

IWONA LOEWE

Uniwersytet Śląski

ORCID 0000-0002-5959-8938

## JĘZYK W MEDIACH CYFROWYCH

Internet jak nigdy dotąd utrwała polszczyznę współczesną we wszystkich stylach funkcjonalnych. Nie generuje wszakże jakiegoś nowego języka etnicznego, jest jednak nowym sposobem jego manifestacji. Cechy technologiczne Sieci i mediów cyfrowych powodują natomiast, że pośrednio mogą one wpływać na pewne nowe aktywności użytkowników języka lub je modyfikować. Chciałabym w tym artykule zwrócić uwagę na niektóre z nich. Czytelnikowi należy się, jak sądzę, uszczegółowienie i wyjaśnienie dotyczące pojęć i określeń: *medium cyfrowe*, *Internet* oraz *język w mediach*.

### MEDIUM CYFROWE

We współczesnych odsłonach masowych mediów cyfrowych obserwujemy mediologiczny efekt dylizansu. Jest to zwłoka spowodowana przez nową generację nośników w czasie jej uwalniania z formy poprzedzającej [Debray 2010, 226]. Wytlumaczmy to zjawisko na przykładzie telewizji. Pierwsze studia telewizyjne nie różniły się niczym od programu radiowego – wstawiono po prostu do pomieszczenia z dziennikarzem i jego gośćmi kamerę. Bitowe prasa, radio, telewizja powielają wszak analogowe zasady funkcjonowania i pomijają doświadczenia Sieci (już tylko cyfrowej). Dalej mają jeden scentralizowany nadajnik, który ma charakter dystrybutora hierarchicznego składającego się z jednego źródła i wielu identycznych odbiorców. Bitowe kodowanie tekstów przekazników masowych wpływa na ich technologiczne właściwości: utrwalanie, powielanie, jakość odbioru, a tym samym zwiększa przyjemność dekodowania i możliwości odbiorców. Zresztą jest to kwestia procesualna, bo po bitowym kodowaniu rozwijają się kolejne udoskonalenia i formaty: HD, K4, K8, DVD, Blue Ray. Tymczasem Sieć to szachownica różnorodnych procesorów, z których każdy może być nadawcą i odbiorcą informacji. Dzisiaj ten sposób użytkowania Sieci należy do jednego z pięciu typów komunikowania. Nazwałam go typem **transmisyjnym** [Loewe 2016]. Ten typ komunikacji pozwala Internetowi, radiu oraz telewizji stać się tylko przekaznikiem. Prasa drukowana nie jest tu wymieniana, ponieważ nie ma cechy symultaniczności transmisji. Ale już prasa cyfrowa (zamieszczona w Sieci) tym się cechuje. To na przykład słuchanie radia za pomocą połączenia z Internetem, uczestnictwo we mszy świętej lub innych nabożeństwach za pośrednictwem tych mediów, oglądanie

meczu za pomocą telewizji. Kultura, w tym także tradycyjne media masowe, korzystają zatem – co naturalne – ze zdobyczy cywilizacji. Samo medium cyfrowe nie jest jednak właściwym przedmiotem tego tekstu, bo zasadniczą zmianą w tym medium zachodzącą jest zmiana technologiczna.

## INTERNET

Wobec powyższego warto być ostrożnym, rozróżniając nazwy *Sieć*, *Internet*, *medium cyfrowe*, *komunikacja cyfrowa*. Komunikacja cyfrowa była już dostępna w telefonach bezprzewodowych z wyświetlaczem ciekłokrystalicznym. Dały jej początek SMS-y (do których potrzeba zaledwie urządzenia cyfrowego i łącza telefonicznego), a dziś zespolone w Sieć służą jej przykładowe komunikatory iMessage, WhatsApp, Messenger (do ich używania potrzeba już urządzenia cyfrowego i dostępu do Internetu). Wszystkie służą temu samemu celowi: błyskawicznej konwersacji z użyciem znaków klawiatury i ekranu. Dają możliwość nawet symultanicznej wymiany tekstów. Rodzaj zapisu w tych urządzeniach był pierwowzorem komunikacji czatujących w Sieci *netizenów*. To z wyświetlaczy telefonów emotikony migrowały bowiem dopiero do pokoi rozmów internetowych. Wraz z siecią komunikacją cyfrową cywilnemu obywatelowi Sieci staje się dostępny **konwersacyjny** typ komunikacji. Zwracam uwagę na przymiotnik *cywilny*, ponieważ porządek doświadczania typów komunikacji jest inny w przypadku wojskowych (oraz członków społeczności naukowej), którzy o wiele wcześniej korzystali ze zdobyczy rozwoju cyfrowego (i w ogóle postępu). Współczesny *citizen* (obywatel społeczeństwa) nie wyobraża sobie życia bez równie dużego tempa przesuniętej w czasie (asynchronicznej) wymiany korespondencji prywatnej i biznesowej, którą umożliwił list elektroniczny (mejl). Ten zaś reprezentuje komunikację typu **korespondencyjnego** [Grzenia 2006]. Co ciekawe, pobieżne nawet badania wskazują, że wiadomości wysyłane przez WhatsApp oraz listy elektroniczne nie są przez wielu użytkowników (*netizenów*) wpisywane w granice tego, co internetowe. Komunikację konwersacyjną, najpierw cyfrową, potem sieciową, oraz komunikację korespondencyjną w Sieci warto odróżnić od komunikacji sieciowej **hipertekstowej**, widocznej pod postacią oswojonych już dziś gatunków internetowych. Hipertekstowy typ komunikacji internetowej reprezentują portal, blog, vortal, strona internetowa. Dla dopełnienia obrazu komunikacji w Internecie należy wspomnieć o **usługowym** typie komunikowania, choć nie będzie on szczególnie przedmiotem dalszych rozważań. Reprezentuje go witryna internetowa, czyli interfejs usług sieciowych. To wypożyczalnie filmów, fachowców, rezerwacje hoteli, szkół, kierunków studiów, witryny wszelkich sklepów.

Pozwolę sobie na lakoniczne zwięźczenie tej części rozważań – wszystko, co internetowe, jest Siecią, jest cyfrowe; nie wszystko, co cyfrowe, jest internetowe i jest Siecią. W tejże zaś Sieci znane są następujące typy komunikowania: konwersacyjny (alternatywna wersja rozmowy telefonicznej), korespondencyjny (alternatywna wersja listu i wniosku), hipertekstowy (alternatywna wersja publikacji), transmisyjny (alternatywna wersja wydarzenia) i usługowy (alternatywna wersja sklepu i urzędu).

## JĘZYK W MEDIACH

Pora na kilka słów objaśnienia wyrażenia *język w mediach*. Przyjąć można, że pierwsza część „Przewodnika po stylistyce polskiej” z 1995 roku [Gajda 1995] była zwiastunem myślenia o uregulowaniu definicji języka w mediach. Porządek tomu wskazywał, że w mediach występuje styl publicystyczny, ale zawartość rozdziału Ewy Szczurek dowodziła tego, co po latach Maria Wojtak określiła tak: „Komunikacja medialna nie dawała się zamknąć w ramach jednej odmiany stylowej współczesnej polszczyzny” [Wojtak 2011, 73]. Oba wyrażenia – *język mediów* albo *język w mediach* – mogą implikować odmienne obiekty badawcze. Oto *język w mediach* pozwala poddać obserwacji codzienne wytwory tychże mediów. Określmy je tutaj ogólnie za pomocą poręcznego złożenia mediotekstami [Loewe 2015]. Językoznawca (zwłaszcza mediolingwista i lingwista dyskursu) ma narzędzia do ich badania. Potrafi scharakteryzować dyskurs typowy dla prasy, radia, telewizji, Internetu (za pomocą analizy dyskursu, w tym multimodalnej), ma narzędzia, by scharakteryzować gatunki stosowane w tychże mediach (za pomocą analizy genologicznej), ma narzędzia, by dokonać deskrypcji wyborów językowych zawartych w poszczególnych tekstach albo stylistyki aktywności celebrytów medialnych, czyli prezenterów, prowadzących vlogi/serwisy/wywiady, komentatorów (za pomocą analizy stylistycznej). Badanie na tych trzech zasadniczych poziomach może służyć różnym dyscyplinom – lingwistyce dyskursu, komunikologii, mediologii, medioznawstwu, semiologii albo subdyscyplinom dążącym do wiedzy o mediach – mediolingwistyce, genologii multimedialnej, stylistyce, socjologii wizualnej [Loewe 2018b].

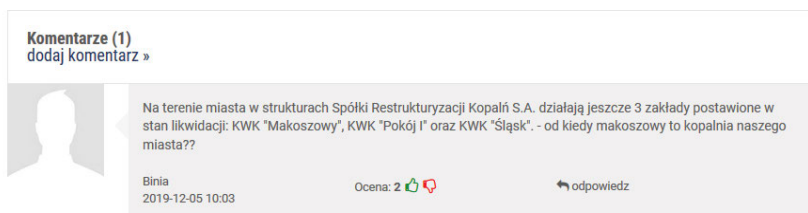
Tymczasem wyrażenie *język mediów* uruchomiło polisemiczność pierwszego rzeczownika. Bibliografia medioznawcza zawiera już całkiem sporo publikacji z tej dziedziny [Bentele 1987; Manovich 2006; Bauer 2009]. Konwencje nowych mediów, którym książkę poświęca na przykład Lev Manovich, a nazywa je *językiem*, to modularność, automatyzacja, wariacyjność, transkodowanie, interaktywność, selekcja, nawigowanie itd. W poetyce innych autorów również znajdujemy opis konwencji nowych mediów określanych mianem ich *języka* [Bauer 2009]. Za jego składniki uznaje się agregację, multiplikację, zmieszanie gatunkowych form, eksplozję roli odbiorcy wobec nadawcy, newsyzację, infotainment, karnawalizację itd. Praktyki nominacyjne opisane w przywołanych tu publikacjach uznają za słuszne przy zachowaniu warunku, by wyrażenie *język w mediach* pozwalało odnosić się w badaniach do ścisłych decyzji związanych z kodami stosowanymi w mediach. Zatem *język w mediach* niechaj obsługuje deskrypcję oraz interpretację czynności nadawcy medialnego, które polegają na intencjonalnym użyciu znaków werbalnych, ikonicznych oraz audytywnych w wytworach medialnych (artykuł w prasie, audycja w radiu, teleturniej w telewizji, wywiad w Internecie). Zaś *język mediów* niechaj konsekwentnie odnosi się do wszelkich pozostałych zwyczajów nadawcy medialnego związanych z technologią, celami, efektami specjalnymi, sposobami odbioru, efektami operacji mentalnych, psychologią i socjologią odbioru. Oba wyrażenia konotują inne podejście badawcze, odmienne cele badawcze, ale z pewnością ich cechą wspólną jest reagowanie na szerzej pojęte zmiany kulturowe, które dotyczą w równej mierze nadawcy medialnego oraz masowego odbiorcy zarówno jako *citizena*, jak i *netizena*, konsumenta, jak i *prosumenta*.

Sądzę, że wprowadzenie wyjaśnia, dlaczego w dalszym ciągu rozważań uwagę poświęcę językowi w Internecie. Poza refleksją w tym miejscu zostawiam język Internetu oraz język mediów cyfrowych.

## JĘZYK W INTERNECIE<sup>1</sup>

Oto metodologiczne obszary, w ramach których można prowadzić (i prowadzono) opisy, interpretacje i objaśnianie języka w Internecie. Metod dostarcza stylistyka funkcjonalna. Stylistycy mają sposoby, by wystarczająco i przekonująco zilustrować, że Internet odbija jak w zwierciadle polszczyznę, którą posługują się Polacy we wszystkich potrzebnych celach komunikacyjnych [por. Kołodziejek 2017]. Spróbuję przedstawić uproszczone wyliczenie oparte na nazwie odmiany języka, kodu, typu tekstu wraz z przykładem gatunku w Sieci.

Jest zatem w Internecie potoczna odmiana polszczyzny pod postacią vlogów, ogłoszeń na tablicy Facebooka, komentarzy na portalach (rysunek 1). Internet zawiera również wiele przykładów stylu naukowego pod postacią wykładów na kanale YouTube, monografii dostępnych z poziomu portali Google Scholar, Academia, Research Gate, stron internetowych zawierających encyklopedie (rysunek 2). Wytwory artystycznej polszczyzny przybierają postać liberackich i literackich stron internetowych



Rysunek 1  
Komentarz w Sieci

Słownik języka polskiego PWN

### echolalia

1. «mimowolne powtarzanie usłyszanych słów i dźwięków występujące w niektórych chorobach psychicznych»
2. «powtórzenie jednakowego lub podobnego układu głosek dla podkreślenia rytmiczności tekstu»

Rysunek 2  
Artykuł hasłowy w sieciowym słowniku języka polskiego

<sup>1</sup> W niniejszym artykule staram się ograniczyć do niezbędnego minimum bibliografię załącznikową do poszczególnych obszarów i tematów, ponieważ musiałabym zdublować efekty swojej pracy sprzed kilku lat. Otóż w zbiorze *Język w Internecie. Antologia* razem z Małgorzatą Kitą podsumowałyśmy badania nad tym tematem, zbierając tak wartościowe merytorycznie teksty, jak i bibliografię do roku 2015.

Tutaj zebrano wyjątkowe tomy  
 Bo kto powiedział: że autor nie może  
 Umieścić powieści na kartkach w pudełku?  
 albo schować poemat jak dzina w butelce?  
 A gdyby tak trzy tomy  
 W jedno połączyć  
 Niepodzielne dzieło?

pytają twórcy **liberatury**

Kto nam zabroni zwiącać lub rozwiącać  
 Książki w aleję  
 Ulicę wyrazów  
 I obrazów domów  
 do-mów  
 do-mów  
 do-mów

Dopowiedz sobie Czytelniku  
 dzieł

**iberatury**

czyli literatury wyzwolonej  
 z wszelkich konwencji wydawniczych

takich książkowych „odtąd dotąd”

Liberat pisze także światłem  
 Światło oznacza białe plamy  
 W terminologii edytorskiej  
 To przerwy między literami  
 Wersami albo rozdzielami

Rysunek 3

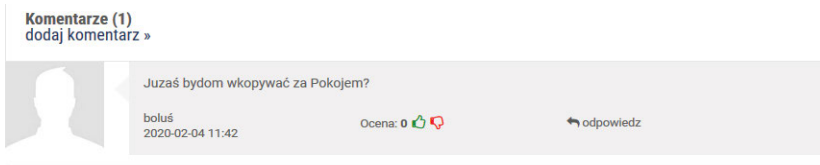
Wierszowany wstęp do strony internetowej  
 autorstwa Bogdana Zalewskiego „Wstęp  
 do liberatury”



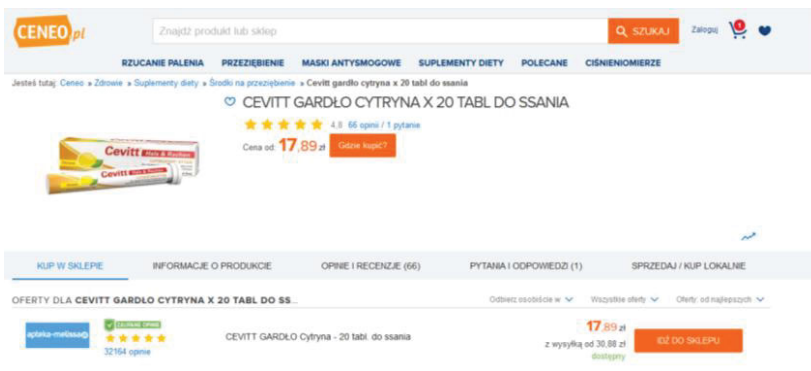
Rysunek 4  
 Mem internetowy

(rysunek 3), choć istnieją przesłanki, by za twórcze uznać także memy [Wójcicka 2020] (rysunek 4). Nie mniej liczne są reprezentacje polszczyzny wulgarnej. Ta obecna jest w nieusuniętych przez administratora komentarzach internautów, postach, tweetach, filmikach i serialach. Sieć umożliwia dostęp do wszelkich postaci folkloru (nagrania pieśni i przyśpiewek, ale także memy jako utrwalone teksty multimodalne) [Kajfosz 2011] i polszczyzny mówionej. Ta ostatnia nie tylko jest dostępna jako język polski ogólny współnoodmianowy, rozumiany przez zdecydowaną większość użytkowników polszczyzny w kraju i za granicą, lecz również jako gwara (rysunek 5), slang, profesjolekt – rozumiane i użytkowane przez społeczności mniejsze, czasami zamknięte. W 2020 roku najlepszymi transmitterami tej odmiany języka są aplikacje z tekstami artystycznymi w funkcji kreatywnej, rzadziej też z tekstami użytkowymi: Audioteka, Spotify, Tidal, a także zawierający produkty głównie użytkowe, choć też multimodalne w funkcji autotelicznej – You Tube. Gromadzą one produkcje dźwiękowe i filmowe. Wbrew potocznemu, ale i powszechnemu sądowi w Internecie rozgościła się pisana odmiana polszczyzny. Wszak strony internetowe księgarni, czytelnicy, repozytoria, archiwa społeczne i państwowe, encyklopedie, portale dostępne są głównie w postaci zdigitalizowanych tekstów alfabetycznych widocznych na ekranie jako przeznaczony do czytania ciąg liter. Z mocą (performatywnością) słowa pisanego ujętego w rozporządzenia, uchwały, monity i wnioski kojarzy się najpewniej język urzędu. Ta prawda przekłada się także na Sieć. Prawo tak dotyczące funkcjonowania w świecie realnym, zdigitalizowanym oraz usieciowionym, bywa że wirtualnym,

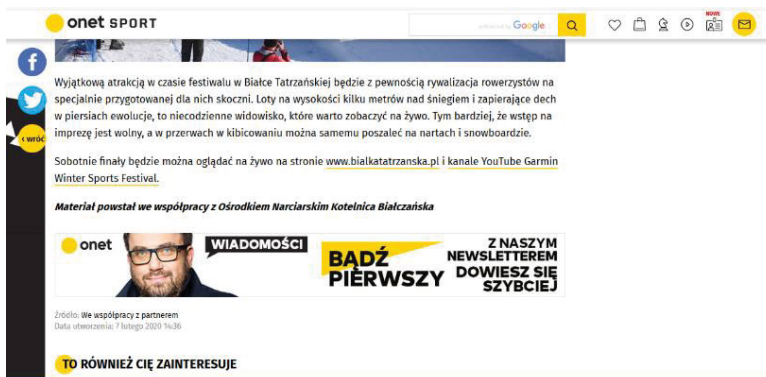
spisane jest – a jakże – za pomocą słów w dokumentach do odczytu (komunikacja cyfrowa) zamieszczonych w Sieci (komunikacja internetowa). Możliwy digitalny i sieciowy kontakt z urzędem odbywa się wszak w Sieci za pośrednictwem pisma. Zapisana polszczyzna, pisana polszczyzna jest głównie obecna w usługowej (rysunek 6) i hipertekstowej (rysunek 7) odmianie komunikacji w Internecie.



Rysunek 5  
Komentarz w gwarze górnośląskiej do artykułu Sylwii Gerlaczek pt. *Ruda Śląska: Kolejne tony azbestu do usunięcia*



Rysunek 6  
Interfejs sklepu Ceneo



Rysunek 7  
Artykuł dziennikarzy Onetu we współpracy z Ośrodkiem Narciarskim w Białce Tatrzańskiej  
pt. *Widowiskowy Puchar Europy FIS już 14 i 15 lutego w Białce Tatrzańskiej*

W przedstawionym przeglądzie odmian polszczyzny starałam się podążać tropem wyznaczonych niegdyś typologii Antoniego Furdala [1973] oraz Aleksandra Wilkonia [2000]. Nic nie stoi na przeszkodzie temu, by użyć narzędzi stylistyki funkcjonalnej do opisu polszczyzny zapośredniczanej przez nowy dla Polaków przekąznik, dostępny powszechnie w XX wieku. Nie sądzę tym samym, by funkcjonalnie polszczyzna się

zmieniła dzięki digitalizacji, datafikacji oraz usieciowieniu komunikacji. Zupełnie inaczej niż dzieje się to w gospodarce cyfrowej [por. Śledziwska, Włoch 2020].

Spróbujmy rozważania skierować wobec tego na nieco inny tor. Jak daleko sięgnąć w dającą się zbadać przeszłość, znaleźć można dowody, że użytkownik języka szukał sposobów urozmaicenia komunikacji. Do jednych z nich należały migracje między stylami. Już starożytni oratorzy dla efektów perswazyjnych wypowiedzi w stylu wysokim inkrustowali je elementami stylu niskiego i odwrotnie. Inni, jak na przykład wykładowcy, w obiektywny poważny ton wplatali wątki humorystyczne. W narrację felietonów dziennikarze włączają i włączali nierzadko fragmenty mowy związanej, a w celach fatycznych stosowali przysłowia i skrzydlate słowa. Jak mało który gatunek – felieton cechuje zresztą taka wielostylowość już we wzorcu kanonicznym. Jedynie komunikacja kancelaryjno-urzędowa oparła się migracjom stylów. Jak zatem w komunikacji niezapośredniczonej (bez użycia medium: telefonu, gazety, radiodbiornika, telewizora, ekranu) odbywają się migracje stylów, tak i w Sieci zachodzą migracje intermedialne. Kierunki migracji językowych są obustronne. Oto kilka ilustracji.

Z komunikacji niezapośredniczonej do komunikacji internetowej typu konwersacyjnego przeszły naturalnie formuły etykietalne typu: *cześć*, *dzień dobry* i powszechne sieciowe: *witam*. Ich pierwotnym otoczeniem była ustna komunikacja potoczna twarzą w twarz. Prawem ekonomii językowej w nowych technologicznie sytuacjach komunikacyjnych użytkownik języka stosuje wszystko, co tylko staje się w tych warunkach skuteczne. A zwroty etykietalne takie się okazały. Z telefonii (komunikacji zapośredniczonej) do Internetu migrowały emotikony klawiaturowe (złożone ze znaków klawiatury, bo ta dawała wówczas spore możliwości), a później obrazkowe wyrażanie emocji, także skróty w komunikatorach (*ATW*, *OMG*, *XD*, *BTW*). Funkcjonalność tych ostatnich była zresztą inna w telefonach z ciekłokrystalicznym wyświetlaczem, a inna w pokojach rozmów w Sieci. W pierwszym przypadku skróty i obrazki ze znaków klawiatury pozwalały zawrzeć więcej treści niż wiadomości z pełnoznanymi słowami. Ekran takiego telefonu był bowiem mały, a koszt wiadomości tekstowej wzrastał wraz z liczbą znaków. Tym razem zadziałał mechanizm zarówno ekonomii językowej, jak i ekonomii życia. W drugim przypadku emotikony i akronimy są znakiem czasu, świadczą o użytkowniku, że jest cyfrowym tubylcem i rozumie zasady sieciowej komunikacji. O ile pierwotnie wybory te były motywowane pragmatycznie, o tyle obecnie pełnią funkcję demonstracyjną, etykietując nadawcę. Tu zatem można dostrzec raczej zasadę wyrazistości językowej.

Możliwy jest i taki kierunek migracji – z komunikacji sieciowej do tradycyjnego medium masowego. Oto mem znany jako oryginalny bądź zapożyczony obrazek z tekstem w funkcji ludycznej, komentujący zwyczaje ludzi oraz bieżące zdarzenia w danej społeczności, migruje do prasy. Jest obok rysunku, grafiki, zdjęcia kolejnym elementem ikonycznym, z którym dziennikarz może współcześnie pracować, czyli rozpowszechniać wiadomości.

Wreszcie obserwacje każą odnotować migracje z praktyk internetu do komunikacji niezapośredniczonej. W komunikacji mówionej potocznej twarzą w twarz zaczynają funkcjonować formy cyfrowe. Należą do nich akronimy, na przykład *LOL*, *WTF* (*what the fuck*), *IDK* (*I don't know*), *OMG* (*oh, my God*), nawet dawne *OK*, ale wymawiane jako [ok]. Dalej także skrzydlate słowa memów internetowych, na przykład *Niemiec płakał, jak sprzedawał*, koncept *Janusza* i *Grażyny* a potem nawet ich dzieci. Choć

przecież to zapewne nie tyle technologiczna zasługa samego nowego medium, ile siła jego rażenia w rozpowszechnianiu w społeczności Sieci pewnych treści i zachowań.

Język w Internecie kumuluje nie tylko wszystkie cechy mediów masowych w odniesieniu do procesu nadawczo-odbiorczego. W procesie nadawania komunikowanie mediów masowych było bowiem zwykle multikodowe. W procesie odbioru było monosensoryczne w przypadku prasy i radia, ale w wypadku kina i telewizji od początku było multisensoryczne. Internet potrafi być **jak prasa, jak radio i jak telewizja**.

Potrafi ponadto imitować kontakt niezapośredniczony, ale zawsze pozostaje to imitacją. Połączenia za pomocą Skype'a, czatowanie, postowanie, tweetowanie i błyskawiczne reakcje uzyskiwane tymi kanałami komunikacji mają zaspokajać potrzebę kontaktu nadawcy z odbiorcą, a także rozmowy, wywody, rozrywkę, reakcje emocjonalne. Internet to bowiem użytkownik, to wspólnota. Nie jest ona wyposażona w jakiś odrębny język przynależny tylko Internetowi. Nie ma powodu, by na użytek Internetu użytkownicy zmieniali swoje kompetencje językowe, komunikacyjne, stylistyczne, kulturowe. Z tymi dyspozycjami konwersują w drodze do pracy, składają urzędowe wnioski, aplikują do pracy, dzwonią do znajomych, czytają prasę, ogłoszenia, beletrystykę, kłócą się i przepraszają. Język użytkowników w Internecie jest odwzorowaniem wszystkich odmian języka etnicznego. Co je łączy w Internecie? Ekran. Teksty wszelkich odmian językowych dostępne są i generowane za pomocą ekranu. A dostęp do nich zapewnia interfejs, który użytkownik na wejściu i wyjściu musi umieć obsłużyć. Kiedy to potrafi, zyskuje kolejną kompetencję oprócz wymienionych wyżej. To kompetencja interaktywna. Ona daje mu dostęp do nadawania i odbioru treści za pośrednictwem przez ekran.

Tym akcentem kończę argumentowanie tezy, że w polskojęzycznym Internecie znajdziemy wszystkie style współczesnej (choć nie tylko) polszczyzny. Nie ma powodu, by na użytek tej komunikacji użytkownik – powtórzmy – uczył się jakiegoś nowego języka polskiego. Korzysta z Internetu ze wszystkimi swoimi dyspozycjami i kompetencjami. Nadto nawet zdobywa kompetencję nową – pozajęzykową (wraz z obyciem się z kompetencją interaktywną zaczyna ona mieć skutki językowe; o tym jednak innym razem).

Sądzę, że niektórzy czytelnicy w wywoławczym haśle paragrafu *język w Internecie* mogą widzieć zapowiedź odróżnienia od innych sposobów komunikacji, zapowiedź nazwania jego atrybutów. Spróbuję i to oczekiwanie zaspokoić.

Internet jest zasadniczo pisany i zapisany, więc zaobserwowane zmiany następują w tej postaci języka. Sieć spowodowała, że dostęp do wiedzy stał się jak nigdy dotąd łatwy i tani. Dzięki Internetowi trudno i wstyd dziś orzekać, że się o czymś nie wie, na przykład jak coś napisać poprawnie, co które słowo znaczy, jaką treść ma obecnie Prawo o ruchu drogowym, co zrobić podczas doświadczania przemocy.

W Internecie zachodzą zjawiska pozostające ze sobą w kontraście: egalitaryzacja – możliwa dzięki włączeniu w proces komunikacyjny wszystkich chętnych – oraz elitaryzacja, w skrajnej postaci wykluczanie i dyskryminacja uczestników procesu komunikacyjnego. Zachodzi ona przez użycie akronimów, slangu grup, które chcą pozostać zamknięte, przez procesy afilacji do grupy (konieczne jest uzyskanie zaproszenia czy też nawet prawa do bycia członkiem społeczności), wreszcie przez tekstowe wyrażanie obrażającej dezaprobaty, nawet nienawiści, określane najprościej i skrótowo mianem hejtu [Hofman, Kępa-Figura 2017, 2019].



W gramatyce, zatem na poziomie metajęzykowym, netizeni upowszechnili końcówkę *-a* w bierniku we wzorcu odmiany rzeczowników nieżywotnych jako żywotnych: *napisz tweeta, SMS-a, mejla, bloga*. Składniowo obserwuje się upowszechnienie składni parataktycznej w zastępstwie składni hipotaktycznej. Jest to efekt wspomnianej dominacji tekstu zapisanego w komunikacji internetowej. Komunikacja mówiona zwykle jest addytywna właśnie, preferuje łączliwość przez dodawanie zdań głównie współrzędnych z łącznikami *i, a, albo, ale, więc*. Nagromadzenie tych czynności – zapisywania mowy – dało zresztą już efekt w postaci parataktycznych pisanych tekstów narracyjnych poza komunikacją internetową (rozprawki, prace dyplomowe, wnioski – to także migracje intermedialne) [Skudrzyk, Warchala 2010].

Internet wzbogacił zasoby leksykalne między innymi o jednostki: *nick*, skróty w domenach (*.com, .pl, .gov, .org*), znaczące znaki klawiaturowe *@ #*. Umiejętne ich używanie, oparte na rozumieniu, jest też świadectwem kompetencji interaktywnej. Wbrew pozorom nie stanowią one rezerwuaru wyłącznie *nomina propria*, ale także należą do *nomina apellativa*. Zarówno denotują, jak i konotują pod warunkiem posiadania przez użytkownika kompetencji interaktywnej, czyli rozpoznawania i czytania znaków językowych, w tym wypadku cyfrowo-sieciowych. Wszak rozszerzenia *.gov* czy *.com* konotują intencjonalność treści nadawcy strony internetowej.

Jak każda zmiana (w tym przypadku technologiczno-cywilizacyjna) Internet zostawił ślad w leksykonie w postaci zapożyczeń leksykalnych, w większości wypadków zaadaptowanych do polszczyzny pod względem ortograficznym, fonetycznym, fleksyjnym i słowotwórczym (na przykład *follower, instastories, trolling, flaming, hejting, blog, mejl, login, Wikipedia*), neosemantyzmów (jak *strumień, nawigować, aplikacja, program, strona, administrator, Sieć, witryna*), adaptacji fleksyjnych (*guglować, tweetnąć, mejlować, serfować*), derywatów słowotwórczych (*algokracja, netykieta, prosument, wikisłownik, netlog, internauta, wyguglować, vlogerka, blogerka, biforka*), nowych prefiksów (*cyber-, e-, i-*), a także modyfikacji graficznych pod wpływem fonetycznym (*czemoo, mash, w shole*). Nie można również pominąć redefinicji tekstu, który w Sieci przybrał formę hipertekstu.

Jest to przykład ostatni, lecz – jak sądzę – z pierwszorzędnymi konsekwencjami dla komunikacji w Sieci. Dzięki hipertekstowemu ukształtowaniu sporej przestrzeni tej komunikacji człowiek zaczyna modyfikować, a w efekcie mutować swój kulturowo oswojony przez druk sposób poznawania świata z pomocą narracji. Dotąd wyłącznie linearnej. Obecnie nie tylko linearnej, ale zapraszającej do lektury tekstu nie jako tkaniny, lecz kłącza. Stąd tak łatwa adaptacja czasownika *nawigować* jako metafory lektury w Sieci.

Niech ten paragraf zakończy spostrzeżenie często dla badaczy najistotniejsze. Internet jest doskonałą ilustracją dwu zwrotów w kulturze. Zarówno językowego, jak i ikonicznego. Internet, którego zasoby dostępne są za pośrednictwem ekranu (i za jego pomocą wytwarzane), umożliwił netizenom kreatywność werbalną oraz obrazową. Co ważne, dostępną społeczności sieciowej o niespotykanym dotąd zasięgu i liczebności. Trudno też orzec współcześnie, czy tekst zapisywany na ekranie użytkownik bardziej czyta, czy już raczej ogląda. Czy ekran nie czyni już słowa logowizualnym? A oba zwroty kumulują się w zjawisku logowizualności [Kaproń-Charzyńska 2017; Loewe 2018a]?

Obserwowane w Sieci efekty obu zwrotów paradoksalnie przywołują w pamięci dwie zupełnie różne ery cywilizacyjne w historii człowieka. Obraz odnosi do epoki

oralnej, w której w świecie człowieka dominuje komunikacja ustna twarzą w twarz oraz komunikacja za pomocą malowideł. Język odnosi do epok cyrograficznej oraz typograficznej, kiedy człowiek zdobywa umiejętność pisanie i rozpowszechniania swych poglądów za pomocą druku. Sieć umożliwiła tanią i szybką masową dystrybucję zarówno tekstu, jak i obrazu. Wszak w Sieci pisemną postać przyjmują tak formy typowo dotąd mówione (plotka, rozmowa, formuły etykietalne), jak i typowo dotąd zapisywane (wniosek, rozporządzenie, artykuł publicystyczny, artykuł naukowy). Przy tym najczęściej inkrustowane są one obrazami. W funkcji samodzielnej (film, gif), uzupełniającej (zdjęcie do artykułu) bądź komentującej (mem internetowy).

Na zakończenie tego fragmentu niewielka dygresja o ciągłości, jaką można zaobserwować w rozwoju memu internetowego. Otóż wydał mi się ogromnie interesujący oraz inspirujący tekst Andrzeja Mencwela [2010], który opisał *images d'Epinal*, czyli obrazki z Epinal. W Lotaryngii w XIX wieku rodzina Pellerin założyła fabrykę, w której drukowano prostokątne obrazki w następujących proporcjach: w trzech czwartych obrazek był kolorowany ręcznie, w jednej czwartej znajdował się czterowersowy podpis. W stuleciu 1850–1950 drukarnia ta, dziś *imagerie d'Epinal*, wydała miliony sztuk kartek. Autor tłumaczy nazwę drukarni jako *obrazkarnia* (łac. *imageria*). Obrazki miały upamiętniać ciekawe wydarzenia miasta, narodu, państwa, na przykład Drugie Cesarstwo, Trzecią Republikę. Do grupy odbiorczej należała ludność miast i wsi. Dziś ślady obrazków z Epinal autor dostrzega w „Przygodach Koziółka Matołka” czy komiksach. Ale w obrazkach dominuje obraz nad słowem, przypomina raczej kino nieme, w którym tekst słowny dopełnia kod obrazowy. Moim zdaniem można wiązać funkcjonalność i typografię memów internetowych z tradycją obrazkarni w Epinal.

Mam nadzieję, że udało mi się kilkoma refleksjami uargumentować tezę o językowej, a zatem i **kulturowej ciągłości**, którą obserwujemy dzięki Internetowi [Fiń, Kaprańska 2015]. Za tezę tą idzie przekonanie, że trwała zmiana i nowością, którą Internet niesie ze sobą, jest **zmiana technologiczna**. Widzę ją w trwającym już świecie ekranów [Gwóźdź 2008]. Za tymi dwoma atrybutami zapewne idą zmiany (już w początkowej fazie badań psychologów i neurolingwistów) psychosomatyczne człowieka oraz utrwalające się nieco później kulturowe i społeczne (prawdopodobny wpływ na kształtowanie się nowego społeczeństwa). Zmianę widzę także w powstawaniu algokracji, która redefiniuje i decentralizuje oczywistą dotąd władzę w zglobalizowanej przez kulturę konsumpcyjną części świata. Cyfrowe ślady każdego użytkownika Sieci służą bowiem poszerzaniu wpływu tych, którzy korzystają z algorytmów i potrafią je operacjonalizować. Tę zmianę definiują takie słowa kluczowe, jak *prosument*, *netizen*, *obywatel Sieci*, *społeczeństwo zmediatyzowane*, *cyfrowy tubylec*, *globalne koncerty medialne*. Demokracja liberalna oraz media masowe jako czwarta władza przeżywają w latach 20. XXI wieku swoją poważną redefinicję. Refleksja idąca w tym kierunku leży jednak poza przedmiotem tego artykułu.

## LITERATURA

- Bauer Z., 2009, Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka, Kraków.
- Bentele G., 1987, Analiza audiowizualna oraz gramatyka form prezentacyjnych dzienników telewizyjnych. Uwagi o semiotyce środków masowego przekazu, „Przekazy i Opinie”, nr 1/2, s. 139–167.
- Debray R., 2010, Wprowadzenie do mediologii, Warszawa.
- Fiń A., Kapralska Ł. (red.), 2015, Sieć pamięci. Cyfrowe postaci pamięci społecznej, Kraków.
- Furdal A., 1973, Klasyfikacja odmian współczesnego języka polskiego, Wrocław.
- Gajda S. (red.), 1995, Przewodnik po stylistyce polskiej, Opole.
- Grzenia J., 2006, Komunikacja językowa w Internecie, Warszawa.
- Gwóźdź A. (red.), 2008, Ekran piśmiennosci. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów, Kraków.
- Hofman I., Kępa-Figura D. (red.), 2017, Współczesne media: gatunki w mediach, Lublin.
- Hofman I., Kępa-Figura D. (red.), 2019, Współczesne media: przemoc w mediach, Lublin.
- Kajfosz J., 2011, Folklor jako tekst w obiegu i jego potencjał w konstruowaniu rzeczywistości [w:] Nowe konteksty badań folklorystycznych, red. J. Hajduk-Nijkawska, T. Smolińska, Wrocław.
- Kaproni-Charzyńska I., 2017, «Słowa do oglądania» w komentarzach internetowych [w:] Internet jako przedmiot badań językoznawczych, red. E. Kołodziejek, R. Sidorowicz, Szczecin, s. 27–42.
- Kołodziejek E., 2017, Słowo wstępu [w:] Internet jako przedmiot badań językoznawczych, red. E. Kołodziejek, R. Sidorowicz, Szczecin s. 7–9.
- Loewe I., 2015, Mediotekst w naukach humanistycznych, „Tekst i Dyskurs – text und diskurs”, z. 8, s. 253–255.
- Loewe I., 2016, Интернет как технология и общественное пространство (Internet jako technologia i przestrzeń społeczna), tłum. Julia Ostapenko [w:] Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil, red. B. Tošović, A. Vonish, Graz, s. 127–136.
- Loewe I., 2018a, Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów, Katowice.
- Loewe I., 2018b, Styl w mediach czy styl mediów?, „Z Polskich Studiów Slawistycznych”, seria 13, tom 2, s. 177–186.
- Manovich L., 2006, Język nowych mediów, Warszawa.
- Mencwel A., 2010, Obrazkarnia w Epinal [w:] Almanach antropologiczny 3. Słowo / obraz, oprac. I. Kurz, A. Karpowicz, Warszawa, s. 412–417.
- Skudrzyk A., Warchala J., 2010, Kultura piśmiennosci młodego pokolenia, Katowice.
- Ledziewska K., Włoch R., 2020, Gospodarka cyfrowa. Jak nowe technologie zmieniają świat, Warszawa, <https://www.delab.uw.edu.pl/gospodarka-cyfrowa-e-book-i-audiobook/> (dostęp: 29.09.2020).
- Wilkoń A., 2000, Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny, Katowice.
- Wojtak M., 2011, O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu, „Tekst i Dyskurs – text und diskurs”, z. 4, s. 69–78.
- Wójcicka M., 2020, Mem internetowy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej, Lublin.

## Źródła rysunków

- Rysunek 1:** Bauszek K., 2019, Barbórka 2019! Świątowano w całym mieście, „Wiadomości z Rudy Śląskiej”, <https://rudaslaska.com.pl/i,barborka-2019-swietowano-w-calym-miescie,200274,1398505.html> (dostęp: 7.02.2020).
- Rysunek 2:** <https://sjp.pwn.pl/szukaj/echolalia.html> (dostęp 7.02.2020).

**Rysunek 3:** <https://www.liberatura.pl/> (dostęp: 7.02.2020).

**Rysunek 4:** <https://memy.pl/> (dostęp: 6.02.2020).

**Rysunek 5:** Ruda Śląska: Kolejne tony azbestu do usunięcia, „Wiadomości z Rudy Śląskiej”, <https://rudaslaska.com.pl/i,ruda-slaska-kolejne-tony-azbestu-do-usuniecia,200274,1402907.html> (dostęp: 6.02.2010).

**Rysunek 6:** <https://www.ceneo.pl/> (dostęp: 7.02.2020).

**Rysunek 7:** Widowiskowy Puchar Europy FIS już 14 i 15 lutego w Białce Tatrzańskiej, „Onet Sport”, <https://sport.onet.pl/zimowe/snowboard/puchar-fis-bialka-tatrzańska-2020-widowiskowa-impreza-14-i-15-lutego-w-polsce/smgd2mg> (dostęp: 7.02.2020).

## DYSKUSJA DO REFERATÓW

**Katarzyna Kłosińska:** Pani Marta Juza mówiła o socjolekcie Internetu. Mam w związku z tym pytanie o to, jak Pani rozumie pojęcie socjolektu: czy jest to język jakiegoś środowiska, czy to jest język użytkowników Internetu?

**Tadeusz Zgółka:** Moje pytanie kieruję do referentów używających kategorii netykiety: jak referenci rozumieją to pojęcie? Etymologicznie czy słowotwórczo sprawa jest oczywista: netykieta oczywiście pochodzi od etykiety, czyli zasad grzeczności w Sieci, przede wszystkim w Internecie. Tymczasem w tej chwili netykieta została rozszczerzona na kilka tak zwanych dekalogów, kilka spisów zasad netykiety, obejmujących jednak wiele, na przykład dwadzieścia zasad, niekoniecznie dziesięć, w których pojawiają się różne elementy, nakazujące jakieś zachowanie w Sieci. Pytam przeto: ile w netykiecie jest zwykłych zasad grzeczności, a ile specyficznych reguł komunikacyjnych wynikających ze stosowania medium elektronicznego.

**Kazimierz Sikora:** Chciałbym zapytać pana profesora Skowronka i panią profesor Loewe, co Internet zubożył w polszczyźnie.

**Jerzy Bralczyk:** Czy można by mówić o tendencjach do tworzenia nie tyle może osobnych języków czy też odmian językowych, ale tendencji do odróżniania się językowego, do manifestacji swojej przynależności na przykład przed swoiste nazywanie rzeczywistości?

**Ewa Kołodziejek:** Mam pytanie do pani doktor Marty Juzy. Podzielam wątpliwości profesor Katarzyny Kłosińskiej, bo też nie wiem, czy o cechach języka w Internecie rzeczywiście zasadnie jest mówić „socjolekt”. Ponadto wyodrębniła pani cechy tej odmiany wyłącznie w pierwszym i drugim okresie jej rozwoju. Czy w trzecim okresie coś się zmieniło, czy po prostu trwa opisany w dwóch poprzednich okresach stan rzeczy?

**Marzena Marczevska:** Mam pytanie do profesora Skowronka – czy w związku z neoideologizacją mediów społecznościowych, polegającą m.in. na tym, że różne opinie formułowane są przez boty udające prawdziwych ludzi, w procesie komunikacji zaczyna się liczyć nadawca bardziej niż odbiorca?

**Dyskutant niezidentyfikowany:** Mam pytanie do pani profesor Loewe: czy nie uważa, że zachodzi paradoksalny efekt zawężania, ograniczania i stereotypizacji języka przy jednoczesnym bogactwie Internetu? Na przykład memy wykorzystują te same obrazki po wieśset razy; różne filmy są wykorzystywane jako tło innych, alternatywnych tekstów po kilkaset razy (tak się stało na przykład ze znanym filmem o Hitlerze) – mamy tu do czynienia z bardzo ograniczonym przekazem.

**Marta Juza:** Komentarz do referatu profesora Skowronka – w Internecie jest także *wolność od*, każdy tam może zobaczyć jakąś stronę i wystukać sobie, co mu się żywnie podoba i co mu w duszy zagra; nie ma żadnych technicznych ograniczeń, żeby każdy mógł dotrzeć do dowolnej informacji, nie ma tutaj możliwości wprowadzenia technologii cenzury.

**Jarosław Deminet:** Podzielę się refleksjami w związku z referatem doktor Juzy. Pierwszy język internetowy powstał jeszcze przed Internetem. Te zjawiska, które uważamy za znak czasów internetowych, na przykład skróty, emotikony, powstały w USA jeszcze w latach 70., 80. Korzystało z tego wówczas kilkuset użytkowników ówczesnych sieci, a później zasięg używania tego języka zaczął się rozszerzać. Wydaje

mi się, że język internetowy, zwłaszcza w późniejszych fazach, w dużej mierze odbija różne warianty języka naturalnego. Tak jak pani zauważyła, tutaj jest mowa o mediach społecznościowych, ale ogromna część Internetu to są porządne media. To są portale, które są przygotowywane przez redaktorów, pisane bardzo dobrym językiem, we wszystkich krajach, to też jest Internet, to jest po prostu profesjonalizacja. Internet podzielił się na profesjonalne portale (typu Onet czy Wirtualna Polska) i na dyskusje, a dyskusja odpowiada dyskusji życia codziennego (są nawet takie dyskusje, które odpowiadają poziomowi dyskusji pod budką z piwem i podejrzewam, że to jest po prostu język budki z piwem).

**Piotr Zbróg:** W netykiecie facebookowej dominuje posługiwanie się w komentarzach uśmiechniętymi buźkami, całuskami, serduszkami itd. Wszystko ma bowiem „udawać” akceptację na wszelkich poziomach komunikacji. Problem powstałby zapewne w sytuacji, jeśli byśmy skomentowali coś negatywnie. Nie jesteśmy bowiem anonimowi w tym serwisie społecznościowym. Jednak w innych miejscach Internet otworzył ogromne pole do naruszania zasad kultury. Na przykład gdy ktoś popełni błąd językowy na forum, pojawia się często kilkadziesiąt wpisów niejednokrotnie wulgarnych, pełnych agresji. Wytyka się w nich nieznaną polszczyznę, brak poszanowania dla niej. W wielu miejscach w przestrzeni cyfrowej etykieta znana z codziennego życia absolutnie nie ma żadnego zastosowania. Ujawnia to prawdę o nas, o naszym myśleniu. Gdy jesteśmy przekonani o anonimowości (a w Internecie ktoś musi się bardzo postarać, żeby zidentyfikować autora wpisu), folgujemy sobie. W Sieci bezkarne jest choćby obrażanie innych z uwagi na błędy językowe. Komunikowanie w Internecie odbiega istotnie od porozumiewania się twarzą w twarz. Trudno już mówić, że w Sieci istnieje netykieta w takim rozumieniu, w jakim kiedyś ją ujmowano: jako zestaw zasad, które miały być przestrzegane przez internautów. Nieprawdą jest więc twierdzenie, że Internet naśladuje, odwzorowuje nasze codzienne komunikowanie międzyludzkie. Cyfryzacja wytworzyła obszary i sposoby porozumiewania się dotychczas nieujawnione w codziennych relacjach społecznych.

**Rafał Zimny:** Mamy na sali reprezentantów wszystkich czterech pokoleń urodzonych po wojnie: studenci są zetami, są igreki, są iksy i są także baby boomers, czyli pokolenie urodzone tuż po wojnie. Te dwa najstarsze pokolenia zostały wychowane w kulturze gutenbergońskiej, logocentrycznej, opartej na tekście drukowanym, do którego przywykli jako głównego nośnika informacji i wiedzy. Natomiast dla dwóch najmłodszych pokoleń – igreków i zetów – cyfrowe komunikowanie się jest już czymś zastanym i naturalnym, dlatego też informację i wiedzę czerpią głównie ze źródeł sieciowych. Wydaje mi się, że granica między kulturą logocentryczną a cyfrocentryczną przebiega dziś właśnie gdzieś pomiędzy pokoleniami urodzonymi przed 1980 rokiem i po nim. Być może udałoby się zbadać i uchwycić to, że dwa starsze pokolenia traktują Internet jak przedłużenie tradycyjnych, analogowych aktywności komunikacyjnych, w związku z czym w Internecie nieco inaczej używają języka niż pokolenia najmłodsze – w uproszczeniu można powiedzieć, że w Internecie zachowują się komunikacyjnie tak samo jak poza nim, tj. tak jak nauczyli się w epoce przedcyfrowej. Natomiast dwa młodsze pokolenia, zwłaszcza to najmłodsze, kształtowały już swoje kompetencje komunikacyjne równoległe w świecie druku i w świecie cyfrowym, często z preferencją dla tego drugiego, dlatego częściej przenoszą wzorce komunikowania się w Internecie do komunikacji opartej na druku.

**Wiesław Przyczyna:** Chciałbym zapytać, czy państwo umieją odróżnić tekst stworzony przez boty, *fake newsy*, a jeżeli tak, czy mogą się podzielić z nami, jak to zrobić praktycznie. Drugie pytanie: do kogo mogę wysłać emotikon (buźkę, serduszko) i kto może do mnie przysłać taki emotikon (buźkę, serduszko)?

**Danuta Kępa-Figura:** Zainspirowała mnie pani profesor Loewe, która wyszła od tezy, że język w Internecie jest tak naprawdę jedynie zapisem języka poza Internetem, natomiast w swojej ostatniej wypowiedzi, zwróciwszy uwagę na audiowizualność komunikacji internetowej, pokazała różnicę między językiem w Internecie i poza nim. Pokazała, że w Internecie słowo widzimy jako całość, jako frazę, to jest przykładowa różnica. Chciałabym także zwrócić uwagę na to, że ze względu na specyfikę Internetu jedyną właściwością, którą można przypisać językowi w Internecie, jest jego zróżnicowanie. Pozostałe dotyczą jakiejś internetowej „sytuacji”. Mamy Internet, który ma charakter pasożytniczy, czyli jest nośnikiem telewizji, radia, prasy. I jednocześnie rozrasta się komunikacja prymarnie internetowa. W której z tych „sytuacji” należy mówić o języku Internetu? I czy można wyróżnić jakieś specyficzne właściwości komunikacji prymarnie internetowej, w tym gatunków prymarnie internetowych i języka w komunikacji prymarnie internetowej? Jaki wpływ na język w Internecie (i na język w ogóle) ma ten język komunikacji prymarnie internetowej?

## ODPOWIEDZI REFERENTÓW

**Bogusław Skowronek:** Jeśli chodzi o netykiety – uważam, że zasady grzeczności w obecnej formie rozwoju Internetu są takie, jakie są zasady grzeczności poza Siecią. W Sieci istnieje ten sam język co poza Siecią, bo Sieć to są przede wszystkim użytkownicy i sama Sieć jako taka nie wymusza zmian w języku. Na pierwszym etapie rozwoju Internetu próbowano idealistycznie widzieć, że Internet to jest coś nowego i trzeba wprowadzić nowe zasady netykiety, grzeczności – i je wprowadzono. Teraz uważam, że tych zasad jest tyle, że one się praktycznie albo znoszą wzajemnie, albo wracamy do zasad grzeczności ogólnie obowiązującej w polszczyźnie funkcjonalnej. Jakichś nowych zasad netykiety moim zdaniem nie ma, to są generalnie te zasady, które funkcjonują teraz w języku ogólnym.

Pytanie pana profesora Bralczyka. Czy są sygnały osobnego nazywania rzeczywistości w botach? Na pewno, jednak wymaga to bardzo dokładnego, empirycznego zbadania. Bo w „starych” mediach mamy na przykład instytucjonalnego nadawcę i możemy zbadać, jakie leksykalne, składniowe i wszelkie inne formalne wyznaczniki decydują o odrębności ideologicznej jego lub danej grupy nadawczej, a jakie decydują o innej grupie. W Internecie, poprzez właśnie rozproszenie tej komunikacji, musielibyśmy badać praktycznie każdą mikrogrupę funkcjonującą i istniejącą w Sieci. Czy jest to możliwe? Oczywiście. Tylko że to wymaga empirii, wieloaspektowych badań.

Myszę, że mikrospołeczności, internetowe bańki odzwierciedlają podziały, najróżniejsze dychotomie, wszelkie polaryzacje (polityczne, światopoglądowe, dotyczące spraw estetycznych itd.), istniejące w dyskursie społecznym. Współczesna Sieć, rozproszona, rozbuchana w swoim gargantuicznym wymiarze tych mikrospołeczności jest w istocie taka, jacy my jesteśmy. Sieć to nic innego jak tylko my – społeczeństwo. To nie Sieć powoduje, że powstał hejt – agresja była w nas zawsze, Sieć tylko nam to po prostu

umożliwiła, bo jest to tak doskonałe forum komunikacji, jakiego wcześniej nigdy nie było. Po pierwsze, języki owych baniek wymagają zatem badania, pod drugie odzwierciedlają polszczyznę taką, jaka jest teraz w każdym możliwym, istniejącym podziale.

Jeśli chodzi o pytanie pani profesor Marczewskiej – ja mocno stawiam tezę, że w obecnej komunikacji medialnej najważniejszą rolę odgrywa jednak odbiorca. W „starych” mediach to odbiorcy, owe zróżnicowane grupy odbiorcze decydują, jaki jest do nich kierowany przekaz. Oni, w pewnym sensie, wymuszają na nadawcach pewne formy, choćby poprzez akceptację jednego tylko typu ideologicznego profilowania określonych wypowiedzi. A media nadążają za zmieniającymi się tymi grupami odbiorczymi. W komunikacji medialnej najważniejsza jest więc siła perlokucyjna – nie illokucyjna. Podobnie jest w nowych mediach: post, który nie spotka się z jakimkolwiek odzewem, nie będzie praktycznie istniał. A zatem to odbiór będzie generował kolejną kaskadę informacyjną. Znakiem obecnych czasów kultury jest zatem ogromna, wręcz gargantuiczna liczba mikrogrup medialnych, mikrodiskursów, mikrospołeczności, które wzajemnie tkwią w jakiejś masie dygitalno-cyfrowej, gdzie funkcjonującej w mobilnej przestrzeni.

I jeszcze jedno słowo komentarza... Raymond Kurzweil, futurysta amerykański, technolog, także informatyk, powiedział kiedyś, że ludzkość stworzy coś takiego, co on nazwał „osobliwością”, tylko pisaną wielką literą: *Osobliwość*. Być może doszliśmy właśnie do takiego momentu, że poza nami zostało stworzone coś, co jest pewną osobliwością, co funkcjonuje poza nami – mam na myśli nowe media, postmedia, tę wszechobecną, powszechną technologię. Jest ona niezauważalna i wygodna – być może więc stworzyliśmy sobie boga (przez małe „b”).

Jeśli chodzi o wypowiedź prof. Zimnego – trop, by myśleć o mediach w kategoriach pokoleniowych, jest bardzo dobrym tropem. Łączyłoby się to z myśleniem o mediach jako pewnej historycznej całości – wszystkie pokolenia bardzo łagodnie na siebie nachodzą i media można więc traktować jako swoistą, palimpsestową konstrukcję.

Czy można odróżnić teksty tworzone przez algorytmy od tych prawdziwych? Niechże informatycy – ja nie jestem informatykiem – się nad tym zastanowią, ale powtarzam: jeżeli w 56% jeden wyspecjalizowany algorytm zdał „Test Turinga”, czyli w tylu procentach był nieodróżnialny w normalnej konwersacji, to chyba mamy odpowiedź. Algorytmy się poza tym same uczą, z każdym aktem komunikacji nabywają nowych umiejętności. I to nie jest science fiction na miarę filmów Jamesa Camerona, tylko po prostu obecna rzeczywistość komunikacyjna, w której funkcjonujemy i nadal będziemy funkcjonować.

Jeśli chodzi o netykietę, czy możecie, panowie, wysłać sobie buźkę? Ja uważam, że możecie. Co o tym decyduje? To, co decyduje w normalnej komunikacji językowej, czyli kompetencja komunikacyjna, grzeczność językowa i stopień znajomości z interlokutorem. Jeżeli moja znajomość z rozmówcą jest na takim poziomie zażyłości i moja kompetencja językowa jest na takim poziomie społecznym, że one są równoważne – czyli po prostu się dobrze znamy – to jeśli ja bym wysłał buźkę, to pewnie rozmówca by się nie obraził. Ale jeżeli osoba X jest zupełnie mi nieznaną, bo nie mam z nią bliskich relacji, to ja mam kłopot. Tak, jak w sytuacji, kiedy osoba nieznaną zwraca się do mnie po imieniu. Zatem wysyłanie buziek jest typowo internetowym sposobem komunikowania, jest ekwiwalentem naszej grzeczności językowej, tej funkcjonującej i uznawanej powszechnie.



Jeśli chodzi o kaskadę reputacji, fakty alternatywne, postprawdę, to żeby o nich mówić, trzeba badać konteksty ich realizacji, bo w tych zjawiskach najpełniej wyrażają się postmedia. Tymi kontekstami jest kilka wzajemnie powiązanych pól: pole samej technologii, pole komunikacji, pole socjologiczne i antropologiczne (użytkownicy, kto produkuje te teksty), pole polityczne oraz wszelkie inne konteksty zewnętrzne.

**Marta Juza** W czasie, kiedy Internet kształtował się w Polsce, mieliśmy do czynienia ze środowiskiem, którego wyznacznikiem był sam fakt korzystania z Internetu. To była grupa nieduża, można ją liczyć w tysiącach, nie w dziesiątkach milionów, jak obecnie. Była to grupa dość jednorodna, to byli przede wszystkim mężczyźni, przede wszystkim z dużych miast, przede wszystkim z wyższym wykształceniem technicznym. Jej członkowie odczuwali dumę z faktu, że są społecznością Internetu. Wówczas funkcjonowało i miało sens określenie *społeczność Internetu* – odnosiło się do ludzi, którzy korzystają z Internetu. I właśnie ta grupa społeczna miała swój socjolekt – użyłam tego terminu świadomie, w socjologii odnosi się on do języka społeczności, grupy społecznej. Natomiast obecnie o żadnym socjolekcie nie może być mowy, ponieważ nie mamy już społeczności Internetu (z jej cechami typu świadomość wspólnoty czy świadomość odrębności), tylko zbiór ludzi korzystających z Internetu (w socjologii nazywamy to kategorią społeczną – ludzie, którzy są wyróżnieni pod względem posiadania jakiejś cechy). Użytkowników współczesnego Internetu nie można nazywać społecznością.

Podobnie jest z netykietą. Gdy istniała grupa społeczna użytkowników Internetu, miała ona swój socjolekt i swoją netykietę – miało to sens w ramach tej grupy społecznej, gdyż społeczność ta próbowała formułować zasady komunikowania się w Internecie, które próbowała narzucać masom, wszystkim świeżym użytkownikom, którzy aspirowali do bycia użytkownikiem Internetu. Współcześnie jednak nie ma czegoś takiego jak netykietą – komunikacja internetowa (jak każda inna) podlega pewnym regułom, ale te reguły są tworzone przeważnie oddolnie, wręcz w pojedynczej interakcji. Ludzie się po prostu umawiają, jak mają się ze sobą komunikować – zawsze w obrębie jakiejś grupy czy sieci kontaktów.

Mam wątpliwość, czy zasady funkcjonujące w polszczyźnie są tymi samymi zasadami, które funkcjonują w polszczyźnie internetowej. Mam wrażenie, że interpunkcja jest martwa (jej zasad przestrzegają nieliczni). Nie można powiedzieć, że istnieje dzisiaj język Internetu czy socjolekt Internetu.

Jeśli chodzi o pytanie o buźki – to zależy od pana i pana adresata, jak się umówicie ze sobą – czy używacie buziek, czy nie używacie buziek. A jeśli piszecie i nie znacie się, no to stosujecie normy ogólnospołeczne, niekoniecznie internetowe. W każdym razie niezmiernie interesujące jest to, że wytwarzają się pewne normy komunikacji (pomiędzy każdymi dwiema osobami, czy kilkoma osobami, czy na forum internetowym). One po prostu, rozmawiając ze sobą, umawiają się, a właściwie – umawiają się bez umawiania się: reguły komunikacji wykluwają się w praktyce, w działaniu.

**Iwona Loewe:** Czy miałabym komentarz do tego, że memy zubożają jednak język? Moim zdaniem memy nie zubożają języka przez swoją powtarzalność. Reduplikacja, powtarzalność czy stereotypizacja były zawsze w komunikacji – zanim pojawił się Internet i memy, istniały przecież kawały o Polaku i Rosjaninie, nie trzeba było więc czekać na zubażającą powtarzalność memów w Internecie, żeby eksploatować właśnie

reduplikację. Pewne zjawiska językowe, jak na przykład pleonastyczność czy zabawa frazeologizmami czy kontaminacjami, działają na tej samej zasadzie co memy.

Dziękuję bardzo profesorowi Zimmemu za refleksję o pokoleniowym aspekcie cyfryzacji języka. Pokolenie netizenów czyta o wiele więcej niż my, ale my, citizeni uważamy, że tamci czytają mniej, bo bierzemy pod uwagę kanon, lektury, teksty drukowane, a to nas prowadzi na manowce. Okazuje się, że netizeni o wiele więcej czytają, ale czytają, widząc słowo i percypując je jak obrazek (logowizualność). Widać to w telewizji, gdzie jest nie tylko reduplikacja informacji, które pojawiają się na paskach, ale także reduplikacja słów, które pojawiają się w okienkach, na aplach. Od paru lat Onet dystrybuuje wiadomości i podstawowe artykuły o wysokiej wartości publicystycznej, szatkując je właśnie przez aplowanie informacji. Jest to umieszczanie informacji na kolorowym podkładzie złożonym z tych powtórzonych elementów, które netizen ma zapamiętać, bo tak chce redaktor prowadzący albo redaktor dnia, albo autor tego artykułu. Dzieje się tak, wszak tradycyjny lid w prasie mógł się powtórzyć dwu- lub trzykrotnie w tekście ciągłym czy formie tekstowej wiadomości. Dublowanie fragmentów jest niczym innym jak próbą wizualizacji, czyli postrzeganiem słowa – tym razem bitowego – na ekranie. A to oznacza, że ciągle jest tak. I teraz zadanie dla nas na przyszłość: czytane czy widziane? W naszym rozumieniu ciągle czytane, ale nie mam przekonania, czy w rozumieniu obecnych tu części audytorium widziane.