

MAŁGORZATA KITA  
Uniwersytet Śląski w Katowicach  
malgorzatka.kita@gmail.com

## Językoznawcy wobec badań języka w Internecie

• • •

### Linguists Towards Language Studies in the Internet

**Streszczenie:** Artykuł stanowi głos w dyskusji dotyczącej nowych mediów, reprezentowanych tu przez Internet, konceptualizowanych także jako środowisko komunikacyjne oraz możliwości i sposobów badania języka używanego przez produserów. Za obiecujące podejście autorka uznała perspektywę dyskursowo-genologiczną.

**Słowa kluczowe:** Internet, mediolingwistyka, metodologia badań języka w Internecie

## Polskie zainteresowania komunikacją i językiem w Internecie

Zainteresowanie komunikacją w mediach – w tym komunikacją w wymiarze językowym – mieści się w obrębie wielu dziedzin naukowych, by wymienić przykładowo takie: medioznawstwo (to oczywiste), *media studies*, językoznawstwo, psychologia, socjologia, antropologia, kulturoznawstwo, filmoznawstwo, teoria sztuki, teoria fotografii, proksemika, kinezyka itp. Taki wątek badawczy, przekraczający granice poszczególnych dyscyplin naukowych, powinien mieć charakter transdyscyplinarny, co widać szczególnie w postulowanej na gruncie polskim przez Bogusława Skowronka<sup>1</sup> koncepcji powołania nowej subdyscypliny lingwistycznej – mediolingwistyki (Skowronek 2013):

<sup>1</sup> Por. np. istniejącą w obszarze rosyjskim medialingwistykę, <http://medialing.spbu.ru/part10/> (dostęp: 2 sierpnia 2015).

W przedstawianym paradygmacie – zakładającym „«wyjście poza system» i traktującym język jako społeczną praktykę, nie zaś jako formalną strukturę” (s. 154) – konstytutywnymi pytaniami stają się: „co media robią z językiem i komunikacją, w jakim stopniu modelują zachowania komunikacyjne oraz system gramatyczny polszczyzny oraz w jaki sposób, za pomocą jakich (bo zawsze odpowiednio dobranych) środków werbalnych wpływają na konceptualizacje rzeczywistości w społeczeństwie” (s. 251). Zatem zasadniczym przedmiotem badań mediolingwisty uczynił Skowronek wszelkie relacje językowe motywowane czynnikami medialnymi, czyli „takie zdarzenia lingwistyczne, których kształt i charakter określają poszczególne media, wraz z kontekstami swego funkcjonowania, tak technologicznymi, jak i społeczno-kulturowo-ideologicznymi” (s. 19) (Strawińska b.r.w.).

Zdaniem André-Georges Haudricourta, cytowanego w transdyscyplinarnej syntezie mediologii, to nie przedmiot badań charakteryzuje daną dziedzinę, lecz **punkt widzenia** (Debray 2010: 3). Dla mnie, badacza mediów z perspektywy językoznawcy, którego zajmuje język w mediach, ważny jest „ludzki” wymiar mediów<sup>2</sup>, ten technologiczny natomiast pozostawiam „z tyłu głowy”, rezerwując go jako ważny komponent w badaniach nad językiem mediów i językiem w mediach.

Językoznawcy zorientowani komunikacyjnie przyglądają się nowym mediom<sup>3</sup>, w tym również Internetowi<sup>4</sup>, niemal od momentu ich narodzin. Przypomnijmy tu pogląd Ireny Bajerowej, wybitnego historyka języka, z 1980 r.: technika stanowi ważny czynnik ewolucji języka, bodziec wywołujący zarówno szczególne, jak i ogólne zmiany językowe (Bajerowa 1980: 60).

Nowość obiektu badawczego<sup>5</sup> nie stanowi przeszkody w obserwacji i tematyzowaniu zjawiska *in statu nascendi* – bardzo szybko dostrzeżono potencjał badawczy w obszarze Internetu, jego zdolność zmieniania czy modyfikowania

<sup>2</sup> Podobnie w opisie dziejów mediów rozkładają akcenty autorzy *Społecznej historii mediów. Od Gutenberga do Internetu* (Briggs, Burke 2010).

<sup>3</sup> Warto mieć na uwadze fakt, że kiedy mowa o nowych mediach, dostrzega się to, że obejmują one nie tylko pewne artefakty z porządku technologii, ale także mają przełożenie na rozmaite praktyki życia codziennego, angażujące technologie (por. np. Levinson 2006; 2010). Zob. też felieton Umberto Eco, *Jak nie korzystać z telefonu komórkowego?*

<sup>4</sup> Relacji Internetu i mediów „tradycyjnych” lub „starych” poświęca swoje rozważania Magdalena Szpunar, używając formuły „nowe-stare medium” (Szpunar 2013).

<sup>5</sup> O fascynacji wirtualnością pisał Jean Baudrillard w autokomentarzu do swojej twórczości: „Wirtualność wraz ze wszystkimi swymi technologiami budzi dziś prawdziwą fascynację. Jeśli stanowi ona metodę zniknięcia, jej wytworzenie jest wynikiem pewnej decyzji – niepojętej, choć dobrowolnej – podjętej przez sam gatunek, decyzji o sklonowaniu ciała i dóbr w innym świecie, o samozagładzie ludzkości jako gatunku w sensie ścisłym i przeobrażeniu

rzeczywistości językowej i generowania nowych jakości komunikacyjno-językowych<sup>6</sup>. Swoje refleksje naukowe nad rzeczywistością wirtualną ujawnił Piotr Sitarski w lekko kpiarskim, a jednocześnie autoironicznym tonie:

Aktualność nie powinna być [...] tamą dla rozważań, choć z pewnością ich nie ułatwia. W końcu, jak zauważył Dilthey, „wypada czekać końca historii, by ogarnąć materiał w jego całości”; tyle zaś czasu nie mam (Sitarski 2002: 7).

Polskie badania nad komunikacją werbalną (ta formuła badawcza jest szersza niż refleksja skupiona wyłącznie na aspektach językowych) w Internecie<sup>7</sup>, a zarazem środowisku komunikacyjnym<sup>8</sup>, prowadzone są od czasu, gdy zaczął on być w Polsce powszechnie dostępny, czyli od przełomu XX i XXI w.<sup>9</sup>. Koncentrują się wokół następujących zagadnień i problemów poznawczo-badawczych (choć to oczywiście niepełny zestaw): model komunikacji w Internecie, zróżnicowanie typologiczne komunikatów w Internecie<sup>10</sup>, status ontologiczny języka

- 
- w gatunek całkowicie sztuczny, skuteczniejszy i lepiej nadających się do operacjonalizacji właściwościach. Czy to jest właśnie stawką w tej grze?” (Baudrillard 2008: 40).
- <sup>6</sup> „[P]ojęcie nowych mediów odsyła do szerszych procesów społecznej i kulturowej zmiany, w ramach której pojawienie się nowych praktyk angażujących nowe technologie ma konsekwencje szersze niż tylko bezpośrednie. W tym sensie jest to nie tyle raport o nowych mediach, ile raport, w którym podążając za problemami, konfliktami czy szansami związanymi z nowymi mediami, staramy się zrekonstruować ogólniejsze kulturowe wymiary współczesnego życia w zremediowanym przez cyfrowe media świecie” (Filiciak, Danielewicz, Halawa, Mazurek, Nowotny 2010: 7).
- <sup>7</sup> Poza opracowaniem monograficznym: Grzenia 2006, zob. też artykuły stanowiące przegląd badań: Loewe 2006, Wojciechowska 2002 oraz Żydek-Bednarczuk 2013a (zob. też Rejter 2009). Język w Internecie stanowi część dyskursu medialnego (zob. Żydek-Bednarczuk 2013b oraz Skowronek 2013).
- <sup>8</sup> Komunikacja internetowa jest definiowana jako każdy rodzaj dokonywanych przez ludzi symbolicznych interakcji, wykorzystujący technologie cyfrowe. „W kontekście przekazu cyfrowego można uznać, że na związki międzyludzkie i na społeczeństwo wpływają podstawowe cechy mediów: bogactwo i otwartość. Bogactwo mediów określa stopień, w jakim medium odtwarza albo przedstawia całą informację dostępną w oryginalnej wiadomości. Otwartość to zakres, w jakim wiadomości są publiczne w danym środku porozumiewania się. Zakres, w jakim te czynniki wpływają na naszą kompetencje, zależy także od motywacji, wiedzy i umiejętności dotyczących mediów komunikacyjnych, kontekstu, w którym zachodzi komunikacja oraz natury samej wiadomości” (Morreale, Spitzberg, Barge 2007: 265).
- <sup>9</sup> O początkach Internetu w Polsce zob. <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/wydarzenia/2011/40/prawdziwy-początek-internetu-w-polsce---nieznany-fakt.aspx> (dostęp: 2 sierpnia 2015).
- <sup>10</sup> Por. m.in. zastrzeżenia Włodzimierza Gruszczyńskiego: „Uściślenia wymaga [...] to, co rozumie się przez Internet. Chodzi oczywiście o komunikowanie się za pomocą międzynarodowej sieci komputerowej. Ale trzeba pamiętać, że w jej obrębie istnieje bardzo wiele różnych sposobów przekazywania (wymiany) informacji, a niemal dla każdego z nich

w Internecie (na obecnym etapie rozwoju można mówić o jego hybrydalności: jest to język łączący dotychczas właściwości biegunowo traktowanych języka pisanego i języka mówionego), pojęcie tekstu i hipertekstu, mapa genologiczna języka w Internecie (repertuar gatunków i ich opisy), charakterystyka właściwości poszczególnych podsystemów językowych w wypowiedziach sieciowych, netykieta, wykorzystanie różnych kodów w konstruowaniu tekstu mającego funkcjonować w Internecie (w niektórych gatunkach), zwłaszcza koncentracja na emotikonach jako ekwiwalentach wielokodowości tekstu mówionego powstałego w warunkach komunikacji typu *face to face*, ekonomizacja językowa, specyficzność ortograficzno-interpunkcyjna tekstu internetowego (błędy czy nowa konwencja?), błędy w tekstach internetowych, a może raczej odstępstwa od dotychczasowych norm i rodzaj gry językowej oraz ich potencjalne konsekwencje dla stanu polszczyzny, implikacje języka internetowego i zwyczajów komunikacyjnych z przestrzeni wirtualnej dla języka i komunikacji IRL (*in real life*)<sup>11</sup>.

Ogrom „galaktyki języka”<sup>12</sup> w Internecie, typów tekstowych, zróżnicowanie kategorii użytkownika to kilka z przyczyn, dla których trudno – na dotych-

---

charakterystyczna jest inna odmiana języka. Wystarczy wymienić przykładowo komunikaty czy przekazy takie, jak:

- strony (witryny) internetowe (prywatne lub należące do firm),
- książki w postaci elektronicznej (tzw. *e-book*),
- czasopisma i gazety elektroniczne (czasem będące odpowiednikami czasopism wydawanych tradycyjnie), w tym elektroniczne (*fan*)ziny,
- serwisy informacyjne (w tym serwisy online),
- komentarze użytkowników takich serwisów (por. np. możliwość umieszczania takich komentarzy w serwisie portalu [www.onet.pl](http://www.onet.pl)),
- przekazy radiowe i telewizyjne za pośrednictwem Internetu,
- listy elektroniczne (*e-listy*, *emaile* czy *e-mail*),
- głosy w tzw. listach dyskusyjnych (mające często formę bardzo zbliżoną albo do listu elektronicznego, albo do wypowiedzi w wirtualnych pogawędkach),
- głosy w tzw. wirtualnych (elektronicznych?) pogawędkach (*chat*, *chaty*) prowadzonych albo w różnych «pokojach» i «alkowach» wirtualnych kawiarenek otwieranych przez niektórych administratorów dużych portali [...], albo «na różnych kanałach» za pomocą programu IRC (tzw. ircowanie), albo wreszcie na tzw. Icku, czyli ICQ” (Gruszczynski 2001: 184–185).

Nie ma tu, ze względów oczywistych, blogów, których popularność w sieci wybuchła już po napisaniu cytowanego artykułu (zob. np. raport o stanie polskiej blogosfery w 2014 r. <http://zblogowani.pl/raport/2014/blogosfera2014.pdf> – dostęp: 2 sierpnia 2015).

<sup>11</sup> Szeroką charakterystykę dyskursu internetowego przedstawili Urszula Żydek-Bednarczuk (Żydek-Bednarczuk 2013a) i Bogusław Skowronek (Skowronek 2013).

<sup>12</sup> To określenie Joanny Wryczy (Wrycza 2008) stanowi intertekstowe nawiązanie do prac Marshalla McLuhana (*The Gutenberg galaxy*, 1962, zob. McLuhan 2001) i Manuela Castellsa (Castells 2003).

czasowym etapie badań – wskazać wyznaczniki języka, tekstu czy dyskursu internetowego. Podzielam natomiast opinię Bogusława Skowronka, że:

**Takie działania warto jednak podejmować** – choć trzeba mieć świadomość, iż to ledwie przyczynki do całościowego opisu (**zresztą chyba niemożliwego do osiągnięcia**) (Skowronek 2013: 236, wyróżnienie – M.K.).

## Co to są media?

Refleksja nad językiem w mediach prowokuje – rzecz jasna – pytanie podstawowe: co to są media?

Łacińskie słowo *medium* obejmuje swoim znaczeniem środowisko, w którym dokonuje się akt percepcji. Współcześnie przez media rozumie się zarówno media masowe (pojęcie używane jest tradycyjnie dla określenia prasy, radia i telewizji oraz filmu), jak i media telekomunikacyjne (telefony, Internet) oraz multimedia (CD-ROM-y, wszelkie odmiany wideo, rzeczywistość wirtualna). To one – jako swoista całość – stanowią mediasferę [...] współczesnego człowieka, na wszystkich etapach jego rozwoju (Goban-Klas 2011).

W dzisiejszej teorii medioznawczej jako media określa się materiały, właściwości fizyczne, technologie, funkcje społeczne<sup>13</sup>. Dla przeciętnego współczesnego użytkownika języka<sup>14</sup> słowo to stanowi hiperonim dla środków przekazu publicznego szeroko upowszechnianych treści. Obejmuje zatem jako hiponimy: prasę, radio, telewizję i Internet oraz „nowe media”, uporządkowane według chronologicznej skali ich pojawienia się w historii człowieka (Briggs, Burke 2010). Nie ma jednoznacznej i powszechnie przyjętej definicji nowych mediów. Pod pojęciem „nowe media” rozumie się obecnie te media, których zaplecze opiera się na digitalizacji, miniaturyzacji, kompresji danych, sieci i konwergencji. To definicja bardzo ogólna (szerzej zob. Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly 2009).

Społeczne funkcje mediów polegają na tym, że media (media masowe) stanowią ważny i stale rozwijający się sektor życia zbiorowego, są jednym z instrumentów władzy społecznej, pełnią funkcję forum, na którym są publicznie pre-

<sup>13</sup> Takie „zamieszanie” semantyczne, wieloznaczność słowa, wielość użyć leksemu w różnych naukach, w różnych paradygmatach naukowych Dieter Mersch wyjaśnił „zagmatwaną historią tego pojęcia, dużo starszą niż same teorie, które się nimi posługują” (Mersch 2010: 10).

<sup>14</sup> Podkreślić trzeba tu współczesność uzusu, bo w XIX w. jako *medium* określano osobę obdarzoną zdolnością porozumiewania się z istotami z zaświatów.

zentowane i dyskutowane sprawy powszechne, stymulują rozwój kultury. Wreszcie też – szczególnie współcześnie – media masowe przejęły „rząd dusz”, stając się dominującym źródłem kształtowania wyobraźni szerokich mas odbiorców, ich języka, zwyczajów językowokomunikacyjnych, stosunku do języka.

Szeroką definicję medium przedstawił Neil Postman (Postman 2002), traktując je jako społeczne i intelektualne środowisko wytworzone przez maszynę. Internet – niegdyś środek komunikacji dla wtajemniczonych/wybranych, tajemniczy, niebezpieczny, staje się środowiskiem bycia dla **wszystkich**.

Internet różni się od mediów wcześniejszych – jednokierunkowych. Nie jest „całością jednorodną”. Materialnie konstytuuje go „mnóstwo połączonych ze sobą komputerów, routerów, kabli i innych urządzeń; sama przestrzeń Internetu jest jednak niematerialna, wirtualna. W ramach Internetu mamy do czynienia z różnymi narzędziami (serwisy www, e-mail, FTP, komunikatory internetowe i inne). Ponadto Internet oferuje swym użytkownikom interaktywność, błyskawiczność przekazu informacji, globalny zasięg i multimedialność. To sprawia, że mamy tu do czynienia nie tyle z medium (środkiem masowego przekazu) w tradycyjnym rozumieniu – co z zupełnie nowym zjawiskiem, określanym mianem cyberprzestrzeni” (Adamski 2010: 249–250). W opinii Karola Dobrzeńckiego (2004: 10) można ją zdefiniować jako „niematerialną emanację Internetu, nową przestrzeń, w której (w specyficzny sposób) toczy się życie społeczne”.

Trwa dyskusja, czy Internet uznać za środek masowego przekazu analogiczny do poprzedników? Nie. Stąd pada propozycja, by traktować go jako **metamedium**:

Ponieważ zawiera, a przynajmniej umożliwia tworzenie mediów o praktycznie dowolnych własnościach. Dostarcza i tworzy radio, telewizję, gazetę, pozwala komunikować się z innymi ludźmi w czasie rzeczywistym i asynchronicznie, zaś komunikacja ta może przybierać właściwie dowolną formę [...]. Internet zatem to więcej niż tylko medium – globalną sieć można traktować jako nową przestrzeń społeczną, której najistotniejszym społecznym aspektem i celem wykorzystania jest komunikacja (Batorski 2005: 40–41).

Staje się on środowiskiem komunikacyjnym, w którym mogą funkcjonować zarówno sposoby komunikacji indywidualnej, jak i środki komunikowania masowego (zob. Castells 2013). Środowiskiem pełnym paradoksów: przestrzenią komunikowania i komunikowania się, źródłem informacji na dowolny temat, globalną biblioteką, galerią sztuki, a także „wielkim śmietnikiem” (Adamski 2010).

Dwa ujęcia Internetu: medium (megamedium/metamedium) i środowisko, wzajemnie się nie wykluczają, różnie natomiast profilują spojrzenie na Internet.

## „Nowe media”

Pojęcie „nowych mediów” jest czytelnym odniesieniem do „starych” publikatorów, takich jak drukowane gazety czy czasopisma, których tworzywem jest linearny tekst i grafika (zob. Szpunar 2008). „Nowe media” natomiast to przede wszystkim środki, które w procesie komunikacji wykorzystują elektronikę (układy scalone i cyfrowe, kodowanie sygnału do utrwalania i transmisji informacji) (Goban-Klas 1999: 290), a zatem – jak trafnie ujęła to Małgorzata Laskowska – są to „nowe formy, nowe jakości i nowe możliwości w przekazie medialnym” (Laskowska 2011: 97). Za sztandarową egzemplifikację nowych mediów uznaje się Internet – ze względu na jego specyficzne właściwości komunikacyjne. To także m.in. komputer, telefax, telefon komórkowy.

Na nowe media nie patrzymy jednak wyłącznie przez pryzmat techniczny, dostrzegamy bowiem, jak bardzo się one zmieniły i jaki miały wpływ na współczesny świat. Nowoczesne publikatory zrewolucjonizowały społeczeństwo, kulturę, komunikację, język, zachowania i zwyczaje językookomunikacyjne – wykształciła się nowa odmiana językowa: odmiana medialna. Przekształciły się dotychczasowe modele komunikacji w wymiarze społecznym: odbiorca staje się „twórcą/wytwórcą” albo – jak chciałby Paul Levinson – „konsumentem/producentem”<sup>15</sup>. Małgorzata Gruchoła uznała, że „nowoczesne środki komunikowania i informacji zmieniły perspektywy życiowe ich użytkowników, wpłynęły na kondycję fizyczną człowieka, zmieniły jego styl życia, oddziałują zarówno na wartościowanie przekazów medialnych, jak i na wartości mediów” (Gruchoła 2014: 44). Tak więc media z jednej strony umożliwiają integrację ludzi, sprawiają, że życie staje się łatwiejsze, wygodniejsze, z drugiej zaś tworzą „barierę oddzielającą człowieka od innych ludzi” albo stają się „namiastką bezpośrednich relacji międzyludzkich” (Gruchoła 2014: 44).

Określenie „nowe media” wydało się medioznawcom niewystarczające, skłoniło do sformułowania kolejnego określenia: „nowe nowe media”. Należą do nich m.in. YouTube, Digg, Facebook, Twitter czy MySpace. To rzeczywiście nowe rozwiązania internetowe, nowe serwisy społecznościowe czy nowe blogi, niemniej jednak medium, przez które przekazywane są zawarte tam treści – Internet, pozostaje to samo.

<sup>15</sup> Paul Levinson pisał: „*Nowe nowe media* zrównoważyły konsumentów i producentów – teraz każdy może tworzyć własny przekaz i każdy może korzystać z milionów propozycji przedstawianych przez innych użytkowników sieci” (Levinson 2010: 15).

## Komunikacja językowa w Internecie

Internet, a zwłaszcza jego forma zwana powszechnie Web.2.0, to medium komunikacyjne<sup>16</sup> i przestrzeń społeczna, w którym rola języka pozostaje ważna – to ciągle jest logosfera, którą poddają badaniom, refleksji i interpretacji językoznawcy (Suska 2005, 2010, 2011; Loewe 2006; Górska-Olesińska 2009).

Stanisław Gajda nazwał przestrzeń medialną oceanem: media to „istny ocean bardzo różnorodnych dyskursów (wydarzeń komunikacyjnych)” (Gajda 2000: 24), zaś Marshall McLuhan i Manuel Castells mówili o nim jako o galaktyce.

Jan Grzenia uwrażliwił badaczy, że „pisząc o języku Internetu, musimy najpierw zauważyć, iż – mimo zasadniczo pisanej formy – jest on wysoce zróżnicowany, bardziej niż wszelkie odmiany pisane znane dotąd. Różnicowanie to jest wynikiem wielkiej różnorodności typów internetowej komunikacji” (Grzenia 2004: 22).

Jak więc opisać język w Internecie? Jak ogarnąć ogrom tekstów *sensu largo* i *sensu stricto*, manifestujący się zarówno w wymiarze liczbowym, jak i jakościowym?

Jednym z rozwiązań może być przyjęcie perspektywy typologicznej. Jej zręby widać w propozycji Jana Grzenia z pierwszej polskiej pracy dotyczącej komunikowania językowego w Internecie (Grzenia 2006), w której autor wskazał trzy typy komunikowania w komunikacyjnym środowisku wirtualnym, determinujące i wspierające strategie językowe. Są to:

- typ konwersacyjny, charakterystyczny dla czatów i grup konwersacyjnych (Grzenia 2006: 43; także Górska-Olesińska 2009: 33–39),
- typ korespondencyjny, związany głównie z pocztą elektroniczną (e-mail), grupami i listami dyskusyjnymi,
- typ hipertekstowy, dla którego reprezentatywnym środowiskiem są strony www.

Dodajmy do tej propozycji komentarz: to ustalenia odnoszące się do Internetu funkcjonującego do początku XXI stulecia. Zaistnienie filozofii Web 2.0, jak również rozwój IT i szerzenie się kultury konwergencji<sup>17</sup> zasadniejszym czyni inny podział działań tekstowych w przestrzeni wirtualnej – przy szerokim traktowaniu pojęcia tekst (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2014).

<sup>16</sup> W opinii Jana Grzenia Internet jest jedynym medium mającym charakter narzędzia komunikacji, ponieważ inne media są jedynie środkami przekazu (Grzenia 2004: 27).

<sup>17</sup> Konwergencja to „przepływ treści poprzez wielość medialnych platform, współpraca pomiędzy różnymi przemysłami medialnymi i zachowania migracyjne publiczności medialnej, która pójdzie niemal wszędzie w poszukiwaniu rodzajów doświadczeń rozrywkowych, jakich chce” (Jenkins 2007: 9).



Nowsza propozycja wnosi podział na teksty interaktywne (dynamiczne) i nieinteraktywne (statyczne), wprowadzona na potrzeby Narodowego Korpusu Języka Polskiego. Marcin Zabawa tak wyjaśnił istotę tego podziału:

[P]od pojęciem *tekstów statycznych (nieinteraktywnych)* są rozumiane teksty zamieszczone w Internecie, które internauta może jedynie przeglądać i czytać, natomiast nie może w żaden sposób modyfikować ich zawartości, zaś *teksty dynamiczne (interaktywne)* to teksty zamieszczone na takich stronach internetowych, gdzie użytkownik może zmieniać ich zawartość, najczęściej poprzez dopisywanie własnych uwag i przemyśleń komentujących tekst właściwy albo będących odpowiedziami na komentarze innych (Zabawa 2012: 228).

W badawczej eksploracji Internetu owocny może się okazać porządek geneologiczny – typologia gatunkowa jego tekstów wsparta solidnymi badaniami nad wskazanymi przez Marię Wojtak aspektami: strukturalnym, pragmatycznym, poznawczym, stylistycznym (Wojtak 2004).

## Refleksja metodologiczna

Zainteresowaniu językiem w Internecie towarzyszy zatem refleksja metodologiczna, poszukująca odpowiedzi na pytanie: co badać? i jak badać?<sup>18</sup>.

Komunikacja nowomedierna (Manovich 2006) stawia przed badaczami nowe problemy teoretyczne, oznacza też wielkie wyzwanie stojące przed nauką w ogóle, dyscyplinami zajmującymi się komunikacją, w tym językiem<sup>19</sup>.

Podstawową przeszkodą są trudności teoretyczne (pojęciowo-terminologiczne, brak odpowiednich kategorii analitycznych, kłopoty z typologizacją) oraz praktyczne (brak wypracowanych modeli opisu i wyjaśniania). Na ile tradycyjne kategorie lingwistyczne oraz nowsze wprowadzane przez dominujące obecnie paradygmaty (np. kognitywizm) mogą być użyteczne w badaniach komunikacji komputerowej? Jakie zupełnie nowe kategorie są niezbędne? (Gajda 2010: 29)<sup>20</sup>.

Stanisław Gajda odpowiedział na zadane przez siebie pytania, uznając, że w badaniach nad e-komunikacją, e-dyskursem, e-stylem czy e-językiem jest

<sup>18</sup> Wiele inspiracji dla przyszłych badaczy zawiera monografia: Skowronek 2013.

<sup>19</sup> Szerzej pisał o tym Bogusław Skowronek (Skowronek 2013: 234–237).

<sup>20</sup> Bogusław Skowronek, autor projektu: mediolingwistyka, w metodologii kognitywistycznej widział wielki potencjał dla tej dyscypliny (Skowronek 2013).

możliwe wykorzystanie dotychczasowych pojęć i instrumentarium komunikologicznych, dyskursologicznych, lingwistycznych, stylistycznych, genologicznych, które mogą wymagać modyfikacji, ale także niezbędne jest stworzenie nowych kategorii dostosowanych do nowej rzeczywistości komunikacyjnej i językowej. Postuluje więc wypracowanie nowej teorii semiozy, „która potrafiłaby uporać się z konwergencją techniczną i kulturową, a także z integracją różnych sposobów reprezentacji (werbalnej i niewerbalnej) na etapie produkcji i recepcji” (Gajda 2010: 30).

W kontekście rozważań nad kulturą języka w Internecie Urszula Żydek-Bednarczuk postawiła ważny problem, a jednocześnie intelektualne zadanie przed badaczem: (z)rozumienia istoty komunikacji w sieci, która nie istnieje „sama w sobie i dla siebie” i w izolacji od samego przekaźnika oraz właściwości kultury typu elektronicznego: „Najpierw trzeba zrozumieć sens medium, jego funkcje, a potem przymierzać stare zasady do nowoczesności i młodości” (Żydek-Bednarczuk 2007: 30). Stoi to w zgodzie z ogólną propozycją metodologiczną Stanisława Gajdy wobec lingwistyki zajmującej się złożonymi relacjami kultura–język:

A zatem punktem wyjścia powinna stać się refleksja nad tym, co dzieje się w świecie ludzkim. Potem następuje rozważenie tego, co obserwuje się w języku oraz analiza wzajemnych oddziaływań. To zaś może skłaniać do zastanowienia się nad tym, dokąd zmierzamy oraz czy można i do jakiego stopnia sterować procesami rozwoju świata i języka (Gajda 2007: 14).

Dane przedstawiające kontekst języka i użycia go w Internecie są ważne jako stanowiące środowisko i nowy kontekst życiowy powstawania nowego języka i nowych zwyczajów językowych.

W nowej sytuacji poznawczej pożądane stają się nowatorskie i innowacyjne propozycje teoretyczne i metodologiczne, które odpowiadałyby na potrzeby refleksji nad nowymi mediami, nową epoką w dziejach komunikacji ludzkiej. Takie idee wprowadził projekt Bogusława Skowronka ukonstytuowania się w Polsce subdyscypliny lingwistyki integralnej – mediolingwistyki<sup>21</sup> (Skowronek 2013). Jak pisał autor:

Sądzę, iż sytuacja współczesnej kultury, status medioznawstwa i lingwistyki dojrzały do tego, aby w kontekście związków poszczególnych technologii medialnych

<sup>21</sup> Badania o takiej orientacji teoretyczno-metodologicznej są już prowadzone systemowo w świecie, zob. np. <http://medialing.spbu.ru/index/> (dostęp: 2 sierpnia 2015).

i charakterystycznych dlań zjawisk językowo-komunikacyjnych odpowiedzieć sobie na zasadnicze pytania: czy można zbudować wspólną płaszczyznę badawczą, która stanowiłaby teoretyczne i metodologiczne zaplecze dla analiz rozmaitych (czasem bardzo odmiennych formalnie) zjawisk językowych, charakterystycznych dla poszczególnych technologii medialnych oraz czy fakt istotnego wpływu mediów na tworzenie ujęzykowionych konceptualizacji rzeczywistości współczesna lingwistyka w pełni uwzględniła? (Skowronek 2014).

Dotychczasowe lingwistyczne zainteresowanie językiem w Internecie mocno czerpało inspiracje z dokonań lingwistyki kulturowej i kognitywnej, zgodnie z ich postulatami łącząc wiedzę lingwistyczną z kontekstami pozajęzykowymi i przemyśleniami mieszczącymi się w ramach licznych dyscyplin naukowych zorientowanych na *homo communicans* (Filipiak 2004). Owocna wydaje się perspektywa dyskursowa, jak bowiem zauważyła Urszula Żydek-Bednarczuk w kontekście badań dyskursologicznych zorientowanych językowo:

W przypadku Internetu występuje dyskurs internetowy/elektroniczny, w którym badanie zależności poszczególnych elementów nie może obejść się bez nakreślenia szerszego kontekstu, dotyczącego uwarunkowań technicznych, jak i sytuacji interlokutorów: ich tożsamości, anonimowości, relacji w grupie, kompetencji medialnych (Żydek-Bednarczuk 2013a: 348).

## Bibliografia

1. Adamski Andrzej, 2010, *Internet – medium, prasa czy środowisko komunikacyjne?*, „Zeszyty Prawnicze UKSW” ([http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/311/zeszyty\\_prawnicze\\_uksw\\_10\\_1\\_aa.pdf?sequence=1](http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/311/zeszyty_prawnicze_uksw_10_1_aa.pdf?sequence=1)).
2. Bajerowa Irena, 1980, *Wpływ techniki na ewolucję języka polskiego*, Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
3. Bartmiński Jerzy, Niebrzegowska-Bartmińska Stanisława, 2014, *Tekstologia*, Warszawa: PWN.
4. Batorski Dominik, 2005, *Internet w Polsce. Niektóre aspekty korzystania z nowych mediów*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (22), s. 39–57.
5. Baudrillard Jean, 2008, *Słowa klucze*, tłum. Sławomir Królak, Warszawa: Sic!
6. Briggs Asa, Burke Peter, 2010, *Spółeczna historia mediów: od Gutenberga do Internetu*, tłum. Jakub Jedliński, Warszawa: PWN.
7. Castells Manuel, 2003, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. Tomasz Hornowski, Poznań: Rebis.

8. Castells Manuel, 2013, *Władza komunikacji*, tłum. Jakub Jedliński, Paweł Tomanek, Warszawa: PWN.
9. Debray Régis, 2010, *Wprowadzenie do mediologii*, tłum. Alina Kapciak, Warszawa: Oficyna Naukowa.
10. Dobrzyński Karol, 2004, *Prawo a etos cyberprzestrzeni*, Toruń: Wyd. Adam Marszałek.
11. Eco Umberto, 1993, *Zapiski na pudełku od zapatek*, tłum. Adam Szymanowski, Poznań: Historia i Sztuka.
12. Filiciak Mirosław, Danielewicz Michał, Halawa Mateusz, Mazurek Paweł, Nowotny Agata, 2010, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną *Młodzi i media: nowe media a uczestnictwo w kulturze*. Warszawa: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej (<http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>).
13. Filipiak Marian, 2004, *Homo communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Lublin: Wyd. UMCS.
14. Gajda Stanisław, 2000, *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*, [w:] *Język w mediach masowych*, Jerzy Bralczyk, Katarzyna Mosiołek-Kłosińska (red.), Warszawa: Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, s. 19–27.
15. Gajda Stanisław, 2010, *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, Barbara Bogolewska, Monika Worsowicz (red.), Łódź: Wyd. UŁ, s. 25–31.
16. Goban-Klas Tomasz, 1999, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków: PWN.
17. Goban-Klas Tomasz, 2011, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Kraków: Universitas.
18. Górka-Olesińska Monika, 2009, *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole: Wyd. UO.
19. Gruchoła Małgorzata, 2014, *Od Pokolenia X do Pokolenia Alpha – wartości mediów*, [w:] *Wartości mediów*, t. 2, Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (red.), Lublin: UMCS, s. 31–48.
20. Gruszczynski Włodzimierz, 2001, *Czy normy językowe obowiązują w Internecie?*, [w:] *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, Jerzy Bralczyk, Katarzyna Mosiołek-Kłosińska (red.), Warszawa: Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN, s. 183–190.
21. Grzenia Jan, 2004, *Strona WWW jako forma dialogowa*, [w:] *Dialog a nowe media*, Małgorzata Kita, Jan Grzenia (red.), Katowice: Wyd. UŚ, s. 22–31.
22. Grzenia Jan, 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa: PWN.
23. Jenkins Henry, 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
24. Laskowska Małgorzata, 2011, *Nowe media – nowa etyka?*, [w:] *Nowe media, ale czy stare problemy?*, Jolanta Hajdasz (red.), Poznań: Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych, s. 97–116.

25. Levinson Paul, 2006, *Telefon komórkowy. Jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji*, tłum. Hanna Jankowska, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza.
26. Levinson Paul, 2010, *Nowe nowe media*, tłum. Maria Zawadzka, Kraków: WAM.
27. Lister Martin, Dovey Jon, Giddings Seth, Grant Iain, Kelly Kieran, 2009, *Nowe media. Wprowadzenie*, tłum. Marta Lorek, Agata Sadza, Katarzyna Sawicka, Kraków: Wyd. UJ.
28. Loewe Iwona, 2006, *Internet i jego zasoby w polskich badaniach lingwistycznych. Rekonesans*, „Biuletyn PTJ”, LXII, s. 93–103.
29. Manovich Lev, 2006, *Język nowych mediów*, tłum. Piotr Cypryański, Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
30. McLuhan Marshall, 2001, *Galaktyka Gutenberga*, [w:] *McLuhan. Wybór tekstów*, Eric McLuhan, Frank Zignore (red.), tłum. Ewa Różalska, Jacek M. Stokłosa, Poznań: Zysk i S-ka, s. 136–208.
31. Mersch Dieter, 2010, *Teorie mediów*, tłum. Ewa Krauss, Warszawa: Sic!
32. Morreale Sherwyn P., Spitzberg Brian H., Barge Kevin J., 2007, *Komunikacja między ludźmi: motywacja, wiedza i umiejętności*, Urszula Teresa Jakubowska (red.), tłum. Paweł Izdebski, Aleksandra Jaworska, Danuta Kobylińska, Warszawa: PWN.
33. Rejter Artur, 2009, *Lingwistyczna refleksja nad komunikacją internetową – perspektywa historyczna*, [w:] *Tekst (w) sieci*, t. 1: *Tekst. Język. Gatunki*, Danuta Ulicka (red.), Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne, s. 111–120.
34. Sitarski Piotr, 2002, *Rozmowa z cyfrowym cieniem: model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków: Rabid.
35. Skowronek Bogusław, 2013, *Mediolingwistyka*, Kraków: Wyd. UP.
36. Skowronek Bogusław, 2014, *Mediolingwistyka. Teoria. Metodologia. Idea*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 2 (14), s. 15–26.
37. Strawińska Anetta Bogusława, Bogusław Skowronek, 2013, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków, s. 286 ([http://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/2889/1/BAJ\\_14\\_Strawinska\\_%5Brecenzja%5D.pdf](http://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/2889/1/BAJ_14_Strawinska_%5Brecenzja%5D.pdf)).
38. Suska Dorota, 2005, *Logosfera w Sieci – pragmatyka, aksjologia, stylistyka (przyczynek do opisu polszczyzny nowych mediów)*, [w:] *U progu wielkiej zmiany. Media w kulturze i cywilizacji XXI wieku. Nurty – kategorie – idee*, Marek Sokołowski (red.), Olsztyn: Kastalia, s. 425–439.
39. Suska Dorota, 2010, „Czytanie” tekstów internetowych. *Lingwistyczno-kulturowe perspektywy badawcze (wybrane problemy)*, [w:] *Nowe media. Nowe interpretacje*, Marek Sokołowski (red.), Warszawa: Wyd. Wyższej Szkoły Pedagogicznej TWP, s. 72–88.
40. Suska Dorota, 2011, *Perspektywy badań nad dyskursem internetowym (wybrane problemy)*, [w:] *Dyskursy trzeciego tysiąclecia*, Ewa Pajewska (red.), Szczecin: Volu-mina.pl Daniel Krzanowski, s. 131–142.

41. Szpunar Małgorzata, 2008, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, z. 4 ([http://www.magdalenaszpunar.com/\\_publikacje/2008/czym\\_sa\\_nowe\\_media.pdf](http://www.magdalenaszpunar.com/_publikacje/2008/czym_sa_nowe_media.pdf)).
42. Szpunar Małgorzata, 2013, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa: Wyd. IFiS PAN.
43. Wojciechowska Anna, 2002, *Komunikacja językowa w Internecie. Próba rozpoznania problematyki*, [w:] *Zielonogórskie seminaria polonistyczne 2001*, Stanisław Borawski S., Jan Brzeziński (red.), Zielona Góra: Wyd. UZ, s. 479–487.
44. Wojtak Maria, 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin: Wyd. UMCS.
45. Wrycza Joanna, 2008, *Galaktyka języka Internetu*, Gdynia: Novae Res – Wydawnictwo Innowacyjne.
46. Zabawa Marcin, 2012, *Przemiany współczesnej polszczyzny w mediach elektronicznych: internacjonalizacja znaczeń polskich wyrazów (na przykładzie słów zaczerpniętych z sieci Internet)*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, Małgorzata Kita, Magdalena Ślaska (red.), Katowice: Wyd. UŚ, s. 225–237.
47. Żydek-Bednarczuk Urszula, 2007, *Społeczeństwo informacyjne a problemy normy językowej*, „Poradnik Językowy”, z. 10, s. 23–33.
48. Żydek-Bednarczuk Urszula, 2013a, *Dyskurs internetowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, Ewa Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk (red.), Kraków: Universitas, s. 347–379.
49. Żydek-Bednarczuk Urszula, 2013b, *Dyskurs medialny*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, Ewa Malinowska, Jolanta Nocoń, Urszula Żydek-Bednarczuk (red.), Kraków: Universitas, s. 179–197.

**Summary:** This article constitutes an opinion in the discussion concerning the new media, represented by the Internet, understood also as communication circle, ways and possibilities of analysis of the language used by producers. The author proposes a promising discourse-genologic perspective.

**Key words:** Internet, mediolinguistics, methodology of language studies in the Internet