

EWA ZAJDLER
EWA TOKARSKA

KOMUNIKACJA W KONTEKŚCIE EPIDEMII COVID-19.
CZĘŚĆ 1: STRATEGIE ŁAGODZENIA WYPOWIEDZI DYREKTYWNEJ
W WYBRANYCH KOMUNIKATACH
MINISTERSTWA ZDROWIA I OPIEKI SPOŁECZNEJ TAJWANU*

Język jest jednym z narzędzi komunikacji interpersonalnej. Wypowiedź nacechowana intencją komunikacyjną nadawcy jako taka stanowi działanie językowe ukierunkowane na osiągnięcie celu (Granat 2013, 126–127). Postrzeganie języka jako narzędzia działania, które przez wypowiedź zmienia rzeczywistość, odwołuje się do teorii aktów mowy Johna Austina (Lipczuk 2000, 173). Teoria aktów mowy przypisuje intencje poszczególnym działaniom komunikacyjnym (Granat 2013, 126) i wskazuje strategię działania ukierunkowanego na ich osiągnięcie.

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wyników badań nad dyrektywnymi aktami mowy występującymi w komunikatach Ministerstwa Zdrowia i Opieki Społecznej Tajwanu (dalej: MZiOST), skierowanymi do obywateli. Platformą komunikacji jest oficjalny fanpage urzędu administracji państwowej na portalu społecznościowym Facebook, z którego uzyskano materiał językowy w formie wypowiedzi opublikowanych od 31 grudnia 2019 do 21 października 2020 r. Dokonany przez nadawcę wybór Facebooka jako przestrzeni nadawania komunikatów nie jest przypadkowy. Internet – jako medium interaktywne – w stopniu o wiele większym niż media tradycyjne umożliwia

Dr hab. EWA ZAJDLER, prof. UJ – Uniwersytet Jagielloński, Wydział Filologiczny, Instytut Orientalistyki; e-mail: ewa.zajdler@uj.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2640-9029>.

Mgr EWA TOKARSKA – absolwentka sinologii UJ; ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9943-0063>.

* Artykuł finansowany ze środków programu „Inicjatywa Doskonałości – Uczelnia Badawcza” w Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie.

zaangażowanie odbiorcy w komunikację, chociażby poprzez komentowanie, polubienie czy udostępnienie komunikatu. Poza tym Internet, a w tym wypadku konkretnie Facebook, daje również nadawcy komunikatu możliwość precyzyjnego wyboru grupy docelowej (Jakubowski 2015, 4). Komunikaty MZiOST mają nominatywnie dwóch stałych nadawców, którzy występują razem lub osobno. To fikcyjna postać – suczka rasy shiba o imieniu Zongchai (總柴 *Zǒngchái*, tłumaczenie dosłowne: dyrektor shiba) oraz rzeczywista osoba odpowiedzialna za redagowanie komunikatów, redaktor strony MZiOST.

Prezentowane w części I badanie koncentruje się na strategiach łagodzenia dyrektywy za pomocą środków językowych i wyrażania wobec odbiorcy oczekiwania w sposób pośredni. Osobno, w części 2 (*Komunikacja w kontekście epidemii COVID-19*), przedstawione są zasoby leksykalne wykorzystywane w komunikatach w wypowiedziach dyrektywnych, podejmujących próbę wpływu na zachowanie odbiorcy.

Zebrany z fanpage’a MZiOST materiał językowy stanowi próbkę wypowiedzi dyrektywnych w relacji „urząd–obywatel”. W badanych wypowiedziach postawiono na pośrednie akty mowy, w których stopień wywierania nacisku wyważony jest tak, aby odbiorca, dekodując zawartą w nich intencję działania i / lub zachowania, nie czuł się przymuszony. Zasadniczą strategią w takim działaniu językowym jest grzeczność językowa, odwołująca się do wyborów leksykalnych (zob. część 2) i innych środków łagodzących dyrektywę. Do analizy w części I wyodrębniono formalne środki językowe współczesnego języka chińskiego, które determinują złagodzenie tonu wypowiedzi. Wskazano na przypomnienie wyrażane graficznie (przez hasztag #), aby dalej w zasadniczej dla badań językowych części przejść od zdań pytajnych, konstrukcji wyrazowych z przyrostkiem 阿 *ā*¹ potraktowanym jako formalne narzędzie słowotwórcze, do reduplikacji, konstrukcji 一下 *yíxià*, przysłówków intensywności i partykuł modalnych.

WYPowiedzi dyrektywne w teorii aktów mowy Austina i Searle’a

Twórcą teorii aktów mowy jest brytyjski filozof analityczny John Langshaw Austin z oksfordzkiej szkoły analitycznej. Jego teorie na temat języka znalazły się w opublikowanej pośmiertnie książce *How to Do Things with Words* z 1962 r. i zyskały zarówno krytyków, jak i późniejszych kontynuatorów (Zdunkiewicz 2001, 269). Austin zauważył, że wypowiedzi nie powinno się rozpatrywać jedynie według kryterium prawdy i fałszu.

¹ Morfologia w języku chińskim powszechniej niż do aglutynacji odwołuje się do składni wewnątrzwyrazowej.

Każda wypowiedź to przede wszystkim akt mowy, w którym poprzez użycie słów tworzony jest nie tylko komunikat, lecz także działanie (Lipczuk 2000, 173).

Teoria aktów mowy w swej pierwotnej wersji znana jest jako teoria performatywów. Była ona rezultatem zaobserwowania przez Austina wypowiedzi, których z logicznego punktu widzenia nie da się zaklasyfikować według kryterium prawdziwości / fałszywości. Zauważył, że wpływają one na rzeczywistość i ją zmieniają. W tego typu działaniach językowych treść wypowiedzi staje się faktem (np. wypowiedzenie wojny). Austin nazwał takie wypowiedzi aktami performatywnymi (wykonawczymi). To szerokie pojęcie, zawierające w sobie nie tylko wypowiedzi o charakterze instytucjonalno-prawnym, lecz także spotykane na co dzień działania językowe typu „gratulacje”, „podziękowania”, „prośby”, „obietnice” oraz inne wypowiedzi niepodlegające kryterium prawdziwości i kreujące nowy obraz rzeczywistości. W opozycji do aktów performatywnych Austin wskazuje stwierdzenia, które można z kolei zakwalifikować jako prawdziwe lub fałszywe, np. „Pada deszcz” (Zdunkiewicz 2001, 269–270).

Powtórna analiza własnych obserwacji skłoniła Austina do przeformułowania jego teorii i doprecyzowania pierwotnie wprowadzonego rozróżnienia. Badacz zaproponował wyróżnienie trzech aspektów każdego aktu mowy: lokucyjnego, illokucyjnego oraz perlokucyjnego. Aspekt lokucyjny łączy się z tworzeniem i artykułowaniem wypowiedzi na mocy kodu językowego²; wiąże się z zastosowaniem języka bez brania pod uwagę sytuacji i uczestników aktu mowy. Aspekt illokucyjny wyraża intencjonalność wypowiedzi³ i wskazuje cele, które nadawca chce osiągnąć poprzez konkretne wypowiedzenie; i tak np. prośba, obietnica, żądanie czy ostrzeżenie są illokucją (siłą illokucyjną) danej wypowiedzi. Aspekt perlokucyjny (nazywany też efektem perlokucyjnym) jest związany z wtórnym oddziaływaniem aktu komunikacyjnego na odbiorcę, jego ubocznymi celami i rezultatami. Nie ma ograniczenia co do ilości efektów perlokucyjnych danego wyrażenia. Mogą to być rozbawienie, zlekceważenie, obraza i wszelkiego typu wywołane u odbiorcy poprzez daną wypowiedź zmiany emocjonalne i mentalne. Poszczególne aspekty aktu mowy stanowią domenę zainteresowania dwóch dyscyplin językoznawstwa: aspekt lokucyjny jest obiektem zainteresowania semantyki, natomiast aspekty illokucyjny i perlokucyjny to przedmiot badań pragmatyki (Zdunkiewicz 2001, 270–271).

Rozwinięcia teorii aktów mowy Austina dokonał jego uczeń, amerykański filozof John Rogers Searle (1975). Zaproponował on typologię aktów mowy opartą na pięciu kategoriach. Są to:

² W każdym języku jest jakiś wyraz / jakaś fraza: „przepraszam”. Powtarzana, na przykład w obcym języku, przez uczącego się jej ucznia nie ma kontekstu.

³ Przywołana wcześniej jako przykład fraza „przepraszam”, gdy wypowiedziana jest intencjonalnie, zyskuje charakter aktu illokucyjnego.

1. Asertywy / asercje (przedstawienie sądów);
2. Dyrektywy (wywieranie nacisku na odbiorcę i skłonienie go do podjęcia działania);
3. Komisywy (nakładanie na nadawcę określonego zobowiązania podjęcia działania i wzięcia za nie odpowiedzialności);
4. Ekspresywy (wyrażanie stanu emocjonalnego i ich graficzne reprezentacje);
5. Deklaratywy / deklaracje (w sposób formalny ukonstytuowanie nowego faktu społecznego, który nie może zachodzić bez owej deklaracji) (Zdunkiewicz 2001, 275–276).

Searle podkreśla, że działanie językowe ma wymiar pośredni i bezpośredni. Intencja komunikacyjna wyrażona bezpośrednio może być prawidłowo odczytana niezależnie od sytuacji. Wadą tego typu działania językowego jest to, że potencjalnie naraża odbiorcę na utratę twarzy i zakwestionować jego poczucie niezależności. Zasadniczo taki właśnie jest komunikat wyrażony w trybie rozkazującym. Pośredni (ukryty) akt mowy to z kolei taki, do którego odczytania potrzebna jest znajomość kontekstu. Odbiorca musi sam wywnioskować, jaka jest intencja komunikacyjna nadawcy. Użycie pośrednich aktów mowy nadal niesie za sobą dla odbiorcy ryzyko utraty twarzy, gdy wypowiedź zawiera komentarz do aktualnej rzeczywistości, np. podanie powodu podjęcia aktu mowy. Od odbiorcy wymaga się domyslenia się intencji wypowiedzi i podjęcia określonego działania (Zdunkiewicz 2001, 271–272; Yule 1996, 54–56).

W każdej społeczności wiedza o świecie stanowi kontekst działania językowego. Wszelkie przyjmowane w interakcji założenia, które można uznać za oczywiste w komunikacji, nazywane są presupozycjami (Yule 1996, 25). Wyróżnia się presupozycje konwersacyjne, konwencjonalne oraz kulturowe. Presupozycje konwersacyjne implikowane są przez nadawcę; to wszelkie założenia przyjęte w komunikacji, wynikające z wiedzy kontekstowej. Presupozycje konwencjonalne wynikają ze wspólnego doświadczenia rozmówców i kodowania przekazu w przyjęty dla danego języka sposób (wybory gramatyczne i leksykalne, dobór frazeologii). Podzbiorem presupozycji konwencjonalnych są presupozycje kulturowe, które wynikają ze wspólnej wiedzy kulturowej przedstawicieli jednej społeczności (wiedza o określonych miejscach, tradycjach, zwyczajach i instytucjach politycznych, wydarzeniach historycznych); nadawca przez wzgląd na przynależność do tej samej społeczności może je uznać za wiedzę oczywistą. Świadomość istnienia tych założeń jest ważna zwłaszcza w przypadku próby dekodowania aktów mowy wypowiedzianych przez przedstawicieli odmiennych kultur (Yule 1996, 27–30).

Uszanowanie rozmówcy jako partnera w rozmowie dokonuje się przez zastosowanie strategii grzecznościowych. Wyróżnia się pozytywne i negatywne strategie grzecznościowe (Brown i Levinson 1988, 61–70). Sięgając po pozytywne strategie grzecznościowe, nadawca respektuje odbiorcę i jego potrzeby oraz sugeruje wspólne podjęcie danego działania z odbiorcą, podkreślając przynależność do jednej społeczności. W negatywnych

strategiach grzecznościowych nadawca bierze pod uwagę chęci i możliwości odbiorcy do zrealizowania komunikowanej prośby i sygnalizuje, że odbiorca ma prawo do jej odrzucenia. To na przykład pytanie, czy odbiorca jest w stanie coś zrobić, umniejszające nadawcę i zachowujące dystans nadawcy do odbiorcy (Yule 1996, 62, 64–65, Brown i Levinson 1988, 61–70).

Aby zwiększyć prawdopodobieństwo pozytywnego odbioru przekazu i dopasować ten przekaz do sytuacji, nadawca może wykorzystywać strategie komunikacyjne w celu zwiększenia lub zmniejszenia dystansu między nim a odbiorcą (zbliżenie lub oddalenie). Można uznać to za fatyčną fazę komunikacji – sprawne otwarcie kanału komunikacyjnego między nadawcą i odbiorcą – oraz wyrażenie zainteresowania odbiorcą. Często jest to podejmowanie bezpiecznych tematów na początku rozmowy – nie mają one kluczowego znaczenia dla głównego przedmiotu konwersacji, stwarzają natomiast właściwą atmosferę między rozmówcami (Skudrzyk 2007, 105–122).

Poza zbliżeniem i oddaleniem rozmówców z grzecznością językową związane są również środki służące łagodzeniu tonu wypowiedzi. Każda forma językowa, która wydłuża wypowiedź, czyni ją mniej bezpośrednią, zmniejszając niebezpieczeństwo utraty twarzy przez rozmówcę. Dodatkowo, świadomie budowany akt komunikacyjny daje możliwość nie tylko wywarcia wpływu na odbiorcę za pomocą języka, lecz także kreowania językiem własnego wizerunku w oczach odbiorcy (Skudrzyk 2007, 111; Tabakowska 2001, 229).

MATERIAŁ JĘZYKOWY I KRYTERIA ANALIZY

Celem badania jest analiza dyrektywnych aktów mowy w relacji „urząd–obywatel” na przykładzie komunikatów MZiOST. Portal społecznościowy Facebook stał się dla MZiOST kanałem komunikacyjnym ze społeczeństwem za sprawą profilu, który zapewnia stały kontakt nadawcy z odbiorcą. Okazało się to niezwykle ważne w okresie pandemii Covid-19. Odbiorcami badanych komunikatów są użytkownicy Facebooka śledzący fanpage Ministerstwa Zdrowia Tajwanu. Wspomnianą stronę 24 kwietnia 2021 r. „lubi” 715 102 użytkowników, a obserwuje 1 016 488 użytkowników. Formułowanie komunikatów z użyciem estetyki memów internetowych sugeruje, że docelowym odbiorcą są osoby młode, treść komunikatów jest jednak zrozumiała dla każdego potrafiącego czytać mieszkańca Tajwanu.

Do badania zebrany został materiał językowy z komunikatów opublikowanych na fanpage’u MZiOST od 31 grudnia 2019 r. do 21 października 2020 r. W materiale językowym pominięto treści odnośników do zewnętrznych materiałów, podlinkowywane w niektórych postach, takich jak filmy i inne strony internetowe stanowiące odrębne

komunikaty. W części I badania postawiono hipotezę, że MZiOST przy wykonywaniu dyrektywnych aktów mowy w swoich komunikatach stosuje wiele strategii językowych mających na celu zbliżenie się do odbiorcy i złagodzenie tonu wypowiedzi, czyniąc cel dyrektywy łatwiejszym do zaakceptowania dla odbiorcy. Część 2 koncentruje się na sugestywności leksykalnej – zob. Tokarska i Zajdler (w przygotowaniu).

Łącznie zebrano 1055 komunikatów. W celu wyłonienia spośród nich wypowiedzi dyrektywnych zbadano wstępnie materiał językowy, wskazując 212 komunikatów wspierających. Wyrażają one chęć niesienia pomocy przez nadawcę, ale jednocześnie respektują zdolność odbiorcy do samodzielności i podejmowania inicjatywy. Nadawca wierzy zatem, że odbiorca jest w stanie poradzić sobie z problemem, a deklarowane wsparcie udzielane jest dopiero wówczas, gdy druga strona będzie tego potrzebowała i oczekiwała od nadawcy. Za kluczową intencję komunikacyjną nadawcy w przypadku komunikatów wspierających można uznać uświadomienie odbiorcy jego własnych problemów i odczuć (Sepkowska 2014, 27). Podprogowe motywowanie odbiorcy do samodzielności i odpowiedzialności przyjmuje w komunikatach MZiOST formułę przywołania tematu z założenia znanego nadawcy i odbiorcy.

Wyselekcjonowanych 212 wypowiedzi zostało przeanalizowanych pod kątem następujących kryteriów:

- środki leksykalne – czasowniki implikujące działanie, w zróżnicowanym stopniu wyrażające wywieranie nacisku; inkluzywność jako zachęta do podejmowania działań;
- środki gramatyczne łagodzące ton wypowiedzi – zdania pytajne, przyrostek [阿] ā; reduplikacja, konstrukcja 一下 yīxià, przysłówki intensywności, partykuły modalne;
- strategie komunikacyjne towarzyszące dyrektywom w relacji „urząd–obywatel” – pomocnicze akty mowy.

Przedstawione w artykule przykłady pochodzą z poddanych analizie komunikatów, a podane wartości liczbowe odnoszą się do liczby występowania omawianych środków językowych w tych 212 wypowiedziach.

Podczas opracowywania zebranego materiału zwrócono uwagę na liczne graficzne komponenty komunikatów, zwykle memy. Jako że niniejsza praca jest językoznawczą, ten element został jedynie zasygnalizowany, z naciskiem jednak na hasztag, którego zadaniem jest eksponowanie treści językowej.

JĘZYKOWE ŚRODKI ŁAGODZENIA WYPOWIEDZI: ANALIZA JAKOŚCIOWA I ILOŚCIOWA

Komunikaty MZiOST mają zazwyczaj postać zarówno graficzną, jak i tekstową. Zanim analizie zostaną poddane środki językowe zastosowane w badanych komunikatach, warto zasygnalizować jedynie elementy graficzne towarzyszące komunikatom. Pełnią one funkcję ułatwiającą nawiązanie kontaktu i przyciągnięcie wzrokowej uwagi odbiorcy. Postać graficzna przekazywanej treści jest reprezentowana przez obrazy w stylistyce memów, czyli rozpowszechnianych drogą internetową, rzucających się w oczy obrazków o krótkiej treści i chwytliwej tematyce. Zachowane są one na fanpage'u MZiOST w żywej kolorystyce, a tekst umieszczony na graficznej wersji komunikatu jest zazwyczaj krótszą wersją komunikatu tekstowego. Stylizowanie komunikatu na mem internetowy stanowi pragmatyczne działanie nadawcy, jest dopasowaniem komunikatu do medium, w którym występuje. Wpływa na pozytywny odbiór komunikatu, zwłaszcza przez młodych użytkowników Facebooka. Nie bez znaczenia jest wcielenie się redaktora strony w fikcyjną postać suczki rasy *shiba* o imieniu Zongchai (總柴 *Zǒngchái*), które można przetłumaczyć dosłownie jako „dyrektor shiba”. Pojawia się jako przyjazny i wesoły rysunek pieska, często otwierający kanał komunikacji (nowy wpis).



Fot. 1. Przykład pieska *shiba*, twarzy Ministerstwa, wraz z komunikatem: „Ciepło się ubieraj”

Źródło: Wèishēng Fúli Bù.

Postać ta pełni funkcję internetowego rzecznika prasowego MZiOST na Facebooku, a dzięki grafice zmniejsza dystans między nadawcą i odbiorcą, sprowadzając działania językowe w istotnych kwestiach zdrowia i bezpieczeństwa do formy kontaktu między dobrymi znajomymi.

Drugą formą graficzną eksponującą kluczowe treści jest oznaczenie ich hasztagiem. To szczególnie i charakterystyczny dla przestrzeni internetowej sposób generowania przypomnień, szybka i prosta metoda uwidocznienia swojej wypowiedzi w Internecie. Oznaczenie wyrazu lub łącznie pisanej frazy znakiem „#” na wielu stronach internetowych umożliwia uczynienie ich linkiem do bazy wypowiedzi zawierających tę samą frazę. Im więcej na danej stronie hasztagów zawierających daną frazę, tym większa widoczność, dostępność i promocja tych wypowiedzi w Internecie, co poprawia pozycjonowanie postu na portalu Facebook i zwiększa jego szansę na dotarcie do szerszego grona odbiorców, którzy, powielając hasło z hasztagiem, upowszechniają je.

Badany materiał językowy 212 wypowiedzi zawiera łącznie 1577 hasztagów. Hasztag (znak „#” z wyrazem lub frazą) występuje na początku lub na końcu komunikatu jako samodzielne hasło lub jako wpleciony w środek wypowiedzi odnośnik, wpisujący się w integralną jej część. Dla młodych odbiorców, dobrze zaznajomionych z trendami panującymi w przestrzeni internetowej, to jasny znak podjętej przez instytucję próby kontaktu z obywatelem w sposób im bliski i zrozumiały. W badanych komunikatach z hasztagiem powtarzają się m.in. następujące frazy: #防疫 *fāngyì* ‘zapobiegać epidemii’ (54 razy); #謝 *xiè* ‘dziękować’ (133); #感謝 *gǎnxiè* ‘dziękować’ / ‘wyrażać wdzięczność’ (28 razy); #洗手 *xǐ shǒu* ‘myć ręce’ jako wyraz lub w łącznie pisanej frazie (102 razy); #臺灣加油 *Táiwān jiāyóu* ‘Do boju’ / ‘do dzieła, Tajwanie!’ (68 razy); #XX提醒⁴ *tíxǐng* ‘przypominać’ (63 razy); #保持社交距離 *bǎochí shèjiāo jùlí* ‘zachować dystans społeczny’ (52 razy) oraz #我 *wǒ* (+czasownik) ‘ja (będę [coś] robić)’⁵ (35 razy).

Poniżej przytoczone przykłady (1) do (12) to egzemplifikacje liczniej reprezentowanych środków wyjęte z obszernego materiału językowego.

- (1) #謝謝臺灣醫護人員
#Xièxiè Táiwān yīhù rényuán
#Dziękujemy tajwańskiemu personelowi medycznemu⁶.

Dziękowanie zalicza się do ekspresywnych aktów mowy. Intencja komunikacyjna wywołania u odbiorcy uczucia szacunku dla tajwańskiego personelu medycznego i jego ciężkiej pracy to zabieg grzecznościowy, który czyni akt mowy pośrednim aktem

⁴ XX – oznacza nadawcę, czyli poprzedzające czasownik ‘przypominać’ wyrazy. Tutaj oznacza Zongchai lub redaktor strony Ministerstwa Zdrowia.

⁵ Tłumaczenie części fraz i przykładów w formie osobowej uwarunkowane jest różnicami pomiędzy językiem chińskim a polskim i ma na celu zaprezentowanie Czytelnikowi jak najbardziej naturalnej formy w języku polskim.

⁶ W tłumaczonych na język polski w zdaniach zachowano poprawną interpunkcję, choć w komunikatach oryginalnych nie zawsze ona była zachowana.

dyrektywnym podnoszącym na duchu i motywującym do dalszej ciężkiej pracy. Podobnie motywujący jest hasztag z frazą 加油 *jiāyóu*.

- (2) #臺灣 加油
 #Táiwān jiāyóu
 #Do boju, Tajwanie!

Oznaczenie hasztagiem „#” pełni także funkcję wzmocnienia leksykalnego. Występuje m.in. przed przypomnieniem, wyrażonym przez czasownik 提醒 *tíxǐng* ‘przypominać’⁷, który w badanym materiale jako element hasztagu występuje 63 razy, często na początku komunikatu, np. we frazie: #總柴提醒時間 *Zǒngchái tíxǐng shíjiān* ‘pora na przypomnienie od Zongchai’. Hasztag z użyciem zaimka pierwszej osoby liczby pojedynczej 我 *wǒ* ‘ja’ (+ czasownik) to zabieg pragmatyczny o działaniu afirmatywnym wobec danego zachowania, który pozwala nadawcy formułować wypowiedź wymawianą jakoby przez samego odbiorcę, np. #我會把酒精棉片跟口罩留給需要的人 *#Wǒ huì bǎ jiǔjīng miánpiàn gēn kǒuzhào liúgěi xūyào de rén* ‘Zostawię chusteczki odkażające i maseczki dla osób potrzebujących’. Tak złagodzony wydźwięk dyrektywy wyraża akceptację samego siebie jako strony, której dyrektywa dotyczy.

Gramatyczne środki językowe wpływające na ton wypowiedzi w języku chińskim to zasadniczo partykuły zdaniowe, w większości modalne. Partykułą wymykającą się z klasyfikacji modalnej, a wpisującą się w pewnych kontekstach w tworzenie pośrednich aktów mowy, jest partykuła pytajna 嗎 *ma*. Podstawową jej funkcją jest przekształcenie zdania twierdzącego w pytanie ogólne⁸, na które oczekiwaną odpowiedzią jest „tak” lub „nie”. Tworząc takie pytanie, nadawca podkreśla, że nie zna odpowiedzi, i wykazuje ciekawość. Wykorzystanie partykuły 嗎 *ma* (37 razy) w badanych komunikatach jest pragmatycznym działaniem nadawcy, by złagodzić dyrektywę (Shei 2014, 177).

- (3) 總柴在路上看到很多隨地亂丟的口罩，身為汪星人，滿想問問人類們，用完的口罩丟垃圾桶真的很難嗎？
Zǒngchái zài lùshàng kàndào hěn duō suídi lùndiū de kǒuzhào, shēnwèi wāng xīng rén, mǎn xiǎng wèn wèn rénlèimen, yòngwán de kǒuzhào diū lèsètōng zhēn de hěn nán ma?
 Zongchai widzi na ulicy wiele maseczek wyrzucanych, gdzie popadnie. Jako że ten nieziemski piesek to ja, czy mógłbym zapytać ludzi, czy wyrzucenie zużytych maseczek do kosza na śmieci naprawdę jest bardzo trudne?

⁷ Łagodniejszą formą dyrektyw jest przypominanie zamiast nakazywania (記得 *jìdé* ‘pamiętać’ / ‘pamiętaj’ i 別忘了 *bié wàng le* ‘nie zapominaj’). Sugestywność leksykalna omówiona zostanie w cz. 2 artykułu *Komunikacja* (w przygotowaniu).

⁸ W języku polskim pytanie ogólne rozpoczyna się od „czy”.

W przykładzie (3) nadawca przybiera rolę postaci, która nie rozumie codziennego życia ludzi i prosi odbiorcę o wyjaśnienie. Wykorzystanie partykuły 嗎 *ma* nie tylko łagodzi wypowiedź w tonie krytycznym, lecz także skłania odbiorcę do refleksji nad niepokojącą obserwacją nadawcy i podjęciem odpowiednich działań w kierunku poprawy niekorzystnej sytuacji.

Pytanie alternatywne to także pytanie ogólne; to konstrukcja gramatyczna tworzona według schematu „orzeczenie – partykuła przecząca – orzeczenie” bez partykuły zdaniowej. Pytania alternatywne mogą sugerować, że nadawca spodziewa się pozytywnej odpowiedzi (Huang 1991, 305–332). W badanym materiale pojawiają się one 17 razy. Dla porównania, łagodniejsze pod względem oczekiwań pytania ogólne z użyciem partykuły 嗎 *ma* występują 37 razy, co sugeruje preferowanie ciekawości i zachęty do refleksji niż podprogowego nacisku przez MZiOST.

(4) 這個連假，大家有沒有打算讀什麼書呢？快來跟衛福編編分享吧！

Zhègè liánjiǎ, dàjiā yǒu méiyǒu dāsuan dú shénme shū ne? Kuài lái gēn Wèifú Biānbīān fēnxiǎng ba!

Czy planowaliście już przeczytanie jakiejś książki w ten długi weekend? Podzielcie się tym szybko z redaktorem strony Ministerstwa Zdrowia!

W pytaniu alternatywnym (4) 有沒有 *yǒu méiyǒu* nadawca wyraża swoje oczekiwanie poświęcenia przez odbiorcę komunikatu czasu na czytanie książek. Dyrektywny charakter wypowiedzi jest łagodzony przez partykułę 呢 *ne*, podkreślającą personalny wymiar wypowiedzi oraz – użyty w kontekście – czasownik 分享 *fēnxiǎng* ‘udostępnić’ / ‘podzielić się’, podkreślającą chęć czynnej interakcji pomiędzy nadawcą i odbiorcą.

Dosyć szczególnymi środkami w kontekście dystansu rozmówców są: zabieg słowotwórczy z przyrostkiem 阿 *ā*, reduplikacja oraz konstrukcje intensyfikujące lub łagodzące w grupach wyrazowych. Przyrostek pojawia się w rzeczownikach oznaczających nazwy członków rodziny, np. 阿婆 *āpó* ‘babcia od strony mamy’, oraz zdrobieniach, np. 阿寶 *Ā Bǎo* ‘A-Bao’. Zwracanie się do kogoś takim wyrazem wskazuje na bliską relację między rozmówcami (Wu 2002, 241). MZiOST stosuje przyrostek 阿 *ā*, gdy wypowiada się o Ministrze Zdrowia Tajwanu, Chenie Shih-chungu (陳時中 *Chén Shízhōng*). W badanym materiale 11 razy nazywa go 阿中部長 *Ā Zhōng Bùzhǎng* ‘minister Chen’. Tylko raz nazwisko Chena Shih-chunga wspomniane zostało bez zdrobniającego przyrostka. To pragmatyczny zabieg zmniejszający dystans między władzą a obywatelami. Zdrobienie imienia Chena Shih-chunga ma kreować jego pozytywny wizerunek w oczach odbiorcy i oznaczać, że pan minister jest nie tylko krajowym urzędnikiem, lecz przede wszystkim człowiekiem będącym blisko obywateli, bliskim niemal jak członek rodziny. Ma to skłaniać odbiorcę komunikatów do większej akceptacji wobec wystosowywanych przez instytucję dyrektyw, rodzina i bliscy są wszak bardziej wiarygodni niż politycy.

Reduplikacja to zabieg powtórzenia części lub całości danego wyrazu. Występuje zwykle w kolokwialnych wypowiedziach, zmniejszając ich formalność i dystans między rozmówcami. Głównym celem reduplikacji jest intensyfikacja treści aktu mowy oraz zwiększenie grzeczności wypowiedzi (Chen i in. 1992, 218–222). W języku chińskim możliwa jest reduplikacja czasowników, rzeczowników, przymiotników, przysłówków, klasyfikatorów oraz wyrazów dźwiękonaśladowczych (tamże).

Reduplikacja czasownika wyraża jego aspekt niedokonany i ma na celu podkreślenie krótkiego czasu trwania czynności lub podjęcia próby wykonania czynności wyrażonej czasownikiem. Reduplikacji ulegają czasowniki, które wyrażają świadome i rozłożone w czasie czynności. Mogą jej ulegać zarówno czasowniki jedno- i dwusylabowe, jak i czasowniki stworzone według schematu „czasownik + dopełnienie”. Czasowniki jednosylabowe (A)⁹ reduplikują się według schematu AA lub A–yī A; dwusylabowe (AB) – ABAB; natomiast reduplikację czasowników typu „czasownik + dopełnienie” (AB) tworzy się zgodnie ze wzorem AAB (Chen i in. 1992, 221–222).

Reduplikacja przymiotników może służyć podkreśleniu pozytywnych lub negatywnych konotacji i uczuć mówiącego względem czegoś, a także wyrażeniu wysokiego stopnia opisywanych rzeczy. Przymiotniki jednosylabowe reduplikuje się zgodnie ze wzorem AA, natomiast dwusylabowe – zwykle za pomocą schematu AABB (Chen i in. 1992, 224–225). Podobnie według schematu AABB reduplikuje się dwusylabowe rzeczowniki.

Reduplikacja rzeczowników może mieć charakter słowotwórczy, gdy tworzy zdrobnienia lub nowy wyraz bądź wyraz nacechowany, np. 零碎 *lingsui* ‘drobiazgi’ nacechowany znaczeniem ‘coś drobnego’ to 零零碎碎 *linglingsuisui* ‘drobiazgi’, 人 *rén* ‘człowiek’: 人人 *rénrén* ‘wszyscy, każdy, bez żadnego wyjątku’ (Chao 1968, 118–225). Podobnie do rzeczowników zachowują się reduplikowane klasyfikatory, np. klasyfikator rzeczowników 個 *gè* tworzy wyraz 個個 *gègè* ‘każdy’ (Chen i in. 1992, 226). Reduplikacja wyrazów dźwiękonaśladowczych ma z kolei na celu ożywienie wypowiedzi. Daną sylabę można wtedy powielić kilkakrotnie (tamże).

Reduplikacja to zabieg chętnie stosowany przez MZiOST w celu zmniejszenia dystansu między nadawcą a odbiorcą. W badanym materiale znaleziono przykłady wszystkich wymienionych powyżej typów reduplikacji (w sumie 701 razy; Tabela 1). Zabieg ten można zatem uznać za powszechną strategię grzecznościową w komunikatach tej instytucji.

⁹ Wielkie litery oznaczają kolejne sylaby, będące składowymi wyrazów.

Tabela 1. Reduplikacja

Reduplikacja	Czasowniki	Rzeczowniki	Przymiotniki	Przysłówki	Klasyfikatory	Wyrazy dźwiękonaśladowcze
Liczba	197	374	88	27	2	13

Źródło: opracowanie własne.

Decydująca przewaga reduplikacji rzeczowników wynika z uwzględnienia w analizie reduplikowanego wyrazu 編編 *biān* ‘redaktor’, występującego 306 razy w nazwie nadawcy komunikatów 衛福編編 *Wèifú Biānbiān* ‘redaktor(ka) Strony MZiOST’.

Konstrukcja 一下 *yīxià*¹⁰ występuje w zdaniu bezpośrednio po czasowniku i pełni, podobnie jak reduplikacja, pragmatyczną funkcję środka łagodzącego ton wypowiedzi. Zdaniem Lu i Wu (2005), którzy badali wypowiedzi zawierające prośby, wypowiedzi z reduplikacją czasownika mają nieco niższy stopień wywierania nacisku niż te z konstrukcją 一下 *yīxià*. Obie konstrukcje sugerują krótki czas trwania czynności (Li 2019, 59) i mają szerokie zastosowanie w formułowaniu i ugrzecznieniu prośb. W opracowanym materiale konstrukcja 一下 *yīxià* została zastosowana 14 razy, co świadczy o tym, że MZiOST jako środek łagodzenia tonu wypowiedzi preferuje reduplikację.

- (5) 再次問問週末也打算待在家的大家，在家要做什麼呢？快分享一下，讓總柴我參考參考吧！

Zàici wènwèn zhōumò yě dāsuan dài zài jiā de dàjiā, zài jiā yào zuò shénme ne? Kuài fēnxiǎng yīxià, ràng Zǒngchái wǒ cānkǎo cānkǎo ba!

Pozwólcie, że ponownie zapytam wszystkich, którzy planują zostać w domu w weekend: co zamierzacie robić w domu? Szybko podzielcie się, proszę, tym ze mną, Zongchai!

Wypowiedź (5) została wystosowana w kontekście braku wykrzycia nowych przypadków zakażeń wirusem SARS-CoV-2 na Tajwanie przez kilka dni z rzędu. Przez podzielenie się swoimi planami pozostania w domu (pominięta tu część wypowiedzi) nadawca apeluje pośrednio o naśladowanie jego zachowania. Dyrektywny charakter wypowiedzi zostaje osłabiony próbą zbliżenia do odbiorców poprzez pytanie o ich plany na weekend w domu. Ma to również zachęcić osoby o innych planach do zainspirowania się komentarzami innych odbiorców i pozostania w domu. Wypowiedź jest łagodzona i ugrzeczniona za pomocą konstrukcji gramatycznych reduplikacji oraz konstrukcji 一下 *yīxià*.

¹⁰ Dla przykładu zmienia czasownik „usiąść” w „usiąść na chwilę”, „poczekaj” w „poczekaj chwilę”; często tworzy formy zamienne z reduplikacją.

Przysłówki intensywności zwiększają nacechowanie czasownika lub przymiotnika emocjami nadawcy, czyniąc wypowiedź bardziej osobistą. Mogą wyrażać porównywanie, np. 更 *gèng* ‘bardziej’ i 最 *zuì* ‘najbardziej’, lub względność, np. 有点 *yǒudiǎn* ‘trochę’. Ujawniając emocje, nadawca minimalizuje negatywny wydźwięk wypowiedzi (Zeng 2007, 67–68), np. tych pokazujących niekorzystne zjawiska społeczne, którym należy przeciwdziałać. Występowanie przysłówków intensywności w badanym materiale językowym pokazuje Tabela 2. W badaniu nie uwzględniono przysłówka 很 *hěn* ‘bardzo’¹¹, a przysłówki stopnia 好 *hǎo* ‘bardzo, dość, dosyć’ i 好好 *hǎohǎo* ‘dobrze, porządnie’¹² zanalizowano oddzielnie.

Tabela 2. Przysłówki intensywności

Przysłówek intensywności	Pinyin	Tłumaczenie	Liczba wystąpień
最	<i>zuì</i>	najbardziej	78
一定	<i>yīdìng</i>	z pewnością	49
好好	<i>hǎohǎo</i>	dobrze, porządnie	48
真的	<i>zhēn de</i>	naprawdę	34
更	<i>gèng</i>	bardziej	33
好	<i>hǎo</i>	bardzo, dość, dosyć	25
特別	<i>tèbié</i>	wyjątkowo, szczególnie	18
尤其	<i>yóuqí</i>	wyjątkowo, szczególnie	10
非常	<i>fēicháng</i>	bardzo	9
超	<i>chāo</i>	ultra	8
滿	<i>mǎn</i>	całkowicie	7
當然	<i>dāngrán</i>	z pewnością, oczywiście	5
比較	<i>bǐjiào</i>	stosunkowo, dość, dosyć	5
有點	<i>yǒudiǎn</i>	trochę	4
一點	<i>yīdiǎn</i>	trochę	2
這麼	<i>zhème</i>	tak, w ten sposób	2

Źródło: opracowanie własne.

¹¹ Przysłówek 很 *hěn* ‘bardzo’ stanowi często obowiązkowy element formalny orzeczenia w zdaniu opisującym cechę danego obiektu i traci wtedy swoje cechy semantyczne (Li i Thompson 1989, 340).

¹² Przysłówek 好好 *hǎohǎo* ‘dobrze, porządnie’ powstał na skutek reduplikacji przymiotnika 好 *hǎo* ‘dobry’. Przymiotnik 好 *hǎo* ‘dobry’ nie jest tożsamy z przysłówkiem 好 *hǎo* ‘bardzo’, ‘dość’, ‘dosyć’, dlatego przysłówek 好好 *hǎohǎo* nie może być traktowany jako reduplikacja przysłówka 好 *hǎo*.

- (6) 衛福編編認真說，勤洗手真的真的真的很重要喲！

Wèifú Biānbīān rènzhēn shuō, qín xǐshǒu zhēn de zhēn de zhēn de hěn zhòngyào yō!

Redaktor strony Ministerstwa Zdrowia mówi na poważnie, częste mycie rąk jest naprawdę bardzo, bardzo ważne!

Intencją komunikacyjną wypowiedzi (6) jest dyrektywa nakazująca częste mycie rąk. Wyrażenie własnego osądu ma poprzez perswazję wpłynąć na odbiorcę. Przysłówek intensywności 真的 *zhēn de* ‘naprawdę’ podkreśla subiektywne odczucia nadawcy względem powagi problemu, a jego trzykrotne powtórzenie łagodzi dyrektywny charakter wypowiedzi.

Podstawowym środkiem językowym, zmniejszającym dystans między rozmówcami, jest modalność, w języku chińskim powszechnie wyrażana za pomocą partykuł zdaniowych. Nie sposób choć nie wspomnieć o partykule 了 *le*, która, występując w pozycji czasownikowej, jest partykułą aspektu dokonanego, natomiast jako partykuła zdaniowa (58 razy w badanym materiale) albo łączy w sobie aspektowość i modalność, albo jest w pełni modalna.

- (7) 恭喜大家，都跨過年了呢。

Gōngxǐ dàjiā, dōu kuà guò nián le ne.

Gratuluję wszystkim, powitaliśmy Nowy Rok! [W kontekście pandemii możliwa interpretacja: Gratuluję wszystkim, przetrwaliśmy ten rok!]

Partykuły modalne to pozbawione samodzielnego znaczenia wyrazy zajmujące ostatnie miejsce w zdaniu, które nadają wypowiedzi dodatkowego zabarwienia emocjami nadawcy. Ich znaczenie zależy często od kontekstu, w którym zostały użyte (Simpson 2014, 156). W języku chińskim występuje duża różnorodność partykuł modalnych, a ich celem jest łagodzenie tonu wypowiedzi. Nacechowanie wypowiedzi emocjami zmniejsza dystans między nadawcą i odbiorcą oraz czyni wypowiedź mniej oficjalną i przystępniejszą w odbiorze. Tabela 3 przedstawia partykuły modalne występujące w badanym materiale językowym, z pominięciem partykuły 了 *le*, która zasługuje na odrębną analizę.

Tabela 3. Partykuły

Partykuła	喔	喲	呢	吧	啊	囉	啦	惹	欸	嘛	啥	耶	嚕	哦	吼
<i>Pinyin</i>	<i>ō</i>	<i>yō</i>	<i>ne</i>	<i>ba</i>	<i>a</i>	<i>luō</i>	<i>la</i>	<i>rě</i>	<i>āi</i>	<i>ma</i>	<i>shà</i>	<i>yé</i>	<i>lǔ</i>	<i>ó</i>	<i>hǒu</i>
Liczba	189	65	55	45	10	9	6	6	3	2	2	2	1	1	1

Źródło: opracowanie własne.

Poprzez szerokie zastosowanie partykuł MZiOST przedstawia się nie tylko jako organ wydający polecenia, lecz przede wszystkim jako zrzeszenie osób, które, tak jak wszyscy,

obdarzone są emocjami i dążą do jak najlepszej jakości komunikacji interpersonalnej. Najczęściej pojawiającą się w badanym materiale partykułą modalną jest występująca 189 razy partykuła 喔 *ō*. Zasadniczo eksponuje ona emocje mówiącego w stosunku do innej osoby, przedmiotu, procesu lub sytuacji, ale w niektórych przypadkach jest też używana do podkreślenia odczuć osób trzecich oraz do wyrażenia życzenia (Shei 2014, 262–265).

- (8) 記得養成量體溫、以肥皂勤洗手、減少觸摸眼鼻口、盡量不要到人口擁擠 *jiǎnshāo chùnmō yǎn bí kǒu, jìnlǐàng* 的公共場所的習慣喔。

Jídé yǎngchéng liàng tǐwēn, yǐ fěizào qín xǐshǒu, bùyào dào rénkǒu yǒngjǐ de gōnggòng chǎngsuǒ de xíguàn ō.

Pamiętaj o wykształceniu nawyku mierzenia temperatury ciała, regularnym myciu rąk mydłem, ograniczaniu dotykania oczu, nosa i ust oraz w miarę możliwości unikania zatłoczonych miejsc publicznych.

Partykuła 喔 *ō* podkreśla tu dyrektywny charakter wypowiedzi, nadając jej pozytywny wydźwięk i wskazując pozytywne konotacje związane z przestrzeganiem zaleceń.

Występująca 65 razy w badanym materiale partykuła 唷 *yō* używana jest w celu wyrażenia zaskoczenia lub podziwu (Shei 2014, 206). Wykorzystywanie tej partykuły w dyrektywnych aktach mowy przez MZiOST można uznać za strategię grzeczności negatywnej, ponieważ partykuła 唷 *yō* podkreśla niepewność nadawcy co do tego, czy odbiorca na pewno zrealizuje czynność wyrażoną dyrektywą, a zatem zmniejsza nacisk nadawcy na odbiorcę.

- (9) 居家隔離檢疫者，請乖乖待在家唷。

Jūjiā gélí jiǎnyì zhě, qǐng guāiguāi dài zài jiā yō.

Osoby poddane kwarantannie domowej, zostańcie, proszę, grzecznie w domu.

Wykorzystanie w wypowiedzi partykuły 唷 *yō* podkreśla podziw nadawcy dla obiorców stosujących się do wystosowywanych dyrektyw, w zdaniu (9) – do polecenia zostania w domu. Zwiększa ona grzeczność wypowiedzi, komunikując równocześnie wycofaną postawę nadawcy.

Pojawiająca się 55 razy w badanym materiale partykuła 呢 *ne* łagodzi wypowiedź i czyni ją bardziej osobistą. Zdaniem Shei główną funkcją partykuły 呢 *ne* jest porządkowanie myśli i informacji. Partykuła 呢 *ne* podkreśla również istniejący kontrast, sygnalizuje prośbę do odbiorcy o udzielenie dodatkowych informacji, wyraża oczekiwania wobec odbiorcy, a czasem rzuca odbiorcy wyzwania (Shei 2014, 238–255).

- (10) 總柴表示大家沒睡飽的部分，一定幫大家睡飽，畢竟總柴一天要睡十幾個小時呢！

Zōngchái biǎoshì dàjiā méi shuìbǎo de bùfèn, yīdìng bāng dàjiā shuìbǎo, bījìng Zōngchái yī tiān yào shuì shí jǐ gè xiǎoshí ne!

Zongchai ogłasza, że na pewno pomoże wypać się wszystkim niewyspanym osobom. Zongchai musi przecież spać około dziesięciu godzin każdego dnia!

Intencją komunikacyjną nadawcy wypowiedzi (10) jest nakłonienie odbiorcy do zadbania o odpowiednią ilość snu. Partykuła 呢 *ne* podkreśla oczekiwanie nadawcy na kontynuowanie komunikacji z odbiorcą oraz deklarację pomocy odbiorcom. Partykuła 呢 *ne* podkreśla tu także kontrast: możliwe, że odbiorca cierpi na niedobór snu, natomiast nadawca komunikatu – jako pies – śpi około 10 godzin na dobę. Ma to stawiać nadawcę w roli „eksperta” od snu. Jest to zabieg humorystyczny, mający rozbawić odbiorcę, a w konsekwencji złagodzić ton wypowiedzi.

Inną ważną w badanym materiale partykułą jest 吧 *ba* (45 razy). To partykuła trybu rozkazującego. Mimo że podkreśla ona dyrektywny charakter wypowiedzi, to wydawane przez nadawcę polecenie czyni łagodniejszym w swej wymowie. Przekształca je w sugestię lub zachętę do działania, np. 快來跟衛福編編分享吧! *Kuài lái gēn Wèifú Biānbīān fēnxiǎng ba!* ‘Podzielcie się tym szybko z redaktorem strony MZiOST!’ Zdanie z użyciem partykuły 吧 *ba* może być pytaniem niewymagającym odpowiedzi, pytaniem retorycznym, a czasem próbą wywołania przez pytanie efektu humorystycznego. Partykuła 吧 *ba* może także wyrażać niepewność mówiącego co do danej sprawy, dlatego towarzyszy prośbom o potwierdzenie danej informacji lub stanu. Partykuła 吧 *ba* może być też używana w celu zakończenia danego wątku wypowiedzi i przejścia do kolejnego tematu (Shei 2014, 218–232).

Strategie łagodzenia komunikacji oficjalnej nie ograniczają się do środków językowych zastosowanych w działaniu językowym w celu uszanowania odbiorcy, jego potrzeb i autonomii, zwiększania lub zmniejszania dystansu między nadawcą a odbiorcą, czy wyrażania emocji. Gdyby badane komunikaty składały się wyłącznie z dyrektywnych aktów mowy, nawet ich złagodzone wersje mogłyby być dla odbiorcy zbyt przytłaczające w odbiorze. Właściwe rozpoczęcie i zakończenie wypowiedzi ma kluczowy wpływ na ich efekt perlokucyjny. Dlatego MZiOST poza dyrektywnymi aktami mowy we wszystkich emitowanych przez siebie komunikatach wykorzystuje również inne, pomocnicze akty mowy. Działania te są odpowiedzialne za tworzenie fazy fatycznej komunikacji i sprawiają, że komunikacja między instytucją a obywatelem w sprawach istotnych i nietrywialnych jest bardziej wieloaspektowa, naturalna i łagodniejsza w wymowie.

Zdarzają się przypadki, gdy komunikaty rozpoczynają się od powitania adresata i wypowiedzi podejmującej próbę z nim rozmowy np. poprzez zadanie pytania o pogodę, zbliżające się święta czy inne aktualne kwestie związane z codziennym życiem. Takie pragmatyczne działanie nadawcy jest ukierunkowane na przygotowanie gruntu pod główną treść komunikatu. To wyjście poza klasyczne rozumienie relacji „urząd–obywatel” i próba budowania relacji „nadawca–odbiorca” na wzór dobrych relacji międzyludzkich

znanych z codziennego życia wśród znajomych i bliskich. W takiej relacji odbiorca jest aktywną stroną komunikacji, a informacje przez niego udzielone są dla nadawcy wartościowe.

Napięcie wynikające z dyrektyw w komunikatach MZiOST rozładowuje także zastosowanie humoru. Wywołanie uśmiechu u odbiorcy poprawia jego samopoczucie i sprawia, że chętniej kontynuuje on komunikację z nadawcą. Żartobliwy ton nadawcy może być dla odbiorcy sygnałem, że nadawca jest do niego przyjaźnie nastawiony, nie chce być wobec niego surowy, a oczekiwania wyrażane dyrektywą będą możliwe do spełnienia. W badanych komunikatach MZiOST występują różne gatunki humoru. Może mieć on formę żartów sytuacyjnych, nawiązujących do popkultury lub do aktualnych wydarzeń w kraju, może też w zależności od humorystycznej kreatywności nadawcy odnosić się do homofonii wyrazów czy homografii zapisu znakami chińskimi, a także do gry słów. Ciekawym zabiegiem humorystycznym jest wypowiedanie się nadawcy o samym sobie w trzeciej osobie liczby pojedynczej, co może się kojarzyć z wypowiedziami małych dzieci i brzmi zabawnie i uroczo. W ocenie Mishry, Mishry i Moreno, taki zabieg może mieć jednak znacznie szerszą interpretację. Wypowiadając się w ten sposób, nadawca może chcieć przedstawić się jako osoba obiektywna, bezstronna. Badacze wykazali także, że takie zwracanie się do odbiorcy wpływa na jego większą skłonność do altruizmu, a także do podejmowania decyzji bardziej świadomie i bezpiecznie (Mishra, Mishra, Moreno 2013, 627).

(11) 衛福編編祝大家開工。日人氣王就鼠你。

Wèifú Biānbīān zhù dàjiā kāigōng rì rénqì wáng jiù shǔ nǐ.

Redaktor strony MZiOST życzy wszystkim zaczynającym dziś pracę bycia prawdziwymi szczurzymi królami entuzjazmu.

Wypowiedź (11) pochodzi z komunikatu opublikowanego na początku chińskiego Roku Szczura i jest skierowana do osób pracujących, którym kończy się przerwa świąteczna. Elementami humorystycznymi w powyższej wypowiedzi są wypowiedanie się nadawcy o samym sobie w trzeciej osobie liczby pojedynczej oraz żartobliwe życzenie wykorzystujące podobne brzmienie wyrazów 鼠 *shǔ* 'szczur' i 是 *shì* 'być'. Czasownik 是 *shì* 'być' został w powyższym zdaniu zastąpiony przez rzeczownik 鼠 *shǔ* 'szczur' w celu zaskoczenia odbiorcy i złożenia mu w zabawny sposób życzeń na dobry początek Roku Szczura.

W strategię komunikacyjną MZiOST wpisuje się także powoływanie się w komunikatach na zbiorowość. Nadawca jawi się nie jako przedstawiciel instytucji regulującej życie obywateli, lecz jako przedstawiciel tej samej co odbiorca społeczności, który dostrzega i szanuje obecność innych. Łączą ich te same prawa i obowiązki, potrzeba zaangażowania i czynnego udziału w podejmowanych wspólnie działaniach. Zatem nadawca także jest

adresatem dyrektywy, co może motywować odbiorcę do współdziałania. Zbiorowość jest wyrażona w komunikatach leksykalnie zaimkiem 大家 *dàjiā* ‘wszyscy’ (359 razy), przysłówkiem 一起 *yīqǐ* ‘razem’ (143 razy), zaimkiem 我們 *wǒmen* ‘my’ (90 razy) oraz zaimkiem 所有(的) *suǒyǒu(de)* ‘wszyscy’ (81 razy).

Zabiegiem przeciwnym jest personalizacja komunikatów poprzez bezpośrednie zwracanie się do odbiorcy zaimkiem drugiej osoby liczby pojedynczej 你 *nǐ* (forma męska) / 妳 *nǐ* (forma żeńska) ‘ty’. To sygnał, że każdy odbiorca i jego działania są widoczne dla nadawcy i mają znaczenie. W przeciwieństwie do słabo reprezentowanej w badanym materiale (14 razy) formalnej wersji zaimka drugiej osoby 您 *nín* ‘Pan’ / ‘Pani’ / ‘Państwo’, zaimki 你 / 妳 *nǐ* pojawiły się 118 razy. Adresowanie komunikatów do indywidualnych odbiorców to przypomnienie, że działania jednostki mają wpływ na rzeczywistość, w tym na dobro własne i innych ludzi.

Ważnym z punktu widzenia pragmatyki elementem dopełniającym komunikaty MZiOST jest wykorzystanie w nich ekspresywnych aktów mowy, takich jak podziękowania, pochwały, życzenia czy slogany motywacyjne. Zabieg ten zbliża komunikaty do naturalnej, nieformalnej formy komunikacji międzyludzkiej. Nadawca często dziękuje odbiorcy i chwali go z góry, okazując mu w ten sposób szacunek i zaufanie oraz podnosząc jego morale, zwiększając jednocześnie szansę na realizację przez odbiorcę wyrażonych w komunikatach dyrektyw. Slogany motywacyjne to strategia wykorzystywana pod koniec komunikatów. Jej celem jest zakończenie komunikatu w pozytywny sposób i wprowadzenie atmosfery optymizmu i pogody ducha w obliczu wyzwania.

(12) 感謝大家踴躍地留言表達自己的意見。

Gǎnxiè dàjiā yǒngyuède liúyán biǎodá zìjǐ de yìjiàn.

Dziękujemy wszystkim za aktywne komentowanie i wyrażanie własnych opinii.

Szerokie zastosowanie posiłkowych aktów mowy wpływa pozytywnie na kształtowanie atmosfery do odpowiedzi na dyrektywne akty mowy.

*

Opisane w artykule działania językowe ukazują potencjał narzędzia, jakim jest język, w kreowaniu nie tylko wizerunku nadawcy, lecz także rzeczywistości, której częścią jest odpowiedź odbiorcy, wyrażona działaniem lub zachowaniem. Przedstawione strategie łagodzenia dyrektywnych aktów mowy sprawiają, że komunikaty są mniej nachalne, a odbiorca czuje się w komunikacji bardziej komfortowo, niejako przygotowany na ich odbiór. Przywoływanie przez nadawcę codzienności otaczającej odbiorcę (w tym popkultury) sprawia, że odbiorca (także młody) czuje się lepiej rozumiany przez nadawcę. Łagodzące ton środki językowe i pomocnicze akty mowy podkreślają współdzielenie

emocji, kontekstu, potrzeb i obowiązków. W konsekwencji cele dyrektywy mogą być odczytywane jako zbieżne z życiowymi potrzebami adresata.

Analiza wykazała szerokie zastosowanie i różnorodność pozaleksykalnych, łagodzących ton wypowiedzi środków językowych. Najbardziej powszechne spośród nich są w badanym materiale partykuły modalne (397 razy) i przysłówki intensywności (337 razy), oddające emocje nadawcy i łagodzące negatywny wydźwięk wypowiedzi dyrektywnej. Równie wysoką frekwencyjność (306 razy) wykazuje zmniejszanie dystansu między nadawcą i odbiorcą przez użycie wobec nadawcy zdrobnienia: 衛福編編 *Wèifú Biānbīān* 'redaktor(ek) strony MZiOST'. Środki językowe łagodzące ton wypowiedzi są urozmaicone przez użycie pytań ogólnych z partykułą 嗎 *ma* (37 razy) i alternatywnych (17 razy), wyrażających przypuszczenie. Nie mniej ważnym, choć w porównaniu z partykułami modalnymi słabiej reprezentowanym zabiegiem jest przyrostek 阿 *ā* (11 razy), tworzący wyrazy nacechowane, sugerujące bliską relację osób.

Ważną strategią służącą złagodzeniu tonu i zaspokojeniu potrzeb odbiorcy w zakresie naturalnej komunikacji jest zastosowanie we wszystkich przebadanych komunikatach dyrektywnych posiłkowych aktów mowy, takich jak powitanie adresata, nawiązanie wstępnej rozmowy na niezobowiązujące tematy, humor, powoływanie się na zbiorowość, personalizacja komunikatów i inne. Różnorodność podejmowanych działań świadczy o dokładaniu przez MZiOST starań, aby komunikaty spotykały się z pozytywnym odbiorem, a dyrektywne akty mowy były efektywne poprzez przeplatanie ich innymi wypowiedziami, mniej narażającymi odbiorcę na utratę twarzy, czyniącymi przekaz mniej nachalnym i drażniącym.

Ciekawą obserwacją wynikającą z przeprowadzonych badań jest pokrywanie się części cech wypowiedzi obecnych w komunikatach Ministerstwa Zdrowia Tajwanu z cechami języka kobiecego w języku chińskim (Kuo 2003, 479–494; Chan 1998, 48; Ma 2009, 57–62; Naruszewicz i Zajdler 2021, 55–76).

BIBLIOGRAFIA

- Brown, Penelope, i Stephen C. Levinson. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chan, Marjorie K.M. (1998). „Gender Differences in the Chinese Language: A Preliminary Report”. W: *Proceedings of the Ninth North American Conference on Chinese Linguistics*, red. Hua Lin, 35–52. Los Angeles: GILS Publications.
- Chao, Yuen R. (1968). *A Grammar of Spoken Chinese*. Berkeley: University of California Press.
- Chen, Feng-yi, Ruo-ping J. Mo, Chu-Ren Huang, i Keh-Jiann Chen. (1992). „Reduplication in Mandarin Chinese: Their Formation Rules, Syntactic Behavior and ICG Representation”. W: *Proceedings of Rocling V Computational Linguistics Conference V*, red. Chen Hsin-Hsi, t. 5, s. 217–233.

- Taipei: The Association for Computational Linguistics and Chinese Language Processing. <https://aclanthology.org/O92-1007.pdf> [dostęp: 2.09.2024].
- Granat, Anna. (2013). „Intencja, błąd i skuteczność komunikacyjna w przekazie medialnym”. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF: Philologiae* 31: 125–146.
- Huang, James C.T. (1991). „Modularity and Chinese A-not-A Questions”. W: *Interdisciplinary Approaches to Language*, red. Carol Georgopoulos, Roberta Ishihara, 305–332. Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-011-3818-5_16 [dostęp 15.04.2021].
- Jakubowski, Jakub. (2015). „Nowe media – nowa reklama społeczna?”. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/323525471_Nowe_media_-_nowa_reklama_spoeczna [dostęp 21.04.2021].
- Kuo, Sai-Hua. (2003). Involvement vs Detachment: Gender Differences in the Use of Personal Pronouns in Televised Sports in Taiwan. *Discourse Studies* 5, nr 4: 479–494. <https://doi.org/10.1177/146144560300540>.
- Li, Charles N., i Sandra A. Thompson. (1989). *Mandarin Chinese. A Functional Reference Grammar*. Berkeley: University of California Press.
- Li, Shuai. (2019). „Contextual Variations of Internal and External Modifications in Chinese Requests: Effects of Power and Imposition”. W: *Current Studies in Chinese Language and Discourse*, red. Yun Xiao, Linda Tsung, 57–79. Amsterdam: John Benjamins Publishing. <https://doi.org/10.1075/scld.10>.
- Lipczuk, R. (2000). „O wielości i wieloznaczności terminów (na przykładzie klasyfikacji aktów mowy)”. *Lingua ac Communitas* 9: 169–176.
- Lu, Fu-Bo 卢福波, i Wu Ying 吴莹. (2005). „Qǐngqiú jù zhōng ‘V’, ‘V yīxià’ yǔ ‘VV’ de yǔyòng chāyì” 请求句中“V”、“V一下”与“VV”的语用差异 [Pragmatyczne różnice między “V”, “V一下” and “VV” w zdaniach wyrażających prośbę]. *Yǔyán jiàoxué yǔ yánjiū* 语言教学与研究 4: 40–45.
- Ma, Yan 马琰. (2009). „Hànyǔ gōngwéi yǔ zhōng de xìngbié yǔyán shízhèng yánjiū” 汉语恭维语中的性别语言实证研究 [Empiryczne badania komplementów w chińskim języku płci]. *Shāngluò xuéyuàn xuébào* 商洛学院学报, 23.05, 57–62.
- Mishra, Arul, Himanshu Mishra, i Oscar Moreno. (2013). „Illeism and Decision Making”. W: *Advances in Consumer Research. Making a Difference*, red. Simona Botti, Aparna A. Labroo, t. 41, 627. Duluth: Association for Consumer Research. https://www.acrwebsite.org/volumes/v41/acr_v41_15388.pdf [dostęp: 24.04.2021].
- Naruszewicz, Agata, i Ewa Zajdler. (2021). „Środki językowe jako narzędzie nacechowania nieformalnych wypowiedzi kobiet we współczesnym języku chińskim”. *Socjolingwistyka* 35: 55–76. <https://doi.org/10.17651/socjoling.35.4>.
- Searle, John R. (1975). „A Taxonomy of Illocutionary Acts”. W: *Language, Mind, and Knowledge: Minnesota Studies in the Philosophy of Science*, red. Keith Gunderson, t. 7, 344–369. Minneapolis: University of Minnesota Press. <https://hdl.handle.net/11299/185220> [dostęp: 12.09.2024].
- Sepkowska, Zofia. (2014). *Podstawy przedsiębiorczości*. Warszawa: Difin.
- Shei, Chris. (2014). *Understanding the Chinese Language. A Comprehensive Linguistic Introduction*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315767222>.
- Simpson, Andrew. (2014). „Sentence-Final Particles”. W: *The Handbook of Chinese Linguistics*, red. James Huang, Audrey Li, Andrew Simpson, 156–179. Hoboken: Wiley-Blackwell. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118584552> [dostęp 24.04.2021].

- Skudrzyk, Aldona. (2007). „Normy grzecznościowych zachowań językowych. Etykieta językowa, „savoir-vivre”, „bon ton”, dobre wychowanie, grzeczność językowa”. W: *Sztuka czy Rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego*, red. Aleksandra Achtelek, Jolanta Tambor, 105–122. Katowice: Gnome.
- Tabakowska, Elżbieta. (red.). (2001). *Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa*. Kraków: Universitas.
- Tokarska, Ewa, i Ewa Zajdler. (w przygotowaniu). *Komunikacja w kontekście epidemii COVID-19. Część 2: Sugestywność leksykalna. Analiza dyrektywnych aktów mowy w wybranych komunikatach Ministerstwa Zdrowia i Opieki Społecznej Tajwanu*. *Roczniki Humanistyczne* 9.
- Yule, George. (1996). *Pragmatics (Oxford Introduction to Language Study Series)*. Oxford: Oxford University Press.
- Zdunkiewicz, Dorota. (2001). „Akty mowy”. W: *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, 269–280. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Zeng, Wei. 曾炜. (2007). „Kǒuyǔ zhōng chéngdù fùcí shìyòng de xìngbié chāyì” 口语中程度副词使用的性别差异 [Różnice w użyciu przysłówków stopnia w języku mówionym w zależności od płci]. *Xiūcí xuéxí* 修辞学习, 3: 65–70.

SŁOWNIKI

- Cíhǎi* 辞海 [Encyklopedia]. 1989. Shànghǎi: Shànghǎi císhū chūbǎnshè 上海. 上海辞书出版社.
- Wu, Guan-Hua 吴光华. 2002. *Hànzi yīng shì dà cídiǎn* 汉字英释大辞典 [Chińsko-angielski słownik znaków]. Shànghǎi: Shànghǎi Jiāotōng Dàxué Chūbǎnshè 上海交通大学出版社.
- Xiàndài hànyǔ cídiǎn* 现代汉语词典 [Współczesny słownik języka chińskiego] 1991. Běijīng: Shāngwù yīnshūguǎn 北京: 商务印书馆.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- Wèishēng Fúli Bù (衛生福利部). Strona główna MZiOST [strona na Facebooku]. Za pośrednictwem <https://www.facebook.com/mohw.gov.tw/> [dostęp 24.04.2021].

KOMUNIKACJA W KONTEKŚCIE EPIDEMII COVID-19. CZĘŚĆ 1: STRATEGIE ŁAGODZENIA WYPOWIEDZI DYREKTYWNEJ W WYBRANYCH KOMUNIKATACH MINISTERSTWA ZDROWIA I OPIEKI SPOŁECZNEJ TAJWANU

Streszczenie

Tematem artykułu są strategie łagodzenia wypowiedzi dyrektywnych we współczesnym języku chińskim. Aby osiągnąć zakładany cel działania językowego i skłonić odbiorcę do podjęcia oczekiwanych działań, nadawca komunikatu podejmuje wysiłek pozbawienia dyrektywnego aktu mowy negatywnego wydźwięku i zagwarantowania odbiorcy możliwości zachowania twarzy. Analizie poddane zostały komunikaty z portalu społecznościowego Facebook, opublikowane w okresie pandemii COVID-19 między 31 grudnia 2019 r. a 21 października 2020 r. Ich nadawcą jest Ministerstwo Zdrowia i Opieki Społecznej Tajwanu. Przedmiotem analizy jest 212 wyselekcjonowanych wypowiedzi, zbadanych pod kątem zastosowanych środków łagodzących dyrektywność wypowiedzi. Analiza jakościowa wyłoniła głównie środki gramatyczne, za pomocą których można nadać wypowiedzi wywa-

żony, intencjonalny stopień nacisku na odbiorcę, oraz pomocnicze akty mowy, osadzające komunikat w spersonalizowanym kontekście odbiorcy. Analiza ilościowa pozwoliła wskazać preferencje użycia środków językowych przez nadawcę. Odpowiednio dobrane do treści i kontekstu, środki te odkrywają emocje nadawcy lub bezpośrednio wpływają na emocje odbiorcy komunikatu, co stanowi istotny czynnik łagodzenia dyrektywy.

Słowa kluczowe: współczesny język chiński; dyrektywne akty mowy; środki językowe; COVID-19 w Tajwanie; Ministerstwo Zdrowia i Opieki Społecznej Tajwanu

COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 EPIDEMIC:
PART 1: STRATEGIES FOR MITIGATING DIRECTIVE SPEECH
IN SELECTED COMMUNICATIONS
FROM THE MINISTRY OF HEALTH AND WELFARE OF TAIWAN

S u m m a r y

This paper deals with the strategies for mitigating directive speech in Mandarin Chinese. In order to induce the addressee to undertake an action, the speaker makes an effort to deprive directive speech of its negative overtones and guarantee the addressee to safe face. The 212 selected utterances from messages published on Facebook by the Ministry of Health and Welfare of Taiwan during COVID-19 since December 31, 2019 to October 21, 2020 were examined for their linguistic features. The directive nature of the commands were mitigated by numerous linguistic means, appropriately selected for content and context, and they revealed the emotions of the speaker and shaped the emotions of the addressee. As evidenced by qualitative and quantitative analysis, the utterances show the speaker's gentle approach to the addressee, supported by the linguistic features of Mandarin Chinese.

Keywords: Mandarin Chinese; directive speech; linguistic features; COVID-19 in Taiwan; Ministry of Health and Welfare of Taiwan