

Współczesna komunikacja internetowa na tle komunikacji tradycyjnej

Barbara Lewandowska-Tomaszczyk

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie

1. Komunikacja tradycyjna

Niezmiennie od tysięcy lat ludzie wchodzili między sobą w interakcje i chcieli się porozumiewać. Najprostszą drogą komunikowania się są sposoby na migi, czyli takie, w których rozmówcy, którzy nie mają wspólnego systemu językowego, używają gestów. Bardziej złożonym sposobem komunikowania się jest porozumiewanie się przy pomocy języka naturalnego. Komunikacja mówiona datuje się od chwili powstania pierwszych prób porozumiewania się między ludźmi i biegnie równoległe z rozwojem człowieka jako gatunku biologicznego od ponad 500 tysięcy lat. Zastosowanie pisma symbolicznego około 4000 lat p.n.e. zrewolucjonizowało procesy komunikowania się, a wprowadzenie druku w XV w. w Europie na zawsze zmieniło obraz przekazywania informacji (Stewart 2013). Niniejsza praca wskazuje na podstawowe cechy dyskursu bezpośredniego *face-to-face* oraz rozwijające się we współczesnym świecie sposoby komunikowania się za pomocą nowych mediów w interakcji komputerowej.

W komunikacji bezpośredniej przesyłane komunikaty werbalne obudowane są szerokim kontekstem sytuacyjnym. Oprócz znaków i sygnałów bezpośrednich, takich jak przenoszone wielorakimi kanałami informacje dotyczące języka ciała, a więc gesty, mimika, odległość od rozmówcy z jednej strony oraz cechy prozodyczne języka – timbre głosu, głośność czy zróżnicowanie toniczne z drugiej – rozmówca postrzega cechy kulturowe, czyli wzorce zachowania i wypowiedzi, jak również ubiór, fryzurę, makijaż, a także świadomy jest kontekstu czasowego i miejsca interakcji. Wszystkie więc kody semiotyczne – kulturowy ogólny, kinetyczny czy proksemiczny – dopełniają znaczeniowo wypowiedź. Komunikat werbalny jest więc rozszyfrowywany przez rozmówcę poprzez umocowanie kontekstowe.

Komunikacja, oprócz przekazywania oraz zdobywania informacji, czyli funkcji *informacyjnej*¹, pełni również szereg innych funkcji, takich jak funkcja *fatyczna*, wskazana po raz pierwszy przez Bronisława Malinowskiego (1929), służąca podtrzymaniu relacji z odbiorcą, bardzo częsta w komunikacji internetowej funkcja *perswazyjna*, mająca na celu przekonanie rozmówcy do określonych treści, czy funkcja *emotywna*, której dotyczy wywołania i przeżywania określonych emocji oraz ściśle łącząca się z nią funkcja *ekspresywna* komunikacji. Funkcje te, łącznie z funkcjami: *estetyczną* i *metajęzykową*, które skupiają się na formie oraz znakach komunikacyjnych, czy rozpoznanymi później funkcjami, takimi jak stwarzająca akty realne funkcja *performatywna* czy służąca rozrywce funkcja *ludyczna*, były i nadal stanowią przedmiot badań ogromnej rzeszy językoznawców, także obecnie w odniesieniu do gier komputerowych (Purnamo, Santosa, Nababan, Kristina 2017). Wraz z pojawieniem się nowych środków komunikacji, technologii i technik użycia narzędzi komunikacyjnych wyłaniają się także nowe – lub przekonstruowane – funkcje języka i dyskursu, takie jak szczególnie ważna w sieciach internetowych funkcja *autoprezentacji*, służąca kreowaniu i promowaniu wizerunku własnego lub osób, marek produktów, z którymi użytkownik się utożsamia.

W komunikacji mówionej zakłada się powszechnie obecność interakcyjnej *Zasady Współpracy* między rozmówcami oraz jej czterech szczegółowych maksym, sformułowanych przez Paula Grice'a (1975)². *Maksyma Jakości*, czyli zasada *prawdy*, postuluje przekazywanie w interakcji wiadomości prawdziwych, sprawdzonych i pewnych. *Maksyma Ilości* pociąga za sobą podawanie ilości informacji adekwatnej do celu i kontekstu rozmowy. *Maksyma Sposobu* postuluje unikanie wieloznaczności oraz przedstawianie informacji w sposób klarowny i zrozumiały dla rozmówcy, zaś *Maksyma Relewancji* wskazuje na tematyczne ograniczanie interakcji do kwestii i tematów istotnych dla celu i założeń rozmowy. Odbieganie od prawidłowości wyrażonych w maksymach ma związek, jak uznaje Grice, z częstymi zachowaniami interakcyjnymi, takimi jak używanie metafor czy ironii. Zasada Współpracy i maksymy są również przedmiotem rozszerzeń i modyfikacji,

¹ Funkcje języka, na które jako jeden z pierwszych zwrócił uwagę Karl Bühler (1934/1982), są od lat przedmiotem badań i obserwacji językoznawców (Jakobson 1960) i filozofów języka. Prymarna, informacyjna funkcja, nazywana także reprezentacyjną, ideacyjną, referencyjną, ostatnio także konceptualizacyjną, została wzbogacona o inne funkcje, do których się odnoszę w dalszych częściach artykułu.

² Pierwsze publiczne prezentacje swoich poglądów na znaczenie językowe w kontekście sytuacyjnym, które znalazły się później w publikacji z 1975 r., Grice przedstawił w dwóch wykładach („William James lectures”), zatytułowanych „Utterer's Meaning and Intentions” oraz „Utterer's Meaning, Sentence Meaning, and Word Meaning”, wygłoszonych w Uniwersytecie Harvarda w latach 1968 i 1969.

jak choćby o ważne dla naszych rozważań *Maksymy i Zasady Grzeczności*, którymi jako pierwsza zajęła się dość wcześnie Robin Lakoff (1973), dekadę później Geoffrey Leech (1983), dając szczegółowy zestaw sześciu maksym grzeczności. Zjawisko grzeczności uzyskało swoje wielostronne opracowanie w analizie zarówno uniwersalnych, jak również kulturowo profilowanych zjawisk grzeczności pozytywnej i negatywnej w pracy Brown i Levinsona z 1987 roku. Zasady kooperacji i grzeczności obecne są prymarnie w komunikacji bezpośredniej, pozwalającej na przekazywanie informacji wraz z ewentualnymi oznakami zaangażowania uczuciowego i emotywnego nadawcy, które mogą być wyrażane wprost, synchronicznie, czyli kontemporalnie, oraz spontanicznie. Ton głosu, prozodia wypowiedzi pozwala na pełniejsze zrozumienie i ocenę przekazu. W interakcji *face-to-face* występuje więc pełniejsza *autoprezentacja*, w której rozmówcy przekazują sobie, przy pomocy gestów, mimiki, stylu ubioru, odległości między sobą i zachowań, intencje oraz znaczenia. Interakcja medialna, w której nie widzimy się nawzajem, taka jak komentarze na forach internetowych, wpisy na blogach, posty na Instagramie czy filmiki na kanałach YouTube, albo przenosi punkt ciężkości na przekazywane materiały graficzne, albo też – w przypadku internetowej komunikacji pisanej – uzupełniana jest przez symbolikę, taką jak emotikony, gify, memy itd., które budują pełniejszy obraz zarówno nadawcy, jak i możliwego odbiorcy. Nowe media cyfrowe oraz interakcja medialna tam występująca są ściśle powiązane z *hybrydyzacją* cech komunikacyjnych wypowiedzi, z których najważniejsza jest zmiana roli nadawcy i odbiorcy, wykształcenie możliwości zerwania z tradycyjnymi podziałami stylów i gatunków tekstu, jak również możliwości konstruowania nowych *światów możliwych* w rzeczywistości wirtualnej.

2. Komunikacja internetowa

Wiek XX był świadkiem początków przewrotu technologicznego, który – od zaprojektowania pierwszego komputera w 1945 r. w Stanach Zjednoczonych poprzez bezprecedensowy rozwój informatyki do chwili obecnej – na zawsze zmienił sposoby komunikowania się między ludźmi (Koniczny 2005). Dostęp do komputera PC (Personal Computer) w warunkach domowych, powstanie systemów operacyjnych i interfejsów – także graficznych – dla indywidualnych użytkowników, dodawanie bardziej wydajnych podzespołów i wreszcie upowszechnienie w końcu lat 90. komputerów przenośnych – szczególnie laptopów – oraz budowa systemu sieci odnośników (hipertekst) zwanego *World Wide Web* (WWW lub W3), obsługiwanego przy pomocy przeglądarek internetowych, stworzyła podstawy

niezbędne do przygotowania nowych – internetowych – sposobów komunikowania się poprzez globalny system połączonych ze sobą sieci komputerowych.

Na ilustracji 1 prezentujemy wzrastającą liczbę użytkowników największych portali internetowych i odwiedzin na poszczególnych witrynach. Dziś przoduje w tym rankingu wyszukiwarka Google, z 81 miliardami wizyt miesięcznie. Jak wylicza businessfibre.co.uk, gdy uwzględnić liczbę wszystkich ludzi dziś żyjących na świecie, oznacza to, że na każdego człowieka przypada około 10 wizyt miesięcznie.

DATE RANGE	TOP RANKING WEBSITE	HIGHEST NUMBER OF MONTHLY VISITS
Jan 1993 – Jun 2000	AOL	405,000,000
Jul 2000 – May 2006	Yahoo	5,500,000,000
Jun 2006 – Jul 2008	Google	8,300,000,000
Aug 2008 – Jun 2010	Yahoo	11,600,000,000
Jul 2010 – current	Google	81,000,000,000

Even as far back as 1993 AOL was getting over 20 million monthly visits. Which was equivalent to just over 7.5% of the US population in 193 of 260 million.

Fast forward to 2020, and Google gets 81 billion monthly visits or the equivalent of around 10 visits a month from every person in the whole world.

II. 1. Liczba użytkowników największych portali internetowych

Źródło: <https://businessfibre.co.uk/most-popular-websites-video/> (dostęp 20.10.2020)

Oprócz najczęstszego obecnie porozumiewania się pocztą e-mailową, komunikacja odbywa się przy pomocy wielkich serwisów i portali internetowych, w których, jak podaje dreamgrow.com, prym wiodą: Facebook (2,2 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie) oraz YouTube (1,8 miliarda użytkowników).

Upowszechnienie komputerów i internetu oznacza nie tylko rozwój nowych mediów, ale też transformację mediów tradycyjnych, radia i telewizji, powstają

także programy radiowe i telewizyjne funkcjonujące wyłącznie na platformach internetowych np. utworzone ostatnio Radio Nowy Świat (<https://nowywiat.online/>, dostęp 20.10.2020). Ważnym zjawiskiem jest także wzrastająca popularność e-booków i audiobooków, oferujących klasyczne, ale także nowe, teksty literackie do czytania lub słuchania.

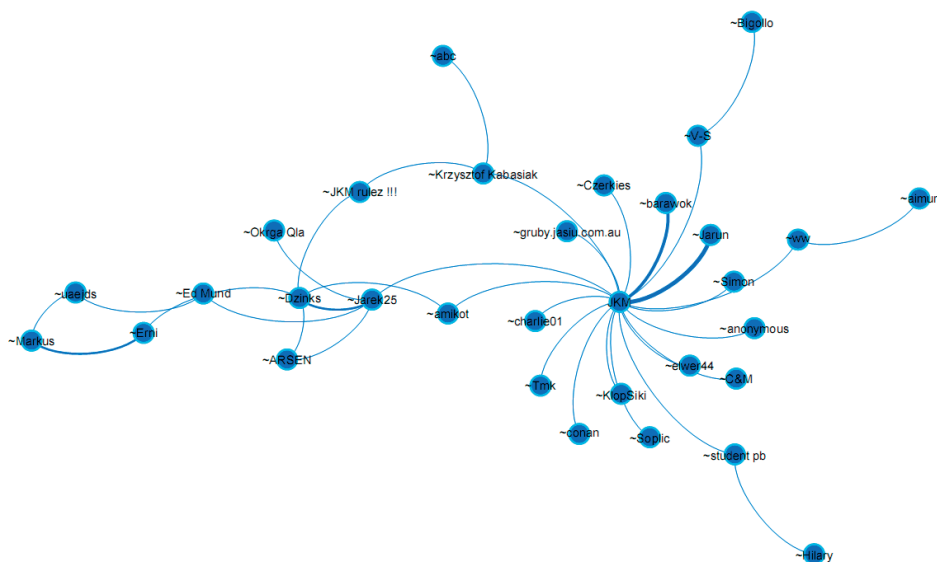
3. Nowa postać komunikowania się

W świecie cyfrowym zmienia się miejsce i rola autora i odbiorcy oraz relacje między nimi. W erze komputerów osobistych i smartfonów publiczność nie stanowi grupy zebranych w jednym miejscu odbiorców, lecz jest rozproszona i zindywidualizowana, zaś radio i telewizja w internecie przestają pełnić rolę środków *masowego* przekazu. Ten proces indywidualizacji odbiorcy i metamorfoza w kierunku od-masowienia segmentów masowego audytorium zbiega się z obserwowanym obecnie trendem przeciwnym – umasowieniem rozrywki w obrębie gier komputerowych oraz zastosowaniem internetu w edukacji.

Wobec prototypowej interakcji bezpośredniej *jeden-na-jeden* oraz tradycyjnie masowego przekazu *jeden-do-wielu*, jak to ma miejsce w recepcji literatury czy tradycyjnego radia, komunikacja internetowa rozwija raczej schemat *wielu-do-wielu*, taki, jaki jest obecny w komentarzach w sieciach społecznościowych, blogach, czatach czy grach w sieci angażujących wielu uczestników (*massively multiplayer online gaming*). Schemat wielu-do-wielu odzwierciedla masową cyfrową *interkonektywność* (Lewandowska-Tomaszczyk 2013) w każdej z tych form porozumiewania się.

W przykładzie komunikacji (il. 2) główny autor (JKM³) odpowiada na komentarze, których autorzy prowadzą także rozmowy między sobą (grubsze linie na schemacie oznaczają wyższą częstotliwość wymiany komentarzy, a więc wyższą ich interkonektywność).

³ Fragment dyskusji na blogu Janusza Korwin-Mikkego <https://korwin-mikke.pl/kategoria/jkm/> (dostęp 4.02.2012).



II. 2. Interkonnektywność online (Online Interconnectivity)

Źródło: Lewandowska-Tomaszczyk 2013

3.1. Modele dyskursu internetowego

Formy porozumiewania się przy pomocy internetu są wielorakie, przybierają na przykład kształt dyskursu informacyjnego, charakteryzującego się strukturą komunikacyjną złożoną z pytań i odpowiedzi na nie, taką jaką spotykamy na wielu forach np. medycznych, technicznych czy innych, bardziej specjalistycznych. Z kolei portale pomocowe, propagujące współpracę lub pomoc w formie składki pieniężnej lub darowizn, zazwyczaj skupiają użytkowników skłonnych do pomocy i współpracy chcących w takich akcjach wziąć udział.

Odmienne modele występują w przypadku komunikacji internetowej wychodzącej poza dyskurs informacyjny. Upraszając nieco, można wskazać trzy główne takie modele (Lewandowska-Tomaszczyk 2015): *komunikacją pingpongową*, *komunikacją kuli śnieżnej* oraz *komunikacją lotni czy balonów na uwięzi*.

Komunikacja pingpongowa ma charakter konfrontacyjny, cechuje ją skoncentrowanie na obronie własnego stanowiska i sądów, najczęściej przeciwnych niż stanowisko i sądy interlokutora. Taka komunikacja, o wyraźnym rysie emotywnym i narzucającej się obecności argumentacji opartej na agresji, ma zazwyczaj wiele punktów zwrotnych w szczytowych momentach sporu. Jest komunikacją

praktycznie wykluczającą zgodę między rozmówcami, skutecznie uniemożliwianą przez użycie zwrotów obraźliwych i wulgaryzmów oraz argumentacji *ad personam*.

Do tego typu komunikacji należą także publikacje obraźliwych memów, fake newsów czy deep fake'ów. Posty tego typu posiadają elementy prowokacji i ich częstym celem jest zmobilizowanie użytkowników do masowego poparcia lub odrzucenia proponowanych tez⁴. Nic więc dziwnego, że wyraziście poglądy aktywizują grono obrońców danej idei, lecz jednocześnie niejednokrotnie większe rzesze przeciwników i postawy konfrontacyjne. Cechą charakterystyczną tego typu komunikowania się jest bezpośrednia identyfikacja przeciwnika z komentatorem o odmiennym zdaniu – staje się on wrogiem, którego należy zdyskredytować i zwalczyć.

Komunikacja kuli śnieżnej wykazuje pewne podobieństwa, lecz i sporo różnic w porównaniu z komunikacją pingpongową. Jest zwykle nasycona emocjami, angażuje duże społeczności, zwykle większe niż w poprzedniej kategorii komunikowania się, lecz identyfikuje raczej wroga zewnętrznego, często w postaci służb publicznych, ciał politycznych czy instytucji rządowych. Zwykle przebiega w sposób gwałtowny, bardzo szybko zwiększając swój zasięg, i osiąga punkt szczytowy, często przeradzając się w masowe wystąpienia czy ruchy publiczne, nierzadko mające swoje konsekwencje w realnym życiu. Mogą to być ruchy społeczne, polityczne jak np. ruch w sieci przeciwko porozumieniu ACTA⁵, w którym aktywiści (nazywano ich *Actawistami*⁶) ukryci za maskami Guya Fawkesa, wraz z tysiącami użytkowników internetu, przynosili swój protest na ulice w kolejnych krajach. Ostatecznie wywalczyli odrzucenie przez Unię Europejską projektu międzynarodowej umowy handlowej o zastrzeżeniu przepisów dotyczących praw autorskich i swobodnego użytkowania muzyki i innych wytworów kultury (filmów, zdjęć, materiałów graficznych itd.), przede wszystkim w masowym odbiorze w sieci.

Trzeci model komunikowania się na portalach internetowych to metaforycznie *lotnie czy balony na uwięzi*. Interakcyjna struktura dyskursu jest tam luźniejsza, odnosi się do przeglądu opinii i sądów na tematy społeczne i kulturowe przez

⁴ Przykładem mogą tu być zalewające internet opinie na temat pochodzenia wirusa wywołującego COVID-19, oparte na spiskowej interpretacji wydarzeń i głoszące tezę o laboratoryjnym spreparowaniu tego wirusa w celu zniszczenia przeciwników.

⁵ ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) to umowa między Unią Europejską i Stanami Zjednoczonymi oraz innymi krajami, której głównym celem było wdrożenie i przestrzeganie praw własności intelektualnej, co jest odczytywane jako zagrożenie wolności publicznego dostępu do produktów kultury, szczególnie w internecie. Zob. <https://www.stopacta.info/> (dostęp 1.03.2020).

⁶ Zob. <https://www.nck.pl/badania/aktualnosci/bunt-sieci-actawiscy-ruch-spoleczny-ruch-kulturowy-czy-pospolite-ruszenie-> (dostęp 20.10.2020).

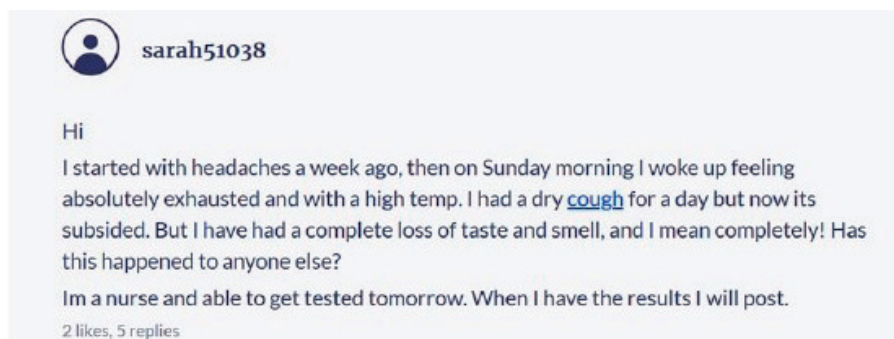
uczestników o słabszej polaryzacji sądów. Nie zawiera jednego punktu szczytowego, charakteryzuje się natomiast wieloma dygresjami, które odnoszą się do własnych doświadczeń uczestników, często pochodzących z różnych krajów i kultur, ich wspomnień, opinii o możliwych konsekwencjach rozważanych sytuacji, tak jak w analizowanym przypadku dotyczącym możliwej zmiany płci u dziecka (Lewandowska-Tomaszczyk 2015). Nie znaczy to, że ten typ komunikowania się nie zawiera elementów pingpongowych. Przeciwnie, zdarzają się w nim potyczki słowne, sięganie do mocnych argumentów, nie obserwuje się tu jednak jednoznacznej identyfikacji grupowej, tak jak w przypadku kategorii kuli śnieżnej.

Aby skutecznie kontekstualizować nową porcję informacji dyskursowych, szczególnie w przypadku dyskursu o skutkach kuli śnieżnej, użytkownicy stosują strategię dla określenia sytuacji, w której wyrazy i frazy używane przez autora w wypowiedzi pisemnej czy ustnej są często bliskoznaczne, pochodzą z tej samej czy podobnych domen konceptualnych w celu osiągnięcia danego efektu perlokucyjnego. Jest to proces w dużej mierze o charakterze retorycznym, zbliżony do zjawiska prozodii semantycznej (Lewandowska-Tomaszczyk 1996, 2006). Przykładem prozodii semantycznej, która skutkuje efektem kuli śnieżnej są wypowiedzi, w której występuje wyraz *patriotyzm*, zaś wszystkie jego wskaźniki kontekstowe mają nacechowanie pozytywne. Gdy mamy natomiast do czynienia z dyskursem angielskim, w którym użyto wyrazu *patriotism* (por. Lewandowska-Tomaszczyk 1999), okazuje się po analizie danych korpusowych, że wyrazy aktywowane w kontekście mają zabarwienie często negatywne. W wyniku efektu kuli śnieżnej (aktywacja pojęć pozytywnych lub aktywacja pojęć negatywnych) nacechowanie polskiego pojęcia *patriotyzm* jest odbierane jako pozytywne, zaś angielskiego – w wielu kontekstach – jako neutralne a nawet negatywne (Lewandowska-Tomaszczyk 1999). Nacechowanie może ujawnić się jako wynik konwencji językowej, może jednak także zostać stworzone przez autora wypowiedzi lub rozmówców – poprzez negocjacje znaczenia – jednorazowo lub na użytek danej interakcji, w bieżącej przestrzeni dyskursu, używając terminologii Langackera (1979/1981), który rozumie przez nią część przestrzeni mentalnej wspólnej dla mówcy i odbiorcy w danym punkcie interakcji. Podobnie parametrami efektu kuli śnieżnej może być powtarzanie pewnych wyrazów czy fraz wypowiedzi lub ich parafrazowanie, egzemplifikacja, dodawanie określeń wzmacniających (*naprawdę, możesz mi wierzyć, sam widziałem* itd.) dla wzmocnienia siły pożądanego efektu perlokucyjnego.

3.2. Interakcja wspólnotowa i interakcja konfliktowa

Dyskurs w internecie jest dyskursem wspólnotowym i ma wiele form. Niektóre z nich, na przykład fora informacyjne, takie jak <https://patient.info/forums> (dostęp 20.10.2020), brytyjskie forum medyczne, czy podobne fora w polskich mediach,

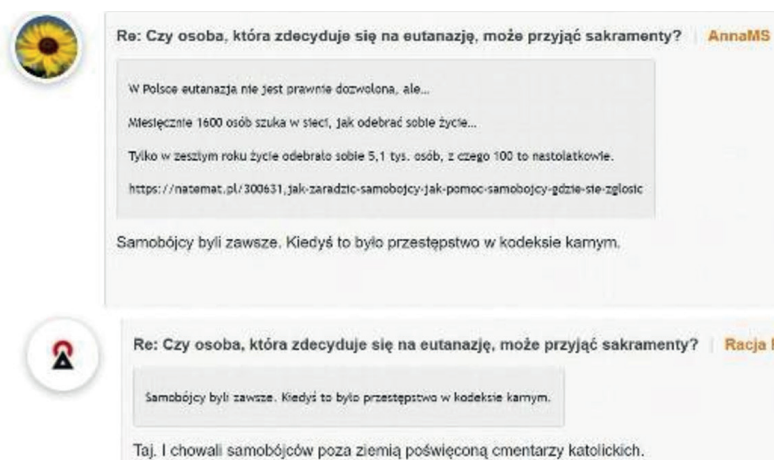
wymagają uprzedniego zalogowania, w tym sensie anonimowość przekazu jest dyskusyjna. W związku z tym wymiana werbalna przebiega w kontekście podobnym do wymiany informacji dialogowej o strukturze pytanie – odpowiedź, z możliwością ewentualnych dalszych powtórzeń tego typu struktury.



II. 3. Wpis na portalu medycznym

Źródło: <https://patient.info/forums> (dostęp 20.10.2020)

Podobnie rzecz się ma na większości informacyjnych forów polskich, np. fronda.pl, które inicjuje dyskusje o tradycyjnej strukturze pytanie – odpowiedź nad problematyką istotną dla użytkowników ropatrujących różne kwestie w kontekście zasad religii katolickiej (il. 4).



II. 4. Interakcja tradycyjna na portalu fronda.pl

Źródło: fronda.pl (dostęp 20.10.2020)

Inaczej wygląda struktura interakcji i dyskursu w anonimowych dyskusjach i komentarzach takich jak onet.pl czy na prześmiewczych, często agresywnych politycznie, forach otwartych. Otwartość tego typu platform dla wpisów publicznych zmienia się obecnie ze względu na radykalizujący się, często wulgarny, charakter tych wpisów. Popularna platforma onet.pl otwierała do 2018 r. komentarze pod artykułami online w bezpośrednim dostępie publicznym, dziś takie komentarze mogą być tam publikowane z wyłączeniem serwisów Wiadomości i Kultury i mogą ukazać się tylko na profilach Facebooka lub Twittera⁷. Inne, np. platforma wyborcza.pl, publikują obecnie komentarze autorstwa jedynie stałych prenumeratorów pisma. Mimo deklarowanych przez serwisy zasad monitorowania treści niedozwolonych w serwisach społecznościowych⁸, otwarte komentarze internetowe, zazwyczaj takie, które odnoszą się do kwestii politycznych i społecznych, prezentują wzrastająco radykalny charakter⁹. Okazuje się także, iż tematyka dyskusji nie jest w każdym kontekście hamulcem dla używania nienawistnego języka¹⁰.

jszarek 27.09.2020, 16:57
a komu potrzebna TVP?
👍 2 🗨️ 0 🗑️ ➡️ Odpowiedz

1lyjnin69 27.09.2020, 15:56
czy to "prof" to pseudonim z czasów okupacji ?
👍 7 🗨️ 0 🗑️ ➡️ Odpowiedz

RoccoWawa 27.09.2020, 15:54
panna Pawłowicz NIE JEST profesorem!!!! Jest dr hab. Nie powielajcie proszę profesoro-mani pisowskich gadzinówek

II. 5. Fragment dyskusji

Źródło: wyborcza.pl (dostęp 20.10.2020)

W ogólnym omówieniu interakcji internetowej należy przynajmniej wspomnieć o roli afektu i emocji w obydwu typach dyskursu. Portale pomocowe i fora informacyjne obudowane są zwykle afektem i emocjami pozytywnymi, osadzającymi się w dążeniu do *dobrostanu* swojego i innych (Lewandowska-Tomaszczyk, Wilson 2019), podczas gdy fora komentarzy internetowych, szczególnie otwarte,

⁷ Facebook pozwala także publikację dość radykalnych postów (zob. np. grupa otwarta <https://www.facebook.com/sokzburaka/> – dostęp 20.10.2020).

⁸ Np. <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules> (dostęp 20.10.2020).

⁹ Np. https://twitter.com/search?q=wypierdalaj&src=typeahead_click, https://twitter.com/search?q=Duda&src=typeahead_click (dostęp 20.10.2020).

¹⁰ Zob. Lewandowska-Tomaszczyk 2016 w odniesieniu do kontekstów sportowych i artystycznych.

prezentują profil konfliktogenny lub konfliktowy. O ile w pierwszym dominują emocje pozytywne – współczucie, satysfakcja i zadowolenie, w drugiej odmianie interakcji wiodącym uczuciem jest strach, i sekundujące mu nierzadko wstręt, nienawiść i pogarda (Lewandowska-Tomaszczyk, Wilson, w druku).

3.3. Hybrydyzacja komunikacji internetowej

Komunikacja internetowa nie jest naturalnie jednorodna od strony struktury i kontekstu komunikacyjnego. Niektóre jej formy, np. poczta elektroniczna (e-mail), działają podobnie jak w świecie rzeczywistym. List i odpowiedzi na nie są asynchroniczne, nie odbywają się w tym samym czasie rzeczywistym. Inne formy komunikowania się cyfrowego, np. komentarze, mogą angażować wielu użytkowników jednocześnie, mają więc charakter synchroniczny. Zmienia się także adresat – w typowym komunikacie mailowym adresat jest określony przez nadawcę, choć i tu niektórzy badacze wskazują na obecność niewskazanych w adresie czytelników, którzy mają dostęp do adresowanej do innych odbiorców poczty internetowej z racji swoich funkcji, uprawnień – czy działań przestępczych. Inna różnica dotyczy *trwałości treści* umieszczanych online. Mówi się powszechnie, że treść umieszczona w cyberprzestrzeni nie ginie, w przeciwieństwie do mających ograniczoną trwałość materiałów drukowanych, taśm z nagraniami itp. Najpoważniejszą bodaj różnicą między komunikacją bezpośrednią a komunikacją internetową jest jednak element *anonimowości* autorów¹¹, czy może *względnej* ich anonimowości. Wybrany przez użytkownika *nick*, czyli pseudonim czy identyfikator, zapewnia mu sporą, choć nie absolutną anonimowość wypowiedzi na forach publicznych.

3.3.1. Uczestnicy dyskursu internetowego: *Many-to-Many*

Pierwszą z zasadniczych cech internetowego dyskursu medialnego, które występują rozdzielnie w typach tradycyjnego porozumiewania się, jest ich zakres oraz sposób komunikowania się ze względu na kontekst oraz uczestników. Podczas gdy w tradycyjnej formie kontaktów występują głównie formy dialogu oraz bezpośrednich aktów komunikacji na piśmie czyli *jeden-do-jednego*, forma konwersacji, wykładu lub komunikacji pisanej (książka, obraz itd.) – *je-den-do-wielu*, komunikacja internetowa pozwala na upowszechnianie formy

¹¹ Anonimowość wypowiedzi w internecie może okazać się iluzoryczna, przynajmniej do pewnego stopnia, przy możliwościach identyfikacji sprzętu, którym autor wypowiedzi się posługuje. Ponadto niektóre portale od niedawna wymagają logowania autentycznymi danymi osobowymi użytkownika.

wielu-do-wielu w masowym wymiarze światowym, przekraczając granice kontaktu bezpośredniego.

3.3.2. Prosumpcja

Występuje także w komunikacji internetowej nowa relacja hybrydująca podział między twórcą a odbiorcą komunikatu. Jest to powstanie nowego typu odbiorcy czy lepiej, użytkownika, który będąc odbiorcą treści przejmując jednocześnie tradycyjne kompetencje autora. Działania takie, w języku angielskim nazywane *audiencing*, zaburzają tradycyjne granice między autorem a odbiorcą tekstu. Użytkownik internetu najczęściej zaangażowany jest w *multi-tasking*, czyli wykonuje wiele typów czynności – czyta, przegląda, ocenia, tworzy, publikuje, komentuje, słucha i reaguje – jednocześnie.

Stopień aktywności użytkowników w sieci nie jest identyczny. Z jednej strony wielu z nich ogranicza swój aktywny udział do lajkowania postów innych, z drugiej – występują liderzy, których działanie to kilkadziesiąt nieraz wpisów na wielorakich forach w ciągu doby, publikowanie obszernych treści poprzez blogi, komentarze czy umieszczanie twórczych prac wizualnych, animacji itd., a także łączenie kilku z tych form (Lewandowska-Tomaszczyk 2017).

Zjawisko łączenia działań nadawcy/producenta i odbiorcy nie jest nowe. Autorem, który bodaj jako pierwszy opisał hybrydyzację tych ról i uznawany jest powszechnie za twórcę pojęcia *prosumpcji* – jest pisarz Alvin Toffler w książce *Trzecia fala* (*The Third Wave* 1980). Używał on pojęcia prosumpcji w odniesieniu do producentów dóbr na własny użytek, a więc łączących role producentów oraz konsumentów. W odniesieniu do nowych mediów sformułowanie *user-generated content* oraz *content providers* odnosi się do łączenia ról nadawcy i odbiorcy w kontekście internetowym. Forma wyrazowa *prosumment*, oryginalnie angielskie *prosumer*, powstała jako zbitka leksykalna *producer* ‘producent’ + *consumer* ‘konsument’ i w kontekście internetowym oznacza osobę, która jest zarówno odbiorcą, jak również współtwórcą treści. A więc w kontekście nowych mediów prosumment tworzy i przetwarza opinie, publikuje blogi, reklamy, memy itd., często, aby reklamować produkt lub zniechęcać do niego. Prosummentami mogą być znani *influencerzy*, a więc często albo wpływowe osobistości znane w świecie sportu, mody itd., albo osoby, które zdobywając popularność w trakcie swoich działań, wynajmowane są przez specjalistów od marketingu i poprzez swoją aktywność w sieci budują kampanie reklamowe wokół danej marki.

3.3.3. Prywatne staje się publiczne

W dyskursie internetowym widoczne są dwie tendencje. Po pierwsze, na wielkich publicznych forach użytkownicy wykorzystują dostęp do dużych rzesz odbiorców, aby walczyć o sprawy istotne dla większych społeczności, na przykład o demokratyczny dostęp do danych, szczególnie związanych z życiem politycznym

i społecznym, zaś inni występują przeciwko takim poglądom. Jeszcze inni śledzą profile celebrytów, zainteresowani ich życiem prywatnym. Z drugiej strony, na stronach mediów społecznościowych, w mikroblogach, nierzadko ujawniamy i rozpowszechniamy informacje z gruntu prywatne, dokumentujemy je zdjęciami, szczegółowymi opisami, nie dbając o zabezpieczenia prywatności. Rozróżnia się w tym kontekście dwie kategorie użytkowników¹². Z jednej strony typ *ekshibicjonisty*, który publikuje dane prywatne, nierzadko intymne, do wiadomości publicznej w cyberprzestrzeni, z drugiej zaś mniej aktywny typ *obserwatora*, który lajkuje, często zostawiając komentarze, retweetuje lub udostępnia posty innych użytkowników.

Takie rozróżnienie typów osobowości, które przekłada się na typy uczestników dyskursu, jest kategoryzacją dość radykalną, podczas gdy uczestnicy dyskursów internetowych faktycznie prezentują zazwyczaj różne warianty zachowań łączące cechy obu typów. Użytkownik pierwszego typu może wykazywać tendencję do inicjowania dyskusji internetowych dotyczących tematów politycznych i społecznych, które prowadzą nierzadko do ekspresji niezadowolenia, gniewu oraz agresji o różnym nasileniu – w obronie lub przeciw stosowaniu praw publicznych i obywatelskich. Skutkuje to niejednokrotnie postępującą radykalizacją wypowiedzi z używaniem treści obraźliwych i wulgaryzmów w postaci argumentów *ad hominem* oraz aktami mowy nienawistnej *hate speech* (Lewandowska-Tomaszczyk 2020a). Konsekwencją radykalnych działań w sieci są potencjalne działania w przestrzeni rzeczywistej, demokratyczne lub wbrew regułom demokracji.

3.3.4. Fikcja splata się z rzeczywistością

Powiązanie fikcji i rzeczywistości, w świecie magii, czarów, w rytuałach kulturowych, w literaturze, a także w konstrukcjach językowych powołujących i aktywizujących światy możliwe i niemożliwe, realne i kontrfaktyczne (McCawley 1978; Lewandowska-Tomaszczyk 2020b), wydaje się niezbywalnym atrybutem człowieczeństwa i znane jest ludzkości od zawsze.

Nic więc dziwnego, że cecha ta dziś – w świecie nowych mediów, które dają możliwości tworzenia przestrzeni, postaci, zdarzeń wirtualnych – rozwija się w pełni. Koncepcja scalonej rzeczywistości, znana jako *merged reality*, łączącej fikcję i rzeczywistość, filmy i reklamy prowokujące wyobraźnię poprzez wszystkie kody semiotyczne – wizję, głos, muzykę, ostatnio także doznania przestrzenne

¹² Rozróżnienie to podaję za *Social Media and Censorship* <https://digiqom.com/social-media-and-censorship-when-private-becomes-public-2/> (dostęp 3.10.2020): „In a way this makes your »virtual« drawing room conversations go viral across all your followers and friends creating at its extreme, two behavior types: the exhibitionist, who leads the show with Facebook Vacations and events mainly to post pictures and tags across cyberspace, the voyeur, who watches and »like's« and comments sometimes, re-tweeting or sharing the above content”.

i węchowe w filmach w technologii 4D z efektami trójwymiarowości oraz działającymi na zmysły – wchodzą do repertuaru dostępnego dla szerszej publiczności.

Programy telewizyjne typu *reality show* wprowadzają typ pozornej rzeczywistości do domów, zaś nowa technologia rzeczywistości poszerzonej *Augmented Reality* (AR), intensyfikuje nasze doznania, łącząc świat realny z obrazem generowanym cyfrowo, nakładając je na siebie. Pozwala na synchroniczne aktywności i doznania oraz zaczyna dominować nie tylko w rozrywce, jak na przykład w interaktywnych grach komputerowych, lecz także dostarcza nowych doświadczeń w kontekście robotyki oraz *smart things*, inteligentnych przedmiotów tworząc *Internet Rzeczy – Internet of Things*¹³.

Interakcyjna narracja w światach wirtualnych w cyfrowych grach online ewoluuje w kierunku *całościowego zaangażowania* uczestnika, *dalszego współtworzenia*, *przekraczania konwencji*, pokonywania barier znanych powszechnie właściwości i kontekstów, odrzucania typowych *afordancji*¹⁴ postaci, przedmiotów i zjawisk, poprzez działania ponad i poza zestawami cech, działań i sytuacji dla nich typowych. Ten rodzaj działań jest także istotą twórczości artystycznej uprawianej w sieci, nowych, cyfrowych gatunków literackich, malarskich, muzycznych, urbanistycznych czy performansowych¹⁵.

3.3.5. *Netspeak*: między stylem pisanym a mówionym

Styl języka używanego w internecie, określany także ogólnym terminem *Netspeak*, odznacza się kilkoma cechami, takimi jak używanie skrótów, hiperboli i ironii, szczególnego typu dowcipu czy nieoczekiwanych odniesień oraz łączeniem w przekazie kodu werbalnego i wizualnego¹⁶. Przejawia się najbardziej wyraźnie w komentarzach internetowych na forach. Od strony werbalnej jest zazwyczaj połączeniem stylu języka pisanego i mówionego.

Mówioność, czyli styl języka mówionego, który spotykamy w postach internetowych, w kombinacji z językiem pisanym – bardziej formalnym – jest typową cechą hybrydowości przekazu werbalnego w sieci (por. Loewe 2007). Styl mówiony – o ile nie mamy do czynienia z tekstami przygotowanymi, takimi jak

¹³ Interesujący artykuł Edyty Kołodziejczyk (2013) z Politechniki Łódzkiej prezentuje zastosowania AR do prezentacji informacji związanych z działalnością bibliotek szkół wyższych.

¹⁴ Termin *afordancje* zaproponowany przez Gibsona (1977) i używany poprzednio głównie w psychologii poznawczej, w kontekście interakcji człowiek – komputer (Norman 1988), oznacza zestaw cech i działań typowych dla danych osób, obiektów i sytuacji w kontekście określonego zdarzenia. Struktura zdarzeń wykracza jednak poza typowe sytuacje, zarówno w świecie rzeczywistym, jak również w kontekście rozszerzonej rzeczywistości wirtualnej (por. Lewandowska-Tomaszczyk 2011).

¹⁵ Zob. Ricardo 2009.

¹⁶ Zob. Waldman 2014: „abbreviations (*smh*, *imo*), a tone of ironic hyperbole (or perhaps ironic understatement – either way the common denominator is irony), a lot of in-jokes and quirky references”.

wykłady, przemówienia itd. – charakteryzuje się wyższą spontanicznością w doborze leksyki i składni oraz częstą obecnością potknięć (lub innowacji) w zakresie ortografii i gramatyki.

Próby przekazywania wartości emotywnych charakterystycznych dla spontanicznego języka mówionego opierają się także w postach na włączaniu symboli ikonicznych do tekstu, wprowadzaniu wariantów graficznych czcionek, powtórzeniach czy szczególnym używaniu wielkich liter i znaków przestankowych. Cechą, która się także w tym kontekście wyróżnia, jest relacja z kontekstem – osobą interlokutora oraz sytuacją – w znacznie szerszym zakresie niż w przypadku języka pisanego. Od tej strony dyskurs internetowy jest dyskursem szczególnym. W zasadzie język przecież pisany – interakcje mówione w internecie ostatnio przybrały na sile w związku z pandemią wirusa COVID-19, lecz w dalszym ciągu pozostają wyraźnie w tyle za ilością komunikatów pisanych – jest stylistycznie bardzo zróżnicowany. W każdej praktycznie postaci prezentuje formy pośrednie między stylem języka mówionego a podlegającym ściślejszym regułom stylem języka pisanego.

3.3.6. *Netspeak*: amalgamaty wyrażen potocznych i formalnych

Język potoczny, kolokwializmy są materiałem analizowanym przez wielu językoznawców w Polsce i na świecie. Wśród wyróżników polszczyzny potocznej umieścić trzeba prymarnie cechy stylu mówionego: powszechność zasięgu, spontaniczność, niespecjalistyczny charakter wysłowienia, familiarność i ekspresywność (zob. Anusiewicz, Nieckuła 1992; Lubaś 1979; Wojtak 2016).

Cechom języka potocznego towarzyszą w komunikacji internetowej nowe konwencje, nieobecne w epoce przedkomputerowej. Oprócz wprowadzania całego zestawu znaków ikonicznych (emotikony, gify, memy itd.), dziś uniwersalnych, notuje się wysoką częstotliwość użycia akronimów pochodzących z języka angielskiego, takich jak np. LOL (*laugh out loud* ‘głośny śmiech’) czy OMG (*Oh, my God* ‘O Boże’). Ponadto innym przejawem hybrydyzacji, znanym szczególnie z komunikacji smartfonowej i z komunikatorów w internecie jest posługiwanie się stylem mieszanym, połączeniem formalności z potocznością, jak np. w angielskim wpisie smartfonowym nastolatka: *aaaaaaaaaagh the show tonight shall rock some serious jam* ten show wieczorem to będzie gigant¹⁷. Przykład ten jest charakterystyczny ze względu na połączenie słownictwa potocznego, slangowego w tym przypadku (*rock, jam*) oraz składni języka formalnego widocznej w zastosowaniu dość archaicznego w tej pozycji czasownika modalnego *shall*

¹⁷ *Jam rock* to styl w muzyce rockowej związany z grupami, które największe sukcesy odnosiły na scenie, grając na żywo, zob. <https://glosbe.com/pl/en/Jam%20rock> i omówienie powyższego przykładu na stronie: <https://www.newyorker.com/books/page-turner/is-the-internet-making-writing-better>.

dla wyrażenia prawdopodobieństwa, w miejsce ogólnie przyjętej dziś formy leksykalnej *will*. Inną cechą charakterystyczną są także próby ekonomizacji języka poprzez użycie ortograficznych form liczbowo-literowych np. *3maj*, w miejsce *trzymaj*, czy *f2f* zamiast *face-to-face*¹⁸.

3.3.7. *Netspeak*: „dialekt internetowy”

Szczególnie jaskrawym procesem widocznym w komunikacji internetowej jest tworzenie się tak bogatego repertuaru cech typowych dla komunikatów w sieci, że jest on przez niektórych uznawany za odrębny „dialekt internetowy” z całą gamą jego środowiskowych (slangowych) odmian tzw. *e-dialects* ‘e-dialektów’, dziś używanych uniwersalnie i opartych głównie na materiale języka angielskiego, który dominuje w tym medium. Waldman (2014) wskazuje także na odmiany kulturowo-geograficzne poszczególnych odmian, egemplifikując je różnicami w używaniu niektórych akronimów w różnych rejonach Stanów Zjednoczonych np. skrót *ikr* (“I know, right?”) używany jest sześć razy częściej w Detroit niż w innych rejonach, zaś emotikon ^-^, który oznacza zawstydzenie, zażenowanie występuje cztery razy częściej w Południowej Kalifornii niż gdzie indziej w Stanach Zjednoczonych.

Z odmian slangowych dialektów internetowych można wspomnieć grupę powiązanych ze sobą e-dialektów *doge*, *lolspeak*, *snek*¹⁹. Jedną z nich *DoggoLingo* (odmiana *doge*), znana także jako *woof*, *bork*, *yiff* i *dog-speak* czy właśnie *snek*, dość nowa odmiana języka internetowego, charakteryzuje się słownictwem opartym na nazwach różnych zwierząt i polega na dodawaniu szeregu deminutywów do formy podstawowej rzeczowników, a więc np. *dog* > *doggo*, *cat* > *catto* itp. Używa także ortografii fonetycznej np. *fren* < *friend* ‘przyjaciel’. Odmiany te, podobnie jak inne odmiany dialektalno-slangowe, wykazują się także ciekawą metaforyką leksykalną, np. odpowiednik węża to – *danger noodle* ‘niosąca niebezpieczeństwo/niebezpieczna nitka makaronu’.

*LolSpeak*²⁰ z kolei, językowa odmiana internetowa używana często do opisu zabawnych scenek kocich, zdobyła status oficjalnego dialektu do tego stopnia, iż dziś podejmowane są na przykład próby przekładu wersji angielskiej tekstu Biblii na tę odmianę angielskiego. Dialekt ten oparty jest na pewnych uproszczeniach grafemiczno-fonetycznych oraz gramatycznych, w czym przypomina odmiany języka pidżinowego, np.:

¹⁸ Przykłady cytowane za językoznawczynią Elżbietą Awramiuk w <https://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosc/news%2C399318%2Cjezykoznawczyni-jezyk-potoczny-trafia-dzisiaj-na-salony.html> (dostęp 20.10.2020).

¹⁹ Zob. <https://en.wikipedia.org/wiki/DoggoLingo> (dostęp 20.10.2020).

²⁰ Informacje i przykłady zob. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=LolSpeak> (dostęp 20.10.2020).

Ceiling Cat blessinz apwn yu, srsly.
 ‘Ceiling Cat blessings apawn [upon] you, seriously.’
 pol. ‘Sufitowy Kot²¹ cię błogosławi, serio’.

Dat wood bee awsoem, srsly dued!
 ‘That would be awesome, seriously dude!’
 pol. ‘Byłoby czadowo, serio koleś!’.

Kształtowanie się języka internetowego wiąże się z charakterystyczną cechą struktury dyskursu interakcyjnego minimalnego, żeby nie powiedzieć szczerkowego, upraszczaniem ortografii i tworzeniem nowych form leksykalnych, jak w przykładach na ilustracji 6. Typowe nazwy i frazeologia używane początkowo głównie w języku fachowym w odniesieniu do obiektów, relacji, funkcji i aktywności, oryginalnie w języku angielskim, zajęły całe pola leksykalne języków świata, gdzie przejęte i udomowione poprzez zapożyczenia, kalki itd., funkcjonują na równi z rodzimym słownictwem. A więc zarówno *komputer*, *dyski* i *dyskietki*, *internet*, *serwer/server*, *fonty*, *pluginy* obok *wtyczek*, występuje również *myszka*, *okno*, *pamięć* czy *klawiatura* i *konfiguracja*. Używany już powszechnie w terminologii fachowej czasownik *zasejwować plik na pendrajwie*, poddaje się, jak większość leksyki tego typu, rozszerzeniu metaforycznemu i modyfikacji składniowej np. *Lepiej się przed tym zasejwować*²² w znaczeniu ‘uratować się przed czymś’.



II. 6. Język internetowy

Źródło: <https://memy.jeja.pl/111520,lepiej-sie-przed-tym-zasejwowac-czy.html>
 (dostęp 20.10.2020)

²¹ *Ceiling Cat* ‘Sufitowy Kot’ to odnośnik do znanego memu, który prezentuje różne zachowania kota, spoglądającego przez otwór w suficie, zob. <https://knowyourmeme.com/memes/ceiling-cat> (dostęp 20.10.2020).

²² Zob. <https://memy.jeja.pl/111520,lepiej-sie-przed-tym-zasejwowac-czy.html>, źródło: serwis rozrywkowy <https://www.jeja.pl> (dostęp 20.10.2020).

Charakteryzując całość sceny interakcji, nie można pominąć dyskursowej roli struktur organizacyjnych tekstu. Przykładami takich struktur są struktury gatunkowe, na przykład struktury *narracyjne*, struktury *dialogu* lub *komentarzy internetowych*, *blogów*, *postów na Facebooku* czy – odmiennych – na *Twitterze* lub na platformach streamingowych transmitujących na żywo w czasie rzeczywistym, czy inne w grach komputerowych. Struktury organizacyjne dyskursu dostarczają *konceptualnych kotwic* (por. Coulson, Oakeley 2000) planowania, implementacji i rozumienia ram organizacyjnych interakcji w dyskursach powstających i prowadzonych w sieci.

I choć, podobnie jak Kate Waldman (2014), można krytycznie oceniać argumenty uzasadniające mówienie o odrębnym *dialekcie internetowym*, trudno jednocześnie kwestionować istnienie szczególnych cech językowych tego sposobu komunikacji, które obejmują zarówno oryginalne słownictwo, słowotwórstwo, pisownię i cechy składniowe, modyfikują czy redukują całkowicie interpunkcję (np. wpis zakończony kropką uznawany jest za nieszczerzy lub fałszywy²³), zaś na poziomie dyskursu – ośmieszają pychę i arogancję²⁴, choć niejednokrotnie idą zbyt daleko w swoim radykalizmie.

4. Anonimowość i postprawda – zachwianie maksym konwersacyjnych

Nie tylko w świecie wirtualnym, lecz także w całej internetowej przestrzeni ekspresji sądów i emocji, status pojęcia *prawdy* wydaje się zawieszony. Zarówno poszerzenie znanych rejonów rzeczywistości, jak również możliwość *manipulacji informacjami* jest dużo większa niż w świecie rzeczywistym. Zjawisko *deepfake*'u (z ang. *deep* – głęboki, *fake* – fałsz/ywy), czyli techniki *preparowania* obrazów i krótkich filmów w celu publikowanie nieprawdziwych – kompromitujących czy ośmieszających – informacji na temat celebrytów i polityków, przybiera na sile. W dyskursie przestają obowiązywać Grice'owskie maksymy konwersacji, a szczególnie *Maksyma Jakości*, czyli reguła prawdy, ustępując miejsca informacjom fałszywym czy półprawdzie, wraz z pojawieniem się maksymy tzw. *postprawdy*.

²³ Zob. <https://innpoland.pl/123589,nie-koncz-kropka-zdania-jesli-nie-przestrzegasz-tej-reguly-robisz-sobie-wielka-krzywde> (dostęp 20.10.2020).

²⁴ Waldman (2014) „It might involve usages that allow for brevity, such as abbreviations and acronyms, and deflate seriousness or arrogance. It might favor signpost terms like *this*, *yes*, or *wut*; or superlatives like *best*, *worst*, or *top ten*. I don't know (*idk*) what it might mean”.

Przestaje obowiązywać *Maksyma Ilości* – na rzecz zasady ‘czym więcej (dezinformacji) tym lepiej’, szczególnie w kontekście zamkniętych grup na profilach internetowych. Zamknięcie grupy sprzyja uwiarygodnieniu wiadomości, podobnie jak jednostronny przekaz tzw. ekspertów. Propagowanie wśród rodziny, bliskich i znajomych wprowadza fałszywą wiadomość w obieg w kontekście *infodemii*²⁵, czyli masowo już rozprzestrzeniającej się dezinformacji, podsycanej przez obecne w sieci rzesze trolli – „cyfrowych wyrobników”, jak niektórzy ich określają, działających w grupach i na listach dyskusyjnych, forach internetowych, czy włączających się do rozmów na czatach. Ponieważ do pomnażania fałszywych informacji zatrudniani są nie tylko ludzie, lecz także wyspecjalizowane narzędzia cyfrowe, tym trudniej wyśledzić fałszywe konta i autorstwo tak działających informatorów.

Maksyma Sposobu jest zachwiana – informacja może być niejasna i nie wprost, nielogiczna i niespójna. Nawet *Maksyma Relewancji* nie pozostaje nienaruszona – teorie spiskowe i półprawdy nie pozwalają na dokładniejsze przyjrzenie się tzw. faktom, których nie ma.

Media, także społecznościowe, funkcjonują nierzadko jako *amplifikator (fałszywych) informacji*, wedle dialektycznej zasady mediów – odzwierciedlają i tworzą rzeczywistość. Zamknięte grupy tworzące bańki informacyjne, samo-potwierdzające i wzmacniające obieg wiadomości często fałszywych, propagują spiskowe teorie i urojone interpretacje. I choć platformy informacyjne mogą prostopać fałszywe informacje i fake newsy, algorytmy zbudowane na podstawie wyszukiwanych stron podsuwają informacje z podobnego kręgu samo-potwierdzających newsów.

5. Wnioski

Wynalezienie i skokowy rozwój komunikacji internetowej uznawany jest za jedno z najważniejszych osiągnięć człowieka naszych czasów²⁶. Lecz choć jest ona niezastąpionym narzędziem w pozyskiwaniu informacji, zbieraniu i analizie wszelkiego typu danych i ich obróbce, stymuluje kreatywność oraz wyzwala i upowszechnia idee i aktywności dawnej niedostępne, dokumentując postępy w cyborgizacji także dla podniesienia sprawności działań człowieka, międzyludzkie kontakty

²⁵ O zjawisku *infodemii* zob. Michał Krawczyk 27.09.2020, *Kto wprowadza nas w błąd w internecie? O koronawirusowej dezinformacji*, <https://audycje.tokfm.pl/gosc/5674,dr-hab-Michal-Krawczyk> (dostęp 20.10.2020).

²⁶ Por. Webb (2019), który prezentuje dane wskazujące na internet i mobilną komunikację telefoniczną jako największe innowacje obecnych czasów.

internetowe radykalizują się. Znajduje to swój wyraz w języku i strategiach dyskursowych, które obserwuje się głównie w wymianie komentarzy na tematy polityczne i społeczne, choć ujawniają się one na wielu płaszczyznach i charakteryzują wulgaryzmami, językiem obraźliwym i mową nienawiści. Podobnie jak i w innych kontekstach z udziałem uczestników z odmiennych kregów kulturowych, zachowania takie manifestują się odmiennie, co ma swój wyraz w języku i dyskursie w sieci. Słownictwo, repertuar składniowy i wiedza kontekstowa pozyskana z postów internetowych, materiału graficznego i nagrań, wskazują na pochodzenie użytkowników języka i nierzadko obszar geograficzny. Używane strategie dyskursowe i modele interakcyjne oraz, ogólniej, komunikacyjne, są często odmienne, co wiąże się z całą charakterystyką danej kultury w kontekście wielu wymiarów (Hofstede 1980; Trompenaars, Hampden-Turner 1997), wśród nich stopnia ekspresywności, wagi i funkcji kontekstu, emotywności czy różnych profilów używanych strategii grzecznościowych, także w kontekście *zasad netykiety* w sieci. I wprawdzie wiele z tych aspektów nie wyraża się tam w pełni, panuje bowiem nad nimi perspektywa wyrażania tożsamości, to nawyki, tradycje, konwencje językowo-kulturowe dają się wyodrębnić i stają się obiektem badań i analiz.

Podczas gdy główne funkcje komunikacji tradycyjnej nie zmieniły się zasadniczo, ich rola interakcyjna oraz realizacja w sieci mają odmienny przebieg. Szczególny nacisk na autoprezentację, ekspresja emocji i instynkt lidera przy forsowaniu swoich własnych racji, widoczne są w licznych przejawach interakcji internetowej.

Nie od rzeczy będzie w tym kontekście odnieść się do czasu obecnego. W niedawnym wywiadzie radiowym²⁷ socjolog Marek Krajewski, komentując badania nad efektami epidemii COVID-19, zwracał uwagę na procesy wskazujące na przeniesienie akcentów w relacjach między ludźmi w internecie z promowania wizerunku i zdobywania uwagi na umacnianie wspólnoty poprzez zwanie do walki w walce przeciw niebezpieczeństwu. Nie można jednak orzec, czy tego typu tendencja bierze się z powszechnej strategii przeczekania zagrożenia czy też wskazuje na bardziej trwałe przemiany w ogólnym charakterze interakcji międzyludzkich i w jakim stopniu wpłynie na komunikację internetową. Dziś można natomiast stwierdzić, iż wybuch pandemii doprowadził do bezprecedensowego wzrostu ruchu w sieci w odniesieniu do portali informacyjnych²⁸. Notuje się też naturalny wzrost częstotliwości tematów związanych z wirusem w mediach

²⁷ Socjolog Marek Krajewski (Uniwersytet Adama Mickiewicza), wywiad w programie publicystycznym Cezarego Łasiczki OFF Czarek tokfm.pl, 22.10.2020 r.

²⁸ Zob. <https://www.pb.pl/bezprecedensowy-wzrost-globalnego-ruchu-internetowego-986893> (dostęp 20.10.2020).

tradycyjnych i społecznościowych, zarówno w wyszukiwarkach i komunikatach o treści informacyjnej, jak również w blogach, dowcipach, memach, animowanych gifach oraz w cyfrowych grach interaktywnych np. *Jamming the Curve COVID-19 Game Jam*²⁹.

W nowy sposób w komunikacji internetowej może być dziś realizowana także funkcja *informacyjna*, funkcja *perswazyjna* oraz funkcja *ekspresywna*, co służy zarówno rzetelnej informacji w prezentacji badań i osiągnięć naukowych, opisie faktów, działań i produktów, tendencji, lecz także promocji wizerunku własnego, wizerunku firmy, produktu, i przekonań, aż po propagowanie spiskowych teorii, fałszowanie prawdy i manipulowanie rzeczywistością. Użytkownik posiada zasób rosnących możliwości prezentacyjnych i realizacyjnych – od pojedynczych aktów porozumiewania się w powszechnych komunikatorach, poprzez tradycyjne już dziś gatunki mediów społecznościowych – blogi, fanpage, filmiki na YouTube, serwisy Twittera, TikToka – poprzez platformy i serwisy (live) streamingowe Twitcha, Instagrama, Snapchata, ukazujące na żywo zachowania użytkowników w czasie rzeczywistym. Służą różnym gustom i wyobraźni – od artystycznie stymulujących aktów tworzenia dzieła poprzez celowo ośmieszające i wulgarne wpisy uczestników masowo uprawiających *trolling*, działania *botów* (skrót od *robot*), czyli programów symulujących zachowania żywych ludzi, po zachowania brutalne i dewiacyjne w scenach *patostreamingu*³⁰. Powszechny dostęp do tej różnorodności prowadzi do kształtowania nowej wersji *digital citizen* ‘obywatela sieci’ w świecie wirtualnym, rzeczywistości rozszerzonej, a w konsekwencji nowego człowieka w świecie realnym. Mniej tu się liczą rzeczywistość i prawda, ustępując miejsca emocji i funkcji ekspresywnej komunikowania się. Następnym takiego stanu rzeczy stają się procesy i akty *de-wirtualizacji* treści internetowych³¹, zarówno poprzez manipulacje perceptualne, takie jak *deep fake*, jak również emocyjne posty, dialogi i komentarze, które obracają się w groźne nierzadko akty agresji i przemocy w *realu*, w świecie rzeczywistym.

²⁹ JAMMING THE CURVE: COVID-19 Game Jam *Fight the COVID-19 pandemic with creativity, ingenuity and science!* September 15th – October 1st, 2020, zob. <https://itch.io/jam/jamming-the-curve> (dostęp 20.10.2020).

³⁰ Zob. Kmieciak-Goławska 2019; *Patostreaming – co robimy? Deklaracja uczestników Okrągłego Stołu RPO do walki z patotreściami w internecie*, <https://www.rpo.gov.pl/pl/content/deklaracja-uczestnikow-okraglego-stolu-rpo-do-walki-z-patotresciami-w-internecie> (dostęp 20.10.2020).

³¹ Wilson, Lewandowska-Tomaszczyk (w druku).

Bibliografia

- Anusiewicz, J., Nieckuła, F. (red.) 1992. *Potoczność w języku i kulturze*, Wrocław: Wiedza o kulturze.
- Berbers-Lee, T. 2012. *History of the Web*. World Wide Web Foundation. <https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/> (dostęp 2.08.2019).
- Brown, P., Levinson, S. 1987. *Politeness: Some Universals in Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Bühler, K. 1934/1982. *Sprachtheorie*, Jena–Stuttgart: Gustav Fischer Verlag.
- Coulson, S., Oakley, T. 2000. „Blending basics”, *Cognitive Linguistics* 3–4 (11), 175–196.
- Gibson, J.J. 1977. „The Theory of Affordances”, [w:] R.E. Shaw, J. Bransford (red.), *Perceiving, Acting and Knowing*, Hillsdale, NJ.: Lawrence Erlbaum Associates, 67–82.
- Grice, H.P. 1975. „Logic and conversation”, [w:] P. Cole, J.L. Morgan (red.), *Syntax and Semantics 3. Speech Acts*. New York: Academic Press.
- Hofstede, G. 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*, Beverly Hills: Sage.
- Jakobson, R. 1960. „Linguistics and Poetics”, [w:] T. Sebeok (red.), *Style in Language*, Cambridge, MA: MIT Press, 350–377.
- Kmieciak-Goławska, A. 2019. „Patostreaming jako narzędzie popularyzacji podkultury przemocy”, *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Kryminologicznego im. profesora Stanisława Batawii* 18, 172–177.
- Kołodziejczyk, E. 2013. „Strony i aplikacje mobilne – przykłady rozwiązań technologicznych w bibliotekach naukowych”. *Biuletyn EBIB* 3 (139), 1–11.
- Konieczny, P. 2005. *Historia komunikacji: od mowy do Internetu*, <https://histmag.org/Komunikacja-od-mowy-do-Internetu-744/> (dostęp 20.10.2020).
- Lakoff, R. 1973. „The logic of politeness: or, minding your P's and Q's”, [w:] C. Corum, T. Cedric Smith-Stark, A. Weiser (red.), *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society*, Chicago: Chicago Linguistics Society, 292–305.
- Langacker, R.W. 1979/1981. *Foundations of Cognitive Grammar*, t. 1–2, Stanford: Stanford University Press.
- Leech, G. 1983. *Principles of Pragmatics*, London–New York: Longman Group Ltd.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 1999. „Conceptual clusters: *democracy, patriotism, nationalism and citizenship* in English and Polish”, [w:] J. Tomaszczyk (red.), *Aspects of Legal Language and Legal Translation*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 31–50.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2011. „Events as they are”, [w:] P. Stalmaszczyk (red.), *Turning Points in the Philosophy of Language and Linguistics*, Frankfurt a. Main: Peter Lang, 35–63.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2013. „Online Interconnectivity and Negative Emotion Patterning”, *New Media, Audience and Emotional Connectivity. Special Issue of Sociedad de la Información* 44, 76–109.

- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2015. „Emergent group identity construal in online discussions: a linguistic perspective”, [w:] F. Zeller, C. Ponte, B. O’Neill (red.), *Revitalising Audience Research: Innovations in European Audience Research*, Abingdon-Thames: Routledge, 80–105.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2016. „English and Polish self-projection in the internet comments on sports events: communal and confrontational practices”, [w:] B. Lewandowska-Tomaszczyk, M. Kopytowska, J. Osborne, J. Schmied, K. Yumlu (red.), *Languages, Cultures, Media*, Chambéry: Université Savoie Mont Blanc, 203–228.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2017. „Language, leadership and visibility in online discussions”, [w:] K. Ciepiela (red.), *Studying Identity in Communicative Contexts*, Frankfurt a. Main: Peter Lang, 57–80.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2020. „Culture-driven emotional profiles and online discourse extremism”, *Pragmatics and Society* 11 (2), 262–292.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B. 2020. „A cognitive basis of contrary and counterfactual world-creating language”, *LaMiCuS* 4: 42–61.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B., Wilson, P.A. 2019. „Well-being and collective identity in Polish and English contexts”, [w:] B. Lewandowska-Tomaszczyk (red.), *Contacts and Contrasts in Cultures and Languages*, Chur: Springer, 193–220.
- Lewandowska-Tomaszczyk, B., Wilson, P.A. (w druku). „Contrasts and analogies in cluster categories of emotion concepts in monolingual and cross-linguistic contexts: *contempt*”.
- Loewe, I. 2007. *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Lubaś, W. 1979. *Społeczne uwarunkowania współczesnej polszczyzny. Szkice socjolingwistyczne*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Malinowski, B. 1929. „The sexual life of savages in North-Western Melanesia: an ethnographic account of courtship, marriage and family life among the natives of the Trobriand Islands, British New Guinea”, *Nature* 124 (3136), 870–872.
- McCawley, J.D. 1978. „World-creating predicates”, *Versus* 19 (10), 79–93.
- Norman, D.A. 1988. *The Psychology of Everyday Things*, New York: Basic Books.
- Patostreaming – co bimy? Deklaracja uczestników Okrągłego Stołu RPO do walki z patotreściami w internecie*, <https://www.rpo.gov.pl/pl/content/deklaracja-uczestnikow-okraglego-stolu-rpo-do-walki-z-patotresciami-w-internecie> (dostęp 20.10.2020).
- Puranmo, S.L., Santosa, R., Nababan, M., Kristina, D. 2017. „Ludic Linguistics: A Revisited Taxonomy of Fictional Constructed Language Design Approach for Video Games”, *Gema. Online Journal of Language Studies* 17 (4), 45–60.
- Ricardo, F.J. (red.) 2009. *Literary Art in Digital Performance Case Studies in New Media Art and Criticism*, London: Bloomsbury.
- Stewart, A. 2013. *The Birth of Mass Media: Printmaking in Early Modern Europe*, Digital Commons @ University of Nebraska – Lincoln, <https://digitalcommons.unl.edu/artfacpub/22/> (dostęp 20.10.2020).
- Toffler, A. 1980. *The Third Wave*, New York: William Morrow.

- Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. 1997. *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*, London: Nicholas Brealey Publishing.
- Voorhees, G. 2012/2019. „Dyskursywne gry i dyskursy gier”, przekł. M. Kłosiński, K.M. Maj, [w:] M. Kłosiński, K.M. Maj (red.), *Dyskursy gier wideo*, Kraków: Ośrodek Badawczy Facta Ficta, 39–59.
- Waldman, K. 2014. „TBH, internet dialects are more complicated than they seem”, <https://slate.com/technology/2014/12/does-the-web-have-a-dialect-study-delves-into-regional-variations-in-twitter-language.html> (dostęp 21.03.2019).
- Webb, K. 2019. *From the internet to the iPhone*, <https://www.businessinsider.com/most-important-inventions-of-last-30-years-internet-iphone-netflix-facebook-google-2019-5?IR=T> (dostęp 20.10.2020).
- Wilson, P.A., Lewandowska-Tomaszczyk, B. (w druku), *Real-World Consequences of Devirtualization from Online to Offline Spaces: The Role of Shame as a Resource in the Honor-Killing of Qandeel Baloch*.
- Wojtak, M. 2016. *Potoczność w tekstach prasowych*. Kraków: Tertium.