudne. Implikuje to potrzebę wzbogacania zasobu leksykalnego polszczyzny wykorzystywanego w komunikacji wewnątrz grupy. Środowiskowe jednostki leksykalne, przeważnie niezrozumiałe dla osób spoza „biuściastej” społeczności, to neologizmy słowotwórcze, frazeologiczne lub znaczeniowe oraz zapożyczenia.

„Stanikomaniaczki” są świadome odmienności swojego słownictwa. Wymiana poglądów na temat stworzonej przez nie odmiany polszczyzny, jaka miała miejsce kilka lat temu na forum Lobby Biuściastych, wydaje się to potwierdzać (zob. LBB). Większość kobiet biorących udział w dyskusji przyznała, że biuslang jest potrzebny i należy go używać, najlepiej jednak w obrębie grupy, ponieważ wywołuje zdziwienie u osób niezwiązanych z tym środowiskiem. Odmienny kod jest czymś, co tworzy więzi między członkami, prowadzi do powstania wspólnoty. Ma też wartość użytkową: dzięki niemu można się sprawniej, szybciej porozumiewać we własnym gronie. Proces włączania we wspólnotę wiąże się m.in. z nabywaniem wspólnotowej leksyki. Pisze o tym jedna z użytkowniczek forum Lobby Biuściastych:

Ja sądzę, że pewien „kod” jest rodzajem tworzenia więzi, czegoś wspólnotowego. Sama jestem nowa i mnie się akurat podoba, że na tym forum (przyпускаm, że na wielu innych również) wypracowano rodzaj

slangu. Nie jest znowu tego tak wiele – tych trudnych do zrozumienia terminów. U mnie to powoduje, że mam ochotę dowiedzieć się więcej. Na poznanie tematu i ludzi tworzących forum potrzeba czasu i nie zakładam, że muszę wszystko wiedzieć od razu [...]. (LBB, estreno, 14 stycznia 2010)

Kolejna (zarazem ostatnia) cecha wspólnoty dyskursu podana przez J. Swalesa jest cechą przysługującą także wirtualnej społeczności polskich „stanikomaniaczek”. Społeczność ta ma swoje „ekspertki” (*experts*) i „nowicjuszki” (*novices*). W skład środowiska „lobbystek” wchodzi z jednej strony znawczynie brafittingu, które udzielają porad początkującym członkiniom społeczności (zwanym „świeżynkami”) lub mającym mniejszą wiedzę na ten temat. Z drugiej strony do społeczności dołączają nieustannie nowe osoby (co pośrednio potwierdza cytowana wcześniej wypowiedź estreno), które przede wszystkim chcą zdobyć wiedzę na interesujący je temat, w związku z czym jednostronnie włączają się w wymianę informacji. Z pewnością wśród członkiń społeczności są też osoby „średnio zaawansowane”, co zresztą wydaje się charakterystyczne dla każdej wspólnoty dyskursu, ponieważ nabywanie kompetencji jest procesem długim i przebiegającym stopniowo.

Należy dodać, że społeczność „stanikomaniaczek” jest środowiskiem otwartym. Jej członkinie nie mają nic przeciwko dołączaniu się nowych osób do wspólnoty, a nawet pozyskują je za pomocą linków i podpisów umieszczanych w wypowiedziach na różnego typu forach. „Rekrutowanie” nowych członkiń jest bezpośrednio związane z misją „stanikomaniaczek”, czyli szerzeniem wiedzy na temat brafittingu i zdrowotnych korzyści z noszenia dobrze dobranych biustonoszy. Aby umożliwić nowym (lub potencjalnym) członkiniom komunikowanie się wewnątrz grupy, „sta-

nikomaniaczki” chętnie odpowiadają na pytania o sens niektórych niezrozumiałych słów, wyrażen i zwrotów, zadawane na forum przez „świeżynki”. Ponadto tworzą forumowe wątki poświęcone wyjaśnianiu znaczenia słownictwa środowiskowego, mając świadomość, że bez znajomości ich sensu trudno jest zrozumieć wypowiedzi osób, które już znają socjolekt, a więc trudno jest wziąć pełny udział w komunikacji. Taka polityka pozwala zachować właściwą proporcję między ekspertami a nowicjuszami, co determinuje (jak twierdził J. Swales) przetrwanie (z ang. *survival*) społeczności skoncentrowanej na wymianie informacji.

Wydaje się więc, że omawiana w artykule społeczność jest – przynajmniej zgodnie z kryteriami przyjętymi przez J. Swalesa – wspólnotą dyskursu. Niewątpliwie warte zbadania jest zagadnienie, czy cechy przypisywane wspólnocie dyskursu są cechami wszelkich społeczności online (ich członkowie zdają się porozumiewać za pomocą podobnego repertuarów gatunków mowy dostępnych w cyberprzestrzeni). W związku z tym należałoby rozważyć, czy wszelkie społeczności internetowe nastawione są na

„monotematyczną” wymianę informacji, wynikającą ze wspólnoty zainteresowań. Z pewnością wielkie społeczności skupione wokół mediów społecznościowych nie tworzą wspólnot dyskursu z powodu różnorodności zainteresowań ich członków. Trzeba jednak dodać, że społeczności te można podzielić na mniejsze, utworzone ze względu na wspólne zainteresowania, preferowaną ideologię czy wyznawaną religię. Poza tym społeczności wirtualne związane z niektórymi forami czy blogami mają także swoje strony w mediach społecznościowych. Na przykład na Facebooku możemy znaleźć tzw. fanpage’ę zarówno Stanikomani, jak i Lobby Biuściastych, a także nieomawianych w artykule Lobby Małobiuściastych czy Balkonетки. Jestem skłonna przyjąć, że większość społeczności online, oprócz tych skupionych wokół mediów społecznościowych, można uznać za wspólnoty dyskursu głównie ze względu na zainteresowanie określoną tematyką i skupienie się na wymianie informacji na interesujący wszystkich członków temat. Kwestia ta wymaga jednak dalszych badań nad społecznościami internetowymi⁸.

Bibliografia

BAUER, Z., 2009. *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia – teoria – praktyka*. Kraków: UNIVERSITAS.

GRABIAS, S., 2003. *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.

GRZENIA, J., 2008. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

PEŁDZICH, B., 2012. *Jak powstaje socjolekt? Studium słownictwa parolotniarzy*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

SENDERSKA, J., 2011. Wzbogacanie leksyki środowiskowej na przykładzie wybranych odmian socjolektalnych polszczyzny. *Respectus Philologus*, 20 (25), 181–191.

SENDERSKA, J., 2013a. Modyfikacje nazw firm i marek bieliznianych w tzw. biuslangu. In: Red. M. BATOR, A. KURSKA. *W lesie rzeczy. Szkice o kulturze, literaturze i języku*. Kielce: Instytut Filologii Polskiej UJK, 445–452.

SENDERSKA, J., 2013b. Techniki słowotwórcze we współczesnej polszczyźnie (na przykładzie tzw. biuslangu). In: Red. A. KNAPIK, W. CHŁOPICKI, P. CHRUSZCZEWSKI. *Słowo w kontekście*. Kraków: Tertium.

⁸ Zdaję sobie sprawę, że nie sposób przebadac wszystkich społeczności wirtualnych, by możliwe było zweryfikowanie postawionej hipotezy. Należałoby raczej szukać faktów, które hipotezę tę mogłyby sfalsyfikować.

SKOWRONEK, B., 2013. *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.

SWALES, J., 1990, *Genre Analysis: English in Academic and Research Setting*. Cambridge: Cambridge University Press.

SWALES, J., 1988. *Discourse communities, genres and English as an international language*. "World Englishes", vol. 7, no. 2, 211–220. Dostępne na stronie: <http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/71887/j.1467-971X.1988.tb00232.x.pdf?sequence=1> [dostęp: 10.05.2014].

Źródła

LBB – Lobby Biuściastych. Dostępne na stronie: http://forum.gazeta.pl/forum/w,32203,105641112,105680386,Re_Lobbystki_odbijaja_namioty_czyli_Biu_slang_.html. [dostęp: 15.01.2011].

LBT – Lobby Biuściastych. Dostępne na stronie: http://forum.gazeta.pl/forum/w,32203,114024251,114028317,Raczej_tematy_odpowiedzialnie_prowadzone_.html. [dostęp: 15.01.2011].

SA – Stanikomania. Dostępne na stronie: <http://stanikomania.blox.pl/strony/about.html>. [dostęp: 30.01.2011].

SE – Stanikomania. Dostępne na stronie: <http://stanikomania.blox.pl/2014/05/Envy-zazdrostka-w-pepitke.html#k13235041>. [dostęp: 27.05.2014].

Joanna Senderska

Jan Kochanowski University in Kielce, Poland
Research interests: syntax, social varieties of modern Polish

A POLISH BRA OBSESSED WOMEN COMMUNITY AS A DISCOURSE COMMUNITY

Summary

The article addresses a female virtual community consisting of enthusiasts of bra fitting and connoisseurs of beautiful, especially well-chosen, lingerie, mainly bras. The members of this community sometimes are called in Polish "stanikomaniaczki" (which can be translated into *bra maniacs*, *bra obsessed women*) or *lobbystki* (which means *lobbyists*). The aim of this article is to consider whether the bra obsessed women community meets the criteria for a discourse community proposed by John Swales (among others in his book entitled *Genre Analysis: English in*

Academic and Research Settings, published in 1990). According to J. Swales, a community is a discourse community if its members: 1. have common goals; 2. use the specific mechanisms and means of internal communication; 3. use these mechanisms and means to obtain information or opinions and to share their knowledge or achievements with other members of the community; 4. communicate with each other using specific types of genres; 5. use a specific vocabulary; 6. have different levels of competence in transmitting and receiving messages, which gives individual members the status of "experts" or "novices". The author is also considering whether all online communities (using similar genres) focused on the exchange of information on a specific topic related to their interests that resulted in creating discourse communities.

KEY WORDS: discourse community, virtual community, online community, bra obsessed women, lobbyists, sociolect, virtual sociolect, biuslang.