



UNIWERSYTET RZESZOWSKI
WYDZIAŁ FILOLOGICZNY
JĘZYKOZNAWSTWO

JUSTYNA MAJCHROWSKA

ANALIZA STRUKTURALNO-JĘZYKOWA
WYBRANYCH PORTALI INTERNETOWYCH.
STUDIUM PORÓWNAWCZE

Praca doktorska napisana pod kierunkiem naukowym
dr hab. Grażyny Filip, prof. UR

Rzeszów 2019

Serdecznie dziękuję

*Pani Profesor Grażynie Filip
za wszechstronną pomoc, cenne rady merytoryczne i redakcyjne,
okazaną życzliwość, a także za cały poświęcony czas.*

*Mężowi, Rodzinie i Przyjaciółom
za wiarę we mnie oraz okazywaną wyrozumiałość i cierpliwość.*

Spis treści

Wstęp	6
I. INTERNET JAKO MEDIUM	11
1. CHARAKTERYSTYKA INTERNETU	11
1.1. Internet i jego definicje	11
1.2. Historia internetu od 1957 roku	14
1.2.1. Microsoft, Apple, Google i Yahoo!	17
1.3. Historia internetu w Polsce	20
1.4. Przestrzeń komunikacyjna w globalnej sieci	22
1.5. Internet jako kanał przekazu a wcześniejsze formy komunikacji na odległość..	24
1.6. Oralność wtórna XXI wieku	29
1.7. PODSUMOWANIE	31
II. SPECYFIKA KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ.....	33
1. CHARAKTERYSTYKA KOMUNIKACJI MIĘDZYLUDZKIEJ	33
1.1. Leksykalne znaczenie pojęć – <i>informacja i komunikat</i>	33
1.2. Komunikacja i komunikowanie się w społeczeństwie.....	35
1.3. Podstawowy schemat komunikacji językowej.....	36
1.4. Istota i funkcje komunikowania masowego w odniesieniu do internetu	39
2. WŁAŚCIWOŚCI KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ	40
2.1. Computer-Mediated-Communication (CMC) warunkiem istnienia porozumiewania w cyberprzestrzeni.....	40
2.2. Komunikacja marketingowa jako asumpt komunikacyjny w portalu internetowym	42
2.3. Kontekst komunikacyjny a schemat Sebastiana Przybyszewskiego.....	44
2.4. Przekaz internetowy i jego typy.....	46
2.5. Determinanty komunikacji w internecie	47
2.6. Dyskurs medialny a dyskurs internetowy	50
3. PODSUMOWANIE	55
III. WSPÓŁCZESNA GENOLOGIA JĘZYKOZNAWCZA I POLE GATUNKOWE PORTALU INTERNETOWEGO.....	57
1. GENOLOGICZNA ANALIZA TEKSTU - PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA I PROBLEMY	57
1.1. Genologia lingwistyczna i jej geneza.....	57
1.2. Teoria aktów mowy w ujęciu Anny Wierzbickiej	59
1.3. Teoria aktów mowy w ujęciu Johna Austina	60
1.3.1. Akty performatywne i konstatacje.....	61
1.4. Moc aktów mowy – nowa teoria Johna Austina	62
1.5. Klasyfikacja aktów mowy według Johna Searle’a	62
1.6. Teoria implikatur konwersacyjnych.....	63
2. GENOLOGICZNA PERSPEKTYWA BADAWCZA	65

2.1.	Genologiczna analiza tekstu Marii Wojtak.....	65
2.2.	Gatunek i jego determinanty	66
2.3.	Wzorzec kanoniczny i jego modyfikacje	69
2.4.	Gatunek internetowy	69
3.	PORTAL INTERNETOWY – PRYMARNY GATUNEK INTERNETOWY.....	73
3.1.	Definicja portalu i wortalu internetowego	73
3.2.	Portal internetowy i jego gatunkowość.....	76
4.	PODSUMOWANIE	78

IV. WYKŁADNIKI STRUKTURALNE ZNAMIONUJĄCE PODOBIENSTWO GATUNKOWE PORTALI INTERNETOWYCH O ODMIENNEJ TEMATYCE

		80
1.	PORTAL INTERNETOWY I JEGO REALIZACJE	80
1.1.	Nazwa portalu a wyznacznik gatunkowy.....	81
1.1.1.	PCLab.pl	83
1.1.2.	Pudelek.pl	83
1.1.3.	Gotujmy.pl.....	85
1.2.	Meta opis strony w wyszukiwarce internetowej	85
1.3.	Kolorystyka portalu.....	89
1.4.	Tematyka portali internetowych	93
1.5.	Struktura a miniaturyzacja technologiczna	107
1.6.	PODSUMOWANIE	109

V. GATUNKOWOŚĆ WEWNĄTRZ PORTALU INTERNETOWEGO 111

1.	GATUNKI MOWY/WYPOWIEDZI.....	111
1.1.	<i>Netlog</i> – rozmowa i dialog w sieci.....	112
1.2.	Komentarze w teorii <i>tekstów trzecich</i>	116
1.3.	Typologia gatunków wypowiedzi w portalu internetowym	121
2.	GATUNKI W PORTALACH INTERNETOWYCH.....	122
2.1.	Gatunki pozainternetowe	124
2.1.1.	Zapowiedź	124
2.1.2.	Wiadomość	140
2.1.2.1.	News	141
2.1.2.2.	Artykuł publicystyczny	148
2.1.3.	Sylwetka	157
2.2.	Gatunki internetowe	162
2.2.1.	Blog	162
2.2.2.	Forum.....	163
2.3.	Gatunki użytkowe	165
2.3.1.	Porada	165
2.3.2.	Przepis kulinarny	168
2.4.	Akty mowy w elementach komentujących	170
2.5.	Akty mowy w komentarzach użytkowników.....	175
3.	PODSUMOWANIE	182

VI. UCZESTNICY NETLOGU I ICH STRATEGIE KONWERSACYJNE 184

1.	IDENTYFIKATORY NADAWCY I ODBIORCY W PORTALU INTERNETOWYM	184
1.1.	Pseudonimy nadawców	186
1.2.	Pseudonimy odbiorców	191
2.	LEKSYKA UJAWNIAJĄCA NADAWCÓW I ODBIORCÓW	198
2.1.	Nadawca	198
2.2.	Odbiorca	203
3.	STRATEGIE I ANTYSTRATEGIE KONWERSACYJNE	206
3.1.	Strategie konwersacyjne w portalu internetowym	207
3.2.	Antrystrategie konwersacyjne w portalu internetowym	213
3.2.1.	Tytuł w internetowym gatunku wypowiedzi	214
3.2.2.	Lid w internetowym gatunku wypowiedzi	219
4.	PODSUMOWANIE	221

VII. JEZYK I STYL KOMUNIKOWANIA SIĘ NA PORTALACH INTERNETOWYCH..... 223

1.	Potoczność w sieci	224
1.1.	Wykładniki ekspresji w wypowiedziach nadawców portali internetowych	228
1.1.1.	Ekspresywny potencjał czasowników	228
1.1.2.	Epitety	232
1.1.3.	Rzeczowniki nacechowane potocznie	243
1.1.4.	Emocjonalne nacechowanie konstrukcji słowotwórczych	247
1.1.5.	Frazeologizmy jako środek ekspresji	249
1.1.6.	Funkcje znaków graficznych w analizowanych gatunkach wypowiedzi	252
1.2.	Jezyk odbiorców-współtwórców w portalu internetowym	261
1.2.1.	Kreatywność leksykalna odbiorców	262
1.2.2.	Kreatywność frazeologiczna odbiorców-współtwórców	274
1.2.3.	Porównania jako wyraz emocjonalności odbiorców	279
1.2.4.	Graficzne formy wyrażania emocji przez odbiorców	281
1.2.5.	Wulgaryzacja w wypowiedziach odbiorców	288
2.	PODSUMOWANIE	290
	Zakończenie	292
	Wykaz rycin	296
	Wykaz stosowanych skrótów	298
	Literatura	299
	Netografia	317
	PhD THESIS SUMMARY	326
	Aneks	330

Wstęp

Portale internetowe, jako wielopostaciowa i produktywna struktura, stanowią interesujący obszar badań języka, gatunków mowy/wypowiedzi oraz komunikacji w internecie. Forma informowania połączona z natychmiastowymi reakcjami użytkowników budzi zainteresowanie naukowców z różnych dziedzin nauki, w tym humanistów. Jerzy Bartmiński wskazuje na istnienie dwóch metod analiz i charakterystyki gatunków mowy odnoszących się do podejścia: 1. z perspektywy badacza (wysoki poziom abstrakcji) i 2. z perspektywy użytkownika [Bartmiński 2012], które w niniejszej pracy próbuję łączyć.

Jako adept językoznawstwa, odpowiadam na apel Wiesława Godzica, że „polszczyzna istotnie jest zagrożona, a jedynym sposobem przeciwdziałania jest niepopularna »praca u podstaw« [w ramach, której – przyp. J.M.] – językoznawca musi zejść (jeśli kontynuować metaforę podziemia) do internetu, ponieważ to tam właśnie decyduje się przyszłość języka polskiego” [Godzic 2000: 177]. W celu przeciwdziałania temu zagrożeniu, przedmiotem mojej refleksji czynię trzy wybrane polskie portale internetowe, interesujące zarówno pod względem językowym, jak i strukturalnym: Pudelek.pl, PCLab.pl i Gotujmy.pl, mimo że podjęcie analizy wspomnianego portalu plotkarskiego bywa porównywane do „taplania się w rynsztoku kultury” [Kamińska 2011: 118].

Selekcji przytoczonych stron internetowych dokonałam na podstawie obserwacji wyników badań Gemius/PBI w latach 2016-2018 oraz własnego doświadczenia i spostrzeżeń zauważonych podczas obserwacji różnych społeczności (w tym rodziny, znajomych, studentów, współpracowników, a także przypadkowo zasłyszanych rozmów w różnych środkach komunikacji).

Portale: Pudelek.pl, którego wydawcą jest Wirtualna Polska Media S.A., PCLab.pl – Onet.pl i Gotujmy.pl – Edipresse Polska S.A., są reprezentantami odmiennych wydawców internetowych, którzy realizują inną politykę autoprezentacji firmy. Przedstawione redakcje, we wspomnianych latach, znajdowały się w rankingu dwudziestu czołowych miejsc, jeśli chodzi o wydawców, z których usług internauci korzystają w największym stopniu (stacjonarnie i internetowo)¹. Zakładając, że portale

¹ Por.: <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-pazdziernik-2016-3413.html> [odczyt: 3.12.2016], <https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi->

internetowe to artefakty, można uznać ich motywacje społeczne i doświadczenie w użytkowaniu, a za Magdaleną Kamińską można przyjąć, że „każda z wirtualnych grup ulokowanych w określonych punktach cyberprzestrzeni buduje własną historię, kulturową pamięć, zasób eksplicytnej i milczącej wiedzy dotyczącej lokalnie obowiązujących norm i dyrektyw uporządkowanych w unikalnej konfiguracji” [Kamińska 2011: 11]. Portale te nie powstały jako nowe formy o innowacyjnych funkcjach. Stanowią wariacje pierwotnie istniejących serwisów oraz już utrwalone gatunki dziennikarskie (przede wszystkim prasowe) w nowej przestrzeni komunikacyjnej.

Zainteresowanie tą problematyką nie jest przypadkowe. Przedmiotem opisu z tej perspektywy nie uczyniono dotychczas portali internetowych. Wortalne nie zostały jeszcze wystarczająco zbadane. Analiza szerszego materiału umożliwia dostrzeżenie determinant strukturalnych, funkcjonalnych, stylotwórczych i pragmatycznych. Szczególnie istotny, co zostało ujęte w temacie niniejszej pracy jest aspekt dotyczący zarówno struktury, jak i języka. Struktura portalu i gatunków w nim występujących (wydawać by się mogło) odbiegająca od utartych wzorców, funkcjonujących w dziennikarstwie prasowym, umożliwia interesujące badania porównawcze. W ramach postępu technologicznego i ciągłego zabiegania o odbiorców, portal internetowy w kontekście strukturalnym i językowym ulega nieustannym modyfikacjom. Nadawcy prześcigają się w sposobach wzbudzania zainteresowania, przykuwania uwagi odbiorców, korzystając przy tym z różnych ich form. W portalu internetowym Pudelek.pl od czasów jego istnienia zmieniono już np. *layout*, a w zestawieniu trzech poddanych badaniu reprezentantów, zauważalne są odmienne sposoby prezentacji treści w każdym z nich. Stylistyczno-językowy aspekt stanowi natomiast rezultat mody językowej lub ekspansji zapożyczeń czy przesunięć z innych odmian stylowych. Postępująca wulgaryzacja i rezygnacja z tabu językowego, respektowanego dotychczas, pomijana jest przy użyciu nowych znaków graficznych, takich jak kontaminacje znanych znaków interpunkcyjnych lub *emotikon*, czyli miniaturowych „twarzy”, przekazujących stany emocjonalne nadawców treści.

Strony te zatem, różniąc się znacząco m.in. odmienną tematyką, kolorystyką, strukturą i gatunkami wewnątrz portalu oraz językiem nadawców profesjonalistów i nieprofesjonalistów (redaktorów/osób piszących teksty na strony), mają jednak

za-pazdziernik-2017.html [odczyt: 5.12.2017] i <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/najpopularniejsze-portale-internetowe-w-polsce-kwiecien-2018> [odczyt: 17.06.2018].

elementy wspólne takie jak: wątki/przekazywane informacje, występujące w zamkniętych *netlogach* oraz potoczność stylu i języka użytkowników/odbiorców-współtwórców.

Przyjęcie takiego zakresu analizy umożliwia językoznawcy doświadczenie nowych spostrzeżeń. Po pierwsze, portale internetowe mieszczą się w centrum internetowych praktyk komunikacyjnych (dyskursu medialnego i dyskursu internetowego/elektronicznego) przez wzgląd na łatwość dostępu, szybkość przekazu i natychmiastowość reakcji odbiorców, a wszystko przy użyciu komputera lub innego urządzenia z dostępem do globalnej sieci. Stanowią istotną formę informowania i porozumiewania, zaciekawiając przy tym problematyką i sposobem ujęcia tematu nie tylko zwykłego użytkownika sieci, ale także naukowców różnych dziedzin badań.

Każdy z charakteryzowanych w niniejszej rozprawie wortalu jest portalem monotematycznym o bezpłatnym dostępie użytkowników do jego zasobów. W portalu www.gotujmy.pl zawartość strony stanowią przede wszystkim przepisy kulinarne oraz artykuły – szczególnie inspiracje i porady od redakcji. Portal internetowy www.pclab.pl, dotyczy tematyki technologiczno-informatycznej, a w serwisie www.pudelek.pl² użytkownicy mają możliwość odnajdywania różnych informacji ze świata i ciekawostek z życia znanych osób (celebrytów). Magdalena Kamińska ten portal plotkarski nazywa drapieżnym i kultowym [Kamińska 2011: 11]. Analiza zasobów wortalu Gotujmy.pl, PCLab.pl i Pudelek.pl pozwala dostrzec determinanty ich struktury i języka oraz wskazać ich różnorodność.

Odmienna tematyka prezentowana na tych portalach stanowi kolejną z przyczyn podjęcia analizy w niniejszej rozprawie doktorskiej. Interesująca jest różnorodność językowa, gatunkowa i komunikacyjna w, z pozoru, tej samej odmianie informacyjnej czy rozrywkowej. Ze względu na obfitość materiału egzemplifikacyjnego analizą jakościową objęłam treści publikowane w latach 2016-2018, przy stałym ich dostępie na poszczególnych stronach. W portalu Pudelek.pl, w związku z podwyższoną frekwencją dodawanych treści, archiwizowałam reprezentatywne superstruktury, których jeden z segmentów (lid) występuje w formie znikającej, bez możliwości powrotu do tej treści (w innym dniu). W pozostałych portalach dodawane treści są dostępne bez przerwy i w ich pełnej okazałości.

² Dalej te portale internetowe będą prezentowane następująco: Gotujmy.pl, Pudelek.pl i PCLab.pl.

Podjęta analiza portali obejmuje kwestie językowo-strukturalne, identyfikujące nadawców, jak i odbiorców, którzy występują w podwójnej roli. Perspektywa naprzemienności w występowaniu adresanta i adresata stwarza formę reakcji i komunikacji autorów portalu z użytkownikami, jaką jest dialogowość [por. m.in. Ożóg 1993: 93, Ślawska 2014: 51] czy dialogiczność [Wierzbicka 1983: 135], w której odbiorca staje się współtwórcą tekstu [Ślawska 2014: 56].

Na podstawie materiałową składa się trzy tysiące netlogów, czyli formy językowe opublikowane na poszczególnych portalach internetowych zarówno pozainternetowe (m.in. zwiastun, news, artykuł publicystyczny), internetowe (blog, forum), jak i użytkowe (porada, przepis), a także komentarze – akty mowy, za pomocą których porozumiewają się użytkownicy.

W analizie materiału egzemplifikacyjnego zostały wykorzystane starsze i najnowsze słowniki [zob.: Literatura i Netografia] oraz uwzględnione aktualne źródła leksykograficzne dostępne w internecie. Nowe leksykony/źródła są istotne z uwagi na szybkie zmiany, jakie zachodzą w mediach i w komunikacji internetowej. Niekiedy wersja drukowana nie jest w stanie nadążyć za zmieniającymi się lub poszerzającymi znaczeniami poszczególnych leksemów, co w ramach analizy sygnalizuję.

Niniejsza praca została podzielona na dwie części, a każda z nich na trzy i cztery rozdziały. Trzy rozdziały stanowią wprowadzenie teoretyczno-metodologiczne, w tym charakterystykę medium – internetu, przedstawienie specyfiki komunikacji internetowej oraz rozważań dotyczących współczesnej genologii językoznawczej z jej fundamentalnymi ustaleniami. Najbliższa była mi perspektywa językoznawcza, z nastawieniem genologicznym, stąd punktem wyjścia w niniejszej analizie jest genologiczna analiza tekstu zaproponowana przez Marię Wojtak. Należy zauważyć, że przywołana językoznawczyni wyznaczyła cztery komponenty (strukturalny, pragmatyczny, poznawczy i stylistyczny) oraz odniesienie do wzorca kanonicznego, alternacyjnego i adaptacyjnego, które wpływają na tożsamość gatunkową. Obierając niniejszą perspektywę, skupiam się na dwóch najbardziej uwypuklonych aspektach – strukturalnym i stylistycznym, a komponent pragmatyczno-poznawczy, który jest nierozłączny, traktuję jako element uzupełniający w ramach wiodącej analizy. Skupiając się przede wszystkim na dwóch aspektach (nie pomijając pozostałych), odwołuję się do obserwacji Michaiła Bachtina, który zauważa, że gatunki to „konkretne, względnie trwałe pod względem tematycznym, kompozycyjnym i stylistycznym typy wypowiedzi” [Bachtin 1986: 354]. Struktura i język

w przywoływanych portalach są elementami determinującymi, a tematyka stanowi element uzupełniający, co zostało potwierdzone w ramach prowadzonych badań.

Podjmując niniejszą analizę, nie sposób jednak ograniczyć się do jednej dziedziny badań w dobie współwystępujących różnorodnych podejść badawczych. W pracy została zatem wykorzystana również terminologia z dziedzin pokrewnych, m.in. stylistyki językoznawczej, medioznawstwa, teorii komunikacji czy lingwistycznej teorii tekstu. Niniejsza praca usytuowana jest w lingwistycznym nurcie badawczym, przy wskazaniu odniesień i możliwości interpretacyjnych, których użycie motywowane jest potrzebą wzbogacenia podjętej analizy lub zwróceniem uwagi na nowe możliwości poznawcze przestrzeni internetowej.

W kolejnych partiach niniejszej analizy uściśleniu poddałam pojęcie portalu internetowego, który potraktowany został jako gatunek w formie kolekcji. Gatunki wypowiedzi istniejące w jego wnętrzu stanowią formy zamknięte w strukturze zwanej *netlogiem*. W przyjętej typologii występują gatunki od nadawców (pozainternetowe, internetowe, użytkowe) oraz od odbiorców (akty mowy).

Dział odnoszący się do badania na konkretnych tekstach jest realizacją, w której przytaczam reprezentatywne przykłady (mimo ich ogromu i ciągłej aktualizacji), przybliżające analizowany komponent. W tej części widoczne są dwa kierunki poszczególnych aspektów. Rozdział czwarty odnosi się do wykładników strukturalnych, które świadczą o strukturalnym podobieństwie i zróżnicowaniu wybranych portali internetowych, a rozdział piąty dotyczy gatunków mowy/wypowiedzi występujących wewnątrz portalu, z ich reprezentatywnymi realizacjami.

Styl i język ujęłam w dwóch rozdziałach. Szósta część stanowi odniesienie do delimitatorów tekstu, tj. tytułu i lidu. W tym rozdziale skupiłam się na identyfikatorach nadawcy i odbiorcy w portalach oraz leksyce ujawniającej interlokutorów. Rozdział ostatni, siódmy, stanowi odniesienie do języka i stylu komunikowania się na portalach internetowych. Język uczestników dialogu zestawiałam na zasadzie opozycji. Wyróżnione zostały determinanty zarówno stylu, jak i języka wraz z przedstawieniem reprezentatywnego materiału ilustrującego.

Ramę finalną pracy doktorskiej stanowią: zakończenie, spis rycin, wykaz stosowanych skrótów, wykaz literatury, netografii, streszczenie w języku angielskim oraz aneks.

Rozdział pierwszy

INTERNET JAKO MEDIUM

1. Charakterystyka internetu

Wśród wielu współcześnie znanych sposobów komunikowania porozumiewanie za pomocą internetu jest najbardziej rozpowszechnioną formą. Człowiek od zarania dziejów pragnie „być w kontakcie”, niezależnie od tematu i partnera rozmowy. Korzystanie z zasobów globalnej sieci nie tylko przyspieszyło wymianę poglądów na podany do publicznej wiadomości temat, ale również stworzyło przestrzeń, w której dotychczasowi bierni i czynni uczestnicy medialnego panelu dyskusyjnego (prasy, radia, telewizji) mogli rozpoczynać kolejne – bardziej szczegółowe dysputy.

1.1. Internet i jego definicje

Internet³ dotychczas uznawany za kanał przekazu jest powszechnie znany wśród badaczy z licznych dziedzin nauki, jak również użytkowników porozumiewających się w globalnej sieci. W aktualnym wydaniu (z 2005 roku) *Encyklopedii socjologii* z 2005 roku termin internet: „z technicznego punktu widzenia [...] to sieć sieci, czyli globalna sieć komputerowa – zespół komputerów, ich zasobów i urządzeń peryferyjnych połączonych liniami transmisji danych – łącząca komputery na całym świecie i umożliwiająca użytkownikom szybką komunikację. Internet może skupiać dowolną liczbę komputerów zintegrowanych za pośrednictwem modemów, łączy satelitarnych, światłowodów, linii radiowych i innych dróg przesyłowych. Oparty jest na wspólnym systemie adresowania (każdy komputer w sieci ma swój niepowtarzalny numer identyfikacyjny) i wspólnym protokole komunikacyjnym (języku, którego używają komputery) nazywanym TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*)” [Olechnicki 2005: 92].

³ W niniejszej pracy doktorskiej leksem *internet* rozumiany jako medium zapisywany jest „małą literą, gdyż rzeczywistość wykazała, że na terenie Polski użytkownicy globalnej sieci to *internauci*, podobnie jak użytkownicy telewizji to *telewidzowie*” [Kita, Loewe 2016: 7-8]. Por. http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1032:internet-&catid=44 [odczyt: 14.01.2017].

Internet jest wielką siecią, która technicznie łączy wszystkie sieci komputerowe na całym świecie. Ta sieć sieci [Bienias 1998: 13, Olechnicki 2005: 92] to zespół komputerów, ich zasobów, urządzeń peryferyjnych połączonych liniami transmisji danych. Tysiące kilometrów światłowodów, łącz satelitarnych oraz cała masa urządzeń, jest w posiadaniu zarówno rządów, jak i zwykłych obywateli, którzy współpracują, magazynują i pośredniczą w przekazywaniu informacji [Olechnicki 2005: 92, Bienias 1998: 13].

Ogrom informacji na temat internetu nie pozwala jednak na sformułowanie jednoznacznie charakteryzującej go definicji. Monika Górską-Olesińska zauważa, że „Globalna Pajęczyna łączy masowy zasięg z indywidualnym trybem komunikowania, umożliwiając ludziom wymianę informacji i konsumpcję różnorodnych treści [...], staje się równocześnie platformą służącą indywidualnej ekspansji na niespotykaną dotąd skalę. Rama interfejsu przeglądarki graficznej WWW towarzyszy nieodzownie ludzkiej pracy, nauce, zakupom, rozrywce, różnorodnym formom społecznych kontaktów, lokowaniu oraz wyrażaniu uczuć i emocji. Dla jednych stanowi bramę do wirtualnego świata, który zachowuje pełną odrębność wobec rzeczywistości, dla innych jest bardzo ważnym atrybutem przestrzeni hybrydycznej” [Górską-Olesińska 2008: 67 cyt. za: Żydek-Bednarczuk 2013b: 367].

Stąd słusznie Glee Harrah Cady i Pat McGregor uważają, że termin *internet* dla każdego użytkownika sieci może być inaczej rozumiany, m.in. jako:

1. społeczność komputerów, której porozumiewanie się między sobą umożliwiają linie światłowodowe, telefoniczne, łącza satelitarne i inne środki łączności [Cady, McGregor 1996: 30];
2. urządzenie nieustannie gotowe do pracy, z pominięciem nieprzewidywalnych awarii [Augustynek 2008: 172];
3. sposób porozumiewania się z rodziną, przyjaciółmi zamieszkującymi różne rejony świata czy stały kontakt z nowopoznanymi (niejednokrotnie tylko w świecie wirtualnym) osobami⁴ [Cady, McGregor 1996: 30];
4. interaktywność kontaktów [Bajka 2008: 206];
5. możliwość zachowania pełnej anonimowości [Taras 2004: 44] i głoszenia radykalnych poglądów, które w świecie realnym wiązałyby się z większą odwagą i ponoszeniem realnych konsekwencji;

⁴ http://internet.arct.pl/internet_a_nasze_zycie.html [odczyt: 14.01.2016].

6. skarbnica wiedzy czekająca na eksploatację [por. Cady, McGregor 1996: 30] z możliwością wielokrotnego powracania do zlokalizowanych danych [Augustynek 2008: 172];
7. opcja efektywnego uczenia się i pozornego wrażenia omnipotencji [Augustynek 2008: 172];
8. warunki poznania nowych technologii z opcją wykorzystania ich do stworzenia nowoczesnych realizacji (np. stworzenie domowej wersji drukarki 3D, ozonatora lub drona) [przyp. J.M.];
9. miejsce służące do prowadzenia badań potwierdzających określoną tezę z możliwością przedstawienia komercyjnej prezentacji [Cady, McGregor 1996: 30];
10. kopalnia złota dla specjalistów w danej dziedzinie, którzy dysponują opcją szybkiego dzielenia się posiadaną wiedzą [Cady, McGregor 1996: 30];
11. mnóstwo bibliotek i archiwów z wglądem do nich w każdej chwili [Cady, McGregor 1996: 30];
12. technologia przyszłości umożliwiająca poprawę obecnego życia i kolejnych pokoleń [Cady, McGregor 1996: 30];
13. źródło gier dostępnych w wersjach demonstracyjnych [Cady, McGregor 1996: 30] oraz rozrywki w wersji on-line;
14. możliwość aktywnego rozładowywania emocji monitorowanego ryzyka [Augustynek 2008: 172];
15. zaspokajanie potrzeb i instynktów różnego rodzaju ze zróżnicowaną skalą trudności z możliwością realizowania ich w rzeczywistości [Augustynek 2008: 172];
16. sposób porozumiewania o nieznanym dotąd możliwościach, różny od „przedinternetowych mediów” [Grzenia 2003: 81];
17. forma dialogowa, której celem jest wymiana myśli [Grzenia 2003: 82].

Przedstawione wyżej funkcje internetu nie są wyczerpującym zasobem definicji, wręcz niemożliwe by było sformułowanie jednego terminu jednoczącego wieloaspektowy charakter świata wirtualnego.

Sieć sieci ma również negatywne cechy, wśród których za najważniejszy element uważany jest cel użytkownika w wykorzystywaniu internetu. Za Glee Harrah Cady i Pat McGregor, jest to pojęcie hakerstwa, które może niespodziewanie i z łatwością wyrządzić szkody [Cady, McGregor 1996: 30], czy zjawisko licznych przestępstw

związane z włamaniami do komputerów w celu kradzieży pieniędzy i danych [Robak 2001: 50]. Przesyłanie spamu, tzw. „wiadomości śmieci”, jest uważane za bardziej uciążliwe niż włamania hakerskie [Briggs, Burke 2010: 382]. Marek Robak dodaje, że błędne jest również zakłócanie życia innym użytkownikom sieci wynikające z braku wiedzy lub celowego niestosownego zachowania się nadawcy komunikatu. Dodatkowo badacz stwierdza, że łatwo dostępna pornografia powoduje błyskawiczne jej rozpowszechnianie się, a ukrywanie jej przed dziećmi w internecie jest utrudnione⁵ [Robak 2001: 50, Briggs, Burke 2010: 382].

Internet jako medium techniczne, którego jednym z zadań jest pokonywanie czasu i przestrzeni, ułatwia kontakty zapośredniczone. Kontakt typu *face to face* zostaje zastąpiony relacją *interface to interface*, w której głównym składnikiem jest interfejs za pomocą którego następuje komunikacja międzyludzka (z wykorzystaniem m.in. komputera i sieci) [Goban-Klas 2005: 41]. Użytkownik, poszukujący informacji, może znajdować się w każdym miejscu na Ziemi. Komputery podłączone do sieci są niezależne. Nigdzie na świecie nie ma centrali, która sterowałaby całym systemem porozumiewania się. Możliwość przesyłania informacji jest wykonalna nawet bez równoczesnego podłączenia wszystkich komputerów lub nagłego odłączenia niektórych z nich⁶.

1.2. Historia internetu od 1957 roku

Początki internetu związane są z ARPANetem, siecią komputerową utworzoną we wrześniu 1969 roku. Wcześniej Departament Obrony USA, dokładnie w 1958 roku, powołał Agencję Zaawansowanych Projektów Badawczych (ARPA⁷), której zadaniem stało się stworzenie sprawniejszego technicznie uzbrojenia. Natychmiastowe działania związane były z bieżącą sytuacją na świecie, dokładniej wystrzeleniem w 1957 roku przez Związek Radziecki pierwszego sztucznego satelity Ziemi (Sputnik 1⁸) [Castells 2003: 20, Rothert 2001: 22, Bienias 1998: 18] oraz późniejszymi próbami wybuchów jądrowych. Raport tych działań obejmował kwestię powstania impulsów

⁵ Mimo dostępnych oprogramowani, które pozwalają na ochronę przed niechcianymi treściami, por. <https://www.pcworld.pl/porada/Bezpieczenstwo-dziecka-w-sieci-kontrola-rodzicielska-VPN-filtry,409028.html> [odczyt: 11.11.2017].

⁶ Tomasz Bienias argumentuje, że nawet wybuch bomby atomowej nie spowoduje globalnego zatrzymania funkcjonowania sieci [Bienias 1998: 14].

⁷ *Advanced Research Project Agency*.

⁸ Dopiero w lutym 1958 r. miało miejsce stworzenie pierwszej udanej satelity amerykańskiej, por. G. Gromow, *Roads and Crossroads of the Internet History*, tłum. J.M. [w:] http://www.netvalley.com/cgi-bin/intval/net_history.pl?chapter=1 [odczyt: 22.01.2016].

elektromagnetycznych, które powodowały wyniszczenie łączności na i wokół terenu bombardowanego. Takie napięcie i natężenie prądu nazwano Jądrowym Impulsem Elektromagnetycznym, w skrócie NEMP⁹ [Augustynek 2008: 169], który spowodowałby paraliż komunikacji w sytuacjach kryzysowych. Zdecentralizowana i całkowicie rozproszona sieć komputerowa miała być środkiem zaradczym w razie awarii lub zniszczenia środków komunikacji i sieci dowodzenia. Jej cele dotyczyły sprawnego wydawania rozkazów, sprawowania kontroli nad wojskiem i przekazywania informacji w trudnych sytuacjach państwowych [Augustynek 2008: 170, Lombard 2009: 46]. Zasadnicze prace nad stworzeniem ARPANetu prowadziło w 1962 roku Biuro Technologii Przetwarzania Informacji (IPTO¹⁰), jeden z podstawowych wydziałów ARPA, na którego czele stanął Joseph Licklider z Massachusetts Institute of Technology (MIT) – informatyk i psycholog z najśłynniejszej amerykańskiej uczelni technicznej. Obrął on za cel dynamiczny rozwój badań nad pracą komputerów w trybie interaktywnym. ARPANet miał stać się siecią, która pozwoliłaby na zdalny dostęp do komputerów i umożliwiłaby współuczestnictwo różnych ośrodków badawczych w dalszych działaniach skierowanych na rozwój sieci [Castells 2003: 20, Rothert 2001: 22, Bienias 1998: 18].

Paul Baran z Rand Corporation i Donald Davis z British National Physical Laboratory przez niezależne opracowanie pakietowej techniki przesyłania danych przyczynili się do zbudowania interaktywnej sieci komputerowej IPTO. Zamyśl utworzenia systemu komunikacji pozwalającej przetrwać atak jądrowy przez badaczy, pracujących w kalifornijskim instytucie naukowo-badawczym, nie był priorytetem dla Departamentu Obrony. Twórcy w połączeniu z ARPANetem, w 1969 roku, doprowadzili do powstania pierwszych węzłów w czterech stanach¹¹, a w 1971 roku było już piętnaście filii, z przewagą uniwersyteckich ośrodków badawczych. Pierwszy pokaz działania ARPANetu miał miejsce w 1972 roku na międzynarodowej konferencji naukowej¹² w Waszyngtonie¹³, podczas której debiutowała poczta elektroniczna [Castells 2003: 21, Bienias 1998: 18].

⁹ *Nuclear Electro-Magnetic Pulse.*

¹⁰ *Information Processing Techniques Office.*

¹¹ Manuel Castells wyróżnia: University of California w Los Angeles, SRI (Stanford Research Institute), University of California w Santa Barbara i University of Utah [Castells 2003: 20].

¹² *International Conference on Computer Communications.*

¹³ R. Kahn, 1972, *DEMONSTRATION AT INTERNATIONAL COMPUTER COMMUNICATIONS CONFERENCE*, Washington, tłum. J.M. [w:] <http://tools.ietf.org/html/rfc371> [odczyt: 22.01.2016].

Dalsze działania miały na celu umożliwienie łączności ARPANetu z innymi sieciami komputerowymi, m.in. PRNetem i Satnetem – zarządzanymi również przez ARPA¹⁴.

Proces ten doprowadził do powstania nowego pojęcia, „sieci złożonej z sieci” [Castells 2003: 21], na temat którego w 1973 r. został opublikowany artykuł Roberta (Boba) Kahna i Vinta Cerfa, przedstawiający pierwszy szkic internetu. Publikacja zawierała wyniki badań zespołu Grupy Roboczej ds. Sieci (NWG¹⁵), zrzeszającej reprezentantów ośrodków naukowych, będących ze sobą w kontakcie za pomocą ARPANetu. Porozumiewanie między ośrodkami zapewnić miał standardowy protokół komunikacyjny (FTP). Badacze¹⁶ podczas licznych wykładów realizowanych na Stanford University zaprojektowali protokół kontroli przesyłu – TCP¹⁷, a w 1978 roku z TCP wydzielono drugi człon nazwany protokołem wewnątrzsieciowym – IP¹⁸. TCP/IP są protokołami internetu, pozwalającymi na przesyłanie¹⁹ danych między różnymi urządzeniami, stacjonarnymi i mobilnymi, w sieci [Castells 2003: 21, Bienias 1998: 19, Rothert 2001: 23, Lombard 2009: 46]. Dodatkowo pozwalają na elektroniczne przekazywanie wiadomości, transfery plików, komunikację bezpośrednią [Autor anonimowy 2003: 77]. Metoda TCP/IP powstała, aby połączyć ze sobą różne systemy w sposób prosty, przezroczysty, również taki, aby użytkownikami komputerów mogli być wszyscy, nie tylko specjaliści w tej dziedzinie [Cady, McGregor 1996: 45]. TCP/IP nie ogranicza do korzystania z łącza tylko jednego użytkownika (może być ich wielu), pozwala zmniejszyć obciążenie sieci i redukuje błędy (niepowodzenie transmisji zostaje naprawione przesłaniem jednego lub kilku, a nie wszystkich pakietów) oraz polepsza przepustowość [Kristula 2001 za: Augustynek 2008: 170].

Od 1975 roku Defense Communication Agency (DCA) stała na czele internetu w celu zapewnienia łączności komputerowej dla wszystkich jednostek sił zbrojnych.

¹⁴ W 1972 roku Advanced Research Projects Agency - ARPA (Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych) zostało przemianowane na Defense Advanced Research Projects Agency - DARPA (Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych w Obszarze Obronności, por. J. Krywko, 24.12.2013, *Vint Cerf: Ewangelia stwórcy internetu* [w:] http://wyborcza.pl/1,75400,15185741,Vint_Cerf__Ewangelia_stwórcy_internetu.html?disableRedirects=true [odczyt: 22.01.2016].

¹⁵ *Network Working Group*.

¹⁶ Seminarium prowadzili: Vint Cerf, Gerard Lelann, Robert Metcalfe [Castells 2003: 21].

¹⁷ *Transmission Control Protocol* – protokół kontroli transmisji.

¹⁸ *Internet Protocol* – protokół internetowy.

¹⁹ Wzajemnie porozumiewanie się w sieci ma miejsce tylko przy zastosowaniu takich samych protokołów przekazu z niższych warstw niż protokół aplikacji. Wyróżnia się siedem warstw: fizyczną, łącza, sieciową, transportową, sesji, prezentacji i aplikacji [Osiał 1996: 74, 97]. Didier Lombard pakiety IP poruszające się wirtualnym łączem nazywał również *datagramami* [2009: 46].

Próba połączenia każdej sieci zarządzającej przez DCA poskutkowało powstaniem Defense Data Network i wyłączeniem części internetu używanego przez wojsko, tworząc Milnet (1983). Wtedy też ARPANet przekształcono w ARPA-Internet, z przeznaczeniem do celów naukowych. Lata 80. XX w. to czas powstania wielu nowych terminów z członem NET w nazwie, np. BITNET, EUnet, JANET, CERFNet, NorthWestNet, MYSERNet, NEARNET, SURANet, MitchNet, BARRNet, SesquiNet czy NSFNet, określających firmy i ich początki działalności w sieci. Dla NSFNetu, od 1988 roku ARPA-Internet, stał się główną siecią, co poskutkowało odłączeniem przestarzałego – technicznie – ARPANetu w 1990 roku. Rząd Stanów Zjednoczonych sprawowanie kontroli nad siecią powierzył National Science Foundation, która szybko rozpoczęła prywatyzację internetu. W 1992 r. Tim Berners-Lee uruchomił World Wide Web, rok później pojawiła się przeglądarka Mosaic, co przyczyniło się do likwidacji, w 1995 roku, NSFNet na rzecz prywatnego administrowania siecią sieci [Castells 2010: 21-22, Bienias 1998: 19-20, Cady, McGregor 1996: 48]. Manuel Castells rok 1995 uważa za czas narodzin internetu dla „zwykłych ludzi i świata biznesu” [Castells 2010: 27].

1.2.1. Microsoft, Apple, Google i Yahoo!

Późniejsze lata dotyczą bardzo szybkiego rozwoju okołointernetowego. Dominująca pozycja przypadła firmie Microsoft, która stworzyła szkielet pozwalający na korzystanie z zasobów internetowych z udziałem zwykłych użytkowników. Programy, Windows 95 i Windows 98, stały się podstawą ich sukcesu ekonomicznego. Później Bill Gates, już w 1998 r. podczas jednego z przemówień zaznaczył, że nie wierzy, by komputer osobisty był pierwszym i ostatnim urządzeniem w epoce informacji. Bill Gates uważał, że „ludzie chcą mieć dostęp do informacji wszędzie, gdzie się znajdują. Chcą wykorzystywać do ich pozyskiwania urządzenia niewielkich rozmiarów, chcą, aby urządzenia te znajdowały się w ich samochodach, chcą, by znajdowały się w ich telefonach komórkowych”²⁰. Spowodowało to uruchomienie przez niego Microsoft.net i innych usług sieciowych. Wiek XXI rozpoczął się sukcesami firmy Apple początkowo przez skonstruowanie iPod (przenośnego odtwarzacza multimedialnego), by kilka lat później, udoskonalić urządzenie i nazwać je iPhone. Skompilowano w nim możliwość odtwarzania muzyki oraz funkcji

²⁰ Cytat pochodzi z mowy Billa Gatesa podczas targów Consumer Electronics Show w Los Angeles [por. Briggs, Burke 2010: 376].

przynależnych do telefonu komórkowego i kamery video. Przełomowe stało się również dodanie do tego sprzętu usługi, która pozwalała na odbiór e-maili i przeglądanie internetu. Steve Jobs, współzałożyciel Apple, i Bill Gates, współzałożyciel Microsoftu, stali się prekursorami w rozwoju mediów [Briggs, Burke 2010: 376].

Nowe tysiąclecie umożliwiło też rozwój dwóch przeglądarek: Yahoo!²¹ (1994) i Google²² (1998), które przez wzajemną rywalizację, stały się technologiczno-ekonomicznymi korporacjami deklasującymi inne koncerny. Sergey Brin (24 lata) i Larry Page (25 lat), twórcy Google'a w 2001 roku rozpoczęli współpracę z Ericem Schmidtem, tworząc wspólnie triumwirat i firmę badawczą i doprowadzając do giełdowego sukcesu Google (2004). Kolejne lata zapewniły im sukces finansowy z pozyskiwanych reklam, co pozwoliło na utrzymanie wyszukiwarki w bezpłatnej postaci (tak jest do dziś). Twórcy stopniowo wykupili swoich rywali, grupę o dużej pozycji w dziedzinie marketingu internetowego – DoubleClick, a także serwis internetowy – YouTube, służący do oglądania i umieszczania filmów video. W 2008 roku rozpowszechnili nowy system operacyjny Android, który współdziałał z pionierskim tajwańskim telefonem komórkowym. Google w tym czasie stało się witryną o największej „odwiedzalności” na terenie Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych. Popularność ta nie była jednak na tyle duża, by zająć lepsze miejsce w rankingu wyszukiwarek niż przeglądarka Yahoo! Autorzy serwisu, Jerry Yang i David Filo, również dbali o stały wzrost zainteresowania swoimi usługami i utrzymanie indywidualności. Próby ze strony Microsoft związane z przejęciem Yahoo! również zakończyły się niepowodzeniem. Google intencje Microsoftu uznało za chęć wprowadzenia monopolu (przez posiadanie już oprogramowania Windows i Office) własnościowego, co nie byłoby dobre dla innych przedsiębiorstw zajmujących się tą profesją. W kilka miesięcy później Google i Yahoo! rozpoczęło współpracę dotyczącą sprzedaży reklam²³ [Briggs, Burke 2010: 376-379, Lombard 2009: 57-60].

Lawinowe powstawanie firm wiązało się z tworzeniem stron, które miałyby zainteresować jak największą liczbę użytkowników. Jak twierdzą wspólnie Asa Briggs i Peter Burke, spółki zajmujące się tworzeniem społeczności sieciowych zyskały

²¹ Nazwa *Yahoo!* jest akronimem frazy: *Yet Another Hierarchical Official Oracle!*, która oznacza: 'Jeszcze jeden zhierarchizowany system zarządzania bazą danych' [Briggs, Burke 2010: 376-377].

²² Pojęcie *Google* pochodzi z niewłaściwego zapisu słowa *googol* [czyt. Gugol], które pochodzi z języka angielskiego i oznacza zapis liczby 10^{100} [Briggs, Burke 2010: 377].

²³ Zob. F. Topolewski, 2008, *Historia rywalizacji Google, Yahoo! i Microsoft* [w:] <http://www.psz.pl/118-gospodarka/historia-rywalizacji-google-yahoo-i-microsoft> [odczyt: 30.01.2016].

najwięcej zwolenników. Zjawisko to unaocznilo, jak wiele osób zaczęło traktować internet jako miejsce interakcji i poszukiwania kontaktu z innymi ludźmi [Briggs, Burke 2010: 379]. Najważniejszym przedsięwzięciem skupiającym ludzi z całego świata okazał się portal społecznościowy – Facebook²⁴ autorstwa Marka Zuckerberga z 2004 roku. Kolejnym był serwis społecznościowy MySpace – współzałożony w 2003 roku przez Chrisa DeWolfe’a, a w 2005 roku sprzedany Rupertowi Murdochowi. Twitter z 2006 roku ograniczał liczbę znaków w jednej wiadomości do 140, tworząc tzw. *tweety*, co pozwoliło na szybsze komunikowanie w sieci. Krótkie treściwe komunikaty zyskały poparcie społeczności. Dziś Facebook i Twitter są porównywane, często poprzez subiektywne opinie dziennikarzy lub za pomocą artykułów sponsorowanych. Polska edycja międzynarodowego miesięcznika „Forbes” w 2012 roku opublikowała w wersji elektronicznej artykuł z prognozą rychłego upadku Facebooka i pewnym zwycięstwem Twittera²⁵. Uwagi osób komentujących artykuł o ewidentnym sponsorowaniu treści przez dziennikarzy piszących, prawdopodobnie mogą być słuszne, jednak specyfiką kanałów przekazu jest przemijanie (jak było dotychczas z telefonem, radiem czy prasą) [Goban-Klas 2001: 236], więc i taki los może czekać Facebooka. Rok 2012²⁶ był czasem prób odrodzenia serwisu MySpace. Adam Golański, porównując serwis MySpace do epidemii, która wygasła, zauważa, że Facebooka czeka ten sam los²⁷. Temat jest na tyle aktualny, że początkowo dotyczył MySpace’a i Facebooka, a obecnie Facebooka i Twittera. Spekulacje dotyczą form komunikowania się na tych portalach, których różnice skupione są wokół długości wypowiedzi (za pomocą Twittera można zakomunikować informację o objętości do 140 znaków²⁸, natomiast Facebook nie wprowadza ograniczeń co do rozmiarów

²⁴ <https://pl-pl.facebook.com/> [odczyt: 28.01.2016].

²⁵ R. Pendola, 2012, *Dlaczego twitter przetrwa, a Facebook umrze* [w:] <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/Ok-na-swiat/dlaczego-twitter-przetrwa--a-facebook-umrze,29711,1> [odczyt: 2.02.2016], por. S. Latkowski, 2012, *Mistewicz o wyższości twittera nad facebook* [w:] <http://www.latkowski.com/rozmowy/178/mistewicz-o-wyzszosci-twittera-nad-facebook> [odczyt: 2.02.2016].

²⁶ A. Rogulski, 2012, *Myspace – Jak Feniks z popiołów?* [w:] <http://www.whysosocial.pl/2012/09/myspace-jak-feniks-z-popioow.html> [odczyt: 2.02.2016].

²⁷ A. Golański, 2014, *MySpace wygasło jak epidemia, a Facebooka ma czekać ten sam los* [w:] <http://www.dobreprogramy.pl/MySpace-wygaslo-niczym-epidemia-Facebooka-ma-czekac-ten-sam-los,News,51735.html> [odczyt: 30.01.2016].

²⁸ Najnowsze informacje dotyczące Twittera dotyczą wydłużenia ilości znaków ze 140 do 10 tysięcy, por. M. Nowak, 2016, *Nadchodzi trzęsienie ziemi na Twitterze limit znaków w tweecie zostanie podniesiony ze 140 do 10 tysięcy!* [w:] <http://www.spidersweb.pl/2016/01/twitter-limit-10000-znakow.html> [odczyt: 2.02.2016].

wypowiedzi)²⁹. W 2017 roku liczba znaków, którą można dodać w jednej wiadomości na Twitterze, została podwojona i obecnie wynosi 280 znaków³⁰.

1.3. Historia internetu w Polsce

Lata 1986-1991 związane są z pierwszymi próbami internetowymi w Polsce. Dave Phillips z University of Buffalo, polonia amerykańska i zachodnioeuropejska, polscy stażyści naukowcy w USA i z naukowych ośrodków Europy Zachodniej, we wrześniu 1998 roku założyli grupę „Bitnet dla Polski”. Zadaniem tego zespołu było przyłączenie Polski do międzynarodowej akademickiej sieci komputerowej [por. Paluchowski 2009: 9³¹]. Dla prowadzonych działań największym problemem był komitet, nazwany COCON³², służący do koordynacji strategii eksportu państw członkowskich. Państwa działające w tym stowarzyszeniu to 17 krajów (członków NATO oraz Australia i Japonia), których celem było niedopuszczenie do przekazania technologii, które miałyby posłużyć do działań militarnych. Szczególnie kraje bloku wschodniego nie mogły otrzymać tej wiedzy [Paluchowski 2009: 9]. Pierwsze działania związane z przyłączeniem Polski do europejskiej sieci komputerowej EARN rozpoczęto w 1989 roku³³.

Próby połączeń internetowych w Polsce miały miejsce już w 1990 roku³⁴. Początkowo zakupiono zestaw komputerowy firmy DEC (komputer microVax, stację Vaxstation 2000 i drukarkę laserową) nazwany „Chopin”. Następnie CERN rozpoczął działania w celu wykonania łącza, które miało być stałym kanałem pomiędzy CERN a IFJ. Szwajcarski zarząd telekomunikacyjny przychylił się do prośby i zostało wykonane łącze dzierżawcze. Później te same prośby zostały skierowane do Ministerstwa Łączności i Telekomunikacji w Polsce i również w IFJ zrobiono łącze. Dr Grzegorz Polok był odpowiedzialny za całe przedsięwzięcie. Kluczowym wydarzeniem związanym z powstaniem polskiego internetu było nadanie przez

²⁹ MB, 2015, *Kończy się era Twittera. A „Facebook zostanie wymieniony na lepszy model”* [w:] <http://tvn24bis.pl/tech-moto,80/facebook-zostanie-wymieniony-na-lepszy-model,545757.html> [odczyt: 2.02.2016].

³⁰ A. Lewandowski, 2017, *Ludzie pokochali dłuższe tweety. Tylko czy daje to nadzieję na lepsze jutro Twittera?* [w:] <https://antyweb.pl/twitter-dluzsze-tweety-hitem/> [odczyt: 10.01.2018].

³¹ Por. M. Zieliński, 1990, *How BITNET came to Poland* [w:] <http://ftp.icm.edu.pl/packages/pigulki/pigulki3.pub> [odczyt: 15.07.2016].

³² *Coordinating Committee for Multilateral Export Controls.*

³³ J. Gajewski, 1991, *Polish Bitnet: How it all started* [w:] <http://ftp.icm.edu.pl/packages/pigulki/pigulki6.pub> [odczyt: 15.07.2016].

³⁴ Szczególna rola przypadła ośrodkowi krakowskiemu, który był pomijany w wielu opracowaniach dotyczących początków internetu w Polsce [por. Paluchowski 2009: 7-9].

Ministerstwo Obrony USA Instytutowi Fizyki Jądrowej PAN w Krakowie pierwszego numeru IP (192.86.14.0). Mimo że był to numer klasy C³⁵, pozwalał na podłączenie do światowej sieci 255 komputerów. 20 listopada 1990 roku między godziną 10:57 a 13:25 został wysłany pierwszy e-mail z CERN do IFJ na adres: user%chopin.decnet@uxplgw.cern.ch. Nadawcami byli dr Grzegorz Polok i mgr Paweł Jałocha, a odbiorcą mgr inż. Andrzej Sobala. Wydarzenie to stało się symbolicznym „początkiem internetu” w Polsce i Europie Wschodniej. Chopin stał się serwerem dla innych ośrodków naukowych, m.in. dla Wydziału Fizyki i Techniki Jądrowej AGH, Instytutu Fizyki UJ, IFJ w Krakowie-Bronowicach, a także dla Warszawy: Wydziału Fizyki UW i Instytutu Problemów Jądrowych. Rok później funkcję dostawcy internetu w Polsce przejęła Naukowa Akademicka Sieć Naukowa (NASK), a w Krakowie CYFRONET. Łącze CERN-IFJ istniało do 1994 roku³⁶.

Polski internet złączony jest więc z naukowo-akademickim ośrodkiem, w którym utworzony został węzeł sieci EARN (1990) i powołano Jednostkę Badawczo-Rozrywkową NASK (1991) odpowiedzialną za jego rozbudowę [por.: Cady, McGregor 1996: 726, Osiak 1996: 93].

Lata 90. XX w. to również początek korzystania z modemu telefonicznego i telewizji kablowej w ramach łączenia z siecią [Augustynek 2008: 171]. Ten gwałtowny rozwój internetu komercyjnego w Polsce uwarunkowany jest nabyciem przez różne firmy abonamentu od NASK-u w celu łączenia się z „pajęczyną”. Telekomunikacja Polska S.A. udostępniała w tym czasie łącze dzierżawcze, do którego konieczny był komputer i modem. Po zainstalowaniu niezbędnego oprogramowania użytkownik mógł łączyć się z internetem (nawet z domu). Początkowo ceny tych usług były wysokie, ale wraz z powstawaniem nowych dostawców połączenia internetowego koszty zaczęły się zmniejszać [Cady, McGregor 1996: 726-730]. Już w roku 1994 roku został uruchomiony pierwszy Maloka BBS³⁷, co umożliwiło tym samym dostęp do internetu dla osób prywatnych. Dwuletnie działanie pozwalało użytkownikom na łączenie się z wybraną siecią za pomocą specjalnego oprogramowania [Paluchowski 2009: 11].

³⁵ Klasa C umożliwia obsługę dużej ilości małych sieci, por. klasy A i B: <https://www.moje-ip.eu/klasy-adresow-protokolu-ip> [odczyt: 04.07.2018].

³⁶ A. Malik, 2011, *Prawdziwy początek Internetu w Polsce – sensacyjne odkrycie* [w:] <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/wydarzenia/2011/40/prawdziwy-poczatek-internetu-w-polsce-nieznany-fakt.aspx> [odczyt: 10.07.2016].

³⁷ *Bulletin Board System*, por. DE_MARCON, 2011, *Chronologia Internetu w Polsce 1986-1999. Wydarzenia od początków prac nad siecią krajową* [w:] <http://internetum.blox.pl/2011/08/Chronologia-Internetu-w-Polsce-1986-1999.html> [odczyt: 05.07.2016].

Lata 90. XX w. to również czas, kiedy głównie ośrodki akademickie miały dostęp do sieci. Żadna z polskich firm komercyjnych nie zaistniała w internecie, a użytkownicy ograniczali się do korzystania z poczty elektronicznej i udziału w obcojęzycznych forach dyskusyjnych. Pierwszy polski serwis informacyjny uruchomili fizycy z UW w październiku 1993 roku, nazywając go Polską Stroną Domową³⁸, a następnie polską stroną rządową WWW na kształt strony Białego Domu. Rok 1996 był przełomowy. Wtedy to Telekomunikacja Polska S.A. uruchomiła stały dostęp internetu przy pomocy telefonu. Tańsze, trwałe połączenie zaczęło wzbudzać zainteresowanie polskiego społeczeństwa. Użytkowników przybywało, niektórzy w ramach rozrywki, a inni traktując internet jako narzędzie pracy i źródło informacji [Paluchowski 2009: 11].

1.4.Przestrzeń komunikacyjna w globalnej sieci

Internet w kolejnych latach rozwijał się bardzo prężnie. Początkowo strony internetowe były prezentowane w sposób statyczny, na podstawie struktury HTML + CSS. Nie było w nich możliwości do interakcji z użytkownikami. Strukturalnie strona składała się głównie z tabel, ułożonych w różny sposób komórek i wierszy, a także ramek. Strona ta zyskała miano Web 1.0, a jej czas występowania określa się na lata 1993-2001. Jednokolorowe tło, górny baner i kilka klawiszy przedstawiały strony tego okresu w niskiej jakości i słabej funkcjonalności³⁹. Mimo (obecnie) niskich wówczas parametrów stron internetowych odsetek osób korzystających z internetu wzrósł bardzo szybko, a dotychczasowe (wtedy) możliwości przestały wystarczać i w nowym tysiącleciu powstał nowy sposób wykorzystania zasobów internetu określany Web 2.0. Trend ten zaistniał jako określenie coraz większej liczby zrzeszających się internautów oraz reakcji na powstające portale, służące do wymiany informacji (artykuły, opinie, pliki). Nowa możliwość dotyczyła procesu kształtowania merytorycznej formy poszczególnych stron przez samych użytkowników. Pojawiły się warunki do tworzenia blogów, konsumenci mogli udostępniać kanały RSS, pliki audio i video, usługi sieciowe czy aplikacje internetowe⁴⁰.

Mariusz Żytniewski zauważa, że Web 2.0 charakteryzuje się bardziej usługami niż aplikacjami, co oznacza, że dotychczasowe aplikacje obecne w komputerach

³⁸ <http://www.fuw.edu.pl/hoza-i-internet-w-polsce.html> [odczyt: 10.07.2016].

³⁹ T. Jeziorski, 2011, *Web 1.0 i Web 2.0 jako środowisko aplikacji* [w:] <http://www.eioba.pl/a/3brn/web-1-0-i-web-2-0-jako-srodowisko-aplikacji> [odczyt: 10.07.2016].

⁴⁰ M. Żytniewski, 2007, *Aktualne trendy budowy aplikacji internetowych*, http://www.swo.ae.katowice.pl/_pdf/350.pdf [odczyt: 10.07.2016].

stacjonarnych zyskują oparcie w usługach sieciowych z wykorzystaniem przeglądarki internetowej. Dodatkowo jest to przechowywanie danych w internecie, m.in. w portalach przez umieszczanie grafik, filmów, audycji z własnymi opiniami. Dodatkowo jest to kompozycja aplikacji RIA. Ostatnią, trzecią, cechą Web 2.0 jest budowanie sieci społecznych wskutek czego użytkownicy mają możliwość wymiany poglądów i treści w ramach portali tematycznych z możliwością redagowania ich zawartości. Od początku istnienia internetu dane, pojawiające się w sieci, są własnością osoby je publikującej. Właściciel prowadzonej przez siebie strony jest zobowiązany do zarządzania nią i jej aktualizowania. Możliwości sieci pozwalają również na powstawanie wirtualnych społeczności, realizujących różne inicjatywy, w których każdy członek ma swoje miejsce i zadania do wykonania⁴¹. Ogólnie Web 2.0 charakteryzuje się przesyłaniem asynchronicznym, personalizacją, nastawieniem na interakcję z użytkownikiem, wykorzystaniem usług sieciowych, możliwością przechowywania treści w internecie i przejrzystością strony wizualnej⁴².

Web 3.0 – jako kolejna forma wykorzystywania potencjału internetowego – to zapowiedź projektu, który ma zrewolucjonizować możliwość wyszukiwania informacji w sieci. Sposób ten opiera się na celowych i zgodnych z oczekiwaniami użytkowników metodach odnajdywania, których dotąd nie było. Obecnie odbiorcy internetu muszą przeglądać wiele stron, wyglądających pozornie na docelowe. Często jednak znalezienie odpowiednich treści kończy się wielogodzinnym przepatrywaniem witryn i bezradnością w odnalezieniu konkretnego. Web 3.0 to odpowiedź na zapotrzebowanie społeczne, tzn. chęć szybszego wyszukiwania informacji, łatwość formułowania zapytań i większe prawdopodobieństwo odnalezienia sprawdzonych źródeł oraz lepsze rozumienie przez system treści wpisanych przez użytkowników⁴³. Istotnym elementem Web 3.0 jest sieć semantyczna, która stanowi rozwinięcie internetu, a formę, jaką przybiera można nazwać przeciwstawną do współczesnych stron internetowych. W ramach aktywności sieci semantycznej wyróżnia się agentów, czyli specjalne programy porozumiewające się między sobą (jeden po stronie nadawcy, drugi po stronie odbiorcy) w celu natychmiastowego odnalezienia wątku. Głównym

⁴¹ M. Żytniewski, 2007, *Aktualne trendy budowy...* [odczyt: 10.07.2016].

⁴² T. Jeziorski, 2011, *Web 1.0 i Web 2.0...* [odczyt: 10.07.2016].

⁴³ E. Lubina, 2008, *Web 3.0 jako transgresja kulturowa o wymiarze społecznym* [w:] <http://www.ementor.edu.pl/artukul/index/numer/23/id/511> [odczyt: 10.07.2016].

zadaniem agentów jest większa efektywność w poszukiwaniu potrzebnych informacji. Można rzec nawet, że większa logiczność programów wyszukujących treści⁴⁴.

Kolejnym krokiem – w ramach wersji Web 4.0 – jest dopasowanie istniejących możliwości internetu przy wykorzystaniu urządzeń mobilnych. Autorzy tego pomysłu za cel obrali połączenie wszystkich urządzeń w prawdziwym i wirtualnym świecie w czasie rzeczywistym⁴⁵. Forma ta zyskała miano rzeczywistości rozszerzonej⁴⁶.

Ostatnią wersją jest Web 5.0, nazywana otwartą i połączoną siecią. Pomysłodawca, Tim Berners-Lee, na spotkaniu TED⁴⁷ w 2009 roku przedstawił koncept z otwartą stroną, w której dane są ze sobą połączone. Web 5.0 jako sieć symbiotyczna ma stać się z neutralnie emocjonalnej sieci emocjonalnie interakcyjnym sposobem komunikowania między ludźmi a komputerami. Istotnym elementem będzie w tym przypadku neurotechnologia, za pomocą której (przy użyciu słuchawek) człowiek wejdzie w interakcje z treścią. Treść następnie rozpocznie oddziaływanie zgodnie z rozpoznanymi emocjami. Na dzień dzisiejszy wersja ta jest w fazie programowania⁴⁸.

1.5. Internet jako kanał przekazu a wcześniejsze formy komunikacji na odległość

Internet i pierwotne formy komunikacji są nierozzerwalne, bowiem bezspornie sieć, która jest teraz nieodłącznym elementem życia prawie każdego człowieka, nie pojawiła się znikąd. Była i nadal jest efektem zmian/rewolucji w komunikacji społeczeństwa, które nie zawsze reagowało *in plus* na takie wydarzenia. Ogół zdarzeń, jakie miały

⁴⁴ Sieć semantyczna [hasło w:] <http://www.inzynieriawiedzy.pl/siec-semantyczna> [odczyt: 15.02.2018].

⁴⁵ Web 1.0 vs Web 2.0 vs Web 3.0 vs Web 4.0 vs Web 5.0 – A bird's eye on the evolution and definition [w:] <https://flatworldbusiness.wordpress.com/flat-education/previously/web-1-0-vs-web-2-0-vs-web-3-0-a-bird-eye-on-the-definition/> [odczyt: 15.02.2018].

⁴⁶ T. Ilnicki, 2011, *Ile Web-ów jeszcze?* [w:] <https://ilnicki.wordpress.com/2011/04/16/ile-web-ow-jeszcze/> [odczyt: 15.02.2018].

⁴⁷ Rozwinięciem skrótu jest: *Technology, Entertainment and Design*, czyli *Technologia, Rozrywka i Design*. TED jest marką konferencji naukowych organizowanych przez fundację non-profit Sapling Foundation. Głównym celem corocznych spotkań jest rozpowszechnianie tego, co jest warte propagowania. Mimo, że konferencje początkowo odbywały się tylko w Stanach Zjednoczonych to obecnie inne kraje (w tym Polska) mogą korzystać z licencji organizacji przy zastosowaniu się do określonych w niej reguł, by organizować swoje spotkania w tej formule. Polskie spotkania TED sygnowane są znakiem TEDx w połączeniu z nazwą miasta, w którym zorganizowana została konferencja, np. TEDxKatowice, TEDxKraków, TEDxGdańsk, por. [https://pl.wikipedia.org/wiki/TED_\(konferencja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/TED_(konferencja)) [odczyt: 15.02.2018].

⁴⁸ Web 1.0 vs Web 2.0 vs Web 3.0 vs Web 4.0 vs Web 5.0 – A bird's eye on the evolution and definition [w:] <https://flatworldbusiness.wordpress.com/flat-education/previously/web-1-0-vs-web-2-0-vs-web-3-0-a-bird-eye-on-the-definition/> [odczyt: 15.02.2018].

miejsce na przestrzeni stuleci czy nawet tysiącleci, Tomasz Goban-Klas ujmuje w kilku etapach. Badacz, nazywając te składowe „epokami”, przedstawia je jako:

1. era sygnałów i znaków;
2. era pisma;
3. era druku;
4. era telekomunikacji;
5. era komputera i telekomputera [Goban-Klas 2005: 42-44].

Początek istnienia świata, a zatem komunikowania ludzkiego, dotyczy instynktu ludzkiego i genetycznie nabywanych reakcji na sygnały (obraz, dźwięk i zapach), których istnienie opierało się na intuicji oraz dziedzicznie opanowywanych zachowaniach. Z upływem czasu i w następstwie rutyny, stały się one sposobami porozumiewania. Język (około 90. a 40. tysiącleciem p.n.e.) stał się bezspornym konkurentem w porozumiewaniu. Okres ten można uznać za czas kultury oralnej, po której w ramach wynalezienia pisma, czyli około 5 tysiącleci temu, zakończyła się era prehistoryczna. Okres ten nosi miano początku historii ludzkości. Dziejotwórcze okazało się również zaprojektowanie ruchomych czcionek i druku, które w efekcie zrewolucjonizowały kolejne wieki [Goban-Klas 2005: 42-44]. Wynalezienie druku to pomysł Chińczyków. Realizacja tej koncepcji przy liczącym około 20 tysięcy ideogramów alfabetu nie miała jednak racji bytu, a realnie rozpowszechnianie krótkich pozdrowień lub obwieszczeń, stanowiło najczęstszą drukowaną formę w ówczesnych czasach. O tym, że taki alfabet był sporym utrudnieniem w rozpropagowywaniu drukowanych form pisarskich, świadczy m.in. jednostronicowa chińska gazeta, która funkcjonowała do XX wieku. Forma ta przypominała afisz, w którym zawierano najważniejsze informacje. Rozwój technologii informacyjnych i możliwość robienia składu komputerowego dał początek dłuższym formom drukowanym. Na Zachodzie nie napotkano na problem tego rodzaju, w związku z mniej licznym alfabetem, w skład którego wchodziło 26 liter. Tak mała liczba znaków w ramach różnych połączeń literowych pozwalała na tworzenie potencjalnie nieskończenie dużej liczby słów. Do masowej produkcji tekstu przyczynili się Fenicjanie. Gutenberg, wraz z innymi drukarzami, zauważył potencjał tej konstrukcji, w której szczególnie interesujące okazały się wymienne części maszyny. Niemiecki rzemieślnik połączył prasę do tłoczenia wina z chińską prasą drukarską, konstruując w ten sposób pierwszą maszynę do masowego komunikowania. Pierwszym „winem”, które wyszło z tłoczni

Gutenberga – jak pisze Paul Levinson – była Biblia, zwana dzisiaj Biblią Gutenberga [Levinson 1999: 47-48].

XIX wiek jest postrzegany jako era telekomunikacji [Goban-Klas 2005: 44], choć nieco wcześniej powstały pierwsze urządzenia, które obecnie nazywa się telegrafami. *Telekomunikacja* jest terminem, który dotyczy ‘przesyłania dźwięku i obrazu na odległość za pośrednictwem sygnałów elektronicznych, optycznych lub fal elektromagnetycznych’ [Bańko red. 2003: 1242, Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1034]. Już w XVIII wieku powstał telegraf, będący pierwszym urządzeniem, służącym do przekazywania informacji na odległość za pomocą umownych znaków. Początkowo optyczny, później igiełkowy, a już w XIX wieku telegraf elektryczny. Pierwszy, telegraf optyczny, został wynaleziony w 1791 roku przez Claude’a Chappe’a. Mimo że jego historia sięga czasów starożytnych, to właśnie w XVIII wieku został skonstruowany tzw. semafor. Urządzenie to składa się z wież umieszczonych w odległości od 16 do 32 km. Na każdej z nich montowano lunetę i drążek z ruchomymi poprzeczkami. Umownie zostało wyznaczone 196 znaków, które służyły do przekazywania informacji. Każda z wież odczytywała komunikat i przekazywała go dalej, by jak najszybciej dostarczyć wiadomość do konkretnej osoby. Prędkość przekazywania informacji wynosiła dwa słowa na minutę. Późniejsze prace nad ulepszeniem urządzenia przyczyniły się do powstania telegrafu elektrycznego. Mechanizm zbudowany z elektromagnesu polegał na przesyłaniu impulsów elektrycznych. Charakteryzował się przekazywaniem informacji w bardzo krótkim czasie, ale na dużą odległość. Sir Charles Wheatston uznawany jest za twórcę pierwszego takiego urządzenia, a rok 1837 za rok przełomowy w tej dziedzinie. Odbiornik skonstruowany przez Charlesa Wheatstona to pięć przewodów magnetycznych umieszczonych na planszy, na której wypisane były litery ułożone w odpowiedni sposób. Impuls elektromagnetyczny odchyłał dwie z czterech igieł i wskazywał na konkretną literę. W tym czasie również Samuel Finley Breese Morse podjął prace nad telegrafem elektrycznym. Rezultatem jego działań było urządzenie elektromagnetyczne, za pomocą którego nadawca mógł przysyłać informacje w formie krótkich znaków graficznych, składających się z kropek i kresek, będących odpowiednikami poszczególnych liter alfabetu. Dzwignia, tzw. klucz, służył do przesyłania informacji na odległość z wykorzystaniem impulsu elektrycznego.

Sygnal krótki to kropka, sygnał długi kreska [por. Bargh, McKenna 2009: 28-29, Bajka 2008: 56-67]⁴⁹.

Telefon okazał się kolejnym przełomem w telekomunikacji. Termin pochodzi od połączenia greckiego słowa *tēle* oznaczającego ‘odległość’ z *phōnē* ‘dźwięk, głos’ [Bauer 2006c: 214]. Aleksander Graham Bell w 1876 roku wynalazł urządzenie nazywane przez siebie „mówiącą puszką”. Pierwotnie mechanizm ten składał się z elektromagnesu i prądów indukcyjnych, za pomocą których dźwięki przekształcały się w fale elektromagnetyczne i na odwrót. Telefon został udoskonolony przez Edisona. Dołączenie do nadajnika telefonu mikrofonu węglowego i cewki indukcyjnej można było oddzielić słuchawkę i puszkę głosową (mikrofon) [por. Bargh, McKenna 2009: 29, Bajka 2008: 125]. Wynalazek Bella przez użycie łączy kablowych zapoczątkował media interaktywne [Bauer 2006c: 214]. Obecnie wyróżnia się telefon stacjonarny zlokalizowany na stałe w jednym miejscu. W ramach tego typu występują telefony przewodowe (aparat telefoniczny i słuchawka są połączone) i bezprzewodowe (słuchawka telefonu nie jest połączona kablem, co umożliwia jej przenoszenie bez konieczności zabierania całego urządzenia). Drugim rodzajem jest telefon komórkowy, nazwany osobistym, bazujący na łączności radiowej w pasmach 900, 1800, 1900 MHz. Urządzenie pomysłodawców amerykańskiej firmy Motorola, umożliwiało rozmowy wychodzące i przychodzące na obszarze rozdzielonym na sześciokątne części na których umieszczano stacje nadawczo-odbiorczo-przekaznikowe [Bauer 2006c: 215]. Telefony komórkowe umożliwiają połączenia głosowe, wysyłanie wiadomości tekstowych, e-mail oraz zapewniają dostęp do sieci. Nowsze wersje pełnią również funkcje przenośnych komputerów, odtwarzaczy muzycznych, dyktafonów, odbiorników radiowych, urządzeń do nawigacji samochodowej, notatnika, kalendarza, aparatu fotograficznego i kamery cyfrowej [Augustynek 2011: 92]. W 2016 roku serwis *We Are Social* opublikował raport *Digital in 2016*, w którym według ich badań liczba użytkowników telefonów komórkowych przekracza 3,79 mld, co stanowi 51% globalnej penetracji⁵⁰. Kolejnym przykładem jest telefon satelitarny, który do nawiązywania połączeń korzysta z sztucznych satelit

⁴⁹ Por. P. Niedziński, 2013, *Telegraf – wynalazek, który zrewolucjonizował sposób przekazywania informacji* [w:] <http://forsal.pl/artykuly/718332,telegraf-wynalazek-ktory-zrewolucjonizowal-sposob-przekazywania-informacji.html> [odczyt: 15.07.2016].

⁵⁰ Ł. Majchrzyk, 2016, *Mobile i digital w Polsce i na świecie w 2016 r.* [w:] <https://mobirank.pl/2016/01/27/mobile-digital-w-polsce-na-swiecie-2016/> [odczyt: 15.07.2016].

ziemskich⁵¹. Ostatni, telefon internetowy, jest urządzeniem podłączonym do internetu i w ramach tego połączenia następuje przesyłanie informacji. Technologia VoIP (ang. *Voice over Internet Protocol*) to dokładnie przesyłanie dźwięków mowy z wykorzystaniem protokołu IP⁵².

Innym rozwijającym się niemal równolegle środkiem przekazu jest radio wynalezione przez Aleksandra Popowa i Guglielmo Marconiego, który w 1896 roku w Anglii opatentował swój wynalazek. Urządzenie zostało odkryte przypadkowo w ramach tworzenia telegrafu bez drutu, czyli bezprzewodowego telefonu, by przekształcić się w radiotelegraf. Celem radia było umożliwienie ludziom porozumiewania się przy pozostaniu w domu oraz ograniczenie do minimum infrastruktury technicznej. Używanie tego urządzenia niwelowało dostrzegalność różnicy wykształcenia, ponieważ nie wymagało umiejętności czytania, przez co stało się komfortowe dla społeczeństwa [Jędrzejewski 2006: 172-173, Bargh, McKenna 2009: 29, Jędrzejewski 2004: 60].

Ostatnim masowym środkiem przekazu informacji, poprzedzającym internet, jest telewizor. Nazwa urządzenia jest połączeniem greckiego wyrazu *tēle* ‘daleko’ i pochodzącego z języka łacińskiego *visio* oznaczającego ‘widzenie’. Twórcy telewizji, John Logie Baird i Vladimir Zworykin, swoje odkrycia zademonstrowali na początku XX wieku. Ten dział telekomunikacji służący do przesyłania obrazów świetlnych na odległość dzięki sygnałowi elektrycznemu, pozwolił na przesyłanie i odbieranie ruchomych obrazów wraz z dźwiękiem. Urządzenie to miało największy faktyczny wpływ na społeczeństwo. Od tego czasu zarówno jednostki, jak i rodziny mogły bez wychodzenia z domu skorzystać z wieczornej rozrywki. Dotychczasowe wyjścia do kina, baru czy klubu przestały być atrakcyjne, a to z kolei przyczyniło się do znacznego spadku zaangażowania społeczności w życie kulturowe [Bargh, McKenna 2009: 30].

W efekcie wszystkich wymienionych wyżej wynalazków wiek XIX jest istotnym okresem w dziejach ludzkości. Zjawiska, które pojawiły się w tym czasie mocno rzutowały również na kolejne urządzenia. I tak rozpoczęła się era komputera (później w związku z pojawieniem się internetu – telekomputera) [Goban-Klas 2005: 44].

⁵¹ Por. www.navsim.pl [odczyt: 15.07.2016].

⁵² T. Paczuski, 2010, *VoIP to coraz popularniejsza usługa, w dodatku dużo tańsza i znacznie bardziej elastyczna od tradycyjnego telefonu stacjonarnego. Warto więc rozważyć taką alternatywę* [w:] <http://www.komputerswiat.pl/poradniki/internet/isp-i-internet/2010/07/przewodnik-po-telefonii-voip.aspx> [odczyt: 15.07.2016].

Internet jest zatem najnowszą formą przekazywania informacji, której ogromu nie sposób ująć w całość. Wszelkie próby ograniczają się do fragmentarycznych opisów w zależności od specyfiki dziedziny badaczy i gałęzi wiedzy, którą się zajmują.

1.6.Oralność wtórna XXI wieku

Wszelkie dotychczasowe formy komunikowania międzyludzkiego nie odegrały tak znaczącej roli w życiu człowieka jak porozumiewanie przy użyciu komputera podłączonego do sieci. Według Eugeniusza Wilka, zajmującego się „słowem w nowej ikonosferze medialnej” [Wilk 2000: 10], znamienne jest zauważenie podobieństwa ludzkiej pamięci do pojęcia „pamięci komputerowej” [Bolter 1990: 243], zaproponowanego przez Jaya Davida Boltera. Analogia dotyczy nieliniarnego odczytywania zasobów pamięci (zarówno ludzkiej, jak i komputerowej). Koncepcja ta wskazuje na przemianę dotychczasowego liniarnego sposobu studiowania informacji na rzecz nieliniarności. Po części też – zauważa Eugeniusz Wilk – jest to początek „tworzenia podstaw przyszłościowego modelu kultury” [Wilk 2000: 9].

Tytułowa *oralność wtórna*, zaproponowana przez Waltera J. Onga polega na „przekształceniu wyrażeń werbalnych z pomocą elektroniki” [Ong: 1992: 182]. Eugeniusz Wilk nadaje temu pojęciu miano przełomowego znaczenia dla współczesnej kultury, z jednej strony przez wyznaczenie kategorii przestrzeni, tj. komunikacji elektronicznej, a z drugiej przez możliwość konfrontacji z dorobkiem epok wcześniejszych [Wilk 2000: 11].

Nieodłączne jest zatem porównywanie oralności wtórnej do oralności pierwotnej. Klasyfikacja zaproponowana przez Waltera J. Onga stanowi sugestią dla badaczy oralności pierwotnej. Dziewięć cech wyznaczonych w pracy *Oralność i piśmienność* tego autora dotyczy kolejno:

1. addytywności;
2. nagromadzania;
3. redundancji;
4. zachowawczości, tradycjonalizmu;
5. doświadczenia;
6. zabarwienia agonistycznego;
7. empatii, zaangażowania;
8. homeostazy – równowagi;
9. sytuacyjności – kontekstu [Ong 1992: 64-76].

W praktyce oznacza to, że przekazywany tekst powinien być osadzony w konkretnej przestrzeni komunikacyjnej, znanej odbiorcy. Oprócz kontekstu istotne jest użyte słownictwo, aktualne dla interlokutorów, którzy posiadają kompetencję komunikacyjną i potrafią określić znaczenie zastosowanej leksyki, której znaczenie może ulec poszerzeniu, zawężeniu lub przeniesieniu⁵³. Temat powinien być znany, a treści konkretne, bez zbędnych autoanaliz i uogólnień. Współuczestnicy konwersacji winni współodczuwać, być połączeni emocjonalną więzią, a wzmacnianie pamięci oralnej jest możliwe w ramach powtarzania i utrwalania przekazów [Ong 1992: 64-76, por. Wilk 2000: 15-16]. Z czasem oralność została zastąpiona piśmiennością. Ta, jak twierdzi Eugeniusz Wilk, „buduje dystans i jednocześnie do pewnego stopnia obiektywizuje relację oraz sam proces refleksji i formułowania sądów o rzeczywistości. Sądy te zwykle układają się w pewne ograniczane całości, czyli teksty opierające się na regułach przyczynowo-skutkowej linearności i uwalnianie od zależności kontekstualnych” [Wilk 2000: 16]. Walter J. Ong porównuje pismo do technologii i konstatuje słowo mówione w żywej teraźniejszości, a słowo zapisane poza nią. Tekst ma zatem określoną stałą strukturę [Ong 1992: 117, 167, Wilk 2000: 16-17], charakteryzującą się większą schematycznością, wyszczególnianiem oraz kategoryzowaniem [Wilk 2000: 17]. „Pismo zmieniło pierwotne oralne słowo mówione w przestrzeń widzialną” [Ong 1992: 167], natomiast rozpowszechnienie druku doprowadziło, jak twierdzi Walter J. Ong, i za nim Eugeniusz Wilk, do powstania „superwizualnego noetycznie świata” [por.: Ong 1992: 172, Wilk 2000: 17]. Zwiększenie zasięgu odbioru tekstów w ramach technologii druku wzmacnia jednak poczucie izolacji odbiorców od przekazu, a wcześniej opisane formy: język, mowa, pismo i druk determinują rozwój kultury [Wilk 2000: 18-19]. Walter J. Ong słusznie zauważył wykorzystanie mediów komunikacyjnych w interpretowaniu rozwoju kultury i wyznaczył kolejno kultury: oralne, cyrograficzne, typograficzne i elektroniczne [Ong 1992: 110].

Kultura elektroniczna, jak i pozostałe z wymienionej typologii, bez zastrzeżeń są przyjmowane przez badaczy, czyniących tematem swoich prac właśnie oralność. Wymieniony typ opiera się na piśmie elektronicznym. Walter J. Ong nadaje pojęciu nazwę *wtórnej oralności*, a jako pomysłodawca ma świadomość częściowego podobieństwa tego określenia do terminu *pierwotnej oralności*.

⁵³ Szczegółową klasyfikację zmian znaczeniowych leksyki przedstawia Danuta Buttler [1978: 49-92]

Wojciech Burszta, układy wtórne, w tym przekazy za pomocą medium, za Herbertem H. Clarkiem i Susan E. Brennan, charakteryzuje w odniesieniu do rozmowy bezpośredniej, w której uczestnicy są obecni w środowisku fizycznym, kontakcie wzrokowym, wzajemnie się słyszą, natychmiastowo odbierają komunikat i tak też mogą na niego reagować. Środek przekazu nie jest stały, brak też dowodów zaistnienia samej rozmowy po jej zakończeniu (brak artefaktów) – słowa są zamknięte w pamięci ludzkiej. Interlokutorzy naprzemiennie zajmują pozycję nadawcy i odbiorcy, sami określają i wykonują zaplanowane (niekiedy w bardzo krótkim czasie) działania w czasie rzeczywistym. Różnica wtórnej oralności z pierwotną oralnością (ale też wcześniejszą piśmiennością) charakteryzuje się brakiem zapisu. Porozumiewanie się przy użyciu komputera pozostawia ślady materialne, które tworzą wirtualną rzeczywistość [por.: Burszta 2004: 135-136, Górską-Olesińską 2009: 34-35]. To właśnie „na materialności językowego zapisu opiera się możliwość komunikacji w świecie hiperrzeczywistym [...] [a – przyp. J.M.] – jak twierdzi dalej Wojciech Burszta – język wirtualny jest zastępnikiem nie tylko języka naturalnego, ale i wyrazem nadziei, że spotkanie z drugim człowiekiem jest zawsze możliwe” [Burszta 2004: 145]. Eugeniusz Wilk, powołując się na Kathleen E. Welch podkreśla, że wtórną oralność trzeba traktować jako rozszerzenie piśmienności [Wilk 2000: 27].

1.7.Podsumowanie

Kluczowe w zrozumieniu pojęcia internetu jest uwzględnienie początków jego zaistnienia. Warto tu zwrócić uwagę na kilka aspektów. Szczególnie istotne jest odniesienie do pierwotnych środków komunikowania się. Rozpoczynając od słowa, przez pismo, druk, po współcześnie znane sposoby, których rozwój nastąpił w dość szybkim tempie (tu: telegraf, telefon, radio, telewizja), można uznać, że współczesne technologie czerpią z powszechnie znanych sposobów porozumiewania. Udoskonalenie kolejnych urządzeń doprowadziło zatem do zauważenia potencjału historycznych wynalazków, m.in. komputera.

Innym aspektem – istotnym w tym miejscu, jest odniesienie do historii dotyczącej okresu militarnego, w którym komputer połączony z siecią miał stanowić alternatywę łączności w czasach zagrożenia, a zatem budować komunikacyjną przewagę nad wrogiem. Za pierwotnych użytkowników internetu można uznać wyspecjalizowanych naukowców, którzy podejmując próby utworzenia bezpiecznego łącza, początkowo nie zauważali jego potencjału. Sztaby wyszkolonych ludzi, z czasem,

rozpoznały możliwości zarówno komputera, jak i sieci, co dzięki pracy przyczyniło się do rozrostu wiedzy i wykorzystania urządzenia interaktywnego. Łączność na odległość stała się towarem, za który początkowo płacono wiele, by z czasem – współcześnie, móc korzystać z niego w bardziej przystępnych cenach.

Internet jest zatem pojęciem zróżnicowanym i dotyczy różnych płaszczyzn życia społecznego. Żadna rozbudowana definicja nie zaprezentuje wszystkich jego cech. Podejmując próbę zdefiniowania terminu, wskazane jest odniesienie zarówno do ogólnej problematyki dotyczącej technologii, oprogramowania i zróżnicowanego sprzętu, form przesyłu, jak i przede wszystkim do osób korzystających z jego usług.

Ta globalna sieć sieci jest miejscem, które łączy interlokutorów znajdujących się w odległych miejscach świata. Umożliwia rozmowy na odległość, tworzy formy, dzięki którym aktywny użytkownik życia społecznego nie musi wychodzić z domu, by uzyskać konkretne informacje. Atrakcyjność tego medium jest znaczącym elementem życia zarówno organizacji, firm czy państwa, ale też osób aktywnych (m.in. w funkcji komunikacyjnej), jak i nieaktywnych (m.in. w funkcji rozrywkowej) zawodowo. Interesujące jest, że osoby, które korzystają z globalnej sieci, nie są ograniczane w żaden sposób. Mogą one traktować internet jako środek przekazywania informacji, komunikowania się, formę dostępu do rozrywki czy zdobywania wiedzy lub dzielenia się nią z innymi. Użytkownicy w różny sposób przekazują swoje umiejętności, by zainteresować grono odbiorców (często wąskie). Zainteresowani czytelnicy sieci poszukują ciekawych dla siebie tematów, będących środkiem do wyrażania swoich opinii.

Internet, a raczej jego potencjał, jest elementem współcześnie istotnym. Nawiązując do już znanych form (prasy, radia i telewizji), bo w nim mieści się każda pierwotna postać komunikacji. Można uznać ten środek przekazu za wciąż ewoluujący wariant porozumiewania. Wyrażenia werbalne (*pierwotna oralność*), dzięki postępowi cywilizacyjnemu przyjmują nowe ramy, stając się znakami wizualnym (*piśmienność*), a wraz z postępowem technologicznym powracają do swych początkowych funkcji (*oralność wtórna*).

Rozdział drugi

SPECYFIKA KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ

1. Charakterystyka komunikacji międzyludzkiej

Globalna sieć jako środek przekazu coraz częściej zastępuje komunikację bezpośrednią i pośrednią zarazem. Rozważania dotyczące internetu, porozumiewania się w nim i środków używanych do jego oceny są możliwe przy zrozumieniu podstawowych pojęć dotyczących komunikowania oraz przekazywania informacji. Jerzy Mikułowski Pomorski⁵⁴, zajmujący się nauką o poznaniu i komunikacją, oddziela informację od komunikacji. Dostrzega jej zależność względem społeczeństwa, określając informację jako czynnik destrukcyjny zmierzający ku indywidualizacji, a komunikację jako społecznie konstruktywną skierowaną ku uspołecznieniu [Mikułowski Pomorski 2004: VI, Majchrowska 2016: 47]. Tomasz Goban-Klas, prowadząc badania dotyczące mediów i komunikowania masowego, przedstawia termin *komunikowanie* w różnych aspektach, skupiając się przede wszystkim na intencjonalności, kierunku przekazu czy perswazyjności tego procesu. Badacz przeprowadza rozważania dotyczące środków i form komunikowania oraz wyróżnia modele przebiegu komunikacji [Goban-Klas 1999: 13-77]. Podejście to wydaje się niezbędne również w rozważaniach dotyczących niniejszej rozprawy ze względu na specyfikę przestrzeni komunikacyjnej – internetowej, w której mamy do czynienia z informowaniem i komunikowaniem.

1.1. Leksykalne znaczenie pojęć – *informacja i komunikat*

W celu pełnego scharakteryzowania komunikacji w przestrzeni internetowej, wyjaśnienie pojęć: *informacja*, *komunikat*, *komunikacja* i *komunikacja internetowa/elektroniczna*, wydaje się niezbędne. Zasadne jest również określenie samego dyskursu, w jakim ta komunikacja ma miejsce. Wymienione elementy nie

⁵⁴ Zgodnie z zasadami pisowni polskiej człony nazwiska *Mikułowski Pomorski* są względem siebie równorzędne i powinny być zapisane z łącznikiem. W niniejszej pracy zastosowana została formuła analogiczna do konwencji przyjętej w książce *Spółeczeństwo informacji* autorstwa Armanda Mattelarta, w której pomija się dywiz, por. [Mattelart 2004], a także: [Polański red. 2012: 85] i [Podracki, Gałązka 2010: 34-35].

pozwalają jednak na kompletne zrozumienie specyfiki komunikacji internetowej⁵⁵, lecz umożliwiają jedynie zauważenie dominant strukturalno-językowych funkcjonujących w portalach internetowych.

Pojęcie *informacja*⁵⁶ w aktualnych źródłach oznacza ‘to, co powiedziano lub napisano o kimś lub o czymś, także zakomunikowanie czegoś’ lub ‘dane przetwarzane przez komputer’⁵⁷. Porównanie terminu z wcześniejszymi leksykalnymi definicjami, według których jest to ‘powiadomienie o czymś, zakomunikowanie czegoś; wiadomość, wskazówka, pouczenie’ [Szymczak red. 1978: 788] pozwala zauważyć, że współczesne źródła poszerzyły znaczenie leksemu o nowe kwalifikatory. Po pierwsze dotyczący miejsca – bytu materialnego (dane) i po drugie sposobu przekazywania informacji (‘coś, co napisano’). W definicjach widoczne jest potwierdzenie uwag Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego, który wskazał na indywidualizację informacji i jej jednostronny charakter [Mikułowski Pomorski 2004: VI].

Drugi termin, *komunikat*, to ‘krótka oficjalna informacja podana do publicznej wiadomości’ lub ‘informacja przekazywana w procesie bezpośredniej komunikacji słownej lub pozasłownej z drugą osobą’ [Bańko red. 2003: 659], objawiająca się wymiennością ról nadawczo-odbiorczych. Mariola Flis zauważa, że każdy przekaz jest zdeterminowany medium, które z kolei zależy od kontekstu komunikacyjnego [Flis 2004: 18]. W portalu⁵⁸ internetowym z uwagi właśnie na kontekst, bezpośredniość komunikacji, zastępowana jest komunikacją zapośredniczoną przez komputer⁵⁹.

⁵⁵ Komunikacja z udziałem komputera jest dziedziną interdyscyplinarną łączącą nauki techniczne, medioznawstwo, psychologię, socjologię, antropologię, lingwistykę, a nawet teorię sztuki czy fotografii oraz proksemikę, kinezykę itp. [Żydek-Bednarczuk 2013b: 347, Kita 2016: 111], stąd holistyczne ujęcie zagadnienia wymaga współpracy wielu naukowców. Podjęta przez językoznawcę analiza dotyczy podstawowych kwestii różnych dyscyplin, koniecznych do zrozumienia specyfiki tego rodzaju komunikacji, ze szczególnym nastawieniem na język, który jak twierdzi Kazimierz Ożóg, „[...] przez fakt powszechności użycia jest jednak, paradoksalnie, niedoceniany. Zauważamy go – podobnie jak powietrze – gdy go brakuje, albo kiedy jest popsuty. Tymczasem, powtórzmy, język jest nieodzowny do życia człowieka”: K. Ożóg, 2018, *Prof. K. Ożóg, Kilka uwag o wartości języka* [w:] <http://www.diecezja.rzeszow.pl/2015/07/kilka-uwag-o-wartosci-jezyka/> [odczyt: 05.02.2018].

⁵⁶ Na temat informacji zob. też: rozdział piąty, podrozdział 2.1.2.

⁵⁷ *Informacja* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/informacja;2466189.html> [odczyt: 20.11.2017].

⁵⁸ W niniejszej dysertacji zamiennie stosuje się konstrukcje: *w portalu internetowym* i *na portalu internetowym*, z uwagi na niejednoznaczne ich wyjaśnienie. Według Jana Miodka obie formy są poprawne. Por.: <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/w-portalu;11293.html> [odczyt: 20.07.2018] i <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/w-blogu-czy-na-blogu;15561.html> [odczyt: 20.07.2018], <https://raciborz.com.pl/2009/10/22/prof-jan-miodek-na-czy-w-portalu-xxix.html> [odczyt: 20.07.2018].

⁵⁹ Więcej o komunikacji w cyberprzestrzeni w rozdziale drugim, podrozdziale 2.1.

1.2. Komunikacja i komunikowanie się w społeczeństwie

Termin *komunikacja* z kolei ma łacińską genezę, pochodzi od *communicatio*, co znaczy ‘udział’ [Bańko red. 2003: 659]. Leksem *udział* leksykograficznie oznacza współudział, co wskazuje jednoznacznie na ‘uczestniczenie w czymś z innymi’⁶⁰. W *Wielkim słowniku wyrazów obcych PWN* pojęcie *komunikacji* rozumiane jest jako: 1. sposób przemieszczania się ‘ruch środków lokomocji między odległymi od siebie miejscami, mający na celu utrzymanie między nimi łączności’, również 2. formy służące do utrzymania łączności: ‘drogi, szlaki i środki lokomocji’; czy 3. rodzaj łączności: ‘przepływ informacji między urządzeniami’ (telefon, telegram, komputer); a także 4. ‘możliwość przemieszczenia się z jednego miejsca do drugiego; oraz 5. ‘przekazywanie i odbieranie informacji w bezpośrednim kontakcie z drugą osobą, za pomocą słów, gestów, wzroku’, umożliwiające porozumienie [por. Bańko red. 2003: 659, Szymczak red. 1978: 981]. Trzecie i ostatnie znaczenie jest istotne w pojmowaniu rozpatrywanego tu komunikowania. Zdefiniowanie leksemu *komunikacja* w *Słowniku języka polskiego* pod redakcją Mieczysława Szymczaka – mimo starszego wydania nie traci na aktualności – i jest bardziej doprecyzowane, znacząc: ‘porozumiewanie się, przekazywanie myśli, udzielanie wiadomości; łączność’ [Szymczak red. 1978: 981]. Odnosząc się do terminu *komunikacji*, John Stewart wyróżnia w swej definicji istotność łączności pomiędzy interlokutorami, zauważa, że ‘komunikacja [...] jest czymś, co wydarza się pomiędzy ludźmi, a nie czymś, co jedna osoba czyni drugiej’ [Stewart red. 2000: 45]. Z kolei zgodnie z definicją Romana Bartoszczyka *komunikacja* to: ‘termin stosowany dla podkreślenia tego, że wymiana przekazów między uczestnikami procesu komunikowania powinna mieć i czasem miewa charakter partnerski, bez określenia tego, kto jest nadawcą, a kto odbiorcą’ [Bartoszczyk 2006b: 100]. Autor hasła dookreśla, że jest to bardziej ‘komunikowanie się’ niż ‘komunikowanie’, a taka ‘dwustronność procesu, bez określania pozycji nadawcy i odbiorcy’ również dla Walerego Pisarka oznacza, że ‘każdy akt komunikacyjny jest aktem komunikowania, ale nie każdy jest aktem komunikowania się’ [Bartoszczyk 2006a: 98]. *Komunikowanie się* oznacza zatem ‘przekazywanie treści między uczestnikami procesu – nadawcą i odbiorcą [...] – za pomocą znaków z zawiązaniem wspólnoty kompetencji komunikacyjnej’, w której adresant i adresat mają sprawność kodowania i dekodowania przekazu (podobnie go

⁶⁰ *Udział* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/udzial;2532114.html> [odczyt: 25.02.2018].

interpretując) z użyciem tego samego kodu [Bartoszcze 2006b: 100]. Urszula Żydek-Bednarczuk opozycję komunikowania i komunikowania się podsumowała następująco: „komunikowanie się to proces, w którym interlokutorzy zamieniają się rolami i wspólnie uczestniczą w przekazywaniu informacji, są ze sobą w interakcji. Proces ten jest dwukierunkowy i wymaga bądź styczności fizycznej nadawcy i odbiorcy, bądź medium, które takie sprzężenie zwrotne umożliwia. [...] Natomiast komunikowanie (bez zaimka zwrotnego) dokonuje się dzięki mediom i środkom transmisji informacji. Jako proces charakteryzuje się jednokierunkowością. Ważny jest nadawca – odbiorca zaś »słucha«⁶¹” [Żydek-Bednarczuk 2005: 10]. Interakcja w analizowanej przestrzeni internetowej dotyczy naprzemienności nadawczo-odbiorczej oraz zakłada jednokierunkowy charakter porozumiewania przy założeniu, że odbiorca pozostaje pasywny względem odczytanego tekstu. Komentarze dodawane przez użytkowników strony mogą być bezspornym sygnałem aktywności lub pasywności interlokutorów. Aktywność użytkowników zauważalna w dodawaniu tekstów na stronę (w przypadku Gotujmy.pl) i komentarzy, a pasywność może przejawiać się, co zauważa Magdalena Ślawska, jako „model trilogu, [w którym – zm. J.M.]: dwaj interlokutorzy komunikują się, aby coś zakomunikować odbiorcy” [Ślawska 2014: 51]. Interakcja w portalu internetowym przebiega zatem dialogowo⁶², a uczestnikami są nadawcy i odbiorcy-współtwórcy [Ślawska 2014: 56].

1.3. Podstawowy schemat komunikacji językowej

Wyznaczony przez Romana Jacobsona podstawowy schemat komunikacji językowej⁶³ jest nadal zasadny w charakterystyce wszystkich aktów mowy. Forma ta to struktura, w której występuje: NADAWCA, KOMUNIKAT i ODBIORCA z uwzględnieniem KONTEKSTU – jednakowych okoliczności znanych nadawcy

⁶¹ W niniejszej pracy zdarza się stosowanie cudzysłowu w cudzysłowie. W takich formach tekst szerszy ujęty został w cudzysłów zwykły, a w przypadku tekstu węższego stosuje się cudzysłów ostrokątny (» «) [zob. Podracki, Gałązka 2010: 48-49].

⁶² Zob. o dialogu w nowych mediach [Kita, Grzenia red. 2004].

⁶³ Tomasz Goban-Klas wyróżnił dwa inne modele procesu komunikowania. Pierwszy *Model Przekazu Informacji Shannona w 1948 r.*, czyli model telekomunikacyjny, który składa się z ośmiu elementów (źródło, przekaz, koder, kanał, dekoder, odbiorca, sprzężenie zwrotne i szum), przy czym składnik dotyczący zakłóceń właśnie w tym schemacie był po raz pierwszy wprowadzony do modelu komunikacyjnego. Drugi model z tego samego roku, lecz powstały niezależnie w stosunku do pierwszego to *Model Aktu Perswazyjnego Lasswella*. Schemat wyróżnia linearny kształt o jednokierunkowej budowie. Zastosowanie odnajduje głównie w mediach masowych w celu zmiany postaw lub zachowań odbiorców. Jego formuła odnosi się do odpowiedzi na pięć podstawowych pytań: Kto?, Co?, Jakim medium?, Do kogo?, Z jakim skutkiem? [Goban-Klas 2008: 20]. Autorzy obu modeli zauważyli podobne dominanty istotne w procesie komunikowania.

i odbiorcy, KODU – zrozumiałego dla odbiorcy i KONTAKTU – określanego fizycznym kanałem oraz psychicznym związkiem między nadawcą i odbiorcą. Każdy z tych elementów schematu komunikacyjnego determinuje inną funkcję języka:

1. nadawca – emotywną;
2. odbiorca – konatywną;
3. kontekst – poznawczą;
4. komunikat – poetycką;
5. kontakt – fatyczną;
6. kod – metajęzykową [Jacobson 1989: 81-88].

Maciej Mrozowski zaznacza, że w komunikowaniu istotna jest sytuacja, w której czynność lub odpowiednie zachowanie (czyli nadawany komunikat), są zauważone przez innych, co pozwala na zaistnienie komunikacji. Ten uproszczony (podstawowy) trójelementowy schemat pojęciowy, w którym występuje nadawca, przekaz i odbiorca [Mrozowski 2001: 14], jest warunkiem zaistnienia wszystkich odmian komunikowania. Graficznie schemat wygląda następująco:



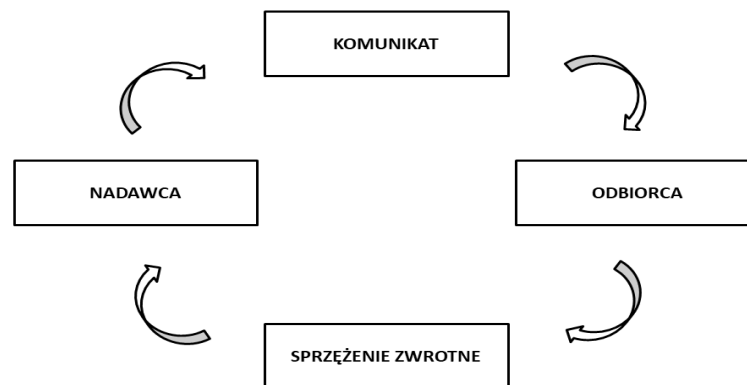
Ryc. 1 Schemat komunikacji językowej według Romana Jacobsona

Źródło: opracowanie na podstawie: R. Jakobson, 1989, *Poetyka w świetle językoznawstwa* [w:] R. Jakobson *w poszukiwaniu języka 2. Wybór pism*, red. M. R. Mayenowa, s. 81.

Roman Bartoszcze [Bartoszcze 2006b: 100], za Denisem McQuailem, wyróżnia pięć typów komunikowania:

1. komunikowanie intrapersonalne, w którym jednostka jest naprzemiennie nadawcą i odbiorcą, co powoduje prawie całkowite jej (siebie) zrozumienie, tworząc „wewnętrzne myślenie” zachodzące w umyśle w trakcie formułowania przekazu [por. Goban-Klas 1999: 31];
2. komunikowanie interpersonalne, nazywane międzyosobowym [Goban-Klas 1999: 31], w którym bezpośredniość między interlokutorami jest rozmową twarzą w twarz, a pośredniość wykorzystuje środki techniczne [Bartoszcze

2006b: 100, por. też: Goban-Klas 1999: 31]. Istota komunikowania interpersonalnego uwidacznia się w naprzemienności bycia nadawcą i odbiorcą, we wzajemnej współpracy uczestników komunikacji [Stewart red. 2000: 55]. Występowanie sprzężenia zwrotnego w tym sposobie porozumiewania się oznacza, że komunikat nadawcy był dla odbiorcy zrozumiały i teraz to odbiorca, odpowiadając nadawcy, sam staje się nadawcą. Michaił Bachtin odniósł tę zależność do mówiącego lub słuchającego [Bachtin 1986: 360]. Obecnie, z uwagi na używanie licznych urządzeń przez uczestników komunikacji w ramach utrzymywania kontaktu, pośredni charakter tej komunikacji nie zmienia znaczenia, dalej „wszelkie rozumienie jest brzemienne w odpowiedź i zawsze, w taki czy inny sposób, daje jej początek: słuchający staje się mówiącym [lub piszącym – przyp. J.M.] [Bachtin 1986: 360]. Ze względu też na sam komunikat (wypowiedź), Friedemann Schulz von Thun, Inghard Langer i Reinhard Tausch, w poszerzonym modelu komunikacji międzyosobowej wyróżniają wypowiedź nadaną (przez nadawcę) i wypowiedź przyjętą (przez odbiorcę). Dla badaczy zrozumienie przez odbiorcę komunikatu nadanego i przyjętego umożliwia sprzężenie zwrotne i zamianę ról między interlokutorami [por. von Thun, Langer, Tausch 2004: 82-83]. Oto wizualizacja:



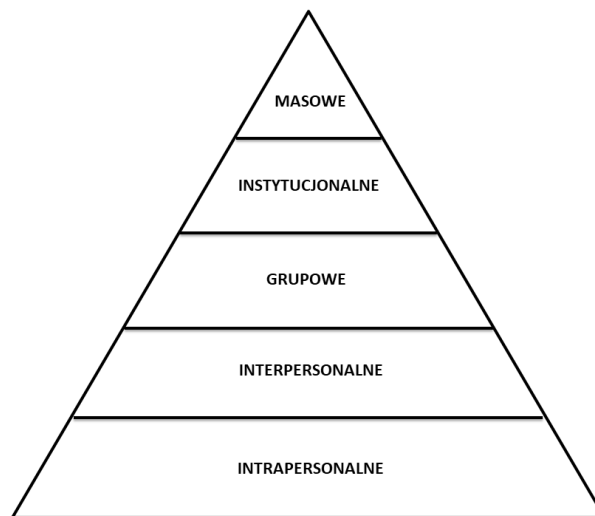
Ryc. 2 Komunikacja interpersonalna – jako interakcja

Źródło: opracowanie na podstawie: Stewart J. (red.), 2000, *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, przeł. J. Suchecki, P. Kostyło, J. Kowalczevska, J. Rączaszek, A. Kochańska, J. Doktor, Warszawa, s. 46.

3. komunikowanie grupowe, które dzieli się na bezpośrednie i pośrednie a zachodzi w obrębie społeczeństwa;

4. komunikowanie instytucjonalne, w którym są dwie odmiany: organizacyjna i społeczna. Pierwsza określa komunikowanie między poszczególnymi działami instytucji lub jej członkami. Druga stanowi porozumiewanie się instytucji i osób zajmujących istotną funkcją w strukturze społecznej;
5. komunikowanie masowe [Bartoszcze 2006b: 100, por. też: Goban-Klas 1999: 31].

Opisany schemat graficznie przedstawiany jest przy pomocy piramidy. Oto ona:



Ryc. 3 Schemat komunikowania według Denisa McQuaila

Źródło: opracowanie na podstawie: D. McQuail, 2007, *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.

1.4. Istota i funkcje komunikowania masowego w odniesieniu do internetu

Komunikowanie masowe [Bartoszcze 2006b: 100, por. też: Goban-Klas 1999: 31], które ma największy zasięg wśród komunikacji [por. ryc. 3], jest pojęciem wzbudzającym zainteresowanie badaczy wielu dyscyplin naukowych. Jak twierdzi Michał Gajlewicz, tak duża uwaga przyczynia się do złożonego charakteru tego pojęcia i różnych stanowisk w ramach jednej nauki [Gajlewicz 2009: 23]. Podstawą komunikowania masowego jest zatem schemat pojęciowy [Mrozowski 2001:13] wraz z „warunkami minimalnymi” obejmującymi relacje między co najmniej dwiema osobami, zdolność nadawania i odbioru, wyrazistość w wyrażaniu sygnałów, znaków i symboli, kanał oraz „izomorfizm znaczeń w komunikowaniu międzyludzkim” [Gajlewicz 2009: 24], który jest ukształtowany w tradycji i podobieństwie znaczeń

symboli [Gajlewicz 2009: 24]. Własności te stanowią fundament komunikacji masowej opartej na sieci komunikacji publicznej, czyli na mediach masowych, skierowanych do ogółu obywateli. Zdarza się coraz częściej, że komunikat jest przygotowany z myślą o węższym gronie odbiorców, z dostosowaniem do określonych grup z uwzględnieniem takich kategorii jak: płeć, wiek, czynniki demograficzno-społeczne i zawód [Goban-Klas 2008: 21].

Wśród cech komunikowania masowego, za Michałem Gajlewiczem, można wyróżnić m.in.:

1. techniczne środki przekazu, z przeznaczeniem „upośrednienia” informacji, występujące w formie tradycyjnej (prasa, radio, telewizja) lub jako nowe media (internet, pendrive, urządzenia mobilne);
2. „jednoczesność przekazu”, oznaczającą niedługi czas dzielący nadawanie informacji od jej odbioru;
3. masowy odbiór, pozwalający na odbieranie transmitowanych treści w jednym czasie przez wiele osób;
4. decentralizację odbiorców, polegającą na przestrzennym oddaleniu publiczności/użytkowników od nadawcy;
5. „heterogeniczność” odbiorców, do których skierowany jest przekaz;
6. społeczną potrzebę komunikowania, wskazującą na zainteresowanie nadawców i odbiorców dążących do posiadania lub przekazywania informacji;
7. „instytucjonalizowanie procesu masowego komunikowania”, w związku z szybkim postępem i rozpowszechnianiem się, potrzebujące również prawnego uregulowania [por. Gołat 2003: 9];
8. największą przystępność, w odróżnieniu od innych rodzajów komunikacji, treści interesujące poszczególne jednostki [Gajlewicz 2009: 24-25].

2. Właściwości komunikacji internetowej

2.1. Computer-Mediated-Communication (CMC) warunkiem istnienia porozumiewania w cyberprzestrzeni

Powyżej opisany model komunikowania, a szczególnie komunikacja masowa, jest również podstawą w komunikacji internetowej, będącej rozbudowaną wersją poszerzonego schematu komunikacyjnego. Sama forma komunikowania (za pomocą portalu internetowego) jest charakterystyczna dla komunikacji zapośredniczonej

komputerowo (CMC – *Computer-Mediated-Communication*), w której czynności wykonane przy tworzeniu treści są naznaczone analizą nastawioną na natychmiastowe reagowanie odbiorcy [Bauer 2015: 99, Górska-Olesińska 2009: 41]. Porozumiewanie to jest możliwe przy użyciu komputera i sieci komputerowej [Żydek-Bednarczuk 2013b: 347]. CMC, jak twierdzi Monika Górska-Olesińska, w większości dotyczy tekstu, który tworzony jest za pomocą klawiatury komputera, natomiast jego odczytanie jest możliwe przy użyciu ekranu monitora [Górska-Olesińska 2009: 45, Żydek-Bednarczuk 2013b: 347]. Szybkość i poprawność zapisu komunikatu przez użytkowników według m.in. Grażyny Filip zależy od „sprawności w posługiwaniu się narzędziem przekazu” [Filip 2004: 66]. Nie tylko komputer jest głównym narzędziem porozumiewania się w środowisku internetowym. Obecnie częściej korzysta się ze smartfonów i tabletów⁶⁴, które przez stałą łączność z siecią w ramach interfejsu umożliwiają użytkownikom drogą elektroniczną szybkie przeistaczanie się nadawcy w odbiorcę i na odwrót [Bajka 2008: 206].

Równie niezbędnym elementem komunikacji internetowej jest wspomniany wyżej interfejs, którego użycie pozwala na bezpośrednią interakcję człowieka z maszynami. Urządzenie to jest połączeniem elementów służących do wejścia i wyjścia. Istnieją trzy rodzaje interfejsu:

1. **tekstowy**, w którym klawiatura jest urządzeniem wejściowym, a drukarka znakowa lub wyświetlacz w trybie znakowym pełni funkcję wyjściową;
2. **graficzny**, do którego potrzeba elementu wskazującego, np. myszy oraz wychodzącego m.in. wyświetlacza graficznego;
3. **strony internetowej** – realizowany za pomocą przeglądarki internetowej⁶⁵.

Współcześnie najczęściej używa się interfejsu użytkownika w formie interfejsu graficznego, ekranu dotykowego i wiersza poleceń. Powołując się na źródła internetowe, można powiedzieć, że w „informatyce jako interfejs użytkownika rozpatruje się najczęściej część oprogramowania zajmującą się obsługą urządzeń wejścia/wyjścia przeznaczonych dla interakcji z użytkownikiem. W komputerach za obsługę większości funkcji interfejsu użytkownika odpowiada zwykle system operacyjny, który narzuca standaryzację wyglądu różnych aplikacji. Zwykli użytkownicy postrzegają oprogramowanie wyłącznie poprzez interfejs użytkownika”⁶⁶.

⁶⁴ Zob. na temat: [Majchrowska 2015a: 122].

⁶⁵ Por. https://www.governica.com/Interfejs_u%C5%BCytkownika [odczyt: 10.07.2016].

⁶⁶ https://www.governica.com/Interfejs_u%C5%BCytkownika [odczyt: 10.07.2016].

Za projekt interfejsu odpowiadają projektanci interakcji lub architekci informacji. Ich zadaniem jest połączenie wiedzy psychologicznej, dotyczącej człowieka i kompetencji ergonomicznej z przygotowaniem technicznym. Tak przygotowany projekt przejmują projektanci graficzni i programiści⁶⁷. W ramach prowadzonej analizy zauważone zostało, że porozumiewanie za pomocą interfejsu, przybiera formę trójstopniowego działania:

1. użytkownik (nadawca) – interfejs (urządzenie wejściowe) – komputer (nadawcy);
2. komputer (nadawcy) – sieć – komputer (odbiorcy);
3. komputer (odbiorcy) – interfejs (urządzenie wyjściowe) – użytkownik (odbiorca) [oprac. J.M.].

Powyższe spostrzeżenia dotyczą również innych form komunikowania w przestrzeni wirtualnej. Można uznać, że procedura jest analogiczna w każdym przypadku korzystania z globalnej sieci, w tym portali internetowych.

2.2. Komunikacja marketingowa jako asumpt komunikacyjny w portalu internetowym

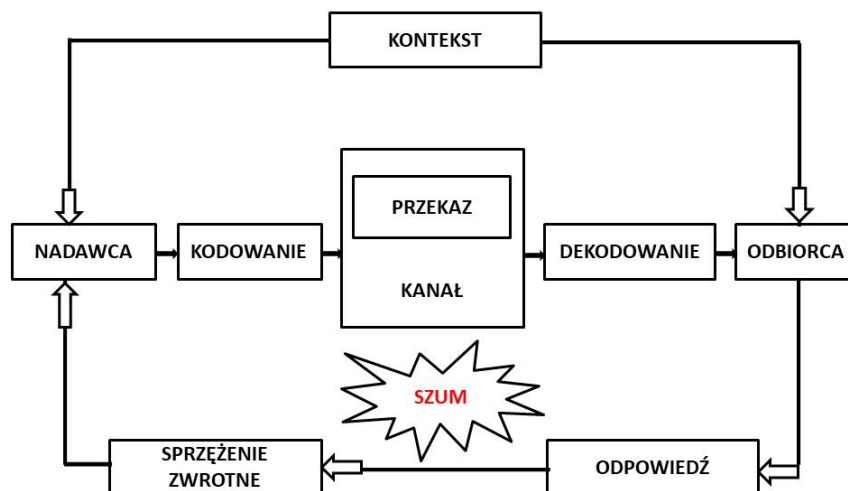
W analizie komunikacji internetowej zasadne staje się odniesienie do schematu komunikacji marketingowej⁶⁸, który opisał Jan W. Wiktor. Układ ten charakteryzuje się sześcioma elementami, uwzględniającymi pośredniość w komunikowaniu, obecnymi również w porozumiewaniu w portalach internetowych, takimi jak:

1. uczestnicy komunikacji (nadawca, odbiorca);
2. komunikat (przekaz);
3. kanał przekazu;
4. szумы;
5. sprzężenie zwrotne;
6. kontekst komunikacyjny [por. Wiktor 2012: 201].

⁶⁷ Por. https://www.governica.com/Interfejs_u%C5%BCytkownika [odczyt: 10.07.2016]

⁶⁸ Odwołanie do komunikacji marketingowej jest zasadne w uwagi na spostrzeżenia np. Grażyny Majkowskiej, która wskazuje, że rynek mediów w Polsce jest nastawiony na pozyskanie najwyższej liczby odbiorców, przez co upodabnia się do rynków Zachodu i czerpie z marketingu medialnego [Majkowska 2000: 242]. Podobne tendencje zauważone zostały również przez Grażynę Filip analizującą dziennik internetowy [Filip 2004: 70].

Oto ilustracja zaprezentowanego schematu:



Ryc. 4 Schemat procesu komunikacji internetowej

Źródło: opracowanie na podstawie: P. Kotler, 1999, *Marketing. Komunikacja*, Warszawa, s. 545; J.W. Wiktor, 2012, *Komunikacja marketingowa [w:] Podstawy marketingu*, red. A. Czubała, Warszawa, s. 201.

Nadawca i odbiorca są tutaj zamiennie osobami konstruującymi treści. Najpierw nadawca pisze artykuł, a odbiorca go odczytuje. W sytuacji, kiedy odbiorca wysła – w ramach komentarza pod tekstem, określoną treść – staje się nadawcą, a nadawca odbiorcą (o ile odczyta treść). **Komunikat** w przypadku internetu jest treścią zapisaną, znakiem ikonograficznym lub nagraniem umieszczonym w miejscu dostępnym dla nadawcy i odbiorcy. To istotny składnik procesu komunikacyjnego ujęty w konkretną strukturę za pomocą symbolicznego sposobu prezentacji. **Kanał przekazu** – internet, w tym wypadku bardziej szczegółowo portal internetowy – jest miejscem dostępnym dla nadawcy i odbiorcy. **Szumami** dla uczestników komunikacji mogą być zakłócenia wewnętrzne (semantyczne) lub zewnętrzne. Wewnętrzny szum dotyczy kodu – jest niezrozumiały, niepełny, porozumiewa się nim nadawca/odbiorca. Zewnętrzny szum obejmuje wszystkie składniki otoczenia, na które nadawca/odbiorca nie ma wpływu (np. problem z urządzeniem). **Sprzężenie zwrotne** stanowi odpowiedź odbiorcy na przekaz. Wartość reakcji zależy od sposobu odkodowania, zrozumienia i atrakcyjności komunikatu ze strony odbiorcy. Istnienie tego składnika komunikacji internetowej świadczy o jej interaktywnym charakterze komunikacyjnym. Ostatnim elementem jest **kontekst komunikacyjny**, na który składa się wiele czynników o zróżnicowanej postaci uwarunkowań [Wiktor 2012: 201].

2.3. Kontekst komunikacyjny a schemat Sebastiana Przybyszewskiego

Znaczenie kontekstu komunikacyjnego zarówno w podstawowym komunikowaniu międzyludzkim, jak i w cyberprzestrzeni, jest szczególne, ponieważ jego brak może sprawić, że odbiorca błędnie zinterpretuje wypowiedź nadawcy lub zrozumie ją tylko częściowo⁶⁹. Ścisłej, jak Sebastian Przybyszewski za Oswaldem Ducrotem podaje, kontekst jest potrzebny w celu:

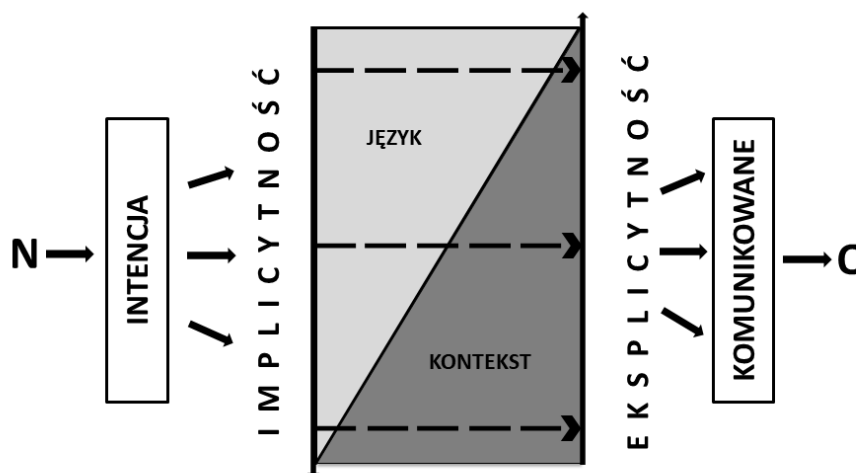
1. ujawnienia sensu wypowiedzi w związku z zastosowaniem wyrażen deiktycznych lub nazw własnych;
2. poprawnego wyboru interpretacji treści niejednoznacznych;
3. oznaczenia wartości illokucyjnej wypowiedzi;
4. ustalenia natury wypowiedzi przeobrażających się wraz ze zmianą kontekstu (np. zmiana wyrażenia interpretowanego neutralnie na nacechowane lub odwrotnie);
5. możliwości interpretowania wypowiedzi niedosłownych [Ducrot 1991: 375 i nn. za: Przybyszewski 2009: 181].

Biorąc pod uwagę cechy definicyjne samego leksemu *kontekst*, dominantę stanowi odniesienie do części tekstu [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 351, Bańko red. 2003: 674]. Dopiero w *Wielkim słowniku wyrazów obcych PWN* pod red. Mirosława Bańki, co rzadkie, występuje drugie określenie terminu, mianowicie: ‘społeczne, polityczne lub psychologiczne okoliczności danego zjawiska, istotne dla jego zrozumienia’ [Bańko red. 2003: 674]. Objasnienie to ukonkretnił Sebastian Przybyszewski, określając kontekst jako „całość tekstowych i sytuacyjnych faktów towarzyszących wypowiedzi” [Przybyszewski 2018: 2]. Nie bez znaczenia jest w tym wypadku rola języka, gdyż jak twierdzi Przybyszewski „język splata się z kontekstem w akcie komunikacji – tworząc sens, który jest bardzo odległy od tego, co przekazane zostało w planie wyrażenia [...]”. Zauważyć można [...], że im większy udział języka w komunikowaniu, tym mniej istotny staje się kontekst. I odwrotnie – bogaty kontekst [...] pozwala na mniejszy udział słów w języku” [Przybyszewski 2018: 2]. Autor swoją hipotezę ujął w schemacie

⁶⁹ Przykładem istotności kontekstu może być przypowieść indyjska o słoniu z wiersza Johna Godfrey’a Saxe’a. W opowieści występuje sześciu ślepców, którzy mają za zadanie opisać wygląd słonia. Mężczyźni, dotykając różnych części zwierzęcia, porównywali stworzenie kolejno do: ściany, liny, węża itp. Każdy z nich miał rację, ale każdy się mylił, gdyż dopiero poznanie wszystkich składowych umożliwiło udzielenie odpowiedzi na pytanie: jak wygląda słoń? [Przybyszewski 2018: 1, Friedman, Friedman 2008: 2].

Przypowieść pochodzi z wiersza, pt. *The Blind Men and the Elephant*, Johna Godfrey’a Saxe’a, por. <https://wildequus.org/2014/05/07/sufi-story-blind-men-elephant/> [odczyt: 28.02.2018]

językowo-kontekstowym modelu komunikacyjnego, który również ma zasadność w ramach dalszych dociekań prowadzonych w niniejszej rozprawie doktorskiej. Poniżej znajduje się opisany schemat:



Ryc. 5 Schemat językowo-kontekstowego modelu komunikacyjnego Przybyszewskiego

Źródło: S. Przybyszewski, 2018, *Implicytność a kontekst w komunikacji językowej* [w:] https://docs.google.com/viewer?url=http://www.uwm.edu.pl/polonistyka/pliki/article/161/SP_IMPLICYTNOSC%20A%20KONTEKST.pdf, s. 3 [odczyt: 25.02.2018].

Badacz początkowo wyjaśnia użycie w zaproponowanym schemacie pojęć *implicytność* i *eksplicytność*, tłumacząc że to, co *eksplicytne* uwidacznia się w większym związku wypowiedzi z kontekstem, a *implicytność* stanowi wnioskowanie z kontekstu (dotyczy treści niejawnych, ukrytych). Z kolei sam sposób użycia języka tworzy istotę w zrozumieniu komunikatu⁷⁰. Przedstawiony model komunikacyjny nie odbiega znacząco od podstawowych modeli komunikacji międzyludzkiej. W nim również występuje N – nadawca i O – odbiorca, którzy razem tworzą komunikację jednokierunkową od adresanta do adresata. Dalej, nadawca, posiadający intencję komunikacyjną, przekazuje odbiorcy treść za pomocą języka z mniejszym lub większym wykorzystaniem kontekstu. Sposób użycia kontekstu ma znaczenie w odczytaniu siły eksplicytności wypowiedzi. Odbiorca, z kolei, ma za zadanie

⁷⁰ Zob. pojęcie teorii aktów mowy i implikatury konwersacyjnej w rozdziale trzecim, podrozdział 1.2.-1.6.

odczytać komunikat, biorąc pod uwagę kontekst. Niemożliwe jest pełne zrozumienie nadawcy przez odbiorcę bez znajomości kontekstu, co Sebastian Przybyszewski puentuje, uściślając że „to samo zdanie w zależności od towarzyszącego mu kontekstu może być odebrane literalnie lub figuratywnie” [Przybyszewski 2018: 4-5].

2.4.Przekaz internetowy i jego typy

Komunikacja internetowa oznacza zatem komunikowanie masowe oparte na komunikowaniu publicznym, czyli mediach masowych. Szerzej, wśród typów przekazywania informacji/komunikatów w internecie można wyróżnić: porozumiewanie (*one-to-one*), ogłaszanie (*one-to-many*) i powszechność (*many-to-many*). Dodatkowo własności komunikacji interpersonalnej i masowej, a także prywatnej i publicznej, umożliwiają nazwanie internetu mianem metamediów. To połączenie pierwotnych modeli komunikowania (interpersonalnego, grupowego i masowego) z komunikacją sieciową (*networking communications*) zezwala na utworzenie syntetycznego modelu komunikowania [Cardoso 2006: 142-145 za: Juszczak 2011: 2]. Proces konwergencji tych elementów tworzy zatem potencjalne warunki do zaistnienia różnych form komunikacji społecznej w ramach tych samych technologii. Leopoldina Fortunati określa to zjawisko „mediatyzacją internetu” lub „internetyzacją mediów”, wyróżniając multimedialność i interaktywność jako główne cechy rozpoznawcze komunikowania internetowego [Fortunati 2005: 27-44 za: Juszczak 2011: 2]. Komunikację internetową można podzielić na dwa podstawowe typy przekazu uwzględniające medium – internet: **komunikację jednostronną i dwustronną**, inaczej nazywaną interaktywną. Komunikacja jednostronna dotyczy sytuacji, w której nadawca przekazuje komunikat nie nastawiając się na interakcję ze strony odbiorcy. Z kolei komunikacja dwustronna, synchroniczna lub asynchroniczna, związana jest z uzyskaniem przez nadawcę odpowiedzi. Sprzężenie zwrotne następuje od razu, w czasie rzeczywistym (wtedy mamy do czynienia z synchroniczną komunikacją interaktywną/dwustronną) lub jest odroczone w czasie, bez znaczenia, kiedy odbiorca odczyta i udzieli odpowiedzi (komunikacja asynchroniczna) [Aouil 2008: 15, por. Wallace 2003: 12-14]. Szybkość reakcji w każdym przypadku może zależeć od „różnych rodzajów technologii służących multimedialnej transmisji danych, miniaturyzacji urządzeń oraz magazynowaniu i przekazywaniu informacji [Wolańska 2006: 44-45]. Niekiedy wyrażanie swojej opinii w internecie odbywa się w kilka sekund [Majchrowska 2015a: 216].

Metodologiczna podstawa badań językowych w internecie, co podkreśla Jan Grzenia [Grzenia 2006: 43], obejmuje trójelementowy schemat komunikowania internetowego, obecny w wielu pracach. Autor zalicza do niego:

1. Typ konwersacyjny – inaczej czatowy, dotyczący porozumiewania się interlokutorów w ramach pogawędek internetowych (czatów, grup dyskusyjnych) z nastawieniem na kontakt. Wypowiedzi w aktach komunikacyjnych tego dyskursu pełnią funkcję informacyjną. Ta symulacja rozmowy bezpośredniej w postaci „multilogu” [Górska-Olesińska 2009: 33] jest ponadto polifunkcyjna, ponieważ łączy „funkcję fatyczną, ludyczną i ekspresywną” [Żydek-Bednarczuk 2013b: 348-349] zarazem. Środki stylistyczne, którymi posługują się użytkownicy, determinuje dyskurs i zewnętrzne elementy narzucane przez środek przekazu [Grzenia 2006: 43, Górska-Olesińska 2009: 33, Żydek-Bednarczuk 2013b: 348-349].
2. Typ korespondencyjny – uwarunkowany schematycznym układem charakterystycznym dla poczty elektronicznej (adresy interlokutorów, temat, treść – stałe formuły początku i końca wypowiedzi). Jego istnienie warunkuje określona sytuacja komunikacyjna [Grzenia 2006: 43, Żydek-Bednarczuk 2013b: 348-349].
3. Typ hipertekstowy – zakresem obejmujący strony WWW dostępne w globalnej sieci. Dotyczy tekstów, które nie zostały uwzględnione w typach wcześniejszych [Grzenia 2006: 43].

2.5.Determinanty komunikacji w internecie

Ewa Wolańska wyznaczyła kilka kategorii charakteryzujących zmiany komunikacyjne w internecie, porównując je do mediów tradycyjnych. Wyszczególniła takie pojęcia jak:

1. **decentralizacja i sterowanie** – możliwość prowadzenia różnych portali internetowych przez osoby prywatne;
2. **przepustowość** – brak ograniczeń obejmujących koszty, dystans dzielący interlokutorów czy pojemność kanału;
3. **interakcyjność** – umożliwienie wyboru informacji, jej wymiany, odpowiedzi na nią czy bezpośredniej łączności z jej centrum;
4. **elastyczność formy, treści i sposobu wykorzystania** [por. Wolańska 2006: 45, por. Majchrowska 2015a: 216-217].

Interaktywność⁷¹ jako kolejna z powyżej wymienionych właściwości jest właśnie, zdaniem Marii Wojtak⁷² i Iwony Benenowskiej, istotna w zrozumieniu mediów internetowych, w ramach których nadawca i odbiorca zachowują symetrię w komunikowaniu się [Wojtak 2015b: 10-11, Benenowska 2004: 11, Majchrowska 2015a: 217], a treści przypisywana jest interaktywność zapewniająca personalizację [Bauer 2015: 101].

Dodatkowo **hipertekstowość** [Wojtak 2015b: 10-11, Bauer 2015: 86-88] jest kolejnym przejawem rozróżnienia mediów tradycyjnych od nowych. Dla niektórych badaczy hipertekst to nowy gatunek dziennikarski, co podważa Zbigniew Bauer, pisząc: „to po prostu swoiste narzędzie zapisu komunikatu, podobnie jak tekst tradycyjny, od którego różni się sieciową strukturą, brakiem linearności i tym samym podatnością na niczym nieograniczone »pączkowanie« i rozrastanie” [Bauer 2015: 87]. Jakub Skowron zauważa dodatkowo, że hipertekstowy charakter komunikatu dotyczy dwóch węzłów hipertekstowych, z których pierwszy ujawnia się na powierzchni tekstu (np. jest zapowiedzią), a drugi wewnątrz tekstu (np. jako korpus). Całość łączy link umożliwiający to przejście⁷³ [Skowron 2008: 204, Majchrowska 2017: 142]. Hipertekst jako struktura hipertekstowa charakteryzuje się „nielinearną i multilinearną koncepcją organizacji i prezentacji określonych treści” [Żydek-Bednarczuk 2013b: 349].

Ostatni istotny element komunikacji internetowej to **dialogowość**, która ukierunkowuje komunikację na formę ograniczoną w realizacji w mediach tradycyjnych, tj. *interface to interface* [Benenowska 2004: 11, por. Majchrowska 2015a: 217]. Zasadne wydaje się nazwanie dialogów internetowych mową pozornie bezpośrednią ze względu na analogię do rozmowy typu *face to face* [Filip 2003a: 135], w której właśnie dialogowość, spontaniczność i zależność od sytuacji [Ożóg 1993: 93]

⁷¹ Przymiotnik *interaktywny* w *Słowniku wyrazów obcych PWN* oznacza: ‘odbierający informacje od użytkownika i reagujący na nie, zdolny do prowadzenia dialogu z użytkownikiem’. Hasło odnosi się jednak do programu komputerowego, systemu telewizji czy sprzętu elektronicznego [Bańko red. 2003: 553]. *Interaktywność* z kolei to ‘cecha oprogramowania, które oczekuje na reakcje użytkownika, sterujące dalszym wykonaniem programu’ [<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/interaktywnosc;3915069.html>]. Obecnie *interaktywny* można rozumieć jednak w odniesieniu do interlokutorów (nadawca – odbiorca) porozumiewających się za pośrednictwem komputera, programu czy innego sprzętu, co potwierdza Zbigniew Bauer, pisząc: „interaktywność obejmuje zarówno możliwość bezpośredniego kontaktu osobowych uczestników komunikacji, jak też komunikację człowieka z maszyną przez odpowiednie interfejsy [...]. Interaktywność zmienia tradycyjny podział ról w akcie komunikacji, umożliwiając każdemu uczestnikowi stanie się nadawcą lub odbiorcą, co wpływa zarówno na ich zawartość jak też sposób odbioru” [Bauer 2006b: 83-84].

⁷² Maria Wojtak kwestię interaktywności wylicza w odniesieniu do nowych mediów, wskazując na jej początki w mediach tradycyjnych w ramach interaktywności [Wojtak 2015b: 10].

⁷³ Szerzej o układzie przy omówieniu *zapowiedzi* jako jednego z reprezentatywnych gatunków w komunikacji internetowej, zob. rozdział piąty, podrozdział 2.1.1.

stanowią wyróżniki typowe dla samej kategorii potoczności, której naturalnym środowiskiem jest właśnie mówiona forma języka⁷⁴ [Warchała 2003: 216].

Komunikacja międzyludzka współcześnie z pomocą wielu urządzeń technologicznych dokonuje się wielopoziomowo i wielokodowo, a tendencje intertekstualne decydują o jej ostatecznym charakterze. Złożoność tego zagadnienia Eugeniusz Wilk, za Stevenem Mizrachem, podkreśla terminami *piśmienność środków masowego przekazu lub piśmienność wizualna*, zauważając, że zaproponowane pojęcie *wtórna oralność* jest pojęciem niepełnym. Termin *telepiśmienność* według badaczy jest bardziej adekwatny w opisie zmian dokonujących się na przestrzeni wieków. Z uwagi na szybko rozwijające się technologie komunikacyjne powstaje wiele przeobrażeń w różnych sferach życia: społecznej, kulturowej czy technicznej. Niemożliwe jest unikanie lub lekceważenie tych przeobrażeń w sferze komunikacji (jedynie w sytuacji odseparowania, co może być mocno utrudnione), gdyż chęć porozumiewania przynależy do natury ludzkiej. Współcześnie zatem realizowany jest etap *telepiśmienności* w fazie 2, który polega na wielokodowości przekazu z uwzględnieniem nielinearności w odczytywaniu [Wilk 2000: 29]. Nie jest to zatem forma powrotu do faz wcześniejszych, w których odbiorca postrzegany jest jako bierny uczestnik – konsument mediów nie miał na nic wpływu. Obecnie uczestnicy mogą być współautorami przekazów (np. w portalach internetowych) lub kreatorami komponującymi określone treści w ramach swobodnego wyboru i obranej ścieżki poznawczej. Z pomocą hipertekstowego charakteru tekstów publikowanych np. na stronach internetowych są w stanie łączyć treści niestandardowe w oryginalny, ciekawy dla siebie sposób [por. Wilk 2000: 30]. Korzystając z mediów i poruszając się w nich człowiek XXI wieku – wg Małgorzaty Kity *nowomediálny produser* – żyje w tej przestrzeni. Badaczka zauważa dodatkowo, że nieznanostwo składników tożsamości narodowej czy pokoleniowej (ma na myśli znajomość języka potocznego, języka urzędowego, języka angielskiego i odmiany medialnej) może powodować wykluczenie ze wspólnoty, w której dany człowiek istnieje [Kita 2017: 71-73] w świecie wirtualnym.

Cały postęp technologiczny i zmiany z nim związane są szczególnie ważne w kontekście języka, który dalej jest centralnym punktem komunikowania się w społeczeństwie internetowym. Internet jako środek przekazu nazywany jest często

⁷⁴ Nie można generalizować, że zasada ta jest stała, gdyż jak twierdzi Jerzy Bralczyk można zarówno „potocznie pisać”, jak i „literacko mówić” [Bralczyk 2004: 54, Warchała 2003: 216-217].

„piśmienną konwersacją”⁷⁵, w której informacje/komunikaty podawane do wiadomości szerszego grona osób związane są z pismem/tekstem. Nie można jednak generalizować i traktować komunikacji w internecie jako zjawiska jednorodnego, co potwierdza Włodzimierz Gruszczyński oznajmiając: „nie powinno się [...] wypowiadać jakichkolwiek ogólnych sądów o języku (polskim) w internecie” [Gruszczyński 2001: 185]. Istotne jest zatem ustalenie zakresu, którym została objęta analiza w celu wyprowadzenia rzetelnych wniosków.

Niejednokrotnie negatywnie oceniane zmiany językowe w środowisku wirtualnym, są przychylnie traktowane przez językoznawców. Irena Bajerowa twierdzi, że „technika stanowi ważny czynnik ewolucji języka, czynnik wywołujący zarówno szczegółowe, jak i ogólne zmiany językowe” [Bajerowa 1980: 60]. W kwestii oceny tych zmian badaczka jednoznacznie zauważa, że „w zasadzie język zmienia się celowo, musi bowiem dostosować się do potrzeb mówiącej społeczności” [Bajerowa 1980: 60]. Obecnie społeczność ta nazywana jest często społeczeństwem informacyjnym [Żydek-Bednarczuk 2013a: 180, por. też: Mattelart 2004] lub medialnym.

2.6. Dyskurs medialny a dyskurs internetowy

Wielość typów komunikacji obecnych w mediach i zakres tematyczny niniejszej pracy sugeruje ustalenie bardziej szczegółowo miejsca – przestrzeni, w której pojawiają się komunikaty. Internet jako główny punkt odniesienia do badań językoznawczych jest zbyt rozległym pojęciem. Przydatna zatem staje się w tym miejscu kategoria dyskursu. W definicji w *Słowniku terminologii medialnej* pod redakcją Walerego Pisarka podane jest zdanie: „z terminem [dyskurs – podkr. J.M.] wiążą się liczne spory metodologiczne” [Lisowska-Magdziarz 2006b: 40]. Wśród wielu dziedzin nauki można odnaleźć różne stanowiska metodologiczne, jednak nie sposób ująć je w zamkniętą całość z wyznaczeniem jednolitych determinant. Spośród bogatej bibliografii przedmiotu można wyróżnić fundamentalne dla poruszanej tematyki prace Teuna Adrianusa van Dijka [2001] czy Barbarę Sanding i Margret Selting [2001] oraz na gruncie polskim: Stanisława Gajdy [2005], Anny Duszak [1998], Renaty Grzegorzyczkowej [1998] i Bożeny Witosz [2000]. Precyzyjniej problematyka ta sugeruje zapoznanie się z publikacjami językoznawców związanych z dyskursem

⁷⁵ *Mowa – pismo – internet, czyli jak zmienia się komunikacja* [w:] https://www.epodreczniki.pl/reader/c/131473/v/30/t/studentcanon/m/j0000007XIB1v38#j0000007XIB1v38_0000000G [odczyt: 12.09.2017].

medialnym, dyskursem w mediach, dyskursem internetowym czy dyskursem w internecie, które są przywoływane w ramach dalszego wywodu prowadzonego w niniejszej rozprawie doktorskiej.

Sam *dyskurs* według definicji podanych w leksykonach dotyczy koneksji językowych, oznaczając ‘zespół zachowań językowych, których treść i forma uwarunkowane są koncepcjami poznawczymi [...] charakterystycznymi dla danego typu komunikacji, danego rodzaju działalności, a także praktycznymi warunkami formułowania wypowiedzi (kto mówi, do kogo, w jakim celu i w jakiej sytuacji)’ [Lisowska-Magdziarz 2006b: 40]: „Nie ma wypowiedzi jako tako luźnej, neutralnej, niezależnej, każda wypowiedź należy do szeregu lub zbioru, odgrywa pewną rolę w relacji do innych wypowiedzi, odnosi się do nich lub różni się od nich. Jest zawsze zespolona z mechanizmem wypowiedzi, w którym ma swój udział” [Foucault 1977: 143].

Stąd według Marii Wojtak, zajmującej się m.in. stylem dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej, dyskursem jest „całokształt praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności” [Wojtak 2015b: 95], przez co zasadne, na polu językoznawczym, jest odniesienie dyskursu do języka w użyciu, sposobu użycia charakterystycznego dla osoby, zbiorowości, instytucji, a także potraktowanie go jako zdarzenia komunikacyjnego, jako interakcji między jednostkami. Dyskurs, jak pisze w innej pracy wspomniana badaczka, może być rozumiany „jako całokształt praktyk komunikacyjnych typowych dla konkretnej wspólnoty (nie wdając się w szczegóły i pomijając polemiki lingwistów) powiązanej wizją świata, często stylem życia, a przede wszystkim współtworzącą świat wartości. Wspólnota aksjologiczna (system wartości przyjęty i system zwalczany) jest dla dyskursu kluczowa i to ona decyduje o kształcie jego innych parametrów” [Wojtak 2014c: 26].

Z uwagi na analizę konkretnej przestrzeni, tj. internetowej oraz zainteresowanie językiem w mediach, dyskurs można też określić mianem celowego, nieprzypadkowego użycia języka w ramach komunikowania się w sytuacjach społecznych [Lisowska-Magdziarz 2006a: 13-15].

Małgorzata Lisowska-Magdziarz, zajmując się analizą dyskursu, podzieliła zagadnienie na dwa zakresy: dziedzinę nauk społecznych dysponującą własną teorią i metodami badań z odniesieniem do własnego przedmiotu badań oraz na całokształt technik i czynności badawczych w celu analizy i prezentacji rzeczywistości [Lisowska-Magdziarz 2006a: 21]. Drugie podejście wydaje się zasadne na potrzeby niniejszej

analizy językoznawczej, której „celem jest badanie dyskursu w sposób kompleksowy, całościowy, uwzględniający ścisły związek zachowań językowych, komunikacji i kontekstu społecznego” [Lisowska-Magdziarz 2006a: 21]. Zależność językową Urszula Żydek-Bednarczuk odnosi „w przypadku internetu [do dyskursu internetowego/elektronicznego – zm. J.M.], w którym badanie zależności poszczególnych elementów nie może obejść się bez szerszego kontekstu, dotyczącego uwarunkowań technicznych, jak i sytuacji interlokutorów: ich tożsamości, anonimowości, relacji w grupie, kompetencji medialnych” [Żydek-Bednarczuk 2013b: 348].

W dalszej refleksji autorki pojawia się jednak dylemat dotyczący istotności dyskursu medialnego i dyskursu internetowego, które w konsekwencji autorka oddziela i analizuje w ramach dwóch obszernych wywodów [Żydek-Bednarczuk 2013a, Żydek-Bednarczuk 2013b].

Dyskurs medialny jest traktowany jako hiperonim dla dyskursu internetowego (także prasowego, radiowego i telewizyjnego). Stanowi on określenie na zdarzenie komunikacyjne, które występuje w określonych okolicznościach społecznych, kulturowych czy politycznych. Uwarunkowany jest czynnikami kontekstualnymi, tworząc przy tym zbiory podobnych do siebie wypowiedzi, które dotyczą konkretnego tematu, gatunku lub pełnionych funkcji [Żydek-Bednarczuk 2013a: 188]. W badaniach lingwistycznych zwraca się szczególnie uwagę na złożoność tego pojęcia i szerszą jego analizę. Szczególnie istotne jest podejście interdyscyplinarne, które nie powinno ograniczać w żaden sposób, a raczej motywować, do tworzenia nowych ścieżek poznawczych. Interesujące jest zatem określenie uwarunkowań zewnętrznych (kulturowych, politycznych, społecznych, rozrywkowych) i wewnętrznych (treść, gatunek, styl) analizowanego medium, celem zapoznania ze specyfiką tworzonych tekstów i określenia odbiorcy tekstów. Zewnętrznojęzykowe i wewnętrznojęzykowe założenia determinujące użyte gatunki i formy tekstowe budują dyskurs medialny [Żydek-Bednarczuk 2013a: 188-189]. Wieloaspektowe podejście analizy zapewni bowiem ustalenie wzorca gatunkowego wraz z jego wyróżnikami – stylem, tematem, strukturą i formą użycia [Wojtak 2004: 16-17].

Złożony charakter dyskursu medialnego podkreślają jego parametry dotyczące mediów masowych, czasu i miejsca nadawania oraz odbierania wiadomości, podmiotu nadającego (instytucja, grupa, jednostka) czy samego komunikatu, jego gatunku i funkcji [Żydek-Bednarczuk 2013a: 189].

Dla językoznawcy istotne w dyskursie medialnym są aspekty komunikacyjno-językowe wraz z ich formą gatunkową, a szczególną uwagę zwraca Małgorzata Kita na:

1. układ nadawczo-odbiorczy i wewnętrzne zróżnicowanie determinowane dyskursem szczegółowym: prasowym, radiowym, telewizyjnym lub internetowym;
2. działanie i oddziaływanie mediów, a w tym:
 - powstanie profesjolektów i języka internetowego;
 - przewartościowanie odmian językowych (wzrost zainteresowania odmianą medialną i potoczną) [por. Kita 2017];
 - przeobrażenie odbiorcy z biernego uczestnika w człowieka *producera* [por. Kita 2017], korzystającego z nowych technologii informatycznych;
 - zerwanie z tabu językowym;
 - zmianę w sposobie uprawiania polityki na rzecz popolityki i postpolityki (spektakl społeczny);
 - erozję norm językowych i fonicznych – powstawanie nowych form graficznych w celu niestandardowego wyrażania uczuć i emocji: emotikony, abrewiacja;
3. tygłowość językową/stylową;
4. powstanie gatunków medialnych zaadaptowanych na potrzeby komunikacji medialnej;
5. hipertekst jako nową formę tekstowości;
6. pojęcie grzeczności, czyli:
 - modyfikację ogólnie przyjętego kodeksu grzeczności;
 - wprowadzenie nowego typu etykiety językowej w związku z rozwojem CMC: netykiety;
7. przemiany dotyczące normy językowej [Kita 2012: 133-134, Żydek-Bednarczuk 2013a: 190-191].

Dyskurs medialny zdaniem Iwony Loewe „to taki typ jednokierunkowej komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, którego nadawca jest zinstytucjonalizowany i próbuje uczynić swój przekaz interaktywnym, odbiorcą jest zaś publiczność (audytorium). Przekaz wymaga urządzeń nadawczo-odbiorczych, jego cechą jest postępująca ikonizacja. Celem nadawcy jest ukierunkowanie społecznej uwagi i kształtowanie poglądów swej publiczności. W ramach dyskursu medialnego wyodrębnić można ze względu na rodzaj transmisji danych: dyskurs prasowy, radiowy,

telewizyjny i hipertekstowy. Semiotycznie jest to typ mieszczący się w mediasferze, z kombinacją trzech obszarów znaków: ikonosfery, sonosfery i logosfery, z eliminacją obszaru czwartego, czyli galenosfery” [Loewe 2014: 14].

W ramach dyskursu medialnego występują zatem dyskursy: prasowy, radiowy, telewizyjny i internetowy. Każdy z nich charakteryzuje się określonymi gatunkami i formami wypowiedzi, które wraz ze zmianą środków porozumiewania również zmieniają swoje zakresy funkcjonowania. I tak, gatunki z jednego dyskursu stają się również realizacjami gatunkowymi (w tej samej lub zmienionej, przeobrażonej formie) innego dyskursu. Najczęściej, z uwagi na nieograniczoną pojemność, a także asomatyczne, atemporalne i aspacialne środowisko komunikacyjne [Kita 2017: 73] dyskurs internetowy (internet) pełni rolę pojemnika dla tych realizacji.

O specyfice dyskursu internetowego wspomniano już niejednokrotnie w ramach definiowania pojęcia *internetu, komunikacji internetowej czy dyskursu medialnego*. Dookreślenia zatem wymaga definicja, bowiem dyskurs, który toczy się w komunikacji internetowej scala wiele zjawisk multimedialnych, między innymi koordynuje „współdziałanie różnych systemów semiotycznych [...] dla wytwarzania efektów znaczeniowych i ideologicznych oddziałujących na różne grupy odbiorców»” [Lemke 2008: 361-362 za: Żydek-Bednarczuk 2013b: 350]. Zarówno środki językowe, jak i stylistyczne oraz ich wzajemne relacje wpływają na dany dyskurs. W dyskursie internetowym są to głównie gatunki o stałych semantyczno-strukturalnych układach charakterystycznych tylko dla przestrzeni internetowej [por. Żydek-Bednarczuk 2013b: 350].

Monika Górską-Olesińską, analizując słowo w sieci, za Boyd H. Davis i Jeutonne P. Brewer podkreśla, że: „termin elektroniczny dyskurs jest odnoszony raczej do sposobu, w jaki ludzie wymieniają idee, nie zaś do medium czy kanału, jaki wykorzystują, by przekazywać i dostarczać wiadomości. Stosując ten termin jako opozycyjny wobec pojęcia CMC, akcentujemy nasze zainteresowanie językiem poza zdaniem, językiem jako wypowiedzią [...], bez względu na to czy jest ona wyrażona w piśmie czy w mowie” [Davis, Brewer 1997: 2 za: Górską-Olesińska 2009: 83].

Powszechnie funkcjonujący podział na odmianę pisaną i mówioną obecnie jest mocno zdezaktualizowany. Coraz częściej mówi się o hybrydzie tych odmian, choć pojęcie *telepiśmienności*, rozpowszechnione przez Eugeniusza Wilka zyskało największe uznanie. Faza druga warunkuje nieograniczoność w konsumowaniu zasobów globalnej sieci [Wilk 2000: 30].

3. Podsumowanie

Komunikowanie międzyludzkie stanowi podstawę wszystkich typów komunikowania językowego funkcjonującego współcześnie oraz nadrzędną kategorię opisu różnych typów komunikowania. Ta „polifonia komunikacyjna” [Wojtak 2015b: 11] jest nie tylko tłem interpretacji, jest przedmiotem badań.

Trójelementowy schemat komunikacyjny Romana Jacobsona jako podstawowy znajduje zatem swoje odniesienie w różnych sferach życia i formach porozumiewania. Rozwój cywilizacyjny i nowe technologie komunikacyjno-informatyczne doprowadziły do jego znacznych przekształceń, poszerzeń, których skutkiem stało się otwarcie na nowo perspektyw badawczych. Schemat komunikacji marketingowej służy obecnie jako odzwierciedlenie komunikacji zachodzącej w portalach internetowych (także innych częściach globalnej sieci). Komunikacja zapośredniczona komputerowo (CMC) stanowi nieodzowny element opisu języka i zachowań komunikacyjnych uczestników konwersacji, którzy korzystają z różnych jej typów.

W głównej mierze istotną rolę odgrywa kontekst komunikacyjny, a szczególnie przywoływany dyskurs medialny i dyskurs internetowy – ważny czynnik w analizie strukturalno-językowej portali internetowych. Wyznaczenie determinant poszczególnych dyskursów pozwala na zauważenie ich powszechnie funkcjonujących realizacji, odstępstw (niekiedy modyfikacji) w analizowanym materiale. Specyfika komunikacji internetowej ma szczególny wpływ na tworzenie treści. Uczestnicy konwersacji porozumiewają się bowiem w przestrzeni wirtualnej, której zadaniem jest zbliżenie do siebie interlokutorów przez dialogowy, interaktywny czy hipertekstowy charakter medium.

Podsumowując, można zauważyć, że komunikowanie internetowe jest zróżnicowane wieloaspektowo. Jego różnorodność i wielopłaszczyznowość zostały w tym rozdziale zaprezentowane jako teoretyczna i metodologiczna podstawa odwołań do analiz czynionych w badawczych częściach rozprawy.

Przywoływany w podrozdziale 2.6. termin dyskursu ma bogatą literaturę przedmiotu. Wszystkie ośrodki naukowe prowadzą badania na ten temat. Na Uniwersytecie Rzeszowskim należy wspomnieć np. publikacje wydane w ramach Ośrodka Badawczo-Dydaktycznego i Transferu Wiedzy *Tekst-Dyskurs-Komunikacja*⁷⁶: Bilut-Homplewicz Z., 1998, *Zur Dialogtypologie in der Erzählung aus*

⁷⁶ <http://www.tdk.ur.edu.pl/intro-pl.html> [odczyt: 12.07.2018].

textlinguistischer Sicht, Rzeszów, Gindin S., 2017, *Co wiedziała retoryka o budowie tekstu*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 9-39, Makowska M., 2017, *Medialne igrzyska. O językowych i pozajęzykowych sposobach nobilitowania i deprecjonowania sportowców na przykładzie relacji z Letnich Igrzysk Olimpijskich z Rio de Janeiro*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 63-81, Waśniewska M., 2017, *‘Misja pokojowa’ czy ‘krwawa jatka’: eufemizmy i dysfemizmy w dyskursie medialnym na przykładzie relacji z wojny w Syrii w polskiej prasie*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 83-100, Woźniak B., 2017, *Persuasion 2.0: Überlegungen zur multimodalen Persuasionskonstitution in Videoblogs*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 83-100, a także: Wojtak M., 2015c, *Welchen Forschungsweg einschlagen? Dilemmata eines Textsorten- und Gattungsforschers*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 8, s. 235-252, Sobieraj K., Joris W., Puustinen L., d’Haenens L., 2015, *Walka o euro: metafory i ramy metaforyczne w informacjach prasowych na temat kryzysu w strefie euro*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 8, s. 213-233, czy Instytutu Filologii Germańskiej⁷⁷: Wierzbicka M., Golonka J., *Grammatik im Dienste der Kommunikation* [EPUB], Buć B., *Argumentationsindikatoren in deutschen Interviews und Diskussionen* [EPUB], Nycz K., *Informationsstrukturierung in Wirtschaftstexten* [EPUB]. Przy uznaniu obfitego dorobku naukowego (polskiego i zagranicznego), spośród licznej bibliografii – jako źródła bezpośrednich odniesień – w tej rozprawie doktorskiej zostały wybrane te publikacje, których problematyka w sposób bezpośredni wiąże się z tematem rozważań podjętych w pracy.

⁷⁷ Por. <http://www.ur.edu.pl/wydzialy/filologiczny/struktura-wydzialu/institut-filologii-germanskiej/publikacje-w-ifg/liguistische-kontexte> [odczyt: 20.10.2018].

Rozdział trzeci

WSPÓŁCZESNA GENOLOGIA JĘZYKOZNAWCZA I POLE GATUNKOWE PORTALU INTERNETOWEGO

1. Genologiczna analiza tekstu - podstawowe założenia i problemy

Wśród licznej literatury przedmiotu niezbędne jest odniesienie do fundamentalnych założeń dotyczących gatunku, tekstu i języka. Podjęte rozważania łączą zatem perspektywę genologiczną z innymi dziedzinami nauki przywoływanymi w różnym stopniu w dalszych partiach pracy.

1.1. Genologia lingwistyczna i jej geneza

Genologia jest nauką o gatunkach mowy. Samo pojęcie *genologii* określane jest jako ‘dział teorii literatury badający rodzaje, gatunki, i odmiany literackie w powiązaniu ze zjawiskami historyczno-literackimi’ [Bańko red. 2003: 441]. Sięgająca starożytności refleksja genologiczna odnosiła się do gatunków literackich w poszczególnych epokach, co determinowało przyjęcie określonego podejścia i wybór metod prowadzonych analiz. Stanisław Gajda podzielił genologię na dwa okresy rozwojowe, uznając za cezurę wiek XIX. Pierwsza faza to stadium uniwersalistyczne, a druga naukowe. Stąd początkowo w badaniach nad gatunkiem konkretny tekst konfrontowano z jego idealną realizacją, w której struktura i jakość wypowiedzi służyły za szczególne wyznaczniki lub odstępiania od przyjętej normy. To normatywne podejście nie znalazło odniesienia w nowszych teoriach o właściwościach deskryptywnych [Gajda 2014: 257].

Znaczące dla polskiej genologii są ustalenia Stefani Skwarczyńskiej, która opisując gatunki tekstów, skupia się na strukturze i wyznacza podstawowe czynniki determinujące ich istnienie. Są to pola strukturalne, które Maria Wojtak za wspomnianą badaczką, szczegółowo analizuje. Pola te dotyczą kolejno: podmiotu mówiącego, sytuacji nadawcy, sytuacji odbiorczej i sytuacji nadawczo-odbiorczej, funkcji, przedmiotu ujęcia przedmiotu, przedstawienia i wyrazu oraz pole tworzywa i kodu. Poszczególne parametry w różnym stopniu konwencjonalizują pojęcie gatunku.

Podkreślić należy pole funkcji uznane za wiodące w „krystalizowaniu struktury gatunkowej” [Wojtak 2004: 12]. Podejście to warunkuje ujęcie gatunku jako dynamicznie zmieniającej się struktury uzależnionej od wyeksponowanego w danym przypadku pola [Wojtak 2004: 13]. Dla Marii Wojtak ta humanistyczna teoria gatunku Stefani Skwarczyńskiej [Gajda 2014: 258] stanowi zaplecze własnych analiz, w których wykładniki: semantyczny (później poznawczy), pragmatyczny i stylistyczny są znaczące, a kod gatunkowy „czyni z gatunku jakość komunikacyjną” [Wojtak 2004: 13]. Literaturoznawcze podejście do genologii w ujęciu Stefani Skwarczyńskiej dopuszczało przesunięcie obiektu zainteresowania z gatunków literackich na gatunki związane z aktywnością człowieka [Wojtak 2004: 13].

Fundamentalna dla genologii lingwistycznej stała się zatem teoria gatunków mowy Michaiła Bachtina, który nie zawęził gatunku do jednej dziedziny. Według rosyjskiego badacza każda wypowiedź nosiła znamiona gatunkowości. W koncepcji tej gatunek mowy ma trójelementową strukturę, na którą składa się komponent tematyczny, stylistyczny i kompozycyjny. Zaistnienie tych trzech nierozzerwalnych składników, które odnoszą się do treści, czyli podjętego tematu, stylu przez wybór użytych środków językowych oraz budowy kompozycyjnej, determinuje kształt wypowiedzi. Podobnie istotne znaczenie ma specyfika przestrzeni, w jakiej zaistniało to wypowiedzenie. Autor teorii dodaje, że działania człowieka są niewyczerpane. Nie sposób więc zbadać wszystkie gatunki mowy, których ogrom ulega ciągłym modyfikacjom. Aspekt stylistyczny, w tej koncepcji, stanowi integralny, nierozzerwalny komponent, charakteryzujący indywidualny styl nadawcy konkretnej wypowiedzi. W ramach badań z perspektywy tylko stylistycznej zalecane jest respektowanie gatunkowej natury stylów językowych, co przyczynić się może do podniesienia rangi wywodu. Natomiast zmiana stylu w poszczególnych gatunkach może dezorganizować lub modyfikować gatunek. Autor ogólnometodologiczny problem, dotyczący wzajemnych relacji między leksyką i gramatyką a stylistyką, rozwiązuje przez zespolenie składowych z zastosowaniem jednoczesnego ich rozdzielenia metodologicznego [Bachtin 1986: 348-357].

Bachtinowska teoria rewiduje zatem pierwotne znaczenie gatunku. Za nią uznaje się, że aktualnie gatunek nie dotyczy tylko funkcjonującego nurtu genologii literaturoznawczej, lecz odnosi się do prężnie rozwijającej się genologii lingwistycznej [Ostaszewska, Cudak 2008: 7], której zadaniem jest badanie gatunków mowy. Pojęcie *genologii lingwistycznej* zostało zaproponowane przez Antoniego Furdala w 1983 roku „dla określenia gałęzi językoznawstwa, która zajmuje się opisem i klasyfikacją

komunikatów językowych” [Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005: 57]. Jednym z podstawowych podziałów jest według wspomnianego badacza rozróżnienie na formy pisane i mówione. Dodatkowo wskazuje on na istotność: tytułu, struktury, segmentacji, występowania lub braku kodów pozawerbalnych, jakościowych elementów tekstu i stylu, jako czynników determinujących typologizację gatunków [Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005: 58].

1.2. Teoria aktów mowy w ujęciu Anny Wierzbickiej

Do myśli Michaiła Bachtina nawiązuje Anna Wierzbicka nazywająca gatunek (badaczka używa terminu *genrów mowy*) „ciągami prostych zdań, wyrażających założenia, intencje i inne akty umysłowe mówiącego, definiujące dany typ wypowiedzi” [Wierzbicka 1983: 129]. Teoria ta wyrosła z myśli brytyjskich filozofów języka. Za czołowego ich przedstawiciela uważa się Johna Austina, a grupę jego naśladowców tworzą: John Searle, Peter Frederick Strawson, Herbert Paul Grice, Geoffrey Neil Leech i inni, kontynuujący lub polemizujący z jego koncepcją.

„Nawet w najbardziej swobodnej rozmowie – jak twierdzi Michaił Bachtin – »odlewamy« naszą mowę w formy określonych genrów [...]. Te genry dane nam są tak, jak dany nam jest język ojczysty” [Bachtin 1979: 257 za: Wierzbicka 1983: 127]. Koncepcja ta rozszerza dotychczasowy zakres użycia aktów mowy. W komunikacji nie stanowi ograniczeń. Zasadne staje się określenie, że akt mowy (jak twierdzą Michaił Bachtin i Anna Wierzbicka) dotyczy wszystkich sposobów porozumiewania, bez znaczenia, czy jest to komunikowanie indywidualne, publiczne czy masowe, bez względu na użyte medium, w którym zachodzi, lub jego brak. Anna Wierzbicka realizuje ideę Bachtinowskiej teorii genrów mowy „w ramach semantyki elementarnych jednostek znaczeniowych” [Wierzbicka 1983: 129]. Autorka definiuje poszczególne genry mowy przy użyciu języka semantycznego „wykrojonego” z języka naturalnego, dzięki czemu ich zrozumienie jest dla odbiorcy intuicyjne [Wierzbicka 1983: 129].

Wierzbicka opisem objęła takie genry mowy jak *pytanie, prośba, rozkaz, groźba, ostrzeżenie, pozwolenie, podziękowanie, gratulacje, kondolencje* i wiele innych. Stosowana formuła w każdym akcie jest analogiczna. Oto przykład dyskusji, kłótni i rozmowy:

DYSKUSJA

sądzę że Ty myślisz o Z co innego niż ja
mówię:

mówię to, bo chcę żeby każdy z nas powiedział, co o tym myśli (i dlaczego)
sądzę że i ty chcesz, żeby każdy z nas powiedział, co o tym myśli i dlaczego
sądzę że mówiąc to moglibyśmy spowodować, że będziemy myśleć to samo
chciałbym, żebyśmy myśleli to samo

KŁÓTNIA

Wiem, że Ty myślisz o Z co innego niż ja
mówię: ty myślisz źle
mówię to, bo chcę żebyś powiedział że mówiłeś źle

ROZMOWA

mówię:...

mówię to, bo chcę, żebyśmy mówili różne rzeczy jeden do drugiego
sądzę, że i ty chcesz, żebyśmy mówili różne rzeczy jeden do drugiego

Szczegółowe odwołanie do konkretnych aktów mowy w ujęciu Anny Wierzbickiej znalazło zastosowanie w analizie komentarzy użytkowników portali internetowych w części badawczej tej pracy w rozdziale piątym, podrozdziale 2.4. i 2.5.

1.3. Teoria aktów mowy w ujęciu Johna Austina

Świadomość dotycząca możliwości opisu różnych zjawisk przy współdziałaniu analizy znaczenia zdania, wymaga głębszego zapoznania się z genezą narodzin teorii aktów mowy. Jak pisze wielu badaczy [por.: Wierzbicka 1983, Levinson 2010, Zdunkiewicz 2014] teoria aktów mowy związana jest z doktryną pozytywizmu logicznego, którego koncepcja zakłada możliwość weryfikacji zdania pod względem jego prawdziwości i fałszywości. Brak warunków sprawdzenia pozbawia je znaczenia. W konsekwencji teoria zakładała, że wypowiedzi literackie, etyczne, estetyczne lub potoczne nie posiadały sensu. Ta ewidentnie sokratejska propozycja zyskała miano rewolucyjnej, inspirującej wiele ówczesnych środowisk naukowych. Dopiero Ludwig Wittgenstein dał początek nowej myśli, w której wypowiedź w użyciu, lub w odniesieniu do gier językowych, nadaje znaczenie wypowiedzi [Levinson 2010: 264].

W dobie obu funkcjonujących myśli John Austin ogłosił swoją autonomiczną teorię aktów mowy, obalając tym dotychczas funkcjonujące koncepcje. Nowe spojrzenie dotyczyło uznawania pojedynczego aktu mowy funkcjonującego w konkretnym wypowiedzeniu za godne uwagi. Dla brytyjskiego językoznawcy każda wypowiedź nosiła znamiona pozajęzykowe. Przytaczając kilka zdań oznajmujących, kierował

uwagę nie tylko na akt mówienia, ale na to, co się dzieje poza nim [Levinson 2010: 265-266].

1.3.1. Akty performatywne i konstatacje

Teoria performatywów stanowi pierwszą wersję teorii aktów mowy. Odseparowanie konstatacji od performatywów było pierwotnym rozróżnieniem Johna Austina. Zauważył on, że zwerbalizowane wypowiedzi zostają powołane do życia w odpowiednim kontekście, w połączeniu z którym sam fakt mówienia (niekiedy pisania) doprowadza do zmiany rzeczywistości. Najbardziej reprezentatywne przykłady aktów wykonawczych dotyczą odpowiednio sytuacji wymówienia formuły rozgrzeszenia przez spowiednika, przyrzeczenia ślubnego małżonków czy wypowiedzenia wojny. Każda z sytuacji tworzy nowy porządek. Penitent zostaje oczyszczony z grzechów, mąż i żona zostają zobowiązani do przestrzegania praw i obowiązków wynikających z zawarcia związku małżeńskiego, a w państwach nastaje stan wojenny [Zdunkiewicz 2014: 269-270].

Oprócz aktów o charakterze prawno-instytucjonalnym aktami performatywnymi Austin nazywa również działania językowe, których zadaniem jest tworzenie rzeczywistości. Są nimi m.in. obietnice, prośby, podziękowania czy gratulacje [Zdunkiewicz 2014: 270]. Stephen C. Levinson za istotne uznaje pojęcie fortunności, czy raczej niefortunności, która dla Johna Austina zamyka się w trzech kategoriach nazwanych warunkami pomyślności. Dotyczą one kolejno:

1. zaistnienia konwencjonalnej procedury, która zakończy się konwencjonalnym skutkiem, a uczestnicy i okoliczności, w jakich powstanie akt, będą odpowiednie dla sytuacji i zgodne z procedurą;
2. poprawnej i w całości wykonanej procedury;
3. posiadania i przestrzegania „myśli” zgodnych z procedurą, o ile przewiduje je procedura [Levinson 2010: 266-267].

Nieprzebranie warunku 1. i 2. zaliczane jest przez Austina do „niewypałów”, czyli braku zaistnienia zamierzonego celu. Naruszenie 3. kryterium jest nadużyciem, którego nie sposób wykryć w trakcie wypowiedzi. Złamanie tej reguły ma mniejsze konsekwencje (niż dwóch poprzednich), ponieważ cel (np. deklaracja) jest osiągnięty, choć ma znamiona nieszczerości [Levinson 2010: 268].

1.4.Moc aktów mowy – nowa teoria Johna Austina

John Austin zrewidował swoje poglądy zauważając, że poprzednie rozróżnienie było niepomysłne. W nowej koncepcji, pożytecznej w semantyczno-pragmatycznych badaniach, nie stosując już rozgraniczeń, zaproponował, by każdy akt mowy rozpatrywać w trzech podstawowych sensach, utrwalonych jako lokucyjny, illokucyjny i perlokucyjny [Levinson 2010: 274, Zdunkiewicz 2014: 270-271]. Mianowicie:

1. Akt lokucyjny odnosi się do samego komunikatu. Nadawca nie zważa na sytuację i uczestników aktu komunikacyjnego.

2. Akt illokucyjny dotyczy celu, jaki chce osiągnąć mówiący w wypowiedzeniu. Może to być prośba, twierdzenie, propozycja lub żądanie.

3. Akt perlokucyjny „jest związany z ubocznymi, wtórnymi celami i rezultatami aktu komunikacyjnego” [Zdunkiewicz 2014: 271] i zależy od okoliczności wypowiedzi. Efekty perlokucyjne w tym akcie są nieograniczone [Levinson 2010: 274, Zdunkiewicz 2014: 271].

1.5.Klasyfikacja aktów mowy według Johna Searle’a

John Searle, jako kontynuator myśli Johna Austina zaproponował rozróżnienie aktów mowy na bezpośrednie i pośrednie (ukryte). W koncepcji tej pośrednie akty mowy uzależnione są od kontekstu, a w bezpośrednich intencję nadawcy odczytuje się samoistnie [por. Zdunkiewicz 2014: 271]. W dyskursie internetowym tylko pośrednie akty mowy odnajdują swoje zastosowanie.

John Searle wyznaczył pięć podstawowych typów aktów mowy, w których wyróżnił: asercje, dyrektywy, komisywy, ekspresywy i deklaratywy. Każda forma wypowiedzi wskazywała na konkretne działania, które człowiek może wykonać w akcie mówienia [Levinson 2010: 278, Zdunkiewicz 2014: 275] lub pisanie. Wypowiedzi:

1. reprezentatywne, czyli asercje nakładają na mówiącego obowiązek mówienia prawdy (m.in. są to: twierdzenia, wnioski, czy przysięgi);
2. dyrektywne są sposobami wywarcia nacisku, wykonania czegoś przez odbiorcę wypowiedzi (np. prośby lub rozkazy);
3. komisywne stanowią formę zobowiązania odbiorcy względem nadawcy (działanie i odpowiedzialność za nie widoczne są m.in. w obietnicach, propozycjach lub zobowiązaniach);

4. ekspresywne wyrażają stany psychiczne lub emocjonalne mówiącego (np. w gratulacjach, kondolencjach);
5. deklaratywne noszą znamiona aktów performatywnych z propozycji Johna Austina. Ich celem jest wywołanie zmian w aktualnych stanach rzeczy. Wszystko to za pomocą odpowiednich wypowiedzi (np. ogłoszenie, mianowanie) [Levinson 2010: 278, Zdunkiewicz 2014: 275-276].

1.6. Teoria implikatur konwersacyjnych

Herbert Paul Grice jako pierwszy zauważył rozbieżność w tym „co mówiący mówi (wypowiada) [lub pisze – przyp. J.M.], a co może przy tym dodatkowo mieć na celu (implikować)” [Jurkowski 1999: 252]. Prowadząc wykłady na Uniwersytecie Harvarda, wspomniany filozof języka i pragmatyk, wprowadził szersze niż w logice znaczenie implikacji. Implikatura konwersacyjna⁷⁸, kluczowa dla językoznawstwa, wraz z maksymami konwersacji określa według jego spostrzeżeń właściwy sposób prowadzenia rozmowy [Grice 1977: 96, Jurkowski 1999: 252]. Przeprowadzenie poprawnej konwersacji zakłada z góry określony temat, cel lub kierunek rozmowy. Swoboda jest przy tym dozwolona, ale tylko (też) w określonej formie. Dla uniknięcia pewnych niewłaściwych przesunięć konwersacyjnych Paul Grice wprowadził zasadę kooperacji, którą powinni przestrzegać wszyscy uczestnicy rozmowy: „Uczyń swój udział konwersacyjny w przewidzianym dla niego momencie takim, jakiego wymaga zaakceptowany cel lub kierunek rozmowy, w którą jesteś zaangażowany” [Jurkowski 1999: 252].

Zasada współdziałania leży u podstaw językowego skutecznego porozumiewania się. Naśladując Immanuela Kanta, Paul Grice wyznaczył cztery dodatkowe kategorie, tj. ilości, jakości, stosunku i sposobu oraz dwie bardziej szczegółowe maksymy i podmaksymy, których przestrzeganie umożliwia osiągnięcie efektów zgodnych z zasadą kooperacji [Grice 1977: 97].

W wypowiedzi powinny być zatem zawarte tylko niezbędne informacje, niezmacone niepotrzebnymi dopowiedzeniami, a nadrzędny cel nadawcy odpowiada unikaniu mówienia nieprawdy na rzecz informacji sprawdzonych. Ilość informacji i jakości wypowiedzi Geoffrey Neil Leech uogólnił do unikania mówienia nieprawdy, a do zasady kooperacji Paula Grice’a dołożył kategorię grzeczności, formułując przy

⁷⁸ Pojęcie implikatury konwersacyjnej zostało użyte przez autorkę w ramach analizy perswazyjnej funkcji tytułów w portalu internetowym Kozaczek.pl [zob. Majchrowska 2016].

niej kolejnych sześć maksym. Zasady te są ściśle związane z pragmatyką, a zasada grzeczności jest powiązana z retoryką skierowaną na konkretny cel. Maksymy stanowiące propozycję Geoffreya Leecha to kolejno, taktu i wielkoduszności (odnoszące się do takich aktów mowy jak prośba, rozkaz, przysięga i obietnica) związane z wyrażaniem się w taki sposób, aby korzyść własna nie narażała innych na wydatki czy starty. Następne dwie maksymy dotyczą aprobaty, uznania i skromności (kluczowe w wygłaszaniu gratulacji, podziękowań, kondolencji i pochwał). Obie odnoszą się do krytyki, którą mówiący powinien skierować na siebie. Zgodność podczas wygłaszania twierdzeń stanowi przedostatnią kategorię, w której dążenie do zgody z innymi jest nadrzędnym celem w rozmowie. Maksyma sympatii, przedstawiona jako ostatnia, zachęca do zrozumienia innych i bycia życzliwym dla innych [Grice 1977: 66-69, Zdunkiewicz 2014: 272-273, Jurkowski 1999: 252, Majchrowska 2016: 48-49].

Teoria Paula Grice'a stanowi interesującą podstawę analizy jakości tekstów publikowanych na stronach internetowych zarówno od strony nadawcy, jak i odbiorcy. Jawne naruszenie, „pogwałcenie” poszczególnych maksym konwersacyjnych uczestników rozmowy uruchamia wnioskowanie. Zadaniem implikatury konwersacyjnej jest zatem odczytywanie aktów mowy z uwzględnieniem kontekstu językowego i pozajęzykowego⁷⁹. Paul Grice, biorąc pod uwagę kontekst, zauważył, że można go wykorzystywać w różnym stopniu, wyznaczył więc implikatury konwersacyjne ogólne i szczegółowe. Implikatura ogólna charakteryzuje się mniejszym wykorzystaniem kontekstu w odróżnieniu do implikatury szczegółowej, dla której kontekst musi być ściśle określony. Powodować to może jednak problemy w skutecznym porozumiewaniu się, jeśli rozmówcy wykorzystają zbyt duży obszar kontekstu, bądź nie będą posiadali wiedzy na poruszany temat lub doświadczenia umożliwiającego pełne zrozumienie komunikatu. Takie odczytanie wypowiedzi może mieć jednak pozytywne konsekwencję, które wskazują na bogactwo języka i jego kreatywne wykorzystanie [Zdunkiewicz 2014: 274].

Dla Paula Grice'a schemat interpretacji wypowiedzi, który prowadzi do wydobycia implikatury konwersacyjnej, wygląda następująco: p implikuje konwersacyjnie q , ale tylko wtedy jeśli mówiący lub piszący:

1. przestrzega maksym konwersacyjnych lub chociaż zasady kooperacji;

⁷⁹ Por. schemat Przybyszewskiego umieszczony w rozdziale drugim, podrozdziale 2.3.

2. istnieje przypuszczenie, że jest świadomy o niezbędności q dla zrozumienia, że powiedzenie, że p nie było sprzeczne z założeniem poprzednim;
3. ma świadomość, że słuchacz może uświadomić sobie, chociaż intuicyjnie, że przypuszczenie ujęte w punkcie drugim, jest konieczne do odczytania implikatury [Zdunkiewicz 2014: 275].

Przedstawione w tym podrozdziale zasady konwersacyjne można traktować jako wzorcowy stan wyjścia dla internetowych wypowiedzi charakteryzowanych w analitycznych partiach niniejszej rozprawy.

2. Genologiczna perspektywa badawcza

Wyodrębnienie się nowej subdyscypliny językoznawstwa jest efektem lawinowo rozwijających się technologii informacyjno-komunikacyjnych. To na ich płaszczyźnie ukształtowały się różne formy gatunkowe, które jako nieartystyczne formy wypowiedzi stały się przedmiotem opisu lingwistów. Danuta Ostaszewska i Romuald Cudak zaznaczają, że istotny i żywiołowy charakter tych przeobrażeń wiąże się ze zrewidowaniem dotychczas istniejących teorii i narzędzi opisu na rzecz nowych i aktualnych, za pomocą których możliwe będzie skuteczne analizowanie zaistniałych sytuacji [Ostaszewska, Cudak 2008: 7].

2.1. Genologiczna analiza tekstu Marii Wojtak

Podstawowym celem genologii lingwistycznej jest tworzenie typologii komunikatów, które składają się na uniwersum mowy. Maria Wojtak, powołując się również na wielu badaczy, zauważa, że wszelkie klasyfikacje są możliwe dzięki charakteryzowaniu gatunków i ich zmiennych układów [Wojtak 2011a: 44], bowiem „dążenie do transgresji wpisane w koncepcję gatunku powoduje, że gatunki często wędrują między strefami stylowymi i dyskursywnymi. Migracje gatunkowe występują między wszystkimi wyróżnionymi podziałami stylowymi: między stylem artystycznym a formami pisma niefikcjonalnego, oraz w obrębie stylów użytkowych: między odmianą potoczną, urzędową, medialną i religijną. Pojawienie się danego gatunku w nowym dla niego kontekście [dla nas jest to dyskurs internetowy – Ż.-B.] powoduje znaczące zmiany jego parametrów” [Witosz 2009: 218-219 za: Żydek Bednarczuk 2013b: 361].

Romuald Cudak, zajmując się genologicznymi pograniczami i ekwiwalencjami gatunków podkreśla, że „interioryzacja form z obszarów komunikacji leżących [poza określoną dziedziną – zm. J.M.] jest jednym ze sposobów kształtowania repertuaru

genologicznego” [Cudak 2011: 58]. Takie otwarcie granic – paradoksalnie – poszerza terytorium danej dziedziny [Cudak 2011: 58].

Wielowątkowość i wielowymiarowość pojęć genologicznych nastęrcza trudności w ujednoczeniu terminologicznym. Prócz tego wyznaczanie i klasyfikowanie gatunków ulegających ciągłym przeobrażeniom modyfikuje również używane dotychczas narzędzia badawcze. Elastyczne podejście interpretowania gatunków warunkuje stosowanie metod, które pokazują największe determinanty i zróżnicowanie wewnętrzne poszczególnych okazów.

Zasadne na potrzeby niniejszej analizy jest wprowadzenie pojęcia genologicznej analizy tekstu Marii Wojtak⁸⁰, językoznawczyni, która związana jest z Wydziałem Humanistycznym UMCS. Przedmiotem zainteresowania, wspomnianej autorki jest zarówno genologia lingwistyczna, jak i stylistyka. Maria Wojtak uważana jest za mediolingwistkę, której prekursorskie analizy umożliwiają interdyscyplinarne badania nad mediami, w których genologiczna analiza tekstu stanowi punkt wyjścia. Wspomniana teoria zaproponowana przez badaczkę ma swoje źródło w teorii gatunków mowy Michaiła Bachtina oraz wyrasta z nurtu badań Stefanii Skwarczyńskiej. Umożliwi to w niniejszej analizie „wielowątkową i wielozadaniową genologiczną analizę tekstu, a właściwie analizę konkretnych wypowiedzi” [Wojtak 2014a: 63]. Przedmiotem niniejszej analizy jest zatem tekst i gatunek.

2.2. Gatunek i jego determinanty

Pierwotne znaczenia gatunku odnosiło się do ujęć klasyfikujących, w których istotne były wszystkie parametry, służące określeniu gatunkowości utworu. Z czasem zauważono jednak dynamiczny i otwarty charakter gatunku, w obrębie którego dopuszcza się występowanie dominant i podkategorii podatnych na wpływ innych kategorii gatunkowych. Gatunek bowiem tworzy określony stosunek do świata

⁸⁰ Maria Wojtak oprócz członkostwa w wielu prestiżowych instytucjach naukowych, takich jak np.: Towarzystwo Miłośników Języka Polskiego, Lubelskie Towarzystwo Naukowe, Komitet Językoznawstwa przy PAN, napisała wiele fundamentalnych prac, które przywoływane są w ramach niniejszego wywodu. Oto kilka pozycji nawiązujących w sposób bezpośredni do tematu pracy: *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010, *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, seria Teolingwistyka, t. 9, Tarnów 2011b, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Lublin 2015b, a także praca współredagowana np. z Ewą Bulisz, *Porozmawiajmy o gatunkach artystycznych i użytkowych*, Lublin 2015 czy liczne artykuły naukowe jak: *Genologiczna analiza tekstu*, „Prace Językoznawcze”, 16/3, 2014a, s. 63-71, *O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich*, „Postscriptum Polonistyczne”, 2/4, 2014b, s. 39-56.

i przeformowuje się w razie potrzeby [Witosz 2005: 108-109, Gajda 2014: 255-268]. Według Marii Wojtak „gatunek [zatem to – zm. J.M.] twór abstrakcyjny (model, wzorzec) mający jednak różnorodne konkretne realizacje w formie wypowiedzi, a także [rozumiany jest – zm. J.M.] jako zbiór konwencji, które podpowiadają członkom określonej wspólnoty komunikacyjnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom” [Wojtak 2004: 16].

Podjęcie koncepcji gatunkowej złożoności gatunku umożliwia wybór perspektywy badawczej spośród: dynamicznej, statycznej i konkretyzującej. Perspektywa dynamiczna dotyczy pojmowania gatunku jako zjawiska komunikacyjnego, w statycznej gatunek jest typem tekstu, modelem umożliwiającym łączenie tekstów o podobnych właściwościach. Ostatnia perspektywa – konkretyzująca, odnosi się do gatunku jako zbioru wypowiedzi lub reprezentatywnego okazu [Wojtak 2004: 16] Stanisław Gajda pisze, by łączyć wszystkie perspektywy [Gajda 2014: 259-262].

Wzorzec gatunkowy zatem, bo takie miano zyskała najbardziej reprezentatywna wypowiedź ze zbioru, charakteryzuje się zbiorem reguł określających poziomy schematu, relacje między tymi poziomami (czy segmentami) i formę funkcjonowania tych poziomów [Wojtak 2004: 16]. „Wzorzec ten zawiera nie tylko kategorie formalnojęzykowe, ale także dotyczące poznania (kognitywne) – mniej lub bardziej uporządkowany obraz świata i pewną hierarchię wartości, jak również pragmatyczne – pewne charakterystyki użytkowników wraz z zamiarami ich działań [Gajda 2014: 255-256]. W ramach perspektywy statycznej, Maria Wojtak wyznacza cztery istotne w obrębie wzorca komponenty:

1. aspekt strukturalny – rama tekstowa, podział na segmenty, relacje między segmentami, architektonika tekstu;
2. aspekt pragmatyczny – obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikatu, kontekst życiowy gatunku;
3. aspekt poznawczy – tematyka i sposób jej przedstawienia (perspektywa, punkty widzenia, wartościowanie);
4. aspekt stylistyczny – „cechy uwarunkowane strukturalnie, dookreślone pragmatycznie i związane z genezą użytych środków” [Wojtak 2004: 17, 2014a: 63-64, 2015a: 23].

Wyróżnione przez Marię Wojtak aspekty wzorca gatunkowego niezmiennie stanowią podstawę niemalże wszystkich analiz tekstologicznych, o czym świadczą wydane po 2004 roku liczne publikacje w wielu polskich ośrodkach naukowych⁸¹.

Jak zostało już wspomniane, duży wpływ na przeobrażenia gatunkowe i językowe, mają uwarunkowania społeczno-kulturowe, a szczególnie technologiczne. Zmiany, jakie dokonują się sferze informatycznej (nowe urządzenia, oprogramowania, aplikacje) mają wymiar globalny odnosząc się do porozumiewania się w świecie realnym, ale też cyberprzestrzeni. Gatunek, jako ukształtowany zbiór, nie został pominięty. Maria Wojtak, na potrzeby analiz, wyznaczyła wzorzec kanoniczny i wzorce alternacyjne, i adaptacyjne, które umożliwiają zauważenie specyfiki przeobrażeń wewnątrzgatunkowych [Wojtak 2004: 18-19].

⁸¹ W macierzystej uczelni teoria genologiczna Marii Wojtak znalazła zastosowanie w pracach wszystkich jej kontynuatorów Instytutu Polonistyki i Dziennikarstwa. Oto wybrane przykłady autorstwa Grażyny Filip, *Mistrzowie gry na argumenty. Kalużyński, Treugutt, Bienkowski*, Rzeszów 2013, *Napędzane emocjami. Językowa kreacja marki*, Rzeszów 2019, a także redagowane: *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, Rzeszów 2016, czy liczne artykuły naukowe: *Wgląd w cudzą intymność – wyrażanie emocji w dzienniku internetowym* [w:] *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*, red. K. Wojtczuk, A. Wierzbicka, Siedlce 2004, s. 65-72, *Gadu-Gadu, o strukturze i języku młodzieżowych rozmów w Internecie*, „Zeszyty Naukowe UR 19, Seria Filologiczna. Dydaktyka 3” Rzeszów 2003a, s. 133-144, *Wykładowi emocji w „Listach do redakcji” na przykładzie prasy kobiecej* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź 2006, s. 187-195. Wśród bogatej literatury autorstwa Grażyny Filip, są również pozycje współredagowane z innymi językoznawcami rzeszowskimi. Warto wymienić: *Radość. Aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, M. Patro-Kucab, Rzeszów 2015b, *Adepci dziennikarstwa o dziennikarstwie. Młode dziennikarstwo 1*, red. G. Filip, M. Patro-Kucab, R. Słabczyński, Rzeszów 2017 oraz *Zmysły. Aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, K. Ożóg, R. Słabczyński, Rzeszów 2017. Dorobek Wioletty Kochmańskiej również przyczynia się do powiększenia dorobku rzeszowskiego ośrodka, takimi pozycjami jak: *Językowy obraz tolerancji w audycji Rower Błażeja* [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin 2007, s. 297-310, *Wczoraj i dziś rzeszowskiej siatkówki – językowe studia porównawcze* [w:] Rzeszów i okolice. Język – historia – kultura, red. J. Lizak, E. Błachowicz, Rzeszów 2010, s. 62-74, *Jeden mecz w dwóch odsłonach – język relacji radiowej a telewizyjnej (na przykładzie meczu siatkarskiego Ligii Mistrzów)*, „SŁOWO. Studia językoznawcze”, 3, Rzeszów 2012, s. 84-96, *Kreacja wizerunku siatkarza w e-prasie i tematycznych portalach internetowych* [w:] *Współczesny i dawny obraz mężczyzny w literaturze i kulturze*, red. L. Mariak, J. Rychter, Szczecin 2016, s. 83-100. Do reprezentatywnych badaczek tego kręgu należą również Maria Krauz, w dorobku której są liczne artykuły, np.: *Jak recenzenci mówią do odbiorców – o językowych środkach perswazji w nagłówkach recenzji filmowych* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013, s. 33-47, *E-przyjaźń – obraz przyjaźni i koleżeństwa w internecie* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2; *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 157-173, *Między informacją a nakłanianiem – o składnikach informacyjnych w recenzji prasowej* [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2016, s. 129-144 oraz Bożena Taras i pozycje typu: *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Rzeszów 2013, artykuły: *Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito* [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004, s. 42-51, a także prace współredagowane: *Od miłości do nienawiści: językowe mechanizmy kreowania emocji*, red. W. Kochmańska, B. Taras, Rzeszów 2010.

2.3. Wzorzec kanoniczny i jego modyfikacje

Wzorzec kanoniczny charakteryzuje się najbardziej trwałymi wyznacznikami strukturalnymi, pragmatycznymi, poznawczymi i stylistycznymi. To on decyduje o tożsamości gatunku, choć może być rzadko realizowany [Wojtak 2004: 18-19, 2008: 13].

Z kolei przekształcenie poszczególnych składników wzorca kanonicznego Maria Wojtak nazywa mianem wzorca alternacyjnego. W aspekcie strukturalnym mogą to być przemiany obejmujące: redukowanie składników, wymianę komponentów, poszerzenie struktury o nowe komponenty. Przeobrażenia strukturalne niosą ze sobą zmiany pragmatycznie nacechowane. Mogą to być przekształcenia odnoszące się do: a) potencjału illokucyjnego; b) obrazu świata; c) zbioru cech stylistycznych [Wojtak 2004: 18].

Wzorzec adaptacyjny dotyczy natomiast nawiązywania do innych schematów gatunkowych. Mogą to być mniejsze lub bardziej inwazyjne zmiany wzorca, obejmujące różne sfery komunikacyjne lub stylowe. Istotę, w tym przypadku, stanowi intencja [Wojtak 2004: 18-19].

Maria Wojtak, odnosząc się do pola gatunkowego, pisze: „obszar centralny pola zajmuje wzorzec kanoniczny, strefę bliską centrum wzorce alternacyjne, a w strefach peryferyjnych, a więc najbardziej oddalonych od centrum i bliskich granic pól typowych dla innych gatunków, sytuują się wzorce adaptacyjne. Jest to także obszar krzyżowania się gatunków i powstawania hybryd” [Wojtak 2004: 19].

W niniejszej rozprawie doktorskiej analizą zostały objęte gatunki z ich tekstowymi realizacjami, stanowiące *spectrum* treści o specyficznej budowie i interesujących realizacjach językowych. Porównanie tych elementów pozwala zauważyć dotychczas niedostrzegane właściwości specyfiki komunikacji internetowej. Ten nowy kontekst komunikacyjny genologicznie rozmyty i niewyrazisty świadczy o amorficznym charakterze komunikacji internetowej, na co zwrócił uwagę Maciej Kawka, analizując blog [Kawka 2010: 67].

2.4. Gatunek internetowy

Internet, będąc szybko rozwijającą się formą mediów, mieści w sobie wszystkie cechy/wyznaczniki dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego. Dziennikarstwo tradycyjne zaczęło przeobrażać się i dostosowywać do warunków

funkcjonowania w sieci. Możliwość szybkiego publikowania różnych treści i ich aktualizowania stała się niezbędnym źródłem informacji dla społeczeństwa. Dziennikarze zaczęli masowo publikować swoje teksty w internecie. Początkowo forma i kształt były analogiczne jak w wersjach drukowanych, jednak wraz z rozwojem sieci i coraz to nowszych technologii społeczeństwu nie wystarczała taka zmiana. Różne grupy społeczne chciały uczestniczyć, komentować, mieć aktualne informacje i takie zachowania doprowadziły do powstania nowych lub zmienionych form gatunków, nazywanych internetowymi.

Gatunek internetowy jako szereg monomedialny, tj. dotyczący funkcjonowania w jednym urządzeniu komunikacyjnym, którego składniki wzajemnie się warunkują [Balcerzan 2007: 279] decydujący wpływ przypisuje czynnikom technicznym (interfejs – rama tekstowa) [Grzenia 2006: 51].

Według Jana Grzeni istnieją trzy typy gatunków internetowych dotyczące: gatunków, które już istnieją w innej przestrzeni komunikacyjnej (opowiadanie, reportaż); mutacji gatunków (przeniesienie listu w formie tradycyjnej do listu w formie elektronicznej – e-mail); nowych gatunków, które nie mają odniesienia w już istniejących typologiach [Grzenia 2006: 152].

Dalej, wspomniany badacz, analizując sposoby komunikowania się w internecie, wyznacza następujące „gatunki internetowe” [Grzenia 2006: 152]:

- a) biuletyn elektroniczny,
- b) blog,
- c) FAQ (*Frequently Asked Questions*), poradnik internetowy,
- d) formularz elektroniczny,
- e) gry tekstowe (MUD, MOO),
- f) katalog stron,
- g) komentarz,
- h) księga gości,
- i) list elektroniczny (e-mail):
 - prywatny,
 - publiczny,
- j) pogawędka (chat, czat):
 - publiczna (wywiad),
 - prywatna,

- k) stopka redakcyjna,
- l) sygnatura (wizytówka elektroniczna),
- m) wątek:
 - w forum dyskusyjnym,
 - w grupie, liście dyskusyjnej [Grzenia 2006: 152].

Grzenia powyższą listę uzupełnia o: e-zine, gazetę elektroniczną, książkę elektroniczną (e-book, e-książkę), portal (i jego rodzaj wortal) oraz witrynę WWW. W ramach gatunków i form tekstowo-graficznych autor wyróżnia *baner* (*banner*⁸²) [Grzenia 2006: 153]. Nie będzie on przywoływany w części badawczej tak dokładnie jak pozostałe gatunki, ale jest istotny w dyskursie internetowym. Warto więc w tym miejscu poświęcić mu uwagę.

Reklamy umieszczane na stronach internetowych przyjmują formę transparentów reklamowych, czyli właśnie banerów. Baner to ‘reklama jakiejś firmy, umieszczana w postaci paska na stronie internetowej [Bańko red. 2003: 137]. Rozmiary banerów są różne, standardy zmieniają się z roku na rok⁸³ [Wielki 2000: 111].

Według Tomasza Pudlisa i Bartłomieja Dwornika formy banerów umieszczanych na stronach internetowych mogą przybierać postać tradycyjnych reklam lub bardziej inwazyjnych modeli [Pudlis, Dwornik, 8-9], m.in. jako:

1. formy tradycyjne:
 - a) baner tradycyjny – pozioma forma reklamowa umieszczana na górze strony internetowej;
 - b) billboard – charakteryzuje się dużymi rozmiarami i jest umieszczany w górnej części strony;
 - c) skyscraper – wyróżnia go pionowy układ i usytuowanie w prawej części strony;
 - d) rectangle – kształtem zbliżony do kwadratu, znajduje się między tekstem, stąd często nazywany banerem śródtekstowym;
 - e) expand – nazwa dotyczy banerów, które rozwijają się po najechaniu na nie kursorem; wyróżnia się *expand baner* – banery rozwijane w pionie, *expand corner* – reklamy znajdujące się w rogu przeglądarki oraz *expand skyscraper* – pionowe formy rozwijane w poziomie;

⁸² W niniejszej pracy leksem ten będzie zapisywany w spolszczonej wersji jako *baner*, por. <http://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/b-banner-b-czy-baner;3956.html> [odczyt: 29.06.2016].

⁸³ Janusz Wielki podaje, że w roku 1997 r. najbardziej popularnymi banerami były te, których wielkość wynosiła 468 x 60 pikseli lub 234 x 60 pikseli. Zaznacza jednak, że tylko rok później standard zmienił się i tylko wielkość 468 x 60 pikseli była najbardziej akceptowana [Wielki 2000: 111].

- f) push – dotyczy banera rozwijanego, który równocześnie powoduje przesuwanie witryny internetowej w dół;
 - g) scroll – wersja banera, który przesuwa się do góry lub w dół w zależności od kierunku przeglądania strony internetowej;
2. formy inwazyjne:
- a) pop-up – okno z reklamą pojawiające się na pierwszym planie po wejściu na poszukiwaną stronę;
 - b) pop-under – okno reklamowe umieszczone pod przeglądaną stroną, widoczne po wyjściu ze strony;
 - c) top layer – przezroczysta forma banera umożliwiająca przekaz reklamy nad zawartością strony przeglądanej;
 - d) brand mark – interaktywna reklama na przezroczystej warstwie pojawiająca się na pierwszym planie po wejściu na stronę (zaawansowana wersja banera pop-up);
 - e) poltergeist – reklama w wersji pełnoekranowej animacji uruchamiana po pełnym załadowaniu strony;
 - f) water-mark – forma reklamowa w postaci tła strony internetowej (wyrafinowana forma);
 - g) scroller – pasek, w którym przewijana jest treść reklamy, znajdujący się w górnej lub dolnej części okna strony internetowej [por. Pudlis, Dwornik: 8-9, 22-25];

Zgodnie z powyższym podziałem wyróżnia się banery statyczne i animowane, z których te ruchome są bardziej skuteczne w odbiorze. Formy te są połączone ze stroną internetową firmy, którą reklamują i za pomocą hiperłączy pozwalają na szybkie przejście ze strony oglądanej do tej, która jest przedstawiona na danym transparentie reklamowym. Jednorazowa ekspozycja takiego transparentu reklamowego wywołuje wzrost świadomości istnienia reklamy, istnienia określonej marki, polepsza odbiór produktów tej marki i zwiększa potencjał sprzedaży [Wielki 2000: 111-112, por. Woźniak 2004: 92].

Zbigniew Bauer wyróżnia dodatkowo następujące gatunki internetowe: infotainment, infografia, infografika (mapy, tabele, wykresy), zapowiedź, fait divers, sprawozdanie, relacja - relacja na żywo, raport, raport „big picture”, korespondencja, życiorys (sylwetka, portret, postać, główka), przegląd prasy, reportaż fabularny, feature – szkic reportażowy, blogi reportażowe (fotoblogi, videoblogi, moblogi), wywiad

internetowy (debata na czacie), klip filmowy, artykuł z forumowym rozszerzeniem, artykuł internetowy, hipertekst, newsletter, informacje RSS [Bauer 2015]. Odniesienie do tej typologii znajduje się w badawczej części niniejszego wywodu.

Relacje między gatunkami internetowymi a gatunkami tradycyjnym – utrwalonymi, powinny zatem być analizowane w kategoriach pokrewieństwa. Dotyczy to zarówno aspektu strukturalnego, poznawczego, pragmatycznego i stylistycznego, w ich podobieństwie i różnicach [Wojtak 2004: 16-18] w określonym dyskursie (tu internetowym), który stanowi istotny czynnik w ich definiowaniu. Gatunki bowiem mają otwarty charakter, są podatne na różne mutacje o wielokierunkowych i wielopoziomowych przekształceniach [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 54], które warto porównywać w celu wyznaczenia dominant w bardziej szczegółowych przedmiotach badań, np. w wybranych portalach internetowych.

3. Portal internetowy – prymarny gatunek internetowy

Tytułowa analiza strukturalno-językowa zaprezentowana została na konkretnym gatunku wypowiedzi, jakim jest portal internetowy. Doprecyzowanie tego terminu umożliwi zrozumienie przyjętej metody analizowania przekazywanych treści.

3.1. Definicja portalu i wortalu internetowego

Michał Piotr Pręgowski w swoich dociekaniach zaznaczył, że nie istnieje odgórnie przyjęta definicja *portalu* [Pręgowski 2006: 417]. Niezależnie od jego spostrzeżeń w *Słowniku terminologii medialnej* Walerego Pisarka pojawia się pojęcie *portalu internetowego*, autorstwa Marcina Jasionowicza, który definiuje je jako interfejs umożliwiający użytkownikom dostęp do odpowiednich danych za pośrednictwem określonego oprogramowania komputerowego. Autor hasła dookreśla, że portal jest również rozbudowaną witryną internetową zawierającą bogaty i usystematyzowany zbiór odsyłaczy do innych miejsc w sieci, oferujący darmowe konta i usługi społecznościowe [Jasionowicz 2006: 84]. Zdaniem Krzysztofa Piądlowskiego z kolei *portalem* jest serwis informacyjny, pod którego adresem internetowym występują różnego rodzaju usługi internetowe, pozwalające na wyszukiwanie danych wewnątrz portalu i w internecie [Piądlowski 2006: 14]. Jan Grzenia traktuje portal jako strukturę ponadgatunkową, tj. gatunek złożony, hipergatunek lub hybrydę gatunkową, oddzielając go od gatunku [Grzenia 2006: 173]. Według wspomnianego badacza portal internetowy „to utworzone na zasadzie przeniesienia metaforycznego określenie

pozwalające nazwać nową formę pośredniczenia w przekazie informacji” [Grzenia 2006: 175].

Słownikowa definicja portalu internetowego sprowadza się do połączenia dwóch leksemów: *portal* i przymiotnika odrzeczownikowego *internetowy*⁸⁴. Terminem *portalu* w architekturze określa się ‘ozdobne architektoniczno-rzeźbiarskie obramowanie otworu wejściowego jakiejś budowli, np. kościoła, pałacu, kamienicy’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 709, Bańko red. 2003: 1003] lub drzwi i bramę posiadające tego rodzaju dekoracje [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 709, Bańko red. 2003: 1003]. Powyższe prymarne znaczenie stanowi genezę dla wyrażenia funkcjonującego obecnie. Arthur Tatnall, powołując się na anglojęzyczne słowniki i przykłady użycia terminu, dodaje, że *portal* jest ‘bramą do czegoś innego niż tylko do kolejnego pomieszczenia lub ulicy’ [Tatnall red. 2005: 2 – tłum. J.M.]. Autor zaznacza, że leksem ten określa też ‘coś dużego i skomplikowanego’ [Tatnall red. 2005: 2 – tłum. J.M.]. Wyrażenie *portal internetowy* (*Web portal*, *public portal*) jest zatem często nadużywane, co powoduje trudność w jego zdefiniowaniu. Według *Internetowej encyklopedii PWN* zwrot ten pochodzi z obszaru informatyki i tłumaczony jest jako: ‘witryna mająca stanowić „bramę” do sieci WWW, zawierająca zwykle wyszukiwarę, hiperodnośniki do innych witryn (posegregowane tematycznie); często także najnowsze wiadomości ze świata i inne usługi oferowane bezpłatnie’⁸⁵. W *Słowniku terminologii medialnej* sformułowanie *portal internetowy* zostało doprecyzowane jako: ‘rozbudowana witryna internetowa zawierająca bogaty i usystematyzowany zbiór odsyłaczy do innych miejsc w sieci oraz serwis informacyjny’ [Jasionowicz 2006: 152]. Druga definicja *portalu* w *Wielkim słowniku wyrazów obcych PWN* pod red. Mirosława Bańki dotyczy działu informatyki. Według tego wyjaśnienia *portal* to: ‘witryna internetowa o charakterze komercyjnym, udostępniająca indywidualnym użytkownikom różnorodne informacje i usługi, np. konta pocztowe, a instytucjom – możliwość reklamy swoich produktów w różnych formach [Bańko red. 2003: 1003]. Obecnie większość wyszukiwarek internetowych przekształciło⁸⁶ się w portale internetowe w celu pozyskania i utrzymania jak największej liczby użytkowników⁸⁷. Źródłem tego rodzaju zachowań jest coraz częściej podleganie tendencjom obecnym również w prasie i telewizji – walka

⁸⁴ Pojęcie *internetu* zostało wyjaśnione w rozdziale pierwszym, podrozdziale 1.1.

⁸⁵ *Portal internetowy 1* [hasło w:] <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/portal-internetowy;3960711.html> [odczyt: 19.02.2017].

⁸⁶ W Polsce najbardziej znaną wyszukiwarką internetową jest *Google.pl*.

⁸⁷ V. Beal, 2017, *Portal*, tłum. J.M. [hasło w:] *Webopedia*: <http://www.webopedia.com/TERM/P/portal.html> [odczyt: 19.02.2017].

o odbiorcę w celu osiągnięcia najwyższego zysku i usatysfakcjonowanie odbiorcy przystępnością przekazywanych treści. Coraz częściej wydawcy posługują się: sensacyjnością, ludyctwością, zmysłowością, stereotypizacją i pobieżnością w przekazywaniu informacji [Dyczewski 2001: 157-158, Warchała 2003: 215-216].

Portale internetowe są wykorzystywane także w różnych przedsiębiorstwach w ramach prowadzonej przez nie działalności. Forma ich użycia jest wówczas nieco inna, ponieważ wynika z zastosowania ich w ramach Intranetu i Ekstranetu. Intranet jest 'wewnętrzną siecią danej firmy, wykorzystującą programy i rozwiązania techniczne opracowane dla internetu'⁸⁸, takie jak strony WWW i poczta elektroniczna w obrębie sieci lokalnej⁸⁹. Z kolei Ekstranet to zamknięta sieć komputerowa służąca do kontaktu między różnymi organizacjami, bez dostępu z internetu⁹⁰. Portal internetowy odgrywa zatem znaczącą rolę również dla przedsiębiorstw.

Tematyka *portali internetowych* obejmuje treści z różnych dziedzin życia. Może dotyczyć rządu, nauki, bibliotek, sportu, muzyki, technologii informacyjnej, edukacji, działalności społecznej, zwalczania terroryzmu lub istnieć jako anty-portal [Tatnall red. 2005: 2-3 – tłum. J.M.]. W sieci coraz częściej pojawiają się portale bardzo zróżnicowane, od portali tematycznych⁹¹: w tym portal kynologiczny, dotyczący biomasy, hałasu, wibroakustyki lub przepisów kulinarnych, przez portal technologiczny⁹², portal wikipedystów⁹³, portal miejski⁹⁴ – opatrzony funkcjami dla lokalnych użytkowników; portal turystyczny⁹⁵ – z ofertą usług turystycznych; portal ogłoszeniowy⁹⁶, po ogólnoinformacyjne włącznie.

Portale tematyczne, jak te wspomniane wyżej, nazywa się też zamiennie *wortalami* [Jasionowicz 2006: 84]. Odnoszą się one do jednego zagadnienia, w obrębie którego powstają liczne tematycznie powiązane publikacje. Dla Agnieszki Ogonowskiej są to *serwisy wertykalne*, skupione wokół konkretnego tematu, umożliwiające

⁸⁸ *Intranet 1* [hasło w:] <http://sjp.pwn.pl/slowniki/intranet.html> [odczyt: 20.02.2017].

⁸⁹ *Intranet 2* [hasło w:] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Intranet> [odczyt: 20.02.2017].

⁹⁰ *Ekstranet* [hasło w:] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Ekstranet> [odczyt: 20.02.2017].

⁹¹ *Portal tematyczny* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-tematyczny> [odczyt: 20.02.2017].

⁹² <http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/donald-trump-dekret-twitter-unia-swobod,237,0,2256621.html> [odczyt: 20.02.2017].

⁹³ https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portal_wikipedyst%C3%B3w [odczyt: 20.02.2017].

⁹⁴ *Portal internetowy 2* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/faq/strony-www/portale-internetowe/portal-internetowy-definicja> [odczyt: 20.02.2017].

⁹⁵ *Portal turystyczny* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-turystyczny> [odczyt: 20.02.2017].

⁹⁶ *Portal ogłoszeniowy* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-ogloszeniowy> [odczyt: 20.02.2017].

pogłębienie wiedzy dla zainteresowanych [Ogonowska 2006: 167]. *Portal tematyczny* i *wortal* (jak również w niniejszym opracowaniu pojęcie *serwisu* i *strony*) można traktować synonimicznie w związku z zakresem obowiązywania, mimo że Jan Grzenia wskazuje na podrzędny charakter *wortalu* względem *portalu*, uznając go za podgatunek [Grzenia 2006: 173]. Zarówno *portal*, jak i *wortal* dotyczy jednego tematu, a gatunki występujące wewnątrz nich oscylują nie dość, że wokół konkretnego zagadnienia, to mogą (najczęściej posiadają) taką samą strukturę wewnątrzgatunkową. Pojęcie *portalu*, mimo powyższego rozróżnienia odnieść można do wszystkich stron internetowych. Bez względu na to, czy mówiąc o portalu, myśli się o witrynie Onet.pl, WP.pl, czy innym monotematycznym tworze jak Pudelek.pl.

3.2. Portal internetowy i jego gatunkowość

Na potrzeby analiz językoznawczych przytoczona definicja i jej dookreślenie nie wydają się wystarczające. Stąd m.in. inspiracje do podjęcia tej problematyki w niniejszej rozprawie doktorskiej. Wstępna analiza⁹⁷ portali internetowych pozwala określić je w perspektywie genologicznej, ze szczególnym uwzględnieniem struktury i języka.

Portal internetowy mieści się w teorii współczesnej genologii lingwistycznej, dla której gatunek jest pojęciem podstawowym [Wojtak 2011b: 15]. Szczegółowo portal internetowy stanowi gatunek w formie kolekcji⁹⁸. Kolekcja ta jest monodyskursywna, gatunkowo sprofilowana [Wojtak 2011b: 22] z uwagi na przynależność portalu internetowego ściśle do dyskursu internetowego, szerzej dyskursu medialnego⁹⁹.

Do portalu internetowego, rozumianego jako gatunek w formie kolekcji¹⁰⁰, można odnieść spostrzeżenia Marii Wojtak poczynione na przykładzie modlitewnika. Z uwagi na rozbieżność gatunkową takie zestawienie może dziwić. Z drugiej jednak strony dowodzi uniwersalności badań Marii Wojtak. Badaczka zauważa, że gatunek w formie kolekcji w swej strukturze charakteryzuje się:

1. Wyrazistą i komunikacyjną nośną ramą tekstową w formie tytułu lub podtytułu, których celem jest dookreślenie charakteru tekstu. Może występować, ale nie musi

⁹⁷ Por.: [Majchrowska 2015a, 2015b, 2016, 2017a, 2017b].

⁹⁸ Por. M. Wojtak, 2006b, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. 15, s. 143-152.

⁹⁹ Omówienie dyskursu znajduje się w rozdziale drugim, podrozdziale 2.6.

¹⁰⁰ Por. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, 2012, *Tekstologia*, Warszawa, s. 180.

spis treści nawigujący do treści niewidocznych w pierwszym węźle hipertekstowym, podobnie dane dotyczące autora tekstu/tekstów, komentarzy.

2. Kompozycją sylwiczną (na ogół tematycznie o przypadkowym układzie), która dotyczy wypowiedzi, artykułów, treści publikowanych na stronie (zarówno tych w kolumnie głównej *layoutu*, jak i z kolumn pobocznych: galerie zdjęć, artykuły sponsorowane, reklamy) [por. Wojtak 2011b: 23].

W portalu internetowym zauważalne jest współwystępowanie form wypowiedzi (w postaci artykułów, zapowiedzi, przepisów) o charakterze informacyjnym, komentującym czy instruktarzowym, tworząc tym „tekstową sylwę z konwencjonalnym zwieńczeniem strukturalnym” [Wojtak 2011b: 23, Wojtak 2009: 305-322].

Nadrzędną funkcją portali internetowych jest funkcja informacyjna lub informacyjno-rozrywkowa (*infotainment*)¹⁰¹. O bardziej rozrywkowej specyfice portalu może świadczyć treść odnosząca się do problematyki banalnej, o znikomej wartości informacyjnej (umieszczana najczęściej na *layoutie* strony), czy użyte środki językowe charakteryzujące się narracyjnością i stylistyka melodoksyjna [Lisowska-Magdziarz 2008: 160-163, Naruszewicz-Duchlińska 2013: 65].

Wortale charakteryzują się wielostylowością i wielogatunkowością w przekazie treści. Nie sposób ująć wszystkich tekstów w ramach jednego stylu lub wyznaczyć typowe dla jednego stylu dominanty. Specyfika samego medium nastęrcza wiele problemów, a dotychczas przyjęte typologie nie są uznawane jednoznacznie¹⁰². „Style są miarą bogactwa kultury, rozwijają się w miarę potrzeb komunikacyjnych i różnicowania sposobów bycia w świecie i sposobów konceptualizacji świata. Jest więc zrozumiałe, że mogą się pojawiać, rozwijać i zanikać w historycznym procesie rozwoju kultury narodowej, poszerzania lub zwięzania sfer aktywności społeczeństwa, rozwoju mediów” [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2012: 113-114]. Cytowani autorzy wskazują jednak na cztery podstawowe style: potoczny, artystyczny, urzędowy i naukowy [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2012: 114], które szczegółowo są przywołane w części badawczej niniejszej rozprawy.

Mimo krótkiego (około 30 lat) okresu funkcjonowania internetu w Polsce portal internetowy można uznać za genologicznie zamknięty twór, osadzony w dyskursie

¹⁰¹ Por. A. Naruszewicz-Duchlińska, 2013, *Inforozrywka (infotainment) w portalach informacyjnych tvn24.pl i tvn.info*, „Prace Językoznawcze”, 15/3, s. 65-73.

¹⁰² Por.: E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, 2013, *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, Kraków, D. Zdunkiewicz-Jedynak, 2008, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa.

internetowym. Aspekt poznawczy (temat) poszczególnych portali determinuje ich kształt, układając mozaikę o zmiennych wzorach. Poszczególne gatunki wypowiedzi przez „rozchwianie perspektywy dyskursywnej [przez np. współwystępowanie innego dyskursu – przyp. J.M.] uznawane za cechę typową dla hybryd gatunkowych, nie odnoszą się w tym przypadku do pojedynczych wypowiedzi, lecz do całego zbioru – charakter hybrydalny zyskuje cała gatunkowa kolekcja” [Wojtak 2005b: 112, Wojtak 2011b: 25]. Maria Wojtak zalicza je do „genologicznych tworów otwartych, gdyż są polidyskursywne” [Wojtak 2011b: 25]. Mimo kontaminacji różnych dyskursów wewnątrz portalu analizowane obiekty utrzymują swoją tożsamość, pozostając gatunkiem w formie kolekcji. Składniki dodatkowe (polidyskursywne) stanowią element uzupełniający, a nie dominantę. Technologia bowiem wpływa modyfikująco, ale nie „gatunkotwórczo” na tradycyjne gatunki umieszczane w sieci [Bauer 2015: 100]

Treści publikowane w portalach internetowych, m.in. artykuły, są nierozzerwalnie związane z komentarzami użytkowników (bieżące i archiwalne) [Bauer 2015: 99], stąd występuje w nich naprzemiennosc nadawczo-odbiorcza, zarówno względem osób piszących treści na stronie – odbiorców (osób odczytujących), jak i między użytkownikami korzystającymi z „forum” – miejsca umieszczania komentarzy pod tekstem. Złożony jest w tym przypadku charakter illokucyjny (intencja mówiącego/piszącego), a także perlokucyjny (nakłonienie do działania). Wykorzystywanie potencjału poszczególnych aktów mowy jako wykonawców gatunków zostało zaprezentowane w dalszej części pracy.

4. Podsumowanie

Gatunki mowy/wypowiedzi, a zatem również gatunki internetowe stanowią częsty przedmiot badań w wielu ośrodkach naukowych na świecie i w Polsce. Naukowcy w ramach licznych badań i wieloletnich obserwacji zmian w systemie języka przedstawiają zróżnicowane podejścia badawcze. Wszelkie analizy i powstałe sugestie naukowe łączą się z fundamentalnymi założeniami dotyczącymi gatunku, w tym języka.

Przywołanie ustaleń Michaiła Bachtina, Stefanii Skwarczyńskiej oraz licznych naukowców, których profil badań stanowi odniesienie do gatunku, stanowi istotny element w eksploracji koncepcji.

Podejście Anny Wierzbickiej i teoria genrów mowy wydaje się zasadna z uwagi na wielość form komunikowania w analizowanej przestrzeni. Interlokutorzy

na portalach w różnym stopniu korzystają z poszczególnych aktów mowy, które stanowią przeniesienie komunikacji ze świata rzeczywistego do wymiaru wirtualnego.

Semantyczne rozumienie koreluje z podejściem innych humanistów, w tym Johna Austina i Johna Searle'a, którzy w wypowiedziach zauważyli elementy pozajęzykowe. Opisane podejścia w połączeniu z implikaturą konwersacyjną, a zatem odniesieniem do skuteczności i prawdziwości przekazywanych komunikatów, stanowią podstawy odczytania jakości poszczególnych wypowiedzi. Liczba dodawanych treści w internecie jest niemożliwa do zliczenia (zmienia się w bardzo szybkim tempie). Analiza w ustalonym zakresie, również zmiennym, umożliwia skupienie uwagi na tematyce, strukturze i języku w konkretnej przestrzeni komunikacyjnej.

Maria Wojtak zajmująca się gatunkami dziennikarskimi przedstawiła teorię uniwersalną. Dzięki jej genologicznej analizie tekstu różne formy wypowiedzi można badać w podobny sposób. Autorka zwraca uwagę na już znane elementy każdej z nich, wyznaczając kolejne – m.in. pragmatyczne czy odniesienia do ich modyfikacji. W odwołaniu do tych ustaleń możliwe jest traktowanie, w tym przypadku – gatunku internetowego, jako bytu abstrakcyjnego zorganizowanego we wzorcach, które posiadają cztery płaszczyzny: strukturalną, poznawczą, pragmatyczną i stylistyczną [Wojtak 2014a: 63-64].

Sam gatunek internetowy, zgodnie z ustaleniami wspomnianej językoznawczynie, można uznać za gatunek w formie kolekcji, w którym zauważalne są analogiczne determinanty. Z kolei wewnętrzne struktury gatunkowe (gatunki pozainternetowe, internetowe i użytkowe) rozpatrywane są na zasadzie pokrewieństwa do już znanych form.

Definiowanie tytułowego pojęcia portalu internetowego metaforycznie można odnieść do bramy, ozdobnego wejścia, a zgodnie z wyjaśnieniami ze źródeł leksykograficznych, ich wersji elektronicznych oraz polskiej i angielskiej literatury, nazwa tego gatunku internetowego stanowi pojemne, niejednoznaczne wyjaśnienie. Na potrzeby podjętej analizy portal internetowy traktowany jest jako pojęcie szersze, które dotyczyć może zarówno każdej strony internetowej, jak i serwisu monotematycznego. Terminy: portal, wortal, serwis i strona w niniejszej dysertacji traktowane są synonimicznie w celu uniknięcia powtórzeń.

Rozdział czwarty

WYKŁADNIKI STRUKTURALNE ZNAMIONUJĄCE PODOBIEŃSTWO GATUNKOWE PORTALI INTERNETOWYCH O ODMIENNEJ TEMATYCE

1. Portal internetowy i jego realizacje

Portal internetowy jako gatunek stanowi realizację gatunku w formie kolekcji i tekstowej sylwy¹⁰³. Oznacza to, że „służy innymi słowy tym samym celom komunikacyjnym i prezentuje w miarę spójną wizję świata” [Wojtak 2014c: 23]. Internet jako forma komunikowania nie istnieje długo, jednak szybkość rozwoju i zmian w nim zachodzących, jest tak ogromna, że konieczne jest ograniczenie zakresu analiz podjętych w niniejszej rozprawie.

Podjęta analiza jest zatem wycinkiem internetu dotąd niezbadanym w podobny sposób. Dotyczy wybranych reprezentantów, czyli trzech portali internetowych, których obserwacja pozwala z punktu językoznawczego, z nastawieniem genologicznym, zauważyć interesujące oraz istotne podobieństwa i różnice strukturalno-językowe każdego z nich¹⁰⁴. Trzy wybrane do charakterystyki portale internetowe to: Pudelek.pl, Gotujmy.pl i PCLab.pl¹⁰⁵, z których każdy skupia miłośników sobie właściwego kręgu tematycznego¹⁰⁶.

¹⁰³ Maria Wojtak sylwę w *Słowniczku wybranych terminów* tłumaczy jako: ‘zbiór tekstów o funkcjach praktycznych (mogą się wśród nich pojawiać teksty literackie), zebranych w konkretnej księdze. Tu realizacja schematu gatunku w formie kolekcji’ [Wojtak 2011b: 283].

¹⁰⁴ W podjętej analizie zostały odrzucone portale czysto informacyjne z uwagi na ich stosunkowo częste analizy prowadzone głównie przez medioznawców.

¹⁰⁵ Nazwy analizowanych portali internetowych są zapisywane wielką literą, gdyż stanowią nazwę własną każdego z nich, por. <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/nazwy-portali-internetowych;11167.html> [odczyt: 12.07.2018]. Odwołania do analizowanych portali w dalszej części pracy są zgodne z założeniami Katarzyny Kłosińskiej, która zaleca odmieniać formy pozbawione cząstki *pl*. Stąd w dysertacji pojawiają się: M. Pudelek, D. Pudelka, C. Pudelkowi, B. Pudelka, N. (z) Pudelkiem, Msc. (o) Pudelku, W. Pudelku, por. <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/Nazwy-portali-internetowych;17699.html> [odczyt: 13.07.2018].

Analogicznie portal Gotujmy stanowi formę nieodmienną, a serwis PCLab odmienia się zgodnie z odmianą dotyczącą skrótowców, w której po spółgłoskach twardych dodajemy łącznik, a końcówkę fleksyjną zapisujemy małą literą: M. PCLab, B. PCLab-u, C. PCLab-owi, D. PCLab-a, N. (z) PCLab-em, Msc. (o) PCLab-ie, W. PCLab-ie, por. <https://sjp.pwn.pl/zasady/222-56-B-1-Koncowka-fleksyjna-pospolgloskach-twardych;629586.html> [odczyt: 13.07.2018].

¹⁰⁶ Wioletta Wilczek analizą w perspektywie lingwistyki płci i socjolingwistyki objęła portale hobbystyczne na materiale portali motoryzacyjnych [por. Wilczek 2016].

1.1. Nazwa portalu a wyznacznik gatunkowy

Tworząc artefakty, człowiek od razu je nazywa. Nazwać to ‘określić nazwą, mianem, imieniem’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 495]. Jerzy Bralczyk zauważa, że „nazywając – porządkuje się rzeczywistość, a taka uporządkowana rzeczywistość jest tu potrzebna. Nazywając – tworzy się też rzeczywistość” [Bralczyk 2007: 11]. Walery Pisarek dodaje, że tytuł „jest oknem wystawowym wypowiedzi wydrukowanej: informuje o towarze i zachęca do jego nabycia” [Pisarek 2002: 163]. Z uwagi na przeobrażenia w przekazie prasy zasadne jest rozszerzenie tej koncepcji, bowiem drukowane na przełomie wieków (XVI-XVII, czyli od początku istnienia prasy) wydania gazet, zaczęto umieszczać w wersji początkowo gazet statycznych, sukcesywnie zmieniając w dynamicznie prosperujące portale internetowe. Leszek Olszański potwierdza to, pisząc: „dosyć pasywna polityka tradycyjnych wydawców sprawiła, że polska prasa w internecie wyraźnie ustąpiła pola młodym konkurentom – portalom internetowym” [Olszański 2012: 17]. W niektórych redakcjach (szczególnie Agorze i Polskapresse) od razu zauważono potencjał sieci i możliwość rozwoju własnego wydawnictwa [Olszański 2012: 17]. Powstałe wtedy strony internetowe nadal prężnie działają, a jak twierdzi Maria Wojtak, wszelkie aktualizacje i optymalizacje wewnątrzportalowe wraz z językowymi aspektami utrzymania odbiorców zdeterminowane są walką o czytelnika [Wojtak 2008: 78]. Tytuł zatem tak samo jest ważny w wersjach drukowanych, jak i tych zamieszczanych w internecie. To rozróżnienie jest zasadne, ponieważ jak twierdzi Wiesław Godzic, powołując się na Michaela Heima, mediów elektronicznych nie uznaje się za pismo. Obserwacje te autor argumentuje nietrwałością zapisu, możliwością usuwania, słabością w przekazie i przypadkowością w realizacji¹⁰⁷ [Godzic 2000: 177].

Nazwa portalu internetowego ma postać nagłówka i znajduje się w widocznym miejscu (najczęściej na winiecie, po lewej stronie) strony startowej. Może w całości lub częściowo wchodzić do adresu portalu rozpoczynającego się od WWW [Skowronek, Rutkowski 2004: 80-83]. Sam tytuł kreuje wizerunek, czyli sposób

¹⁰⁷ Definicja opiera się na spostrzeżeniach rabinów z izraelskiego uniwersytetu Barllan, którzy nie uznali mediów elektronicznych za pismo. Według ich opinii nie ma przeciwwskazań do usuwania imienia Boga z form skomputeryzowanych, natomiast zapis drukowany w formie papierowej musi pozostać nienaruszony [Godzic 2000: 177].

postrzegania portalu, stąd rzadko zmienia się¹⁰⁸ jego formę graficzną. Logo na winiecie ma odpowiednią kolorystykę i stanowi znak rozpoznawczy nie do podrobienia [Fras 1999: 105]. Alina Naruszewicz-Duchlińska zauważa, że w portalach internetowych są stałe elementy autoprezentacji, których celowość może być motywowana chęcią zysku lub pozyskania szacunku otoczenia. Językoznawczynie zalicza do nich: adres, nazwę, tytuł, opis, informacje od nadawcy, ofertę, kontakt, funkcjonowanie i strukturę, zawartość strony i wygląd¹⁰⁹ [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 5, 13].

„Adres strony to obligatoryjny element, bez którego niemożliwe byłoby jej funkcjonowanie w internecie, pozycjonowanie przez wyszukiwarki i dostępność dla użytkowników” – pisze Naruszewicz-Duchlińska. Dalej autorka wskazuje na jego obligatoryjny składnik *http://*, obecny w każdym przypadku, i podległość konwencjonalizacji [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 13]. Adresy portali PCLab.pl i Gotujmy.pl (<https://pclab.pl/> i <https://gotujmy.pl/>) oparte są na tym samym schemacie: stały składnik, nazwa strony, nazwa domeny. W każdym przypadku jest to domena, której zadaniem jest podkreślenie, do kogo skierowany jest przekaz. Domena *.pl*¹¹¹ znamionuje, że nadawcy chcą pozyskać uwagę szczególnie Polaków. Adres Pudelka przedstawia się następująco: <https://www.pudelek.pl/>. Przykład z komponentem WWW jest często stosowaną stałą składową adresu portali internetowych¹¹².

Poniżej adresu, w każdym przypadku, w górnej części strony startowej, umieszczona została nazwa serwisu. Stanowi ona „mikrowizytówkę” [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 14] w funkcji informacyjno-reklamowej. Różnokształtne

¹⁰⁸ Firmy, chcąc odświeżenia obecnego lub stworzenia nowego wizerunku, często korzystają z narzędzia rebrandingu. Stanowi on „proces mający na celu stworzenie takiego obrazu marki, który będzie unikalny i zapewni jej wyróżnienie na tle konkurencji” [Jaska 2014: 77]. Niekiedy zabieg ten może nie przynosić spodziewanych efektów, czego doświadczyły marki znane na polskim rynku, takie jak firma Drutex, por. <https://brandingmonitor.pl/rebranding-drutexu-oczekiwane-odswiezenie-okazalo-sie-rozczarowaniem/> [odczyt: 13.07.2018].

¹⁰⁹ Jolanta Ciamciara i Bożena Uścińska dodają, że istotne w autoprezentacji jest ustalenie adresata portalu internetowego. Takie doprecyzowanie pozwoli na ustalenie determinant strony. Oferta skierowana do konkretnych odbiorców pozwala na szybsze dotarcie do zainteresowanych użytkowników [Ciamciara, Uścińska 2015: 92].

¹¹⁰ Analizowane strony korzystają z połączenia szyfrowanego, stąd różnica w zapisie *http://* i *https://*. Pierwsza forma stosowana jest w większości portali, aczkolwiek te portale, w których właścicielom zależy na bezpieczeństwie danych użytkowników (w ramach rejestrowania i logowania), korzystają z formy bezpiecznego łącza. W analizowanych portalach istnieje taka możliwość, stąd w każdym przypadku protokół *http* jest szyfrowany, por. <https://www.eactive.pl/pozycjonowanie-stron/protokol-http-i-protokol-https-czym-sie-roznia/> [odczyt: 13.07.2018].

¹¹¹ Por. <https://www.domena.pl/pomoc/domeny/co-to-jest-domena> [odczyt: 13.07.2018].

¹¹² Alina Naruszewicz-Duchlińska wskazuje na 68% badanych nazw stron internetowych, posiadających składnik *www* w swojej nazwie [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 13].

i zróżnicowane kolorystycznie logo konkretnego portalu internetowego pozwala na rozszyfrowanie nazwy firmy. Oryginalny kolor, niestandardowa czcionka czy krój pisma są jednoznacznymi wyznacznikami. W analizowanych wortalach nazwy i adresy są jednakowe. Według Naruszewicz-Duchlińskiej takie rozwiązanie oznacza, że nazwa portalu internetowego została „zbudowana na kanwie adresu, powielając go w całości” [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 16].

Nazwy PCLab.pl i Gotujmy.pl nawiązują „do swego przedmiotu odniesienia” [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 20]. Portal Pudelek.pl jest nazwą o charakterze metaforycznym. Można uznać, że dzięki swej zwięzłości i trafności wręcz aktywizuje użytkowników wielorako, m.in. do przeglądania i dodawania komentarzy.

1.1.1. PCLab.pl

Nazwa portalu PCLab.pl jest zbitką skrótowca PC i Lab. *PC* to nieodmienny skrótowiec, nazwy wielowyrazowej, zapożyczony z języka angielskiego od wyrażenia *personal computer*, oznaczającego ‘komputer osobisty’ [Bańko red. 2003: 955] i dalej: ‘mikrokomputer firmy IBM lub podobny; pecet’ [Bańko red. 2003: 955]. Morfem *Lab* to zapożyczenie z języka angielskiego, w którym *lab* oznacza ‘laboratorium’. Jeśli nazwa portalu miałyby mieć konotacje polskie (czego niestety nie sposób potwierdzić) *lab* może stanowić jednosylabowe skrócenie rzeczownika *laboratorium*. Nazwa portalu przez to uzyskałaby miano rodzimej.

1.1.2. Pudelek.pl

Tytuł plotkarskiego portalu Pudelek.pl jest deminutywem od leksemu *pudel*, który został zdefiniowany np. w trzyltomowym *Słowniku języka polskiego* pod redakcją Mieczysława Szymczaka jako: ‘pies pokojowy z rasy powstałej w wyniku krzyżowania psa myśliwskiego i owczarka, o sierści gęstej, długiej, brązowej, niebieskiej lub szarej; bardzo podatny do tresury, dawniej używany do polowań na ptactwo wodne’ [Szymczak red. 1979: 1076]. Nazwa *pudel* pochodzi natomiast od starożytnego leksemu *pfudel* w znaczeniu ‘kałuża’ [Lehari 2008: 183]. Według definicji podanych w aktualnych słownikach [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996, Bańko red. 2003] hasło zostało zredukowane do określeń typu ‘pies pokojowy’ czy krótkiego opisu sierści i przeznaczenia zwierzęcia w myślistwie [por.: Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 805, Bańko red. 2003: 1041]. Z nowszych słowników wykreślono deminutyw hasła *pudel*, obecny w starszym wydaniu słownika języka polskiego jako *pudelek* [por. Szymczak

red. 1979: 1076]. Nazwę Pudelek.pl można uznać za realizację rzeczownikowych nazw ekspresywnych – kategorię, którą opisują np. Grażyna Filip i Maria Krauz, analizując język i wartości wybranych utworów Stefana Żeromskiego [Filip, Krauz 2010: 140]. Według autorek do jednej serii można zaliczyć: „zarówno derywaty z wykładnikiem deminutywnym, jak i rzeczowniki hipokorystyczne lub o zbliżonych odcieniach emocjonalnych” [Filip, Krauz 2010: 140]. W nazwie portalu wykorzystano „całą nośność znaczeniową najbardziej produktywnych formantów sufiksalnych nacechowanych pozytywnie [takich jak – zm. J.M.]: -ek” [Filip, Krauz 2010: 140]. Funkcja spieszczeń, zdaniem wspomnianych językoznawczyń, „sprowadza się w tym przypadku do sygnalizowania bliskich więzi emocjonalnych, w tym rodzinnych” [Filip, Krauz 2010: 144]. Właściciele portalu plotkarskiego w ten sposób próbują przekonać odbiorców, że tematyka poruszana w serwisie jest bliska ich codzienności. Pudel bowiem to specyficzna rasa psa. Określana często jako psy ozdobne i do towarzystwa. To pies pokojowy o długiej sierści, którą strzyże się w określony ustawowo sposób, czasami manieryczny i przerysowany (dłuższe włosy w kształcie pomponów na łapach, głowie i uszach), przypomina to ostrzyżonego lwa. Pudle są psami niezwykle pojętymi i wiernymi, dzięki czemu szybko się uczą i sprawiają wrażenie rozumienia wydawanych im poleceń. Uważane za „lwy salonowe”, nadają się też jako psy rodzinne lub dla osób aktywnych sportowo przez swój żywy i wesoły charakter. Pudle to rasa spokojna, niewykazująca agresji [por.: Lahari 2008: 183, Verhoef-Verhallen 1997: 225-229]. Nazwa może implikować chęć bliskich relacji wydawców/osób prezentowanych w portalu z użytkownikami sieci. Po części też niegroźność przekazywanych treści, które często bywają nieprawdziwe. Odwołanie do charakteru psa stanowi natomiast ocieplenie wizerunku serwisu.

Leksem *plotka*, w języku angielskim *gossip*, ma genezę w staroangielskim *godsibb*¹¹³ i jest stosowany na określenie przyjaciela rodziny. Najczęściej *plotka*, czyli ‘niesprawdzona lub kłamliwa wiadomość powtarzana z ust do ust, najczęściej szkodząca czyjejś opinii’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 654] funkcjonuje w bliskim środowisku komunikacyjnym. Plotkujemy o znanych osobach, takich jak rodzina i przyjaciele. Właściciele portalu ukazują osoby znane, odwołując się do wspólnych doświadczeń, którymi są np. narodziny dziecka, kolejna rocznica urodzin, wyjście do restauracji czy nieszczęście osób publicznych: brak kolejnych angaży w pracy,

¹¹³ Por. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Plotka> [odczyt: 13.07.2018].

rozwód, rozstanie z wieloletnim partnerem, śmierć najbliższej osoby – aby przeciętny użytkownik miał wrażenie bliskości, działającej pobudzająco, wzmagając *plotkowanie* [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 654]¹¹⁴.

1.1.3. Gotujmy.pl

Segment tytułowy portalu internetowego Gotujmy.pl aktywizuje użytkowników do korzystania z serwisu. *Gotujmy* jest formą osobową czasownika. Występuje w pierwszej osobie liczby mnogiej w trybie rozkazującym. Walery Pisarek pisze, że „najprostszym językowym sposobem skłonienia odbiorcy do określonego zachowania się jest tryb rozkazujący” [Pisarek 2004: 102]. Użycie wspomnianej formy fleksyjnej równocześnie stanowi wartość perswazyjną. Wspomniany autor dodaje, że „owo *my* łączy mówiącego i słuchaczy, odróżnia nas od was, a zwłaszcza od nich. Czasem *my* – to tylko nas dwoje, czasem – wszyscy obecni, czasem – cały naród, czasem – wszyscy Europejczycy, czasem – wszyscy współcześni, a czasami – wszyscy ludzie, jacy kiedykolwiek żyli” [Pisarek 2004: 143]. Nazwa portalu stanowi zatem, podobnie jak tytuł każdej publikacji, zachętę do działania i zapowiada treść [Furman 2006c: 225]. Swoiste *my* tworzą założyciele portalu i użytkownicy korzystający z usług serwisu. Według Adama Wolańskiego zastosowana w tytule figura stylistyczna ma za zadanie „włączać odbiorcę w świat nadawcy lub wciągać czytelnika”¹¹⁵ do prowadzonych rozważań. Maria Wojtak takie *my* inkluzywne określa symulowaną interakcją bezpośrednią w ramach interakcyjnego stylu komunikacji [Wojtak 2012b: 209]. Portal służy jednemu celowi: wspólnemu przygotowywaniu dań.

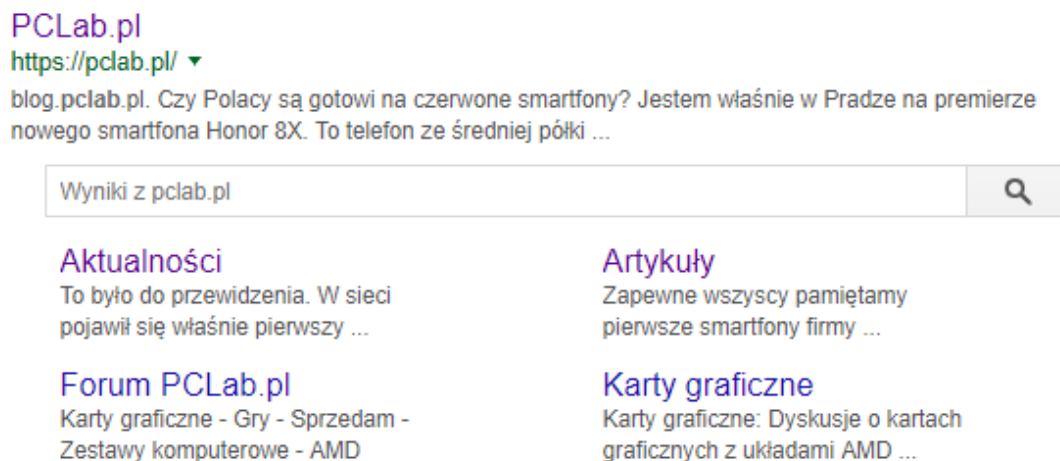
1.2. Meta opis strony w wyszukiwarce internetowej

Wpisując pełną nazwę (z domeną) konkretnego portalu, użytkownik sieci zostaje przekierowany bezpośrednio do tej strony. W sytuacji wyszukiwania za pomocą wyszukiwarek internetowych (np. Google) odbiorca spotyka się z opisem strony, który ma na celu „określenie i uwypuklenie unikatowych cech oferty” [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 9].

¹¹⁴ Na temat plotki w rzeszowskim ośrodku uniwersyteckim zob. np. studium pragmalingwistyczne Ewy Błachowicz: *Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej*, Rzeszów 2010.

¹¹⁵ Zob. <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/my-zamiast-ja;9741.html> [odczyt: 12.07.2018].

Analizowane wortale prezentują odmienne, choć pozornie podobne, sposoby autoprezentacji. W PCLab.pl pod nazwą strony umieszczono fragment z bloga¹¹⁶ portalu internetowego. Oto wizualizacja pochodząca z opisywanego wortalu:



Ryc. 6 Opis portalu internetowego PCLab.pl

Wpis dotyczy nowinki technologicznej. Pytanie *Czy Polacy są gotowi na czerwone smartfony?*¹¹⁷ pobudza użytkowników do odpowiedzi lub zadawania kolejnych pytań. Zaciekawia informacja o niestandardowym kolorze nowego smartfona. W celu potwierdzenia swoich słów redaktor dodaje: *Jestem właśnie w Pradze na premierze nowego smartfona Honor 8X. To telefon ze średniej półki...* Druga część wypowiedzi stanowi wyjaśnienie, potwierdzenie, że już taki telefon komórkowy został skonstruowany. Słowa implikują, że telefon jest: oryginalny przez kolor, inny niż dotychczasowe, dlatego powinien interesować; jest nowym modelem – lepszym?; cena nie jest wygórowana, czyli produkt skierowany jest do średniej klasy klientów. Opis ten można porównać do działania przekazu reklamowego, w którym, zdaniem Jerzego Bralczyka, występuje faza kognitywna – zapoznanie z ofertą; faza afektywna – reakcja na komunikat; i behawioralna – tworzenie chęci korzystania z przedstawionej oferty [Bralczyk 2004: 23]. Sposób ten działa dwójako zarówno w stosunku do skorzystania z portalu, jak i reklamowanego produktu.

¹¹⁶ Blog, jak twierdzi Mirosław Bańko, trafi do słowników jako rzeczownik żywotno-nieżywotny z uwagi na jego częstsze występowanie w wyszukiwarkach internetowych jako formy żywotnej. W całej pracy stosowana jest odmiana rzeczownika *blog* jako formy żywotnej, analogicznie do zapożyczeń angielskich typu: *e-maila*, *SMS-a*, por. <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/;5219> [odczyt: 14.07.2018].

¹¹⁷ W analizowanym materiale przykładowym została zachowana oryginalna pisownia i interpunkcja. Dłuższe przytoczenia posiadają źródło, np.: PP – Pudelek.pl, PC – PCLab.pl, PG – Gotujmy.pl/T – tytuł, L – lid, K – korpus, KU – komentarze użytkowników i po dwukropku data publikacji, a w krótszych fragmentach je pominięto lub zastosowano oznaczenie skrótowe na określenie portalu: [PP] – Pudelek.pl, [PG] – Gotujmy.pl, [PC] – PCLab.pl np. PP: 2016-2018.

W wortalu interesujący jest schemat nazwy podstrony z ofertą o funkcji informacyjno-reklamowej zakończonej wielokropkiem, zmieniającej się wraz z aktualizowaniem treści na stronie. Urwana konstrukcja ma w maksymalny sposób pobudzić do korzystania ze strony, sugerować niewyczerpanie tematu.

Poniżej zaprezentowano wyszukiwarkę i najczęściej przeglądane działy: *Aktualności*, *Artykuły*, *ForumPCLab.pl*, *Karty graficzne* wraz z opisami aktywizującymi użytkowników. Tym sposobem właściciele portali internetowych przyspieszają odszukiwanie najintensywniej przeglądanych tematów.

W dwóch pozostałych portalach formuła jest nieco inna. Opisy stron stanowią stałą wizytówkę, której treść jest – jak i we wcześniej wspomnianym serwisie – ograniczona (dla wyszukiwarki Google) 156 znakami¹¹⁸. Taki meta opis, za Naruszewicz-Duchlińską, w skondensowanej formie prezentuje niezmienną specyfikę wortalu [Naruszewicz-Duchlińska 2017: 26]. Reklama utrwała w świadomości odbiorców koncepcję właścicieli, a słowa: *Tylko świeże plotki ze świata polskich i zagranicznych celebrytów. Najnowsze newsy, skandale, zdjęcia i wpadki. Zdradzamy sekrety największych gwiazd!*, przypominają odbiorcom, czego mogą oczekiwać odwiedzając stronę. Oto opis wortalu Pudelek.pl:

PUDELEK - Sensacja. Plotka. Komentarz

<https://www.pudelek.pl/> ▼

Tylko świeże plotki ze świata polskich i zagranicznych celebrytów. Najnowsze newsy, skandale, zdjęcia i wpadki. Zdradzamy sekrety największych gwiazd!

Wyniki z pudelek.pl



Wszystkie artykuły

... Markle książę Harry · < Nowsze 1 2
3 4 5 6 ... 11341 ...

Pudelek TV

... gorące zdjęcia i elektryzujące klipy.
Pudelek.tv – plotki na ...

Ślub od pierwszego wejrzenia

Uczestniczka "Ślubu od pierwszego
wejrzenia" o swoich ...

Marina Łuczenko

Marina Łuczenko – Najgorętsze
Plotki, Newsy, Zdjęcia! - zobacz ...

Ryc. 7 Opis portalu internetowego Pudelek.pl

Pudelek zatem zachęca najnowszymi informacjami. Partykuła ograniczająca *tylko* w funkcji zapewnienia stanowi deklarację wydawców, że użytkownik uzyska globalnie interesujące treści. Leksem *zdradzamy* w znaczeniu 1. ‘działać na szkodę, kraju,

¹¹⁸ <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/189/meta-znaczni-podstawowa-optimalizacja-strony> [odczyt: 13.07.2018].

narodu'; 2. 'nie dochowywać wiary komuś, zawieść czyjeś zaufanie'; 3. 'czynieć coś jawnym, wyjawiać coś'; 4. 'przejawiać, okazywać coś' [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1303] presuponuje przedstawianie informacji, które działają na szkodę osób opisywanych lub rozczarowanie użytkowników przez podawanie często niesprawdzonych informacji.

W kolejnym segmencie opisywanego portalu internetowego została umieszczona wyszukiwarka. Poniżej niej wyróżniono cztery działy. Pierwszy *Wszystkie artykuły*, z treścią pobudzającą do klikania. Wyliczenie stron oddzielonych wielokropkiem w funkcji skrócenia ma potęgować zainteresowanie. Użytkownik sieci za pomocą takiej formy zauważa ogrom dostępnych materiałów i popularność poruszanego tematu. Kolejny dział to *Pudelek TV*, w którym zostały wyróżnione formuły *gorące zdjęcia i elektryzujące klipy*. Połączenie *gorące zdjęcia* jest wyrażeniem jeszcze nie ujętym w słowniku frazeologicznym, choć jego popularność wzrasta. Stało się ono swoistą modą językową wykorzystywaną głównie w tabloidach. Leksykalno-semantyczna łączliwość leksemu *gorący* w znaczeniu 'pełen uczucia, żarliwości' i 'krewkość, porywczność, namiętność' [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 238] (który uległ neosemantyzacji) z wyrazem *zdjęcia* konotuje namiętne, interesujące zdjęcia. Wspomniany epitet został użyty zatem w celach wartościujących, a nie jako charakterystyka właściwości przedmiotu. W domyśle materiał ilustrujący dodawane treści ma pobudzać i zachęcać do wejścia do wnętrza portalu.

Następnie dwa działy, umieszczone z prawej strony, są modyfikowane wraz z aktualizowaniem treści na stronie. W tytułach znajdują się nagłówki interesujących materiałów, a w opisie stosuje się superlatywizację, np.: *gorący, elektryzujący, najgorętszy*. W *Gotujmy.pl* analogiczne epitety wartościujące to: *najlepszy, najnowszy* w odniesieniu do przepisu, porady itp. W portalu *PCLab.pl* w meta opisie unika się nadmiernego wartościowania.

Jak już wcześniej zostało wspomniane *Gotujmy.pl* jest portalem, w którym wykorzystuje się formułę analogiczną do stosowanej w *Pudelku*. Oto opis wortalu z wyszukiwarki *Google.pl*:

Przepisy Kulinarne = Gotujmy.pl

<https://gotujmy.pl/> ▼

Co dziś na Obiad? Zobacz przepisy kulinarne i porady użytkowników. Dodaj przepis - zdobywaj nagrody!

Przepisy

Publikujemy najlepsze przepisy kulinarne, polecane przez ...

Ciasta

Więcej niż 10000 przepisów. Ciasta - poznaj wszystkie ...

Salatki

Salatka z makaronem - Salatka hawajska - Salatka z ryżem - ...

[Więcej wyników z gotujmy.pl »](#)

Szybki obiad

Szybki obiad można przygotować w około 15 minut. Takie danie ...

Konkursy

Poznaj najnowsze konkursy kulinarne organizowane przez ...

Zamień wirtuale na nagrody

Za wszystkie swoje aktywności na Gotujmy.pl otrzymujesz wirtuale ...

Ryc. 8 Opis portalu internetowego Gotujmy.pl

Opis ten jest stałym elementem, ale w przypadku Gotujmy przybiera strukturę, którą Maria Wojtak uwypukla w ramach analiz przeprowadzonych na materiale zapowiedzi internetowych, wskazując na „kilka zapowiedzi zawierających w formie fingowaną wymianę dialogową” [Wojtak 2014b: 52]. Oto przykład z wortalu o tematyce kulinarnej: *Co dziś na Obiad¹¹⁹? Zobacz przepisy kulinarne i porady użytkowników. Dodaj przepis – zdobywaj nagrody!* Jest to forma zachęty lub wręcz namowy, a leksemy *zobacz*, *dodaj* czy później *poznaj*, w drugiej osobie liczby pojedynczej w trybie rozkazującym, skierowane są do zindywidualizowanego odbiorcy. Nadawca kieruje swoją uwagę do konkretnego użytkownika (konkretnego ty), a nie odbiorcy masowego.

1.3.Kolorystyka portalu

Wszelka działalność człowieka w internecie akcentowana jest różną kolorystką przewodnią, specyficznym logo, logotypem czy charakterystyczną typografią [Kieźel red. 2002: 243]. Kolor¹²⁰ zatem odgrywa duże znaczenie również w portalach

¹¹⁹ Pisownia oryginalna. Użycie wielkiej litery stanowi formę wyróżnienia jednej z kategorii dań dostępnym w opisywanym portalu.

¹²⁰ Anna Wierzbicka, analizując użyteczność terminu *prototyp* w semantyce, zauważa, że zarówno schemat autorstwa jej samej w przykładzie:

„*zielony* – kolor, o którym myśli się jako o kolorze trawy

niebieski – kolor, o którym myśli się jako o kolorze nieba” [Wierzbicka 2010: 192],

jak i przeformułowany pod wpływem opinii innych badaczy:

„*X jest zielone* – kolor X-a jest jak kolor trawy

X jest niebieskie – kolor X-a jest jak kolor nieba” [Wierzbicka 2010: 193],

pozostają kontrowersyjne. Wierzbicka przywołuje słowa Jackendofa, który pisze: „jeśli z interpretowanej formy »czerwony« usunie się znacznik *kolor*, cóż pozostanie do dalszej analizy? Jak

internetowych. „Obok funkcji informacyjnej mającej wymiar czysto praktyczny, bardzo często pojawia się funkcja symboliczna. Kod symboli nie jest jednoznaczny. Kolor stanowi tego rodzaju medium, które prawie zawsze niesie ze sobą kod, który oddziaływać będzie jeśli nie na ludzką świadomość, to na podświadomość, a w konsekwencji na ludzkie działanie” – twierdzi Krzysztof Jurek [Jurek 2011: 71] i dalej: „kolory budzą w odbiorcach konkretne skojarzenia, odsyłają nas do konkretnych miejsc, wydarzeń, przedmiotów, stąd też wykorzystywane są w mediach [Jurek 2011: 73]. Istotne jest również dopasowanie koloru interfejsu do określonego odbiorcy, a szczególnie w portalach internetowych. Spójność komunikatu z kolorystyką medium przyczynia się do większego zainteresowania interlokutorów określonym tematem. Dla przeciętnego użytkownika sieci nielogiczne wydaje się zatem połączenie branży motoryzacyjnej z odcieniami koloru różowego czy kontaminacja stron dla dzieci z ciemnymi barwami.

Nieprzypadkowo wybrane portale reprezentują trzy odmienne ujęcia kolorystyczne. PCLab.pl jest serwisem internetowym, w którym przeważają barwy charakterystyczne dla *High-tech look* lub *High-tech industrial*¹²¹. Oba pojęcia związane są z łączeniem kolorów, pomarańczowego/żółtego z niebieskim i szarym/srebrnym, które wyróżniają się w wizualizacjach zaawansowanych technologii i kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa lub marki [Kieźel red. 2002: 243]. Oto opisana forma w oryginalnej wersji:



Ryc. 9 Logo serwisu internetowego PCLab.pl

Kolor niebieski¹²² (obok czerwonego i żółtego) należy do podstawowych kolorów palety barw, a jego odcienie stwarzają wrażenie profesjonalizmu¹²³, błękit w połączeniu

można uchwycić sens czerwieni w oderwaniu od układu kolorów?” [Wierzbicka 2010: 193], co potwierdza słuszność zaprezentowanych struktur [Wierzbicka 2010: 192-193].

¹²¹ Oba pojęcia dotyczą zaawansowanych/innowacyjnych technologii dostępnych dla użytkowników internetu. Dotyczą kolejno wyglądu i przemysłu, por. promocja.bialostocka-zhp.pl/wp-content/uploads/Symbolika-kolorow.pdf i https://en.wikipedia.org/wiki/High_tech [odczyt: 13.07.2018].

¹²² W kole barw zaproponowanym przez Newtona mamy do czynienia z klasyfikacją, której istnienie zawdzięcza się spostrzeżeniu (oczywiście Newtona), że to „światło białe jest złożeniem światła barwnych” [Płotka, Litwin 2010: 117]. Swoje obserwacje naukowiec potwierdził eksperymentami z pryzmatami, wyróżniając trzy kategorie kolorów: podstawowe, pochodne i ich modyfikacje [Płotka, Litwin 2010: 117].

z szarością wygląda elegancko, formalnie i przywołuje na myśl działalność przedsiębiorczą, korporacyjną. Kolor pomarańczowy stymuluje emocje, połączenie pomarańczowego z żółtym dodaje świeżości, z kolei żółty z niebieskim przez kontrastowe zestawienie przyciąga uwagę. Łączenie kolorystyki pomarańczowej/żółtej z niebieską jest dość często stosowaną formą w tzw. *blockbusterach*¹²⁴, których szczególną funkcją jest przyciąganie uwagi, a przez to podnoszenie zysków firm.

W portalu Pudelek.pl dominuje róż umieszczony na szarym tle logo:



Ryc. 10 Logo portalu internetowego Pudelek.pl

Połączenie to postrzegane jest niekiedy jako wyraz wyrafinowania¹²⁵. Częściej jednak uznawane jest za bardzo kobiece. Różowy jest kolorem przeznaczonym do podkreślania lekkości, łagodności oraz przeciwstawia kapryśności i braku emocjonalnej dojrzałości [Karpieńska 2011: 3¹²⁶]. Biorąc pod uwagę charakter przedstawianych treści w portalu Pudelek.pl, określenie wydaje się adekwatne. Przy logo strony umieszczony jest wizerunek psa – pudelka, ukazanego w bieli, na pojedynczych literach umieszczone są małe brylanty, sugerujące ekskluzywność, salonowość, próżność i manieryzm. Ostatnią literę rozświetla gwiazdka. Celem tego zabiegu jest przyciąganie uwagi, tworzenie wrażenia uczestnictwa w spotkaniach, eventach z obecnością znanych osób. Blask brylantów, wzbogacony dodatkowo rozbłyskiem litery *k*, imituje blask we fleszach aparatów dziennikarzy/paparazzich. Dalej, po prawej stronie, w pionowym wyliczeniu znajduje się hasłowo ujęta dewiza portalu: *sensacja, plotka, komentarz*, co było już wcześniej sygnalizowane. Twórcy/kreatorzy portalu są więc konsekwentni w swej strategii.

W dwóch opisanych portalach biel i szarość są zastosowane jako tło dla wyróżnionych kolorów. Interfejs jest bardziej czytelny dla użytkowników,

¹²³ A. Karpieńska, 2011, *Psychologia barw i jej znaczenie w pracy* [w:] <http://www.treco.pl/wiedza/artykuly-szczegoly/id/872/psychologia-barw-i-jej-znaczenie-w-pracy/> [odczyt: 13.07.2018].

¹²⁴ Termin stosowany na oznaczenie dzieł, które stały się przebojem wśród odbiorców przy jednoczesnym sukcesie finansowym ich twórców. Kolorystyka zastosowana w tego rodzaju produkcjach stanowi połączenie kolorów pomarańczowego lub żółtego z niebieskim, por. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Blockbuster> [odczyt: 13.07.2018].

¹²⁵ por. promocja.bialostocka-zhp.pl/wp-content/uploads/Symbolika-kolorow.pdf i https://en.wikipedia.org/wiki/High_tech [odczyt: 13.07.2018].

¹²⁶ Zob. <http://www.treco.pl/wiedza/artykuly-szczegoly/id/872/psychologia-barw-i-jej-znaczenie-w-pracy/> [odczyt: 13.07.2018].

co potwierdzają Małgorzata Płotka i Witold Litwin, pisząc, że „te trzy kolory bardzo dobrze wspomagają wizualne rozróżnienie barw i uspokajają oko” [Płotka, Litwin 2010: 128].

W portalu poświęconym tematyce kulinarnej, w porównaniu do dwóch wyżej wspomnianych wortalu, kolorystyka została zastosowana odwrotnie. Oto opisywane logo:



Ryc. 11 Logo portalu internetowego Gotujmy.pl

Zieleń, stanowiąca dominujący kolor, występuje tylko na winiecie, jest tłem dla białych napisów obecnych na stronie, w tym logo serwisu. Czasownik *gotujmy* został wyboldowany w celu podkreślenia nazwy własnej portalu, teksty umieszczone niżej są publikowane na białym tle, a kolor czcionki jest czarny.

Podczas prowadzonej analizy okazywało się, że serwis był niedostępny. Informacje o prowadzonych modernizacjach umieszczano na stronie głównej. Oto wizualizacja:



Ryc. 12 Graficzna forma wizualizacji przerwy technicznej w wortalu Gotujmy.pl

Adnotacja o treści: *Gotujmy.pl, PRZERWA TECHNICZNA, Trwają prace modernizacyjne. Serwis niebawem będzie dostępny. Przepraszamy*, stanowi oznakę szacunku wobec użytkowników portalu. Formuła w rodzaju: *Error 404* lub *404 not found*, którą stosują inne portale jest bezosobową formą „kodu błędu odpowiedzi HTTP”¹²⁷. W tym przypadku logo zostało przedstawione w kolorze czarnym z pomarańczową literą „o” w kształcie talerza.

¹²⁷ <https://www.eactive.pl/pozycjonowanie-stron/error-404-file-not-found-skad-ten-komunikat/> [odczyt: 13.07.2018].

1.4. Tematyka portali internetowych

Portal internetowy PCLab.pl jest platformą technologiczno-informatyczną, należącą do serwisu Onet.pl. Z prowadzonych obserwacji wynika, że PCLab jest najbliższy wzorcowi kanoniczemu gatunku w formie kolekcji, w obrębie którego istnieją inne gatunki podporządkowane jednemu tematowi [Wojtak 2014c: 23]. *Layout* – interfejs strony internetowej, element konstrukcji graficznej, w którym ustala się wygląd (kolorystykę, elementy dekoracyjne, krój czcionki) i rozmieszczenie elementów (treści) na stronie – standardowa definicja z *Wikipedii. Wolnej encyklopedii* w pełni oddaje istotę pojęcia¹²⁸. Według *Słownika terminologii medialnej* pojęcie zostało zaczerpnięte z języka angielskiego i oznacza ‘opracowanie graficzne’ [Lisowska-Magdziarz 2006c: 110]. Odnosi się głównie do reklamy, do układu graficznego drukowanych ogłoszeń reklamowych oraz położenia i wzajemnych relacji między jego elementami [Lisowska-Magdziarz 2006c: 110]. Bardziej precyzyjne jest powiązanie *layoutu z grafiką prasową*, czyli odmianą grafiki użytkowej stosowaną w prasie. Polega ona na ‘łączeniu funkcjonalności z atrakcyjnością wizualną i walorami estetycznymi układu graficznego’ [Bauer 2006a: 71]. Dotyczy wyglądu zewnętrznego poszczególnych składowych *layoutu* m.in. kształtu główki i stopki redakcyjnej, szerokości szpalt, wysokości czcionki i proporcji świateł, a także wielkości tytułów i śródtytułów oraz rozmieszczenia ilustracji [Bauer 2006a: 71]. *Layout* portalu, jak twierdzi Maria Wojtak, pełni funkcję lokalizującą, a wśród jej wyróżników przywołana autorka wyznacza tytuł serwisu internetowego, segmenty układające się w mozaikę tekstów, nazwy działów i wyróżnione graficznie formuły typu: *TYLKO U NAS* [Wojtak 2014b: 41].

W odniesieniu do omawianego serwisu, *layout* wraz z elementami nawigującymi stanowi wyrazistą ramę tekstową zwieńczoną na górze strony nazwą portalu, wyróżnionego za pomocą niebiesko-pomarańczowo-szarego napisu PCLab.pl z podtytułem: *Digital Community*, czyli ‘społeczność cyfrowa’ na oznaczenie gatunkowości „i członu dookreślającego adresata” [Wojtak 2013: 323]. Oto opisywany przypadek:

¹²⁸ Por. [https://pl.wikipedia.org/wiki/Layout_\(Web\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Layout_(Web)) [odczyt: 13.07.2018].



Ryc. 13 Portal internetowy PCLab.pl

Portal ma strukturę standardową. Jest superstrukturą¹²⁹. Oznacza to, że ma ‘strukturę globalną, globalny schemat cechujący dany typ tekstu’ [Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005: 171]. W analizie poszczególnych fragmentów, stosowane jest pojęcie struktury globalnej [Wojtak 2004: 21]. Posiada ono jasno określoną „kompozycję sylwiczną, blokową lub opartą na kontaminacji” [Zdunek 2009: 324] uwidaczniającą się właśnie w *layoutie*. Nie ma w nim przypadkowości, co podkreśla również Maria Wojtak analizująca modlitewniki, ponieważ: „funkcjonuje [ona – zm. J.M.] jako tekstowa sylwa uporządkowana, czyli zbiór tekstów różnych autorów, tekstów reprezentujących różne gatunki wypowiedzi, tworzących segmenty jednorodne pod względem funkcjonalnym”¹³⁰ [Wojtak 2014c: 23]. Dalej autorka pisze: „komponenty takiego zbioru zachowują względną autonomię (mają zróżnicowaną genezę i mogą funkcjonować w ramach różnorodnych zbiorów tekstu)” [Wojtak 2014c: 23], dzięki czemu mogą podlegać analizie jako pojedyncze gatunki lub holistycznie jako gatunek w formie kolekcji.

Z uwagi na przestrzeń wirtualną *layout* może być traktowany wąsko w charakterze osobnego zamkniętego gatunku internetowego lub szerzej jako delimitator inicjalny dla całego portalu. Oto *layout* wortalu PCLab.pl:

¹²⁹ Teun Adrianus van Dijk jest uznawany za twórcę pojęcia *superstruktura* [Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005: 171].

¹³⁰ To rozróżnienie można traktować jako znaczące w odróżnianiu bloga od portalu internetowego. W blogu nadawcą jest jeden autor – subiektywny, wyrazisty i potrafiący wcielić się w wiele ról społecznych [Maryl 2013: 93], w portalu internetowym nadawca figuruje jako wieloosobowy.



Ryc. 14 *Layout* portalu PCLab.pl

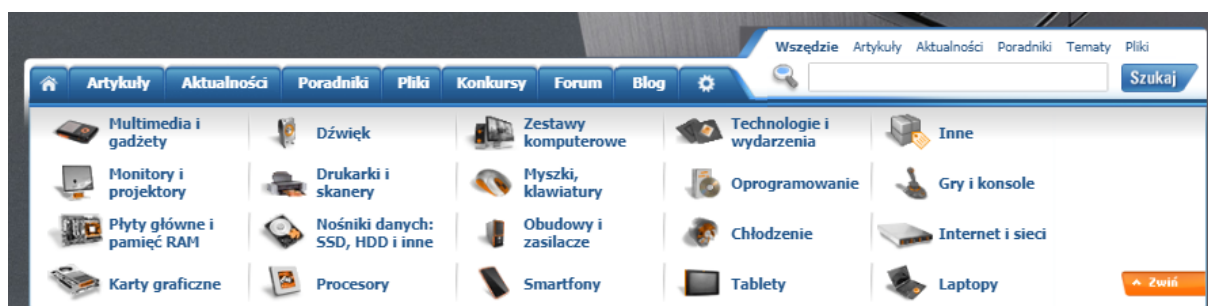
W *layout*cie PCLab.pl nazwa, logo, możliwość rejestracji i logowania, a także wyróżnione działy o nazwie: *Artykuły*, *Aktualności*, *Poradniki*, *Pliki*, *Konkursy*, *Forum*, *Blog* i wyszukiwarka, tworzą komponent pełniący funkcję delimitatorów inicjalnych „z nazwą gatunkową” [Wojtak 2011b: 47]. W tym segmencie uwagę zwraca wyszukiwarka, której obsługa sprzyja błyskawicznemu wyszukiwaniu w ramach konkretnych działów m.in. *Wszędzie*, *Artykuły*, *Aktualności*, *Poradniki*, *Tematy*, *Pliki*. Tego typu sposób, obecny tylko we wspomnianym przypadku, służy precyzyjności w odnajdywaniu potrzebnych informacji, bez zwłoki czasowej. Umieszczone u dołu witryny zakładki: *Aktualności*, *Artykuły*, *Poradniki*, *Forum dyskusyjne* i *Informacje* oraz klauzula: *Copyright 2002-2018 Grupa Onet.pl SA, PCLab.pl Kopiowanie treści (w tym zdjęć) bez pisemnego zezwolenia zabronione*¹³¹, są segmentem zamykającym dla strony serwisu, dzięki czemu mogą stanowić realizację delimitatorów końca tekstu¹³², precyzyjniej struktury. Człon główny *layout*u to blokowo ułożone działy.

W szerszym rozumieniu *layout* jako gatunek internetowy służy jako zapowiedź (lub miejsce zapowiedzi) poszczególnych treści z wnętrza portalu. Maria Wojtak pisze o zapowiedzi, że: „da się wyodrębnić dwie zasadnicze pododmiany gatunku: zapowiedź charakterystyczną dla okładki i zapowiedź w formie spisu treści. Obie wersje występują

¹³¹ Właściciele portalu PCLab.pl wyrazili pisemną zgodę na kopiowanie treści i zdjęć w ramach niniejszej pracy, co jest potwierdzone w aneksie niniejszej dysertacji.

¹³² *Delimitatory* za *Małym słownikiem terminów teorii tekstu* to ‘elementy ograniczające przestrzeń tekstu, znaki początku i końca występujące w wypowiedziach językowych oraz elementy uwydatniające segmentację tekstu’ [Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005: 26].

w seriach” [Wojtak 2006c: 63]¹³³. Pod pierwszym segmentem znajduje się panel nawigujący (po rozwinięciu) do konkretnych urządzeń specjalistycznych. Użytkownik po kliknięciu myszą ma możliwość przejścia do interesującego go działu. Segment w oryginale wygląda następująco:



Ryc. 15 Panel nawigujący w portalu PCLab.pl

Są to zatem m.in. *Multimedia i gadżety*, *Dźwięk*, *Procesory*, *Zestawy komputerowe*, *Technologie i wydarzenia*, *Oprogramowanie*, *Obudowy i zasilacze*, *Internet i sieci*, *Laptopy*, *Chłodzenie* itp. Poniżej wspomnianego panelu nawigującego znajduje się główny segment dotyczący artykułów skonkretyzowanych przymiotnikowo: *Najnowsze*, *Popularne*, *Najwyżej oceniane*, a także jako *Testy porównawcze*. W tytułach wyeksponowano obiektywizm wyboru. Nie redaktor, lecz użytkownik pełni rolę recenzenta, oceniając przeczytane artykuły. Najwyżej punktowane umieszcza się na stronie startowej. Wygląd takiego artykułu ograniczony jest do małego zdjęcia, interesującego językowo tytułu i lidu¹³⁴. Blok ten stanowi centrum *layoutu*.

Po prawej stronie w segmencie pionowym – węższym od głównego bloku – zostały umieszczone odsyłacze wraz z krótkimi zapowiedziami wpisów do (od góry): portalu z wyróżnieniem zakładki *Aktualności* (*Najnowsze*, *Popularne*, *Najwyżej oceniane*), konta portalu na Twitterze, do bloga serwisu istniejącego pod adresem: blog.pclab.pl¹³⁵ czy gier firmy Asus. Dział ten, w oryginale *ASUS gaming*, stanowi odesłanie do innych miejsc w sieci, w których redaktorzy zajmują się tematyką gier tej marki. Blok zamyka zakładka, która odsyła do portalu bliźniaczego agdlab.pl¹³⁶. W ostatnim pionie, największym, umieszczono blok, w którym zostały wyróżnione trzy działy. Kolejno od góry: *Forum*, *Facebook* i *Ostatnio komentowane*. Dwa wymienione segmenty

¹³³ Szerzej o zapowiedzi jako gatunku internetowym w dalszej części rozprawy, por. rozdział piąty, podrozdział 2.1.1.

¹³⁴ O tym bardziej szczegółowo przy omówieniu tytułów i lidów, zob. rozdział szósty, podrozdziały: 3.2.1. i 3.2.2.

¹³⁵ <http://blog.pclab.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

¹³⁶ <http://agdlab.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

pienowe mają analogiczną nomenklaturę. W każdym dziale są zbiory nagłówków wiadomości, komentarzy czy postów z poszczególnych zakresów, z liczbą postów dodanych przez użytkowników.

Portal internetowy jako „gatunek w formie kolekcji i tekstowej sylwy” [Wojtak 2011b: 77] może podlegać alternacjom gatunkowym. Maria Wojtak za początek alternacyjnych modyfikacji uznaje przeobrażenia obejmujące aspekt strukturalny wzorca gatunkowego. Autorka wymienia tu: „redukcję składnika, wymianę komponentu (lub komponentów), poszerzenia struktury o nowy składnik (lub składniki), kontaminację struktur” [Wojtak 2004: 18]. Analiza wybranych portali internetowych doprowadziła do spostrzeżeń podobnych do tych, które badaczka wymienia w ramach charakterystyki m.in. modlitewnika. Trudno bowiem wyszczególnić w wortalu modyfikacje alternacyjne, jeśli przedmiotem zainteresowania jest tylko kilka stron internetowych. Okazy te są jednak wystarczające, by przedstawić chociaż w zarysie ich specyfikę.

Jeżeli potraktować portal PCLab.pl jako najbliższy wzorcowi kanoniczemu, Pudelek.pl jest stroną, w której występują alternacje ilościowe i jakościowe. Serwis ten jest utworzony na wzór amerykańskiego portalu plotkarskiego TMZ.com¹³⁷ [Socha-Jakubowska 2015]. Jego administratorem jest grupa Wirtualna Polska Media S.A.¹³⁸. W górnej części na winiecie znajduje się logo portalu wraz z ekskursem: *sensacja, plotka, komentarz*. Dla redakcji portalu jest to forma prezentacji charakteru poruszanych treści z zaznaczeniem, że „prezentowane w nim informacje, poglądy, opinie czy komentarze mają przede wszystkim charakter satyryczny i nie powinny być traktowane całkowicie poważnie”¹³⁹. Zabezpieczenie tego rodzaju ze strony redakcji przed ewentualnymi pozwami sądowymi jest jednak niewystarczające, o czym świadczą częste przeprosiny ze strony Pudelka za naruszenie dobrego imienia osób znanych lub za przekazywanie nieprawdy szkodzącej danej osobie w inny sposób. Pudelek, mimo że dotyczy przekazu tabloidowego, jest traktowany jako medium docierające do szerokiego grona odbiorców, którzy niekiedy traktują go jak medium informacyjne czy opiniotwórcze. Paulina Socha-Jakubowska i Szymon Krawiec podkreślają, że serwis „zaczyna edukować i umoralniać czytelników, czyli kilka milionów Polaków” [Socha-Jakubowska, Krawiec 2015]. Spostrzeżenia te mogą być daleko idące, jednak

¹³⁷ <http://www.tMZ.com/> [odczyt: 14.07.2018].

¹³⁸ <https://www.pudelek.pl/regulamin> [odczyt: 15.07.2018].

¹³⁹ <https://www.pudelek.pl/regulamin> [odczyt: 15.07.2018].

co zostało zauważone w ramach analiz prowadzonych na materiale pochodzącym ze strony portalu, Pudelek¹⁴⁰ się zmienia. Początkowo tabloidowe informacje, niepotwierdzone, wynikające z donosów, dotyczyły osób, które wyróżniały się znacząco brawurowym, nieetycznym czy niebezpiecznym społecznie zachowaniem. Z czasem redakcja portalu zaczęła wprowadzać treści mniej tabloidowe, znaczące dla społeczeństwa. Jako pierwszy sygnał tej zmiany podaje się wywiad Andrzeja Wajdy z redakcją portalu. Interesujące jest w tym przypadku to, że wywiad został udzielony na wyłączność. Takie odświeżanie wizerunku przy wprowadzaniu tematyki niecodziennej dla serwisu z udziałem szanowanej publicznie osoby, nie obeszło się bez echa. Zaskoczeni użytkownicy zestawienie – Wajdy z portalem plotkarskim, określali: oksymoronem¹⁴¹. Anna Jupowicz-Ginalska zauważa, że forma ta jest raczej ewolucją portalu [Socha-Jakubowska, Krawiec 2015]. Poważne treści, takie jak śmierć znanych osób lub przypomnienie o ważnej rocznicy redakcja wyróżnia przy pomocy czarno-białego zdjęcia i neutralnego, w funkcji informacyjnej, tytułu typu: *Nie żyje Wojciech Pokora* lub z maksymą: *21-letnia motywatorka zmarła po podwójnym przeszczepie płuc. „Naucz się kochać to, co masz”*. Oto pełna zapowiedź:

¹⁴⁰ Por.: [Majchrowska 2015a: 216-225, 2015b: 119-128].

¹⁴¹ Warto porównać komentarze użytkowników znajdujące się pod tekstem zatytułowanym *Andrzej Wajda dla Pudelka*: „*Oscar to szansa dla całego przemysłu filmowego w Polsce*”, piszą: [1] *Pawlikowski zrobił z siebie błazna i ośmieszył Polaków żartem o wódce. Jakby „Ida” wystarczyło nas nie oczerniała*, [2] *Andrzej Wajda dla pudelka – oksymoron*, [3] *Andrzej chyba nie ogarnia skoro udziela wywiadu pudelkowi*, por. https://www.pudelek.pl/arttykul/76574/andrzej_wajda_dla_pudelka_oscar_to_szansa_dla_calego_przemyslu_filmowego_w_polsce/ [odczyt: 14.07.2018].



Ryc. 16 Zwiastun newsa dotyczącego śmierci młodej motywarki

Kontrastowe łączenie zapowiedzi w Pudełku to często stosowana formuła. Szczególnie uwidacznia się to w eksponowanych na pierwszym miejscu serwisu, na czerwonym tle jako najbardziej atrakcyjne newsy z polskiego świata show-biznesu. Oto przykład tego rodzaju połączenia:



Ryc. 17 Zwiastun z layoutu portalu Pudelek.pl

Informacja np. o wcześniej wspomnianej śmierci Wojciecha Pokory została uznana za równie interesującą (ważną!), co nogi popularnej dziennikarki. Oto tytuł: *Gołe nogi Hani Lis marzną na papierosku. Tak wyglądał jej „bal dziennikarza”?*

Winieta portalu to nie tylko logo, ale również wyszukiwarka oznaczona graficznie lupą, obok zamieszczona jest zakładka *Wyślij donosy i zdjęcia*. Interesująca jest zapowiedź w funkcji deskrypcyjno-perswazyjnej. Redaktorzy przez użycie form drugiej osoby liczby pojedynczej zachęcają do przesłania materiałów. Pierwsze zdanie jest zapewnieniem, zapisanym w czerwonym kolorze, że „serwis Pudelek chroni tożsamość swoich źródeł i gwarantuje pełną dyskrecję!”¹⁴². W celu maksymalizacji perswazyjnej funkcji skutkującej możliwością zdobycia nowych wiadomości o gwiazdach, zastosowano wyolbrzymienie pozycji użytkownika, sugerując, że to dla niego i przez niego tworzony jest serwis. Redakcja wprost pisze, że portal „otwarty jest dla paparazzi¹⁴³, »przyjaciół gwiazd«, a także wolnych strzelców i amatorów (przygodnych amatorów zdarzeń etc.), czyli każdego, kto ma dostęp do skrywanych lub ciekawych informacji dotyczących »celebrities¹⁴⁴«, kwestii obyczajowych, skandali, romansów, plotek oraz konwersacji wokół biznesu i polityki, bądź też uda mu się za pomocą aparatu zarejestrować ciekawe zajścia”¹⁴⁵. W zacytowanym fragmencie użyty cudzysłów pełni funkcję cytatu w cytacie i wyodrębnienia wyrazów zastosowanych ironicznie, w rozumieniu ‘ukryta drwina, utajone szyderstwo’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 281]. Na tej podstronie został umieszczony adres e-mailowy w funkcji nawigującej w celu gromadzenia informacji w jednym miejscu.

Wśród składowych wortalu Pudelek.pl znajdują się dwie zakładki: *Pudelek.Tv*¹⁴⁶ i *PudelekX*¹⁴⁷, które współwystępują (jeśli odbiorca początkowo wybierze portal Pudelek.pl jako pierwszy krok w przeglądaniu sieci) lub niezależnie od głównego serwisu (jeśli odbiorca wybierze konkretny serwis). Segmentowe ułożenie ramy tekstowej strony pierwszej jest odwzorowaniem portalu Pudelek.pl w jego pierwotnej

¹⁴² <https://www.pudelek.pl/donosy> [odczyt: 14.09.2018].

¹⁴³ Formę *paparazzi* traktuje się dwojako jako nieodmienną i odmienną analogicznie jak przymiotnik. Właściciele portalu Pudelek.pl przyjmują wersję nieodmienną, por. wyjaśnienie <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/paparazzi;1197.html> [odczyt: 14.09.2018].

¹⁴⁴ Wiesław Godzic określa je osobami znanymi z tego, że są znane [por. Godzic 2007], a Magdalena Kamińska twierdzi, że „celebryta stanowi repertuar reprezentacji i wzorzec reżimu dyskursywnego. Jego publiczna persona powiązana jest z takimi mechanizmami i strategiami medialnymi, jak konwergencja i dywersyfikacja platform medialnych, przeprowadzona w celu maksymalnie skutecznej dystrybucji określonego produktu. Jest również gatunkiem (*genre*) reprezentacji, który realizuje się w ramach semiotycznie bogatego korpusu tekstów, dyskursów, animującego i dynamizującego kulturę konsumpcji” [Kamińska 2017: 210]. Auroka dodaje, że celebryci są uprzedmiotawiani, a produkcja abiekcji – odpowiedzialnej za odpowiedzialność i odrzucenie, sprawia, że są postrzegani za autentyczne i szczerze postaci [Kamińska 2017: 210].

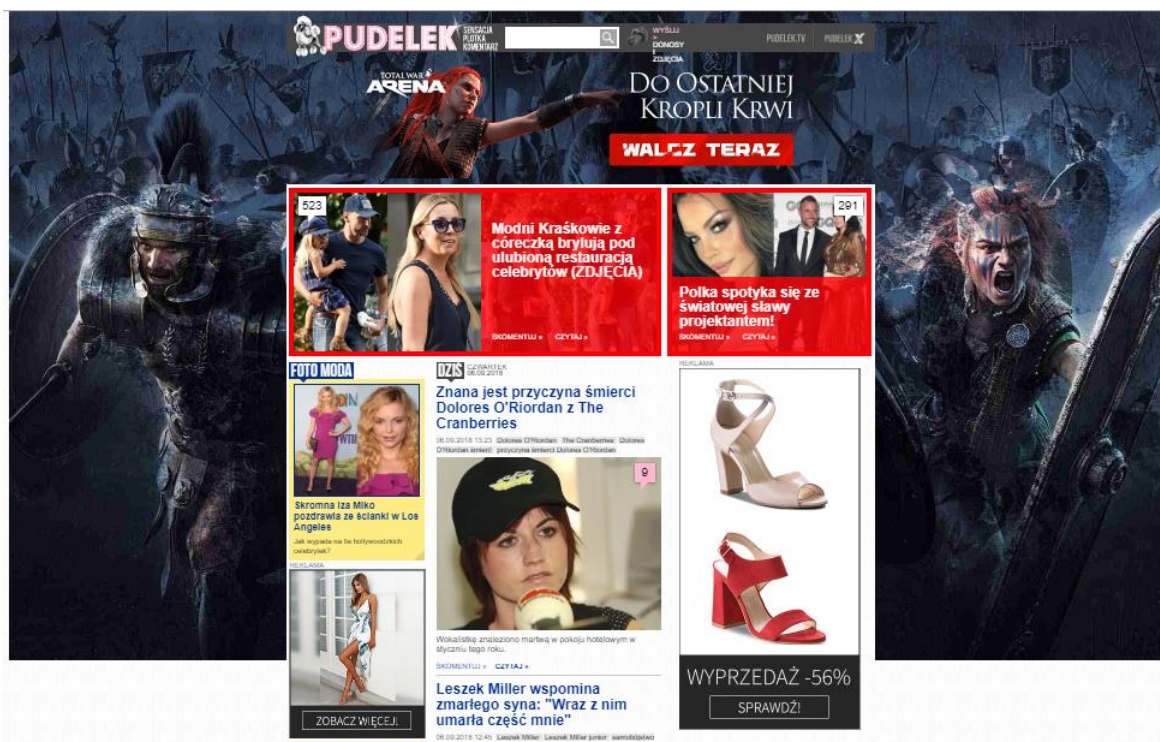
¹⁴⁵ <https://www.pudelek.pl/donosy> [odczyt: 14.09.2018].

¹⁴⁶ <https://tv.pudelek.pl/> [odczyt: 14.09.2018].

¹⁴⁷ <http://pudelekx.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

wersji (bez elementów video). W serwisie umieszczone są tylko pliki video, w których istotną rolę odgrywają redaktorzy Pudełka i WP.pl. Krótkie tematyczne rozmowy o osobach znanych zorientowane są na wypowiedź krytyczną. Podstrona PudelekX jest serwisem, w ramach którego można zamieszczać treści, przeglądać zasoby, oceniać je czy nawiązywać do tych treści przez zamieszczanie linków w innych portalach internetowych.

Poniżej winiety Pudełka umieszczony został, co już było wcześniej omówione, blokowo ułożony segment z najciekawszymi zapowiedziami newsów opublikowanych na stronie. Oto reprezentatywny layout z zapowiedziami z omawianego wortalu:



Ryc. 18 Layout wortalu Pudelek.pl wraz z zapowiedziami dnia

Charakterystyczna dla tych zapowiedzi jest forma graficzna. Czerwone tło, a na nim dwa duże zdjęcia i nagłówek newsa. Oto wizualizacja:



Ryc. 19 Segment najciekawszych zapowiedzi dnia w portalu Pudelek.pl

W rogach obu ilustracji odnośnik na białym tle służy jako informacja o liczbie komentarzy pod tekstem. Dalej [zob. ryc. 17], w pionowo ułożonych segmentach mieszczą się poszczególne działy. W centralnym miejscu jest główny segment portalu o nazwie *DZIŚ*, wcześniejsze plotki natomiast to *WCZORAJ*. Po lewej stronie dział *FOTO MODA*, w którym każda zapowiedź opatrzona jest żółtym tłem. Segment umieszczony po prawej stronie jest bardziej zróżnicowany. Od góry: *HOT! GALERIE*, następnie nawiązanie do Pudełka.Tv. Poniżej *GORĄCE TEMATY*, *NAJCZĘŚCIEJ KOMENTOWANE*, nawiązanie do konta w portalu Facebook, a także zapowiedź podstrony PudelekX.

Portal internetowy Gotujmy.pl stanowi realizację ogólnie narzuconego szablonu struktury. Jako projekt realizowany przez Edipresse Polska S.A.¹⁴⁸ serwis prezentuje tematykę dotyczącą kulinariów. Autorami tekstów publikowanych są zarówno redaktorzy (*Przepisy*, *Porady*), jak i użytkownicy – odbiorcy (*Przepisy*). Logo w kolorze białym umieszczone po lewej stronie zielonej winiety, stanowi pierwszy segment serwisu. Wygląda to następująco:

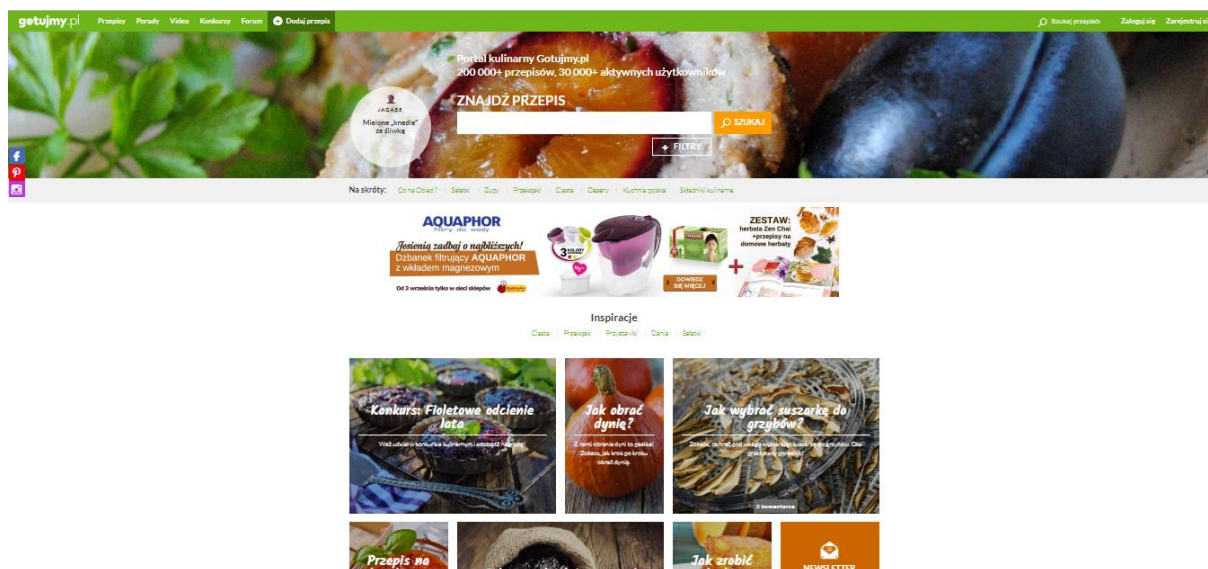
¹⁴⁸ <https://gotujmy.pl/regulamin.html> [odczyt: 15.07.2018].



Ryc. 20 Segment inicjalny w portalu Gotujmy.pl

Na pasku dalej znajdują się zakładki: *Przepisy*, *Porady*, *Video*, *Konkursy*, *Forum*. Kolejne cztery zakładki są językowo interesującymi sposobami pobudzenia użytkowników do działania, występującymi w funkcji nakłaniającej. *Dodaj przepis*, *Szukaj przepisów*, *Zaloguj się* i *Zarejestruj się*. Są to formy czasownikowe w drugiej osobie liczby pojedynczej w trybie rozkazującym, które wyrażają polecenie lub życzenie nadawcy, zachętę do działania. Celem użycia czasownika dokonanego jest chęć do wzbudzenia zainteresowania u odbiorcy, który może wykonać pewną czynność. Nadawca za pomocą aktów dyrektywnych chce, by użytkownik dodał i szukał przepisów, czy zalogował się lub zarejestrował. Istotny jest rezultat wykonywanej czynności.

Poniżej winiety znajdują się poziomo ułożone segmenty:



Ryc. 21 Layout portalu internetowego Gotujmy.pl

Pierwszy to wyszukiwarka z nazwą gatunkową serwisu: *Portal kulinarny Gotujmy.pl*, umieszczona na tle zdjęcia potrawy. W wyszukiwarce z opcją filtrowania użytkownik ma możliwość dwojakiego wyboru interesującego go dania, m.in. wpisując konkretną potrawę lub główny składnik. Opcje filtrowania dotyczą takich kategorii jak: *Rodzaj potrawy (Przystawki, Desery, Przetwory, Sosy, Napoje, Ciastka, Pieczywo itp.)*, *Główny składnik (Warzywa, Orzechy, Sery, Owoce, Kasze, Grzyby, Makarony, Mięsa, Ryż, Owoce morza itp.)*, *Pora dnia (Śniadanie, Lunch, Obiad, Podwieczorek, Kolacja)*, *Metoda przygotowania (Grillowanie, Bez gotowania, Smażenie, Pieczenie, Kiszzenie, Duszenie, Marynowanie itp.)*, *Czas przygotowania (do 30 minut, od 30 do 60 minut, powyżej 60 minut)* i *Kuchnie świata*. W ostatniej kategorii użytkownik może wybierać spośród 56 kategorii kuchni świata, np.: amerykańskiej, brazylijskiej, egipskiej, indonezyjskiej, portugalskiej, ukraińskiej, tureckiej, żydowskiej, polskiej i wielu innych. Interesujący jest wariant dotyczący wyboru diety (*Dieta bezglutenowa, Dieta beznabiałowa, Dieta-cukrzyca, Dieta proteinowa, Dietetyczne, Dla kobiet w ciąży, Wegańskie i Wegetariańskie*).

W następnym segmencie poziomym uwzględniono dział *Inspiracje*, w którym do wyboru są: *Ciasta, Przekąski, Przystawki, Dania* i *Salatki*. Poniżej mozaikowo ułożono zapowiedzi artykułów. Na tematycznie pasującym tle umieszczono tytuły poszczególnych porad. Głównie są to formy pytań, np.: *Jak obrać dynię?* [PG/T: 31.08.2018], *Czym różnią się muffinki od babeczek?* [PG/T: 06.07.2018], *Jak wybrać suszarkę do grzybów* [PG/T: 13.09.2016]. Poniżej nagłówków jest, występujący sporadycznie, krótki opis w funkcji zapowiedzi tekstu. U dołu każdej ilustracji wyróżniona została liczba komentarzy dodanych pod artykułem.

Niżej w czterech analogicznie skonstruowanych segmentach, zatytułowanych: *Co na obiad?*, *Super Przepisy, Polecamy Przepisy, Najlepiej oceniane* umieszczono po pięć najlepszych w danej kategorii (lub ostatnio dodanych) przepisów. Poszczególne recepty są opatrzone zdjęciem, tytułem, datą dodania, liczbą gwiazdek (1-5) oraz podpisem autora (pseudonim). W prawym rogu dodatkowo umieszczono ikonkę, której celem jest informowanie o liczbie dodanych komentarzy pod przepisem.

Kolejny dział to: *Najczęściej komentowane*. Mogą to być: *Przepisy, Porady* lub zakładka *Na forum*. Dalej zamieszczono informacje o konkursach i *Nasza społeczność*. Interesujące w tym dziale jest nagradzanie użytkowników za działalność na rzecz portalu przez: *Dziś moderatorem jest* oraz *Najaktywniejsi (w ostatnim tygodniu)*. Formułę przedstawienia trzech użytkowników kończy okno z napisem:

Dołącz do nas! Jest to forma, gry z użytkownikiem, symulująca znalezienie się na miejscu obok innych ekspertów portalu, którzy rozpoczynali od występowania w roli pasywnego odbiorcy.

Następny segment został podzielony na *Artykuły kulinarne*, *Porady kulinarne* i *Przepisy dla dzieci* (przekąski, kaszki, śniadania, obiad, kolacje). Dalej ostatni dział w głównym bloku to powrót do kategorii prezentowanych u góry strony startowej. W tym przypadku każda grupa jest oznaczona liczbą, której zadaniem jest przybliżenie wielości przepisów, np.: *Dania* (65405), *Składniki* (33930), *Ciasta* (32428), *Salatki* (24407), *Zupy* (15282), *Przystawki* (14400), *Desery* (11358), *Kuchnie świata* (9049), *Dla dzieci* (9667), *Przetwory* (4921), *Surówki* (4619), itp.

Delimitatory finalne *layoutu* to trypoziomowy segment. W pierwszym występują działy typu: *Prywatność*, *Regulamin*, *Konkursy*, *Mapa serwisu*, *Kontakt*, *Reklama*. Spośród wymienionych kategorii najbardziej interesujący jest dział dotyczący konkursów i mapy serwisu. Redakcja portalu w celu zwiększenia odwiedzalności swojej strony, zachęca użytkowników do publikowania swoich przepisów oraz przepisów tematycznych. Osoby dodające swoje przepisy są nagradzane zwycięskim miejscem i dodatkowo otrzymują *wirtualne*, czyli walutę utworzoną na potrzeby nagradzania, funkcjonującą tylko wewnątrz serwisu. Redaktorzy utworzyli także specjalną listę z gratyfikacjami za poszczególne aktywności w portalu Gotujmy.pl. I tak, założenie konta – 20 wirtuali, dodanie przepisu w zależności od dołączonej liczby zdjęć to 20-30 wirtuali, a awansowanie wewnątrz portalu może wynosić od 10 do 140 wirtuali. W celu uniknięcia przepisywania do portalu przepisów już dostępnych w innych serwisach redakcja wprowadza również kary. Wirtualne odejmowane są bowiem za trzykrotny plagiat (500), a całkowite wyzerowanie konta następuje po kolejnym oszustwie. Inną formą restrykcji jest przyłapanie na usuwaniu przez użytkowników dodawanych przepisów lub zdjęć, to od 15 do 30 wirtuali¹⁴⁹. Użytkownicy za zgromadzone wirtualne mają możliwość wyboru nagrody z *Katalogu Nagród*. Wśród gratyfikacji są książki o tematyce kulinarnej, zestawy ćwiczeń, przyrządy ułatwiające gotowanie. Ostatni element to mapa serwisu, w której szczegółowo rozpisano kategorie. W katalogu wypunktowane są wszystkie działy z każdą podkategorią i liczbą dań wewnątrz.

W drugim, poziomym segmencie, zostały wyszczególnione pokrewne portale, podlegające pod Edipresse Polska S.A. Są to: *Ilewazy.pl*, *Polki.pl*, *Mamotoja.pl*,

¹⁴⁹ <https://gotujmy.pl/gotujmy-z-nagrodami-punktacja.html> [odczyt: 16.07.2018].

Mamotoja.pl/bangla, Wizaz.pl, Party.pl i Viva.pl. W ostatnim segmencie przedstawione zostały aplikacje, z jakich korzysta serwis. Są to: Facebook, Pinterest, Instagram i YouTube.

Mimo że portale internetowe są do siebie bardzo podobne, zauważalne są liczne odstępstwa od wzorca gatunkowego (przyjmując za niego portal PCLab.pl). Możliwości analogii gatunkowej stwierdziła również Izabela Kępka, analizując modlitewniki Kalwarii Wejherowskiej, ze szczególnym nastawieniem na słownictwo i frazeologię. Przyjmując w ramach swojej analizy nomenklaturę zaproponowaną przez Marię Wojtak – w aspekcie strukturalnym, Izabela Kępka zauważa, że „można dostrzec w nich pewne różnice już w samej zawartości, układzie zamieszczonych tekstów, a niekiedy także treści” [Kępka 2005: 25]. Odniesienia badaczki również do różnic w stylu [Kępka 2005: 28], potwierdzają spostrzeżenia poczynione w niniejszej dysertacji¹⁵⁰. W analizowanych okazach blok centralny, tzw. wiadomości dnia – główny, umieszczony jest niejednakowo. W PCLab.pl, zajmuje lewą część strony startowej. W portalu Pudelek.pl wiadomości te umieszczane są w centrum *layoutu*, natomiast w Gotujmy.pl występuje tylko jeden pionowy blok, w którym inne działy są poziomo ułożonymi segmentami. W serwisie plotkarskim widoczna jest największa chęć pozyskania użytkowników, których głównym celem jest klikanie w nagłówki oraz komentowanie. W PCLab.pl istotna jest wymiana myśli między specjalistami lub użytkownikami korzystającymi z usług portalu. Gotujmy.pl natomiast jest serwisem, w którym użytkownicy szukają konkretnych przepisów. Wyszukiwarka zajmująca pierwszy segment zajmuje połowę ekranu komputerowego, stwarzając wrażenie najistotniejszego wyznacznika serwisu.

W Pudelku od początku funkcjonowania serwisu nastąpiła już zmiana strony startowej. Leszek Olszański w *Mediach i dziennikarstwie internetowym* udostępnił *layout* strony jako przykład blogoidu plotkarskiego [Olszański 2012: 64]. Istotne w tym przypadku jest ułożenie głównej kolumny. W roku 2012 blok główny znajdował się po lewej stronie, a obecnie zajmuje centralne miejsce wortalu, podkreślając tym prymarny cel wortalu – informacyjność.

¹⁵⁰ Szerzej o stylu portali internetowych w rozdziale siódmym.

W każdym z wybranych portali internetowych obowiązuje regulamin¹⁵¹, określający zasady, których muszą przestrzegać użytkownicy. Jeśli wytyczne nie są respektowane, do działania wkraczają administratorzy serwisu.

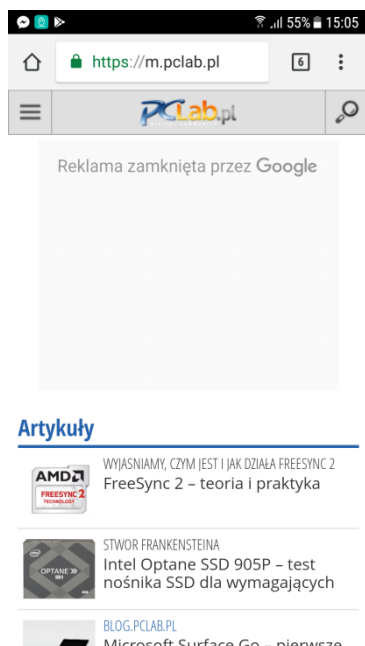
Tematyka omawianych portali jest różna. Za Marią Wojtak można uznać, że w każdym z trzech portali internetowych, „swoi mówią do swoich, entuzjaści komunikują się z entuzjastami” [Wojtak 2015b: 65].

1.5.Struktura a miniaturyzacja technologiczna

W ramach konwergencji technologicznej użytkownicy nie są już zobowiązani do używania tylko komputera (klawiatura i ekran) jako jedyne interfejsu do przeglądania ulubionych stron. Obecnie miniaturyzacja urządzeń daje możliwość przeglądania zasobów internetu wszędzie i za pomocą różnych urządzeń mobilnych, w których najistotniejsze jest stałe połączenie z siecią. Użytkownicy korzystają z internetu w domu, w pociągu, w pracy, w kawiarni itp. Dzięki technologii mobilnej mogą dokonać wszystkiego na różnych platformach [Friedmann, Friedmann 2008: 5].

W celu dogodnego korzystania z zasobów analizowanych portali internetowych właściciele stron uruchomili mobilne wersje każdego z nich, dostępne na smartfonach niezależnie od zainstalowanego oprogramowania. Oto trzy portale zestawione obok siebie:

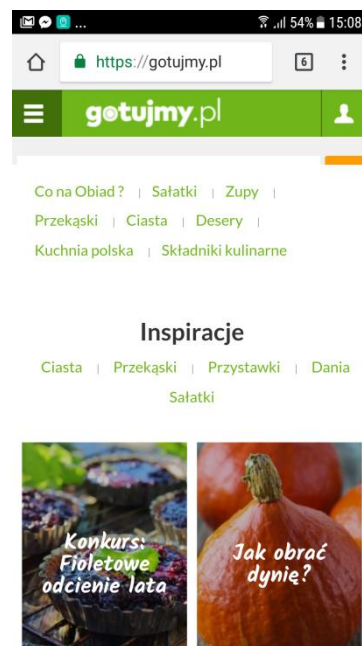
¹⁵¹ W regulaminach, portali PCLab.pl i Gotujmy.pl, właściciele zwracają szczególną uwagę na zachowanie netykiety oraz zgodnego ze społecznymi i obyczajowymi normami współżycia społecznego. Do obowiązków użytkowników wortalu PCLab.pl zaliczane są takie kwestie jak: niezamieszczanie treści, które naruszają prawo, działanie w sposób nienaruszający praw innych użytkowników, zakaz lokowania produktów, niedziałanie na szkodę serwisu. Interesujący jest punkt dotyczący również „nieużywania nicków, tytułów, opisów, treści itp. będących wyrazami powszechnie uznawanymi za obraźliwe i niezgodne z dobrymi obyczajami lub nawiązujących do takich wyrazów”, por. <https://pclab.pl/regulamin.html> [odczyt: 13.11.2018]. W Gotujmy.pl właściciele serwisu zwracają uwagę głównie na inne reklamy lub reklamy ukryte oraz plagiat. Użytkownik, zwany usługobiorcą, ma obowiązek ustosunkować się do tych zagadnień, por. <https://gotujmy.pl/regulamin.html> [odczyt: 13.11.2018]. W portalu Pudelek.pl brak jakichkolwiek ograniczeń, które mogłyby być nakładane na użytkowników. Właściciele wortalu asekurują się przed ewentualnymi zarzutami od osób, które stanowią przedmiot opisu lub komentarza, pisząc że prezentowane w Pudelku formy mają charakter satyryczny i nie powinny być traktowane poważnie, por. <https://www.pudelek.pl/regulamin> [odczyt: 13.11.2018].



Ryc. 22 PCLab.pl



Ryc. 23 Pudelek.pl



Ryc. 24 Gotujmy.pl

W każdym z nich analogicznie występuje winieta z nazwą portalu w tej samej kolorystyce. Poniżej w jednym segmencie blokowym umieszczone zostały wiadomości dnia/wyróżnione przez poszczególne redakcje. W PCLab.pl jest to dział zatytułowany *Artykuły*. W Pudelku nie ma nagłówek przekazywanych treści. Właściciele portalu zakładają, że zbędne jest tytułowanie działu, w którym przy każdej zapowiedzi umieszczono datę. Według tego samego schematu jak na stronie, zastosowano w tej wersji informacje wyróżnione na czerwonym tle. Bardziej czytelny jest natomiast układ pionowy. W Gotujmy.pl w wersji mobilnej wyróżniono na stronie startowej dwa segmenty. W pierwszym wypuklając działy: *Co na Obiad?*, *Sałatki*, *Zupy*, *Przekąski*, *Ciasta*, *Desery*, *Kuchnia polska*, *Składniki kulinarne*, a w drugim o nagłówku *Inspiracje*: *Ciasta*, *Przekąski*, *Przystawki*, *Dania* i *Sałatki*. Poniżej umieszczono zapowiedzi porad odredakcyjnych.

Jak twierdzi Mirosław Lakomy „nowe technologie medialne umożliwiają tym samym treściom przepływ różnymi kanałami i przyjmowanie wielu różnych form w punkcie odbioru. Istotną rolę odgrywają tutaj »społeczności fanowskie«, czyli grupy, które jako pierwsze sięgają po kolejne nowe medium (*early adopters*) i są jego aktywnymi użytkownikami” [Lakomy 2010: 88].

1.6.Podsumowanie

Wybrane portale internetowe stanowią przykład schematycznego konstruowania treści na stronę. W każdym z nich występują segmenty, które mimo minimalnego strukturalnego przesunięcia (inny układ kolumny głównej, działów pobocznych oraz nagłówków poszczególnych segmentów w formie zwieńczenia) na layoutcie, można traktować paralelnie.

Nazwy poszczególnych portali nawiązują wprost do prezentowanych treści. PCLab.pl odnosi się do branży informatycznej, Pudelek.pl – rozrywkowej, a Gotujmy.pl – kulinarnej. Tytuł wortalu informatyczno-technologicznego stanowi zapożyczenie dwóch leksemów, będących połączeniem skrótowca ze skrótem. W serwisie plotkarskim natomiast nacechowanie nazwy implikuje chęć ocieplenia wizerunku, traktowania strony wyrozumiale, bez względu na dodawane treści. Gotujmy.pl to nazwa, w której brak metaforycznych odniesień. Informowanie wprost o przyjętej strategii (tematyka dotycząca gotowania, zachęcanie do wspólnego przygotowywania dań) nie stanowi przyczyny polemiki użytkowników z wydawcami, co może mieć miejsce m.in. w PCLab.pl i Pudelku. Autoprezentację portali internetowych dopełnia przyjęta odmienna kolorystyka (tu: stałe logo). Barwa¹⁵² poszczególnych stron sugeruje podjętą tematykę np. niebiesko-pomarańczowo-szare kolory identyfikują portale dotyczące tematyki informatyczno-technologicznej (m.in. też Benchmark.pl¹⁵³). Kolor różowy lub jego odcienie w połączeniu z bielą, przeznaczone są dla wortalu, w których głównymi tematami są plotki lub treści informacyjno-rozrywkowe (m.in. też: Kozaczek.pl¹⁵⁴, Polki.pl¹⁵⁵, Plotek.pl¹⁵⁶). W wortalach dotyczących gotowania barwą wiodącą jest biel, a dopełniają ją inne kolory m.in. zieleń (Smaker.pl¹⁵⁷) lub czerwień (Kwestiasmaku.pl¹⁵⁸).

W przypadku meta opisu portali internetowych w wyszukiwarce Google.pl, zauważalne jest pozorne podobieństwo, które dotyczy miejsca. Heterogeniczność tych stron uwidacznia się w językowo-pragmatycznych funkcjach autoprezentacji. W PCLab.pl stosowane są urwane konstrukcje zdań, pytania retoryczne lub słowa-

¹⁵² Na temat barwy w klubów piłkarskich jako nośnika wartości pisała Izabela Kępka, zob. [Kępka 2013: 177-190].

¹⁵³ <http://www.benchmark.pl/1/aktualnosc.html> [odczyt: 15.11.2018].

¹⁵⁴ <https://www.kozaczek.pl/> [odczyt: 15.11.2018].

¹⁵⁵ <https://polki.pl/> [odczyt: 15.11.2018].

¹⁵⁶ <http://www.plotek.pl/plotek/0,0.html> [odczyt: 15.11.2018].

¹⁵⁷ <https://smaker.pl/polecane/porta-kulinarne> [odczyt: 15.11.2018].

¹⁵⁸ <https://www.kwestiasmaku.com/> [odczyt: 15.11.2018].

klucze (np. dotyczące nowych akcesoriów). Wśród form z Pudelka można zauważyć wyróżnianie atrakcyjnych działów (prawdopodobnie najczęściej oglądanych), informacji (newsów), a tematyka eksponowana jest leksyką wartościującą w funkcji zachęty do „klikania” i komentowania. Wydawcy Gotujmy.pl w meta opisach własnego serwisu stosują strukturę fingowanej rozmowy dialogowej, dzięki której użytkownik, posługując się metaforą kulinarną, ma podaną odpowiedź. Taki akt perlokucyjny pozostawia odbiorcy decyzję o podjęciu działania lub nie. Aktywność odbiorcy na stronie stanowić może o skuteczności pragmalingwistycznego działania ze strony nadawcy.

Wraz z postępem technologicznym istotne stają się również inne formy komunikowania, porozumiewania i korzystania z zasobów internetu. W celu szybkiego odczytania treści i możliwości reagowania na poznane fakty, użytkownicy korzystają z urządzeń mobilnych (smartfon, tablet), co nie wpływa na przekazywaną treść (minimalne różnice związane są z oprogramowaniem urządzenia). Struktura poszczególnych portali nie zmienia się znacząco. Można zauważyć w niej elementy analogiczne do strony internetowej, których realizacje stanowią wzorce alternacyjne i adaptacyjne (inne ułożenie, zmniejszenie segmentów pionowych – obecność tylko bloku głównego).

Rozdział piąty

GATUNKOWOŚĆ WEWNĄTRZ PORTALU INTERNETOWEGO

1. Gatunki mowy/wypowiedzi

Terminologia dotycząca gatunków jest obszerna. Pierwotnie dotyczyła literatury, jednak stosunkowo szybko w przedmiot badań zostały włączone także inne dziedziny nauki. Oprócz językoznawców, szczególnie medioznawcy i kulturoznawcy włączają sygnalizowane zagadnienia we własny obszar badań.

Portal internetowy rozumiany jako gatunek w formie kolekcji w swej strukturze kondensuje wiele gatunków. Ta hybryda gatunkowa uwidacznia się przede wszystkim w strukturze. Kompozycja sylwiczna warunkuje jedność nadawcy, spójne komunikaty, ale także zróżnicowanie tematyczne, odpowiadające głównej problematyce. Blokowość, o której wspomina Maria Wojtak, jest widoczna w stałym układzie otwartym lub zamkniętym, gatunków homogenicznych. Z kolei kontaminacja to struktura, w której połączone są kompozycyjnie dwa gatunki. Istotna w tej formie jest ogólna intencja, której poporządkowane są wszystkie gatunki współwystępujące w strukturze. Przywoływana językoznawczyni nazywa je dalej „zwieńczeniem funkcjonalnym (komunikacyjnym)” [Wojtak 2009: 144-145]. Portal internetowy jest zatem „nadrzędną formą istnienia treści, wymiany informacji i komunikacji użytkowników” [Wilczek 2015: 437], posiada konkretną odrębną tematykę (technologicznie-informacyjną, tabloidową i kulinarną) oraz wspólną dla wszystkich intencję komunikacyjną (pobudzenie do odczytywania i komentowania), która z „[funkcjami poszczególnych segmentów – zm. J.M.] tworzy układ subsydiarny” [Wojtak 2009: 146]. Zasadne na potrzeby dalszej analizy jest rozróżnienie Wioletty Wilczek, której typologia opiera się na wyróżnieniu genologii internetowej. Autorka wymienia tu gatunki internetowe m.in. blog, chat, e-mail, komentarz i forum. Jako drugą kategorię Wioletta Wilczek uznaje formy komunikowania pozainternetowego. W tej odmianie mieszczą się wszystkie gatunki dziennikarskie/prasowe oraz gatunki użytkowe [Wilczek 2015: 437-438].

1.1. *Netlog* – rozmowa i dialog w sieci

Portal internetowy jako gatunek w formie kolekcji składa się ze schematycznych *netlogów*. *Netlog*¹⁵⁹ stanowi powtarzalną strukturę komunikacji internetowej, w której występują różne gatunki wypowiedzi. Termin będący połączeniem dwóch leksemów z angielskiego *net* ‘sieć’ i łacińskiego *logos* ‘mowa, wypowiedź’ jest rozumiany jako rozmowa w sieci. Już ta forma wskazuje na jej dialogowość, czy jak twierdzi Anna Wierzbicka, „dialogiczność” [Wierzbicka 1983: 135]. Według Bożeny Taras *netlog* to sieciowa rozmowa. Autorka rozumie go jako „system splątanych, krzyżujących się wypowiedzi o cechach dialogu, monologu lub/i polilogu, które tworzą konkretny akt mowy urzeczywistniany w internecie, czyli w przestrzeni wirtualnej. *Netlog* to zatem złożona strukturalnie, semantycznie i pragmatycznie rozmowa w sieci” [Taras 2004: 44]. Wielokrotnie przytaczany leksem *rozmowa* w *Słowniku języka polskiego PWN* to ‘ustna wymiana myśli, zdań’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 857]. W internetowej wersji słownika, który aktualizowany jest na bieżąco, pominięto określenie *ustna*. Definicja tam zamieszczona brzmi zatem: „wzajemna wymiana myśli za pomocą słów”¹⁶⁰. Zamiennik wskazuje zgodnie z definicją leksykograficzną na *wzajemny* ‘czyniony, okazywany sobie wzajemnie przez zainteresowane strony’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1232] przekaz informacji. Może być więc formą ustną lub pisaną. Rozmowa zatem posiada różne oblicza. Występuje w kontakcie bezpośrednim i pośrednim. W *Słowniku wyrazów bliskoznacznych PWN* pod redakcją Lidii Wiśniakowskiej przy leksemie *rozmowa*¹⁶¹ zamieszczono takie wyrazy jak: ‘czat (chat), dialog, dyskusja, gawęda, konwersacja, pogawędka’ [Wiśniakowska 2006: 485]. *Czat* to 1. ‘rozmowa za pośrednictwem internetu, polegająca na przekazywaniu treści w formie pisemnych komunikatów’ lub 2. ‘miejsce na stronie internetowej, które umożliwia prowadzenie takich rozmów’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 113]. Według Lidii Wiśniakowskiej termin jest określeniem „szczegółowszym” [Wiśniakowska 2006: 485], w relacji z wymienionymi hasłami. Spostrzeżenia te są zbieżne z obserwacjami poczynionymi przez Urszulę Żydek-Bednarczuk: „konwersacja, rozmowa, dialog podporządkowane są działalności językowej człowieka. Różnica między dialogiem

¹⁵⁹ Więcej o netlogu w analizowanych portalach internetowych [Majchrowska 2015a: 216-225, 2015b: 119-228]

¹⁶⁰ *Rozmowa* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/rozmowa;2516765.html> [odczyt: 16.07.2018].

¹⁶¹ Elżbieta Kuryło podczas próby zdefiniowania leksemu *rozmowa*, *rozmawiać* i jego wariantów stylistycznych zauważyła, że „takie potoczne warianty rzeczownikowe: *gadanie, gadka, gadanina, gadu-gadu, gaworzenie* i czasownikowe: *rozmawiać, gadać, gadu-gadu, gadkować, gaworzyć, dogadywać się*” można traktować synonimicznie [Kuryło 2003: 17].

a rozmową polega na tym, że rozmowa – będąca pojęciem węższym – występuje w odmianie mówionej, w kontakcie bezpośrednim w odmianie oficjalnej i nieoficjalnej, dialog zaś może wystąpić zarówno w odmianie pisanej, jak i mówionej. Między konwersacją a rozmową zachodzi prawo ścisłej reguły. O ile w rozmowie reguła interakcji, zmienności tematu jest luźna, o tyle w konwersacji obowiązują ścisłe zasady i maksymy” [Żydek-Bednarczuk 1994: 30-31]. Można zatem, rozszerzając schemat Urszuli Żydek-Bednarczuk, uznać czat za podkategorię dialogu, istniejącą obok rozmowy. Jan Grzenia twierdzi, że „pogawędki komputerowe mają przeważnie charakter konwersacji, która wyróżnia się nie tylko nastawieniem na dialog, ale również intensywnym odnoszeniem się uczestników dialogu do siebie” [Grzenia 2003: 87]. W tej sytuacji czat stałby się pododmianą konwersacji w typologii Urszuli Żydek-Bednarczuk. Jan Grzenia bowiem dalej zaznacza, że „pogawędki komputerowe odbywają się zwykle »w chatroomach« – wirtualnych pokojach, w których jakoby zasiadają dyskutanci. Owe »chatroomy« mogą mieć wyznaczony temat, wówczas wybór pokoju do dyskusji oznacza jednocześnie wybór tematyki. Pogawędka zdominowana przez odniesienia do rzeczywistości to internetowa realizacja dialogu sytuacyjnego” [Grzenia 2003: 87]. W analizowanych portalach internetowych nie ma możliwości rozmowy prywatnej, a wszystkie komentarze użytkowników są widoczne dla każdego użytkownika sieci. Wspomniany „chatroom” znajduje w tym przypadku swoje zastosowanie w strukturalnie zamkniętym netlogu. Nowa treść dodana przez redakcję stanowi temat rozmowy, wokół której prowadzony jest dialog. Sam dialog według Michaiła Bachtina występuje w każdym akcie wypowiedzi, bowiem każdy mówiący, czy piszący, oczekuje odpowiedzi-reakcji, będącej formą zrozumienia ze strony odbiorcy [Bachtin 1986: 396]. Autor podkreśla, że „istotną (konstytutywną) cechą wypowiedzi jest jej skierowanie do kogoś, jej zaadresowanie” [Bachtin 1986: 396]. Dalej badacz zaznacza, że „adresatem może być bezpośredni partner-współrozmówca potocznego dialogu albo też grupa specjalistów z zakresu pewnej dziedziny kontaktów kulturalnych, bardziej lub mniej zróżnicowana publiczność, naród, współcześni mówiącego, zwolennicy, przeciwnicy, przełożeni lub podwładni, wrogowie, bliscy, obcy itp. [Adresatem może być także nieokreślony w danej chwili, nieskonkretyzowany inny – podkr. J.M.] (w przypadku różnych odmian wypowiedzi zmonologizowanych typu emocjonalnego). Wszystkie te postacie i koncepcje adresata są określone ze względu na sferę działalności człowieka i panujące w niej zwyczaje, do której odnosi się dana wypowiedź. Od tego, do kogo jest ona skierowana, jak

mówiący (lub piszący) wyobraża sobie, i odczuwa swoich adresatów, z jaką siłą oddziałują oni na wypowiedź, zależy jej styl i kompozycja (zwłaszcza styl). Każdy gatunek mowy w każdej dziedzinie obcowania językowego wypracował własną, określającą go jako gatunek, koncepcję typowego adresata” [Bachtin 1986: 396]. W koncepcji tej, jak zauważa Aleksander Wilkoń, „Bachtin jakby nie dostrzegł też żywiołu swobodnej potoczności, kreatywności, wielości potencjalnych przedmiotów rozmowy i jej stylów” [Wilkoń 2002: 208]. W przestrzeni wirtualnej kreatywność językowa i mieszanie stylów jest bowiem w największym stopniu nieograniczona¹⁶². Użytkowników sieci obligują tylko normy wewnątrzportalowe, wynotowane w regulaminach serwisów czy globalnie obowiązującej netykietce, której nieprzestrzeganie jest sankcjonowane w różnym stopniu.

Magdalena Ślawska precyzuje, że „aby dialog mógł zaistnieć, między nadawcą a odbiorcą musi dojść do interakcji, każdy kontakt językowy jest jej wynikiem” [Ślawska 2014: 54]. Dialogowość w sieci występuje wielopłaszczyznowo, m.in. w kontakcie:

1. nadawca (redakcja) – odbiorca (użytkownik),
2. odbiorca (użytkownik) – odbiorca (użytkownik).

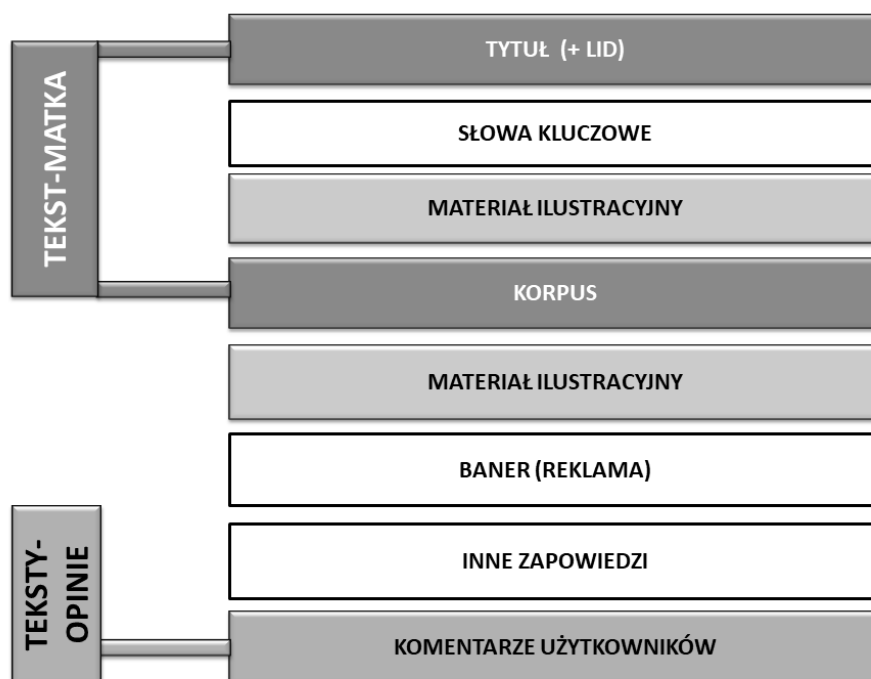
Interlokutorzy stają się zatem naprzemiennie nadawcami i odbiorcami. Zdarza się też, że użytkownicy przejmują inicjowanie dialogu, co jest widoczne w schemacie:

1. (użytkownik) – odbiorca (redakcja),

jako reakcja redakcji na komentarze użytkowników (zabieg widoczny w Pudelku). Według Jana Grzeni „internet stał się miejscem intensywnego dialogu dlatego, że potrzeba dialogu jest naturalna, musi więc znaleźć wyraz nawet w warunkach pozornie niesprzyjających dialogowi; w znacznym stopniu też z tej przyczyny, że ograniczając typowe składniki występujące w tle dialogu, wymaga poszukiwania zastępników pozwalających fortunnie – na podobieństwo jego realnego odpowiednika – zrealizować akt komunikacji” [Grzenia 2003: 89]. Autor puentuje, że internet „wykształca własne formy dialogowe i specyficzne formy powiadamiania” [Grzenia 2003: 89]. Jedną z takich form jest wymieniony wcześniej netlog. Można go uznać, powołując się na Marię Wojtak, zajmującą się m.in. interakcyjnym stylem komunikowania w prasie kobiecej, strukturą o dialogowo nastawionych komunikatach [Wojtak 2015b: 109] zarówno autorstwa redaktorów, jak i użytkowników.

¹⁶² Zob. kreatywność odbiorców-współtwórców w rozdziale siódmym, podrozdziale 1.2.

Dialogowość netlogu urzeczywistnia się w podziale na *tekst-matkę* i *teksty-opinie* [Taras 2004: 44]. Teksty-matki to teksty od redakcji, natomiast teksty-opinie stanowią komentarze użytkowników. W analizowanych portalach netlog strukturalnie przyjmuje identyczny układ. Istnieje jako tekst-matka (gatunki), materiał ilustrujący i teksty-opinie (posty-komentarze). Wizualnie netlog przyjmuje następującą formę:



Ryc. 25 Schemat netlogu w portalu internetowym

Źródło: opracowanie własne na podstawie m.in. B. Taras, 2004, *Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito* [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice, s. 42-51 oraz analiz dotyczących portali internetowych [por. Majchrowska 2015-2019].

Porównanie materiału egzemplifikacyjnego pozwala wysnuć wniosek, że w Pudelku w najwyższym stopniu zaznacza swą obecność użytkownik portalu. Pod każdym newsem występuje od kilku do kilkuset, a nawet kilku tysięcy komentarzy. Im bardziej kontrowersyjny jest temat, tym częściej jest komentowany. Wypowiedzi użytkowników są krótkie, od jednoleksemych, przez najczęściej jednozdaniowe (rzadko zakończone znakiem interpunkcyjnym), po liczące kilka zdań. W PCLab.pl liczba komentarzy jest dużo mniejsza, waha się od kilku do kilkunastu. Repliki są jednak często dużo dłuższe. Użytkownicy wypowiadają się jako specjaliści, używają słownictwa fachowego. Portal kulinarny jest przykładem rzadko komentowanych treści. Dodawane posty przybierają aprobujący przez użytkowników kształt. Repliki sporadycznie stają się wyrazem niezgodności poglądów w stosunku do interlokutorów.

1.2. Komentarze w teorii *tekstów trzecich*

Warto w tym miejscu przywołać pojęcie *stricte* dotyczące porozumiewania się użytkowników w przestrzeni wirtualnej, bowiem w portalu internetowym ich komentarze można uznać za teksty *trzeciego poziomu intertekstualności* [Skowronek 2008: 198¹⁶³]. Autorem przytoczonego pojęcia jest medioznawca John Fiske. Badacz w pracy *Television Culture*, dotyczącej odbioru programów telewizyjnych, odrzucił postrzeganie audytorium jako masowego odbiorcy [Skowronek 2008: 198]. Zwrócił uwagę na odbiorcę jako jednostkę. Według niego indywidualny odbiór i interpretacja tekstu jest przyczyną tworzenia różnego rozumienia treści. Kontekst i sytuacja komunikacyjna, w której znajduje się odbiorca, ma szczególne znaczenie, a w zależności od liczby adresatów wypowiedzi może tworzyć nieskończenie wiele interpretacji. Można ją określić jako styczną w przestrzeni (wirtualnej) przy jednoczesnym braku styczności (choć nie zawsze) w czasie¹⁶⁴. Widok wypowiedzi występujących w dyskursie internetowym można przywrócić w sytuacji jego przerwania. Zasób może być jednak zmodyfikowany o nowe repliki użytkowników, które nie zmieniają kontekstu, lecz działają poszerzająco.

Nadawca zatem jest stały, kod również, natomiast wielokontekstowy odbiór może być holistycznie nieweryfikowalny, bowiem nie sposób zbadać wszystkich tekstów w internecie. Komentarze użytkowników jako wyraz reakcji na poznane w wortalach treści stanowią weryfikowalny dowód wielokształtnego porozumiewania się w przestrzeni wirtualnej, a także jak podaje Małgorzata Kita wymierny wskaźnik poziomu uwagi odbiorców-użytkowników sieci [Kita 2014: 17]. Dotychczasowe prace językoznawców dostarczają danych porównawczych. Nie jest możliwe ujęcie wszystkich determinant gatunku czy języka w internecie, o czym w dalszej części pracy, ale realne jest wyznaczenie aktualnych właściwości tego pola badawczego, które umożliwia porównanie na podobnym lub innym, czy nawet z pomocą innej metody badawczej, materiale.

Istnienie tekstów *trzeciorzędowych* jest możliwe przy wystąpieniu treści wcześniejszych poziomów. Bogusław Skowronek zauważa, że pierwszy stopień

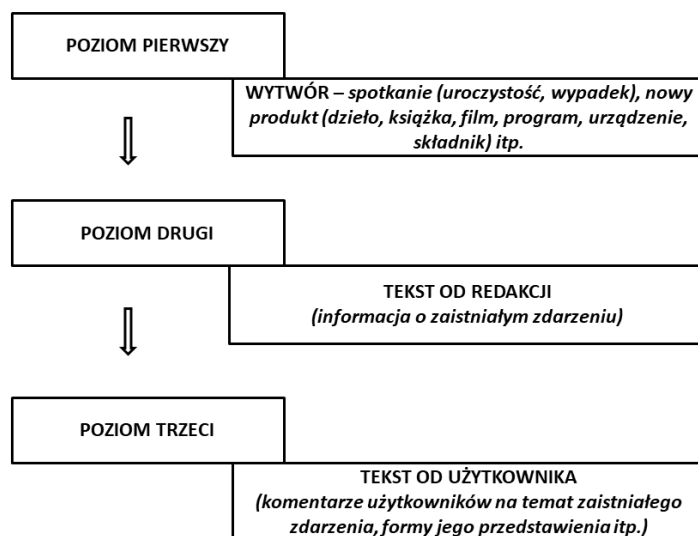
¹⁶³ Bogusław Skowronek teksty *trzeciego poziomu intertekstualności, trzeciorzędowe czy trzecie*, traktuje synonimicznie [Skowronek 2008: 198].

¹⁶⁴ Stanowisko to jest odmienne od obserwacji Iwony Benenowskiej. Według przywołanej badaczki, której zdaniem debatę publiczną w dyskursie medialnym, dalej telewizyjnym, przestrzeń i czas między nadawcą i odbiorcą powinno charakteryzować się jako „styczną w czasie przy jednoczesnym braku styczności w przestrzeni” [Benenowska 2015: 243].

„tworzą percypowane przez odbiorców przekazy (inaczej: teksty pierwotne); poziom drugi to odczytania tych przekazów dokonywane przez pozostałych odbiorców (przede wszystkim wypowiedzi krytyki bądź też inne głosy preferowane przez dominujące dyskursy); natomiast poziom trzeci obejmuje to wszystko, co sami widzowie piszą, mówią lub w jakiegokolwiek innej formie znakowej przedstawiają na temat własnego rozumienia percypowanych przekazów” [Skowronek 2008: 199].

John Fiske *tekstami trzecimi* w odniesieniu do programów telewizyjnych określa te, „które widzowie układają ze swoich reakcji odbiorczych, a które to teksty rozpowszechniane są ustnie, albo w listach do gazet i które tworzą raczej zbiorowe niż indywidualne reakcje na program. Dzieje się to wtedy, gdy widzowie odczytują program na powrót jako element aktywizujący tekst” [Fiske 1987: 124 cyt. za: Godzic 2002: 275]. W internecie, według Skowronka głównym miejscem powstawania tekstów trzecich, występują różne ich formy. Mediolingwista zalicza do nich m.in. komentarze użytkowników, blogi i fora dyskusyjne [Skowronek 2008: 207].

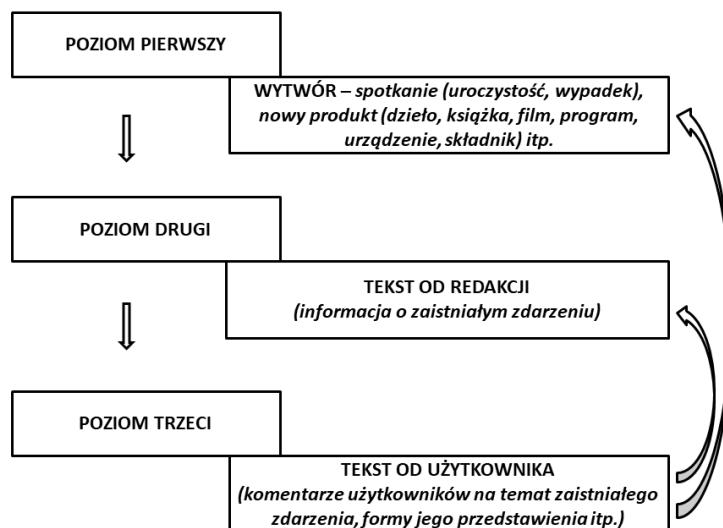
Zaprezentowana koncepcja stanowi punkt wyjścia do dalszych rozważań w tej pracy. Portal internetowy jest na tyle różnorodnym sposobem komunikacji, że może stanowić odniesienie do poszczególnych poziomów intertekstualności. W szerszym znaczeniu za teksty trzecie można uznać sam wortal, który jako gatunek w formie kolekcji gromadzi zasoby tekstów dotyczących wydarzeń ogólnospołecznych, mniej lub bardziej interesujących, przy uznaniu stron jako produktów finalnych. Warto podkreślić, że znaczenie węższe jest w tym przypadku bardziej trafne. Poziom pierwszy reprezentuje w nim wytwór, czyli zarówno wydarzenia, jak i produkty. W Pudelku są to wydarzenia integracyjne, promujące, towarzyskie o charakterze prywatnym i publicznym, z nastawieniem na rozpoznawalność oraz możliwość prezentacji w mediach. W przypadku PCLab.pl to skonstruowane nowe technologie informacyjno-techniczno-elektroniczne, nowinki technologiczne oraz wydarzenia promujące. Gotujmy.pl jest serwisem realizującym teksty pierwotne, których tematyka skupiona jest wokół konkretnego składnika dania/potrawy lub konkursu tematycznego. W drugim stopniu ulokowane zostały wszystkie teksty dziennikarzy/redaktorów/osób piszących treści na stronie. W Gotujmy.pl autorami są również użytkownicy sieci, którzy dodają przepisy kulinarne na stronę. Poziom ostatni – trzeci, to komentarze odbiorców. Zaprezentowana koncepcja schematycznie wygląda następująco:



Ryc. 26 Realizacja poziomów zaproponowanych przez Johna Fiske’a w portalu internetowym

Źródło: opracowanie na podstawie: J. Fiske, 1987, *Television Culture*, London, New York: Methuen [za:] Godzic W., 2002, *Pisane ekrany telewizja* [w:] *Wiek ekranów. Przestrzeń kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków, s. 275-296.

Zdarza się, że dodane pod treścią posty użytkowników portalu stanowią teksty pierwszego poziomu dla redakcji lub przyczynę powstania nowego tekstu pierwszego. W uzupełnionym grafie wygląda to następująco:



Ryc. 27 Uzupełniona realizacja poziomów zaproponowanych przez Johna Fiske’a w portalu internetowym

Źródło: opracowanie na podstawie: J. Fiske, 1987, *Television Culture*, London, New York: Methuen [za:] Godzic W., 2002, *Pisane ekrany telewizja* [w:] *Wiek ekranów. Przestrzeń kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków, s. 275-296

Magdalena Ślawska wprowadza w tym kontekście pojęcie „odbiorcy/czytelnika współtwórcy” [Ślawska 2014: 56-57, 179]. Autorka, powołując się na Waltera Onga i Stanisława Grabiasa, podkreśla, że każdy tekst jest skierowany do jakiegoś odbiorcy. Nadawca, tworząc treść, powinien bowiem pamiętać, kim będzie odbiorca lub winien wyobrażać sobie jego obecność w trakcie komponowania niezależnie, czy pisze czy mówi. Niezastosowanie tej zasady prowadzi do braku pojawienia się tekstu [Ślawska 2014: 56-57].

Ilustracją może być przykład z Pudelka dotyczący Mariny Łuczenko-Szczęśnej. W nagłówkach newsów analizowanego portalu ujawnia się cała historia popularnej piosenkarki. Oto przykłady w ujęciu chronologicznym:

1. *Wysłuchaliśmy najnowszego singla Mariny! Ledwo żyjemy...* [PP/T: 21.09.2017], możliwość komentowania została zablokowana.
2. *Marina promuje swój singiel w DDTVN: „Miałam zaśpiewać, ale jestem podziębiona”* [PP/T: 08.10.2017] – w części finalnej nadawca tekstu – redaktor wortalu Pudelek.pl, zastosował bezpośredni zwrot do celebrytki: *Marina, doceniamy, że nie chciałaś śpiewać z playbacku. Mimo to czekamy jednak na twój występ live, żebyś znowu nie miała nam za złe, że piszemy tylko o twoim życiu jako WAG* [PP/K: 08.10.2017]. Zastosowana formuła stanowi podkreślenie zrozumienia niedyspozycji. Redaktorzy dodają jednak uszczypliwie, że czekają na występ *na żywo*. Urzeczywistnienie obietnic ma stanowić potwierdzenie możliwości celebrytki jako piosenkarki. Forma jest wyrazem kwestionowania profesji Mariny Szczęśnej. Zwrot *żebyś znowu nie miała nam za złe* implikuje – szczególnie okolicznik *znowu* – wcześniejsze zarzuty celebrytki, dotyczące niepoprawnego ukazywania jej kariery zawodowej i przypuszczeń o amatorstwo. Nadawcy sygnalizują w ten sposób, że tego rodzaju zażalenia miały już miejsce.
3. *Marina w stylizacji za 35 TYSIĘCY promuje singiel w TVN-ie (ZDJĘCIA)* [PP/T: 09.10.2017]. Kolejny nagłówek kieruje uwagę odbiorców na wartość ubioru piosenkarki.
4. *Marina płacze przed kamerami: „Jestem jak każda dziewczyna, która idzie do pracy. Wyobraziłam sobie, co przesłam”* [PP/T: 16.11.2017]. News jest opisem zarówno artykułu, który ukazał się w magazynie „Viva”, na którego okładce pojawiła się Marina, jak i reakcji Szczęśnego – męża celebrytki na obraźliwy post w portalu społecznościowym Korwin-

Piotrowskiej o Łuczenko. Redaktorzy wortalu, cytując w nagłówku słowa gwiazdy, informują wprost w korpusie, że celebrytka do pracy nie chodzi. Sposób ten stanowi ośmieszenie zarówno Szczęsnej, jak i magazynu. Zwrot *piosenkarka bez hitu* jest wyrazem spotęgowanej ironii wobec dokonań Mariny.

5. *DOCZEKALIŚMY SIĘ: Marina wysłała nam pismo! Twierdzi, że ukazujemy ją jako „osobę PUSTĄ i POZBAWIONĄ TALENTU MUZYCZNEGO”...* [PP/T: 16.11.2017] – celem nagłówka jest powiadomienie użytkowników o reakcji Mariny Łuczenko-Szczęsnej na publikowane o niej treści.
6. *Marina: „Od kiedy zaczęłam być z moim mężem, wszyscy zaczęli wymyślać kłamstwa na mój temat” (ZDJĘCIA)* [PP/T: 25.11.2017];
7. *Fani krytykują występ Mariny: „Jęczy jakby miała zatwardzenie!”* [PP/T: 26.11.2017]. Autor nagłówka, w celu dobitnego streszczenia opinii użytkowników dotyczących śpiewu Mariny, przytacza słowa jednego z fanów. Cytat stanowi porównanie negatywne. Leksem *jęczeć* w znaczeniu podstawowym ‘wydawać przeciągłe, żałosne dźwięki’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 294] i wyraz *zatwardzenie*, czyli ‘zaparcie’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1289] są przykładami użycia stylu potocznego. *Fani krytykują* sposób przeniesienia uwagi z redaktora, który nie wprost, nie od siebie, pisze tekst wyrażający opinię redakcji.
8. *Marina Szczęsna chce zamknąć usta fanom Pudelka. Grozi sądem za Wasze komentarze* [PP/T: 07.12.2017]. W tym przykładzie frazeologizm *zamknąć usta* jako ‘zmusić, skłonić kogoś do milczenia’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac. 2005: 592-593] i użycie zaimka dzierżawczego *Wasze*, jest przeniesieniem winy z redaktorów na użytkowników. Forma ta implikuje wprost, że winni są ci, którzy dodali niepoehlebne komentarze, odrzuca winę redaktorów w sytuacji zagrożenia czy prawdopodobieństwa poniesienia odpowiedzialności.
9. *Marina przegrała z Pudelkiem. Sąd Apelacyjny oddalił jej wniosek o zabezpieczenie* [PP/T: 15.05.2018]. Ostatni nagłówek ewidentnie wskazuje na nieeleganckie zachowanie redaktorów, którzy w obliczu poniesienia konsekwencji przenoszą odpowiedzialność na odbiorców [przykład nr 8]. W sytuacji niespodziewanego powodzenia zmieniają swoje stanowisko, przybierając postać niesłusznie oskarżonego. Ewidentnie wyrażenie *przegrała*

z *Pudelkiem*, a nie np. *przegrała z Waszymi opiniami/komentarzami*, jest formą zawłaszczenia.

Interesująca jest w tym przypadku postawa redakcji, która przedstawia siebie w dwojaki sposób. Raz pisząc o sobie w pierwszej osobie liczby mnogiej i z użyciem zaimka osobowego, ukazuje nadawców jako zbiorowość „jest nas wielu” – przykład numer 5, innym razem mówi o sobie w trzeciej osobie liczby pojedynczej – przykład 8. i 9. W neuropsychologii, jak pisze Jakub Stachowiak, forma ta jest postrzegana jako ułatwiająca zapanowanie nad negatywnymi emocjami przez utworzenie psychologicznego dystansu, który wzmacnia samokontrolę¹⁶⁵. Można uznać, że stanowi to wyraz odseparowania się od oskarżeń w sytuacji zagrożenia lub możliwości poniesienia konsekwencji za wypowiedziane słowa, nieusunięte komentarze (administrator/moderator portalu powinien reagować na niepochlebne lub godzące w drugą osobę posty) czy forma zjednoczenia redakcji w sytuacjach kryzysowych – wina portalu internetowego Pudelek.pl, a nie konkretnych redaktorów.

1.3. Typologia gatunków wypowiedzi w portalu internetowym

Realizacja gatunku w formie kolekcji może przybierać postać bardziej lub mniej rozbudowanej struktury. Dodatkowo tematyka jest w tym przypadku istotna, gdyż znacząco wpływa na użyte gatunki wypowiedzi.

W portalu internetowym gatunki wypowiedzi skondensowane zostały, w ramach struktury netlogowej, w obrębie:

1. Tekstów-matek:

a) Teksty pisane przez dziennikarzy/osoby piszące treści lub użytkowników (widoczne tylko w Gotujmy.pl):

- gatunki pozainternetowe;
- gatunki internetowe;
- gatunki użytkowe.

2. Tekstów-opinii:

a) Komentarze pisane przez użytkowników sieci:

- akty mowy (makroakty, mikroakty mowy) [por.: Wilczek 2015: 437-438, Skowronek 1993: 15, Lewiński 1999: 15].

¹⁶⁵ J. Stachowiak, 2017, *Mówienie o sobie w trzeciej osobie jako recepta na skuteczną kontrolę emocji* [w:] <http://neuropsychologia.org/m%C3%B3wienie-o-sobie-w-trzeciej-osobie-jako-recepta-na-skuteczna-kontrola-emocji> [odczyt: 18.07.2018].

Powyższa typologia wymaga uściślenia. W porównaniu analizowanych tekstów do form istniejących w innych dyskursach (prasowym, radiowym, telewizyjnym) istotne jest podejście pragmalingwistyczne, z odwołaniem się do aktów mowy Johna Austina i Johna Searle'a oraz implikatur konwersacyjnych Paula Grice'a, zaproponowane przez Katarzynę Skowronek [Skowronek 1993: 15, Lewiński 1999: 15]. Za autorką, która analizuje i interpretuje reklamy, można traktować każdy gatunek wypowiedzi istniejący w portalach internetowych, jako „makroakt mowy, ukonstytuowany ze specyficznych założeń, intencji i postaw jego Nadawcy. Jest on zbudowany z aktów mowy, będących krótkimi, jednozdaniowymi formami, a określanymi w niniejszej pracy jako mikroakty” [Skowronek 1993: 15]. Rozróżnienie to jest zasadne z uwagi na pojawiające się akty mowy, zarówno w gatunkach wypowiedzi od nadawcy, jak i w różnej długości komentarzach użytkowników. Rozgraniczenie jest tylko ustaloną koncepcją, bowiem Michaił Bachtin i za nim Anna Wierzbicka, podkreślają, że za akty mowy można uznawać krótkie, jednozdaniowe, średnie i większe, i całkiem duże formy [Bachtin 1979: 261 za: Wierzbicka 1983: 126].

2. Gatunki w portalach internetowych

W portalach internetowych występują różne gatunki zarówno znane z wcześniejszych form przekazywania treści między sobą, jak i nowe lub hybrydalne. Charakteryzowanie gatunków wypowiedzi istniejących w przestrzeni wirtualnej wydaje się zasadne w odniesieniu do gatunków dziennikarskich już istniejących w dyskursie medialnym, o którym pisała Urszula Żydek-Bednarczuk [2013a: 179-198].

Współcześnie, jak twierdzi Maria Wojtak, „największe zagrożenie dla obiektywizmu i bezstronności informacji widzi się w chęci uatrakcyjniania przekazu, by czytelnika zaskoczyć lub zaszokować, oraz wiązania informacji z rozrywką” [Wojtak 2004: 31]. W portalach internetowych taka forma występuje z większym natężeniem niż w dotychczasowych mediach tradycyjnych. Rozróżnienie respektowane przez wielu badaczy gatunków, w tym Marię Wojtak, Janinę Fras czy Walerego Pisarka, to podział na gatunki informacyjne i publicystyczne [Pisarek 1993: 157, Fras 1999: 77, 105, Wojtak 2004: 30]. W ich obrębie wymienia się, w odniesieniu do informacji: sygnał, news, wzmiankę, zapowiedź, notatkę [Wojtak 2004: 35] oraz „sprawozdanie, sylwetkę, przegląd prasy, reportaż i wywiad”¹⁶⁶ [Wojtak

¹⁶⁶ Powyższe rozróżnienie odnosi się do spostrzeżeń Zbigniewa Bauera i Janiny Fras [Bauer 2000: 149-162, Fras 1999: 77-90].

2004: 35]. W grupie gatunków publicystycznych występują natomiast: komentarz, artykuł, felieton, esej i recenzja [Wojtak 2004: 35]. Do typologii tej został zaproponowany przez Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego i Andrzeja Kaliszewskiego kolejny rodzaj, nazwany gatunkami pogranicznymi. Autorzy wskazali na trzy zasadnicze w jego obrębie gatunki: wywiad, debatę i hipertekst, łączące informację z publicystyką [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2014: 24]. Spośród wymienionych podziałów dwuelementowy, pozwala w pełni zaprezentować gatunki wypowiedzi w analizowanych portalach. O wyborze podejścia zdecydowały dwa stanowiska, Marii Wojtak o gatunkach poruszonych lub mieszanych, łączących informację i publicystykę, które mogą być „tylko zmacone, już synkretyczne lub wręcz hybrydalne” [Wojtak 2004: 36] i Zbigniewa Bauera, który odrzuca traktowanie hipertekstu jako gatunku pogranicznego. Według wspomnianego badacza hipertekst „to po prostu swoiste narzędzie zapisu komunikatu, podobnie jak tekst tradycyjny, od którego różni się sieciową strukturą, brakiem linearności i tym samym podatności na niczym nieograniczone »pączkowanie« i rozrastanie. Jest zatem hipertekst pewną praktyką tekstualizacji komunikatu. Praktyką, z której jedynie piszący może skorzystać, choć wcale nie musi” [Bauer 2015: 87].

Na potrzeby podjętej analizy, w obrębie tekstów-matek gatunki pozainternetowe i internetowe uznano za formy odmiany dziennikarskiej. Do pozainternetowych zostały zaliczone takie gatunki jak: zapowiedź, wiadomość (w różnej jej odmianie), wywiad i sylwetka. Za gatunki internetowe natomiast uznano blog i forum. Ostatnia grupa to gatunki użytkowe, w obrębie których istotna jest porada i przepis kulinarny (kuchenny). Jak twierdzi Grzegorz Grochowski, zajmujący się tekstowymi hybrydami: „literackie i użytkowe aspekty tekstów pozostają więc między sobą w relacji, którą w modnej dziś terminologii możemy określić jako aporetyczną. Przeciwstawne sposoby pisania nie zostają uzgodnione w jednej nadrzędnej perspektywie, ale trwają w dialogicznym napięciu, równocześnie kwestionując się i uzupełniając. Nie zawsze da się rozstrzygnąć, który rodzaj komunikacji wchłania w siebie obce formy, a który podlega absorpcji” [Grochowski 2000: 271]. Według Szymona Wróbla, filozofa i psychologa, funkcja aporetyczna jest „niepewna, fragmentaryczna i do pewnego stopnia paradoksalna” [Wróbel 2014: 194]. Grochowski zaznacza dalej, że przyporządkowanie utworu zależne jest od jego umieszczenia przez autora [Grochowski 2000: 271]. W ramach prowadzonej analizy można zatem uznać, że gatunki pierwotnie – tu szczególnie gatunki użytkowe typu przepis kulinarny, porad

– istniejące w określonych realizacjach, zostają przetransformowane do nowej przestrzeni współwystępując z gatunkami mocno zakorzenionymi w sieci lub zmodyfikowanymi na jej potrzeby, takimi jak gatunki dziennikarskie.

2.1. Gatunki pozainternetowe

2.1.1. Zapowiedź

W *strukturze globalnej*¹⁶⁷ istotne są delimitatory inicjalne i finalne, rama tekstowa i segmenty, „mające określoną formę i funkcje zarówno kompozycyjne, jak i semantyczno-pragmatyczne” [Wojtak 2004: 21]. Do obligatoryjnych elementów każdego gatunku, widocznych na poziomie tekstu, należą tytuł i lid¹⁶⁸.

Zarówno tytuł, jak i/lub lid są istotnymi elementami wypowiedzi dziennikarskiej umieszczonej już na layoutcie. Szczególną rolę odgrywa w tym miejscu zapowiedź¹⁶⁹. W żargonie dziennikarskim synonimicznie nazywana zajawką lub zawiadomieniem [Furman 2006e: 238]. Jak twierdzi Wojciech Furman, zapowiedź to „krótki tekst informacyjny umieszczany w widocznym miejscu, często na pierwszej stronie gazety lub czasopisma [czy portalu internetowego – przyp. J.M.], zachęcający do lektury publikacji umieszczanych wewnątrz numeru [lub portalu internetowego – przyp. J.M.] i polecanych przez redakcję [Furman 2006f: 239]. Taki gatunek anonsujący jest istotny przede wszystkim w przestrzeni wirtualnej, w której szczególnie zabiega się o odbiorcę kuszony w różny sposób. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Andrzej Kaliszewski i Wojciech Furman materiałowi ilustracyjnemu przypisują szczególną wartość [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman 2009: 42].

Maria Wojtak, definiując zapowiedź jako gatunek anonsujący twierdzi, że „zapowiedź powiadamia o pojedynczym zdarzeniu, a przez odesłanie do poszerzonych tekstów informuje jednocześnie o zawartości gazety” [Wojtak 2004: 102]. W portalu internetowym zatem, analogicznie do wersji drukowanych czasopism, odbiorcy dostarczane są informacje dotyczące konkretnych zdarzeń na zasadzie: jedna

¹⁶⁷ Termin ten, za Marią Wojtak, co przytoczona językoznawczyni podkreśla, poddając analizie gatunki prasowe, zdaje się oddawać najbardziej właściwie specyfikę tekstów publikowanych również w portalach internetowych [Wojtak 2004: 21].

¹⁶⁸ Leksem *lid* jest spolszczoną formą angielskiego słowa *lead* i ta forma jest stosowana w niniejszej pracy, por.: *Lid* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/slowniki/lid.html> [odczyt: 19.07.2018], <https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/lead;3271.html> [odczyt: 19.07.2018]. Pozostałe elementy delimitacyjne tekstu poddane zostały analizie na konkretnych przykładach w dalszej części pracy, dotyczącej analizy języka portali.

¹⁶⁹ Struktura i język zapowiedzi na materiale Pudełka została omówiona w artykule *O języku i strukturze zapowiedzi w portalu internetowym Pudełek* [Majchrowska 2017: 139-148].

zapowiedź – jeden temat. Brak linearności i monotematyczność wortalu wyklucza komunikowanie o zawartości. Tytuł, opis i poszczególne zapowiedzi implikują wprost formę poruszanych treści. Można za Marią Wojtak stwierdzić, że zarówno w wersjach tradycyjnych, jak i w przestrzeni wirtualnej zapowiedź, „pełni zatem rolę informacji wstępnej i streszczającej. Nie mniej ważna jest jednak funkcja reklamowa zapowiedzi” [Wojtak 2004: 102].

Funkcje i kierunek oddziaływania tekstów umieszczanych na stronach startowych portali internetowych można porównać do cech wyróżniających slogan reklamowy, ponieważ analogicznie teksty te są stosowane, jak twierdzi Jan W. Wiktor, w celu:

1. Zwrócenia uwagi.
2. Wzbudzenia zainteresowania.
3. Wzbudzenia chęci posiadania (informacji, wiadomości).
4. Motywacji do działania (klikania, czytania treści, komentowania) [por. Wiktor 2012: 213].

Zapowiedź jako „informację o informacji i reklamę informacji” [Wojtak 2004: 101, 2011: 39], w odwołaniu do pierwotnych podziałów gatunków dziennikarskich, można uznać za gatunek bliższy publicystyce [Wojtak 2008: 69]. Jak pisze Maria Wojtak zapowiedź jest bogatym gatunkiem, który realizuje się w kilku gatunkach wypowiedzi: zapowiedziach z okładki, spisie treści i *editorialu*, pozostawiając w gatunku internetowym echa dostrzeżonych determinant¹⁷⁰ [Wojtak 2008: 68, 2014b: 41]. Dalej przywołana językoznawczyni, porównując zapowiedź dziennikarską w wersji prasowej z zapowiedzią internetową, zwraca uwagę, że dotychczas występująca w prasie „intertekstualność przekształca się w hipertekstualność. Dokładniej rzecz ujmując, w hipertekstualność przeobraża się intertekstualność eksplicytną, implicytna zaś może pozostawać w niezmienionej formie. Z zapowiedzi internetowej ze względów technicznych znika odsyłacz zastąpiony przez link” [Wojtak 2014b: 40].

Zapowiedź jako gatunek anonsujący w analizowanych portalach jest składnikiem różnych gatunków dziennikarskich (internetowych i pozainternetowych) oraz użytkowych. Gatunek ten w różnym stopniu jest realizowany w poszczególnych

¹⁷⁰ Zapowiedź prasową szczegółowo przedstawiła Maria Wojtak w dwóch publikacjach książkowych: *Gatunki prasowe* [2004: 101-119] i *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych* [2008: 68-81].

wortalach, choć w formie: tytuł + odsyłacz, zastąpiony przez *link*¹⁷¹ [Bauer 2015: 87-88], występuje w każdym z nich. Jakub Skowron, podejmując badania nad zapowiedzią internetową, zwrócił szczególną uwagę na jej hipertekstowy charakter. Według badacza zapowiedź dziennikarska w przestrzeni internetowej to „sieciowy układ trójwymiarowo połączonych linkami węzłów, za którego kanoniczną postać należy uznać strukturę składającą się kolejno z trzech poziomów a) pierwszego węzła hipertekstowego, stanowiącego główną »jednostkę strukturalną« sygnał informacji zawierający się w oknie przeglądarki internetowej. Kliknięcie kursorem myszy na węzeł hipertekstowy powoduje automatyczne przejście do strony odpowiadającej słowu kluczowemu, czyli do zapowiadanego tekstu; b) linka [...]; c) drugiego węzła hipertekstowego, zwykle zatopionego w tytule anonsowanego tekstu »sytuującego« uwagę czytelnika na podstronie, na której został umieszczony zapowiadany tekst” [Skowron 2008: 204].

Zapowiedzi internetowe, według Marii Wojtak, pełnią funkcję lokalizacyjną [Wojtak 2014b: 41] – ułatwiają odnalezienie wyszukiwanych treści i segregują je w konkretnych działach. Dodatkowo, co potwierdza zarówno wspomniana wyżej autorka, jak i Jakub Skowron, pełnią funkcję nominatywną, deskryptywną i pragmatyczną [Wojtak 2004: 21, Skowron 2008: 205], z których w ramach „polifunkcyjności” [Wojtak 2014b: 41] w przestrzeni wirtualnej najbardziej uwypukla się oddziaływanie na odbiorcę.

Portale PCLab.pl i Pudelek.pl zostały analogicznie skonstruowane. Podział na trzy pionowe bloki (w każdym z nich), następnie na segmenty w kształcie prostopadłościanów, umożliwia zamknięcie newsów w strukturze zapowiedzi. W Gotujmy jest inaczej – pionowy blok zajmuje cały layout, a każda zajawka występuje w pięcioelementowych poziomych segmentach.

W ramach prowadzonej analizy można stwierdzić, że obserwacje Jakuba Skowrona o jednozdaniowych komunikatach w obrębie zapowiedzi są obowiązujące¹⁷² [Skowron 2008: 205]. Maria Wojtak rozszerza je, porównując zapowiedź internetową z zapowiedzią dziennikarską w wersji prasowej. Wskazuje na różnorodność tego gatunku internetowego, a szczególnie funkcje: lokalizującą, zapowiadającą, informacyjną z uwzględnieniem charakteru przekazywanych treści oraz zachęcającą,

¹⁷¹ Odsyłacz, funkcjonujący w zapowiedzi dziennikarskiej w wersjach prasowych, został zastąpiony przez link, który współwystępuje z tytułem. Przełączanie między tytułami jest możliwe po kliknięciu w podświetlający się nagłówek.

¹⁷² Nie tylko w analizowanych portalach, ale również w pozostałych serwisach informacyjnych funkcjonujących w przestrzeni internetowej, jednozdaniowe komunikaty są najczęściej stosowanym sposobem przekazywania informacji.

które przejawiają się w zapowiedziach z okładki, spisie treści i komentarzu odredakcyjnym [Wojtak 2014b: 41-47¹⁷³]. Zapowiedzi funkcjonujące w poddanych analizie wortalach przyjmują kształt zapowiedzi spokrewnionej z wiadomością [Wojtak 2008: 71] o różnym układzie, np.:

1. tytuł + link;
2. tytuł, lid (znikający) + link;
3. tytuł (wymienny) + lid (wymienny) + link;
4. tytuł + lid + link;
5. tytuł + lid, będący fragmentem korpusu + link, wzbogacone o składnik ikoniczny.

Najbardziej produktywny schemat zapowiedzi to: tytuł + link, który jest zauważalny szczególnie na stronie startowej w Pudelku i Gotujmy.pl. Według Jakuba Skowrona przyjmuje postać jednozdaniowych informacji [Skowron 2008: 205], dla Marii Wojtak sygnałów [Wojtak 2014b: 42], za Kazimierzem Wolnym-Zmorzyńskim, Andrzejem Kaliszem i Wojciechem Furmanem status flesza [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Furman 2009: 38]. Funkcją zapowiedzi jest zachęcenie do odczytania całego artykułu. Oto przykłady:

Naturalna Hania pozdrawia z kanapy [PP/T: 27.05.2018].

Puszyste placki z dyni [PG/T: 23.08.2018].

Zapowiedzi mogą przybierać postać zdań pojedynczych lub równoważników zdań. Często też są to „zдания proste (asercje) lub wypowiedzi urozmaicone pod względem syntaktycznym, dla przykładu dialogowe lub quasi-dialogowe o określonym potencjale illokucyjnym” [Wojtak 2014b: 42], np.:

To koniec „Rodzinki.pl”? Kożuchowska odpowiada! [PP/T: 11.04.2018].

Zień otwiera się w wywiadzie: „Miewałem stany depresyjne. Wielka presja, ogromny stres” [PP/T: 24.01.2018].

Tego rodzaju formy występują przede wszystkim w portalu rozrywkowym, którego celem jest w sposób najbardziej skondensowany zachęcić użytkowników do odczytania treści. Wielokształtność zapowiedzi widoczna jest w schemacie, tytuł + lid (znikający) + link, obecnym tylko w przypadku Pudelka. Zawiadomienie tego typu charakteryzuje

¹⁷³ Szczegółowe obserwacje Marii Wojtak przywoływane są w ramach dalszego wywodu.

się lidem, który wraz z kliknięciem w nagłówek znika, nie uwidacznia się w korpusie tekstu. Oto przykład zapowiedzi z portalu Pudelek.pl, w której występuje lid:

Matka trojga dzieci schudła 60 kilogramów, bo... przestała pić colę (ZDJĘCIA)

18.02.2018 11:15 Claudia Cattani



32-letnia **Claudia Cattani** była uzależniona od słodkich napojów i wypijała nawet 2 litry coli dziennie...

SKOMENTUJ » CZYTAJ »

Ryc. 28 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.

Można w tym miejscu przywołać obserwacje Iwony Loewe, która analizując gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej, wyznaczyła pojęcie lida migrującego. Według przytoczonej językowniczki lidy migrujące to „postaci adaptacyjne, [które cechują się – zm. J.M.] swoistą koherencją i są na tyle samodzielne, że uwalniają się od korpusu, zyskując status odmiany gatunkowej” [Loewe 2007: 138-139]. W korpusie, co widoczne poniżej, brak wcześniej zauważalnego lida:

NIEDZIELA 18.02.2018 Lubię to! 233

Matka trojga dzieci schudła 60 kilogramów, bo... przestała pić colę (ZDJĘCIA)

Claudia Cattani

Czasem pozornie niewinne przyzwyczajenia mogą okazać się na dłuższą metę bardzo niebezpieczne. Przekonała się o tym **Claudia Cattani**, matka trojga dzieci z Brazylii, która... **uzależniła się od picia "dietetycznych" wersji gazowanych napojów.**

Brazylijka piła ponad dwa litry coli dziennie, a w dodatku odżywiała się głównie jedzeniem z fast foodów. Gdy jej **waga przekroczyła 100 kilogramów**, uznała, że musi zawalczyć o swoją formę i ciało.

W niespełna **18 miesięcy udało jej się zrzucić aż 60 kilogramów**, co całkowicie odmieniło jej życie!

Jestem teraz inną osobą, nie tylko fizycznie, ale i psychicznie - wyznała w rozmowie z Daily Mail Claudia. - Ta walka nie była prosta, miała chwile słabości. Ale zawzięłam się, bo nie chcę, by moje dzieci widziały mnie jako symbol porażki i braku motywacji.

Zobaczcie, jaką metamorfozę przeszła w półtora roku 32-latką. Robi to na Was wrażenie?

Ryc. 29 Korpus newsa z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.

Powyżej zaprezentowane ryciny to zapowiedź (tytuł i lid) [zob. ryc. 28] oraz korpus [zob. ryc. 29], opublikowane w portalu Pudelek.pl 18.02.2018 roku, realizujące wspomniany schemat: tytuł + lid (znikający) + link:

Tytuł (T¹⁷⁴): *Matka trojga dzieci schudła 60 kilogramów, bo... przestała pić colę (ZDJĘCIA)*

Lid (L): *32-letnia Claudia Cattani była uzależniona od słodkich napojów i wypijała nawet 2 litry coli dziennie...*

Korpus (K): *Czasem pozornie niewinne przyzwyczajenia mogą okazać się na dłuższą metę bardzo niebezpieczne. Przekonała się o tym Claudia Cattani, matka trojga dzieci z Brazylii, która... uzależniła się od picia "dietetycznych" wersji gazowanych napojów.*

Brazylijka piła ponad dwa litry coli dziennie, a w dodatku odżywiała się głównie jedzeniem z fast foodów. Gdy jej waga przekroczyła 100 kilogramów, uznała, że musi zawalczyć o swoją formę i ciało.

W niespełna 18 miesięcy udało jej się zrzucić aż 60 kilogramów, co całkowicie odmieniło jej życie/

Jestem teraz inną osobą, nie tylko fizycznie, ale i psychicznie - wyznała w rozmowie z Daily Mail Claudia. - Ta walka nie była prosta, miała chwile słabości. Ale zawzięłam się, bo nie chcę, by moje dzieci widziały mnie jako symbol porażki i braku motywacji.

Zobaczcie, jaką metamorfozę przeszła w półtora roku 32-latka. Robi to na Was wrażenie?¹⁷⁵

Lid widoczny na stronie startowej [ryc. 28] znika po kliknięciu w tytuł i już się nie pojawia w zaprezentowanej wcześniej wersji. Informacje ujęte w skondensowanej wersji są zawarte w tekście [zob. podkr. J.M.]. Poszczególne części lidu zostały w ramach rozwinięcia przedstawione w korpusie. Nadawca tekstu stosuje własne graficzne wyróżniki w tekście za pomocą wyboldowania [ryc. 29¹⁷⁶], którego celem jest skupienie uwagi na konkretnych wyrażeniach i zarazem zaintrygowanie użytkowników.

¹⁷⁴ W dalszej części pracy stosowane są oznaczenia: Tytuł (T), Lid (L) i Korpus (K).

¹⁷⁵ https://www.pudelek.pl/artukul/125273/matka_trojga_dzieci_schudla_60_kilogramow_bo_przestala_pic_cole_zdjecia_s/foto_1#s1 [odczyt: 18.02.2018].

¹⁷⁶ Obligatoryjny składnik każdego korpusu, jakim jest materiał ilustrujący – zdjęcia, został pominięty w egzemplifikacji w ramach poszczególnych analiz w celu nieprzysyłania strukturalno-językowej strony obserwacji. Fotografia, na co wskazuje Waldemar Żarski, jako najczęściej stosowana forma wizualizacji, jest składnikiem wzbogacającym tekst pisany, jego uzupełnieniem [Żarski 2008: 70].

W analizie językowej zapowiedzi materiał ilustrujący pełni interesującą rolę graficzno-językową z użytkownikiem, por. rozdział szósty, podrozdział 3.2.1.

Inna pełna zapowiedź, wraz z korpusem, opublikowana na Pudełku 17.02.2018 roku przedstawia się następująco:

T: *Z OSTATNIEJ CHWILI: Kamil Stoch zdobył złoty medal olimpijski*

L: *Polak był liderem już po pierwszej serii*

K: *Właśnie docierają do nas bardzo dobre informacje z igrzysk w Pjongczangu. Przed chwilą Kamil Stoch wywalczył na dużej skoczni złoty medal, trzeci w karierze.*

Polak był faworytem już po pierwszej serii, gdy wylądował na 135 metrze. Najwyżej z Polaków dotarł Dawid Kubacki, który był wówczas piąty.

Gratulujemy!¹⁷⁷.

Na layoucie strony internetowej Pudelek.pl forma graficzna przedstawionego zapowiedzi wygląda następująco:



Ryc. 30 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 17.02.2018 r.

Korpus przedstawionej zapowiedzi stanowi realizację opisanego schematu, w którym lid znika z layoutu. Oto wizualizacja:

177

https://www.pudelek.pl/arttykul/125245/z_ostatniej_chwili_kamil_stoch_zdobyl_zloty_medal_olimpijski/ [odczyt: 17.02.2018].

SOBOTA 17.02.2018

Lubię to! 608

Z OSTATNIEJ CHWILI: Kamil Stoch zdobył złoty medal olimpijski!

Kamil Stoch



Właśnie docierają do nas bardzo dobre informacje z igrzysk w Pjongczangu. **Przed chwilą Kamil Stoch wywalczył na dużej skoczni złoty medal, trzeci w karierze.**

Polak był faworytem już po pierwszej serii, gdy wylądował na 135 metrze. Najwyżej z Polaków dotarł **Dawid Kubacki**, który był wówczas piąty.

Gratulujemy!

Ryc. 31 Korpus newsa z portalu Pudelek.pl, 17.02.2018 r.

Przytoczona wyżej zapowiedź składa się z tytułu i lidu, który w tym przypadku przeobraża się i pojawia całościowo w minimalnie zmienionej wersji jako incipit akapitu drugiego (zob. podkr. J.M.). Autor tekstu, korzystając z synonimii *lider* – *faworyt*, wplata zdanie do korpusu, rozwijając myśl i tworząc tym pozorne nawiązanie do lidu.

Kolejny typ zapowiedzi to zapowiedź w postaci: tytuł (wymieniony) + lid (wymieniony) + link. W Gotujmy, bo w tym wortalu zapowiedź znajduje swoje zastosowanie, następują dwie zmiany schematu, dotyczące zarówno tytułu, jak i lidu. Oba z wymienionych w korpusie zostają zastąpione inną ich wersją. Lid (głównie hasłowy) ze strony startowej zmienia się w lid (m.in. streszczający, reklamowy¹⁷⁸) wewnątrz korpusu. Oto przykład zapowiedzi pochodzący z opisywanego wortalu:

¹⁷⁸ Lidy w gatunkach dziennikarskich pełnią znaczącą rolę, na co wskazuje zarówno Janina Fras [1999: 63], jak i Maria Wojtak [2008: 22-23], wymieniając poszczególne ich odmiany. Fras przedstawia dziewięć wersji, w tym lid: pojedynczy, dramatyczny, cytat, opisowy, prognozujący, pytający, hasłowy i anegdotyczny [Fras 1999: 63-65]. Według Marii Wojtak są to lidy: streszczające, hasłowe, prognozujące, udramatyzowane, mieszane, anegdotyczne, opisowe, komentujące i cytaty [Wojtak 2008: 23-26]. W *Słowniku wiedzy o mediach* zostały przedstawione takie lidy jak: streszczający, hasłowy, cytat, pytający, mieszany, opisowy, prognozujący, komentujący i udramatyzowany [Chudziński red. 2007: 281-283]. Konkretnie realizacje lidów w poszczególnych portalach internetowych zostały uwzględnione w rozdziale dotyczącym języka i stylu, w dalszej części pracy, zob. rozdział szósty, podrozdział 3.2.2.



Ryc. 32 Zapowiedź z portalu internetowego Gotujmy.pl, 10.09.2018 r.

Korpus przedstawiony jest na jasnym tle, co widoczne jest w wizualizacji przedstawionej poniżej:

Książka kucharska Zupy z dyni - najlepsze przepisy

10 wrz 2018 13:09

cherry

Przepisów na zupę z dyni jest wiele - wśród tych 15 pomysłów na pewno znajdziesz idealny! Wolisz kremową zupę z dyni na słodko czy w wersji pikantnej? Zobacz, co dla Ciebie wybraliśmy!



Czym doprawić zupę z dyni?

Przyprawami, które najlepiej podkrecają smak kremowej [zupy z dyni](#) są:

- imbir
- gałka muskatołowa
- curry
- pieprz cayenne
- cynamon
- mielona papryka

Dla wzmocnienia koloru możesz także dodać odrobinę kurkumy. Pamiętaj, jeśli wolisz zupę na słodko unikaj gotowych mieszanek przyprawowych (te zwykle zawierają dużo soli).

Czym zabielić krem z dyni?

Do zabielenia kremu z dyni zazwyczaj używa się śmietany, dobrze zastępuje ją także jogurt naturalny. **Aby śmietana się nie zwarzyła trzeba ją zahartować:** do miseczki odlej trochę gorącej zupy i mieszając powoli dodawaj śmietanę. Dopiero taką mieszankę dodajemy do zupy - pamiętaj, aby wcześniej zdjąć garnek z ognia.

Jeśli przygotowujesz wegańską wersję zupy z dyni możesz zabielić ją śmietanką roślinną lub mlekiem sojowym.

Zobacz: [Czym zagęścić zupę?](#)

Ryc. 33 Kopusz porady kulinarnej z portalu Gotujmy.pl, 10.09.2018 r.

Realizacją tej formy jest zapowiedź z portalu Gotujmy.pl z 10.09.2018 roku. W egzemplifikacji cały tekst:

T1¹⁷⁹: 15 pomysłów na zupy z dyni

L1: *Wybraliśmy dla Ciebie 15 przepisów na aromatyczne, jesienne zupy. Każdy jest wyjątkowy!*

T2 (wymieniony): *Książka kucharska Zupy z dyni - najlepsze przepisy*

L2 (wymieniony): *Przepisów na zupę z dyni jest wiele - wśród tych 15 pomysłów na pewno znajdziesz idealny! Wolisz kremową zupę z dyni na słodko czy w wersji pikantnej? Zobacz, co dla Ciebie wybraliśmy!*

K: *Czym doprawić zupę z dyni?*

Przyprawami, które najlepiej podkrecają smak kremowej zupy z dyni są:

imbir

gałka muszkatołowa

curry

pieprz cayenne

cynamon

mielona papryka

Dla wzmocnienia koloru możesz także dodać odrobinę kurkumy. Pamiętaj, jeśli wolisz zupę na słodko unikaj gotowych mieszanek przyprawowych (te zwykle zawierają dużo soli).

Czym zabielić krem z dyni?

Do zabielenia kremu z dyni zazwyczaj używa się śmietany, dobrze zastępuje ją także jogurt naturalny. Aby śmietana się nie zwarzyła trzeba ją zahartować: do miseczki odlej trochę gorącej zupy i mieszając powoli dodawaj śmietanę. Dopiero taką mieszankę dodajemy do zupy - pamiętaj, aby wcześniej zdjąć garnek z ognia.

Jeśli przygotowujesz wegańską wersję zupy z dyni możesz zabielić ją śmietanką roślinną lub mlekiem sojowym.

Zobacz: Czym zagęścić zupę?¹⁸⁰.

W przytoczonej wypowiedzi zastosowano wymiennosc składników w celu urozmaicenia i zachęty. Nadawca – redakcja na stronie startowej prezentuje zapowiedz (T1 i L1) do tekstu zamieszczonego przez użytkownika portalu (T2, L2 i K), który z kolei przedstawia inne przepisy dotyczące jednego tematu – zupy z dyni. Dość istotny

¹⁷⁹ W celu ukazania wymiennosci konkretnych komponentów, przy przyjętej nomenklaturze, został zastosowany dodatkowo zapis cyfrowy.

¹⁸⁰ <https://gotujmy.pl/zupa-z-dyni-najlepsze-przepisy,przepisy-ksiazki-kucharskie-ksiazka,198903.html> [odczyt: 10.09.2018].

w świetle analiz wybranych portali jest sposób prezentacji zapowiedzi w Gotujmy. Zarówno w Pudelku, jak i PCLab.pl redaktorzy preferują formę, w której tytuł i lid (o ile znajduje się w zapowiedzi) nie są połączone z materiałem ilustrującym, lecz istnieją obok siebie. W Gotujmy.pl zastosowano fotografię jako tło dla tytułu i lidu (tam, gdzie on występuje) [por. ryc. 32].

Zarówno Maria Wojtak, jak i Bogusław Skowron wśród analizowanych zapowiedzi przedstawiają takie, w których tekst jest elementem graficznie oddzielnym za pomocą paska innego koloru oraz takie, które wizualnie przypominają poster. Na plakacie widnieje wówczas tylko tytuł, a lid jako druga składowa zapowiedzi, jest oddzielony graficznie innym tłem [por.: Wojtak 2014b, Skowron 2008]. W przytaczanych artykułach nie ma zapowiedzi, której pełna treść byłaby zamieszczona na składniku ikonograficznym, jak w portalu Gotujmy.pl.

Zapowiedź z 14.09.2018 r. opublikowana w Gotujmy.pl stanowi oryginalny przykład zapowiedzi o składnikach wymiennych. Oto oryginalna wersja, dostępna dla użytkowników wortalu:



Ryc. 34 Zapowiedź z wortalu Gotujmy.pl, 14.09.2018 r.

Kupujemy świeże figi - zobacz, na co zwrócić uwagę!

14 wrz 2018 14:06

 cherry | Kulinarnie ABC

Świeże figi pojawiają się w sprzedaży już pod koniec lata i w odróżnieniu od suszonych można je nadziewać, piec i dusić. Tylko jak kupić dobre, świeże figi, które nie zepsują się kolejnego dnia? Podpowiadamy!



Ryc. 35 Tytuł i lid z wnętrza korpusu przepisu kulinarnego z portalu Gotujmy.pl, 14.09.2018 r.

Poniżej fragment wraz korpusem, przedstawiający omawiane składniki:

T1: *Kupujemy świeże figi*

L1: *Zobacz, na co zwrócić uwagę!*

T2: *Kupujemy świeże figi - zobacz, na co zwrócić uwagę!*

L2: *Świeże figi pojawiają się w sprzedaży już pod koniec lata i w odróżnieniu od suszonych można je nadziewać, piec i dusić. Tylko jak kupić dobre, świeże figi, które nie zepsują się kolejnego dnia? Podpowiadamy!*¹⁸¹.

W zaprezentowanym powyżej przykładzie zapowiedź (T1 i L1) została przekształcona w tytuł wewnątrz tekstu (T2) przy użyciu półpauzy, a lid w drugim poziomie hipertekstowym zamieniono na całkiem nowy – lid mieszany w funkcji informacyjno-perswazyjnej [zob. ryc. 35]. Nadawca nie udziela odpowiedzi, chcąc tym sposobem pobudzić odbiorcę do zapoznania z treścią.

Struktura: tytuł + lid + link jest charakterystyczna dla zapowiedzi występujących w portalu PCLab.pl, który pretenduje do miana portalu czysto informacyjnego. Jego redaktorzy tworzą treści z zachowaniem zasad poprawności językowej i z wykorzystaniem interesujących form przyciągania uwagi, zarówno graficznych, jak i językowych. Wykazują również kreatywność językową w przygotowywaniu nagłówek, co jest zauważalne m.in. w zapowiedzi z 28.06.2018 r. w portalu PCLab.pl:

¹⁸¹ <https://gotujmy.pl/kupujesz-figi-zobacz-jak-sprawdzic-ich-swiezosc,artykuly-kulinarne-abc-artykul,20338.html> [odczyt: 14.09.2018].

Jaki komputer do gier? Do biura i domu? Polecane zestawy komputerowe

Jaki komputer złożyć w 2018 roku?

Tomasz Kurzak, Czwartek, 28 czerwca 2018, 16:30

Tagi: amd, cpu, gpu, gry, hdd, intel, jaka karta graficzna, jaka klawiatura, jaka mysz do gier, jaka mysz komputerowa, jaka myszka do gier, jaka obudowa, jaka płyta główna, jaki dysk twardy, jaki komputer, jaki komputer do gier, jaki monitor, jaki monitor do gier, jaki pc, jaki procesor, jaki procesor do gier, jaki ssd, jaki zasilacz, jaki zestaw do gier, multimedia, nvidia, polecane zestawy komputerowe, poradnik zakupowy, ssd



„Jaki komputer do gier?” „Jaki komputer za...?” „Jaki procesor?” „Jaka karta graficzna?” „Jaka płyta główna?” Takie pytania pojawiają się bardzo często na naszym forum dyskusyjnym. Komputery stacjonarne niezmiennie cieszą się ogromnym zainteresowaniem, dlatego warto wskazać najlepsze komponenty. W tej publikacji znajdziecie polecane przez redakcję PCLab.pl zestawy komputerowe, które w czerwcu 2018 roku można złożyć w określonych przedziałach cen.

Ryc. 36 Zapowiedź z portalu PCLab.pl, 28.06.2018 r.

Przedstawiona wizualnie zapowiedź w podziale na poszczególne komponenty przedstawia się następująco:

T0¹⁸²: *Jaki komputer do gier? Do biura i domu? Polecane zestawy komputerowe*

T: *Jaki komputer złożyć w 2018 roku?*

L: *„Jaki komputer do gier?” „Jaki komputer za...?” „Jaki procesor?” „Jaka karta graficzna?” „Jaka płyta główna?” Takie pytania pojawiają się bardzo często na naszym forum dyskusyjnym. Komputery stacjonarne niezmiennie cieszą się ogromnym zainteresowaniem, dlatego warto wskazać najlepsze komponenty. W tej publikacji znajdziecie polecane przez redakcję PCLab.pl zestawy komputerowe, które w czerwcu 2018 roku można złożyć w określonych przedziałach cen.*¹⁸³

W zacytowanej zapowiedzi występuje tytuł (T) uzupełniony nadtytułem (T0), w którym nadawca stosuje pytania bardziej szczegółowe niż w tytule: *do gier, biura i domu*, proponując użytkownikom różne możliwości wyboru/wykorzystania komputera. Poniżej zaprezentowany jest lid mieszany, złożony z najczęściej zadawanych przez użytkowników pytań. Zgodnie z ustaleniami Janiny Frasz jest to przykład lidu pytającego i lidu streszczającego zawartość treści korpusu [por. Frasz 1999: 63-65]. Maria Wojtak w *Analizie gatunków prasowych. Poradniku dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych* pisze, że lidy streszczające to „takie, które odpowiadają na podstawowe pytania klasycznej informacji (czyli kto? co? gdzie?

¹⁸² T0 jest oznaczeniem nadtytułu, który występuje z różną częstotliwością, ale tylko w portalu PCLab.pl.

¹⁸³ <https://pclab.pl/art52777.html> [odczyt: 15.08.2018].

kiedy? jak?) po to, by wprowadzić czytelnika w treść przekazu właściwego” [Wojtak 2008: 23]. Nadawca treści, w korpusie, w sposób lakoniczny odpowiada na postawione w lidzie pytania.

Przedstawioną zapowiedź można uznać za realizację podręcznikową. Lid „przez dziennikarzy nazywany główką, przyciąga uwagę czytelnika ze względu na miejsce i sposób ekspozycji, gdyż jest to pierwszy, graficznie wyróżniony akapit wiadomości [podkr. J.M.] (oraz tych gatunków, które powielają strukturę wiadomości)” [Wojtak 2008: 22]. Tylko w przypadku PCLab.pl lidem jest pierwszy akapit wiadomości, a wewnątrz tekstu dodatkowo uwypuklony zostaje odmiennym tłem.

Ostatnią formą zapowiedzi w zebranych materiale przykładowym jest struktura: tytuł + lid, będący fragmentem korpusu + link. Forma ta występuje głównie w PCLab.pl. Zapowiedzi tego rodzaju są umieszczane na stronie startowej, ale w bloku węższym, umiejscowionym obok głównej kolumny. Jak widać forma zwężonego okna ma znaczący wpływ na wygląd zapowiedzi [zob. ryc. 39], która musi zostać zminimalizowana do wymaganych rozmiarów – brak dostosowania może przyczynić się niekiedy do pominięcia tekstu w wortalu. Oto przykład opisanej zapowiedzi opublikowanej na portalu PCLab.pl 25.10.2018 r.:

T: *Samsung patentuje składany tablet*

L: *Elastyczne ekrany nie tylko dla smartfonów.*¹⁸⁴

W przytoczonej zapowiedzi zostało ujęte tylko jedno zdanie z pierwszego akapitu pełnego korpusu. Oto ten akapit wiadomości:

K (fragment): *Elastyczne ekrany nie tylko dla smartfonów. Nie od dziś wiadomo, że Samsung przygotowuje się do poszerzenia swojej oferty o składany telefon. Model nosi nazwę Galaxy X i ma zostać oficjalnie zaprezentowany w przyszłym roku. Tymczasem w sieci pojawiają się plotki, że firma może wprowadzić do sprzedaży także elastyczny tablet.*¹⁸⁵

Przedstawiona zapowiedź w sposób maksymalnie skrócony informuje o wydarzeniu zaistniałym w świecie technologii informacyjno-informatycznej.

Zapowiedź jest zatem gatunkiem niejednorodnym. Bazując na już istniejących sposobach tworzenia treści, autorzy poszczególnych portali wprowadzają swoje własne

¹⁸⁴ <https://pclab.pl/news79106.html> [odczyt: 25.10.2018].

¹⁸⁵ <https://pclab.pl/news79106.html> [odczyt: 25.10.2018].

odmiany ze szczególnym zwróceniem uwagi na ich oddziaływanie na odbiorcę. Jeśli zapowiedź nie zainteresuje użytkownika sieci, to może to skutkować opuszczeniem przez niego przeglądane go portalu. Każda strona startowa omawianego portalu internetowego jest realizacją gatunków anonsujących z prasy. Za Marią Wojtak, która uznaje spis treści za jeden ze sposobów powiadamiania [Wojtak 2014b: 41], można uznać layout strony jako rozbudowany spis treści opatrzone materiałem ilustrującym. Autorka zauważa, że jednym ze sposobów prezentowania zapowiedzi w serwisach informacyjnych jest też „takie graficzne ich rozmieszczenie, by przypominały wzmianki stowarzyszone ze spisem treści w kolorowych magazynach. Są to zwykle wypowiedzi umieszczane w trójkowych kolekcjach. Każdy taki komunikat składa się z wypowiedzi podzielonej na kilka wersów” [Wojtak 2014b: 45]. W analizowanych portalach tego rodzaju kolekcje są opatrzone tytułami, np. w Gotujmy.pl – *PORADY* [ryc. 37], Pudelku – *GORĄCE TEMATY* [ryc. 38] lub PCLab.pl – *Aktualności* [ryc. 39]. Liczebność kolekcji waha się w zakresie od 3 do 15 zapowiedzi, co ilustrują poniższe przykłady:



Ryc. 37 Gotujmy.pl

GORĄCE TEMATY

Natalia Siwiec: "Przestałam nazywać się patriotką!"
 "Trochę przestaje mi zależeć na moim kraju" - dodała celebrytka.

Tak żyje NAJBOGATSZY NASTOLATEK w Dubaju: luksusowe auta, dzięki zwierzęta i sławni "znajomi"... (ZDJĘCIA)

Lepiej płatna praca? - Sprawdź oferty
 Sponsrowane

Kasia Tusk z rodzicami na wyborach. Już nie ukrywa brzucha! (FOTO)
 Powoli już widać ciążę!

PIS straszy uchodźcami w nowym spocie wyborczym: "Napady na cie seksualnym, akty agresji, muzułmańskie"

Aneta Zając i Mikołaj Krawczyk spotkali się w sądzie w gęstej atmosferze (ZDJĘCIA)
 Byli partnerzy nie wyglądali na

Jesienna Rozenek PARADUJE BEZ DOCZEPÓW w dwóch stylizacjach jednego dnia! (ZDJĘCIA)

Justyna Steczkowska znów piratuje na drodze! Wyprzedzała na zakręcie, zaparkowała na wysepce... (ZDJĘCIA)

Pyżalski krzyczy na sędziego podczas meczu 10-latków: "Wiesz, kim ja jestem? Pogadamy, jak skończysz idioty!"

Chodakowska kłóci się z fankami o pieniądze: "Roszczeniowość ludzi osiąga apogeum! Mam karmić i ubierać za free?"

Doda i Rozenek pochwały się identycznymi fryzurami! (FOTO)
 Robią to specjalnie?

Skiba recenzuje "Kler" i pisze, jak nie zauważa się pedofilii: "Jan Kulczyk, Abakanowicz BRONILI ARCYBISKUPA PAETZA"

Żona Korzeniowskiego domaga się alimentów! Robert ODCIĄŁ JEJ TELEWIZJĘ...
 Kobieta domaga się 10 tysięcy

Mołek i Meller poległ na wywiadzie z Podsiadło. Fani bezlitośni: "Prowadzący do bani!"
 Podczas rozmowy w "Dzień Dobry

Zakochany Karolak na lunchu z nową dziewczyną i jej mikropieskiem (ZDJĘCIA)

WIĘCEJ »

Ryc. 38 Pudelek.pl

Aktualności

Najnowsze Popularne Najwyżej oceniane

AMD publikuje wyniki finansowe za trzeci kwartał 2018 roku
 Duży spadek cen akcji czerwonych. [👉 35](#)

Fallout 76 - poznaliśmy wymagania sprzętowe wersji PC
 Wiekowy silnik, nowe wymagania. [👉 0](#)

Corsair K70 RGB MK.2 Low Profile - klawiatura mechaniczna z przełącznikami Cherry MX Low Profile
 Dobra jakość ma niestety swoją cenę. [👉 0](#)

Nowe sterowniki do kart AMD Radeon bez wersji dla 32-bitowych systemów operacyjnych
 AMD bierze przykład z Nvidii. [👉 6](#)

Usługa Xbox Game Pass doczeka się wersji pecetowej
 Znaczący już jest, ale będzie jeszcze bardziej. [👉 3](#)

Microsoft publikuje wyniki finansowe za pierwszy kwartał roku fiskalnego 2019
 Usługi chmurowe siłą Microsoftu. [👉 10](#)

Samsung Galaxy A8s - smartfon z otworem na aparat w wyświetlaczu
 Samsung idzie własną drogą. [👉 33](#)

MediaTek Helio P70 - specyfikacja techniczna
 Ewolucja zamiast rewolucji. MediaTek zapowiedział właśnie następcę chipu Helio P60. [👉 4](#)

Samsung patentuje składany tablet
 Elastyczne ekrany nie tylko dla smartfonów. [👉 6](#)

HP Spectre 13 x360 - specyfikacja nowej wersji notebooka konwertowalnego
 Piękny, bezpieczny i drogi. HP odświeżyło swoją linię notebooków prezentując model Spectre 13 x360. [👉 3](#)

Apple i Samsung ukarane za celowe spowalnianie smartfonów przy pomocy aktualizacji oprogramowania [AKTUALIZACJA]
 Jeden lepszy od drugiego. [👉 32](#)

Battlefield V otrzyma tryb battle royale dopiero w marcu 2019 roku
 Poznaliśmy plan aktualizacji gry studia DICE. [👉 13](#)

Oracle oferuje pierwsze instancje serwerowe na bazie chipów AMD Epyc
 Czerwoni zyskali kolejnego ważnego partnera. [👉 19](#)

Liczba aktywnych użytkowników Steamu wzrosła przez rok o 23 mln
 Chińczycy z dużym wpływem na wynik. [👉 3](#)

[Więcej aktualności](#)

Ryc. 39 PCLab.pl

Przedstawiony w każdym przypadku *link* – rozumiany jako „logiczne wiązanie, relacja między węzłami hipertekstowymi, o którego istnieniu i ustaleniu relacji decyduje płaszczyzna semantyczna dyskursu” [Skowron 2008: 204] – jest obok odnośników *SKOMENTUJ* i *CZYTAJ* w Pudelku oraz *Przeczytaj cały* w PCLab.pl, obligatoryjnym składnikiem zapowiedzi ze strony startowej (oraz tytułów z wnętrza korpusu). Jak pisze dalej Jakub Skowron „istnienie linków umożliwia swobodne przejście od jednego do drugiego jego elementu [struktury – przyp. J.M.] z pominięciem linearnej ciągłości” [Skowron 2008: 204].

2.1.2. Wiadomość

Wiadomość jest kolejnym pozainternetowym gatunkiem dziennikarskim istniejącym w przestrzeni wirtualnej. Na wstępie należy zwrócić uwagę na kwestie, poruszone przez Marię Wojtak, dotyczące kłopotów z nominacją i definiowaniem wiadomości. Badaczka zauważa bowiem, że „**wiadomością** zwykło się nazywać wiadomość prasową, odpowiadającą na klasyczne pytania informacji: kto, co, gdzie, kiedy, jak (ewentualnie – dlaczego i z jakim skutkiem) zrobił lub co, gdzie, kiedy i jak się zdarzyło. Nie wszystkie podręczniki i inne kompendia posługują się jednak tym terminem. Stosunkowo często zarówno w środowisku dziennikarskim, jak i prasoznawczym na określenie wypowiedzi o wspomnianych parametrach używa się nazwy **informacja**¹⁸⁶. Nazwa ta, dodajmy, funkcjonuje jako termin wieloznaczny. Kolejnym określeniem, które odnosić się może także do wiadomości, jest nazwa artykuł” [Wojtak 2008: 53]. Wojciech Furman wiadomości traktuje jako „zestaw aktualnych informacji publikowanych przez media masowe” [Furman 2006d: 231]. Autor rozgranicza je dalej na „własne informacje redakcji, czyli informacje pozyskane przez pracowników i współpracowników redakcji, oraz informacje zewnętrzne, które zostały wybrane przez redakcję z serwisu informacyjnego” [Furman 2006d: 231]. Według źródła internetowego *wiadomość* to ‘nowa informacja o czymś’¹⁸⁷. W portalach internetowych informacje są dodawane nieustannie. Każda z nich zastępuje wcześniej dodaną, stając się najnowszą, a zarazem najciekawszą oraz najbardziej czytana przez użytkowników.

¹⁸⁶ Definicje *informacji* zostały przytoczone w rozdziale dotyczącym specyfiki komunikacji internetowej [por. rozdział drugi, podrozdział 1.1.] W związku z tym informację (mając na myśli każdą formę komunikowania, przekazywania informacji) uznaje się w rozumieniu szerokim za termin nadrzędny wobec wiadomości, którą z kolei traktuje się w niniejszej pracy jako zbiór jednostkowych komunikatów powiadamiających, przybierających różne formy, takich jak flesz, news, artykuł.

¹⁸⁷ *Wiadomość* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/wiadomosc;2535564.html> [odczyt: 16.08.2018].

Przyjmując za Marią Wojtak definicję wiadomości jako „wieloaspektowego przedstawienia jakiegoś aktualnego faktu lub zdarzenia” [Wojtak 2008: 54] wskazane jest zwrócenie uwagi na zaproponowany przez badaczkę podział gatunku na wiadomości z dominantą informacyjną i z dominantą publicystyczną [Wojtak 2008: 54].

Wiadomości z dominantą informacyjną pozostawiają interpretację czytelnikowi, a o ich stylu decyduje szablonowa struktura, obiektywne przedstawienie faktów, fachowe i obrazowe ujęcie tematu. Tak przedstawia ten rodzaj przywołana autorka, a stawiając go w opozycji do wiadomości z dominantą publicystyczną, zauważa zmiany dotyczące osłabionej szablonowości, innego rozumienia obiektywizmu dziennikarskiego, w którym przeważa wielogłosowość i wielostylowość [Wojtak 2008: 55, Wojtak 2004: 79].

Portale internetowe poddane analizie charakteryzują się dwoma odmianami wiadomości – newsami dostępnymi w Pudelku i artykułami¹⁸⁸, lub zgodnie z podziałem zaproponowanym przez Marię Wojtak, wiadomościami z dominantą publicystyczną [Wojtak 2008: 54], czyli inaczej artykułami publicystycznymi w PCLab.pl. W Gotujmy.pl nie ma tego rodzaju gatunków.

2.1.2.1.News

News według *Słownika języka polskiego PWN* to ‘informacja agencyjna, prasowa, radiowa z ostatniej chwili [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 497]. W *Słowniku terminologii medialnej* termin ten traktowany jest jako synonim wzmianki i flesza, a „jako gatunek informacyjny odpowiada zwykle tylko na trzy pytania: kto? co? gdzie? dotyczące pojedynczego faktu, wydarzenia” [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2006: 237]. Tomasz Goban-Klas nazywa takie wiadomości dziennikarskie nowinami, które są „zazwyczaj powierzchowne, proste, obiektywne, interesujące, dynamiczne” [Goban-Klas 1999: 200]. Za Robertem Parkiem dodaje, że dotyczą one dodatkowo nowych, ważnych, nieoczekiwanych lub niezwykłych wydarzeń, a ich czas istnienia zależy od czasu trwania wydarzenia, które przedstawia. Newsy szybko się dezaktualizują [Goban-Klas 1999: 201]. W dyskursie internetowym istotne wydaje się podejście Andrzeja Kudry, który uważa, że news jest formą zapelnienia luki informacyjnej oraz daje możliwość powrotu w każdej chwili do zaprezentowanej treści. Wspomniany autor

¹⁸⁸ W portalu PCLab.pl znajduje się dział nazwany *Artykuły*. Za Marią Wojtak taką formę można nazwać tytułem w roli zwieńczenia strukturalnego [Wojtak 2013: 322-323].

dalej zaznacza, że news „w dobie kultury elektronicznej, to natychmiastowość, to informacja »bez tajemnic«, nieocenzurowana. To także możliwość generowania informacji »od dołu«, »od podstaw«, »od środka« (np. przypadkowi »dziennikarze-reporterzy« filmujący czy fotografujący niesamowite zjawiska przyrodnicze cyfrowymi kamerami, aparatami czy telefonami komórkowymi), to możliwość uruchomienia informacji »pominiętej« przez media komercyjne, ale to również możliwość uruchomienia informacji niesprawdzonej, zmanipulowanej, niebezpiecznej” [Kudra 2010: 402].

W portalu Pudelek.pl występują tego rodzaju newsy. Sami redaktorzy potwierdzają specyfikę wortalu w zakładce *Donosy*, kierując do odbiorców wezwanie do przysyłania opisanych wyżej wiadomości¹⁸⁹. News w Pudelku, jak pisze Andrzej Kudra „to informacja, to *nowiny*, i to niekoniecznie jedno- czy dwuzdaniowe. To dawka informacji (podobna do telewizyjnej »setki« – 100% treści i obrazu), często wzbogacona o atrakcyjność (np. o tzw. inforozrywkę)” [Kudra 2010: 404].

Wiadomości zamieszczone w portalach internetowych są spokrewnione w części nagłówka i/lub lidu z zapowiedzią, która występuje na stronie startowej. Po zdezaktualizacji news, zaczyna istnieć wewnątrz portalu w postaci tylko jednozdaniowego nagłówka (komunikatu) w serii z innymi współistniejącymi zapowiedziami jednozdaniowymi. Za moment dezaktualizacji można uznać przejście – u dołu strony startowej, do działu zatytułowanego *Następne plotki*. Oto opisana forma ze strony Pudelek.pl, w której występuje dziesięć zapowiedzi newsów jednozdaniowych:

¹⁸⁹ Por. <https://www.pudelek.pl/donosy> [odczyt: 14.09.2018].

WSZYSTKIE ARTYKUŁY



Projektantka Agaty Dudy o jej stylu: "Bardzo skrupulatnie"
16.10.2018 Agata Duda · Dorota Goldpoint



"Rolnik w szpilkach" pokazała ciężowy brzuch. Jest już dosyć
16.10.2018 Rolnik szuka żony · Małgorzata Si...



Auto takie jak Ty



To koniec kariery Ronaldo? "Gwałcicielami nie są ludzie"
16.10.2018 Klika Pudelka · Cristiano Ronaldo...



Współpracownik byłego chłopaka Edyty Górniak o
16.10.2018 Piotr Pacak · Dawid Kwiatkowski...



Mój Volkswagen też
Dowiedz się więcej >
Volkswagen



Stramowski jest fanem Dragon Balla
16.10.2018 Piotr Stramowski · Dragon Ball



Lady Gaga, Jennifer Lopez i Charlize Theron pozują na
16.10.2018 modapudelek · Lady Gaga · Jen...



Kasia Tusk POTWIERDZA CIAŻĘ?! "Nasz największy"
16.10.2018 Kasia Tusk · Stanisław Cudny · ...



Kret "złapał buraka" na kawie z nieznaną
16.10.2018 Jarosław Kret



Pippa Middleton urodziła! (Z OSTATNIEJ CHWILI)
16.10.2018 Pippa Middleton · brytyjska rodzin...



Bożena Dykiel wyznała, że kocha futra. Internauci są
16.10.2018 Bożena Dykiel · Dorota Goldpoint

Ryc. 40 Seria zapowiedzi jednoznacznych z portalu Pudelek.pl

Z powodu nielinearności w odczytywaniu, co świadczy o hipertekstowym charakterze wortalu, nie można traktować newsa z internetu tak samo, jak tego gatunku w wersji drukowanej. Analogicznie jednak można uznać, mimo zmiany miejsca poszczególnych segmentów newsa, że jest on gatunkiem o konstrukcji spójnej. Posiada bowiem nagłówek, lid i korpus. W odniesieniu do całej struktury newsa można uznać, że portal nie realizuje kanonicznego wzorca gatunkowego (wiadomość z dominantą informacyjną), lecz jest reprezentantem – wiadomości z dominantą publicystyczną – wariantem wzorca alternacyjnego [por. Wojtak 2004: 99] o płytkich i głębokich

alternacjach, które wyodrębniła Maria Wojtak w ramach analiz wiadomości [Wojtak 2004: 89].

Wśród newsów z portalu Pudelek.pl występują też realizacje bliskie wzorcowi kanonicznemu. Ilustracją może być tekst o tytule w funkcji oznajmienia *Irka z „Plebani” znów wraca! Została... vlogerką!* [PP/T: 18.02.2018]. W pierwszym zdaniu podana została informacja, dotycząca odgrywanej przez celebrytkę serialowej roli. Prawdopodobnie odbiorca mógłby nie rozpoznać prawdziwego imienia i nazwiska aktorki drugoplanowej. Urwana konstrukcja drugiego zdania świadczy o chęci zbudowania napięcia u odbiorcy, zaskoczenia. Lid znikający w funkcji wyjaśnienia prezentuje m.in. prawdziwe dane wspomnianej aktorki oraz stanowi komentarz odredakcyjny:

L: *Małgorzata Teodorska, zwana pieszczotliwie „najstynniejszą polską pijawką” wreszcie przestała żyć na koszt narzeczonych i próbuje zarabiać na własnym vlogu.*

Użycie przysłowka komunikującego *wreszcie* pozornie implikuje, że redakcja portalu spodziewała się takiego rozwoju wydarzeń, że aktorka zmieni swój tryb życia, co nastąpiło później niż oczekiwano. Korpus składa się z dziesięciu akapitów. Przybiera też postać sprawozdania, bowiem przytoczony fragment – jak pisze Janina Fras – „służy do przedstawiania wydarzeń, trwających jakiś czas i zmieniających się w czasie” [Fras 1999: 80]. W przedstawionym korpusie wydarzenie zostaje przedstawione zarówno w tytule, jak i lidzie, co również potwierdza spostrzeżenia badaczki, że „dla zwiększenia atrakcyjności tekst zaczyna się od ujawnienia finału zdarzenia” [Fras 1999: 80]. Przedstawiony niżej news składa się z trzech segmentów podzielonych na akapity nazywane następująco na potrzeby niniejszej analizy: segment 1 (K1-K3) – życie u boku pierwszego mężczyzny, segment 2 (K4-K7) – zagraniczny wyjazd i nowa miłość, segment 3 (K8-K10) – aktualny status autorki. Oto fragment pierwszego segmentu:

K1¹⁹⁰: *Małgorzata Teodorska*¹⁹¹, znana z roli *Irki Tosiek* w emitowanym w latach 2001-2011 serialu „Plebani”, szczyt swojej kariery osiągnęła w 2008 roku,

¹⁹⁰ Wprowadzona numeracja stosowana jest w tekstach o dużej liczbie akapitów w celu przeprowadzenia spójnej analizy.

¹⁹¹ Wytłuszczone fragmenty stanowią wyróżnienia stosowane przez autora/nadawcę tego gatunku dziennikarskiego.

gdy poznała bogatego producenta skarpetek, który obsypywał ją biżuterią i pożyczał czerwone Ferrari.

K2: *Był to szczęśliwy czas, gdy na „shopping” jeździła do Berlina, a na bankiety przychodziła obwieszona jak choinka.*

PRZYPOMNIJMY: Teodorska nosi biżuterię za 130 tysięcy!

K3: *Małgosia chwaliła się w tabloidach, że narzeczony kupił jej apartament za trzy miliony i naciska na ślub. Ostatecznie jednak do tego nie doszło. Rozżalona Teodorska wyjechała do Dubaju polować na kolejnych bogaczy.*

W akapitach K1-K3 zostały przedstawione fakty z życia celebrytki z czasów jej pracy w serialu. W pierwszym akapicie, w formie deskrypcji, następuje nawiązanie do najodleglejszych znanych odbiorcom (szczególnie z odgrywanej roli) faktów z życia gwiazdy oraz miłości do bogatego przedsiębiorcy. Drugi i trzeci akapit można uznać za spokrewniony z komentarzem. Autor wyraża w nim subiektywną ocenę, wartościuje. Osąd w formie *To był szczęśliwy czas*, czy porównania typu *obwieszona jak choinka* stanowią interpretację nadawcy. Maria Wojtak uważa, że komentarz powinien być traktowany jako informacja zinterpretowana, bo to od autora tekstu zależy, jaki przyjmie punkt widzenia, jak selekcionuje dane i w jakim porządku przedstawia zdarzenia [Wojtak 2008: 83]. Autorka podkreśla, że formy oceniające, w tym epitety, są jedną z najczęstszych form ukazywania subiektywizacji. W akapicie trzecim tę funkcję pełnią wyrażenia: *chwaliła się* czy *rozżalona*.

Kolejny segment wygląda następująco:

K4: *Jak zapewniała w tabloidach, szybko sobie kogoś znalazła. W 2011 roku ogłosiła, że właśnie urządza nowemu narzeczonemu dom w Dubaju:*

Teodorska WYJECHAŁA DO DUBAJU!

K5: *Tłumaczyła także, że, niestety, bez znajomości języka arabskiego nie może podjąć pracy, więc **nie pozostaje jej nic innego niż dalej być pijawką.***

K6: *„Musiałabym znać arabski” - mówiła o ewentualnej pracy. „To szalenie trudny język, a ja na razie nie mam czasu na naukę. Znam tylko niektóre najłatwiejsze zwroty i rozumiem kilka podstawowych słów. **To wszystko jest dla mnie tak szalenie ciężkie...**”*

K7: *Na szczęście nie musiała się długo męczyć. Nowy związek skończył się po niecałych trzech latach. Porzucona Teodorska z podkulonym ogonem wróciła do Polski. Od tamtego czasu szuka pomysłu na siebie. Dwa lata temu pomagała*

swojemu ówczesnemu chłopakowi prowadzić sklep rowerowy, ale ostatecznie uznała, że do nie dla niej.

Przytoczony segment drugi stanowi przedstawienie wydarzeń z życia gwiazdy, które miały miejsce w Dubaju. Nadawca w akapicie czwartym wprowadza okoliczności kolejnego związku, a w następnych uszczegółowia informacje, przytaczając słowa gwiazdy, wprowadzając leksemy wartościujące i oceniające. Wyrażenie syntaktyczne *na szczęście* używane jest w znaczeniu ‘fortunnie’, lecz w kontekście poprzedniego akapitu można je uznać jako wyraz ironii i kpiny ze strony autora. Wyrażenie *z podkulonym ogonem* jest przykładem zmodyfikowanego związku frazeologicznego *wziąć, skupić, schować, zawinąć ogon pod siebie* o znaczeniu ‘spotulnieć, spokornieć, stchórzyć’ [Kłosińska opac. 2005: 277], a wraz z sąsiedztwem leksemu oceniającego, w analizowanym fragmencie implikuje, że wspomniana męka wcale nią nie była. Celebrytka została pozostawiona przez narzeczonego, a jej dotychczasowe, jak się wydaje wygodne życie, zakończone. Ostatnie zdanie akapitu siódmego wprowadza informację o kolejnym mężczyźnie i epizodycznym związku.

Oto ostatni segment charakteryzowanego newsa:

K8: *W końcu postanowiła założyć własny biznes, zamiast bez końca naciągać kolejnych narzeczonych. Być może vlog, na którym zdradza rozmaite sztuczki makijażowe nie jest wyjątkowo ambitnym przedsięwzięciem, ale od czegoś trzeba zacząć.*

K9: *„W chwili obecnej realizuję wszystkie swoje plany, które kiedyś z jakichś powodów zeszyły na bardzo daleki plan” - ujawniła w rozmowie z Plejadą. „Jakiś czas temu zaczęłam swoją przygodę z vlogowaniem”.*

K10: *Nawiązała także współpracę z **Miłoszem Krawczykiem**, twórcą programu „Turystyka bez barier” i często fotografuje się z nim na Instagramie. Myślicie, że jeszcze dokona w życiu czegoś pożytecznego?*¹⁹²

Ostatni segment rozpoczyna się konstrukcją *w końcu*. Dalej sprawozdawczo przekazane są informacje o nowej profesji rozpowszechnionej w internecie – vlogowaniu. Ten segment (jak i kolejne w mniejszym lub większym stopniu) pozostaje

¹⁹² W tekście wyróżnione zostały dwa śródtytuły, które nie zostały potraktowane jako osobne akapity, a w formie didaskaliów – tekstu pobocznego, uzupełniającego. Użytkownik sieci sam decyduje czy skorzysta z poszerzenia wiedzy na dany temat, por. https://www.pudelek.pl/arttykul/124934/irka_z_plebanii_znow_wraca_zostala_vlogerka/ [odczyt: 20.08.2018].

w konwencji oceniająco-komentującej. Nadawca jawi się tu jako specjalista do spraw profesji, oceniając wspomnianą przez siebie jako taką, która *nie jest wyjątkowo ambitnym przedsięwzięciem*, zapomina przy tym o swojej aktualnie wykonywanej pracy (pisanie w Pudelku). Pytanie kończące korpus ma charakter sugerujący. Formuła implikuje, że zdaniem nadawcy dotychczasowe życie celebrytki nie przyniosło niczego, co można by uznać za wartościowe.

Przedstawiony news jest napisany stylem potocznym¹⁹³, ponieważ jak twierdzi w odniesieniu do prasy tabloidowej Barbara Sobczak „tabloidy są atrakcyjne czytelniczo dla odbiorców również ze względu na język, jakim się posługują” [Sobczak 2011: 103]. Dalej autorka dodaje, że „w tabloidach przeważają też wyrazy konkretne i o większym stopniu szczegółowości, widoczne jest to zwłaszcza w użyciu nazw własnych i nazw pospolitych. Bohaterowie artykułów są przedstawiani nie tylko z imienia i nazwiska, często mówi się o nich używając zdrobniałych form ich imion” [Sobczak 2011: 104]. W portalu Pudelek.pl są to m.in. formy deminutywne i rzadziej augmentatywne typu: *Małgonia, Malgosia, Gosia, Renulka, Roxi Gąska, Kasia, Dżoana, Ola, Darek, Gocha* oraz przedstawianie osób znanych tylko z nazwiska, np.: *Majdanowie, Rozenki, Rozenek, Kaczyńska, Kwaśniewska, Owsiak, Szostak, Niezgoda, Wellman*¹⁹⁴. Barbara Sobczak zwraca też uwagę na ukonkretnianie faktów ze szczególnym wskazywaniem na miejsca, które często są jednak pomijane w portalach informacyjnych. Wymienia takie formy jak podawanie szczegółów dotyczących „pory roku, dnia, pogody czy nastrojów bohaterów wydarzeń” [Sobczak 2011: 104], a puentuje, że „dzięki konkretności i szczegółowości styl tabloidów jest obrazowy, co bardziej angażuje czytelników, a przy okazji podnosi też wiarygodność przekazów” [Sobczak 2011: 104].

Ostatnim elementem składającym się na strukturę globalną newsa są śródtytuły o hipertekstowym charakterze. W przedstawionym wyżej tekście, przy zachowaniu oryginalnego kształtu, przybierają one postać tytułów innych tekstów z wyróżnieniem graficznym w formie niebieskiego koloru czcionki i podkreślenia. Podobnie jak elementy obligatoryjne gatunków internetowych – tytuł czy odnośnik przekształcony w link o różnej postaci słownej – wspomniane wcześniej śródtytuły występują w postaci alinearnej. Użytkownik ma zatem, według Gerarda Genetta

¹⁹³ Więcej o potoczności na konkretnych przykładach w rozdziale o języku i stylu w portalu internetowym, zob. rozdział siódmy.

¹⁹⁴ Dokładne omówienie w dalszej części niniejszej pracy.

do czynienia z paratekstami [Genette 1982: 320], a według Iwony Loewe z perytekstami [Loewe 2007: 222]. Zbigniew Bauer konkluduje, że „tekst dziennikarza internetowego staje się nośnikiem odsyłaczy (linków) do odpowiednio ulokowanych plików audiowizualnych lub innych tekstów” [Bauer 2015: 89], stąd ich wielość w poszczególnych wiadomościach w portalach internetowych. Formę przedstawiania w ten sposób treści można porównać do kompozycji szkatułkowej charakterystycznej dla powieści literackich. W przypadku analizowanych portali każdy tekst jest pojedynczą opowieścią składającą się na całość historii, natomiast poszczególne śródtytuły, będące nagłówkami innych tekstów, usprawniają nawigowanie po nich. Taka nawigacja pozwala zatrzymać uwagę odbiorcy na dłużej, bez każdorazowego opisywania zdarzeń w każdym tekście. Dodatkowo, jak Zbigniew Bauer dalej zauważa, odnosząc się do narracji reporterskiej, „może [ją – przyp. J.M.] zastąpić odpowiednio skomponowana galeria fotografii, sekwencji dźwiękowych i video. Z jednej strony powoduje to znaczne zubożenie języka dziennikarskiego przekazu – z drugiej z pewnością podnosi wiarygodność, bowiem użytkownik serwisu bardziej uwierzy w to, co widzi i słyszy, niż w to, co może przeczytać” [Bauer 2015: 89]. Spostrzeżenia te potwierdzają się w ramach niniejszej analizy, bowiem teksty publikowane na stronach, w każdym przypadku pełne są zdjęć, plików audiowizualnych i tytułów wewnątrz korpusów. Odbiorca ma wszystkie informacje odpowiednio wyeksponowane. Od niego natomiast zależy, w jaki sposób wykorzysta materiały pomocnicze. Zbigniew Bauer zwraca jeszcze uwagę na segmentację tekstów w internecie, które według niego powinny się mieścić na pojedynczym ekranie, gdyż dzisiejszy odbiorca zazwyczaj nie dociera do trzeciej strony tekstu [Bauer 2015: 89]. W portalu tabloidowym charakterystyczne są akapity, krótkie, często jednozdaniowe.

2.1.2.2. Artykuł publicystyczny

Leksem *artykuł* oznacza ‘niewielką pracę publicystyczną, literacką lub naukową, umieszczoną w czasopiśmie, encyklopedii itp.’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 25]. Jak twierdzi Janina Fras „artykuł¹⁹⁵ jest gatunkiem wypowiedzi publicystycznej stosunkowo najmniej precyzyjnie określonym co do objętości, może być bowiem bardzo krótki lub wielostronicowy” [Fras 1999: 85]. Wspomniana językoznawczyni precyzuje, że przyporządkowanie do odmiany gatunkowej jest możliwe przez poznanie

¹⁹⁵ Janina Fras zauważa, że potocznie artykułem określa się wszystkie teksty prasowe lub informacyjne [Fras 1999: 85].

tematu artykułu. W PCLab.pl gatunek ten znalazł swoje zastosowanie, bo jak twierdzi Janina Fras, artykuły dotyczą zagadnień ważnych ze względów społecznych, obyczajowych, gospodarczych, kulturalnych, również istotnych dla regionu (pod warunkiem występowania gazety w danym miejscu), a także odnoszą się do aktualnej rocznicy konkretnego wydarzenia lub instytucji [Fras 1999: 85]. W przypadku charakteryzowanego portalu technologiczno-informatycznego, istotne są aspekty ekonomiczny i społeczny.

W *Słowniku terminologii medialnej* Walerego Pisarka *artykuł* jest dookreślony przymiotnikiem relacyjnym i występuje jako termin: *artykuł publicystyczny*. Kazimierz Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kaliszewski, podkreślają w definicji aktualność tematu artykułu publicystycznego oraz to, że „treść artykułu zwykle podporządkowana jest przyjętej z góry, ustalonej przez autora tezie, którą udowadnia problemowo, ukazując fakty bądź stosując uogólnienia. Fakty poddaje analizie i wnioskowaniu. Ilustruje swoje wywody cytatami, przytoczeniami dokumentów lub wypowiedziami innych osób na dany temat. Z wypowiedziami, dokumentami, cytatami autor może polemizować bądź może przytaczać je w celu podparcia swojej argumentacji, by przekonać odbiorców do swoich racji [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2006: 11].

W artykułach publicystycznych redaktorzy, by przekonać do swoich racji korzystają m.in. z: argumentu z przykładu, argumentu z użyteczności i argumentu odwołującego się do rozsądku [Filip 2013: 29-31]. Grażyna Filip w ramach analizy materiałów krytycznych, podkreśla, że to „właśnie argumentacja jest jednym z głównych powodów przyjęcia bądź odrzucenia tekstu, spektaklu lub filmu. Dobór odpowiednich argumentów służy bowiem aktowi perlokucji, będącemu istotną cechą wypowiedzi krytycznych. Zamierzeniem krytyka jest wywarcie odpowiedniego wpływu na czytelnika lub widza, wzbudzenie jego zadowolenia i zainteresowania lub niechęci i zaniechania. Zostaje zainicjowana swoista gra na argumenty, której reguły ustala krytyk. W efekcie odbiorca tekstu krytycznego nabiera o obiekcie krytyki przekonania zamierzonego przez autora i staje się skłonny do podjęcia odpowiednich czynności związanych z lekturą lub widowiskiem filmowym czy teatralnym” [Filip 2013: 11, por. też: Filip 2003b: 15-31]. Powyższe spostrzeżenia można odnieść do analizy prowadzonej w niniejszej rozprawie. Redaktor w PCLab.pl argumentuje swoją tezę i wpływając na odbiorcę – wzbudza w nim zainteresowanie. Od przyjętego przez autora stanowiska zależy, czy nadawca (redakcja) zyska zwolenników lub przeciwników swojej tezy. Niezależnie od przekonania odbiorców komunikatu akt perlokucyjny

jest skuteczny, a świadczy o tym fakt podejmowania dialogu/dyskusji użytkowników portalu internetowego z autorem tekstu.

Artykuł publicystyczny jest uznawany przez medioznawców za tekst, który przynależy do większej całości [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2006: 11]. W tym przypadku do portalu internetowego, w którym redaktor ma za zadanie „naświetlić daną sprawę, wyjaśnić ją, zinterpretować, może rozstrzygnąć spór po to, by zachęcić czytelników do dyskusji bądź przemyśleń na dany temat. Główną funkcją artykułu jest jednak prezentacja autorskiego punktu widzenia i przekonanie do niego czytelników” [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2006: 11].

W toku analizy podstawy materiałowej można wyodrębnić dwie wersje artykułów. W PCLab.pl występują artykuły publicystyczne, które można potraktować jak wzorce adaptacyjne i artykuły, zgodnie z nomenklaturą zaproponowaną przez Marię Wojtak, nazwane artykułami strukturalnie przypominającymi wiadomość miniaturową, będące efektem alternacji ilościowych [por. Wojtak 2008: 55]. Za przykład wzorca adaptacyjnego można uznać tekst dotyczący produktu *Intel Movidius* opublikowany na stronie 9.05.2018 r., w którym jako delimitator inicjalny występuje tytuł i nadtytuł:

T0: *Intel Movidius – uczenie maszynowe na sterydach*

T1: *Mały, ale jaki użyteczny.*

L: *Czy słyszałeś kiedyś ludzi rozmawiających o uczeniu maszynowym lub widziałeś reklamę jeszcze jednego inteligentnego urządzenia (takiego, jak: iPhone X, Huawei P20, Mate 10, LG ThinQ, telewizory LG), ale masz tylko blade pojęcie o znaczeniu tego terminu i się zastanawiasz, jak coś, co dopiero co wymagało superkomputerów, nagle działa w elektronice użytkowej? Czy męczą Cię potakiwanie głową i udawanie, że wiesz, o co chodzi i co ten termin oznacza? Czas to zmienić!*¹⁹⁶

Kształt tego gatunku pozainternetowego uzależniony jest od stałych elementów takich jak: lid, spis treści i wieloakapitowy korpus. Z uwagi na już omówiony gatunek – zapowiedzi internetowej, w tym miejscu pomija się szczegółowe odniesienia.

Tytuł jest komunikatem powiadającym, nawiązującym do zakorzenionego w świadomości społecznej hasła: *Mały, ale wariat*, funkcjonującego w kontekście ironicznym, np. o samochodzie osobowym marki Fiat 126p – *maluch*.

¹⁹⁶ <https://pclab.pl/art77818.html> [odczyt: 9.05.2018].

Lid w analizowanym artykule nie należy do wzorca kanonicznego [por. Wojtak 2008: 23-25, Frasz 1999: 63-65]. Można uznać go za wariant mieszany, czyli połączenie lidu streszczającego [Wojtak 2008: 23] w konstrukcji lidu pytającego [Frasz 1999: 64].

Warto zauważyć, że w gatunkach pozainternetowych analizowanego portalu, jako jedynym z poddanych badaniu w ramach niniejszej analizy, występuje segment nazwany spisem treści. Można uznać tę formę za ułatwiającą nawigację lub, powołując się na spostrzeżenia Marii Wojtak, za sposób anonsowania treści [por. Wojtak 2008: 68]. W ten sposób treść publikowana w portalu zapowiadana jest dwukrotnie – na layoutcie oraz bardziej szczegółowo wewnątrz artykułu publicystycznego, w jego spisie treści. Oto przykład wspomnianej listy:

1. *Intel Movidius - wstęp i uczenie maszynowe*
2. *Intel Movidius - inferencja, specyfikacja, właściwości*
3. *Intel Movidius - działanie i testy* [PC/K: 9.05.2018].

Liczba poziomów spisu treści to od 2 do 30¹⁹⁷, co przekłada się również na zróżnicowaną długość poszczególnych tekstów, nawet od kilku do kilkudziesięciu akapitów. Każdy z poziomów listy można uznać za śródtytuł o hipertekstowej strukturze (hiperłącze), jednak bardziej trafne jest stwierdzenie, że poszczególne nagłówki stanowią zapowiedzi wewnątrztekstowe nawigujące po tekście, ponieważ „spośród cech strukturalnych komunikatu w roli sygnału gatunkowego zapowiedzi występuje przede wszystkim formuła odsyłająca (odsyłacz)” [Wojtak 2008: 69], czyli w tym przypadku link. Poczynione obserwacje świadczą o heterogeniczności

¹⁹⁷ Spośród analizowanych gatunków internetowych z portalu PCLab.pl w artykule zatytułowanym *Core i3 z odblokowanym mnożnikiem* znajduje się najwięcej poziomów spisu treści. Oto one: 1. *Intel Core i3-7350K – podkręcalny, dwurdzeniowy i czterowątkowy Kaby Lake*; 2. *Platforma testowa i ustawienia*; 3. *Testy – gry (ARMA III, Counter-Strike: Global Offensive)*; 4. *Testy – gry (Watch Dogs 2, GTA V)*; 5. *Testy – gry (Wiedźmin 3, Battlefield 1 DX11 i DX12)*; 6. *Testy – gry (Total War: Warhammer DX12, Cywilizacja VI DX11 i DX12)*; 7. *Testy – gry (Deus Ex: Mankind Divided DX11 i DX12)*; 8. *Testy – biuro (Google Chrome, JavaScript, 7-Zip)*; 9. *Testy – obróbka wideo (x264, H.265, Adobe Premiere Pro)*; 10. *Testy – profesjonaliści (Blender, Cinebench)*; 11. *Testy – profesjonaliści (Adobe AfterEffects, Adobe Photoshop)*; 12. *Intel Core i3-7350K – pobór energii*; 13. *Intel Core i3-7350K – podkręcanie*; 14. *Podkręcanie – gry (ARMA III, Counter-Strike: Global Offensive)*; 15. *Podkręcanie – gry (Watch Dogs 2, GTA V)*; 16. *Podkręcanie – gry (Wiedźmin 3, Battlefield 1 DX11 i DX12)*; 17. *Podkręcanie – gry (Total War: Warhammer DX12, Cywilizacja VI DX11 i DX12)*; 18. *Podkręcanie – gry (Deus Ex: Mankind Divided DX11 i DX12)*; 19. *Podkręcanie – biuro (Google Chrome, JavaScript, 7-Zip)*; 20. *Podkręcanie – obróbka wideo (x264, H.265, Adobe Premiere Pro)*; 21. *Podkręcanie – profesjonaliści (Blender, Cinebench)*; 22. *Podkręcanie – profesjonaliści (Adobe AfterEffects, Adobe Photoshop)*; 23. *Gry z Radeonem RX-em 480 8 GB (DX11) – część 1.*; 24. *Gry z Radeonem RX-em 480 8 GB (DX11) – część 2.*; 25. *Gry z Radeonem RX-em 480 8 GB (DX12)*; 26. *Gry z GeForce'em GTX-em 1060 6 GB (DX11) – część 1.*; 27. *Gry z GeForce'em GTX-em 1060 6 GB (DX11) – część 2.*; 28. *Gry z GeForce'em GTX-em 1060 6 GB (DX12)*; 29. *Podsumowanie testów wydajności – średnia wydajność w różnych zastosowaniach*; 30. *Podsumowanie* [PC/K: 27.02.2017].

już omówionej wcześniej zapowiedzi. Śródtytuły występują wewnątrz każdego poziomego spisu treści. Językowo to wypowiedzenia oznajmujące w formie równoważników zdań [por. Labocha 1995: 14] lub hasłowego nakreślenia kwestii poruszanej w poszczególnym segmencie. Oto przykłady:

Ś1¹⁹⁸: *Nauczanie z nadzorem;*

Ś2: *Nauczanie bez nadzoru;*

Ś3: *Intel Movidius – inferencja, specyfikacja, właściwości*

Ś4: *Intel Movidius*

Ś5: *Intel Movidius – działanie i testy*

Ś6: *Testy*

Ś7: *Podsumowanie.*

Pełny korpus analizowanego artykułu z uwagi na swą długość, nie został umieszczony w niniejszej pracy. Poniżej przywołane są reprezentatywne fragmenty, ilustrujące zauważone determinanty. Analizowany artykuł publicystyczny można nazwać „dziennikarską wypowiedzią sprawozdawczą” [Wojtak 2008: 60], w której autor stosuje cytaty, np.:

„Przypomina to sytuację, w której ktoś Ci daje zapisane na kartce papieru liczby i mówi: »*Nie mam pojęcia, co te liczby oznaczają, ale może ty mi pomożesz zgadnąć, czy jest tutaj jakiś wzorzec albo zbiór danych. Powodzenia!*«” [PC/K: 9.05.2018];

„Niestety, »*Maszynowe rozpoznawanie, jakim równaniem rozwiązuje się określone zadanie na podstawie pewnych przykładowych danych i wyników*« to raczej niefortunna nazwa, stąd w skrócie określa się to nauczaniem maszynowym czy uczeniem maszynowym” [PC/K: 9.05.2018],

a także liczne pytania, na które autor sam odpowiada, np.:

„*Co możesz zrobić z takimi danymi? Na początku możesz mieć algorytm, który automatycznie rozszyfruje z Twoich danych różne segmenty rynku. Może się dowiesz, że kupujący domy w okolicach miejscowego uniwersytetu wybierają małe budynki o mniejszej liczbie pokoi, a mieszkańcy przedmieść preferują takie z trzema sypialniami o dużym metrażu (czyli co najmniej czteropokojowe)?* Znajomość różnych segmentów

¹⁹⁸ Niniejsze oznaczenie stosowane jest w całej pracy: Śródtytuł – Ś, często z numerem.

rynku reprezentowanych przez różnych klientów pomoże ukierunkować Twoje działania marketingowe” [PC/K: 9.05.2018].

Autor tekstu przedstawia kolejne fakty, powołując się na sprawdzone – przez siebie (przez redakcję) źródła oraz używając form osobowych pierwszej osoby liczby mnogiej, pisze m.in.: *do testów redakcyjnych wybraliśmy; wykorzystaliśmy przeciętny laptop; podłączyliśmy Movidiusa; wytrenowaliśmy sieć neuronową*. Profesjonalizm autora widoczny jest również „w stylu wysłowienia” [Wojtak 2008: 60]. Oto wybrane formy językowe: *jako przykładem możemy się posłużyć algorytmem klasyfikacji; pobieramy repozytorium ze sterownikami*. Elementy te świadczą o publicystycznym charakterze artykułu, natomiast bezpośredni zwrot do odbiorcy wraz z elementem teoretyzowania, uzupełnia zauważone cechy:

„Przypuśćmy, że jesteś agentem nieruchomości. Twój biznes rośnie, więc zatrudniasz grupę stażystów do pomocy. Ale masz jeden problem, bo Tobie wystarczy rzucić okiem, i już masz dobre pojęcie o tym, ile dana nieruchomość kosztuje, tymczasem Twoi pomocnicy z powodu braku doświadczenia nie potrafią dokonać trafnej wyceny” [PC/K: 9.5.2018].

Autor tekstu poprzez nawiązanie do hipotetycznych sytuacji pokazuje, że tematyka prezentowanego artykułu jest mu dobrze znana. Odnosząc się do ewentualnie mogących się pojawić kwestii problematycznych związanych z wykonywaną profesją, obrazowo przedstawia możliwości ich unikania, właśnie dzięki określonym produktom. Można tę formę odnieść do reklamy racjonalnej [por. więcej: Bralczyk 2004, Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016], w której nadawcy komunikatu, np. tłumacząc dlaczego akurat ich opony są odpowiednie i warte posiadania, pokazują obrazy poślizgów drogowych lub wypadków z udziałem poszkodowanych, podają przyczynę oraz przedstawiają produkt, który zapobiegnie takim sytuacjom. W zacytowanym fragmencie artykułu jest stosowana analogiczna konstrukcja.

W korpusie analizowanego tekstu zamieszczono również tabelę oraz zastosowano enumerację, dzięki którym nadawca systematyzuje prezentowane treści, które dla użytkownika stają się bardziej czytelne. Wyliczenie może stanowić formę podsumowania np. parametrów, jak w przykładzie poniżej:

„Podstawowe dane techniczne urządzenia to:

procesor: Intel Movidius VPU

wbudowana obsługa platform uczenia maszynowego: TensorFlow, Caffe

złącza: USB 3.0 Typu A

wymiary: 72,5 mm × 27 mm × 14 mm

temperatura pracy: 0–40°C

wymagania sprzętowe: komputer klasy x86_64 z Ubuntu 16.04 lub Raspberry Pi 3 B, lub maszyna wirtualna VirtualBox z Ubuntu 16.04

pamięć operacyjna: 1 GB

nośnik danych: 4 GB” [PC/K: 9.05.2018].

Artykuł napisano, uwzględniając zasady poprawości językowej. Nieliczne usterki redakcyjne – trzykrotny brak znaku przestankowego na końcu zdania, świadczą prawdopodobnie o szybkości w redagowaniu tekstu do publikacji. Autor wyraża szacunek do swojego odbiorcy, stosując wielką literę w zaimkach osobowych, np.: *Ci, Ty, Twój, Twój, Tobie, Twojej, Twoim*.

Interesująca jest również zmiana form językowych w przedstawianiu treści. Nadawca w artykule posługuje się pierwszą osobą liczby mnogiej, by w podsumowaniu zastąpić ją konstrukcją bezosobową. Można uznać to za obiektywny sposób przedstawienia wniosków. Taka zmiana kodu językowego jest wyrazem obiektywizmu. Jest to również forma depersonalizacji komunikatu [Wojtak 2004: 31]. Autor wylicza pozytywne i negatywne strony urządzenia oraz porównuje urządzenie do innych podobnych tego rodzaju. Oto opisywany przykład:

„Do zalet Movidiusa na pewno można zaliczyć atrakcyjną cenę, niskie zużycie energii, obiecaną wydajność, powiązanie z Pythonem 3 i popularnymi platformami uczenia maszynowego, obsługę Raspberry Pi, dobrą dokumentację oraz formę open source. Z drugiej strony brakuje obsługi innych niż Ubuntu systemów operacyjnych. Nie jest to też jedyne dostępne rozwiązanie tego typu. Przed zakupem warto przyjrzeć się modelowi Fathom Neural Compute Stick, który również wykorzystuje układ Myriad V2 i jest dłużej na rynku, jak również Lanceli AI Compute Stick, który jest urządzeniem nowszym i wydajniejszym, choć pozbawionym udogodnień algorytmicznych służących optymalizacjom sieci” [PC/K: 9.05.2018].

Do analizowanego artykułu można odnieść spostrzeżenia Marii Wojtak o wielogłosowości jako dominującym obecnie rozumieniu dziennikarskiego obiektywizmu [Wojtak 2008: 55, por. też. Filip 2019: 97-116].

Holistyczne podejście do podstawy materiałowej pozwala potraktować tego rodzaju realizację jako poradnikową. Nadawca tekstu za pomocą wyżej wspomnianych zabiegów stara się pokazać odbiorcy tekstu dobre i złe strony produktu. Artykuł można uznać, za najliczniej reprezentowaną w portalu, poradę.

Wiadomość miniaturowa [por. Wojtak 2008: 55] jako forma przeobrażeń alternacyjnych artykułu publicystycznego w wortalu PCLab.pl występuje sporadycznie. Przykładem jest tekst z 31.12.2018 r. prezentowany niżej.

O tym, że gatunek można uznać za wiadomość miniaturową świadczy redukcja (względem innych artykułów publikowanych w portalu) korpusu. W PCLab.pl brak krótkich form gatunkowych. Nadawcy szczegółowo przekazują informacje na dany temat, niekiedy z naruszeniem zasady ilości Grice'a. W wielu wypowiedziach zauważalna jest kontaminacja różnych gatunków dziennikarskich jak sprawozdanie, relacja czy gatunków niedziennikarskich jak charakterystyka lub porównanie. Poddany analizie artykuł publicystyczny nosi znamiona wiadomości o dominancie informacyjnej, o czym świadczy chęć zachowania obiektywności w przekazywaniu faktów.

Gatunek dziennikarski z portalu PCLab.pl, sygnalizowany wyżej, składa się z tytułu, lidu i korpusu zmodyfikowanego do trzech akapitów. Między drugim a trzecim segmentem usytuowano śródtytuł. Nagłówek ma charakter informacyjny. Występuje w postaci niesygnalizowanego urwania. Oto przykład:

T: Pozew zbiorowy przeciwko Nvidii w sprawie wprowadzenia akcjonariuszy w błąd

Poniższy lid sprawia wrażenie niedokończonego zdania. Spójnik *gdy* implikuje zdanie podrzędne. Incipit lidu stanowi zatem dokończenie treści z nagłówka tekstu. Zabieg może być spowodowany brakiem miejsca w schematycznym layoucie strony lub/i jest sposobem zachęcenia użytkownika do doczytania kolejnych segmentów artykułu. W lidzie streszczającym odbiorca otrzymuje istotne informacje dotyczące opisywanej sytuacji. Oto omawiany fragment:

L: Gdy prognozy w ogóle się nie sprawdzają. Kancelaria Schall ogłosiła złożenie pozwu zbiorowego przeciwko Nvidii w związku z wypowiedziami przedstawicieli zielonych na temat rynku kryptowalut i wpływu tych informacji na ceny akcji. Według powodów, zieloni błędnie ocenili zapotrzebowanie na karty w tym segmencie, a ich oświadczenia wprowadzały w błąd akcjonariuszy, którzy stracili na inwestycjach w zakup kolejnych udziałów w firmie sporo pieniędzy.

Korpus, analizowanego artykułu z portalu PCLab.pl, składa się z trzech akapitów o zróżnicowanym kształcie. Pierwszy segment artykułu zawiera szczegółowe informacje dotyczące przyczyny pozwu – utrata dużej kwoty pieniężnej oraz wprowadzenie w błąd i brak zapowiadanej szybkiej reakcji ze strony pozwanej firmy w sytuacji kryzysowej. Autor parafrazuje tekst pozwu:

K1: Kancelaria Schall zachęca to przystąpienia do pozwu zbiorowego wszystkich inwestorów, którzy przez działania Nvidii stracili co najmniej 100 tys. dolarów. W pozwie czytamy, że zieloni zapewniali o szybkiej reakcji na zmiany, jakie miały miejsce na rynku kryptowalut, choć w rzeczywistości firmie nie udało się uniknąć zapelnienia kanałów sprzedaży, gdy popyt ze strony górników znacząco spadł.

W kolejnym segmencie nadawca przez sformułowania typu: *co nie jest prawdą, akcjonariusze zostali wprowadzeni w błąd, zareagowała dość nerwowo*, sugeruje nieuczciwość pozwanej firmy. Nadawca w celu potwierdzenia kondycji firmy i zasadności pozwu wprowadza element liczbowy: *spadła aż o 53 procent*. Oto opisywany fragment:

K2: Firma twierdziła podczas swoich spotkań z inwestorami, że spadek zainteresowania kopaniem cyfrowych pieniędzy nie wpłynie negatywnie na kondycję przedsiębiorstwa, co według powodów nie jest prawdą. Akcjonariusze zostali wprowadzeni w błąd, a wspomniana wyżej zbyt wysoka podaż Pascali wpłynęła też na opóźnienie premiery kart Turing, w tym nadchodzącego modelu GeForce RTX 2060. Giełda zareagowała dość nerwowo na informacje o gorszym niż zakładano przychodzie Nvidii, a cena akcji spadła aż o 53 procent.

Między segmentem drugim i trzecim korpusu umieszczono śródtytuł. W przytaczanym poniżej przykładzie uwagę zwraca sposób umieszczenia go w strukturze artykułu. Śródtytuł w tekście pojawia się nie jak w każdym z analizowanych portali z wyrównywaniem do lewej strony, lecz do prawej strony. Może stanowić to próbę odseparowania tematu ukrytego w linku:

Ś: Nvidia zaprasza na transmisję konferencji na targach CES 2019

Kończący korpus segment informacyjno-prognozujący zwraca uwagę na inne pozwu tego rodzaju, w których roszczenia są analogiczne. W ostatnim zdaniu nadawca sugeruje, w jaki sposób opisana historia może się zakończyć dla pozwanej firmy:

K3: *Należy wspomnieć, że poza pozwem ze strony kancelarii Schall, są jeszcze co najmniej trzy inne pozwy zbiorowe dotyczące dokładnie tej samej sprawy. We wszystkich zielonym zarzuca się wprowadzanie w błąd inwestorów i przedstawianie nieprawdziwych danych na temat działań przedsiębiorstwa w związku z załamaniem rynku kryptowalut. Jeśli zarzuty się potwierdzą, firma Jensena Huanga może mieć poważne kłopoty, których zresztą już teraz jej nie brakuje*¹⁹⁹.

2.1.3. Sylwetka

Sylwetka jako gatunek jest charakterystyczna przede wszystkim dla portalu Pudelek.pl. W dziale *Słowo kluczowe* (użytkownik ma możliwość przełączenia się do tego segmentu po kliknięciu w nazwisko osoby, która jest opisywana w danym newsie) zostały przedstawione sylwetki celebrytów. Sylwetka, rozumiana jako ‘gatunek wypowiedzi prasowej małych rozmiarów, w której autor skupia się na przywołaniu najważniejszych szczegółów z życia postaci, o której pisze’ [Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski 2006: 205] przez Marię Wojtak została podzielona na dwie kategorie:

1. sylwetkę-wspomnienie;
2. sylwetkę opisującą osoby żywe [Wojtak 2004: 122].

W portalu Pudelek.pl występują konkretyzacje drugiego rodzaju. Wśród licznych reprezentantów wyróżnia się sylwetkę adaptującą formę gatunku dziennikarskiego, jakim jest artykuł publicystyczny [por. Wojtak 2004: 122].

Zaprezentowane sylwetki mają schematyczną strukturę. Można wręcz „mówić o względnej petryfikacji korpusu” [Wojtak 2004: 131], w którego skład wchodzi:

1. Tytuł, czyli imię i nazwisko opisywanej osoby z dookreśleniem w nawiasie liczby artykułów na jej temat opublikowanych w Pudelku.
2. Segment informacyjny w postaci wyliczenia (pełne imię i nazwisko, data i miejsce urodzenia, wykształcenie, a także wzrost oraz adresy kont społecznościowych – Facebook, Instagram).
3. Kilkuakapitowy korpus podzielony na zwieńczone tytułem akapity (*życiorys i kariera, kariera sportowa, rodzina i związki, pochodzenie, mąż i dzieci* itp.).

Maria Wojtak wyodrębnia różne odmiany opisywanego gatunku: anons, notatka prasowa, wiadomość, wywiad, artykuł publicystyczny, składnik tekstu informacyjnego czy biogramu [Wojtak 2004: 122]. W zebranych materiałach przykładowych zależnie

¹⁹⁹ <https://pclab.pl/news79618.html> [odczyt: 3.01.2019].

od opisywanej osoby realizowane są różne odmiany, dzięki którym uwypuklone zostają szczególne cechy celebryty.

Tytuł pełni w portalowych sylwetkach głównie funkcję nominatywną – informuje bowiem, kto jest przedmiotem opisu, np.: *Beata Tyszkiewicz (134)*, *Robert Lewandowski (825)*, *Anna Lewandowska (1144)*. Przy nazwiskach jest informacja o liczbie dodanych newsów na temat celebrytów w portalu plotkarskim.

Kolejny akapit można uznać za wprowadzający. Osoba znana jest opisywana ze względu na pracę zawodową, uzyskane tytuły. Akapit stanowi streszczenie zaistnienia w mediach. Oto reprezentatywne segmenty wprowadzające dotyczące kolejno:

1. Anny Lewandowskiej:

„Anna Lewandowska jest *utytułowaną sportsmenką specjalizującą się w karate – zdobyła liczne medale podczas mistrzostw świata i Europy, reprezentując Polskę. Jest dyplomowaną dietetyczką, prowadzi blog poświęcony zdrowemu odżywianiu, ma na swoim koncie także publikacje o tematyce żywieniowej. Anna Lewandowska zasłynęła głównie jako polska WAG – od 2013 roku jest żoną gwiazdora piłki nożnej Roberta Lewandowskiego. Szeroko komentowane są również produkty Foods by Ann sygnowane nazwiskiem Anny Lewandowskiej, które mają tyle samo zwolenników co przeciwników*” [PP²⁰⁰].

2. Natalii Siwiec:

„Natalia Siwiec to *polska modelka, celebrytka i osobowość internetowa* urodzona w Wałbrzychu. *Popularność w prasie plotkarskiej przyniosły jej zdjęcia wykonane podczas jednego z meczów w ramach Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, przez co okrzyknięto ją w mediach Miss Euro 2012. W kolejnych latach Natalia Siwiec próbowała swoich sił jako modelka, aktorka oraz influencerka, dzięki czemu szybko stała się jedną z głównych celebrytek w Polsce. W 2014 roku premierę miał reality show Enjoy The View, Love, Natalia emitowany na stacji VIVA Polska, który skupiał się wokół jej życia prywatnego*” [PP²⁰¹].

3. Beaty Tyszkiewicz:

²⁰⁰ <https://www.pudelek.pl/tag/Anna+Lewandowska/> [odczyt: 20.11.2018].

²⁰¹ <https://www.pudelek.pl/tag/Natalia+Siwiec/> [odczyt: 20.11.2018].

„Beata Tyszkiewicz jest *polską aktorką występującą zarówno w filmach czy serialach, jak i w teatrze. Zasiadała w jury Tańca z gwiazdami, brała także udział w kilku kampaniach reklamowych. Beata Tyszkiewicz pełni funkcję prezesa Fundacji Zdążyć z pomocą*, która skupia się na pomaganiu dzieciom i młodzieży dotkniętym chorobami oraz niepełnosprawnością. Beata Tyszkiewicz *zagrała ponad sto ról w różnych produkcjach filmowych i telewizyjnych*, a jej kreacje były wielokrotnie nominowane do polskich nagród. Beata Tyszkiewicz *zazwyczaj pokazuje się z papierosem, co, jak sama przyznaje, jest jej znakiem rozpoznawczym*” [PP²⁰²].

Ostatnie zdanie każdego z akapitów można uznać za identyfikator osoby znanej. Nadawca gatunku dziennikarskiego w przytoczonych fragmentach wprowadza element kontrowersyjny, a zarazem najbardziej rozpoznawalny.

W segmencie kolejnym – informacyjnym, stosowane wyliczenie przypomina konwencję gatunku użytkowego, jakim jest np. *Curriculum Vitae* ‘przebieg życia’. Nadawca analogicznie wylicza poszczególne informacje. Oto przykład wybranych realizacji:

„*Pełne imię i nazwisko: Natalia Siwiec*

Data urodzenia: 1 sierpnia 1983 roku

Miejsce urodzenia: Wałbrzych

Wzrost: 170 cm

Wykształcenie: średnie

Instagram: www.instagram.com/nataliasiwiec.official

Facebook: www.facebook.com/NATALIA-SIWIECNATALIYAH-197975477948” [PP²⁰³].

„*Imię i nazwisko: Beata Maria Tyszkiewicz-Kalenicka*

Data i miejsce urodzenia: 14 sierpnia 1938 roku w Wilanowie (obecnie dzielnica Warszawy)

Wykształcenie: matura w szkole siostr niepokalanek w Szymanowie; przerwane studia na PWST

Facebook: facebook.com/B.TYSZKIEWICZ.NIEOFICJALNY.ALBUM” [PP²⁰⁴].

²⁰² <https://www.pudelek.pl/tag/Beata+Tyszkiewicz/> [odczyt: 20.11.2018].

²⁰³ <https://www.pudelek.pl/tag/Natalia+Siwiec/> [odczyt: 20.11.2018].

Akapity korpusu przybierają różną formę, co jest motywowane sytuacją rodzinną, zawodową, materialną, społeczną osoby znanej. Istotna jest również subiektywna ocena nadawcy – autora tekstu. Prawdopodobnie celebryci, którzy nie zyskali aprobaty żadnego z redaktorów Pudełka, nie mogą liczyć na wzmiankę o sobie. Wśród osób, które mimo wielokrotnego pojawiania się w newsach, nie zostały wyróżnione gatunkiem dziennikarskim w formie sylwetki jest m.in. *Marina Łuczenko (561)*. Opisani zostali natomiast celebryci, o których wspomina się rzadko, np.: *Agnieszka Grochowska (27)* i *Agnieszka Więdłocha (80)*.

Pierwszy segment dotyczy życiorysu i kariery. Wybierane śródtytuły przybierają następujące formy, np.:

„Natalia Siwiec - *życiorys i kariera*”.

„*Życiorys i kariera* Beaty Tyszkiewicz”.

Niektóre nagłówki są bardziej szczegółowe, impikując wykonywaną profesję, np.:

„Robert Lewandowski - *kariera sportowa*”.

Tekst w tym segmencie przypomina zwięzły biogram [por. Wojtak 2004: 131], w którym przedstawiane są poszczególne etapy życia, m.in. nauki, np.:

„*Natalia Siwiec urodziła się 1 sierpnia 1983 roku w Wałbrzychu. Jako nastolatka Natalia Siwiec miała w liceum problemy z językiem niemieckim, dlatego w celu zdania matury przeniosła się do szkoły wieczorowej i otrzymała świadectwo dojrzałości rok później*” [PP].

Nadawcy tekstu odwołują się też do wypowiedzi celebrytów udzielonych w licznych wywiadach, konstruując ten segment „z punktu widzenia portretowanej osoby” [por. Wojtak 2004: 131]. Oto przykład takiej realizacji:

„[...] *od dzieciństwa uwielbia zwierzęta i to z nimi wiązała swoją przyszłość – jej marzeniem było zostać dyrektorem zoo. Plany jednak zmieniła, czego powodem było zamiłowanie do muzyki. W latach szkolnych uczęszczała do szkoły muzycznej oraz udzielała się w kółku teatralnym*” [PP].

²⁰⁴ <https://www.pudelek.pl/tag/Beata+Tyszkiewicz/> [odczyt: 20.11.2018].

Niektóre fragmenty formułowane są w konwencji hipotez, np.:

„Prawdopodobnie największą rozpoznawalność i sympatię widzów Maciej Musiał zdobył dzięki postaci Tomka w emitowanym w TVP2 serialu Rodzinka.pl, gdzie występuje u boku Małgorzaty Kozuchowskiej i Tomasza Karolaka” [PP].

W tej części wyliczane są również osiągnięcia zawodowe, nagrody i udziały w istotnych przedsięwzięciach przyczyniających się do rozwoju kariery zawodowej.

Nagłówek segmentu dotyczącego rodziny można zamknąć w dwóch schematach konstrukcyjnych, jak w poniższych przykładach, przywoływanych od najbardziej ogólnego do szczegółowego w celu ukazania różnorodności podejść w przedstawianiu konkretnych postaci:

„Życie prywatne Macieja Musiała”.

„Julia Wieniawa - rodzina, związki”.

„Beata Tyszkiewicz – pochodzenie, mąż i dzieci”.

„Anna Lewandowska – życie rodzinne i słynny mąż”.

Nadawcy omawianego tu gatunku dziennikarskiego w przestrzeni internetowej stosują schemat, którego realizacja może się zmieniać wraz z opisywaną osobą i jej sytuacją życiową. Eksponuje się ten aspekt, który może w największym stopniu zainteresować użytkowników, co jest zauważalne w ostatnim przykładzie dotyczącym Anny Lewandowskiej – odniesienie do męża.

W strukturze uwagę zwraca także powoływanie się na źródło poznanych faktów. Nadawcy informują, m.in. że:

„Julia Wieniawa na swoim instagramowym koncie chwali się mamą i młodszymi siostrami, Natalią oraz Kornelią. Co do innych rodzinnych kwestii, Wieniawa nie wyjawia wiele” [PP].

Przedstawiane fakty są fragmentaryczne i pochodzą z kompilacji różnych źródeł. Nadawca łączy je w taki sposób, by sugerowały wiarygodność, np.:

„Natalia Siwiec, tak jak wiele jej podobnych, słynie z medialnego ekshibicjonizmu i chętnie dzieli się szczegółami życia prywatnego w sieci, jednak mimo wszystko modelka stara się w pewnym stopniu chronić swoje życie rodzinne. Mama Natalii

Siwec nazywa się *Lilianna* i wraz z mężem *pojawiła się w jednym z odcinków reality show modelki Enjoy The View, Love, Natalia*” [PP].

Pojawia się również nawiązanie do życia prywatnego poszczególnych osób. Analiza materiału przykładowego pozwala stwierdzić, że nadawcy przedstawiają najbardziej kontrowersyjne fragmenty życia, które mają posmak sensacji [por. Wojtak 2004: 142]. Oto przykład dotyczący życia osobistego Beaty Tyszkiewicz:

„[...] Beata Tyszkiewicz *trzykrotnie wychodziła za mąż i rozwodziła się*. Pierwszym mężem aktorki był znakomity reżyser Andrzej Wajda, z którym doczekała się córki Karoliny (urodzona w 1967 roku). Później była żoną Witolda Orzechowskiego także reżysera. Ostatnim mężem Tyszkiewicz był Jacek Padlewski, architekt mieszkający we Francji. Z trzecim mężem Beata Tyszkiewicz ma córkę Wiktorię (urodzona w 1977 roku). Po wielu latach Beata Tyszkiewicz *przyznała, że będąc początkującą aktorką uwikłała się w romans z wybitnym aktorem Andrzejem Łapickim, który wówczas miał żonę i dzieci*” [PP].

W sylwetkach zaprezentowanych w Pudelku istnieją odniesienia również do komentarza lub sprawozdania. Oto przykład ich kompilacji:

„*Dużo emocji wzbudza związek Julii Wieniawy z Antkiem Królikowskim*. Na początku 2017 roku Julia *pojawiła się na oficjalnej imprezie ramówkowej z Królikowskim* i od tej pory zaczęto dyskutować na ich temat. Wieniawa *potwierdziła związek z aktorem w kwietniu 2017 roku, a w marcu 2018 wystąpili wspólnie w programie The Story of My Life*” [PP].

2.2. Gatunki internetowe

2.2.1. Blog

Blog jest terminem pochodzącym od angielskiego słowa *weblog* oznaczającego ‘rejestr internetowy’ i ‘diariusz sieciowy’. Można go określić jako „dziennik (pamiętnik) prowadzony w internecie, rodzaj strony WWW, na której autor umieszcza zapiski swoich bieżących przeżyć i przemyśleń oraz różne, jego zdaniem interesujące, informacje. Blogi rozpowszechniły się pod koniec lat 90. XX wieku, istnieją różne ich rodzaje: dzienniki osobiste [...], typu *silva rerum*, [...] specjalistyczne – poświęcone jakiemuś przedsięwzięciu lub problemowi naukowemu czy innemu” [Kajtoch 2006: 18-

19]. Taki internetowy dziennik²⁰⁵ jest zatem prostą, ciągle aktualną stroną internetową służącą do opisanego tematu, branży lub postaci. Stał się miejscem do dodawania postów, tzw. nowych wpisów pojawiających się na stronie startowej. Każdy opublikowany tekst posiada odnośnik do innych podobnych treści poruszanych na danym blogu. Pamiętnik internetowy zawiera archiwum podzielone chronologicznie lub tematycznie, a dowolny wpis może być komentowany jako wyraz reakcji użytkowników [Wibbels 2007: 17-18]. Obecnie tematyka blogów jest różna. Autorzy, chcąc przekazać swoje przemyślenia, pomysły lub dzielić się własnym hobby, publikują treści na różnych przygotowanych witrynach. Tematyka może dotyczyć np.: zdrowia, sportu, podróży, nowych technologii lub przeczytanych książek. Zdarza się, że myśl główna bloga dotyczy aktualnych zdarzeń ze świata i umożliwia włączenie się do dyskusji osób chętnych do udzielania opinii na ich temat [Lipiec, Sosna 2007: 9]. Marta Więckiewicz podzieliła blogi ze względu na formę (blogi tekstowe, fotoblogi, videoblogi, blogi heterogeniczne) i treść (dotycząca: życia prywatnego, problematyki kulturalnej, polityki, nowych technologii i wielotematowe) [Więckiewicz 2012: 89-166].

W portalu PCLab.pl w jednej z zakładek występuje blog nazwany *blog.PCLab.pl*²⁰⁶. Schematy strukturalne oraz język nadawców i odbiorców w tym segmencie jest analogiczny do analizowanego portalu informatyczno-technologicznego. Blog traktuje się w ramach niniejszej analizy jako gatunek internetowy oparty na tych samych konstrukcjach. Nadawcami są ci sami redaktorzy, którzy dodają wpisy na stronę główną wortalu. Wstępna analiza komentarzy użytkowników wskazuje na korzystanie z tego samego rejestru języka – stylu potocznego, jak w przypadku całego portalu.

2.2.2. Forum

Forum to usługa, która występuje w internecie na stronach WWW, ‘umożliwiająca wszystkim użytkownikom wpisywanie własnych wiadomości lub opinii oraz komentowanie wiadomości lub opinii innych użytkowników’ [Pisarek red. 2006: 61]. Wyekscerpowany materiał pozwala stwierdzić, że język interlokutorów, porozumiewających się na forum jest analogiczny do używanego w macierzystym portalu.

²⁰⁵ Grażyna Filip określa go również dziennikiem intymnym [por. Filip 2004].

²⁰⁶ <http://blog.pclab.pl/> [odczyt: 20.11.2018].

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na kwestię struktury forum portalu. W portalu PCLab.pl strukturalnie składa się ono z ośmiu segmentów zwieńczonych nazwą. Kolejno: *ASUS OS School, Sprzęt, Oprogramowanie, Konsole, Off-topic, PCLab.pl, Klany PCLab.pl* i *Ogłoszenia*. W Gotujmy.pl forum wygląda analogicznie. Składa się ono z siedemnastu segmentów m.in.: *Dieta i odżywianie, Przywitaj się, Przepisy i potrawy, Galerie potraw, Działka i uprawy, Groch z kapustą* lub *Pomoc kuchenna*²⁰⁷. W każdym z poszczególnych działów znajdują się liczne wątki, a w każdym wątku dodawane są tematy spójne z tytułem.

Interlokutor inicjujący temat rozmowy rozpoczyna konwersację w sposób schematyczny. Analiza poszczególnych tematów z obu portali pozwoliła na uwagę, że pierwszy interlokutor – nadawca tematu stosuje powitanie w formie: *Dzień dobry, Witam, Witam serdecznie, Witam wszystkich, Cześć*, a kończąc replikę, stosuje pożegnanie w formie: *pozdrawiam* lub akt podziękowania: *Dzięki za odpowiedzi ;), Z góry dziękuję za odpowiedzi, Z góry dziękuję i pozdrawiam, Będę wdzięczny za wszelkie sugestie, Liczę na waszą pomoc;*). Oto przykład formuł inicjalnych i finalnych z omawianych wortalu:

„*Dzień dobry*. Jak w temacie szukam pomocy w sprawie wybory jednej z tych ofert:

<https://allegro.pl/i...7695103079.html>

<https://allegro.pl/o...asta-6871826190>

Którą wybrać?

Pozdrawiam” [PC/F²⁰⁸: 13.12.2018].

„*Dobry wieczór wszystkim!* Mam jedno pytanko, będąc w Niemczech często jadłam »Hähnchen Orange« , baaardzo mi to smakowało, parę razy próbowałam zrobić w domu, niestety daleko mi do tamtego smaku Może ktoś także lubi kuchnię azjatycką i zna przepis na te danie? *Z góry bardzo dziękuję!*” [PG/F: 21.11.2018].

W analizowanym gatunku internetowym w serwisie PCLab.pl pojawiają się powitania składające się z form adresatywnych typu: *Panowie...*

oraz pożegnanie w formie aktu przeproszenia:

²⁰⁷ Zob. <https://gotujmy.pl/forum/> [odczyt: 20.11.2018].

²⁰⁸ F – forum.

„[...] *Sory że tak pytam* ale interesuje mnie informacja specyficznie dla mojego przypadku” [PC/F: 5.12.2018].

Kolejni interlokutorzy, w obu portalach, rezygnują z form powitania i pożegnania, przechodząc od razu do kwestii poruszanej w pierwszej replice.

Wśród analizowanego materiału badawczego sporadycznie pojawiały się repliki inicjujące temat bez powitania i pożegnania. Oto reprezentatywne przykłady:

„*co wybrać do chłodzenia i8700K??*” [PC/F: 13.11.2018].

„*W planie zmiana procka,mobo,ram. Co polecacie na ten moment ? Zestaw do gier. GPU to 1060 6gb. W tej chwili posiadam [...]*” [PC/F: 21.04.2018].

„*Ktoś miał styczność z krakowską szkołą KSR? Zmierzam wybrać się do nich na kurs, ale chciałabym wcześniej zasięgnąć informacji. Ktoś coś?*” [PG/F: 25.05.2017].

2.3. Gatunki użytkowe

W podstawie materiałowej występują dwa gatunki użytkowe, których stosowanie widoczne jest w portalu Gotujmy.pl (porada i przepis kulinarny) i PCLab.pl (porada), natomiast nie stwierdzono ich występowania w Pudelku.

Redaktorzy obu omawianych stron stosują tytuł działu np. *Porady* (Gotujmy.pl) lub *Poradniki* (PCLab.pl) jako formę zwieńczenia tematycznego oraz nawigacji wewnątrz portalu. Wioletta Wilczek, analizując portale motoryzacyjne, zwraca uwagę na gatunki użytkowe, gdyż jak twierdzi, są to formy, „wskazujące na pragmatyczny i praktyczny charakter wymiany treści między użytkownikami” [Wilczek 2015: 438]. Zarówno w portalu internetowym o tematyce kulinarnej, jak i technologiczno-informacyjnym odbiorcy poszukują sprawdzonych informacji dotyczących konkretnego tematu. W Gotujmy.pl są to informacje dotyczące gotowania, przyrządzania różnych potraw, a także przygotowywania stołu lub domu na określone wydarzenie rodzinne (uroczystości okazjonalne lub stałe czy tematyczne spotkania). PCLab.pl z kolei gromadzi użytkowników, których interesują informacje dotyczące nowości w świecie technologii lub adeptów rozpoczynających swoją przygodę w świecie informatyki.

2.3.1. Porada

Pierwszy z wymienionych wyżej gatunków użytkowych to porada, która w źródłach leksykograficznych oznacza ‘udzielenie komuś rady; też: to, co się komuś zaleca jako

środek na coś' [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 707]. Aleksander Wilkoń, analizując gatunki mówione, wymienia poradę jako jedną z czynności słownych, która może wystąpić w ramach jednej rozmowy [por. Wilkoń 2003: 57]. Ewa Ficek, zajmując się poradnictwem w kontekście jego modelu gatunkowego oraz tekstowych aktualizacji, określa poradę jako warunek, bez którego poradnik nie może istnieć. Zaznacza przy tym, że samo istnienie porady nie umożliwia nazwania miejsca jej publikacji poradnikiem [Ficek 2013: 95]. Istnienie porad w obrębie dyskursu internetowego/elektronicznego, a ściślej w portalu internetowym, jest możliwe, co wspomniana autorka potwierdza „mówiąc nieco kolokwialnie: pojedyncza (po)rada nie czyni poradnika, tzn. nie ma poradnika bez porad, ale porady mogą istnieć poza medium poradnika” [Ficek 2013: 95]. W analizowanych portalach internetowych działy poświęcone poradom są realizowane w sposób zróżnicowany.

Zakładka *Porady* w wortalu Gotujmy.pl stanowi serię rad o różnej problematyce. Liczne, już wcześniej wspomniane formy doradzania, zostały podzielone na cztery tematyczne działy. Wśród nich jest segment *Porady*, w którym znajdują się sekcje zatytułowane następująco: *Domowe Alkohole*, *Porady na błysk*, *Kulinarne ABC*, *Porady dla kobiet*, *Porady zdrowotne*, *Fotografia kulinarna*, *Porady finansowe* oraz *Kącik Babci Halinki* itp. W dziale *Przyjęcia*, dotyczącym przygotowywania różnych uroczystości, redaktorzy umieścili zakładki typu: *Organizacja przyjęć*, *Menu na przyjęcia*, *Zaproszenia na przyjęcia*, *Podziękowania*, *Uprzejmości z okazji przyjęć*, *Humor przy stole* i *Toasty*. Dział *Produkty* – trzecia kategoria doradzania, obejmuje składniki potraw lub ich innowacyjny sposób wykorzystania. Zakładka *Wiadomości* stanowi urozmaicony tematycznie segment, w którym obiorcy mogą odnaleźć treści ogólnie związane ze światem kulinarnym. Wśród zakładek znajdują się takie, które dotyczą np. informacji na temat znanych kucharzy, ich działalności lub spotkań z nimi, np.: *Wydarzenia*, *Gwiazda w kuchni*, *Wydarzenia – relacje*, *Wydarzenia – wkrótce*. Liczne porady tego działu stanowią nawiązanie do gatunku, jakim jest recenzja: *Recenzje programów i filmów*, *Recenzje książek*, *Recenzje restauracji* lub inne formy informacyjne: *Aktualności Gotujmy.pl*, *Eurociekawostki*, *Smaczki*, *Trendy kulinarne* itp.

PCLab.pl jest portalem aktualizowanym stosunkowo często, o czym świadczą nowe artykuły na stronie. Działu *Poradniki* jednak nie aktualizowano od 2015 roku²⁰⁹ (niniejsza analiza obejmuje lata 2016-2018), co utrudnia kompletną charakterystykę.

²⁰⁹ Ostatni wpis w dziale *Poradniki* datowany jest na 4.03.2015 r., por. <https://pclab.pl/tip/Pierwsze.kroki.z.Androidem.poradnik,61965> [odczyt: 20.11.2018].

W celu porównania form, obejmujących kwestie porad w obu wortalach, pod uwagę zostały wzięte (przy założeniu, że redaktorzy przez nieuwagę lub niedbalstwo pomijali oznaczanie nowych wiadomości jako porady) artykuły publicystyczne sprofilowane poradnikowo. Dzięki stałej obserwacji serwisu można przyjąć, że występowanie tego rodzaju treści nie było sporadyczne/przypadkowe. Wśród licznej egzemplifikacji reprezentatywne są zatem porady tytułowane wprost formą typu: *poradnik inny niż wszystkie; w tym poradniku pokażemy* lub przy użyciu zaimków pytających: *jak i jaki*. Oto kilka przykładów tytułów i lidów z serwisu PCLab.pl:

Jak pogodzić akustykę i współczesny minimalizm. Poradnik inny niż wszystkie [PC/T: 3.11.2017];

Jak to działa? Raytracing i techniki oświetlenia globalnego [PC/T: 1.05.2018];

Jaki router do 300 zł? Test modeli: Asus RT-AC1200G+, D-Link DIR-842, TP-Link Archer C1200, TP-Link Archer C8 [PC/T: 29.11.2017];

Składanie komputera jest znacznie prostsze, niż wielu się wydaje. [W tym poradniku pokażemy krok po kroku – podkr. J.M.], jak należy składać komputer, i podzielimy się kilkoma istotnymi wskazówkami, które ułatwią ten proces [PC/L: 30.07.2018].

Oto przykłady z portalu Gotujmy.pl:

Jak zrobić śliwownicę? [PG/T: 8.11.2016];

Jak zrobić nalewkę z porzeczki? [PG/T: 9.11.2018];

Jak zrobić nalewkę z mirabelek? [PG/T: 19.07.2018].

W ramach analizy w obu serwisach zauważono ten sam sposób konstruowania tytułów tekstów poradnikowych. Tytuły te charakteryzują się: stałym zaimkiem pytającym, konstrukcje często są zakończone znakiem zapytania lub formą sugerującą poradę, m.in. przez użycie w nagłówkach np. PCLab.pl leksemów typu: *porównanie* czy *test*, a także przez fingowane formy dialogowe, występujące w Gotujmy.pl, np. *Brak pomysłu na dynię? Zobacz, co z niej wyczarować!* [PG/T: 12.09.2018].

Zestawienie korpusów porad z obu analizowanych portali potwierdza istnienie przynajmniej dwóch schematów tworzenia instrukcji poradnikowych. W wortalu PCLab.pl porady są połączone gatunkowo z artykułami publicystycznymi.

W Gotujmy.pl są natomiast analogiczne do schematu komponowania przepisów. Rozbudowana jest tylko część wstępu, w której autor szczegółowo opisuje przygotowywane danie. Przepis kulinarny jako składowa porady omówiony został poniżej.

2.3.2. Przepis kulinarny

Przepis kulinarny rozpatrywać należy w odniesieniu do dwóch pojęć: *przepisu* i *recepty*. *Przepis* to ‘zbiór wskazówek określających sposób wykonania czegoś’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 772], natomiast *recepta* ‘przepis podający składniki i sposób przygotowania jakiegoś produktu’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 821]. Wiesław Żarski początków przepisu upatruje w funkcji opisowej języka. Zauważa, że przepis przez liczne przeobrażenia dopiero w XIX wieku zaczął nawiązywać do gatunku użytkowego, jakim jest instrukcja. Z czasem wyznaczono jego segmenty strukturalne, do których zaliczono: miarę, wagę, czas, a także składniki [Żarski 2008: 22-34].

Przepis kulinarny jako gatunek użytkowy w formie instrukcji stanowi schematyczną konstrukcję ekspozycyjno-argumentacyjną, której celem komunikacyjnym jest wykonanie określonego zadania, dzięki określonym krokom postępowania [Żarski 2008: 72-78, por. też: Majchrowska 2018]. Dzięki podobieństwom strukturalnym, poznawczym, pragmatycznym i stylistycznym można wyznaczyć obligatoryjne, fakultatywne i uzupełniające cechy przepisu kulinarnego [por. Wojtak 2014a: 63-71, Żarski 2008: 76-79].

Dodawane w portalu Gotujmy.pl przepisy charakteryzują się schematyczną konstrukcją. Struktura przepisu zamknięta została w sześciu oknach, na które składają się 3 kolumny i 2 wiersze, oddzielone dzięki niewidocznym poziomym i pionowym liniom [por. Majchrowska 2018].

Od lewej – w segmencie pierwszym, znajduje się informacja o autorze (pseudonim, liczba dodanych przepisów, ranga oraz zdjęcie). Segment główny usytuowany jest pośrodku. Zawarto w nim tytuł i lid gatunku użytkowego oraz informacje poboczne m.in. datę dodania, poziom trudności, czas przygotowania i ocenę użytkowników wortalu. W ostatnim segmencie tego wersu znajduje się materiał ilustrujący danie.

Poniżej opisanego segmentu znajduje się pionowy blok z listą potrzebnych składników, następnie w głównej kolumnie jest dział zatytułowany *Sposób przygotowania*, a ostatni to segment reklamowy.

Rama tekstowa przepisu składa się z tytułu, głównie w funkcji nominatywnej – informującej o głównym składniku dania, np.:

„Klopsiki z sosem” [PG/T: 25.04.2017].

„Pierogi z kaszanką na patelni” [PG/T: 28.10.2018].

„Jajka w sosie grzybowym” [PG/T: 8.02.2017].

Lid, traktowany jako motto, sporadycznie występuje w zwiastunie z layoutu strony. Stanowi natomiast konstytutywny składnik struktury wewnątrz portalu. Występuje często jako opis przemyśleń nadawcy tekstu lub motto. Użytkownicy dzielą się spostrzeżeniami dotyczącymi zarówno subiektywnej oceny dania lub opinii innych o nim, jak i licznymi radami. Oto przykłady:

„Pyszna sałatka z wędzonym kurczakiem i kaszą kuskus. *Idealna nie tylko na imprezy z przyjaciółmi czy rodzinne spotkania*” [PG/L: 2.09.2018];

„Pyszne śledzie na świąteczny stół w leju z musztardą *ale muszą się przegryźć smaki przynajmniej 24 godziny w lodówce*” [PG/L: 31.12.2018].

Korpus przepisu kulinarnego jest również schematyczny. Sporadycznie występują w nim śródtytuły jako elementy ułatwiające nawigację w tekście. Oto przykład takiej realizacji:

T: *Delicja z jabłkami*

L: *Pyszne ciacho, które dzięki jabłkom i galaretkie nie jest za słodkie. Delicje dodają dodatkowego smaku. Idealne i na co dzień i od święta.*

K: **Robimy biszkopt:**

Białka oddzielić od żółtek i ubijać na najwyższych obrotach, jak będą ubite to dodawać po łyżce cukru, a potem po jednym żółtku. Na sam koniec dać mąkę pszenną i mąkę ziemniaczaną wymieszane z proszkiem do pieczenia. Powoli wymieszać i wyłożyć do formy o wymiarach 25x35 wyłożonej papierem do pieczenia. Piec około 20 minut w temp. 180 stopni do suchego patyczka.

Robimy placek kokosowy:

Białka oddzielamy od żółtek i ubijamy, stopniowo dodajemy cukier, a następnie po jednym żółtku. Następnie dajemy kokos i mąkę ziemniaczaną wymieszaną

z proszkiem do pieczenia. Delikatnie mieszamy i wykładamy na formę o wymiarach 25x35 wyłożoną papierem do pieczenia. Pieczemy około 30 minut w temp. 180 stopni.

Robimy masę jabłkową:

Jabłka obieramy i kroimy w kostkę, dajemy do garnka, dodajemy cukier i wodę i chwilę gotujemy, aż jabłka troszeczkę zmiękną. Odstawiamy jabłka z ognia wsypujemy galaretkę pomarańczową, mieszamy i odstawiamy do tężenia.

Robimy masę śmietanową:

Dwie galaretki pomarańczowe rozpuszczamy w dwóch szklankach wody i odstawiamy do stężenia. Ubijamy śmietanę śnieżkę na mleku i wlewamy tężejącą galaretkę²¹⁰.

Nadawca tekstu stara się w ten sposób ułatwić odbiorcy wykonywanie kolejnych kroków. Za pomocą wyróżnienia poszczególnych etapów wskazuje liczbę elementów potrzebnych do przygotowania. Taka forma pozwala również uniknąć ewentualnych pomyłek w odczytaniu. Odbiorca realizując kolejno wyznaczone części, ma możliwość osiągnięcia pomyślnego wyniku.

2.4. Akty mowy w elementach komentujących

Komentarz jako gatunek dziennikarski może przybierać różne formy: wprowadzającą, analityczną, odredakcyjną czy perswazyjną. Wielość sposobów rozumienia gatunku wskazuje na jego uniwersalność, ale też złożoność. Elementy komentowania bowiem, jak twierdzi Maria Wojtak, obecne są we wszystkich gatunkach, szczególnie sprofilowanych publicystycznie [Wojtak 2008: 82]. Wspomniana językoznawczyni komentarz rozumie jako „komunikat, który w sposób subiektywny przedstawia określone aktualne fakty lub wydarzenia. Jest wypowiedzią autorską, wyrażającą z reguły wprost opinię o określonym zjawisku społecznym, gospodarczym czy politycznym. Może mieć charakter polemiczny w stosunku do opinii innych publicystów lub konkretnych polityków czy ugrupowań społecznych i politycznych” [Wojtak 2008: 82].

Leksem *komentarz* w następujący sposób zdefiniowano w *Słowniku języka polskiego PWN* w opracowaniu Lidii Drabik, Elżbiety Sobol i in.: 1. ‘objaśnienie w formie wstępu lub przypisów, dodane przez autora lub wydawcę na początku lub na końcu tekstu wydawanego dzieła’; 2. ‘utwór publicystyczny interpretujący lub oceniający określone zagadnienia’ i 3. ‘wypowiedzi, uwagi o kimś lub o czymś’

²¹⁰ <https://gotujmy.pl/delicja-z-jablkami,przepisy-ciasta-przepis,276925.html> [odczyt: 20.11.2018].

[Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 339]. W internetowej wersji słownika doprecyzowano, że jest to ‘uwaga na temat kogoś lub czegoś, najczęściej krytyczna lub złośliwa’²¹¹. Komentarz w analizowanych portalach przybiera dwie formy: delimitatora finalnego gatunków wypowiedzi od nadawców i aktów mowy od odbiorców.

Elementy komentowania w korpusie są najbardziej widoczne w Pudelku. Występują jako delimitatory finalne newsów, czyli „krótkie, jednozdaniowe formy – takie jak pytania” [Wierzbicka 1983: 126] czy prośby. Anna Wierzbicka wyróżniła następujące komponenty mentalne definiujące:

prośbę:

chcę żebyś zrobił dla mnie coś dobrego (X)

mówię to, bo chcę żebyś to zrobił

nie wiem czy to zrobisz, bo wiem, że nie musisz robić tego, co ja chcę, żebyś robił

[Wierzbicka 1983: 129]

i pytanie:

chcę żebyś sobie wyobraził, że ja nie wiem tego, co ty wiesz i, że ty chcesz mi to powiedzieć

mówię to, bo chcę, żebyś mi to powiedział [Wierzbicka 1983: 129].

Takie dyrektywy odgrywają znaczącą rolę, bo jak twierdzi Kazimierz Opałek, są skonwencjonalizowanymi aktami werbalnymi posiadającymi zdolność wpływania na zachowania ludzkie [Opałek 1974: 96]. Paweł Nowak dodaje, że „wśród dyrektyw pojawiają się bardzo szeroko rozumiane polecenia wiążące, które zobowiązują odbiorcę do zrobienia czegoś (rozkazy, nakazy, zarządzenia czy zalecenia) oraz polecenia niewiążące, które polegają na dzieleniu się swoimi pomysłami lub potrzebami (rady, sugestie czy prośby). Poza tym do dyrektyw zaliczane są także zakazy, których skutkiem ma być niewykonanie, niezrobienie czegoś przez odbiorcę, oraz pytania o wiedzę dla wyrównania poziomu wiadomości przez odbiorcę u nadawcy. Takie pytania, a nie pytania sprawdzające wiedzę, nazywane są przez [Eddę – przyp. J.M.] Weigand pytaniami eksploratywnymi i erotetycznymi” [Nowak 2016: 205]. Można uznać, że nadawca (redaktor) za pomocą pytań poszukuje informacji lub stosuje je w celu naprowadzenia odbiorcy na właściwą odpowiedź. W portalach internetowych pytania służą raczej chęci osiągnięcia określonego celu perlokucyjnego, czyli uzyskania odpowiedzi, dodawanych przez użytkowników.

²¹¹ Komentarz [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/komentarz;2472578.html> [odczyt: 18.07.2018].

Dalej wspomniany autor pisze, że „dyrektywy wprowadzają do wypowiedzi elementy narracji dynamicznej/sprawczej, ponieważ ich pojawienie się w opowieści skutkuje podjęciem jakiegoś działania lub jego zaniechaniem, a pytania ustalają precyzyjnie znaczenie wspólnotowej lub indywidualnej interpretacji rzeczywistości w wypowiedzi, tekście czy języku” [Nowak 2016: 205]. Dialogowość w kontakcie pośrednim nadawcy i odbiorcy uwidacznia się w konsytuacji, w której kontekst sprofilowany jest tematycznie. Odbiorca odczytujący publikowane treści już od chwili wejścia na stronę wykazuje chęć uczestnictwa. Użyte środki, gry z odbiorcą czy wszelkie formuły stosowane przez nadawców są elementami odpowiedzialnymi za fortunność²¹² aktów mowy. Za Aleksym Awdiejewem można uznać, że w odniesieniu do aktów dyrektywnych bardziej precyzyjne są warunki skuteczności:

- a) „warunek wstępny – założenie, iż odbiorca jest w stanie wykonać czynność (x) będącą przedmiotem aktu dyrektywnego;
- b) warunek korzyści – nadawca informuje odbiorcę, że x leży w jego (nadawcy) interesie, że jest dla niego dobre;
- c) warunek proporcjonalny – mówiący o tym, iż nadawca przedstawia w swoim akcie przyszlą czynność x, którą odbiorca ma wykonać;
- d) warunek podstawowy – założenie, że nadawca podejmuje próbę zmuszenia odbiorcy do wykonania x, wiąże się to z możliwością zastosowania przez nadawcę sankcji” [Awdiejew 1987: 45-46 za: Janczak 1997: 24-25].

W portalu internetowym występują nadawca i odbiorca. Celem nadawcy jest wywołanie reakcji u odbiorcy, której efektem będzie umieszczenie komentarza pod tekstem. Przyjmując, że x to dodany komentarz (produkt finalny), można doprecyzować zgodnie ze wspomnianą typologią, że w każdym wortalu nadawca zakłada, że odbiorca jest w stanie dodać komentarz (warunek wstępny). Użytkownik, wybierając określoną stronę, ma bowiem sprzęt potrzebny do pełnego uczestnictwa (komputer, klawiatura, dostęp do sieci). Nadawca nie wprost informuje odbiorcę o własnej korzyści z dodania komentarza. W funkcjonowanie komercyjnych stron internetowych wpisana jest chęć zysku z reklam lub ruchu w serwisie – kliknięcia, dodawanie komentarzy (warunek korzyści). W kolejnym warunku nadawca niebezpośrednio wskazuje na czynność, która ma zostać wykonana przez odbiorcę. Delimitator końcowy korpusu w postaci pytania nie może być pytaniem retorycznym

²¹² Warunki pomyślności Austin zamyka w trzech kategoriach [por. Levinson 2010: 266-267].

w związku z dialogową strukturą netlogową (warunek proporcjonalny). Zmuszenie odbiorcy ze strony nadawcy nie ma możliwości zaistnienia w dosłownym znaczeniu, gdyż interlokutorzy są oddaleni od siebie w przestrzeni wirtualnej. Leksem *zmusić*, *zmuszać* w znaczeniu ‘skłonić do czegoś wywierając nacisk’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1327], może implikować zatem, że nadawca zmusza do reakcji odbiorcę już przez wybór tematu, użyte środki językowe, a nawet zamierzone błędy językowe itp. (warunek podstawowy). Kliknięcie w tytuł i przeniesienie do korpusu tekstu jest częściowo osiągniętym celem nadawcy.

Formą prowokacji nadawców w kierunku odbiorców jest korzystanie z pytań i zdań pytajnych w rozumieniu Kazimierza Ajdukiewicza [1965: 86-94]. Badacz, opisując konstrukcję pytań, wskazuje na trójelementowy schemat: partykułę pytajną, całe zdanie oznajmujące i znak zapytania kończący wypowiedź [Ajdukiewicz 1965: 86]. Odnosząc do nowej teorii Johna Austina budowę takiego aktu mowy, w którym połączona jest prośba i pytanie, uznać można, że aktem lokucyjnym jest komunikat i jego budowa. Ten rodzaj pytań jest nieliczny. W przykładzie:

Kogo tym razem bardziej przypomina wam Roxi? Byłą żonę obecnego męża byłej żony Jacka czy była żonę Jacka? [PP/K: 22.04.2018],

zaimek *kogo*, zdanie oznajmujące *tym razem bardziej przypomina wam Roxi* i znak zapytania, sugeruje schemat odpowiedzi *x* – odpowiedź w formie opisowej sugerowana w drugim zdaniu lub konkretne imię kobiety, będącej byłą żoną, *x tym razem bardziej przypomina Roxi*. Zdanie oznajmujące według Ajdukiewicza jest daną pytania [Ajdukiewicz 1965: 87].

Innym przykładem aktu mowy w formie pytania jest:

Czy Karolina ma szansę utrzymać się w show biznesie na dłużej? [PP/K: 24.05.2018],

w którym występuje schemat partykuła pytajna *czy*, pełne zdanie oznajmujące i znak zapytania. Jest to przykład pytania rozstrzygnięcia, w którym tylko dwie odpowiedzi sprzeczne są dopuszczane: *tak* lub *nie* [por. Ajdukiewicz 1965: 89]. W wyekscerpowanym materiale występują połączenia prośby z pytaniem. Budowa zdań pytajnych jest często nieco inna. Nadawcy unikają używania partykuł pytajnych. W przykładzie:

Podoba wam się w takich klasycznych spodenkach asymetrycznych? A może wolicie ją w biznesowych zestawieniach? [PP/K: 27.05.2018]

nie ma partykuły pytajnej *czy*, ale forma pytania sugeruje jej celowe pominięcie. Zadane pytanie z użyciem właściwej partykuły nie zmienia sensu: [Czy] *Podoba wam się w takich klasycznych spodenkach asymetrycznych? A* [/czy] *może wolicie ją w biznesowych zestawieniach?* Celowy zabieg pomijania partykuł pytających, których wykorzystywanie zaliczane jest w zdaniach zamkniętych, warunkuje dłuższe odpowiedzi odbiorców. Stanowi też formę inicjowania dyskusji. Podobne przykłady tego typu to:

[Czy] *Spodziewaliście się, że „Pysiula” potrafi być tak porywczy?* [PP/K: 09.04.2018];

[Czy] *Myślicie, że Bosak jakoś mu odpowie?* [PP/K: 17.03.2018],

sugerują odpowiedź jednoznaczną *tak* lub *nie*.

Niektóre pytania mogą służyć do komunikowania o czymś, stąd w portalu Pudelek.pl w celu zainicjowania wirtualnej rozmowy nadawcy stosują pytania sugestywne, informując w nich swoich odbiorców o poruszonym temacie, kwestii nieznaney dotąd użytkownikom. Jest to zgodne z typologią pytań Kazimierza Ajdukiewicza²¹³: „tę własność zdań pytajnych, iż komunikują one pewne wiadomości wyrażalne przy pomocy założeń pytania, spożytkowujemy stawiając tzw. [pytanie sugestywne – zm. J.M.], tj. pytanie stawiane w celu udzielenia osobie pytanej informacji, jakiej osoba ta nie zna” [Ajdukiewicz 1965: 89].

Liczną grupą w zebranych materiale przykładowym stanowią formy pytania lub prośby złączonej z pytaniem, przybierające różne postaci. W podstawie materiałowej występują one jako wymogi, rozkazy czy prośby w obrębie zdań rozkazujących lub pytających [Sośnicki 1963: 1-2]. Oto reprezentatywne przykłady:

Zobaczcie dziwaczny konglomerat twarzy, spojrzeń i okładek, które zafundowała nam redakcja Vivy. Też myślicie, że to tylko „kwestia makijażu”? [PP/K: 27.06.2018].

Zobaczcie najlepszy product placement ostatnich lat. Zachęciła Was do zakupu? [PP/K: 27.06.2018].

²¹³ Na konstrukcje pytajne o różnych funkcjach zwraca uwagę Grażyna Filip, czyniąca m.in. przedmiotem językowego zainteresowania wypowiedzi krytyczne dotyczące świata kultury, kreowanego za pośrednictwem filmu, teatru i współczesnej literatury [Filip 2013: 10].

Zobaczcie zdjęcia z rejsu Majdanów po Sekwanie. Małgosi się chyba nie podobało... [PP/K: 04.07.2018].

Zobaczcie Małgonię w dwóch stylizacjach na ramówce TVN-u. Zachęciła Was do oglądania Iron Majdan? [PP/K: 31.01.2018].

Zobaczcie, jak Paulina pozowała na ścianie. Piękna? [PP/K: 28.01.2018].

Poniżej przeczytacie całą dyskusję. Dobrze jej powiedziała? [PP/K: 26.06.2018].

2.5. Akty mowy w komentarzach użytkowników

W portalach internetowych uwidacznia się pierwotna koncepcja dotycząca aktów mowy zaproponowana przez Johna Austina. Mimo jej zrewidowania przez samego autora swojego podejścia w podjętej analizie zasadne jest skorzystanie z jego fundamentalnych ustaleń. W portalu internetowym bowiem, jako gatunku w formie kolekcji, procedurą można nazwać samo funkcjonowanie portalu, jego zaistnienie. Zarówno w portalu technologiczno-informatycznym, jak i rozrywkowym oraz poradnikowym realizuje się niezależnie istniejący schemat zamknięty w superstrukturze, oznaczający okoliczności. Uczestnikami natomiast są nadawcy (jawni i ukryci) i odbiorcy (częściowo ujawnieni i ukryci).

Nadawcy w portalu PCLab.pl to dziennikarze, którzy pod nagłówkami artykułów są podpisani swoim imieniem i nazwiskiem, np.: *Damian Lejnert, Mariusz Kolmer, Mateusz Ozimek* itd. Jeśli publikowany artykuł stanowi wytwór pracy zbiorowej lub jest tekstem przygotowanym przez firmę zewnętrzną w celu zareklamowania swoich produktów, oznaczany jest w miejscu adnotacji o autorze jako: *Redakcja ze współpracą z firmą Acer; Redakcja ze współpracą z firmą Udemy* czy: *Artykuł sponsorowany z zaznaczeniem firmy m.in.: Morele.net*. W Gotujmy.pl pseudonimy użytkowników są bardziej urozmaicone, przyjmując formę imienia i nazwiska, pseudonimu lub efektu innej kreatywności językowej: *rzelkazag, michal_b, Cukiereczek13, BozenaMatuszczyk, Danusia19671, kuchenny świat*. Nadawca w portalu Pudelek.pl ujawnia się tylko w kilku przypadkach. Problematyka ta jest bardziej szczegółowo omówiona w kolejnym rozdziale.

Użytkownicy analizowanych portali internetowych w różnym stopniu charakteryzują się kreatywnością językową. Po części spowodowane jest to obostrzeniami poszczególnych redakcji portali, np. w PCLab.pl i Gotujmy.pl,

użytkownicy muszą być zarejestrowani i zalogowani, aby dodać komentarz lub tekst (Gotujmy). W Pudelku nie ma takiej konieczności. Powoduje to trudności w analizie językowego obrazu poszczególnych użytkowników/komentujących, gdyż w przypadku PCLab.pl i Gotujmy jest możliwość zauważenia cech prymarnych odbiorcy przez zebranie wszystkich dostępnych replik dodawanych w wortalach. W Pudelku tej możliwości brak, a z uwagi na sporadyczne korzystanie przez użytkowników z opcji wpisania własnego pseudonimu, u większości komentujących występuje nick w formie *gość*, *gosc*. Wyjątki, które mają miejsce, najczęściej nawiązują do stylu wypowiedzi i traktują dodany podpis jako tytuł dla dodanej treści, np. *fuj*, *Zboczonywaryjat*, *Malinowska z warzywniaka*, *G*, *Barbie*, *Ferdvs kiepski*. W PCLab.pl użytkownicy wykazują się kreatywnością językową, nazywając się np.: *Putout*, *pu\$2ek*, *om3ga*, *Adio's*, *Krisol*, *ombre070*, *CryZen*, *luk21pl*, *DrW*. W Gotujmy natomiast pseudonimy nadawców treści pokrywają się z nickami, gdyż sami redaktorzy na rzecz portalu przybierają bardziej kreatywne pseudonimy, np. *Beata Jasina-Wojtalak* jako *cherry*, *Sylwia Kazmierczuk* jako *SylaUla* czy *Magdalena Pogorzelska* – *Magdalena*²¹⁴. Szczegółowe omówienie pseudonimów jako formy autoprezentacji znajduje się w kolejnym rozdziale, poświęconym analizie językowej charakteryzowanych portali.

Według Anny Wierzbickiej akt mowy (*genre mowy*) „jest działaniem, a nie wytworem (ściślej mówiąc, jest skodyfikowaną formą działania)” [Wierzbicka 1983: 127]. Autorka pisze dalej, że: „Bachtin przeciwstawiał przeciwieście bardzo ostro lingwistykę (w szerokim sensie słowa) psychologiczną lingwistykę socjologiczną, walczył z monologiczną interpretacją mowy i widział wszystkie gatunki mowy jako w istocie swojej dialogiczne, a więc oparte na dialektycznej interakcji między nadawcą a adresatem” [Wierzbicka 1983: 127].

W portalu internetowym – w każdym przypadku, wymiana dialogowa przybiera różne postaci, a szczególnie w kierunku od odbiorcy do odbiorcy i od odbiorcy do nadawcy. Pomija się w tym miejscu kwestię wymiany od nadawcy do odbiorcy, ponieważ gatunki dziennikarskie realizujące ten kierunek wymiany (internetowe i pozainternetowe) oraz użytkowe omówione zostały w poprzednich rozdziałach.

Wśród komentarzy skierowanych od odbiorców do nadawców, czyli redakcji, częstą grupę stanowią prośby rozumiane za Anną Wierzbicką jako: „chcę żebyś zrobił dla mnie coś dobrego (X), mówię to, bo chcę żebyś to zrobił, nie wiem czy to zrobisz,

²¹⁴ Zob. <https://gotujmy.pl/kontakt.html> [odczyt: 22.08.2018].

bo wiem, że nie musisz robić tego, co ja chcę żebyś robił [Wierzbicka 1983: 129].
Oto przykład:

„Tak sobie czytam, jakis aorus, niska półka, a wklepie w googla ile kosztuje taka niska półka. 700 zł, niska półka. Jak na moje to *redakcjo powinniście pietnowac* to na kazdym kroku ,ze teraz ten sprzet jest tak drogi. I tez *jestescie takim sposobem pisania winni* za ten stan rzeczy, bo jak ktos wejdzie i zobaczy ze plyta za 700 zl to jest niska polka no to przeciez trzeba kupic cos lepszego. Inflacja chyba u nas na poziomie 25%. *Chwile do tylu tansze asrocki z77-z97 byly po 300 zł. Dobre konstrukcje za 500. Co więcej oferują obecne płyty vs starsze prócz nowszego socketu?*” [PC/KU: 31.10.2018].

Użytkownik portalu PCLab.pl zwraca się do redakcji z prośbą o krytykowanie podnoszenia cen przez producentów, którzy zawyżają wartość swoich produktów w związku ze wzmożonym zainteresowaniem po dodaniu przez portal pochlebnego artykułu. Dalsza wymiana replik przeobraża się w dyskusję od odbiorcy do odbiorcy. Można uznać, że replika, przyjmuje formę potwierdzenia. Analogicznie do sporu może wyglądać następująco: wiem, że ty myślisz o Y (sprzęcie komputerowym), to samo co ja; sądzę, że ty myślisz dobrze, mówię: ...; mówię to, bo chcę żebyś wiedział, że myślę tak samo jak ty. W egzemplifikacji:

ooo jednak są jeszcze ludzie co widzą tą niekończącą się chciwość na każdym kroku [PC/KU: 31.10.2018].

Podobne tego rodzaju potwierdzenia przyjmują postać bardziej lub mniej rozbudowanych komentarzy, kolejno:

„Nie dziwi mnie ta cała sytuacja z płytami, które mają problem z temperaturami, od wielu lat producenci kastrują sekcje zasilania, a w zamian za to pakują LEDY i plastiki. *4 lata temu, za mniej niż 700 zł można było nabyć płytę z 8 fazową sekcją zasilania, gdzie obecnie taka sekcja zasilania jest stosowana w kilku topowych płyt głównych za absurdalną cenę. :E*” [PC/KU: 31.10.2018].

„*Chłopie ja mam z97 extreme 4 za 500 zł. 12 faz 2 biosy, wyświetlać kodów post, przyciski na plycie*” [PC/KU: 31.10.2018].

„*Też ją mam i też kupilem za około 500zł , w tej chwili podobna płyta kosztuje 1k+ i zalicza się do Top*” [PC/KU: 31.10.2018].

Celem illokucyjnym w przedstawionych tekstach jest zatem ukazanie jawności podnoszenia cen i braku reakcji ze strony portalu na dodawane treści. Użytkownicy przez bezpośredni zwrot do redakcji w formie *redakcjo*, podejmują próbę wpłynięcia na nadawcę treści, by ten poprawił tekst.

Innym przykładem prośby jest również osiągnięcie określonego rezultatu. Pudelek.pl, jako portal znany z treści o charakterze mocno kontrowersyjnym, otrzymał od jednego z użytkowników prośbę:

„*My Pudelkowicz prosimy o art o SEX TAŚMIE Gochy i radoslawa!!! Jest grubo! Gośka ma... złote usta! :)*”[PP/KU: 24.01.2018].

Wystosowana prośba od odbiorcy do nadawcy w postaci aktu dyrektywnego w pierwszej osobie liczby mnogiej *my...prosimy o*, jest formą stylizowaną na odbiorcę grupowego, w celu zwiększenia efektu perlokucji. Człon dookreślający w formie *Jest grubo! Gośka ma... złote usta! :)* stanowi akt mowy w formie świadectwa. Użytkownik bowiem stara się powiedzieć, że *mówi to, co wie; wie to nie dlatego, że ktoś inny to powiedział; sądzi, że nikt nie może powiedzieć, że on tego nie wie; mówi to, bo chce, żeby wszyscy wiedzieli, że to jest prawda*, by nawiązać do fundamentalnej publikacji Anny Wierzbickiej [Wierzbicka 1983: 134]. Konstrukcja składniowa *jest grubo* wyraża przekonanie do poznanej już treści. *Grubo* w znaczeniu potocznym to ‘cecha czegoś, co ma stopień dużo większy niż zazwyczaj, dlatego zwraca uwagę’²¹⁵. O emocjonalności przekazu może świadczyć użycie wykrzykników, ich zwielokrotnień po każdym zdaniu oraz wersaliki jako substytut krzyku [por. Grzenia 2006: 119-120].

Przedstawione przykłady potwierdzają przyjętą typologię, w której makroakt jest nadrzędny mikroaktom, występującym wewnątrz gatunku. Analiza komentarzy użytkowników dodawanych w poszczególnych portalach potwierdza też spostrzeżenia Kazimierza Ożoga, który podczas analizy tekstów wyborczych w charakterze językowego działania zauważył, że „makroakt składa się z kilku podporządkowanych mu aktów mowy” [Ożóg 2001b: 312], określanymi dalej mikroaktami [por. Skowronek 1993: 15].

W celu przedstawienia dialogowości w portalu i wielokierunkowości komunikacji, w komentarzach użytkowników poszczególnych portali internetowych, trójelementowy

²¹⁵ Por. http://wsjp.pl/index.php?id_hasla=20844&id_znaczenia=5176538&l=9&ind=0 [odczyt: 22.08.2018].

podział postów wydaje się właściwy. Komentarze dzielą się bowiem na akty mowy skierowane do:

1. Nadawcy tekstu (redaktora, dziennikarza, osoby publikującej na stronie) jako wypowiedzi krytyczne, których celowość uwidacznia się w ukazaniu błędów, gaf, których dopuścił się autor tekstu lub sposobu prezentowania produktu przez wskazanie na nieprawidłowości, nieaktualność tematu lub bezzasadność przyjętej argumentacji lub wniosków.
2. Osoby opisywanej w dodanej treści, przyjmując postać aktów komisyjnych lub dyrektywnych z bezpośrednim zwrotem do tej postaci.
3. Innych komentujących jako wyraz potwierdzenia dialogowości tej formy gatunkowej, jaką jest portal internetowy czy ogólniej internet. W tej grupie dodawanych postów istnieje najwięcej mikroaktów mowy, a w ramach wymiennych replik może powstawać specyficzna odmiana socjolektalna lub środowiskowa. W PCLab.pl uznawana nawet za odmianę języka „komputerowców” [Cudak, Tambor 1995: 197-204].

Wśród komentarzy użytkowników analizowanych portali występują zatem, takie mikroakty jak:

1. Akt chwalenia/pochwały:

— objawiający się w formie mówienia dobrze o kimś (np. wygląd zewnętrzny, zachowanie), o czymś (czynnościach wykonywanych przez osoby), szczególnie przedstawianych, w gatunkach wypowiedzi obecnych w ramach tekstów tekstów-matek, osobach (celebrytach) lub ich profesjach, produktach, daniach skierowanych do nadawcy tekstu jako wyraz aprobaty na poruszony temat:

„*Wygląda bardzo ładnie*” [PP/KU: 01.11.2018] – o wspomnianej w treści osobie;

„*Pomimo, że jej nie lubię, a jej uroda też nie przypadła mi do gustu, to muszę przyznać, że tu wyjątkowo wygląda ślicznie i promiennie! Brawo!!!*” [PP/KU: 01.11.2018];

— skierowany do innych użytkowników wortalu, często jako wyraz potwierdzenia wybranego punktu widzenia:

„*Dobry pomysł!*” [PC/KU: 31.10.2018];

— w formie generalizowania i podawania ogólnych sądów o kimś lub o czymś, bez ewidentnego zwrotu do adresata, co uniemożliwia zorientowania komentarza, np.:

„Fajnie że dba o środowisko ale kultury osobistej to jej często brakuje, wylazi buractwo i zadufanie w sobie” [PP/KU: 04.11.2018];

„Ciekawy pomysł na sałatkę! Dobrze dobrane smaki!” [PG/KU: 15.10.2018] – o opisanym w przepisie daniu.

2. Akt wyjaśnienia, za Wierzbicką „sądzę, że nie rozumiesz X; sądzę, że chciałbyś to rozumieć; mówię: ...; mówię to, bo chcę, żebyś to rozumiał” [Wierzbicka 1983: 132]. Można je uznać za minirecencje. Oto przykłady:

„To przeczytaj art pod którym komentujesz - problem nie jest z chłodnym CPU (chłodnym bo nie może pracować ze swoim zegarem) a z przegrzaną sekcją zasilania” [PC/KU: 01.11.2018];

„Dyskusja na te temat była wiele razy, na pewno jest taniej na premierę, ale nie aż tak jak sugerujesz, dodatkowo przy chęci powrotu do gry którą sprzedaliśmy koszty rosną tego ogrania i w powtórcie lepiej kupić cyfrę na promocji, niż znów nabywać pudełko ;)

Dużo zależy jak grami i ile czasu nam potrzeba, jak widzisz tydzień minął i różnica w samym kup teraz to około 70zł, a to już nie jest wcale taką małą kwotą. Każdy chwali swoje ale jakiś umiar w koloryzowaniu trzeba mieć.

Co do karty to 1060 jest na poziomie Xboxa lub jak już chcemy go przebić to 1070 i nie są to już wydatki większe niż cena samej konsoli, bo cena obecnie 1060 6gb zaczyna się na ceneo od 1100zł a 1070 od 1700zł.

Ps. Na OLX cena w tej chwili zaczyna się od 160zł dla Xboxa ;)” [PC/KU: 22.09.2018].

Autor powyższego komentarza w czterech akapitach swojego tekstu stosuje akty wyjaśnienia, przekonuje do swoich racji, udowadniając niezasadność informacji podanych przez przedmówców. W portalu Gotujmy.pl jest inaczej. Akt ten współistnieje z aktem chwalenia, jak w przykładach:

„Dobre chilli powinno być ostre i wyraziste - patrząc na przepis można stwierdzić, że Twoje takie jest! :) Nic tylko przy najbliższej okazji zrobić i przetestować! [PG/KU: 30.06.2018];

„Chili con carne to sycące danie, które zaspokoi każdy głód :) Twoje danie wygląda bardzo apetycznie, przepis z pewnością wypróbuję!” [PG/KU: 30.06.2018].

3. Akt ostrzeżenia. Anna Wierzbicka, uznając ostrzeżenie za jeden z genrów mowy, wskazuje na relację nadawca – odbiorca w bezpośrednim kontakcie (korzysta z formy osobowej drugiej osoby liczby pojedynczej: *mówię, jeśli zrobisz; chcesz; żebyś mógł;*) [Wierzbicka 1983: 129]. W komunikacji internetowej (pomijając czaty czy komunikatory, w których interlokutorzy mogą prowadzić konwersację w grupie zamkniętej lub z wybranymi partnerami rozmowy) komentarze są powszechnie dostępne i odczytywać je może każdy. Nie ma ograniczenia, co wskazuje na to, że dodawane formy mogą również przybierać formę aktu „ogłoszenia” [Wierzbicka 1983: 132]. Oto przykład:

„Od dawna widać że jest niezrównoważona ,ta pani jest chora psychicznie pomóżcie jej” [PP/KU: 05.11.2018].

W zaprezentowanym przykładzie obok aktu podanego w prezentowanej tu kategorii współwystępuje akt prośby widoczny w dyrektywie *pomóżcie jej*. Bezpośredni zwrot stanowi odezwę do bliżej nieokreślonej grupy – do jakiegoś Wy, którym mogą być użytkownicy i nadawcy (redaktorzy, wydawcy) portalu.

4. Wyraz ironii na zaprezentowany temat. Użytkownicy nie wprost w sposób opisowy lub w formie zabawowej wskazują na różnice między dotychczasowo znanym, a zaprezentowanym w artykule produkcie:

„Nie no genialnie RTX za prawie 6000 zł nie radzi sobie w 4K z 60 FPS. Równie dobrze można kupić Xbox one x za 1800 zł i też się cieszysz bo jakość obrazu strasznie nie odstaje, a gra nawet na zestawie za 11 000 zł (SIC!) Nie chodzi płynnie” [PC/KU: 21.09.2018].

Leksem *genialnie*, od słowa *genialny* w znaczeniu ‘światny, doskonały’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 227] występuje w kontekście, w którym,

jak zauważa Jadwiga Puzynina, ewentualne niezrozumienie komunikatu spowoduje błędne odczytanie intencji autora [Puzynina 1988: 42]. Całość w odniesieniu do pełnego tekstu dziennikarskiego ma wydźwięk ironii, kpiny czy drwiny z przedstawionego przez redaktorów produktu. Podobnym przykładem jest komentarz w formie gry. Oto on:

„Lipiec 2013. AMD wydaje 2 procesory:

- 8 rdzeniowe procesory serii 9xxx
- 5GHz Turbo
- 220W zmierzone (TDP 220W)
- wysoka cena 500-900\$

Mija ponad 5 lat...

Październik 2018. Intel wydaje 2 procesory:

- 8 rdzeniowe procesory serii 9xxx
- 5GHz Turbo
- 220W zmierzone (TDP 95W)
- wysoka cena 500-900\$

Znajdź różnice... [PC/KU: 31.10.2018].

3. Podsumowanie

Podstawa materiałowa niniejszej rozprawy pozwala stwierdzić, że gatunki mowy/wypowiedzi dodawane w portalach internetowych, wykazują strukturane podobieństwo w sposobie prezentacji. Niezależnie od tematu dodawanych treści znajdują się w schematycznie zamkniętych *netlogach*, składających się z *tekstów-matek* (tekstów od redakcji) i *tekstów-opinii* (komentarzy użytkowników). Element uzupełniający stanowi materiał ilustrujący.

Zróznicowanie z kolei widoczne jest w wyborze gatunków wypowiedzi, dodawanych przez profesjonalistów i/lub nieprofesjonalistów z dziedziny. Tematyka istotnie wpływa na ich wybór. Porównanie materiału egzemplifikacyjnego pozwala w *tekstach-matkach* wyróżnić trzy odmiany gatunkowe: pozainternetowe, internetowe i użytkowe.

W portalu Pudelek.pl występują wyłącznie gatunki pozainternetowe: zapowiedź, news i sylwetka. Serwis kulinarny Gotujmy.pl to reprezentant wypowiedzi pozainternetowych – zapowiedź, internetowych – forum oraz użytkowych: porada

i przepis kulinarny. Podobnie produktywny portal stanowi PCLab.pl, w którym występują wszystkie odmiany gatunkowe: pozainternetowe (zapowiedź, artykuł), internetowe (forum, blog) oraz użytkowe (porada).

Spośród analizowanych gatunków internetowych zapowiedź widoczna jest w każdym portalu. Charakterystyczne dla niej jest dopasowywanie się do profilu poszczególnych wortalu. Przybiera mniej lub bardziej rozbudowane wersje siebie, występując m.in. w formie tytułu, tytułu i lidu, a także tytułu, lidu i fragmentu korpusu. Poszczególne składniki przede wszystkim lid można potraktować jako zanikający lub wymienny. Wszystkie wariacje lidu opatrzone są linkiem.

W segmencie *tekstów-opinii* występują komentarze użytkowników, które można podzielić na skierowane do: nadawców gatunków wypowiedzi, osób opisywanych w treści lub innych komentujących. Użytkownicy korzystają z aktów chwalenia, wyjaśnienia, ostrzeżenia. Sporadycznie stosują ironię, by nie wprost poinformować o niezgodnościach w przedstawianych treściach.

Rozdział szósty

UCZESTNICY NETLOGU I ICH STRATEGIE KONWERSACYJNE

1. Identyfikatory nadawcy i odbiorcy w portalu internetowym

Warta podkreślenia w portalach internetowych jest, jak twierdzi Wioletta Wilczek, „dwoistość funkcjonowania nadawcy” [Wilczek 2016: 7] oraz analogicznie – odbiorcy. Z jednej strony nadawcami są autorzy publikowanych treści, bądź bardziej ogólnie właściciele portali, a z drugiej użytkownicy, komentujący artykuły i reagujący wzajemnie na dodawane komentarze. Naprzemiennosc ta różnie uwidacznia się w poszczególnych portalach. Uzależnione jest to od tematyki wybranych stron i asynchronicznej formy komunikacji, w której reakcje odbiorców są odroczone w czasie. Sposób ten pozwala na przemyślenie i wypracowanie określonego modelu komunikacji [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 87], z którego nie wszyscy użytkownicy, analizowanych w niniejszej pracy portali internetowych, korzystają.

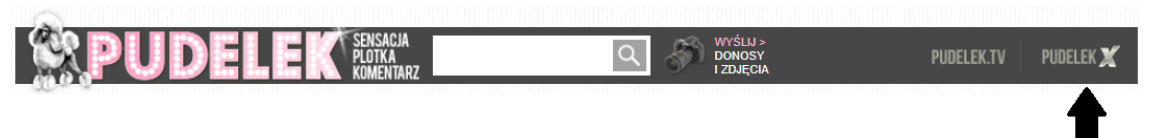
Istotne jest rozróżnianie nadawcy i odbiorcy, bowiem w analizowanych portalach, czyli w różnych formach komunikowania przy pomocy przestrzeni wirtualnej, użytkownicy/czytelnicy czy sami nadawcy tekstów, przedstawiają się w pewien mniej lub bardziej czytelny sposób. Interesujące w analizowaniu pseudonimów internetowych jest podejście Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej, która traktuje przybrane przez uczestników komunikacji internetowej nazwy, jako sposoby autoreklamy [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 85]. Obserwacje poczynione w ramach niniejszej analizy są zbieżne z tymi, na które wskazuje wspomniana językoznawczyni. Dodatkowo można uznać, że przybrane nazwy są też swoistą formą autoprezentacji lub nagłówkiem dla dodanej treści, szczególnie w Pudelku. Interlokutorzy bowiem przy użyciu określonego pseudonimu pragną być postrzegani właśnie tak, a nie inaczej. Specyfika wybranego kształtu tytułu takiej, jak twierdzi Walery Pisarek, swoistej nazwy własnej [Pisarek 1966] świadczy o kreatywności właściciela określnika. Forma ta jest jednym z pierwszych wyborów, których muszą dokonać użytkownicy sieci w celu uczestniczenia w konwersacji. Często odczytywanie już opublikowanych na stronach treści, dostępnych bez potrzeby logowania, może ułatwiać tworzenie identyfikatorów (użytkownik podpatruje inną formę i wymyśla analogiczną). Zauważalna jest znacząca

potrzeba oryginalności i wyróżnienia się na tle funkcjonujących już formuł. Użytkownicy starają się w taki sposób zasygnalizować swój internetowy wizerunek, by zyskać sympatię pozostałych członków rozmowy.

Termin *nick*, *nickname* jest leksemem zapożyczonym z języka angielskiego i oznacza ‘przydomek, przezwisko’ [Kałuża 1997: 219]. W *Słowniku języka polskiego PWN* *przezwisko* to ‘nadana komuś dodatkowa żartobliwa lub złośliwa nazwa’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 785], a *przydomek* został wyjaśniony jako ‘nadana komuś dodatkowa nazwa, zwykle charakterystyczna dla danej osoby’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 790]. Ostatnia definicja wydaje się najlepiej tłumaczyć, czym jest pseudonim, w znaczeniu ‘imię, nazwisko lub inna nazwa, której ktoś używa, aby ukryć swoje prawdziwe imię i nazwisko’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 803]. Powiązanie między leksemami *przydomek* i *pseudonim*, zauważalne jest w pozytywnym nacechowaniu obu wyrazów. Rzeczownik *przezwisko* ma natomiast pejoratywne konotacje. Aktualnie jeszcze *login* w znaczeniu ‘identyfikator użytkownika podawany podczas rozpoczynania pracy z systemem komputerowym’ [Bańko red. 2003: 754] stanowi formę nazwy, dzięki której użytkownik może być identyfikowany w zasobach publikowanych na portalach internetowych. W portalach PCLab.pl i Gotujmy.pl login mieści się na winiecie. W przypadku Pudelka możliwość logowania została usunięta z winiety. Poniżej dwie winiety, które ukazują opisaną zmianę:



Ryc. 41 Winieta portalu Pudelek.pl, 13.12.2017 r.



Ryc. 42 Winieta portalu Pudelek.pl, 20.10.2018 r.

Uznając zatem nazwy użytkowników zamiennie jako nicki, pseudonimy czy przydomki, a także loginy, interesujące wydaje się wyróżnienie sposobów językowego kreowania siebie na poszczególnych portalach. Alina Naruszewicz-Duchlińska twierdzi, że „nick można porównać do pierwszego wrażenia przy spotkaniu »twarzą w twarz«. Jest czynnikiem decydującym o tym, czy kontakt zostanie nawiązany. Kontynuacja porozumienia zależy już od osobistych cech i celów

interlokutorów, ale to właśnie nick sprawia, że dana osoba zostaje uznana za interesującego partnera potencjalnego dyskursu” [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 86].

1.1.Pseudonimy nadawców

W toku analizy zauważono, że loginy prezentowane przez nadawców tekstów są mniej kreatywne i oryginalne niż prezentowane przez odbiorców-użytkowników sieci. Nadawcy tekstów, widoczni w każdym przypadku, stosują sposoby autoreklamy. Alina Naruszewicz-Duchlińska określa je również autoidentyfikatorami [Naruszewicz-Duchlińska 2010: 1²¹⁶]. PCLab.pl jest reprezentantem portalu, w którym nadawcy przedstawiają swoje prawdziwe dane, podając imiona i nazwiska już w zapowiedzi tekstu lub zaraz pod nagłówkiem artykułu przy wyświetleniu korpusu, co widać w poniższym przykładzie:



Ryc. 43 Zapowiedź internetowa z portalu PCLab.pl, 9.11.2017 r.

Teksty zamieszczane przez nadawców mogą być autorstwa jednej osoby, stąd w materiale egzemplifikacyjnym częste podawanie pełnego imienia i nazwiska np.: *Maciej Zabłocki*²¹⁷, *Przemysław Juraszek*, *Wojciech Koczyk*, *Piotr Kwiatkowski*,

²¹⁶ Tekst dostępny pod adresem internetowym: http://www.academia.edu/2334156/Autoidentyfikatory_w_internetowych_grupach_dyskusyjnych [odczyt: 20.09.2018].

²¹⁷ W przypadku cytowania krótszych fragmentów, nazw własnych, leksemów lub innych wyrażań z portali internetowych, w których data dodania nie stanowi istotnej roli, przy określonych cytacjach stosuje się zapowiedź miejsca przytaczanych treści w tekście lub skrót nazwy portalu, analogiczny do poprzednich rozdziałów, tj.: PP – Pudelek.pl, PG – Gotujmy.pl, PC – PCLab.pl.

Mateusz Brzostek, Marek Kowalski, Mateusz Ozimek, Krzysztof Wołk, Damian Lejnert, Piotr Gołąb, Karolina Kowalska. W przypadku chęci większej rozpoznawalności lub/i wyrazistości autor umieszcza przy swoim nazwisku pseudonim: *Kamil .qam Przybysz*. Zdarza się, chociaż sporadycznie, że artykuł został napisany przez kilku nadawców, wtedy nick przybiera postać wyliczenia. Oto wybrane przykłady takich realizacji: *Piotr Gołąb, Mateusz Ozimek* czy *Mateusz Brzostek i Przemysław Juraszek*. Autorzy rzadko przedstawiają siebie inicjałem imienia i pełnym nazwiskiem, jak w przykładzie *M. Brzostek, K. Tobiasz* lub *P. Pilarczyk, Gosia Madej*²¹⁸, *M. Zabłocki*, w których użyte zostały inicjały oraz imię w formie deminutywnej.

Stosowane powyżej formuły świadczą o tym, że nadawcy nie unikają odpowiedzialności za przedstawiane fakty, a prezentowanie swojego nazwiska dzięki temu przyczynia się do odbioru tekstu jako bardziej wiarygodnego. Alina Naruszewicz-Duchlińska potwierdza te spostrzeżenia, pisząc, że „ktoś, kto nie boi się przedstawić imieniem i nazwiskiem – odpowiada w pełni za treść swych słów” [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 87].

W prezentowanym wortalu PCLab.pl nadawcy ujawniają się również jako współpracujące ze sobą ugrupowania, zbiorowości czy firmy. Ilustrują to wybrane przykłady z najczęściej stosowanymi incipitami: *Material powstał we współpracy z Udemy, Redakcja we współpracy z Aruba Cloud, Redakcja we współpracy z firmą Acer, Redakcja we współpracy z x-kom, Redakcja we współpracy z firmą Huawei, Redakcja we współpracy z SteelSeries, Artykuł powstał we współpracy z HP, Redakcja we współpracy z MSI* czy *Artykuł partnerski*.

W zaprezentowanej niżej ostatniej grupie przykładów nadawcami są konkretne pojedyncze przedsiębiorstwa lub firmy. Artykuły sponsorowane, bo takie noszą miano, w egzemplifikacji wyróżnia się czerwoną, pogrubioną czcionką oraz wersalikami i umieszcza pod nagłówkiem. W takich realizacjach wprowadza się w strukturze korpusu dodatkowy składnik (wers lub drugą część nagłówka), następnie poniżej segment oznaczający nadawcę – firmę przygotowującą artykuł. Oto przykłady oznaczania firm: *Morele.net, AleRabat, X-KOM.PL, AMD* czy *Redakcja* wraz z zapowiedziami:

²¹⁸ W zakładce *Redakcja* przedstawione nazwisko występuje w wersji *Małgorzata Madej*. Zastosowana w podpisie artykułu forma stanowi formę prawdopodobnie wstępnego przygotowania tekstu, której prawdopodobnie nie zauważono przy korekcie lub pozostawiono jako wyraz zaplanowanej przyjacielskiej relacji (zdrobnienie imienia). W wortalu PCLab.pl pracuje osoba odpowiedzialna za redakcję i korektę językową. Por. <https://pclab.pl/redakcja.html> [odczyt: 19.09.2018].



Bezprzewodowe zarządzanie domem **ARTYKUŁ SPONSOROWANY**

FIBARO | 06.06.2018 | 5602 odsłony | 16 komentarzy

Producenci nowoczesnych rozwiązań z branży IT nie przestają zaskakiwać. Podobnie dzieje się na dynamicznie rozwijającym się rynku urządzeń automatyki budynkowej, popularnie określanej jako Smart Home.

[więcej »](#)

Tagi: fibaro, motion sensor, smart home



Mobile Developer - ile zarabia twórca aplikacji na smartfony?

ARTYKUŁ SPONSOROWANY

Artykuł sponsorowany | 27.08.2018 | 9071 odsłon | 17 komentarzy

Dynamiczny rozwój technologii powoduje, że na rynku pracy wciąż wzrasta zapotrzebowanie na programistów, w tym także na Mobile Developerów, czyli specjalistów odpowiedzialnych za tworzenie aplikacji na smartfony i inne urządzenia przenośne. Osoby pracujące na takim stanowisku mogą liczyć na atrakcyjne wynagrodzenie, czego potwierdzeniem są stawki oferowane na branżowym portalu [No Fluff Jobs](#).

[więcej »](#)

Ryc. 44 Zapowiedzi artykułów sponsorowanych z portalu PCLab.pl: 6.06.2018 r. i 27.08.2018 r.

W Gotujmy.pl autorzy tekstów korzystają z możliwości nadania sobie pseudonimu. Forma ta nie sygnalizuje dystansu do przekazywanych treści, lecz dążenie do wspólnoty z odbiorcami. Świadczy o tym fakt, że redaktorzy portalu, w celu potwierdzenia tożsamości i wiarygodności, w zakładce *Kontakt* są przedstawieni z imienia i nazwiska wraz z przyjętym nickiem²¹⁹. W przypadku dodawanych treści – szczególnie przepisów lub porad, przez użytkowników-współtwórców²²⁰ portalu – zasada jest analogiczna, osoby te są wyszczególnione w pierwszym segmencie korpusu, co świadczy również o autentyczności i prawdziwości udostępnianych materiałów. Oto przykład tej realizacji:

Jaglane placuszki z brzoskwinia i jabłkiem
18 wrz 2017 14:04
TRUDNOŚĆ: łatwiej | CZAS: 1-30 min
★★★★★
ocena: 0/5 głosów: 0

Pyszne i zdrowe śniadanie w wykorzystaniem kaszy jaglanej. W tym danu w znakomity sposób możemy przemycić owoce. Smakują wyśmienicie na ciepło jak i na zimno.

Składniki:
Jaglne placuszki z brzoskwinia i jabłkiem

REDAKCJA POLECA

Ryc. 45 Fragment korpusu przepisu kulinarnego z portalu Gotujmy.pl, 18.09.2017 r.

W tym przykładzie przywołane są trzy nazwiska osób, które są stałymi redaktorami Gotujmy.pl: *Beata Jasina-Wojtalak* pod pseudonimem *cherry*, *Sylvia Kazimierczuk*

²¹⁹ Por. <https://gotujmy.pl/kontakt.html> [odczyt: 20.09.2018].

²²⁰ O odbiorcy-współtwórcy dialogu pisze Magdalena Ślawska [Ślawska 2014: 56].

jako *SylaUla* i Magdalena Pogorzelska – *Magdalena*²²¹. Wymienione panie dodają teksty (porady, przepisy) na stronę w ramach swojej pracy zawodowej. Pozostałe przepisy umieszczane są przez nadawców, którzy stanowią grupę użytkowników-współtwórców. Loginy odbiorców, z uwagi na podwójną rolę w analizowanym wortalu, szerzej zostały omówione w kolejnych partiach tego rozdziału, w podrozdziale 1.2.

Autorzy tekstów, które są umieszczane w Pudelku, nie przyznają się tak otwarcie do swoich wypowiedzi, jak wcześniej scharakteryzowani nadawcy z Gotujmy.pl czy PCLab.pl. Redaktorzy Pudelka występują pod pseudonimami, przy których brak wyjaśnienia i możliwości odszukania potwierdzonej o nich informacji. Odbiorcy nie są więc w stanie sprawdzić, kim jest nadawca tekstu. Obok samej formy ukrycia pod nieidentyfikowalnym pseudonimem zastanawia fakt umieszczania podpisu pod newsem. Nie jak zwykle przy nagłówku, lecz u dołu tekstu. Oto fragment korpusu newsa, ilustrujący opisany przypadek:

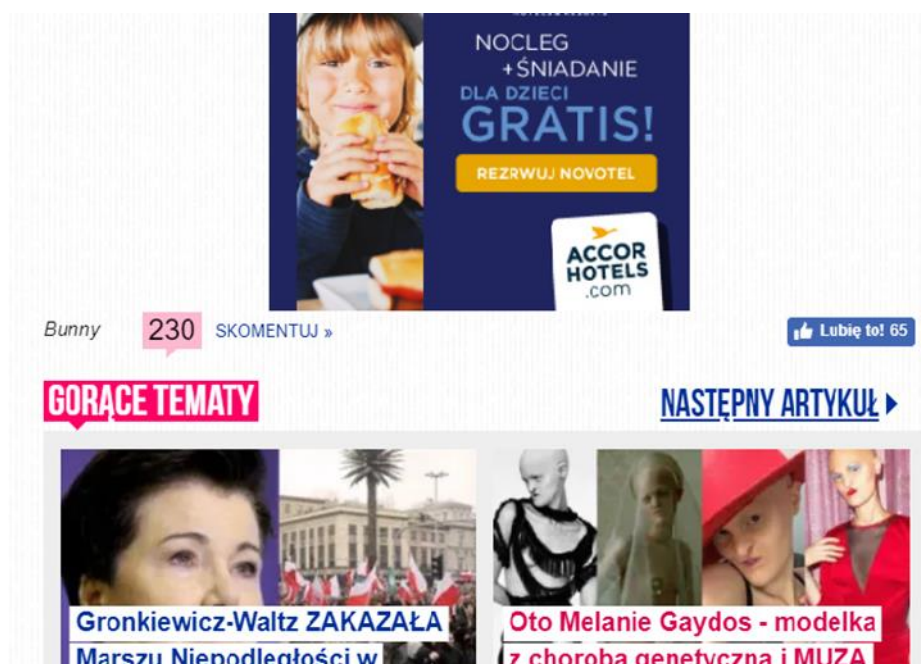


Ryc. 46 Fragment korpusu newsa z portalu Pudelek.pl, 11.08.2018 r.

Za Zbigniewem Bauerm można uznać, że podpisy (jeśli zostają dodane), są w przedziale 7-10 ekranów komputerowych. Badacz pojedynczy ekran komputera określa leksją²²² [Bauer 2015: 89]. Podpis ten nie jest graficznie wyeksponowany (brak wytłuszczenia, stosuje się tylko kursywę). Podczas przeglądania wortalu można zatem pominąć ten element. Przyjęta forma maskowania wskazuje również na chęć ukrycia podpisu między kolejnymi informacjami, reklamami, komentarzami czy zapowiedziami, tak jak w przykładzie z użyciem pseudonimu *Bunny*. Oto wizualizacja:

²²¹ Redaktorka została usunięta z segmentu *Kontakt* na przełomie października i listopada 2018 r.

²²² Leksja stanowi również najmniejszy fragment hipertekstu opatrzony hiperłączem, por. <http://techsty.art.pl/hipertekst/teoria/teoretycy/barthes.htm> [odczyt: 20.09.2018].



Ryc. 47 Fragment korpusu newsa z wortalu Pudelek.pl – lokalizacja użytego pseudonimu

W Pudelku oprócz wymienionej powyżej nazwy *Bunny*, oznaczającej w języku angielskim ‘króliczek’ [Kałuża 1997: 45] występują również np.: *Perla* ‘perła’, *Ivy* w znaczeniu ‘bluszcz’, *Queen* ‘królowa’, *DollFace* ‘twarz lalki’. Wiele przybranych pseudonimów stanowi nawiązanie do imion lub pseudonimów znanych współcześnie postaci. Wśród imion i nazwisk zapożyczonych z języka angielskiego występuje, np. *Roy*. Inny to *Tiga*, nawiązujący do kanadyjskiego muzyka i producenta, który jest znany pod pseudonimem *Tiga*, a jego pełne nazwisko brzmi *Tiga James Sontag*. Nazwa własna *Droppa* stanowi nawiązanie do nazwiska czeskiego piłkarza *Lukáša Droppy*, który gra obecnie na pozycji defensywnego pomocnika w klubie *Szachtior Karaganda*²²³. Wśród materiału egzemplifikacyjnego znalazły się też zapożyczenia z języka słoweńskiego, np.: *vas* oznaczające ‘ty’ lub *Kokosimo* ‘kokos’. Dość często pojawia się również pseudonim *Bal*, który jako zapożyczenie z języka niderlandzkiego oznacza ‘piłkę’²²⁴. Przedstawione wybrane nazwy własne nadawców treści w Pudelku pozwalają stwierdzić, że autorzy w żaden sposób nie sugerują swoich prawdziwych imion, nazwisk lub innych charakterystycznych cech, które mogłyby chociaż w małym stopniu identyfikować prawdziwe dane autora nadawcy wpisu.

Liczna grupa newsów z Pudelka w ogóle pozbawiona jest podpisu. Z jednej strony jest to forma asekuracji ze strony wydawców, uniemożliwiająca identyfikację tekstu.

²²³ <https://www.transfermarkt.pl/lukas-droppa/profil/spieler/81959> [odczyt: 20.09.2018].

²²⁴ Wyjaśnienie poszczególnych pseudonimów zostało dokonane przy użyciu słownika internetowego *Google Translate*, zob. <https://translate.google.pl/m/translate?hl=pl> [odczyt: 20.09.2018].

Tym samym w przypadku publikowania treści godzących w dobre imię konkretnych osób odpowiedzialność ponosi portal internetowy, w tym przypadku Pudelek. Podobnie dzieje się w sytuacji pochwał lub gratulacji za zainteresowanie wartościowym tematem, co rzadko ma miejsce. Z drugiej strony taka forma prezentacji treści w tym portalu internetowym nie dziwi. Nadawcy – dziennikarze i nieprofesjoniści, piszący teksty na stronę – są chronieni przez wydawców. To właściciele ponoszą odpowiedzialność za udostępniane materiały. Jest zatem pewność, że dobre imię autora tekstu nie ucierpi, a gwarantowana anonimowość działa pobudzająco na nadawców. Zachęca do wyrażania skrajnych opinii i wniosków, co potwierdzają publicyści, nazywający portale tabloidowe fabryką kłamstw²²⁵.

1.2.Pseudonimy odbiorców

Pseudonimy odbiorców-współtwórców portali internetowych są bardziej kreatywne od nicków nadawców. Jednym z ich sposobów są proste antroponimy, jako imiona, nazwiska lub ich połączenia w formie podstawowej, z inicjałem nazwiska, zapisywane także niezgodnie z polskimi zasadami użycia wielkiej i małej litery:

1. W Pudelku są to np.: *Ewa, Anna, Olga, Beata, Barbara, monika, Monika, Marta, Nina, natalia, Sylwia, ADAM, Paweł, Alojzy, Jacek, Teodor, Łukasz, Michał, wiesiek, Ewa K i Marta K, Faustyna Kranda.*
2. W Gotujmy: *Elisa, Ewa, Bernadetta, halina, edytaha, Martajadwiga, LauraLaura, Katarzyna J., michal_b, dorota w, EwelinaP, OktawiaG, AnetaŚw, Alex_M, Natalia Skóra, BozenaMatuszczyk, Agnieszka Rec, Siba Mtongana, Anna Petryna, Klaudiusz Kocemba.*
3. Użytkownicy PCLab.pl przedstawiają się analogicznie, co widać w egzemplifikacji: *Kowal, henryk nowak, _michal_w_.*

Wśród zebranych antroponimów sporą grupę stanowią formy od nich pochodne. Należą do nich deminutywy: *Ola* (Aleksandra), *Jola* (Jolanta), *Aga* (Agnieszka), *Grażynka* (Grażyna), *Klarunia* (Klara), *Kasia* (Katarzyna), *Amelka* (Amelia), *Grześ* (Grzegorz), *Mira* (Mirosława), *Elka ż*, *Elka* (Elżbieta), *Anka* (Anna), *wiesiakl* (Wiesława), *Monii* (Monika), *Lolek* (Karol), *Ew*, *ina* (wiele polskich imion)

²²⁵ W artykule pt. *Fabryka kłamstw* zostały przedstawione wskazówki tworzenia tekstów na portale plotkarskie. Wśród nich w formie dyrektyw wymieniono takie jak: donoś, zmyślaj, przyklepaj łątki, podkrecaj, krzywdź, wstydz się. Por. R. Kim, E. Lis, E. Gębura, 2014, *Fabryka kłamstw* [w:] <https://www.newsweek.pl/polska/fabryka-klamstw-jak-zarabiaja-serwisy-internetowe-newsweekpl/xvm4xhq> [odczyt: 21.09.2018].

zakończonych na *-a*, m.in. Karolina, Sabina, Ewelina, Karina itp.), *Malgo* (Małgorzata) – Pudelek.pl, *basiamig* (Barbara), *Rossi* (Róża), *Netka* (Aneta), *Agaciorek* (Agata), *ankaszym* (Anna), *jolao* (Jolanta) – Gotujmy.pl czy jak w PCLab.pl: *Gosia* (Małgorzata) oraz augmentatyw: *Gocha* (Małgorzata) zauważony tylko w Pudelku.

Należy zauważyć, że w Pudelku użytkownicy często korzystają z powszechnie funkcjonujących zdrobnień, powstałych przez skrócenie podstawowej formy imienia. Może to być ucięcie końcowej części wyrazu i dodanie odpowiedniej dla rodzaju końcówki (*Aga*, *Mira*, *Malgo*) lub początkowej (*Netka*, *ina*). Forma *Ew* stanowi skrócenie od imion: *Ewa* lub *Ewelina*. Innymi formami mogą być takie sposoby, jak dodanie żeńskiego formantu, np. *-ka*, *-unia* (*Amelka*, *Grażynka*, *Klarunia*) lub męskiego *-ek*. W przytoczonej egzemplifikacji antroponim *Agaciorek* jest wyrazem kreatywności użytkownika, który korzystając z męskiej formy morfemu utworzył żeński derywat *Agaciorek*. Zgrubienie wystąpiło tylko raz w formie *Gocha*, jednak jest to forma, w której nie ma negatywnego znaczenia, lecz większy ładunek ekspresji [por. Grzegorzczkowska, Laskowski, Wróbel red. 1999: 427]. Jan Grzenia zauważa, że tego rodzaju formy mogą funkcjonować u rozmówców, między którymi istnieje pewna zażyłość²²⁶. Autor ma na myśli kontakt bezpośredni w świecie realnym. W sieci odbiorcom zależy na skróceniu dystansu, a za Aliną Naruszewicz-Duchlińską można uznać, że przez takie zachowanie „twórcy portali internetowych starają się tworzyć iluzję rzeczywistego kontaktu” [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 85]. W przedstawionych nazwach własnych nie ma konsekwencji w użyciu małej lub wielkiej litery. Obie formy są stosowane w równym stopniu, co widać również w następujących przytoczeniach.

W podjętej analizie zwraca uwagę użycie antroponimów imion w formach pochodnych z połączeniem liczbowym. W Pudelku jest ich mało, np.: *Jeni42*, *Karoola123*, natomiast w Gotujmy.pl i PCLab.pl, stanowią pokaźną grupę. Oto reprezentatywne przykłady z wortalu Gotujmy.pl: *Karolina0506*, *aneta8185*, *dorota20w*, *gosiapiotrek23*, *katarzynka455*, *Justi21* (Justyna), *Justi 2401*, *misia5* (Michalina, Dominika), *MonikaT83*, *eli_555* (Elżbieta), *jagoda59*, *martyna12*, *Anastazja324*, *adzia11* (Anna, Angelika), *lukas198408*, *gosia47-47*, *iwa643* (Iwona), *Gusia85* (Bogumiła, Jagoda, Agata, Agnieszka), *madzik323*, *jaga85* (Jagoda, Jadwiga), *Danusia19671*, *patunia87* (Patrycja), *sandra_1988*, *bogusia82* (Bogumiła, Bogusława),

²²⁶ Por. potoczność w sieci w rozdziale siódmym.

milka1000 (Emilia). Wewnątrz PCLab.pl są to: *ania1984*, *maniek919*, *Jacek1991*, *Adam524*, *Marek1981*, *john0*, *Kris194*. Niektóre formy stanowią nawiązanie lub są zaczerpnięte z innych języków, szczególnie z języka angielskiego: *lukadd*, *stanley* [PC], włoskiego: *Titoo*, *Titobandito* [PC], hiszpańskiego: *losdamianos*, *variato*, *Promilus1984*, *gregorio*, *el_darko*, *olafo* [PC], rosyjskiego: *Gozno3211*, *Stjepan* (Stiepan) [PC] lub sporadycznie włoskiego i angielskiego: *PrimoGhost* [PC].

Przy imionach pojawiają się człony dookreślające, związane przede wszystkim z miejscem zamieszkania bądź cechą użytkownika: *aniagdynia*, *Krakowianka* [PG], *Anna z Legionowa*, *warszawianka*, *henry zbawiciel* [PP].

Wśród antroponimów występują wersje ze zwielokrotnieniami poszczególnych liter lub innymi przekształceniami (orto)graficznymi: w Pudelku to *Jaaaa*, *Liluu*, *Allina*, *Mateooo*, *kris*; w Gotujmy.pl: *alaaa*, *aginaa*, *WWWiola*, *Yoleeev*, a w PCLab.pl: *magiick*, *Mat9v*, *luk21pl*, *MAR89TUM*, *bi3dron4*, *iD4Ru73k*, *pu\$2ek*, *om3ga*, *k4cz0r*, *RaVen01*. Widoczny w przytoczeniach jest zapis literowo-cyfrowy, który występuje w śródgłosie i wygłosie. Użytkownicy tworzą antroponimy, wplatając cyfry wizualnie przypominające litery alfabetu: *a-4*, *e-3*, *o-0*, *z-2*. Tego rodzaju zabiegi świadczą o kreatywności autora onimu.

Odrębną grupę stanowią nazwy z komponentem *gość* w różnej postaci, występujące tylko w Pudelku. W segmencie, w którym użytkownik ma możliwość dodania komentarza są dwa okna, na treść i podpis. Po zapisaniu tekstu następuje akceptacja przez kliknięcie formuły: *Dodaj komentarz*, następnie replika pojawia się wśród innych uwag użytkowników. Wypowiedzi wyświetlane są w sposób chronologiczny. Wyjątek w stosowaniu tej zasady stanowi zakładka *Popularne komentarze*, która jest kolejną częścią opisywanego segmentu. Wyświetlane są tu komentarze, przy których umieszczono największą liczbę pozytywnych głosów – „kciuków w górę”. Stałym elementem segmentu, umożliwiającym dodanie komentarza, jest już wpisana nazwa *gość*, którą użytkownicy mogą, ale nie muszą zmieniać: *gość*, *Gość*, *gosc*, *Gosc*, rzadko wzmocniony wykrzyknikiem lub emotikonami: *Gość!!!*, *gość!!!*, *Gość! Gość:-D!!*

W źródłach leksykograficznych leksem *gość* to kolejno: 1. ‘osoba przybyła do kogoś w odwiedziny; też: uczestnik jakiejś imprezy’; 2. ‘klient w restauracji, kawiarni, hotelu itp.’; 3. ‘bliżej o nieznanym mężczyźnie’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 241]. W nawiązaniu do pierwszego aspektu znaczeniowego można uznać odbiorców Pudelka za odwiedzających gości, co implikuje sam przytoczony leksem. Przestrzeń rzeczywista zostaje przeniesiona do wirtualnego świata. Drugie wyjaśnienie

jest również zasadne, gdyż poszczególne portale internetowe czerpią korzyść z ruchu na stronach, co jest możliwe dzięki odwiedzającym klientom – gościom.

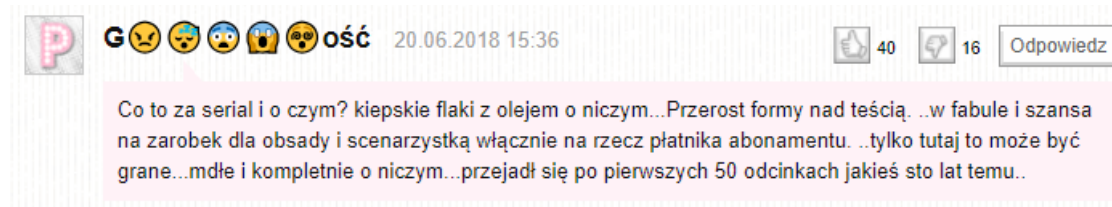
Użytkownicy dodają do swoich podpisów liczby o zróżnicowanej motywacji w celu wyróżnienia siebie. Mogą to być liczby oznaczające wiek, rok urodzenia, ulubioną liczbę lub przypadkowo wybrane cyfry m.in. są to takie formy jak: *Gość22*, *Gość33*, *Gość111*, *Gość123*, *Gość1918*, *Gość4567*, *Gość 9669*. Niektórzy uczestnicy rozmowy dodają do podpisu dodatkowe litery. Motywacją stosowania takich pseudonimów jest prawdopodobnie obawa, że wpisana nazwa (zbyt mało kreatywna) zostanie odrzucona przez system, co ma miejsce w innych portalach, w których wymogiem jest rejestrowanie swojego uczestnictwa. W Pudelku z uwagi na brak możliwości rejestrowania, użytkownicy mogą korzystać z tej samej nazwy kilkakrotnie. Problemатyczne jest to w sytuacji, gdy inny użytkownik w celu – najczęściej zabawowym – pragnie podszyć się pod wcześniej komentującego. Rozpoznanie tego rodzaju zabiegów jest na ogół niemożliwe.

Odbiorcy Pudelka mają możliwość przybierania za każdym razem innego nicka lub dodawania elementów wyróżniających ich spośród pozostałych komentujących. Oto przykład takich realizacji: *Goścaaa*, *Goścokoko*, *Goścratata*, *Gośćwio*, *Goścasd*, *Gościwa*, *Gościwy* czy *Goscbchjgigigiy*. Niektóre z nich stanowią formę zabawy klawiaturą przez instynktownie wybierane klawisze, np. prawa dłoń – *ko*, lewa dłoń – *asd*, zwielokrotnienia litery *a* czy bliskość liter: *i*, *w*, *a*, *o* dla obu dłoni. Są to też połączenia wyrazowe z określnikiem, takie jak: *Gosc Polak*. Inne formy stanowią zdrobnienia od leksemu *gość* – *goscinka*, ze wskazaniem na płeć żeńską lub *Gościówa* w znaczeniu ‘z uznaniem o kobiecie’²²⁷ i formą cyfrową: *Gośćówa13*. Ostatni przykład stanowi połączenie automatycznie zapisanego leksemu *Gość* z sufiksem *-ówa* i z elementem liczbowym. W tym przypadku autor/ka pseudonimu nie stosuje poprawnej zasady zapisu spółgłoski z samogłoską, która występuje w roli zmiękczenia. Inną formą antroponimów odbiorców jest użycie zaimka wskazującego z zaimkiem osobowym, w przykładzie: *Gość TO JA*, a także dodawanie imion (prawdopodobnie prawdziwych): *Gość Halina*, *Gośczenek* lub uznawanych za sugerujące. Zdarza się też, że użytkownicy stosują formy deskrypcyjne z przysłówkiem *Gość_obięktywnie* lub z imiesłowem przymiotnikowym czynnym: *Gość oglądająca przypadek*. W ostatnim cytacie nazwa własna została skrócona przez system portalu, który w momencie

²²⁷ *Gościówa* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/gosciowa;2462538.html> [odczyt: 21.09.2018].

dodawania podpisu nie ogranicza go, ale po opublikowaniu wyświetla tylko częściowo. W celu podniesienia własnej wartości nadawcy stosują formę oceniającą (siebie), np.: *Niezły gość, mega gość*.

Inną formą jest umieszczanie w pseudonimie emotikonów, jako naśladowanie krzyku – każda „buźka” przedstawia inny stan emocjonalny. Przykład poniżej:



Ryc. 48 Komentarz umieszczony przez użytkownika portalu Pudelek.pl, 20.06.2018 r.

Alina Naruszewicz-Duchlińska zwraca uwagę, że emocywnej i intelektualnej oceny siebie dokonuje sam użytkownik, i to on „ustala, jakie cechy chciałby wyeksponować poprzez autookreślenia. Omawiane onimy pełnią także funkcję deskrypcyjną” [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 88]. W innym miejscu autorka puentuje, że „dana osoba może posługiwać się stałym pseudonimem albo zmieniać go z wybraną przez siebie częstotliwością. Nie neguje to funkcji identyfikacyjnej nazwy, ponieważ nick spełnia właściwe zadanie, wyróżniając swego twórcę i nosiciela (w jednej osobie) z grona innych internautów, [...] Nazwy identyfikują daną osobę, pozwalając na nawiązanie z nią dialogu” [Naruszewicz-Duchlińska 2010: 2-3].

Wspomniana badaczka zauważa, że „pseudonimy internetowe bywają więc narzędziem kreowania sieciowej osobowości swego nosiciela i twórcy” [Naruszewicz-Duchlińska 2003: 88]. Często wśród onimów pojawiają się formy wartościujące. To użytkownik nadający sobie nazwę sam siebie ocenia. W Gotujmy.pl są to: *2milutka*, *Ostra na Słodko*, *czarna*, *nieuchwytna*, *superbaba4*, w PCLab.pl: *żywy*, *RdzaweOko*, *mglisty*, *mily15*, *fajny Rafałek*, *cichy45*, a w Pudelku: *wkurzony*, *Zawiedziona*, *szczęśliwy*, *wqurwiony*, *czuły jak*, *Znawca*, *sprawiedliwa*, *życzliwy*. Mogą to być też formy oceniające produkty, np.: *Xiaomi Gorsze93* [PC].

Sporą grupę stanowią onimy o proveniencji angielskiej. Są to zarówno imiona użytkowników: *ANA* (Anna), *frank55* [PP] i *caroline1983* (Karolina) [PG], jak i inne różnie motywowane leksemy: *iron fox*, *First Ever*, *Greenboy*, *frog67*, *silver shai*, *Putout*, *TopQuality*, *BlindObserver*, *wolfixx*, *leven*, *unluck85*, *nightgunner*, *VirtuaBoy*, *badboy141*, *thequeen*, *Blufox*, (PC), *EnchantedxD* [PG], *king*, *True*, *don'tLike* [PP]

w różnych językach: *Amphilyon* [PC] oraz kontaminacje, szczególnie polsko-angielskie: *McMenel*, *starck2991*, *CryZen* [PC].

Liczne są też nawiązania do filmów fabularnych, animowanych, seriali lub postaci historycznych osób znanych dawniej i współcześnie: *Borat1* (komedia), *MagicMike* (amerykańska komedia), *Superman* (postać fikcyjna), *Raider0001* (Tomb Raider – gra komputerowa), *SCOOBY666* (Scooby Doo – postać fikcyjna), *fineash* (Fineasz – postać fikcyjna z filmu animowanego), *Fonzie* (pseudonim postaci fikcyjnej), *Pitt_34* (aktor Brad Pitt) [PC], *goofy9* (Goofy – postać animowana), *anemon* (obok Luz i Marine, postać z filmu animowanego „Wojowniczkę z Krainy Marzeń”) [PG], *Kate Moss* (modelka i projektantka mody), *Loda Halama* (polska tancerka i aktora), *Rutkowski* (detektyw), Tadeusz R. (duchowny rzymskokatolicki), *Andrzej ten właśnie, Andrzej z Woli, DonaldT.* (politycy), *MagdaM* (postać z serialu telewizyjnego), *MIKI* (Myszka Miki – postać fikcyjna), *Elsa i Anna Frozen* (bohaterki filmu animowanego „Kraina Lodu”), *zorro, J.lo* (Jenifer Lopez) [PP]. Sporadycznie mogą to być również nawiązania biblijne *kain* [PC].

Sporą grupę wśród badanych nicków tworzą literonimy lub ciągi cyfr, nieumotywowane jednoznacznie. Niektóre z przytoczonych powstały najprawdopodobniej na bazie inicjałów imion i nazwisk, inne jako forma zabawy lub efekt przypadkowego połączenia liter i cyfr. W Pudelku to: *Ł, e., A, b, bb, m-m, M., M, MM, MZ, MB, JM, MS, Z.K., Xa, BB, XYZ, XXX, Xxx, OMC, az, jkl, mimi, kiki, 111, b75, Ddddddd, Bbbbbnnn, lyyy, uuu, Qwest*; w Gotujmy: *ajo, BSz*; a w PCLab.pl: *1357, GrLT, AWXYZ, p1rx79, RMS-84, AMOK11, 8V32, VP11, 9b9, vhp, qwerty666, qwertypp10, balcpccp*.

Wśród przytaczanych pseudonimów szczególną uwagę zwraca zapis nazw własnych małą literą (imiona, miejscowości). Pojawiają się formy kilkuwyrazowe w zapisie łącznym. Sporadycznie występują antroponimy oddzielone znakami typu kropka, przecinek, pauza czy podkreślnik, np.: *ONY_ZA_kare* [PG]. Formy bez znaków oddzielających utrudniają odczytanie, a ich motywację może stanowić potrzeba kondensacji treści czy konwencjonalizacji struktury portalu. W PCLab.pl są to np.: *takitamrandam, poprostujakub, mistrzsztukwszelakich*, a w Gotujmy.pl: *Cojawiemogotowaniu, kwiatkibratki, slodkokwasnakuchnia1, slodkieokruszki, karolinawkochni, szalonamonia*. Zdarza się, że do nazw własnych wprowadzana jest wielka litera w kilkuwyrazowych złożeniach w celu szybszego odczytywania (zaznaczenie granic wyrazu). Takie formy to m.in.: *NiemcyMnieBija, DarkHoly*,

TheMr., *CzarnyGerwazy*, *KowalPacholekFocusa*, *ShadowMan* [PC], *SylaUla*, *VioletoweKucharzenie*, *WanilioweImprowizacj* [PG]. Sporadycznie stosowane są formy z zapisem wersalikami jednego z członów wielowyrazowych pseudonimów, np.: *DarekGLA* [PC] i *PaniMISIOWA* [PG].

W analizowanych portalach pojawiają się także pseudonimy naśladowujące swoim brzmieniem dźwięki. Takie onomatopieczne formy to np. *jebudu* [PC] w znaczeniu potocznym, a nawet wulgarnym, leksem oznaczający uderzenie o ziemię, a także: *czybzyb*, *Ohoho* :) [PC] czy jako użycie homonimii: *Smogsmok* [PC].

Sporą grupę stanowią również antroponimy graficzne, jak np. w portalu PCLab.pl: *HAЯPAGŌN*, *..Proxy..*, *::DOOMINIQS::*, *ja__*, *SebZMC* [PC]. Zdarzają się również takie pseudonimy, które świadczą o przemyślanej strukturze m.in. nick w formie odbicia lustrzanego całego wyrazu (palindromy) lub liter początkowych i końcowych: *xolox*, *AdRijaA* [PC], *OKINOKO* [PP].

Wśród wyekscerpowanego materiału znajdują się użycia antroponimu w adresie własnej strony internetowej lub adresu e-mail jak w przykładzie: *oryginalnysmak.pl*, *lemieszek1@wp.pl* [PG], *martinkozlowski@wp.pl* [PP].

Zauważyć też można wyrazy gwarowe lub potoczne, czasami z marginesu kultury języka np.: *Pierun*, *apropos buzi*, *mam kasę*, *jakaś Polka sie* [PP]; *mitofri*, *toptiptop* [PG]; *o rety*, *Taka prawda*, *i tak mam szczęście*, *bufetowa*, *wieśniara Bara*, *wujek samo zło*, *hahahah*, *brawo!!!*, *PVDELKOWY PIERDZ!OCH*, *:-/-.:*, *:-/* [PP].

Ostatnią grupę antroponimów użytkowników, szczególnie częstą w Pudelku, stanowią nicki w formie nazwy okolicznościowej – uzależnione od tematu dodanej na stronę informacji: *Niepodległość*, *Agnostyk*, *patriota*, *Kobieta bez rolnika*, *esteta*. Dodany komentarz stanowi uzupełnienie treści, a także kontekst użycia takiej, a nie innej nazwy własnej. Oto dwie ilustracje tego sposobu:

[1] Pseudonim: *reżyser* [PP]

Komentarz: *Niech nagraja sex tape wszystkie te prostytutki a kase dadza na pogorzalcow* [PP/KU: 10.11.2018];

[2] Pseudonim: *burak* [PP]

Komentarz: *jestem najgorszym palantem w historii rolnik szuka zony* [PP/KU: 5.11.2018].

2. Leksyka ujawniająca nadawców i odbiorców

2.1. Nadawca

Nadawca jako inicjator m.in. dialogu ujawnia się przede wszystkim w formach pierwszej osoby liczby mnogiej, co wskazuje na nadawcę zbiorowego – redakcja jako grupa, przekazuje użytkownikom sieci pewne informacje. Zabieg taki jest widoczny w portalu Pudelek.pl i PCLab.pl, przy wykorzystaniu takich form werbalnych jak: *zobaczyliśmy, mogliśmy, jesteśmy pewni, nie doczekaliśmy się, donosiliśmy, przypominamy* [PP]; *wiemy, dowiedzieliśmy się* [PC]. Oto przykłady:

„Trzy lata temu Doda rzuciła Haidara. *Prypominamy* wszystkie zwroty akcji w tej historii” [PP/T: 25.11.2018].

„*Jesteśmy pewni*, że podobnie myślała Luiza Kobylecka, która dla detektywa zrezygnowała ze stanu zakonnego” [PP/K: 3.10.2018].

„Tym sposobem na profilu Stelli McCartney pojawiła się szykująca się do wyjścia, a później stojąca w kaplicy Demi Moore, a żona Robbiego Williamsa pochwaliła się zdjęciem sprzed przyjęcia oraz tuż po. Dzięki social mediom *zobaczyliśmy* też siostry Delevingne na kacu i Ricky’ego Martina w szampańskim nastroju” [PP/K: 13.10.2018].

„[...] Teraz *mogliśmy* obserwować, jak ich bliscy zareagowali na wiadomość o rychłej zmianie stanu cywilnego” [PP/K: 9.10.2018].

„Od niedawna plotki o ciąży Małgorzaty Rozenek są już tak intensywne, że nie da się ich uniknąć. Chociaż oficjalnego potwierdzenia błogosławionego stanu Gosi jeszcze się nie *doczekaliśmy*, małżeństwo Majdanów na wiele sposobów komunikuje, że coś jest na rzeczy” [PP/K: 13.11.2018].

„We wtorek *donosiliśmy* o przykrym zdarzeniu, które spotkało najpopularniejszą polską szafiarkę” [PP/K: 22.11.2018].

„[...] Transcend podał jedynie bardzo ogólne dane na temat wydajności swoich produktów. *Wiemy*, że maksymalna szybkość odczytu to 550 MB/s, a szybkość zapisu dochodzi do 400 MB/s. Obie informacje najpewniej dotyczą pojemniejszego z modeli. *Wiemy* ponadto, że współczynnik TBW dla wersji 64 GB wynosi 40 TB, a dla modelu 128 GB – 80 TB. Obie edycje objęte zostały 5-letnią gwarancją” [PC/K: 23.11.2018].

„[...] W zeszłym tygodniu *dowiedzieliśmy się*, że pakiet October 2018 Update nie usuwa błędów związanych z odtwarzaniem dźwięku, na które skarżyli się jeszcze użytkownicy Windowsa 10 w wersji April 2018 Update. Teraz *dowiedzieliśmy się*, że najnowszy pakiet poprawek dla promowanego przez Microsoft systemu operacyjnego w jakiś sposób nie współgra z oprogramowaniem dla chipów Intelu” [PC/K: 23.11.2018].

W portalu Gotujmy.pl, podobnie jak w zaprezentowanych wyżej portalach, nadawcy widoczni są w formach pierwszej osoby liczby mnogiej. Z uwagi na tematykę poruszanych treści zmienia się jednak funkcja i celowość użytych środków. Nadawcy²²⁸ w ramach prezentacji stają się instruktorami przekazywanych treści oraz partnerami/towarzyszami w przygotowywaniu potraw [Żarski 2008: 171]²²⁹.

W lidach²³⁰ występują często formy pierwszej osoby liczby pojedynczej, traktowane jako forma ujawnienia się odbiorcy w *tekście-matce* [Taras 2004: 44]. W korpusach nadawcy sporadycznie stosują pierwszą osobę liczby pojedynczej m.in.: *przesiewam, mieszam, dodaję, siekam, zawija, wkładam, oprószam, obieram, kroję, podsmażam, odkrawam, usuwam, wypełniam, układam, zapiekam*, w celu zaprezentowania poszczególnych etapów przygotowania potrawy, zgodnie z formułą – *ja demonstruje poszczególne czynności, ty powtarzaj po mnie*. Oto przykłady:

„Mąkę *przesiewam* na stolnicę. *Mieszam* z mielonymi migdałami. *Dodaję* masło i wszystko razem *siekam* nożem. Następnie *dodaję* żółtka, śmietanę, sól oraz proszek do pieczenia. *Zagniatam* ciasto. Ciasto *zawijam* w folię spożywczą i *wkładam* na 30 minut do lodówki” [PG/K: 31.05.2018].

„Pieczarki *oczyszczam* i *kroję* w plasterki. Cebulę *obieram* i *kroję* w piórka. Na oliwie *podsmażam* pieczarki razem z cebulą. *Oprószam* solą i pieprzem” [PG/K: 1.05.2016].

W strukturze poszczególnych gatunków użytkowych (przepis, porada) nadawca ujawnia się wielokrotnie w pierwszej osobie liczby mnogiej przy użyciu czasowników typu: *myjemy, wlewamy, wsypujemy, zagotowujemy, dzielimy, wkładamy, wlewamy, zakręcamy, odstawiamy, przesiewamy, dodajemy, zagniatamy, zarabiamy, układamy*,

²²⁸ Analizą objęte są teksty dodane przez wszystkich redaktorów (w tym odbiorców-współtwórców). Odbiorcy-współtwórcy w Gotujmy.pl, naśladują formę komponowania treści na stronę i są zobligowani strukturą, stąd w ramach analizy nie zostały odnalezione odstępstwa od przyjętych norm.

²²⁹ Językowe elementy ujawniania odbiorcy zostały również omówione w artykule dotyczącym przepisu kulinarnego jako gatunku internetowego [Majchrowska 2018: 116-117].

²³⁰ Na temat lidów pisała zarówno Janina Frasz [1999: 63], jak i Maria Wojtak [2008: 22-23].

posypujemy, pasteryzujemy, dajemy, kroimy, obieramy, rozpuszczamy, przenosimy, dusimy, ubijamy, implikując tym samym swoją bliską obecność przy wykonawcy czynności – jestem z tobą, więc działamy razem – równocześnie, co zwiększa skuteczność realizowanego przepisu. Odbiorcy tego typu tekstów przy wykonywaniu kolejnych czynności w ramach powtarzania mogą tworzyć wspomnianą iluzję obecności partnera/towarzysza²³¹. Zastosowanie czasowników dynamicznych z kolei wzmacnia tempo pracy i zachęca/mobilizuje odbiorców-realizatorów do działania. Oto przykłady:

„Wodę *wlewamy* do garnka i *wsypujemy* sól, *zagotowujemy*. Kalafior *dzielimy* na mniejsze różyczki i *myjemy* w zimnej wodzie.

Do czystych i wyparzonych słoików (0,9 l), *wsypujemy* po jednej czubatej łyżce przyprawy do kiszenia ogórków, *wkładamy* różyczki kalafiora i *wlewamy* zalewę, *zakręcamy* słoiki.

Słoiki *odstawiamy* w ciepłe miejsce na kilka dni , najlepiej na ręcznik” [PG/K: 7.08.2017].

„Do miski *przesiewamy* mąkę, *dodajemy* rozkruszony biały ser, starte, zmrożone masło, jajko i szczyptę soli. Szybko *zagniatamy*, łącząc wszystkie składniki. *Wkładamy* do lodówki, najlepiej na całą noc, szczelnie owinięte” [PG/K: 16.11.2018].

Równie liczną grupę w kulinarnym portalu tworzą teksty, w których nadawcy wykorzystują formy bezosobowe i bezokolicznikowe jak: *oddzielić, ubić, umyć, utrzyć, pozbawić, przelożyć, smażyć, splaszczyć, przesiać, wymieszać, dodać, połączyć, nabierać, utrzyć, formować, uformować, umieścić, wstawić, wsypać, zmiksować, piec, rozmrozić, wsypać, owinąć, schować, zagotować, gotować, przelać, wbić, rozmieszać, zetrzeć, nałożyć*. Oto wybrane fragmenty przepisów:

„Śliwki *umyć, pozbawić* pestek i *pokroić* na ćwiartki. Następnie *przelożyć* do garnka o grubym dnie i *smażyć* na najmniejszym ogniu około 5-6 godzin, co jakiś czas mieszając” [PG/K: 1.10.2018].

²³¹ Waldemar Żarski zwraca uwagę na to, że „autorzy starszych książek dysponują większą wiedzą, którą dzielą się w sposób autorytarny. W nowszych, [czyli również w przestrzeni wirtualnej – zm. J.M.], czytelnik traktowany jest raczej po partnersku” [Żarski 2008: 171].

„Mąkę *przesiać* z proszkiem do pieczenia i cukrem pudrem, *dodać* żółtka, posiekane masło, proszek budyniowy i szczyptę soli. *Wyrobić* gładkie ciasto. *Owinąć* w folię spożywczą i *włożyć* do lodówki na 2 godziny” [PG/K: 10.01.2018].

Sporą grupę przepisów i porad stanowią instrukcje językowo nawiązujące do pierwotnych form przekazywania wiedzy kulinarnej, np. przez stosowanie trybu rozkazującego względem osoby, której udzielany był instruktaż. Izabela Kuśnierek dodaje, że jest to najprostszy sposób skłonienia odbiorcy do wykonania konkretnej czynności [Kuśnierek 2015: 122]. Oto reprezentatywne leksemy zastosowania tej formy w analizowanych gatunkach użytkowych: dyrektywne *przełóż*, *wymieszaj*, *utłucz* lub konstrukcje z czasownikiem modalnym *możesz*. Ilustracją może być poniższa kontaminacja dwóch gatunków użytkowych – porady i przepisu z wyróżnionymi językowymi sposobami motywacji odbiorcy do działania:

„Jeśli *używasz* gotowej przyprawy do piernika bardzo możliwe, że w jej składzie *znajdziesz* cukier. Korzenną przyprawę do piernika *możesz przygotować* samodzielnie - bez dodatku niechcianych składników. Szczelnie zamkniętą w słoiczku *możesz przechowywać* długo, dzięki czemu jej aromat nie wywietrzeje. Z jej udziałem *przygotujesz* doskonały piernik staropolski!

Przepis na domową przyprawę do piernika

Składniki:

50 g cynamonu

20 g mielonego imbiru

10 g gałki muszkatołowej

10 g goździków

10 g ziaren kardamonu

4 g pieprzu czarnego ziarnistego

4 g kolendry

4 g ziela angielskiego

4 gwiazdki anyżu

Wykonanie:

Ziele angielskie, goździki, pieprz, kolendrę i gwiazdki anyżu *przełóż* do moździerza i *utłucz* na miazgę. *Wymieszaj* z pozostałymi mielonymi przyprawami i *przełóż* do słoiczka. *Uzyskasz* ok. 110 g przyprawy do piernika.

Zobacz też: Jak zrobić pierniczki?” [PG/K: 23.11.2018].

Dialogowa formuła gatunków wypowiedzi, co widać w ostatnim zdaniu powyższego przytoczenia, w poszczególnych portalach internetowych jest podkreślana bezpośrednim zwrotem do odbiorców, np.: *zobacz, sprawdź* – do jednostki lub *zobaczcie* – do zbiorowości. We wszystkich portalach nadawcy indywidualizują odbiorcę przez bezpośredni do niego zwrot. Oto przykłady:

„*Zobacz ranking popularnych smartfonów!*” [PC/T: 23.11.2018].

„*Zobacz: Ania Lewandowska po metamorfozie*” [PP/T: 15.11.2018].

„*Zobacz film: Kurczak z pieczarkami*” [PG/T: 20.10.2017].

„*Sprawdź ranking najpopularniejszych modułów RAM!*” [PC/T: 23.11.2018].

Jak twierdzi Małgorzata Marcjanik „symetryczna relacja na ty w naszej kulturze to przede wszystkim taka relacja między ludźmi, która daje im poczucie pragmatycznej równorzędności” [Marcjanik 2008: 36]. Nadawca w Gotujmy.pl pragnie zatem, by relacja partnerska, która zauważalna jest już w korpusie przez użycie czasowników dynamizujących, dopełniała się bezpośrednim zwrotem do adresata. Autorka wskazuje dalej, że „pomijając różnice indywidualne – nieraz bardzo duże (w tym wiek i płeć rozmówców) oraz subiektywne wyczucie, co w danej sytuacji wypada, a czego nie wypada – bycie na ty jest rodzajem obustronnej zgody na wkraczanie na obszar prywatności drugiej osoby” [Marcjanik 2008: 36].

W portalu PCLab.pl i Pudelku nadawcy-redaktorzy w zapisie zaimków osobowych w liczbie mnogiej stosują wielką literę, której użycie motywowane jest względami grzecznościowymi – wyrazem szacunku do odbiorców/partnerów dialogu. Oto przykłady:

„[...] *Jeśli interesują Was* inne nośniki mSATA, to zachęcamy do przejrzienia oferty polskich sklepów” [PC/K: 23.11.2018].

„[...] *Która kreacja będzie prześladować Was* w koszmarach przez następny miesiąc?” [PP/L: 6.12.2018].

W Pudelku z kolei nadawcy korzystają z form wskazujących na traktowanie odbiorców jako zbiorowości, co implikują poniższe formy:

„Piosenka Roksany Węgiel bardzo spodobała się Europie. *Oglądaliście?*” [PP/T: 25.11.2018].

„*Zobaczcie* występ Roksany. Pudelek gratuluje!” [PP/K: 25.11.2018].

„*Myślicie*, że chciała w ten sposób zakomunikować coś byłemu partnerowi?” [PP/L: 25.11.2018].

„[...] *Myślicie*, że będzie rozczarowana, gdy zobaczy Przemka?” [PP/K: 9.10.2018].

„[...] *Myślicie*, że sprawa skończy się w sądzie?” [PP/K: 22.11.2018].

W portalu Pudelek.pl następuje zatem uproszczenie komunikacji i formy typu „proszę państwa” są zastępowane przez formy odpowiadające relacji „my – wy”. Można stwierdzić, że internet jako środek przekazu jest mniej zdystansowany, bo jak twierdzi Małgorzata Marcjanik – „współczesne media stawiają na interaktywność. Odbiorca nie powinien być bierny – ma pisać, telefonować, oceniać, składać własne propozycje tematów, rubryk, programów, czyli współtworzyć media tak, by optymalnie odpowiadały jego gustom i potrzebom. Jeśli więc kreuje się odbiorcę na partnera, to trzeba się do niego po partnersku zwracać” [Marcjanik 2008: 146-147].

2.2.Odbiorca

Odbiorcy-współtwórcy, komentując określone teksty na wybranych portalach internetowych, korzystają przede wszystkim z form liczby pojedynczej, potwierdzając tym swoją indywidualność. Pisząc w pierwszej osobie liczby pojedynczej czasu teraźniejszego, np. *wzmę, nie mam pojęcia, nie oglądam* [PP], *lubię* [PG] czy *proponuję, przypominam, patrzę, pamiętam, piszę, zaczynam wątpić* [PC], nie ujawniają płci. Oto konteksty tych form:

:Kto to jest Musiałowski i ta jakaś tam.. No serio - *nie mam pojęcia*” [PP/KU: 5.10.2018].

„Bardzo *lubię* takie jednogarnkowe dania. Smakowity kociółek.;)” [PG/KU: 20.11.2018].

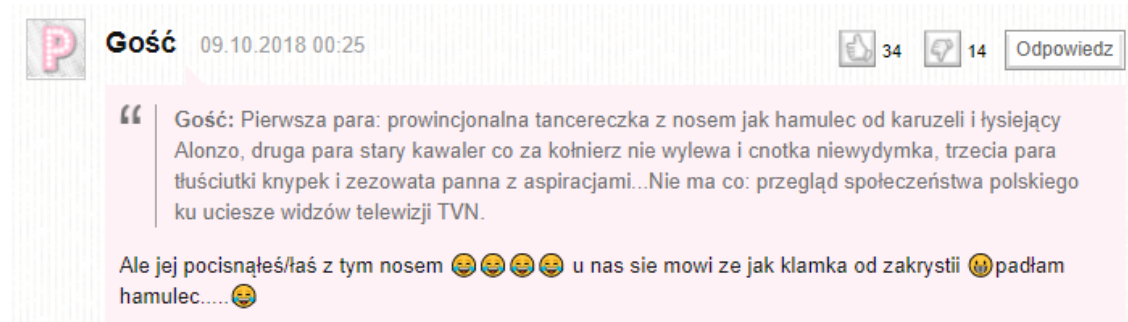
„Test instalacji oprogramowania *moim zdaniem* trochę nieadekwatny. Pokazuje bardziej różnicę wydajności CPU (rozpakowywanie plików gry/programu, zwykle mocno obciąża 1 wątek) niż faktyczną wydajność komunikacji z dyskami.

Ale poza tym uznanie za test, tego nam było trzeba. *Proponuję* aktualizację o Z390 kiedy wyjdzie ;)" [PC/KU: 28.04.2018].

„Przemek super facet, jak ona go nie chce, to ja chętnie *wzmę!*” [PP/KU: 9.10.2018].

Nadawcami wypowiedzi w przytoczonych wyżej formach mogą być/są zarówno kobiety, jak i mężczyźni.

Niejednokrotnie, co zauważalne jest przede wszystkim w portalach Pudelek.pl i PCLab.pl, środki językowe wykorzystywane przez interlokutorów, nie informują o płci. Użytkownicy korzystają z form nieosobowych, co może powodować nieporozumienia w odczytaniu komunikatu. O tym, że również sami uczestnicy konwersacji mają trudności z rozróżnieniem płci nadawców, świadczą komentarze z użyciem obu form rodzajowych. Ilustracją może być następujący przykład wymiany dialogowej:



Ryc. 49 Wymiana dialogowa w portalu Pudelek.pl, 9.10.2018 r.

W końcowej części zaprezentowanej repliki następuje ujawnienie nadawcy. Płeć użytkownika-kobiety została zasygnalizowana za pomocą formy werbalnej czasu przeszłego: *padłam*. W następnych przykładach są to czasowniki: *nie zauważyłam*, *oglądałam*:

„*nie zauważyłam* żeby byli montowani na bezwzględną parę, ale najlepiej pasują do montażu na najgłupszą i najbardziej płacziwą...” [PP/KU: 5.10.2018].

„Gowno prawda!!! *Oglądałam* cały odcinek , Chajzer chciał im pomoc, oni mogli się zatrzymać i pomoc ale jak stwierdził jej partner „ to jest gra „ i schował się by ich nie zabrać !!!” [PP/KU: 5.10.2018].

W Gotujmy.pl stosowane są analogiczne wyznaczniki leksykalne. Oto fragmenty:

„Zapraszam na sałatkę z ogórków, marchwi, cebuli i natki pietruszki - do słoików na zimę. Przepis *dostałam* od rodziny, ale robię ją już wiele lat” [PG/L: 7.08.2017];

„Prawie wszyscy kiszą kalafior, *ukisiłam* więc i ja. Smak bardzo ciekawy i oryginalny, świetny jako dodatek do drugiego dania. Polecam” [PG/L: 7.08.2017].

Innymi sposobami ujawniania płci autorów komentarzy (lub odbiorców-współtwórców) są zaimki przymiotne, przymiotniki np.: *sama*, *niegłupia*, *niebrzydka*, *niebiedna* w odniesieniu do siebie, np.:

„A *ja bym chciała* uczestniczyć w takim programie,*jestem sama* od 7 lat-*nie głupia, niebrzydka, nie biedna* ale ciągle *tkwię* w tym samym miejscu. Moze taki udział zmieniłby coś w *moim* nudnym żywocie ;-)” [PP/KU: 9.10.2018].

Autorami komentarzy są także mężczyźni, co potwierdzają odpowiednie werbalne formy rodzajowe czasu lub trybu np.: *wzruszyłem*, *wrzuciłbym* [PP]; *odpisałem*, *miałbym*, *proponowałbym*, *wolałbym*, *nie napalałbym się*, *był jednak poczekał* [PC]. Oto kilka przykładów w kontekstach:

„rodzice Przemka cudowni, aż się *wzruszyłem*, niesamowite wsparcie, otwartość, coś cudownego, kocham, kocham” [PP/KU: 9.10.2018].

„Jakby mi brzdęgolił ciągle na tej bałałajce czy innej u**jni i zameczał tym pe...*skim głósiem to *był* mu *wrzucił* kilo waty szklanej w rajtuzy. Męczący i irytujący koleś (facjatę pomijam to nie jego wina)” [PP/KU: 5.10.2018].

„Z czym się nie zgadzasz? Na 'niebo jest niebieskie' można odpowiedzieć oczywiście 'nie zgodzę się, trawa jest zielona' ale sensu w tym dużo nie ma. *Odpisywałem* na konkretny komentarz, ja o bezsensie RAID 0, Ty o zaletach RAID 1 i innych...” [PC/KU: 29.04.2018].

„Przy 9 nosnikach w RAID 0 masz 9 razy większe prawdopodobieństwo że dane polecą w kosmos, można na to reagować 'lol', ale *ja bym miał* jedną inną reakcję. Pomijając już fakt konieczności ułożenia 18 kabli (9 sygnałowych, 9 zasilania), miejsca na to wszystko...” [PG/KU: 29.04.2018].

W portalu Gotujmy.pl mężczyźni są sporadycznie autorami komentarzy. W wortalu Pudelek.pl równie często, co kobiety, dodają repliki, a w PCLab.pl stanowią grupę dominującą w komunikowaniu.

Analogicznie do form ujawniania się nadawców wśród analizowanych komentarzy odbiorców znajdują się formy świadczące o mówieniu w imieniu zbiorowości. Autorzy replik piszą w formie pierwszej osoby mnogiej, np.: *mamy, żyjemy, jesteśmy* [PP]; *wiemy, używamy, lubimy* [PC] lub używają zaimków osobowych np. *nas* [PG], jak we fragmentach:

„fajnie że piszcie [*piszecie* – przyp. J.M.] artykuły o monarchii. ale piszcie też więcej o innych europejskich monarchiach bo trochę ich *mamy*, a wszyscy tylko brytyjska znają :)” [PP/KU: 13.10.2018].

„Pajace a cała ta monarchia to kpina *nie żyjemy* w średniowieczu ani *nie jesteśmy* cyganami żeby królów mieć” [PP/KU: 13.10.2018].

„A teraz zapomnij na moment o RAID 5 i skup się - 'RAID 0 (słownie ZERO) vs jeden szybki dysk', o niczym innym nie było rozmowy dopoki nie wpadles cały na bialo obwieszczając światu że istnieją inne RAIDy. *Wiemy, używamy, lubimy*, tylko nie ma to nic do rzeczy. Generalnie bronisz zaciekle twierdzy ktorej nikt nie atakuje bo walka się toczy zupełnie gdzie indziej” [PC/KU: 30.04.2018].

„U *nas* też są lubiane takie dania :)” [PG/KU: 20.11.2018].

3. Strategie i antystrategie konwersacyjne

Tytuł podrozdziału, pochodzący z książki *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku* Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej [2011] odnosi się także do sposobów komunikowania treści w portalach internetowych analizowanych w niniejszej rozprawie. Nadawcy i odbiorcy (zamiennie) stosują różne formy komunikacji w celu osiągnięcia zamierzonych intencji. Wspomniana badaczka, za Grażyną Habrajską [2002] i Aleksym Awdiejewem [2005], wyróżnia trzy typy strategii konwersacyjnych oraz kilka form antystrategii, które stanowią rodzaj gry nadawcy z odbiorcą lub/i odbiorców z odbiorcami [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 133-

137]²³². Obie formy mają możliwość zaistnienia przy akceptacji funkcji nadrzędnej – zasady kooperacji Grice’a. Interlokutorzy poszczególnych portali, niezależnie od stosowanego środka, są zobligowani do respektowania tej reguły. Jak zauważa przytoczona językoznawczyni, antystrategie nie są „wbrew swej nazwie, jednoznacznie negatywne” [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 137].

3.1.Strategie konwersacyjne w portalu internetowym

W analizowanych portalach internetowych poszczególne strategie konwersacyjne [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 134-137] obecne są w różnym stopniu przez wzgląd na udział nadawców i odbiorców. Wyróżnia się np. strategię informacyjno-weryfikacyjną. Forma ta wpisana jest w specyfikę wszystkich omawianych portali, w których głównym celem nadawców jest pobudzenie odbiorców do korzystania ze stron (komentowanie, „klikanie”), a dodatkowo poznanie stanowiska odbiorców na temat konkretnego tematu. W ramach różnego rodzaju pytań redaktorzy, np. w portalu PCLab.pl, uzyskują informacje dotyczące korzystania ze sprzętu komputerowego (odbiorcy pozostawiają minirecenzje). W Gotujmy.pl i Pudelku nadawcy pytają wprost o opinię na temat produktu, zdarzenia czy faktu.

W PCLab.pl odpowiedzi na postawione pytania ukazują się już w tekście, a komentarze użytkowników stanowią ich uzupełnienie. W Gotujmy.pl podobnie jak wyżej, redaktorzy w tytule zadają pytanie, a odpowiedź jest udzielana natychmiastowo w korpusie gatunku. W Pudelku autorzy stawiają pytania retoryczne, w funkcji zachęty do udzielenia odpowiedzi lub pobudzają aktywność odbiorców przez użycie urwanych zdań i kontrowersyjnej puenty. Oto wybrane fragmenty tej strategii:

„Czy warto kupić nową edycję? AMD wprowadza do sprzedaży odświeżone wersje procesorów Ryzen 5 2600X i Ryzen 7 2700. Poprawione układy można poznać po przydomku MAX. Czym dokładnie nowsze CPU różnią się od podstawowych jednostek, które oferuje producent?” [PC/L: 25.11.2018].

„[...] Pytanie tylko, czy producent wyciągnie z tego jakąkolwiek lekcję na przyszłość? Osobiście stawiam, że tak, ale odpowiedź na to pytanie poznamy dopiero w przyszłym roku” [PC/K: 25.11.2018].

²³² O grach nadawców z odbiorcami w tekstach prasowych pisze Maria Wojtak. Por. np. bibliografię prac badaczki zawartą w książce *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa* [Filip red. 2016: 200-205].

„*Tadla w pomarańcz odziana JEST JUŻ ZAKOCHANA? (ZDJĘCIA)*” [PP/T: 6.08.2018].

„*Zobaczcie zdjęcia. Pasują do siebie?*” [PP/K: 6.08.2018].

„*Piernik staropolski dojrzewający - jak go upiec i kiedy przygotować ciasto?*” [PG/T: 22.11.2018].

„*Ile czasu dojrzewa piernik staropolski?*” [PG/T: 22.11.2018].

„*Z przemyśleń duchownego można wnioskować, że to właśnie jemu tej miłości brakuje najbardziej...*” [PP/K: 6.11.2018].

Opisana strategia jest obecna, co już było wspomniane, również w tekstach odbiorców, którzy także pragną otrzymać informację lub jej uzupełnienie (jeśli przedstawione w korpusie informacje są niewystarczające lub niepełne). Niekiedy stosowane pytania pełnią funkcję ironiczną. Ilustrują to kolejne fragmenty:

„*Jak będą nakładać podatek? Bez faktury? Ci, będą paczki otwierać i patrzeć na ceny Allegro?*” [PP/KU: 23.11.2018].

„*Czy zamawiane u Chińczyków PCB też będą clone?*” [PC/KU: 24.11.2018].

„*A czy temperatury podacie skoro IHS jest lutowany? Przydało by się porównanie lut vs glut*” [PC/KU: 13.11.2018].

„*Czyli teraz nie dostaną za free żadnych loot boxów, np. co poziom w OW tylko trzeba bulić. No fantastyczna zmiana :facepalm:*” [PC/KU: 25.11.2018].

„*Czyli teraz każdy wysoki, szatyn z krótkimi włosami wygląda jak Lewandowski? Hmm...*” [PP/KU: 15.11.2018].

O skuteczności tej strategii konwersacyjnej świadczą liczne odpowiedzi innych użytkowników – pozytywne lub negatywne, np.:

„*I po co się wypowiadasz jak nie masz pojęcia, urząd celny ma uprawnienia, oczywiście, że mogą otworzyć ci paczkę i żądać zrzutu zamówienia/potwierdzenie zakupu i do tej ceny dowlą VAT/cło. Po za tym na ali wcale nie jest tak tanio..*” [PC/KU: 24.11.2018].

„Kilka miesięcy temu kupowałem gtx750 dla znajomego z aliexpres (~45\$ + wysyłka osobno) dostałem pismo, wysłałem screena z oferty i doliczyli 2% cla + 23%vat od wartości karty (bez kosztów wysyłki) = po zsumowaniu karta kosztowała kolegę mniej niż 210 PLN, a po Allegro latała wtedy po 250 i więcej...” [PP/KU: 24.11.2018].

„Podobno żądają screena zamówienia z aliexpress żeby 'wycenić' towar. Tylko najpierw powinni udowodnić, że to towar kupiony, a nie wysłany od znajomego chińczyka gratis” [PC/KU: 24.11.2018].

„To ty masz udowodnić, a nie oni. Więc jak nie masz dowodów to odpowiednio ciebie podliczą albo nie wpuszczą paczki do kraju. Proste. Ja tam jestem za” [PC/KU: 24.11.2018].

Poniżej inny przykład – wymiana dialogowa z Gotujmy.pl, w którym autorka komentarza inicjującego również pragnie uzyskać konkretną informację:

zbysiowa: *Czy frytki pieczesz w zwykłej frytkownicy, czy w bez tłuszczowej?* [PG/KU: 13.02.18];

ziutula: *airfryer philips, również mięso, zapiekanki nawet sernik jest pyszny z tego urządzenia* [PG/KU: 13.02.18];

zbysiowa: *Tak myślałam, że bez tłuszczowa :)* [PG/KU: 13.02.18].

Drugim typem strategii konwersacyjnej obecnej w charakteryzowanych portalach jest strategia aksjologiczno-emotywna. Zabieg ten jest stosowany w celu „wypracowania wspólnego stosunku emotywno-oceniającego wobec danego obiektu” [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 135] lub osoby. Szczególnie jest to widoczne w portalach PCLab.pl i Pudelek.pl. W wortalu informacyjno-technologicznym redaktorzy przedstawiają różnego rodzaju nowinki technologiczne. Tworzą tzw. recenzje produktów, które mogą również zostać sprawdzone przez użytkowników portalu. W komentarzach pojawiają się więc minirecenzje subiektywizowane. Nadawcy jako uczestnicy dialogu, podkreślają w nich swoje zdanie, swój autorytet, stosując np. formy typu: *moim zdaniem, kupowałem, dostałem, wysłałem* lub argumentację z własnego, nabytego doświadczenia²³³. Oto tego rodzaju przykłady:

²³³ Grażyna Filip argument z autorytetu własnego omawia w monografii *Mistrzowie gry na argumenty. Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski* [Filip 2013: 148-154].

„To chyba nie miejsce na pytania, ale moim zdaniem się opłaca. Lepszy kontroler pamięci, zmniejszone opóźnienia, podniesiona lekko wydajność, lekko zwiększone możliwości OC a różnica w cenie nie jest ogromna, zwłaszcza jak się wyrwie procka w promocji” [PC/KU: 25.11.2018].

„Kilka miesięcy temu kupowałem gtx750 dla znajomego z aliexpres (~45\$ + wysyłka osobno) dostałem pismo, wysłałem screena z oferty i doliczyli 2% cla + 23%vat od wartości karty (bez kosztów wysyłki) = po zsumowaniu karta kosztowała kolegę mniej niż 210 PLN, a po Allegro latała wtedy po 250 i więcej...” [PC/KU: 24.11.2018].

Dzięki wyróżnionym formom pierwszoosobowym, jak zauważa Grażyna Filip, analizując zastosowanie autorytetu własnego w krytyce kulturalnej „następuje pełna identyfikacja, jednoznaczne wskazanie uczestnika sytuacji” [Filip 2013: 153]. W analizowanej tu podstawie materiałowej jest nim autor internetowego komentarza. Użytkownicy sieci stosują również deskrypcję jako formę zapewnienia o znajomości tematu i własnych kompetencjach. Oto przykłady:

„Warto, ale nie te z tematu, 15-20 funtów to 75-100 zł, za tyle można mieć Spartana Pro albo Fere 3.

2600X to strata pieniędzy, lepiej kup R5 2600 i sam go sobie podkręć o te 200 MHz, sprowadza się to do zmiany jednej liczby w BIOSie i ewentualnie drugiej(napięcie).

*W piątek R5 2600 był na promocji za 599 zł, może w poniedziałek też coś się trafi, jak nie to kup tego R5 1600X za 529 zł i jakieś chłodzenie, np. Spartana LT.
<https://www.sferis.pl/procesor-amd-ryzen-5...4-p497773?nobid> +
<https://www.sferis.pl/chlodzenie-procesora...5-p496628?nobid>” [PC/KU: 25.11.2018].*

„Jak najbardziej. Po pierwsze, różnica w cenie nie jest wcale jakaś wielka, a taki 2600 potrafi chodzić za naprawdę niewielkie pieniądze. A po drugie, refresh już tak często nie doprowadza ludzi do białej gorączki swoim grymaszeniem odnośnie pamięci.

Co do samego tekstu, wyżylowane ryzeny grzeją się jak Kałuża na stolek, więc i tak trzeba tam wsadzić coś mocniejszego” [PC/KU: 25.11.2018].

W portalu Pudelek.pl nadawcy tekstów wprowadzają natomiast pytania „prowokujące do wyrażania emocji” [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 135]. Takie konstrukcje syntaktyczne są stosowane zarówno w tekstach od nadawców (w różnych gatunki wypowiedzi), jak i komentarzach odbiorców. Oto przykłady:

„To bez wątpienia jest bardzo atrakcyjna praca, nie przy węglu, ale czy łatwa? Dyskutowalabym...” [PP/KU: 17.06.2018].

„Hmmm może Mroczki i Cichopek nie są roSZCzeniowi bo nie występują w czymś innym i ten tpey serial to dla nich jedyne źródło utrzymania???” [PP/KU: 17.06.2018].

„może frycz zostala inaczej potraktowana niz cichopek....nie wpadlicie na to ?” [PP/KU: 17.06.2018].

Niekiedy pytania są zastępowane kontrowersyjnymi sformułowaniami, które mogą wzbudzać skrajne emocje. Tego rodzaju wypowiedzi skłaniają także zwolenników i przeciwników do komentowania osoby, przedmiotu czy sytuacji. Jest to zauważalne we wszystkich analizowanych wortalach. Oto reprezentatywne przykłady dialogów w tej funkcji:

[Przykład 1]

– Delimitator inicjalny wymiany dialogowej:

„Frycz wielka gwiazda za dyche, nie dosc ze tego malo urodziwego, malo zdolnego rudego babochlopa ojciec Jan Frycz wepchnal po znajomosci do serialu to jeszcze pretensje. Kasia Cichopek dostala sie bez znajomosci, po castingu, tak samo jak Mroczki i jakos nie narzekaja. Moze sie nie uwazaja za wielkie gwiazdy i nie sa rozczeniowi jak bogata panna bez osiagniec ktora sie tam znalazla przez ojca, dlatego byli traktowami lepiej” [PP/KU: 17.06.2018].

– Repliki (niestety także wulgarne) jako wyraz reakcji użytkowników:

Nie spusc się, tak się podniecasz Cichopkula. Olga przynajmniej ma doświadczenie z wielu seriali i filmów [PP/KU: 17.06.2018] – obrońca Olgi Frycz.

Ty sie nie spusc Olgo, gdyby nie twój stary to by sie w ciebie nikt nie spuscil hehe [PP/KU: 17.06.2018].

„Nie jestem Olga, przykro mi Kasiu Cichopek” [PP/KU: 17.06.2018].

W zaprezentowanym dialogu, pochodzącym z wortalu Pudelek.pl, dodatkowo zwraca uwagę stylizacja wypowiedzi sugerująca, że kolejne repliki dodają aktorki opisywane w newsie. Użytkowniczki sieci zwracają się do siebie w sposób bezpośredni przez użycie form osobowych, tworząc pozorną grę językową. Autorka ostatniego

komentarza pisze wprost, że nie jest wspomnianą aktorką, nie rezygnując przy tym z podjętej gry (ostatnia replika) używa zwrotu *Kasiu* do partnerki-dialogowej.

[Przykład 2]

– Delimitator inicjalny wymiany dialogowej:

„Jeżeli chodzi o sierpien to IMO po raz enty pozamiatal Wesław 3 GOTY. Wiem wiem ze gra ma 1,5 roku, dodatki też troche, ale to chyba najciekawsza propozycja na rynku. Nawet dla tych którzy grali. Tak jestem wyznawcą W 1/2/3 i prozy Sapa. Ale sie tego nie wstydze. Bywajcie” [PC/KU: 1.09.2016].

– Replika jako wyraz reakcji użytkownika:

„Jedynka była totalną... lipą, być może nie pod względem fabularnym, ale wszystko inne było toporniejsze, niż w Gothic I (którego też nigdy nie ukończyłem). Dwójka była o niebo lepsza, ale też mnie do niej nie ciągnęło. Trójkę mam chęć ograć, ale nie mam kiedy, bo to nie jakaś sieciówka, na kilka godzinek dziennie, tylko przy tym trzeba usiąść i trochę czasu poświęcić :)” [PC/KU: 02.09.2016].

„Może dla Ciebie - dla mnie część pierwsza była grą dobrą, bardzo dobrą biorąc pod uwagę ówczesne RPGi fabularne na PC, a jeśli chodzi o część drugą to ona była mocno ugrzecznona względem poprzednika. Miałem wrażenie, że zapomniano o kolorycie językowym, różnicy w pochodzeniu itd.” [PC/KU: 1.09.2018].

W powyższym przykładzie z portalu PCLab.pl autor tekstu inicjującego wyraża opinię, w której jednocześnie informuje innych użytkowników o jej odmienności w stosunku do spostrzeżeń wyrażanych przez innych odbiorców. Reakcje użytkowników potwierdzają przypuszczenia inicjatora. Pierwsza odpowiedź to replika aprobująca, która następnie zostaje przeciwstawiona drugiej wypowiedzi.

[Przykład 3]

– Delimitator inicjalny wymiany dialogowej:

„Świetne, ale na tym zdjęciu gdzieś zagubił się ten wspaniały efekt...:)” [PG/KU: 12.02.18].

– Replika jako wyraz reakcji użytkownika:

„Dzięki Elu, tak wyszło...:);(” [PG/KU: 14.02.18].

We fragmencie tekstu z portalu Gotujmy.pl autorzy wpisów z zachowaniem zasad grzecznościowych – grzeczność pozytywna i przez unik [Cegiela 2014: 36-37] – reagują na krytykę innych użytkowników.

Strategia behawioralna to kolejny sposób prowadzenia komunikacji w obranej podstawie materiałowej. Jej użycie jest motywowane chęcią wywarcia określonego wpływu. Sterowanie interlokutorami osiągnane jest za pomocą „działania werbalnego, najczęściej prośb, wyjątkowo ostrzeżeń” [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 136]. Tego rodzaju strategia jest stosowana przede wszystkim w portalach PCLab.pl i Pudelek.pl, głównie przez zwracanie wprost uwagi innym interlokutorom na nieprawidłowość ich sądów lub opinii. Oto fragmenty komentarzy obrazujące ten zabieg:

„To chyba nie miejsce na pytania, ale moim zdaniem sie oplaca (...)” [PC/KU: 25.11.2018].

„A ja współczuję, że nie masz pojęcia o czym piszesz, a się wypowiadasz, zmiana dpi nic a nic nie da, to trzeba wymienić ten nerdowski archaiczny design na coś co da się używać w 2018...” [PC/KU: 27.11.2018].

„Głupi jest ten komentarz.Malgorzata nie jest stara” [PP/KU: 13.11.2018].

„Przestan krakac. Gdy rodziłam dziecko dziewczyna leżąca ze mną na sali, dwudziestolatka urodziła dziecko z zespołem downa” [PP/KU: 13.11.2018].

„Najlepiej plucie jadem na fajne laski boś sama szpetna i chcesz zeby wszyscy byli brzydsi od ciebie? No niestety nie zrobisz tak swoimi zenującymi tekstami” [PP/KU: 14.10.2018].

Użyte formy osobowe i zwroty do konkretnego użytkownika są jednym ze sposobów tej strategii. Zdarza się jednak, że repliki nie są kierowane wprost do określonego odbiorcy, ale nadal zachowują pragmatyczny cel. Alina Naruszewicz-Duchlińska wskazuje w tym miejscu na perswazję jako bazę tego rodzaju działania [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 137].

3.2.Antrystrategie konwersacyjne w portalu internetowym

Wbrew budowie morfologicznej (anty-) nie należy ich wartościować negatywnie. Antystrategie konwersacyjne w obranym materiale egzemplifikacyjnym przejawiają się „w postaci gier słownych, dowcipkowania, stylizacji i innych zabiegów o charakterze

ludycznym” [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 137]. W portalach internetowych takie zabiegi są szczególnie widoczne w tytułach i lidach, będących delimitatorami inicjalnymi dialogu na stronie oraz gatunków dziennikarskich. O skuteczności nagłówka mogą świadczyć odsłony konkretnego gatunku wypowiedzi, ale również liczba dodanych komentarzy pod tekstem [por. Kita 2014: 17].

Zarówno tytuł, jak i lid stanowią konstytutywny segment omawianych gatunków mowy/wypowiedzi i aktów mowy²³⁴, lecz z uwagi na ich istotność w pozyskiwaniu odbiorców oraz efekt perlokucji omówione zostały w części dotyczącej antystrategii.

3.2.1. Tytuł w internetowym gatunku wypowiedzi

Nagłówek stanowi początkowy element gatunku dziennikarskiego. Może przyjmować postać kilkuelementową, składającą się z nadtytułu, tytułu i/lub podtytułu [Furman 2006b: 127]. Dzięki tytułowi nadawca tekstu ma możliwość wielorakiego sposobu pozyskiwania odbiorców. Oprócz zachęcenia do lektury lub informowania [Furman 2006c: 225] nagłówek powinien być, podobnie jak komunikat reklamowy, atrakcyjny, sugestywny, zrozumiały, zapamiętywalny, zwięzły oraz oryginalny [Bralczyk 2004: 37-45].

Nagłówek niezależnie od kanału przekazu pełni podobne role w każdym gatunku mowy/wypowiedzi. Za Marią Wojtak można uznać, że jest to funkcja:

1. nominatywna;
2. streszczająca;
3. pragmatyczna [Wojtak 2008: 18-19].

W tytułach istotne jest również, że „z jednej strony są one ściśle związane z tekstem, a z drugiej zaś mogą funkcjonować jako samodzielne komunikaty” [Wojtak 2008: 19]. Prowadzona w niniejszej dysertacji analiza pozwoliła wyróżnić zabiegi pozyskiwania odbiorcy, które można uznać za swoistą grę z czytelnikiem [Wojtak 2004: 81].

Za skuteczną uznać należy kontaminację w formie: nagłówek + materiał ilustrujący. Tego rodzaju forma występuje w każdym z wortalii, jednak w Gotujmy.pl i PCLab.pl zdjęcie występuje w funkcji ilustrowania omawianego tematu, a w Pudelku stanowi grę z odbiorcą. Nadawcy tekstów w celu zaintrygowania użytkowników stosują połączenia tytułu ze zdjęciem na zasadzie kontrastu. Oto przykład takiego połączenia:

²³⁴ Z tego względu stanowiły przedmiot zainteresowania w rozdziale piątym, podrozdziale 2.4. i 2.5.



Ryc. 50 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.

Cytat w przytoczonym wyżej tytule nie służy uwierzytelnieniu treści, lecz ukazaniu nieszczeroci celebrytki. Obraz jest tu informacją naddaną w funkcji uatrakcyjnienia treści oraz sposobem weryfikacji przedstawionych faktów.

W podobny sposób została przedstawiona informacja o wielbłądach zdyskwalifikowanych za botoks w jednym z konkursów piękności. Nadawca w formie zabawowej zdjęcie warg wielbłądów zestawia z ustami kobiety, której wygląd wskazuje na poddanie się zabiegowi z zastosowaniem toksyny botulionowej (potocznie botoksu). Oto opisywany przykład:



Ryc. 51 Zapowiedź z wortalu Pudelek.pl, 23.01.2018 r.

Przykładem tytułu i materiału ilustracyjnego zestawionych na zasadzie kontrastu jest news dotyczący rozstania znanego celebryty. W nagłówku celebryta przedstawiony jest za pomocą przymiotnika *smutny*, podczas gdy zdjęcie tego nie wyraża. Oto wizualizacja:



Ryc. 52 Zapowiedź z layoutu portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.

W wyekscerpowanym materiale można wyróżnić, powołując się na spostrzeżenia Marii Wojtak, następujące grupy gier językowych i tekstowych [Wojtak 2008: 19-22, Wojtak 2004: 81-82, por. też: Guz 2001: 9-20, Naruszewicz-Duchlińska 2011: 141-143]:

Gry formą graficzną – to tytuły, w których użyto nawiasu w różnych funkcjach: wyróżnienia, dopełnienia, możliwości interpretacyjnych [zob.: Filip 2013: 102, Wojtak 2006a: 36, Zawilska 2004: 312]. Oto przykłady z Pudelka:

„Wódka, łyż, setki gości - tak wyglądał ślub Daniela Martyniuka, syna Zenka! (ZDJĘCIA)” [PP/T: 6.10.2018].

„Heidi Klum ZAREŃCZYŁA SIĘ z Tomem Kaulitzem z Tokio Hotel! (Z OSTATNIEJ CHWILI)” [PP/T: 24.12.2018].

Do tej grupy można zaliczyć charakterystyczne dla portalu PCLab.pl przekształcenia tytułu polegające na stosowaniu symboli komputerowych [Wojtak 2004: 81], rzadko używanych form pisarskich (np. przekreślenia) lub symboli. Oto reprezentatywne przykłady z PCLab.pl i Pudelka:

„ $V = \omega * r$ – czyli test talerzowych dysków twardych” [PC/T: 30.07.18].

„klasyczne \neq gorsze [PC/T: 20.08.2018].

„*Niezbędne* ogniwo? [PC/T: 02.11.2017].

„Skrzynecka usuwa »żart« i pisze oświadczenie: »Naga *du*a* z filozofią będzie mnie śmieszyć zawsze!«” [PP/T: 28.09.2018].

Gry formą foniczną – w tej grupie pojawia się rym jako najczęściej stosowany sposób. Autorzy tekstów, głównie w Pudelku, korzystają z rymu rozumianego jako „identyczne lub zbliżone do siebie zespoły głosek umieszczane w sąsiadujących wyrazach” [Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016: 69]. Przytoczeni autorzy, analizując kreatywność językową w reklamie, dodają również, że zbieżność dźwiękowa jest mechanizmem ułatwiającym zapamiętywanie [por. Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016: 69]. Funkcja rymu w tytułach służy zatrzymaniu uwagi odbiorcy:

„Chodakowska w swetrze i wielkiej *czapie* chwile oddechu *łapie*” [PP/T: 24.01.18].

„Olejnikiowa *fryzura* i niestraszna jej *wichura* (ZDJĘCIA)” [PP/T: 19.01.18].

„Renulka w czapce z *uszami* będzie zajadać się *pierogami* (ZDJĘCIA)” [PP/T: 18.02.2018].

„Jessica Mercedes w *szlafroku* pozuje w lekkim *rozkroku*” [PP/T: 20.10.2018].

Gry formą składniową dotyczą konstrukcji, które mają użytkownika zaintrygować, pobudzić, zaciekawić. Często wprowadzają tajemniczość i niedopowiedzenie. W portalu Pudelek.pl i Gotujmy.pl w tej funkcji występują np. konstrukcje urwane, podkreślone wielokropkiem lub przerwane wprowadzające dopowiedzenia [por. Wojtak 2008: 20], np.:

„Cardi B ZAATAKOWAŁA Nicki Minaj na imprezie »Harper’s Bazaar«! Rzuciła w nią *butem*...” [PP/T: 8.09.2018].

„Rydzik znów żąda pieniędzy. Skromnie: »miliard, albo dwa...» [PP/T: 8.09.2018].

„Ready, *steady*... No!” [PC/T: 08.09.2018].

Gry formą leksykalną to tytuły, które występują tylko w portalu PCLab.pl. Nadawcy korzystają z frazeologicznych modyfikacji lub używają także metafor. Poniżej przytoczono tytuły z wortalu PCLab.pl:

„B450 do procesorów Ryzen – *rzut oka* na dwie płyty Asusa i Gigabyte'a z podstawką AM4 i chipsetem B450” [PC/T: 31.07.2018].

„*Rzut Oka*: kupujemy ultrabook i mamy dylemat - wybrać model z Intel Core i5 czy z i7?” [PC/T: 30.05.18].

Oto inne w tej grupie przykłady z wykorzystaniem konstrukcji frazeologicznych lub przysłów:

„*Co na biurku piszczy*” [PC/T: 22.07.2018].

„*Czarny koń* wśród tanich SSD czy psucie marki?” [PC/T: 12.05.2018].

Podstawa materiałowa pozwoliła również na zauważenie odniesień do innych zdań utrwalonych w tradycji oralnej. Oto one:

„Gdzie Wi-Fi nie może, tam PLC pomoże” [PC/T: 17.08.2018] od przysłowia: *Gdzie diabeł nie może, tam babę pośle*.

„Lepszy wrogiem dobrego” [PC/T: 08.03.2018] – od przysłowia polskiego: *Lepszy jest wrogiem dobrego*.

„Samsung 970 Pro 1 TB – *umarł król, niech żyje król*” [PC/T: 26.04.2018].

Zdarza się, że nagłówki prezentowane są jako cytaty konkretnych osób lub kryptocytaty [Wojtak 2008: 21], a także jako uzasadnienie pierwszej części tytułu często przybierającej konwencję komentarza. Oto przykłady:

„Zuzanna Łapicka wspomina: »Ubecy straszili Daniela, że powiedzą mi o jego zdradach« [PP/T: 13.12.2018].

„*Łepkowska walczy o sprawiedliwość*: »To nie ja zabiłam Hanę Mostowiak!«” [PP/T: 13.12.2018].

Wiele nagłówków przybiera formy złożone, w których zostały skondensowane różnorodne gry językowe [por. Wojtak 2008: 22].

3.2.2. Lid w internetowym gatunku wypowiedzi

Lid jako drugi element antystrategii konwersacyjnej nadawców stanowi segment występujący zaraz pod nagłówkiem gatunku mowy/wypowiedzi – akapit pierwszy. Lid to leksem pochodzący z języka angielskiego (*lead*) oznaczający ‘prowadzić, być na przedzie’ [Furman 2006a: 110]. Lidy w podstawie materiałowej występują jako formy kilkuwersowe, strukturalnie podobne. Sporadycznie, wyłącznie w wortalu Pudelek.pl, stosowane są wyróżnienia w tekście – pogrubiona czcionka jak w poniższym przykładzie:

„Mimo że dwójka dzieci piosenkarza przyszła na świat naturalnie, tym razem rodzice zdecydowali się na *sztuczne zapłodnienie*” [PP/L: 8.09.2018].

Nadawcy tekstu wyróżniają wyrażenia intrygujące, skłaniające do polemiki. Dygresyjność tematu i eksponowanie sedna newsa można uznać za mechanizm retoryczny służący zwiększaniu odwiedzalności portalu i aktywności użytkowników. Wytluszczone wyrażenia same w sobie wywołują skrajne emocje lub elektryzują użytymi nazwami własnymi (głównie popularnych celebrytów). W Pudelku wśród często stosowanych wytluszczeń występują konstrukcje typu: *jedna Doda to najwyraźniej za mało, szantażuje Prawo i Sprawiedliwość, o włos uniknęła amputacji stopy, policja wyprowadziła ją z gali, ginekolog to nie dentysta nie chodzi się regularnie* lub *Eva Minge, Renulka, Wojewódzkiego, Artura Milika, Lewandowska* [PP: 2017-2018].

Lidy w analizowanych portalach występują jako stały element korpusu (PCLab.pl, Gotujmy.pl) lub segment znikający (Pudelek). W Gotujmy.pl można uznać je za motto [por. Majchrowska 2018].

Zadaniem lidu jest wprowadzanie użytkownika w treść tekstu. Niekiedy oba segmenty – tytuł i lid, wystarczają czytelnikowi do pobieżnej lektury i do nich ogranicza się proces zapoznania z tekstem [por. Furman 2006a: 110].

W analizowanym materiale występują głównie lidy streszczające [Wojtak 2008: 23, Fras 1999: 63], zawierające treści, które najpełniej przedstawiają tematykę artykułu – PCLab.pl lub w największym stopniu przyczyniają się do „kliknięcia” w tytuł – Pudelek.pl. Oto przykład z portalu plotkarskiego:

T: *Ewa Wachowicz spisała testament: „Wszystkie sprawy doczesne należy mieć zabezpieczone w każdej chwili życia”*

L: *Po niebezpiecznej wyprawie na Arrat, po której o włos uniknęła amputacji stopy, była Miss Polonia postanowiła zabezpieczyć bliskich na wszelki wypadek. „Mam trochę biznesów i muszę o nie zadbać”* [PP: 8.09.2018],

a także portalu informatycznego:

T: *BLOG – Meltdown, Spectre i inne czynniki w nowych testach procesorów*

L: *Ujawnienie Meltdown i Spectre, dwóch sposobów na złośliwe zaatakowanie prawie wszystkich nowoczesnych komputerów, wprowadziło duże zamieszanie. Obok setki ważniejszych konsekwencji zmusza testerów sprzętu komputerowego do reakcji. Opiszę tutaj nadchodzące zmiany w testach procesorów – również te niezwiązane z aktualizacjami bezpieczeństwa.* [PC/L: 3.02.2018].

Funkcją zaprezentowanych lidów jest wprowadzenie do treści właściwej [Wojtak 2008: 23]. Niedostateczna ilość miejsca przeznaczonego na tekst główki nie umożliwia pełnego przedstawienia treści. Nadawca odpowiada tylko na kilka (3-4) z klasycznych pytań informacji [por. Wojtak 2008: 23, Fras 1999: 63].

W materiale egzemplifikacyjnym dużą frekwencję wykazują:

1. Lidy hasłowe lub pojedyncze [por. Wojtak 2008: 24, Fras 1999: 63-64], występujące w każdym z analizowanych portali:

T: *Corsair Glaive RGB – test myszy z wymiennymi uchwytami pod kciuk*

L: *Corsair to marka bardzo dobrze znana miłośnikom sprzętu komputerowego.*[PC: 13.07.2017].

T: *Mac Miller nie żyje!*

L: *Były chłopak Ariany Grande miał 26 lat!* [PP: 7.09.2018].

T: *Koreczki z tortilli i łososia*

L: *Te koreczki robi się dosłownie w 5 minut. Wyglądają i smakują świetnie* [PG: 21.02.2017].

2. Lidy pytające [por. Fras 1999: 64] w funkcji wywołania określonego działania:

T: *Essential Phone wycofany ze sprzedaży*

L: *Czy powinniśmy czekać na następcę?* [PC: 30.12.2018];

T: *Tak wyglądają NAJGOREŹSI latynoscy piosenkarze! Ricky, Enrique, Maluna...(ZDJĘCIA)*

L: *Który rozgrzał was najbardziej?* [PP: 8.09.2018].

3. Lidy-cytaty [por. Wojtak 200: 25, Fras 1999: 64] stanowią ostatnią reprezentatywną grupę główek z analizowanych portali. Oto przykład:

T: *Anja Rubik miażdży szkolny podręcznik: „Okres to krwawe łzy macicy, która płacze za dzieckiem”*

L: *„W liczącym 180 stron podręczniku znalazłam takie zdanie: »Ginekolog to nie dentysta, nie chodzi się regularnie«” – pastwi się modelka* [PP: 7.09.2018].

Powyższe rozróżnienie należy uściślić ze względu na dwojaki sposób występowania lidów w PCLab.pl, w obrębie jednego gatunku. W zapowiedzi w kolumnie głównej, główki występują jako wielowersowe akapity, natomiast w kolumnie prawej – mniejszej, stają się lidami hasłowymi lub jednozdaniowymi, które stanowią wyimek lidów streszczających.

4. Podsumowanie

Uczestnikami netlogu są nadawcy odpowiedzialni za dodawanie treści na stronę oraz odbiorcy-współtwórcy komentujący występujące w portalach gatunki wypowiedzi. Zarówno inicjatorzy internetowego dialogu, jak i odpowiadający na niego odbiorcy są zobligowani (choć w Pudelku nie są przestrzegane te normy) do autoprezentacji.

Podstawa materiałowa pozwala zauważyć, że nadawcy w portalu PCLab.pl wykazują najmniejszą kreatywność w tworzeniu własnych nazw. W Pudelku i Gotujmy autorzy gatunków z segmentu inicjalnego (tekstów-matek) prezentują siebie analogicznie do nicków odbiorców wszystkich badanych portali.

Pseudonimami są zarówno imiona i nazwiska uczestników konwersacji, jak i pochodne od nich formy, powszechnie funkcjonujące zdrobnienia, kontaminacje literowo-liczbowe, liczne dookreślenia czy obcojęzyczne zapożyczenia wewnątrz prezentowanych nazw. Nick jest autoidentyfikatorem uczestników konwersacji, a wybór eksponowanej cechy należy do autora pseudonimu.

W wyekscerpowanym materiale nadawcy i odbiorcy wypowiedzi przyjmują analogiczne strategie komunikowania. Występują zatem jako nadawcy zbiorowi,

a w Gotujmy również jako jednostki. Stanowi to sposób pozorowania bliskości z użytkownikami.

Odbiorcy ujawniają się paralelnie, z przewagą stosowania form liczby pojedynczej czasu teraźniejszego, a także form nieosobowych lub rodzajowych. Interlokutorami są zarówno kobiety, jak i mężczyźni. PCLab.pl jest reprezentantem portalu, w którym grupą dominującą są mężczyźni, w Gotujmy kobiety, a w Pudelku porównywalnie przedstawiciele obu płci.

Uczestnicy netlogu w celu utrzymania internetowego dialogu korzystają z trzech strategii konwersacyjnych (informacyjno-weryfikacyjną, aksjologiczno-emotywną, behawioralną) oraz antystrategii (gry tytułem i lidem), których celem jest chęć pozyskania i utrzymania uwagi użytkowników.

Rozdział siódmy

JĘZYK I STYL KOMUNIKOWANIA SIĘ NA PORTALACH INTERNETOWYCH²³⁵

Język w portalach internetowych może być rozumiany jako język dyskursu medialnego lub język dyskursu w mediach [Kawka 2014: 167]. Rozbieżność ta dotyczy uczestników aktu komunikacyjnego, tj. nadawcy i odbiorcy (ujawnionego²³⁶, czynnego). **Język nadawcy** można analizować w ramach **języka dyskursu medialnego**, z kolei **język odbiorcy** stanowi współzależność z **dyskursem w mediach**. Maciej Kawka, rozgraniczając te dwie kwestie, zauważa, że treści pisane przez nadawców to język dyskursu medialnego i że są to „[teksty niewystępujące – zm. J.M.] w naturalnych warunkach i sytuacjach, jak np. nagranie rozmowy na taśmie magnetycznej czy cyfrowy zapis video lub próbki rzeczywistych tekstów wykorzystanych tylko w mediach [...]. [To – przyp. J.M.] teksty, wypowiedzi, dyskursy, przekazy audiowizualne, filmy, zdjęcia, fotoreportaże itp. są medialne w tym sensie, w jakim zostały poddane medialnej (dziennikarskiej) obróbce, inaczej mówiąc, są to teksty w wariacie opracowanym (medialne)” [Kawka 2014: 167-168]. Sporządzone teksty są, przyjmując za Kawką, przekształcone, zmodyfikowane i uzależnione od montażu czy pracownika portalu kreującego jakąś treść. Dotyczy to również odseparowania dziennikarza/osoby piszącej tekst od jego tekstu, na rzecz wydawcy, nieograniczanego w redagowaniu [por. Kawka 2014: 168].

W portalu internetowym dyskursem w mediach można określić język użytkowników zamieszczających gatunki wypowiedzi oraz w każdym przypadku komentujących publikowane na stronach artykuły. Odbiorcy w swych komentarzach ukazują często spontaniczne, niepoprawiane (brak ingerencji ze strony np. wydawcy) formy tekstowe obecne w komentarzach, bez kropek, przecinków czy wielkiej litery

²³⁵ W analizowanym materiale przykładowym została zachowana oryginalna pisownia i interpunkcja. Dłuższe przytoczenia posiadają źródło, jak we wcześniejszych rozdziałach: PP – Pudelek.pl, PC – PCLab.pl, PG – Gotujmy.pl/T – tytuł, L – lid, K – korpus, KU – komentarze użytkowników i po dwukropku data publikacji, a w krótszych fragmentach je pominięto w zamian za wprowadzenia lub zastosowano oznaczenie skrótowe na określenie portalu: [PP] – Pudelek.pl, [PG] – Gotujmy.pl, [PC] – PCLab.pl, np. PP: 2016-2018.

²³⁶ Kwantyfikator *ujawniony* odnosi się do odbiorcy, który czynnie uczestniczy w konwersacji.

na początku zdania, co świadczy o szybkości i chęci natychmiastowego podzielenia się przemyśleniami dotyczącymi tekstu [por. Majchrowska 2015b: 119-128].

Język i styl analizowanych w niniejszej rozprawie portali wykazują cechy charakterystyczne dla konstrukcji internetowej w ogóle. Uwagi dotyczące kształtu językowo-stylistycznego podstawy materiałowej były czynione już wcześniej, w partiach rozważań dotyczących struktury portali. Nie sposób bowiem charakteryzować cech gatunków (pozainternetowych, internetowych i użytkowych) bez odnoszenia się do języka jako ich tworzywa. W tej części pracy doktorskiej zostały zestawione stylistyczne dominanty występujące w wypowiedziach zamieszczanych na analizowanych portalach.

1. Potoczność w sieci

Jak twierdzi m.in. Urszula Żydek-Bednarczuk, analizując pojęcie dyskursu medialnego. W przypadku internetu następuje „połączenie różnych kodów, w których słowo jest mówione – pisane, (z)apisane, uwikłane w dźwięk, obraz, animację” [Żydek-Bednarczuk 2013a: 185]. W każdym akcie komunikacji językowej – rozmowie w sieci „wyróżniamy nadawcę tekstu, czyli tego, kto mówi lub pisze, odbiorcę tekstu, czyli tego, kto słucha lub czyta, oraz sytuację komunikacyjną” [Nieckula 2014: 100]. Franciszek Nieckula, w rozważaniach dotyczących języka ustnego i języka pisanego pokazuje ich różnice i podobieństwa²³⁷. Uznając komunikację mówioną za związaną z mniejszym wysiłkiem, pisanie nazywa pracą. Dodaje, że „mówienie jako bezwysiłkowa psychofizjologiczna reakcja przeważnie na doraźną, a nierzadko również błahą potrzebę, może odbywać się szybko i bez większego namysłu. Powiadamy, że często ma charakter spontaniczny, że polega na bezrefleksyjnym użyciu języka” [Nieckula 2014: 100-101]. Autor dodaje, że „teksty pisane na ogół służą ważniejszym potrzebom człowieka – nie mają tak błahego charakteru, jak wiele wypowiedzi ustnych” [Nieckula 2014: 101]. W portalach internetowych współistnieją (w różnym stopniu) elementy przynależne zarówno do odmiany mówionej, jak i pisanej. Wspomniane bezrefleksyjność, spontaniczność oraz szybkość wyrażania, właściwe dla wersji mówionej, przez skrócenie dystansu między nadawcami i odbiorcami, charakteryzują wypowiedzi użytkowników (ich komentarze), którzy dzięki biegłości w pisaniu na klawiaturze lub klawiaturach dostępnych z opcjami pomocniczymi (typu

²³⁷ Zob. też na temat stanu polszczyzny przełomu XX i XXI wieku [Ożóg 2001a].

swype²³⁸) starają się szybko przekazać swoje myśli i emocje. Za Eugeniuszem Wilkiem można uznać, że każde medium, w tym przypadku również internet, tworzy dla własnego użytku „specyficzne znaczenia prozodyczne i paralingwistyczne (intonacja, rytm itp.)” [Wilk 2000: 24]. W języku internautów przejawiają się one w podkreśleniu emocjonalności tekstu.

Emocjonalność w wypowiedziach dialogowych w różnej przestrzeni komunikacyjnej stanowi przedmiot zainteresowania szczególnie językoznawców, co potwierdzają liczne publikacje²³⁹. Są to m.in. w porządku chronologicznym prace redagowane m.in: Grażyny Habrajskiej [2001] – artykuły dotyczące języka w różnych przestrzeniach komunikacyjnych, w tym wyróżnienie stylistyczno-językowych elementów potoczności; Krystyny Wojtczuk i Agnieszki Wierzbickiej [2004] – publikacje odnoszące się do funkcji emocjonalnej jednostek językowych i tekstowych; Kazimierza Michalewskiego [2006] – przedstawienie aspektów emocjonalności od zagadnień teoretycznych przez odmiany stylowe i ich językowe konkretyzacje. Do reprezentatywnych i fundamentalnych prac należą antologie redagowane przez Małgorzatę Kitę i Iwonę Loewe: *Język w mediach. Antologia* [2012]²⁴⁰ i *Język w internecie. Antologia* [2016], w których analizy języka przybliżają specyfikę poszczególnych przestrzeni medialnych. Na gruncie rodzimym przykładem literatury przedmiotu jest monografia zbiorowa redagowana przez Grażynę Filip i Magdalenę Patro-Kucab [2015b], dotycząca konkretnego uczucia-afektu, jakim jest radość²⁴¹. Radość bowiem „z jednej strony może to być przecież afilacyjna wartość wysoka, wynikająca z dążenia do nawiązywania i utrzymywania bliskiego kontaktu z innymi ludźmi, z potrzeby emocjonalnego i społecznego zakorzenienia. Z drugiej natomiast może to być najniższa, ale jakże ludzka w hierarchii aksjologicznej wartość hedonistyczna wyrażająca się dążeniem do zaspokajania własnych przyjemności i unikania spraw przykrych. W obu ujęciach do wyrażania tej emocji służy potencjał

²³⁸ Aplikacja klawiatury dla smartfonów, która umożliwia intuicyjne posługiwanie się literami rozmieszczonymi na matrycy. Użytkownik przesuwając palcem wskazującym po ekranie, w mniej lub bardziej precyzyjny sposób, przecinając okienka z daną literą, które w połączeniu tworzą słowo. Dzięki oprogramowaniu takiej aplikacji na ekranie pojawiają się wyrazy. Zdarza się, że system podpowiada inny leksem, wtedy użytkownik wybiera z intuicyjnie podpowiadanych słów. Taka możliwość ma miejsce przy nieprecyzyjnym sposobie wyboru liter, np. z leksemu *dom* może pojawić się jako produkt finalny *don, fin*, itp.

Wygląd okna z klawiaturą jest analogiczny do klawiatury komputera nazwanej symbolicznie *qwerty*, od pierwszych liter jej ułożenia, patrząc od lewej strony, por. <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/qwerty.html> [odczyt: 22.09.2018].

²³⁹ Kazimierz Ożóg wskazuje na m.in. pauperyzację języka polityki [Ożóg 1993: 87-100].

²⁴⁰ Zob. o języku w mediach masowych [Bralczyk, Mosiołek-Kłosińska red. 2001]

²⁴¹ Na temat np. radości kibiców por. też: Kępka 2015: 278.

kodów niewerbalnych, werbalnych i parawerbalnych” [Filip, Patro-Kucab 2015a: 7-8]. Autorki dalej podkreślają, że tego uczucia-afektu można poszukiwać w codziennym życiu, zatem również w komunikacji internetowej (naśladującej relacje w bliskim kontakcie), w której często dominuje potoczna odmiana języka. Dorota Zdunkiewicz-Jedynak zauważa, że leksyka potoczna, charakterystyczna dla bliskich relacji (niezależnie od miejsca występowania, czyli również w sieci) jest „narzędziem budowania opisywanego poczucia łączliwości osób się komunikujących” [Zdunkiewicz-Jedynak 2018: 409]. Danuta Kępa-Figura dodaje, że w porozumiewanie za pomocą internetu wpisano „prawo do bezpośredniości, niskiego stopnia oficjalności czy wręcz familiarności przekazu” [Kępa-Figura 2006: 97-98]. Interesujących spostrzeżeń dostarcza monografia wieloautorska pod redakcją Anny Piotrowicz, Małgorzaty Witaszek-Samborskiej i Krzysztofa Skibskiego [2018], obejmująca zagadnienia potoczności w wielu aspektach i różnych przestrzeniach komunikacyjnych z ukierunkowaniem na języki słowiańskie²⁴².

Grażyna Filip, charakteryzując reprezentatywne sposoby przekonywania w trzech odmiennych dyskursach (film, teatr, literatura) zauważa, że „elementem strategii przekonywania czytelników do wyrażania opinii jest także wprowadzenie wykładników ekspresji do tekstów krytycznych” [Filip 2013: 79]. W portalach internetowych, w których celem nadawcy jest nakłonienie odbiorców do konkretnego działania („klikania”, komentowania) ekspresywność stanowi analogicznie istotną formę przekonywania. W tych gatunkach internetowych, bez względu na podjętą tematykę, nadawcy za cel obierają zachęcenie odbiorcy do powracania na stronę, a emocjonalność widoczna jest zarówno w tekstach od nadawcy, jak i odbiorcy. Nadawcy przez użycie odpowiednich środków pobudzają odbiorców, odbiorcy innych odbiorców i sporadycznie również nadawców (szczególnie w Pudelku). Za wspomnianą wyżej autorką można stwierdzić, że „ekspresywność jest w tym przypadku cechą narracji w ogóle, celowym zabiegiem powodującym polifoniczność wypowiedzi” [Filip 2013: 79], które są nastawione na dialog między interlokutorami.

Jacek Warchala twierdzi, że „społeczeństwa Europy przechodzą z epoki zbiorowej racjonalności do czasu zbiorowego wzmożenia emocjonalnego” [Warchala 2017: 107]. Autor stawia hipotezę, że pomijanie emocjonalności w przekazach z góry skazane jest na błędy w analizie. Istotne jest bowiem zrozumienie natury emocji, ich

²⁴² Zob. na temat potoczności w motoryzacyjnej prasie branżowej [Filip 2018: 51-62].

wywoływania i zarządzania nimi w celu osiągnięcia zamierzonych celów. Według autora: „media stymulują te procesy, a równocześnie odzwierciedlają tendencje i kierunki zmian, będąc podstawowym narzędziem komunikacji społecznej w świecie, gdzie wszystko może być komunikacją” [Warchała 2017: 107]. W portalach internetowych interlokutorzy komunikują się w różny sposób, głównie emocjonalny, korzystając z rejestru potocznego. Zatem „dostrzeżenie coraz większej roli, jaką w komunikowaniu i używaniu języka odgrywają emocje, inspiruje do zastanowienia się nad procesami nie tylko prostego transferu informacji, ale też jej kreowania i emocjonalizacji, tak, aby stała się ona podległa mechanizmom perswazji społecznej, eksponentem ideologii i narzędziem tworzenia polityki” [Warchała 2017: 108].

Rozmowy w sieci w analizowanych portalach internetowych są schematyczne. Strukturalnie składają się z gatunków wypowiedzi (pozainternetowych, internetowych, użytkowych) oraz aktów mowy – głównie komentarzy użytkowników. Obie wymienione grupy można traktować jako konteksty interpretacyjne [por. Wojtak 2012a: 121]. Między *tekstami-matkami* [Taras 2004: 44], stanowiącymi składnik inicjujący i pobudzający do działania, a *tekstami-opiniami* [Taras 2004: 44], składnikiem finalnym i elementem, którego zaistnienie świadczy o skuteczności nadanego komunikatu, zachodzi sprzężenie zwrotne. Dialogowość, obok wcześniej zauważonych elementów (spontaniczności mowy, sytuacyjności – powiązania dialogu z sytuacją) jest składową ustnej odmiany języka [Ożóg 1993: 93], charakterystyczną dla portali internetowych, w których komunikacja typu *interface to interface* naśladuje rozmowę typu *face to face*. Interlokutorzy w różny sposób (werbalnie i niewerbalnie) komunikują swoje stany emocjonalne. W sieci niewerbalność jest ograniczona przez sprzęt i oprogramowanie. Użytkownicy korzystają z nowych lub kreatywnie łączonych, dostępnych środków w poszczególnych portalach.

Grażyna Filip wyróżnia dwie grupy wykładników ekspresywności:

1. leksykalne i interpunkcyjne eterminanty emocjonalności.
2. dialogowa struktura niektórych segmentów tekstu [Filip 2013: 79].

Dialogowość została omówiona w rozdziale dotyczącym aktów mowy.

1.1. Wykładniki ekspresji w wypowiedziach nadawców portali internetowych

1.1.1. Ekspresywny potencjał czasowników

Małgorzata Kita nazywa język potoczny językiem bliskości, dookreśla go pisząc, że jest to „»język 2. osoby liczby pojedynczej«, podczas gdy kontakt językowy z użyciem innych form adresatywnych wymaga nie-potocznego (np. oficjalnego, specjalistycznego itp.)” [Kita 2001: 173]. Językoznawczynie podkreśla, że „»Ty« wyzwickowe natomiast nawet w kontaktach między osobami dorosłymi, nie znającymi się, kiedy wymagana byłaby forma neutralna »Pan/Pani«, jest szczególnie mocno związane z nacechowaną ujemnie odmianą języka potocznego” [Kita 2001: 173]. W przestrzeni wirtualnej, co zostało już zauważone w poprzednim rozdziale niniejszej analizy, nadawcy korzystają z form adresatywnych zarówno skierowanych do jednostki, jak i zbiorowości. Oto przykłady: *skomentuj, czytaj, Współczujecie?, Oglądaliście?, Lubicie ją?, Popędzicie do kiosków?, Rezerwujecie już bilety?, Myślicie, że w kreskówce byli równie uroczy co w rzeczywistości, Zobaczcie jak wyglądali [PP]; sprawdź, zobacz, zobaczcie [PG]; sprawdź najniższe ceny [PC]. Odbiorcy-współtwórcy [Ślowska 2014: 179] stosują natomiast przede wszystkim formy 1. osoby liczby pojedynczej lub mnogiej. Oto przykłady: *ja bym powiedziała, ja bym ją wysłała, wtedy przekonamy się [PP]; dodać, ubić, ja się skusiłam [PG]; rozważę zmianę, przestałem rozważać, nie wstydzę, widzę, mi tam się podoba [PC].**

W analizowanych wypowiedziach redaktorzy (profesjoniści i nieprofesjoniści) korzystają z różnych środków obrazowania. Maria Wojtak, analizując reportaż, wskazuje elementy, które można także zauważyć w gatunkach wypowiedzi na portalach internetowych. W wortalach, w zależności od podjętego tematu, redaktor wybiera takie środki językowe, dzięki którym „wypowiada się na sucho i z dystansem oraz takie, które pokazują kunszt w sposobie wybierania i dobierania form uplastyczniających komunikat” [Wojtak 2004: 298]. Istotne w rozpoznaniu społecznego doświadczenia nadawców są: frazeologizmy²⁴³, neologizmy, neosemantyzmy, a także mechanizmy, które wpływają na tworzenie nowych nazw. Do nich należą m.in. derywacja, synonimia i opozycja. Jerzy Bartmiński w swoich rozważaniach podkreśla, że „jednak rekonstruując językowy obraz rzeczy i zdarzeń, nie można izolować od siebie różnych

²⁴³ Por.: J. M. Lewicki, A. Pajdzińska, 2014, *Frazeologia* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 313-334, A. Pajdzińska, 2001, *My, to znaczy...* (z badań językowego obrazu świata), „Teksty Drugie”, 1, s. 33-53.

poziomów organizacji języka, przeciwnie, należy uwzględnić łącznie zarówno gramatykę, jak i leksykę, nazwy podstawowe, jak i derywaty od nich, formy językowe w całej sieci systemowych relacji, jak i konwencjonalne użycie” [Bartmiński 2014: 13].

W wypowiedziach nadawców z poddanej analizie podstawy materiałowej, na co uwagę zwraca Grażyna Majkowska, analizując język mediów, istotne jest dostosowanie się do wymogów, które funkcjonują wśród wydawców. O przetrwaniu, na tak prężnie rozwijającym się rynku, decyduje zarówno firma wydawnicza, jak i publiczność. W przestrzeni wirtualnej, w której użytkownik podejmuje decyzje, językowe (i nie tylko) środki utrzymania uwagi odbiorców mają szczególne. Przytoczona autorka twierdzi, że: „słuchacza, czytelnika czy widza trzeba wszelkimi możliwymi sposobami zdobyć, zwrócić jego uwagę i jak najdłużej zatrzymać” [Majkowska 2000: 232]. Nośnikami sensu stają się, według wspomnianej badaczki, określenia silnie nacechowane, czasowniki implikujące wartościowanie, czasowniki występujące w aktach mowy typu dyrektywnego czy ekspresywnego, przymiotniki nadające wypowiedziom odcień egzaltacji lub przesady, a także wartościujące przymiotniki, przysłowki i rzeczowniki [Majkowska 2000: 233-234]. Powyższe środki w poszczególnych wortalach występują z różnym natężeniem.

W każdym portalu internetowym w wypowiedziach od nadawców występują czasowniki neutralne. W PCLab.pl i Gotujmy.pl wykazują one dużą frekwencję, która jest motywowana ukazywaniem treści w sposób najmniej oceniający i najbardziej fachowy. W Pudełku mimo najbardziej emocjonalnego przekazu, odnaleźć można również liczną ich grupę. Oto czasowniki występujące w każdym z analizowanych wortalach:

1. PCLab.pl: *nie dzieli się, obiecywał, podłączyć, poinformował, pojawiły się, pozostaje, specjalizujące się, zamierza, zaprezentuje.*
2. Gotujmy.pl: *dostarczają, łączymy, odstawiam, odkryła, podajemy, postawmy, przekonaj się, przygotowuje się, przyznamy, zalewamy.*
3. Pudelek.pl: *biega, eksponuje, mieszka, pogodziła się, pokazała, postanowiła, poszedł, poszła, próbowała, przeszła, rozdaje, składa się, stara się, tłumaczą się, twierdzi, ujawnia, wydaje się, wygląda, wzbudził, udało się, zdobyła.*

Grażyna Majkowska zwraca uwagę, że w tekstach informacyjnych oprócz czasowników neutralnych występują takie czasowniki implikujące wartościowanie (*oskarża, grzmi, grozi, okrzyknął, ostrzega, denerwuje się, skrytykował, cieszy się*), a także takie, które występują w aktach mowy typu dyrektywnego (*nalega, ostrzega,*

oskarża) i ekspresywnego (*chwali, ubolewa, tłumaczy*) [Majkowska 2000: 233]. Formy te są widoczne szczególnie w PCLab.pl i Pudelku. Do reprezentatywnych czasowników wymienionych rodzajów należą te przywołane przez wspomnianą badaczkę. Poniżej przedstawione zostały różne konteksty dla wybranych jednostek leksykalnych:

„Britney Spears *chwali się* okularami” [PP/T: 13.01.2018].

„Rozczochna Kołakowska *chwali się* kolczykami” [PP/T: 14.01.2018].

„Steam *chwali się* 15 milionami użytkowników jednocześnie” [PC/T: 23.08.2017].

„Nożownik ze Stalowej Woli *tłumaczy* atak w centrum handlowym: »Mordowałem ludzi, bo ich NIENAWIDZĘ!«” [PP/T: 23.10.2017].

„Saramonowicz *zachwyca się* Owsiakiem: »POLSKI ŚWIĘTY, który zrobił więcej niż niejeden biokłęcznik przyołtarzowy«” [PP/T: 15.01.2018].

„Dlaczego fanki na każdym kroku *krytykują* Annę Lewandowską? ANALIZUJEMY” [PP/T: 28.05.2018].

„CEO Square Enix *krytykuje* loot boksy” [PC/T: 17.01.2018].

„Qualcomm *oskarża* Apple o kradzież tajemnic handlowych i przekazanie ich Intelowi” [PC/T: 25.09.2018].

Wśród zebranych leksemów sporą frekwencję wykazują czasowniki typu ekspresywnego jak: *dokucza, pręży się, kusi, zachwyca, zarzuca, obraziła się, wyśmiewa, mizdrzą się, żali się, uzewnętrznia się, tuli, bawią się, wyznaje, ujawnia, zagryza, zaraża, obściskuje się, wkręcił się, liże, grymasi* [PP]; *ujawnia, znika, zastrzega, zdradza* [PC]; *zdradzają, dokuczają* [PG]. Oto kilka przykładów ich użytych w kontekstach:

„Wałęsa *dokucza* Dudzie: »Chciałby istnieć w USA, a tam go NIKT NIE ZNA«” [PP/T: 8.12.2018].

„Toshiba *znika* z indeksu Nikkei 225” [PC/T: 10.07.2017].

„Bruce Patterson opowiada o komputerach NUC i *zdradza* trochę ciekawostek – wywiad z wieloletnim pracownikiem Intela” [PC/T: 5.03.2018].

„Słodkie ciasteczka z kokosu i białek, czyli zwyczajne kokosanki. Z tym, że sklezione i oblane czekoladą tworzą okrągłe kule, które nie *zdradzają* co jest w środku” [PG/L: 27.12.2016].

„Napar z kwiatów lilaka medycyna ludowa zaleca do picia gdy *dokucza* nam nadciśnienie, przeziębienie, kaszel, malaria czy ostra biegunka” [PG/L: 1.06.2016].

Sporą grupę stanowią czasowniki z polszczyzny potocznej (oznaczone w *Słowniku języka polskiego PWN* w opracowaniu Lidii Drabik, Elżbiety Sobol i in. kwalifikatorem *pot.*). Do tej grupy należą takie leksemy jak: *pożegnać się* ‘zrezygnować z czegoś; też: stracić nadzieję lub szansę na coś’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 729], *wydzwaniać* ‘telefonować do kogoś, gdzieś często lub długo’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1189], *zlać* ‘zbić kogoś’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1318], *zagalopować się* ‘powiedzieć coś niepotrzebnie, postąpić nierozważnie, bez zastanowienia’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1250]. Oto konteksty użycia wymienionych leksemów:

„[...] Eric Schmidt poinformował o swojej rezygnacji z pełnienia obowiązków prezesa konglomeratu Alphabet, w skład którego wchodzi firma Google. Ze swoim stanowiskiem ma *pożegnać się* na początku stycznia przyszłego roku, ale nadal będzie związany z przedsiębiorstwem. Wiemy, że zostanie doradcą technicznym zarządu” [PC/K: 22.17.2017].

„[...] Bardzo dobrze poradziło sobie Apple, a wyraźnie słabiej Fitbit, który musiał *pożegnać się* z pozycją lidera” [PC/K: 9.05.2017].

„[...] Zaprzyjaźniony kierowca nieoczekiwanie popadł w manię wielkości i zaczął *wydzwaniać* po producentach, podając się za agenta Górniak” [PP/K: 1.01.2018].

„[...] Prezenterka wyznała, że zdarzyło jej się pobić mężczyznę na ulicy. Złała go do nieprzytomności. Ale, jak wyjaśnia, miała dobry powód” [PP/K: 15.04.2018].

Inną grupę tworzą imiesłowy przysłówkowe współczesne: *poszukując pięknych partnerek, biorąc pod uwagę przeciętna powierzchowność mężczyzny, widząc jak jest szczęśliwy, łamiąc umowę i naruszając mir domowy, wymieniając największe gwiazdy, pokazując całą ekipę i patetycznie dziękując za wspólne chwile, pojawiając się na eventach i dziękując „fanom” za wsparcie, próbuje się przypodobać zachwycając [PP]; stawiając na jednostki, delikatnie rzecz ujmując, niezbyt udanymi, przyjmując*

że podane specyfikacje są zgodne z rzeczywistością [PC]; doprowadzając do małego pożaru, sprawiając, że pichcenie stanie się proste i przyjemne, uważając, ugniatając [PG]. Oto wybrane przykłady w kontekstach:

„W piątek odbyło się ostatnie wydanie programu, co Tadia odnotowała na Instagramie, *pokazując cały zespół i patetycznie dziękując za wspólne chwile. Dziennikarka porównała ekipę do orkiestry grającej na Titanicu*” [PP/K: 1.12.2018];

„[...] W tegorocznych wersjach zaktualizowano przede wszystkim procesory, *stawiając na jednostki Core 8 [...]*” [PC/L: 12.07.2018];

„W garnuszku roztop na wolnym ogniu masło, *uważając, aby się nie przypaliło [...]. Następnie ugniatając w dłoniach porcje masy, uformuj z niej niewielkie kulki [...]*” [PG/K: 9.05.2017].

Imiesłowy współczesne jako formy czasownikowe wyrażają czynności wykonywane jednocześnie z czynnościami określonymi przez orzeczenia poszczególnych zdań. Z perspektywy odbiorców tak skonstruowane wypowiedzenia mogą być wyrazem dbałości nadawców o szczegóły informacji; zwiększają obrazowość przekazu i zdają się potwierdzać jego autentyczność.

1.1.2. Epitety

Istotnym środkiem obrazowania jest użycie epitetów [por. Wojtak 2004: 298]. Zgodnie z definicją w *Encyklopedii językoznawstwa ogólnego* pod redakcją Kazimierza Polańskiego *epitet* to jeden z podstawowych tropów stylistycznych. Jego zadaniem jest określanie desygnatu, stosunku mówiącego/piszącego do desygnatu lub łączenie obu form [Saloni 1999: 145]. Wśród zebranego materiału przykładowego przeważają przymiotniki wskazujące na cechę opisywanego przedmiotu lub osoby. Są to określenia zwracające uwagę na wielkość opisywanego produktu, przedsięwzięcia, a także takie, które oceniają, pokazując przy tym stosunek nadawcy do przedstawianej osoby lub przedmiotu.

W PCLab.pl są to formy wskazujące na cechy opisywanych technologii lub wydarzeń w świecie nowinek technologicznych. Redaktorzy stosują takie epitety jak: *obszerna baza danych, podstawowe informacje, podstawowe wsparcie, dodatkowe dane, klasyczne konstrukcje, wąskie ramki, mobilny internet, dodatkowe efekty świetlne, dostępne konfiguracje, testowane modele, okazjonalne granie, pełna procedura*

oraz *dobra jakość, wielki tekst, idealny kompromis, idealny wybór, drobne elementy, tani sprzęt*, czy wyrażenia oparte na kontraście: w zarówno *tańszych, jak i droższych ultrabookach* [podkr. J.M.]. Tę grupę obrazują poniższe fragmenty:

„[...] Microsoft zakończył właśnie okres *podstawowego wsparcia* dla Windowsa 8.1” [PC/L: 11.01.2018].

„[...] W najnowszej aktualizacji znajdziecie też *podstawowe informacje* o chwytach oraz *dotatkowe dane* o jakości *przycisków głównych* i wygodzie użytkowania” [PC/L: 22.07.2018].

„[...] Według producenta ma być to *idealny wybór* dla *graczy ceniących wysoką jakość*, którzy jednak *nie mają nieograniczonych środków* na zakup wyświetlacza [...]” [PC/L: 28.11.2018].

Podsumowaniem tej grupy przykładów mogą być dwa fragmenty lidu i korpusu, w których redaktorzy portalu PCLab.pl stosują zabieg nagromadzenia środków obrazowania. Oto one:

„[...] *Niniejszy artykuł* to kontynuacja tego *drugiego testu*. Uwzględniliśmy w nim konstrukcje *14-calowe, nieco większe, ale bardziej uniwersalne i nadal bardzo mobilne*” [PC/L: 29.11.2018].

„*Nowy model* ma już *całkiem inne* [opakowanie, które zaskakuje wyglądem – przyp. J.M.]. Po pierwsze, jest ono *wyraźnie mniejsze, co lepiej obrazuje zdjęcie na ostatniej stronie artykułu*. Po drugie, pojawiło się *nowe, czerwone logo*, jednym *przywodzące na myśl zębatkę do roweru*, a innym – *azteckie symbole*. Po trzecie, *znany nam od dawna napis XPG* został *uproszczony* i ma tylko jeden kolor” [PC/K: 27.11.2018].

W Gotujmy.pl przymiotniki²⁴⁴ stosowane są w celu przekazania precyzyjnego opisu wykonywanych czynności oraz dookreślenia użytych produktów – z podaniem ich ilości. Często są to nazwy własne składników. Oto przykłady: *czubata łyżka sera, gładka masa, puszysta masa, sztywna piana, zmielone orzechy, przesiana mąka, przestudzony tłuszcz, bułka tarta, ser biały, cukier puder, mąka pszenna, cukier waniliowy, cukier cynamonowy, chlebek dyniowo-imbirowy, wypestkowane śliwki*

²⁴⁴ Zgodnie z propozycjami podziału na części mowy przedstawianymi w gramatyce uniwersyteckiej do grupy przymiotników zaliczane są wszystkie te formy morfologiczne, które odmieniają się według paradygmatu przymiotnikowego [por. Grzegorzczkowska, Laskowski, Wróbel red. 1999: 52-85].

i czereśnie, jedno jajko, całe ciasto, przygotowane ciasto oraz małe obroty, małych oczkach, natuszczona tortownica, suche patyczki, bądź ogólnie: składniki suche, składniki mokre. Ilustracją są fragmenty z korpusu wspomnianego wortalu:

„Do rondelka wsypałam *mąkę pszenną* wraz z *cukrem waniliowym*. Wymieszałam. Dołałam mleko oraz wbiłam *jedno jajko*. Zmiksowałam na *gładką masę bez grudek*” [PG/K: 20.09.2016];

„*Chlebek dyniowe-imbirowy, intensywny w smaku*. Mieszają się w min aromaty cynamonu i imbiru, a dodatek dyni powoduje, że jest wilgotny” [PG/L: 30.10.2017].

Analizowany portal Pudelek.pl jest pełen epitetów. Nadawcy używają przymiotników, podobnie jak już wskazano wcześniej (w innych portalach), do charakteryzowania przedmiotów, produktów, sytuacji, a w tym przypadku: szczególnie osób. Redaktorzy ukazują tym samym swój stosunek do przedstawianych postaci, niekiedy intensyfikują wypowiedzi w celu zaintrygowania, zainteresowania użytkowników-czytelników portalu/sieci. W tej grupie występują określenia odnoszące się m.in. do:

1. Stanu emocjonalnego opisywanych osób – forma oceniająca: *zadowolona Wendzikowska, w dobrym nastroju, zrelaksowana dziennikarka, rozjuszona Paulina, poważni Megan Markle i książę Harry, szczęśliwa Ivanka Trump, ciężarna Joanna Kulig, naciągnięta Tyra Banks, uroczy Justin Bieber, wystylizowana Rusin* [PP: 2016-2018]. Oto przykłady:

„*Dumna Alicja Bachleda-Curuś* wspiera Gortata na jego imprezie charytatywnej (ZDJĘCIA)” [PP/T: 15.01.2018].

„*Szczęśliwa Ania Lewandowska z Klarą*” [PP/T: 14.01.2018].

„*Szczęśliwi Majdanowie* zbierają dla Owsiaaka” [PP/T: 15.01.2018].

„*Wystylizowana Rusin* razem z Czarkiem wspiera WOŚP” [PP/T: 16.01.2018].

2. Wyglądu (twarz, ciało lub skonkretyzowane do oczu, ust, zębów, brzucha) opisywanych osób – forma opisowa: *silna i piękna kobieta, odstający brzuch, szczupła Agnieszka Grochowska i Bołqdz* [PP: 2016-2018].
3. Ubioru celebrytów: *czarny golf, welurowa sukienka, aksamitne garnitury, pikowany płaszcz, granatowe botki, modne trzewiki damskie* [PP: 2016-2018].

4. Sytuacji życiowych z uwzględnianiem prywatnych kwestii (posiadania partnera, dzieci czy domu, samochodu lub innych sprzętów) – forma oceniająca i opisowa: *osoba publiczna, popularna prezenterka, nowa miłość, nowy partner, nowy chłopak, młodszy mężczyzna, inny mężczyzna, niewierny chłopak, pleć piękna, starsza kobieta, urlop macierzyński, pula alimentacyjna, ciężkie chwile, trudne chwile, dwa stanowcze zerwania, wzajemne żale, dobre nastawienie, własne rekordy, samotna matka, pierwsza córka, dwójka małych dzieci, starsza córka, samotna matka, druga ciąża, moje dzieci, wspaniały ojciec, rodzinne gniazdko* [PP: 2016-2018].
5. Zachowania i pracy zawodowej: *ambicjonalne podejście, kinowe propozycje, niekwestionowana gwiazda edycji, nowy singiel* [PP: 2016-2018].
6. Udziału w programach, konkretnych odcinkach czy innych publicznych wyjściach: *piąty sezon, miniony odcinek, finałowy odcinek, poprzedni odcinek* [PP: 2016-2018].
7. Przedmiotów i miejsc przytaczanych w wypowiedziach – funkcja oceniająca i opisowa: *trudny sezon, ostatnie mecze kadry, nowe powołanie, sobotni mecz ligowy, impreza świąteczna, czerwony dywan, kolejne posty, nowojorski chodnik, luksusowa willa, jednopoziomowa willa, piękny basen, prywatna limuzyna* [PP: 2016-2018].

Wśród zebranych przykładów zwraca uwagę wielokrotnie stosowana formuła: kolor ubrania osoby opisywanej + imię i nazwisko/imię/nazwisko/pseudonim osoby opisywanej, jak w przykładzie: *Morska Kinga Rusin uśmiecha się od ucha do ucha na imprezie producenta ziół i herbat (ZDJĘCIA)* [PP/T: 18.10.2018]. Przymiotnik *morska* jest swego rodzaju elipsą kontekstową. Dołączona ilustracja pełni w tym przypadku kontekst. Na zdjęciu została przedstawiona Kinga Rusin, ma na sobie sukienkę koloru morskiego. Nadawcy zamiast formuły *nosząca ubranie w kolorze X* stosują skrót i pominięcie składnika opisowego. Wymieniony epitet jest przykładem, w którym łączliwość leksykalna została naruszona, bowiem „choć z bogatego repertuaru słów utrwalonych w polszczyźnie jesteśmy w stanie stworzyć nieskończoną liczbę zestawień wyrazowych, to nie wszystkie zyskują społeczną aprobatę” [Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016: 65]. Inne przymiotniki, które odnoszą się do kolorystyki ubrań osób znanych, to: *niebieska, błękitna, biała, turkusowa, granatowa, zielona, różowa, kremowa, złota*. Oto konteksty:

„*Niebieska Magda Gessler* poszła spotkać się z byłym mężem (ZDJĘCIA)” [PP/T: 16.01.2018].

„*Biała Rozenek* w finale »Projektu Lady« (ZDJĘCIA)” [PP/T: 27.08.2016].

„*Różowa Melania i kremowa Rania* na spotkaniu w Białym Domu (ZDJĘCIA) [PP/T: 26.06.2018].

Inną formą tego rodzaju jest też odniesienie do pór roku, jak w przykładach:

„*Wiosenna Magdalena Ogórek* spaceruje z torebką Burberry za 4 tysiące złotych (ZDJĘCIA)” [PP/T: 27.04.2018].

„*Jesienna Rozenek* PARADUJE BEZ DOCZEPÓW w dwóch stylizacjach jednego dnia! (ZDJĘCIA)” [PP/T: 19.10.2018].

Niektóre sposoby prezentacji określonych działań celebrytów świadczą o subiektywizacji, co widać w poniższych formach m.in. przez stosowanie przymiotników wartościujących. W Gotujmy.pl to epitety typu: *wspaniałe*, *pyszny piernik*, *pyszne ciasto* oraz nienacechowane przymiotniki: *delikatnej puszystej masy*, *lekko kwaśny smak jabłek*. Wszystkie wymienione pochodzą z pola semantycznego kulinariów. Oto przykłady zaprezentowanych użyć w kontekście:

„*Wspaniałe* w smaku i *proste* w przygotowaniu *piernik* z powidłami i jabłkami. Takie *pyszne ciasto* na teraz, ale też i na *świętecznym stole* się sprawdzi” [PG/L: 1.11.2017].

„*Piernik* to ciasto, bez którego nie wyobrażam sobie grudnia. Taki *piernik* łączy w sobie słodczy ciasta z *lekko kwaśnym smakiem jabłek*” [PG/L: 8.12.2018].

Wśród materiału egzemplifikacyjnego przykładem emocjonalności wypowiedzi i nagromadzenia środków obrazowania, szczególnie z epitetami w formie wyliczeń (zastosowano w nim przydawki przymiotne i rzeczownikowe oraz liczne dopełnienia) stanowi lid z portalu Gotujmy.pl:

„*Pyszne kruche ciasto kakaowo - orzechowe ze śliwkami i czereśniami i budyniem śmietankowym, polane mleczną czekoladą*” [PG/L: 30.10.2018].

Niektóre przymiotniki pełnią funkcję lokalizującą, nawigującą w tekście m.in.: *górne zdjęcie*, *dolne zdjęcie*. Stosowane są też określenia również samego zdjęcia.

Użytkownicy stosują różne formy m.in.: *pierwsze zdjęcie, prawdopodobne zdjęcie, pierwsze zdjęcie prasowe, dobrej jakości zdjęcie*. Wyrażenia współwystępują z dookreśleniem typu: *zdjęcie smartfona, zdjęcie nowego smartfona, zdjęcie złodzieja, zdjęcie opakowania, zdjęcie bez rozpraszania ciepła, zdjęcie Core i9-9900K po usunięciu IHS-a* oraz *zdjęcie niezapowiedzianej jeszcze płyty głównej Asusa z chipsetem X470*. Oto przykład:

„*Pierwsze zdjęcie inżynierskiej wersji laminatu nowej karty graficznej Nvidii*” [PC/T: 26.06.2018].

W tej funkcji mogą występować także przymiotniki relacyjne. W PCLab.pl są to formy typu: *niskonapięciowy Ryzen R5, klawiatura optyczna, dane techniczne, pamięć podręczna, nazwa kodowa*. Oto fragmenty przedstawiające ten sposób obrazowania:

„[...] Poza *oczywistymi zmianami* na naklejce ograniczają się one do nieco *innej konfiguracji drobnych elementów SMD*. Skoro więc ogląd *nie informuje o niczym istotnym*, porównajmy *dane techniczne*” [PC/K: 27.11.2018].

„Być może niektórzy z Was myślą, że *pamięć podręczna (cache)* nie ma większego znaczenia. Tymczasem taka pamięć pełni kluczową funkcję w każdym procesorze [...]” [PC/L: 23.08.2017].

W Gotujmy.pl przymiotniki relacyjne stosowane są w opisach składników. Oto charakterystyczne przykłady: *drink bezalkoholowy, budyń śmietankowy, orzechowy spód, ciasto orzechowe, snikers domowy, domowa chałwa, zupa brukselkowa, domowe ogórki kiszane, kotleciki kalafiorowe, orzechowy miodownik, gofry ziemniaczane, drobiowe zawijasy, sałata śledziowa, sałatka makaronowa, jogurtowe ciasto, świąteczny stół*. Wymienione epitety stanowią składową wielu przepisów lub porad w portalu Gotujmy.pl. Niektóre z tytułów są dookreślane. Oto kilka pełnych nazw, które potwierdzają spostrzeżenia:

„*Drink bezalkoholowy o smaku limonki*” [PG/T: 8.12.2016].

„*Salatka makaronowa z gotowanym kurczakiem*” [PG/T: 5.12.2018].

„*Pieczone gęsie udka Eli*” [PG/T: 27.11.2018].

„Jogurtowe ciasto na zimno” [PG/T: 26.10.2018].

„Domowy paszтет z orzechami” [PG/T: 5.12.2018].

„Drobiowe zawijasy z marchewką” [PG/T: 4.12.2018].

Inne przykłady z opisywanej serii: *Sylwestrowy deser* [PG/T: 10.01.2016], *Grzybowa kapusta* [PG/T: 12.11.2018], *Placuszki jabłkowe* [PG/T: 9.11.2018], *Sos pieczarkowy* [PG/T: 4.12.2018], *Domowy smalec* [PG/T: 4.12.2018], *Domowa pizza* [PG/T: 23.03.2018], *Ciasteczka orzechowe* [PG/T: 30.11.2018], *Salatka kebabowa* [PG/T: 9.11.2018], *Tort urodzinowy – czekoladowy* [PG/T: 18.07.2017] czy *Imieninowy tort orzechowo - czekoladowo – kawowy* [PG/T: 20.03.2017].

Pudelek.pl to wortal, w którym jest duża frekwencja przymiotników relacyjnych. Nadawcy starają się za wszelką cenę skupić na sobie uwagę odbiorców. Oto kilka form stosowanych przez redaktorów, np. *słomiane kapelusze*, *plażowa moda*, *letnia garderoba*, *potrawy świąteczne*, *instagramowy post*, *instagramowa mentorka*, *wrześniowa okładka*, *bluzki koszulowe*, *sukienki koszulowe*, *torby plażowe*, *plecaki skórzane*. Ilustrują to wybrane fragmenty:

„*Słomiane kapelusze* należą do kanonu *plażowej mody*. Gwiazdy chętnie noszą je również na co dzień, dzięki czemu stały się hitem *letniej garderoby* [...]” [PP/K: 9.07.2016].

„[...] Amerykańskie tabloidy już okrzyknęły ją »połączeniem Megan Fox i Kate Upton«. Bez wątpienia Abigail może pochwalić się kobiecą figurą i ogromnym biustem, który chętnie eksponuje w skąpej bieliźnie. *Instagramowa celebrytka* zapewnia, że jej ciało jest „dziełem natury” i ciężkich treningów na siłowni [...]” [PP/K: 23.02.2017].

„*Sukienki koszulowe* to nieoczywisty wybór wśród celebrytek. Często zarzuca się im brak klasy w stroju lub że odsłaniają więcej niż zasłaniają. A jednak jest grupa znanych pań, które preferują »grzeczne« stylizacje. Która najlepiej nosi *sukienkę koszulową na lato*?” [PP/K: 10.06.2018].

Stopniowane przymiotników i przysłówków, czyli ujmowanie cech w stopniu wyższym i najwyższym, jak twierdzi Jerzy Bralczyk, stanowi „niemal podstawową kategorię perswazyjną” [Bralczyk 2004: 91]. W portalu PCLab.pl takie występują formy, a ich celem jest przekonanie do produktów i technologii. Wspomniany autor

uważa, że „z kategorią stopnia wiążą się treściowo inne sposoby nazywania natężenia cechy, na przykład absolutywizacja i porównywanie” [Bralczyk 2004: 91]. Redaktorzy wortalu stosują następujące formy przymiotników i przysłówków w stopniu wyższym i najwyższym: *wydajniejsze konstrukcje, wcześniejszy test, wolniejsze Celerony, większej rozdzielczości, bardziej dostępna, starsza wersja, starszy produkt, starszy model, nowszy produkt, późniejsze wydania, nieco droższe od dostępnych konstrukcji, największych operatorów, najbardziej stosowne oraz wyraźnie wyższe deklarowane parametry transferu przy odczycie danych i szybszy od tradycyjnego dysku talerzowego*. Oto niektóre przykłady funkcjonowania wymienionych określeń w wypowiedziach z wortalu PCLab.pl:

„Można już kupić *bardzo dużo płyt głównych* do procesorów AMD z chipsetami z serii 400. Choć zwykle są *nieco droższe od dostępnych* od dawna *konstrukcji* z chipsetami B350 i X370, różnice w cenach są *coraz mniejsze i nowe modele* mogą skusić tych, którzy planują zakup procesora Ryzen. Sprawdziliśmy kilka z nich w działaniu” [PC/L: 25.09.2018].

„[...] Istotny jest także rodzaj nośnika. Bez wątpienia dziś każdy *komputer przenośny* powinien być *wyposażony w nośnik SSD*. Jest on *szybszy od tradycyjnego dysku talerzowego (HDD)*, jest też *znacznie bardziej odporny* na uszkodzenia mechaniczne [...]” [PC/K: 29.11.2018].

„[...] Oprogramowanie zawiera też *standardowe zestawy poprawek i listę nierozwiązanych błędów*, które powinny zostać poprawione w *późniejszych wydaniach driverów*” [PC/L: 13.09.2018].

W Pudelku przymiotniki i przysłówki występują przede wszystkim w stopniu najwyższym. Można stwierdzić zatem, powołując się na Jerzego Bralczyka, że nadawcy w maksymalny sposób chcą wzmocnić perswazyjność przekazu. Zbiory są wyznaczane dokładnie, przez co przekaz jest wiarygodniejszy [Bralczyk 2004: 95-96]. Oto superlatywy z opisywanego wortalu: *największe rozczarowania, najmodniejsze zamszowe ramoneski, najciekawsze uliczne zdjęcia, najciekawsze stylizacje, najlepsze stylizacje, najlepszy prezent, najgorzej ubrana, najwyraźniej, najbardziej pożądanym mężczyzna*. W przedstawionych wyrażeniach zauważalna jest emocjonalność i subiektywność przekazu [por. Bralczyk 2004: 97]. Oto konteksty opisywanych superlatywów:

„*Najciekawsze uliczne stylizacje tygodnia: Horodyńska, Krupa, Zawadzka, Szulim, Hadid... (DUŻO ZDJĘĆ)*” [PP/T: 16.01.2018].

„[...] Chociaż w procesie Cezarego P. jeszcze nie wszystko się wyjaśniło, Krysiak *najwyraźniej* uznał, że lepiej kuć żelazo póki gorące, zwłaszcza że wydanie książki w listopadzie znacznie zwiększa jej szanse w rywalizacji o *najlepszy prezent* pod choinkę [...]” [PP/K: 17.11.2018];

„Magazyn CKM we współpracy z portalem zaadopotujfaceta.pl udostępnił właśnie ranking *najbardziej pożądanых mężczyzn* w Polsce. Jest to już czwarta edycja plebiscytu, w którym internautki głosują na swoich ulubieńców [...]” [PP/K: 22.10.2016].

Nadawcy tekstów w portalu kulinarnym z superlatywizacji korzystają z podobną częstotliwością. Autorzy przepisów lub porad reklamują swoje dania, tak, aby użytkownicy wortalu wiedzieli, że przepis z morfemem *naj-* jest lepszy od innych z kategorii. Do typowych form należą: *najlepsza nalewka, najlepszy jablecznik, najlepsza pizza, najlepszy sernik, najzdrowsze warzywo, najzdrowszy dwukolorowy deser, najwspanialszy kołacz, najbardziej puszyste ciasto*, co ilustrują poniższe fragmenty:

„*Najlepszy sernik* z limonką. Bardzo delikatny, łącznie ze spodem, który jest miękkim biskopem. W smaku wyraźnie czuć smak limonki, szczególnie gdy próbuje się go jeszcze na ciepło. Godny polecenia!” [PG/L: 2.02.2018].

„Rukiew wodna to *najzdrowsze warzywo* na świecie!!! Tak twierdzą specjaliści od zdrowej żywności, więc dlaczego nie połączyć je ze²⁴⁵ bogatym w omega-3 łososiem i odżywczym mango? A wszystkie te składniki mają właściwości antynowotworowe! Jedz na zdrowie! [PG/L: 25.08.2018].

„*Najwspanialszy kołacz* jaki w życiu jadłam. Jest wyjątkowo delikatny i wilgotny a drożdży wcale nie czuć w smaku” [PG/L: 13.05.2016].

„Chyba *najlepsza szarlotka* jaką jadłam, zupełnie inna od tych które robiłam. Może dziwne, ale wcześniej nie robiłam szarlotki na kakaowym cieście. Miękkie kakaowe

²⁴⁵ Fragmenty zostały przytoczone z zachowaniem oryginalnej pisowni, co stanowi ilustrację stopnia powszechnej znajomości zasad pisowni polskiej.

ciasto i delikatna bezowa pianka w połączeniu z jabłkami jest wprost przepyszne!” [PG/L: 16.11.2018].

„Jeśli posiadamy w swoich zapasach słoiki ze śliwkami w słodkim syropie to śmiało możemy je wykorzystać do ciasta i nie musimy czekać na świeże *owoce* choć te oczywiście *są najlepsze*” [PG/L: 12.11.2018].

Sporą grupę tworzą przysłowki oceniające „dodatkowo uzasadniające istotność i wagę czy reprezentatywność wybranego przez dziennikarza zjawiska czy problemu” [Majkowska 2000: 234]. W PCLab.pl są to określenia typu: *wygląda całkiem przyzwoicie, komfortowo pracować, zbyt szybko, wolno*; w Pudelku: *gładko zaczesana fryzura, głośno było, wyjątkowo bujne, kolorowo i z pomysłem, wygląda zjawiskowo, wystarczająco ciepło*. W obu wortalach przysłowki odnoszą się do wskazania cech osób i produktów. Natomiast w Gotujmy.pl są stosowane na oznaczenie czasu przygotowywania i intensywności potraw, np. *szybko, muffinki mocno czekoladowe, mocno grzybowy omlet, mocno czosnkowy szczupak*. Oto wybrane fragmenty z ich użyciem:

„Przedstawiona przez nas *ledwie* trzy tygodnie temu w artykule „Tanie a dobre!” ADATA XPG SX8200 okazała się urządzeniem rewelacyjnym w swojej klasie cenowej [...]” [PC/L: 27.11.2018].

„[...] Z rozmowy dowiedzieliśmy się, że przedsiębiorstwo ma duże plany na rozwój swojej platformy, ale kolejna wersja sprzętu VR nie trafi na rynek *zbyt szybko* [...]” [PC/L: 24.07.2017].

„Windows 10 *wolno, ale rośnie w siłę*” [PC/T: 4.01.2016].

„Całość uzupełniały dopasowane kolorystycznie szpilki z odkrytymi palcami i *gładko zaczesana fryzura*” [PP/K: 12.07.2018];

„Mogłoby się wydawać, że życie uczuciowe odtwórcy wybitnej roli Pawła Lubicza, Tomasza Stockingera jest *wyjątkowo bujne*. Plotki o ciągłych romansach 63-latka nie ustają: najpierw *głośno było* o związku aktora z młodszą o 37 lat Sandrą [...]” [PP/K: 4.05.2017].

„[...] Kourtney Kardashian *wygląda zjawiskowo* w naszej sukience!” [PP/K: 18.01.2017].

„*Muffinki mocno czekoladowe z kokosem*” [PG/T: 13.01.2018].

Ze względu na odmianę właściwą przymiotnikom miękкотematowym do kategorii przymiotników zaliczony jest imiesłów przymiotnikowy czynny. W zdaniu występuje jako określenie rzeczownika lub zaimka nazywającego sprawcę czynności lub nosiciela stanu, o którym informuje imiesłów [Urbańczyk red. 1991: 121]. Semantyczny aspekt czynności służy dynamizacji przekazu. W analizowanej podstawie materiałowej, obejmującej różne formy prezentacji informacji, wyodrębnić można kilka grup występowania imiesłowów [por. Saloni 1999: 145]. Pojawiają się w tej samej funkcji, co wcześniej przytaczane części zdania. Oto reprezentatywne przykłady imiesłowów przymiotnikowych czynnych: *cieszy się niesłabnącą sympatią widzów, ekipę sprzątającą, sprawnie funkcjonującą maszynę, błyszczącą długą sukienkę koronkową, dobiegające wieści* [PP]; *wymagający na dodatek najtańszego sprzętu, gala obfitująca w ciekawe ogłoszenia, gry mijającego roku, sześć linii zasilających, wyczuwają nadchodzące Walentynki, mniej wymagających graczy* [PC], *staropolski piernik dojrzewający, postawmy na sycące, rozgrzewające dania i desery, prowadzącą inspirującego bloga* [PG]. Oto wybrane konkretyzacje we fragmentach:

„[...] Gessler w ramach pomocy przyprowadziła *ekipę sprzątającą* i ogłosiła zmiany” [PP/K: 29.11.2018].

„PlayStation VR to najtańszy dostępny dziś wyświetlacz VR, *wymagający na dodatek najtańszego sprzętu* do generowania obrazu [...]” [PC/L: 16.12.2016].

„*Gala obfitująca* w ciekawe ogłoszenia. Dzisiaj nad ranem zakończyła się impreza The Game Awards 2018, podczas której ogłoszono zwycięzców plebiscytu na najlepsze gry mijającego roku [...]” [PC/L: 7.12.2018].

„Przeczytaj wywiad z Julią Lipniak *prowadzącą bloga* o przewrotnej nazwie. Dowiedz się, czy kot w kuchni pomaga, czy raczej przeszkadza i czym można zastąpić cukier w wypiekach. Zapraszam!” [PG/L: 5.11.2018].

„[...] Poznaj Lorentynę, *prowadzącą inspirującego bloga* o nazwie Pistachio. Zapraszam na wywiad!” [PG/L: 18.10.2018].

„[...] Oto 4 niezwykle koktajle: *oczyszczający, energetyzujący, witalny i młodości*” [PG/L: 10.10.2018].

„Mama-menedżerka stworzyła ze swojej rodziny *sprawnie funkcjonującą machinę* do zarabiania pieniędzy i można się spodziewać, że kolejne pokolenia będą kontynuować jej »dzieło«” [PP/K: 13.10.2018].

W podstawie materiałowej występują również leksemy odmieniające się według paradygmatu przypiotnikowego, opatrzone w słowniku [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996] kwalifikatorem *potoczny*, są to np. *nachalny* [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 471] o znaczeniu ‘taki, który zuchwale się naprzykrza; też: świadczący o czyjejs natarczywości’; *pokiereszowany* – imiesłów przymiotnikowy bierny utworzony od czasownika *pokiereszować* ‘poranić, pokaleczyć kogoś’ lub ‘uszkodzić w wielu miejscach’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 687]; *zdezelowany* ‘zniszczony, zużyty’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1302]:

„[...] Niektórzy nie zgadzają się także *na nachalną promocję* żony Roberta, bo motywacyjne cytaty Ani śmieszą i denerwują, a nie poprawiają nastrój [...]” [PP/K: 21.07.2018];

„To ogromne usprawnienie. Google pracuje nad nową funkcją dla przeglądarki Chrome. Rozwiązanie ma blokować przekierowania do uciążliwych stron, które np. *w nachalny sposób* wyświetlają treści reklamowe [...]” [PP/L: 9.11.2017];

„[...] Celebryci równie chętnie pokazują zdjęcia za szpitala. Dzisiaj taką fotografią pochwaliła się Barbara Kurdej-Szatan. Widzimy ją na szpitalnym łóżku z obandażowaną głową i *pokiereszowaną twarzą*. Fani zaczęli snuć domysły na temat stanu Kurdej-Szatan [...]” [PP/K: 26.01.2016];

„Jeżdżą *zdezelowanymi karetkami*. Największy szpital w Polsce prosi o pomoc” [PP/K: 22.05.2017].

1.1.3. Rzeczowniki nacechowane potocznie

Rzeczowniki stanowią kolejną grupę emocjonalizmów. Grażyna Filip, badając ich frekwencję w krytyce kulturalnej, zwraca uwagę m.in. na chętnie przez publicystów stosowany leksem *robota* [por. Filip 2013: 84-87]. W Pudelku widoczne są też inne konteksty użycia tego słowa, np. *robota „kreta”*, *świetna robota*, *ciężka robota*. Oto kilka fragmentów z użyciem tego leksemu:

„Była żona ratuje posadę Kurskiego: »Wykonuje *świetną robotę!*«” [PP/T: 10.05.2016].

„Kilkanaście dni temu po długich negocjacjach rząd Stanów Zjednoczonych uzyskał zgodę na uwolnienie aresztowanego 17 miesięcy temu w Korei Północnej amerykańskiego studenta, skazanego na 15 lat *ciężkich robót* za próbę kradzieży propagandowego plakatu” [PP/T: 20.06.2017].

„Kurski o serduszkach WOŚP: »Zniknięcie musiało być *robotą Belzebuba*« [PP/T: 20.05.2017]

oraz w formie aktów dyrektywnych: *do roboty się wziąć, do roboty zapier*alaj, ŁACHUDRO*. W kontekście:

„Korwin Piotrowska odpowiada Kołakowskiej: »*DO ROBOTY SIĘ WZIĄĆ!* Sama nie zrobiła kasy na blogu« [PP/T: 24.03.2016];

„Radny z Piotrkowa Trybunalskiego *TEŻ ZNĘCAŁ SIĘ NAD ŻONĄ? »Do roboty zapier*alaj, ŁACHUDRO! Całe życie na mnie żerowałaś!«*” [PP/T: 25.05.2017].

Należy przy tym zwrócić uwagę na zróżnicowanie znaczenia tego rzeczownika (por. „15 lat ciężkich robót za próbę kradzieży”) oraz ujmowanie go w cudzysłów sygnalizujący dystans nadawcy do przedstawianej treści.

Potwierdzeniem emocjonalności przekazów od nadawców są inne potoczności w formie rzeczownika lub przymiotnika, podobnie jak w przypadku czasowników, w leksykonach określone kwalifikatorem *pot.* Oto przykłady: *lachudra* w znaczeniu ‘człowiek zasługujący na pogardę’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 411], *hajs* w znaczeniu ‘pieniądze’, *beka* ‘ubaw, zabawa, rozbawienie, zaskoczenie’²⁴⁶, *sztos* ‘coś fajnego, niesamowitego, fantastycznego’²⁴⁷, *przypał* ‘sytuacja trudna, niewygodna, przykra dla kogoś’²⁴⁸, *wtopa* ‘sytuacja żenująca, gafa, pomyłka, o której ktoś się dowiaduje i mająca swoje dalsze negatywne konsekwencje’²⁴⁹. Oto fragmenty kontekstów w których nadawcy używają cytatów z wymienionymi rzeczownikami:

„Żebrał? - zainteresowała się Kasia. Oczywiście, że mu nie kupiłam mieszkania. Za co? Ja będę miała *hajs* to najpierw sobie kupię. Wiesz, jak on do mnie pisze SMS-y?” [PP/K: 24.10.2018].

²⁴⁶ <https://www.miejski.pl/slowo-Beka> [odczyt: 18.11.2018].

²⁴⁷ <https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/sztos;5899798.html> [odczyt: 18.11.2018].

²⁴⁸ *Przypał* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/przypa%C5%82.html> [odczyt: 18.11.2018].

²⁴⁹ <https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/wtopa;5899808.html> [odczyt: 18.11.2018].

„Wróblewska udaje dystans do siebie: »Mamy taką *bekę!* Jestem tak załamana, że potnę się mydłem w płynie«” [PP/T: 14.05.2018].

„Marina kibicuje Szczęsnemu przed telewizorem: »WOJTUŚ, ELEGANCKO, KOCUR, SZTOS!«” [PP/T: 28.03.2018].

„DRAMAT młodej kochanki Durczoka! Wysłała klientowi PRYWATNE ZDJĘCIA: »Przypał jest podwójny«” [PP/T: 10.04.2018].

„Anna Kalczyńska od kilku sezonów współprowadzi z Andrzejem Sołtysikiem Dzień Dobry TVN. Praca z dziennikarzem, który zasłynął z licznych wpadek na antenie, chyba jej nie służy, bo Kalczyńska sama zalicza ostatnio *wtopę za wtopą*” [PP/K: 30.04.2018].

Potoczmem często obecnym we wszystkich portalach jest np. wyraz *wpadka* jako ‘niespodziane skompromitowanie się’, ‘ujawnienie się czyjejs konspiracyjnej lub przestępczej działalności’ lub ‘nieplanowana ciąża’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1164]. W PCLab.pl wymieniony leksem użyty został w znaczeniu kompromitacji, dodatkowo wzbogacono o przymiotnik *poważna*, który w kontekście zyskuje nowe znaczenie w sensie ‘duża, ogromna’, co potęguje kłopoty dotyczące wymienionego modelu telefonu. Oto wypowiedź:

„Nexus 6 - *poważna wpadka* z aktualizacją” [PC/T: 16.03.2017].

Rzeczownik *wpadka* pojawia się również w poradzie na portalu Gotujmy.pl, w którym jest dookreślony przymiotnikiem relacyjnym *kulinarna*. Oto przykład:

„Jeśli przytrafi Ci się *kulinarna wpadka*, nie załamuj się. W naszym dziale Porady na pewno znajdziesz rozwiązanie, które ułatwi Ci życie w kuchni i twoją kulinarną pracę [...]” [PG/K: 5.12.2018].

Duża frekwencja występowania leksemu *wpadka* zauważalna jest w wortalu Pudelek.pl. W wypowiedziach nadawców występuje zatem pojedyncza *wpadka*, *kolejna wpadka*, *ostatnia wpadka*, *poprzednia wpadka*, często pojawiają się *wpadki* m.in. jako *liczne wpadki*, *pasmo wpadek* czy *plaga wpadek*, a także *worek wpadek*. Redaktorzy w celu zainteresowania użytkowników sieci precyzują znaczenia, używając przydawki, dopełnień: *wpadki z butami*, *wpadki z zapominaniem żakietu*, *parę wpadek z wiarygodnością*, *wpadki na wizji*. Można być *rozczarowanym wpadką*, można *zaliczyć*

wpadkę lub *zaliczać wpadkę za wpadkę*, a także *wychwycić wpadkę*, jak również próbować *wpadkę zatuszować*. Oto konkretyzacje niektórych z wymienionych powyżej konstrukcji składniowych:

„[...] Po fali hejtu, która spłynęła po felernym finale na Joannę Krupę, prowadząca postanowiła zabrać głos i wytłumaczyć *wpadki na wizji* [...]” [PP/K: 28.11.2018].

„[...] Pokazy najpopularniejszych projektantów przygotowywane przez »ludzi z łapanki«, którzy za swoją pracę nie otrzymują wynagrodzenia, wizyty komorników w luksusowych butikach, błędy ortograficzne na koszulkach celebrytów i *wpadki z plagiatami* na czerwonym dywanie przestały już kogokolwiek dziwić, aczkolwiek wciąż bawią [...]” [PP/K: 18.11.2018].

„Dorota Goldmann znana pod pseudonimem Olfaktoria to blogerka i youtuberka, która wślawiła się *licznymi wpadkami* i wypowiedziami świadczących raczej o niewybujałym ilorazie inteligencji [...]” [PP/K: 14.11.2018].

„[...] Gdyby nie niezawodny Kammel w Pytaniu na śniadanie, zaliczałaby *wpadkę za wpadką* [...]” [PP/K: 19.05.2017].

„[...] Doszło nawet do tego, że polski przedstawiciel Citroena, *rozczarowany jej wpadkami* na drodze, zwolnił ją ze stanowiska twarzy marki i odebrał darmowy samochód [...]” [PP/K: 18.10.2018].

Z uwagi na częste pojawianie się, tego leksemu w analizowanym portalu, *wpadka* musi wyróżniać się na tle innych. Bywa więc wartościowana jako: *drobna, głośna, ogromna, spektakularna, żenująca*, może być też *serią*. Wyróżnia się *największą modową wpadką, ściankowe wpadki, podobne wpadki, oscarowe wpadki czy matrymonialno-religijne*. Oto przykłady:

„[...] Nawet podczas tego trwającej niewiele ponad minutę momentu na ekranie Lindsay zdążyła zaliczyć *niemałą wpadkę* [...]” [PP/T: 6.11.2018].

„[...] Zapytany o sprawę Kurski zrobił aluzję do *głośnej wpadki* Myrchy, który wymieniając Trzech Króli powiedział, że byli to Kacper, Melchior i... Belzebub [...]” [PP/K: 20.05.2017].

„[...] Celebrytka, która pół roku temu *zaliczyła ogromną wpadkę na pokazie Bizuu*, nie uczy się na własnych błędach i w czwartek, znów na pokazie tej marki, zaprezentowała się w koszmarnej sukni. Tym razem postawiła na różowe falbany, które znacznie poszerzały jej sylwetkę [...]” [PP/K: 8.09.2017].

„Ciężko byłoby utworzyć ranking *największych wpadek i porażek Jacka Kurskiego*, nie pomijając przy tym żadnego z jego licznych strzałów w kolano [...]” [PP/K: 30.09.2017].

„[...] Potem żaliła się w mediach, że źle ją rozumiano. Co ciekawe, *seria spektakularnych wpadek* nie wywołała u Julii żadnych refleksji [...]” [PP/K: 11.11.2018].

„[...] Niestety, szef TVP szybko zapomniał o swojej *żenującej wpadce* i postanowił wrócić na «boisko». Tym razem jednak padło na siatkówkę [...]” [PP/K: 1.10.2018].

„[...] Po tej *matrymonialno-religijnej wpadce* Hurlak stwierdziła, że czas, by w jej życiu pojawił się inny mężczyzna – Jezus [...]” [PP/K: 18.07.2017].

1.1.4. Emocjonalne nacechowanie konstrukcji słowotwórczych

Grażyna Filip i Maria Krauz, pisząc o języku i wartościach w utworach Stefana Żeromskiego, zwróciły uwagę m.in. na słowotwórczą kreatywność autora analizowanych prac [Filip, Krauz 2010: 127]. Spostrzeżenia te można odnieść również do charakterystyki języka i stylu portali internetowych. Świadczy to uniwersalności pewnych zachowań językowych. Słowotwórcza kreatywność dotyczy w tym przypadku zarówno nadawców, jak i odbiorców. Jako przykład mogą posłużyć tu wypowiedzi z portalu kulinarnego.

Np. autorzy przepisów lub porad w Gotujmy.pl używają zdrobnień²⁵⁰, podkreślając w ten sposób swój stosunek do opisywanych potraw, dań oraz ocieplając swój wizerunek. Wykorzystują w tym celu nośność znaczeniową najbardziej produktywnych formantów sufiksalnych nacechowanych pozytywnie: *-ek, -yk/ik, -ka, -ulo, -unio, -ina/yna, -sko/isko/ysko*, a także: *-ki, -sia* [Filip, Krauz 2010: 140], jak w przykładach: *malinki, kapustki, kapuśniaczek, kawusi, kawki, zupka, masełko* itp. Oto wymienione formy w kontekście:

²⁵⁰ Zdrobnienia są częstą formą użycia. W analizie zwrócono szczególną uwagę na leksemy, których forma morfologiczna świadczy o użyciu deminutywnym.

„Sernik na cieście z *malinkami*” [PG/T: 10.06.2018].

„[...] Na ser ułożyć świeże *malinki*, wcisnąć je lekko w masę [...]” [PG/K: 10.06.2018].

„Słodki, bardzo smaczny bigos z młodej *kapustki*. Ugotowany z dodatkiem mięsa z indyka i z dodatkiem fasolki szparagowej. Polecam” [PG/L: 9.06.2016].

„*Kapuśniaczek* po mojemu” [PG/T: 14.02.2017].

„Ciasto typu sernik przygotowany nieco inaczej bo przekładany masą jabłkową. Smakuje wyśmienicie do porannej *kawki*” [PG/L: 14.11.2018].

„Bardzo smaczne i delikatne ciasto do niedzielnej *kawusi*. To ciasto gości bardzo często na moim stole, znajomi się nim zachwycają” [PG/L: 11.11.2018].

„Bardzo smaczna, sycąca i rozgrzewająca *zupka*. Doskonałe danie jednogarnkowe na co dzień, ale także i od święta” [PG/L: 13.11.2018].

Emocjonalnie pozytywne mówienie o jedzeniu służy zasygnalizowaniu roli i rangi tej czynności w życiu człowieka oraz czerpanej z tego przyjemności, bez względu na epokę i kanał przekazu treści. W tym miejscu przypomina się postać księdza Anastazego, sybaryty z *Przedwiośnia*, opowiadającego o potrawach i napojach właśnie kodem deminutywno-afektywnym (*kawusia*, *masełko* itp.).

Autorzy analizowanych w rozprawie tekstów dokonują wtórnej deminutywizacji, co jest dodatkowym wyznacznikiem potoczności. Leksem *waleczek* bez przymiotnika *mały*, implikuje odpowiednie znaczenie. Użytkownicy polszczyzny potocznej nie odczytują znaczenia małości utrwalonego w morfologicznej formie derywatów i dookreślają tę cechę dodatkowo za pomocą przydawki. Powszechne są w języku wyrażenia typu: *mały* kwiatek lub nawet *mały* kwiatuszek, podczas gdy w obu derywatach zawarte jest strukturalnie znaczenie małości *kwiatek* ‘mały kwiat’, *kwiatuszek* ‘mały kwiatek’. Powodem wtórnej deminutywizacji jest jednak zanik więzi semantycznej między derywatem a jego podstawą. To powszechna/potoczna tendencja. Oto przykład z podstawy materiałowej:

„Do miski wsypać mąkę, dodać miękkie masło, żółtka, cukier, kakao i proszek do pieczenia, zagnieść jednolite ciasto. Ciasto podzielić na 4 części. Jedną z nich włożyć do zamrażarki, resztę wyłożyć na dno prostokątnej formy o wymiarach 33x21

cm, wyrównać *małym waleczkiem*. Wstawić do piekarnika nagrzanego do 180C, piek ok. 18 min” [PG/K: 16.11.2018].

Deminutywy w portalu Pudelek.pl w tekstach od nadawców nie stanowią wyrazu pozytywnych emocji, lecz przeciwnie sposób umniejszania komuś, o czym świadczy użycie leksemów o wyrażnie negatywnej konotacji, np.: *aktoreczka* lub *gwiazdeczka*. Pojawiają się one sporadycznie, a stosowane są jako przytoczenia wypowiedzi interlokutorów. Przyjętą przez nadawców strategię można uznać za asekurację przed konsekwencjami prawnymi. W PCLab.pl deminutywne konstrukcje słowotwórcze stosowane są zazwyczaj zgodnie z parafrazą słowotwórczą ze względu na tematykę i charakter portalu.

Bardziej produktywne są wypowiedzi użytkowników, dodających treści na stronę, co zostało przedstawione w dalszych partiach pracy, w podrozdziale 1.2.

1.1.5. Frazeologizmy jako środek ekspresji

Przejawem kreatywności nadawców wypowiedzi zamieszczanych w analizowanych portalach są innowacje frazeologiczne, czyli m.in. wymiana składnika związku, uzupełnienie jego składu, rozszerzenie zakresu łączliwości składników, opuszczenie składnika, kontaminacja związków, defrazeologizacja, powodująca dosłowności, niespodzianki [Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016: 56-64]. Redaktorzy w wortalu Pudelek.pl i PCLab.pl stosują wszystkie wymienione modyfikacje. Oto wybrane przykłady wymiany składnika związku: *nie milkną echa*, *nie cichną echa*, *nie ucichną echa*, *echem rozbrzmiewał* i ich konteksty użycia:

„*Nie milkną echa* po finale piątej edycji Rolnik szuka żony, której antybohaterem został zdecydowanie Łukasz Sędrowski [...]” [PP/K: 8.12.2018].

„Procesory Ryzen zostaną w końcu poprawnie przetestowane. *Nie milkną echa* publikacji dotyczącej wydajności Core i9-9900K wykonanej na zlecenie Intela przez Principled Technologies [...]” [PC/L: 10.10.2018].

„Choć od tegorocznych obchodów 99. rocznicy odzyskania niepodległości minął już ponad tydzień, *nie cichną echa* Marszu Niepodległości, który w tym roku wywołał jeszcze więcej kontrowersji niż w poprzednich latach [...]” [PP/K: 19.11.2017].

„Długo jeszcze *nie ucichną echa* seks skandalu w Hollywood, który zapoczątkowały aktorki zeznające przeciwko Harveyowi Weinsteinowi [...]” [PP/K: 7.11.2017].

„[...] W pustej sali *echem rozbrzmiewał tylko śmiech* właścicielki” [PP/K: 19.10.2017].

Przykładem uzupełnienia składu związku frazeologicznego jest wyrażenie *odbije się echo jak w pustaku*. Oto fragment:

„[...] Jeżeli ktoś myśli, że idzie blondynka i że puknie w głowę i *odbije się echo jak w pustaku*, no to ma problem. To mogę mu puknąć ja [...]” [PP/K: 13.11.2017].

W Pudelku sporadyczne występowanie kanonicznej wersji frazeologizmu *coś przeszło, rozeszło się, pozostało bez echa* ‘coś nie wywarło wrażenia, nie wywołało reakcji, nie osiągnęło celu, minęło bez śladu’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: 97] tłumaczone może być tym, że na tym portalu każda forma zachowania celebrytów wiąże się z ich popularnością i świadczy o zainteresowaniu medialnym. Zatem w przypadku osób znanych częściej „coś rozchodzi się jednak głośnym i szerokim echem”. Wspomniany wyżej zwrot występuje jako forma przestrogi bądź konkluzji, także zaprzeczeniem, co przedstawiają poniższe konteksty:

„[...] *Przy odrobinie szczęścia może przeszedłby bez echa* i biorąc pod uwagę jego jakość, Grzegorz Schetyna powinien był trzymać kciuki w nadziei, żeby tak się stało [...]” [PP/K: 31.12.2017].

„Wydarzenie *przeszłoby pewnie bez większego echa*, gdyby nie fakt, że podczas jego trwania niebiescy zaprezentowali harmonogram na 2018 rok dla swoich desktopowych procesorów [...]” [PC/L: 4.12.2017].

„[...] Nietrudno się domyślić, że decyzja *nie przeszła bez echa*. Internauci krytykują wprowadzenie blokady, ale urzędnicy pozostają w tym przypadku niewzruszeni” [PC/L: 21.09.2016].

Innym frazeologizmem świadczącym o emocjonalności przekazu jest wyrażenie syntaktyczne *w gąszczu* w znaczeniu przenośnym ‘nagromadzenie jakichś przedmiotów, zjawisk, faktów’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 226]. Konstrukcja ta występuje w PCLab.pl z różnymi określeniami motywowanymi kontekstem: *w gąszczu formatów i urządzeń, w gąszczu promocji, w gąszczu konfiguracji, w gąszczu innych konstrukcji*.

W gąszczu można: *poradzić sobie, łatwo się zgubić, odnaleźć się, zostać zauważonym, czymś wyróżnić czy zagmatwać się*. Oto konteksty:

„[...] Jak się *odnaleźć w gąszczu konfiguracji* i którą wybrać? [...]” [PC/L: 30.05.2018].

„Black Friday to doskonała okazja na zakup wymarzonego sprzętu w wyjątkowo niskich cenach. *W gąszczu promocji łatwo jednak się zgubić*. Na które zwrócić szczególną uwagę i które z nich pozwolą naprawdę zaoszczędzić? [...]” [PC/L: 22.11.2018].

W Pudelku określenie *w gąszczu* dotyczy osądów: *w gąszczu negatywnych opinii* czy w odniesieniu do stylizacji osób znanych i fortunności wyboru: *w gąszczu tak samo ubranych aktorów i celebrytów, w gąszczu nietrafionych stylizacji, w gąszczu nietrafionych pomysłów zdarzają się perełki*. Zdarza się, że redaktorzy wortalu wprowadzają identyczne schematy przekazywania informacji jak w portalu informacyjnym, np. *może zgubić się w gąszczu przepisów*. Innym przykładem może być fragment korpusu newsa dotyczącego Anny Lewandowskiej: *nie trudno zgubić się w gąszczu własnych pomysłów na biznes* [PP/K: 3.01.2018]. Oto konteksty:

„Widzowie od razu skrytykowali Hipnozę na facebookowym profilu programu. *W gąszczu negatywnych opinii z trudem można znaleźć choć kilka pozytywnych komentarzy* [...]” [PP/K: 3.03.2018].

„[...] Zdaniem wielu stylistów Leto jest niemal jedynym mężczyzną w show biznesie, który w ogóle *wyróżnia się w gąszczu tak samo ubranych aktorów i celebrytów*” [PP/K: 21.04.2017].

„Polskie celebrytki mają wiele okazji do chwalenia się modowym wyczuciem, ale zazwyczaj nie robią na Was wrażenia. W komentarzach pod galeriami z pokazów i imprez zarzucacie im tandetę i przesadne odsłanianie ciała, mając sporo racji. *W gąszczu nietrafionych stylizacji łatwo jednak pominąć te bardziej udane - a ich, mimo wszystko, jest całkiem sporo*” [PP/K: 30.12.2017].

W Pudelku została zastosowana niepoprawna forma odmiany leksemu *gąszcz* w odniesieniu do grupy ludzi, co widać w poniższym przykładzie:

„Jury programów telewizyjnych mające na celu wyławianie talentów *spośród gąszcza ludzi marzących o pracy w telewizji*, często kieruje się «pierwszym wrażeniem», błędnie oceniając sytuację [...]” [PP/K: 3.04.3018].

Szczególnie produktywny jest związek frazeologiczny *rzucić spojrzenie, wzrok, rzucić okiem na kogoś, na coś* oznaczające ‘spojrzeć, popatrzeć na kogoś, na coś, zwłaszcza mimochodem, przelotnie, powierzchownie zerknąć’ [Kłosińska oprac. 2018: 402]. Oto przykład z portalu PCLab.pl:

„Noctua NH-L9a AM4 – *rzut oka*” [PC/T: 02.08.2018].

Innym przykładem z użyciem związku frazeologicznego jest nawiązanie do frazeologizmu *wiedzieć, co w trawie piszczy* w znaczeniu ‘orientować się w danej sytuacji, domyślać się czegoś, wiedzieć, co się dzieje’ [Kłosińska oprac. 2018: 491]:

„*Co na biurku piszczy*” [PC/T: 22.07.2018],

a także *czarny koń kogoś, czegoś* jako ‘osoba lub rzecz, która niespodziewanie wygrywa w jakiejś konkurencji, okazuje się lepsza od faworytów’ [Kłosińska oprac. 2018: 162]. W przykładzie:

„*Czarny koń wśród tanich SSD czy psucie marki?*” [PC/T: 12.05.2018].

1.1.6. Funkcje znaków graficznych w analizowanych gatunkach wypowiedzi

W analizowanych portalach użytkownicy korzystają z różnych form komentowania dodawanych treści. Tylko w wortalu Gotujmy.pl odbiorcy, z uwagi na naprzemiennosc ról, stają się również nadawcami. Dzięki temu korzystają z możliwości elementów rozbudowujących graficznie własne teksty. Możliwość dodawana *tekstów-matek*²⁵¹ (przepisów) na stronę, umożliwia większą kreatywność twórców. Użytkownicy-współtwórcy mogą sformułować tekst według własnego pomysłu. W ramach prowadzonej analizy nie zostały zauważone znaczące różnice graficzne między portalami składającymi się na podstawę materiałową niniejszej rozprawy. Gatunki wypowiedzi są skonwencjonalizowane. Autorzy ograniczają się do dodawania zdjęć jako form ilustrujących opisywane potrawy czy dania, a graficzne elementy wewnątrztekstowe występują sporadycznie, głównie w funkcji emocjonalnej, co świadczy o potoczności stylu.

²⁵¹ Por. B. Taras [2004: 44].

Jednym z sygnałów emocjonalności jest ujmowanie jednostek leksykalnych lub wypowiedzi w nawias [Filip 2013: 102]. Danuta Zawilska definiuje nawias jako „znak sygnalizujący podrzędność (drugoplanowość) treści zawartej w nawiasach w stosunku do treści wypowiedzi pozanawiasowych” [Zawilska 2004: 312]. Maria Wojtak z kolei, celowości użycia nawiasu upatruje w zwiększeniu liczby płaszczyzn komunikacyjnych czy możliwości interpretacyjnych [Wojtak 2006a: 36]. Wśród analizowanych tekstów wypowiedzi w nawiasach pojawiają się wielokrotnie zarówno w tytułach, jak i lidach²⁵² oraz korpusie, „jako człony niezwiązane, które mogą być pominięte bez naruszenia treści całości zdania” [Filip 2013: 102]. Oto fragmenty tekstów z trzech analizowanych portali internetowych, przedstawiające różne konteksty użycia tego znaku graficznego w funkcji zasygnalizowania dopowiedzenia, wyjaśnienia, wyrażenia własnej opinii czy rady:

„[...] Z masy formujemy małe kuleczki(*można obtoczyć w mące*) i wrzucamy na wolno gotującą się zupę. Zupę doprawiamy do smaku i dodajemy śmietanę(*zupę można zagęścić mąką*).Wyłączamy gaz po ok 5-8 minutach gotowania z pulpetami” [PG/K: 20.10.2018].

„Jagody w słoiczku (*do naleśników*)” [PG/T: 7.07.2017].

„O końcowym wyniku, podobnie jak w głównym konkursie, decydują zsumowane głosy jurorów i widzów. Różnica jest taka, że głosowanie odbywa się za pośrednictwem strony internetowej przed i w trakcie konkursu, można też zagłosować na swój własny kraj (*głosowanie jest zaliczone, jeśli wybierze się co najmniej trzy państwa*)” [PP/K: 25.11.2018].

„Pod postem wywiązała się dyskusja, w której spora część internautów zarzuciła małżeństwu hipokryzję i niekonsekwencję. Przypomnijmy, że Kasia również wielokrotnie pokazywała się częściowo nago, ma na swoim koncie także (*bardzo smaczną swoją drogą*) sesję zdjęciową dla Playboya” [PP/K: 28.09.2018].

„Teraz producent zdecydował, że udostępni funkcję Duplex małej grupie użytkowników smartfonów z rodziny Pixel. Usprawnienie obecnie pozwala tylko na rezerwację stolików w restauracjach w wybranych miastach (*na liście znajdują się*

²⁵² Przykłady tytułów, w których został zastosowany nawias są przedstawione w podrozdziale 3.2.1. rozdziału szóstego, dotyczącym gry formą graficzną w nagłówkach portali internetowych,

m.in. New York, Atlanta, Phoenix i San Francisco), ale zarówno jego dostępność, jak i możliwości, będą z czasem zwiększane. Trudno jednak powiedzieć, kiedy nowy system AI zadebiutuje globalnie - z pewnością będzie to zależęć od testów prowadzonych w USA, a te, jak łatwo zgadnąć, mogą trochę potrwać” [PC/K: 23.11.2018].

W podobnych funkcjach nawias występuje również w zaprezentowanym niżej przykładzie z wortalu PCLab.pl. Wyrażenie nawiasowe dotyczy tu doprecyzowania i uzupełnienia przekazywanej informacji, którą można dwojako lub mało precyzyjnie zrozumieć. Oto opisany przykład:

„[...] Jest przy tym cieńszy, ma bowiem 17 mm grubości *(z uwzględnieniem stopek)*. Co ciekawe, te wartości sprawiają, że nowy 14-calowy ZenBook jest zbliżony gabarytami do testowanego przez nas nie tak dawno temu 13-calowego ZenBooka UX331UN” [PC/L: 10.12.2018].

Niektórzy autorzy w swoich artykułach przy opisie określonych urządzeń, wprowadzają porady, dzięki którym nieprofesjonaliści otrzymują kluczową informację. W poniższym przykładzie jest to forma przestrogi, wskazówki, którą otrzymuje odbiorca w kolejnych krokach instrukcji:

„UX433FN, tak samo jak inne testowane przez nas ZenBooki, stosunkowo łatwo otworzyć. Jedyne, co trzeba zrobić, to odkręcić wszystkie widoczne śrubki oraz dwie dodatkowe, schowane pod tylnymi stopkami. Po podważeniu, a następnie zdjęciu spodu uzyskujemy dostęp do akumulatora. Ten zajmuje prawie połowę wnętrza. Po lewej stronie widać zakryty nośnik SSD *(jego wymiana może skutkować utratą gwarancji)* [...]” [PC/K: 10.12.2018].

Inną formą wyjaśniania w omawianym wortalu jest używanie nawiasów kwadratowych, wskazujące na nadrzędność wypowiedzi lub komentarz odautorski. Oto ilustracja:

„Kopiowanie 4764 małych plików; 7,25 GB (MB/s) [więcej=lepiej]” [PC/K: 9.12.2018].

Konstrukcje nawiasowe występują również w wortalu Pudelek.pl, a zlokalizowane są najczęściej w tytułach w postaci określeń typu: *ZDJĘCIA, FOTO, DUŻO ZDJĘĆ*,

ZDJĘCIA TYGODNIA. Wyróżnione również graficznie za pomocą wersalików analogicznie pełnią funkcję informacyjną i uzupełniającą. Oto przykłady:

„Fanki o Ewie Chodakowskiej: »Sztuczne usta! Czy były takie od zawsze?« (FOTO)” [PP/T: 1.05.2017];

„Telekamery 2018: Ostaszewska, Doda, Kurdej-Szatan, Margaret, Przetakiewicz, Dereszowska... (DUŻO ZDJĘĆ)” [PP/T: 12.02.2018].

Kolejny przykład graficznych środków emocjonalności stanowi – w tekstach od nadawców na stronie Gotujmy.pl – wykrzyknik „stawiany po wyrazach, zdaniach, równoważnikach zdań będących okrzykami, zawołaniami lub rozkazami”²⁵³ oraz jako wyraz emocji. Oto kilka przykładów przedstawiających różne funkcje tego znaku:

„Pyszna wersja roladek z chleba - tym razem w wersji na słodko. *Dzieci i dorośli za nimi przepadają! Polecam!*” [PG/L: 4.08.2016].

„Przepis ten jest bardzo stary. W mojej rodzinie krąży od dawna i zawsze zaskakuję nim swoich gości, *polecam!*” [PG/L: 10.11.2018].

„[...] Na końcu do całości wmieszać (najlepiej dłonią) posiekaną (*ale nie na zbyt małe kawałki!*) białą czekoladę [...]” [PG/K: 15.11.2018].

„*Niesamowicie puszysty i delikatny!*” [PG/L: 20.08.2017].

„Smaczna i prosta sałatka świetnie sprawdzi się jako dodatek do grilla na letnie, gorące dni. *Pyszna!*” [PG/L: 22.07.2016].

Niejednokrotnie nadawcy w celu spotęgowania emocjonalności wypowiedzi stosują zwielokrotnienie znaku wykrzyknika. Oto przykład:

„[...] Dodajemy również zimne ziemniaki jak są małe to w całości albo przekrojone na pół. Taką sałatkę można podać do dań z grilla. *POLECAM!!!*” [PG/K: 28.06.2017].

W Pudelku również pojawia się wykrzyknik jako znak interpunkcyjny w funkcji emocjonalnej. Nadawcy stosują go głównie w tytułach, które mają szczególne zadanie przyciągania uwagi odbiorców. Oto przykłady:

²⁵³ Wykrzyknik [hasło w:] <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wykrzyknik;3998836.html> [odeczyt: 22.09.2018].

„Wartość Lewandowskiego od września spadła o 23 MILIONY EURO!” [PP/T: 9.12.2018].

„Tak wygląda nowa dziewczyna Brooklyna Beckhama! Piękna? (ZDJĘCIA) [PP/T: 14.12.2018].

Jak twierdzi m.in. Grażyna Filip, funkcja hiperbolizująca, jest jedną z form emocjonalności sygnalizowanej interpunkcją. Do innych sygnałów tego typu należą także znaki przestankowe typu: znak zapytania czy wielokropek [Filip 2008: 133]. W omawianym wortalu często one współwystępują, jak w poniższym przykładzie:

„Kinga Rusin spędzi wigilię z...Lisem?! »Jeśli tylko Tomasz wyrazi taką chęć, będzie dla niego miejsce przy wigilijnym stole«” [PP/T: 14.12.2018].

W PCLab.pl wykrzyknik jako wyraz emocjonalności występuje sporadycznie. Częściej spotykany jest w tej funkcji np. znak zapytania, co wiąże się z dialogowym charakterem wypowiedzi zamieszczanych na tym portalu. Oto wybrane przykłady obu zastosowań:

„Nadciąga wydarzenie roku w branży gier, czyli targi E3 w Los Angeles!” [PC/L: 8.06.2018];

„Jak powstaje procesor? Produkcja, proces litografii, wafel krzemowy, budowa [...]” [PC/L: 21.04.2018].

Wbrew powszechnym przekonaniom, na charakteryzowanych portalach sporadycznie stosowane są emotikony [por. np. Sokół 2004], tylko w Gotujmy.pl, w celu ocieplenia wizerunku i nawiązania więzi z odbiorcą (przez smile typu: wystawienie języka, mrugnięcie okiem²⁵⁴). Oto przykładowe konteksty:

„Kurczak na słodko dla lubiących nowe wyzwania :P” [PG/L: 4.01.2017].

„Smacznego ;)” [PG/K: 14.11.2018].

Inną formą zauważoną w wortalu jest użycie wersalików [por. opis funkcji: Grzenia 2006: 120-121] jako graficznego sposobu uwypuklenia treści, wyróżnienia. W Gotujmy.pl autor treści, prawdopodobnie przez nieuwagę, powieliła komponenty

²⁵⁴ Emotikony jako graficzna forma ukazywania emocji zostały omówione w dalszej części, dotyczącej języka odbiorców-współtwórców, por. podrozdział 1.2.4.

struktury korpusu. Obligatoryjnymi składnikami struktury przepisów kulinarnych w wortalu są delimitatory tekstu (*składniki, sposób przygotowania*) w każdym przypadku wyróżniane. Oto ilustracja tego typu zabiegu, w którym zauważalna jest również niekonsekwencja zapisu poszczególnych znaków interpunkcyjnych (przecinka i dwukropka), niepoprawne spacjowanie, brak pełnego lub błędne graficzne oznaczenie stopni Celsjusza i błędne nieprawidłowe posługiwanie się skrótami (zamiast *wg* jest *wg.*), świadczące o nieznajomości zasad poprawności obowiązujących w języku polskim. W tym przykładzie zauważalne jest również nieodpowiednie użycie przyimka *na* (*nagrzanego na 165 C*), który w kontekście zdania powinien zostać zastąpiony przyimkiem *do*, łączącym się rzeczownikami w dopełniaczu [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 140]. Oto pełna treść korpusu:

„*SPOSÓB PRYZYRZĄDZENIA : SPÓD : Masło topimy , studzimy. Dodajemy do drobno pokruszonych herbatników. Wyciągamy do tortownicy wyłożonej papierem do pieczenia. MASA SEROWA : Oddzielamy białka od żółtek. Żółtka miksujemy z twarogiem , masłem , kremówką ,cukrem i budyniami na gładką masę. Białka ubijamy na sztywno. Pianę delikatnie łączymy z masą serową. Wylewamy do tortownicy wyłożone ciasteczkami. Wstawiamy do nagrzanego na 165C piekarnika na 90 minut. Zostawiamy do całkowitego ostudzenia. CAŁOŚĆ: Galaretkę rozpuszczamy wg. przepisu na opakowaniu. Wiśnie układamy na gorze sernika. Zalewamy galaretką. Wstawiamy do lodówki na 3 godziny. Zajadamy udekorowany np. bitą śmietaną. Gotowe!*” [PG/K: 20.08.2017].

W Pudelku i PCLab.pl wersaliki również stosowane są jako wyróżnienie konkretnego elementu wypowiedzenia. Często w celu zwrócenia uwagi użytkownika sieci lub w formie nawigującej lub odsyłającej (z użyciem imperatywów typu *ZOBACZ* czy *ZOBACZ TEŻ*). Oto kilka przykładów, głównie spotykanych w tytułach, analizowanych gatunków internetowych:

„Wendzikowska wspięła się na most *W PIĄTYM MIESIĄCU CIĄŻY*. Fanki w akcji: »Zwariowałaś? Jak można tak narażać dziecko?«” [PP/T: 9.12.2018].

„*ZOBACZ: Szczęśliwa Kourtney Kardashian na zakupach z 20-letnim kochankiem*” [PP/T: 9.12.2018].

„*Jakie słuchawki wybrać? ARTYKUŁ SPONSOROWANY*” [PC/T: 16.10.2017].

Innymi przykładami wspomnianego wcześniej niepoprawnego spacjiowania lub stosowania odstępów między jednostkami miar i wag są poniższe formy:

„*Czerwoną paprykę dokładnie myjemy, oczyszczamy z gniazd nasiennych [...]*” [PG/K: 8.08.2017].

„*4kg śliwek węgerek
800g cukru
200g mlecznej czekolady
10 łyżek kakao*” [PG: 1.10.2018].

„*Folię spożywczą rozwijamy, układamy na niej liście botwinki (same liście) [...]*” [PG/K: 27.05.2016].

„*Młode warzywa (marchew i ziemniaki) dokładnie oczyszczamy obieramy lub oskrobujemy i ponownie dobrze myjemy [...]*” [PG/K: 14.06.2018].

„*Piekarnik nagrzać do 180°C. Ciasto piec około 50-55 minut. Po tym czasie wyłączyć piekarnik i pozostawić w nim ciasto jeszcze około 15 minut. Wystudzony sernik posypać cukrem pudrem*” [PG/K: 19.11.2018].

W powyższych przykładach, ale również w wielu innych gatunkach użytkowych portalu Gotujmy.pl, występują liczne elipsy (zamiast *190-200 stopni Celsjusza jest 1 90 -200 stopni*), które świadczą o niedokładnym sprawdzeniu tekstu przed opublikowaniem lub o braku świadomości niepoprawnego zapisu temperatury. Oto wybrane fragmenty opisanych realizacji:

„*[...] Zwijać ściśle w rolady i spiąć wykałaczkami lub związać dratwą. Przełożyć do naczynia żaroodpornego i wstawić do piekarnika, piec 1 90 -200 stopni około 50 minut początkowo przykryte folią aluminiową. Pod koniec pieczenia zdjąć folię aby się ładnie opiekło z wierzchu*” [PG/K: 30.04.2018].

Poza przytoczonymi fragmentami autorzy wypowiedzi użytkowych w Gotujmy.pl z reguły używają starannej polszczyzny, np.:

„*Dynie kroimy w kostkę, przekładamy do naczynia żaroodpornego, skrapiamy oliwą, oprószamy solą i tymiankiem. Tak przygotowaną pieczemy w 180°C, by zmiękła. Upieczoną studzimy.*”

Tak przygotowany przepłukujemy, a następnie obgotowujemy w lekko osolonej wodzie. Miękkie liście wyjmujemy z wody, odcedzamy i pozostawiamy do ostygnięcia [...]” [PG/K: 28.10.2018].

Zdarza się jednak, że dodane teksty są niedopracowane (wcześniej cytowane fragmenty), co może być efektem chęci szybkiego dodania konkretnego przepisu lub świadczy o nieznaności cech typograficznych, ortograficznych czy interpunkcyjnych języka²⁵⁵. Dotyczy to głównie przecinka, co widoczne jest w poniższych przykładach:

„Dzisiaj proponuję grzanki trochę inne bo w cieście naleśnikowym. Grzanki takie można wykonać ze świeżych bułek jak również można wykorzystać bułki z dnia poprzedniego. Czasami jak nam zostaną to nie wiemy co z nimi zrobić oto prosty sposób” [PG/L: 30.10.2018].

„Na liściach botwinki układamy polędwiczkę i zwijamy liście tak aby obtoczyły polędwiczkę, zwijamy folię, tak aby stworzyła cukiereczek, związujemy końce folii [...]

Częste są błędy literowe oraz fleksyjne. Oto przykłady:

„Biszkopt przełożony masą bananową z herbatnikami i kajmakiem. Z warstwą *fruzliny* truskawkowej i galaretki bananowej” [PG/L: 18.11.2018].

„Gotowe kuleczki obtaczamy w mleku w proszku. Można użyć kakao, jednak moja rodzinka, a szczególnie dzieci za moim mega gorzkim kakao na »surowo« *nie przepasają*” [PG/K: 31.08.2018].

„[...] Gotowe ciasto wystudź przy zamkniętych drzwiczkach. Ciasto przechowuj w lodówce, *może* oblać je polewą czekoladową” [PG/K: 8.01.2018].

Podobne błędy literowe są częste w Pudelku, m.in. zamiast *laureatów* jest *lauteatów*:

„Celebrytka była nominowana w kategorii »prezenterka pogody«. Niestety, nie znalazła się nawet w pierwszej trójce *lauteatów*” [PP/K: 12.02.2018].

²⁵⁵ Oprócz wyżej wymienionych cech Alina Naruszewicz-Duchlińska w analizie internetowych grup dyskusyjnych wyznacza również płaszczyznę właściwości fonetycznych, syntaktycznych i leksykalnych [Naruszewicz-Duchlińska 2011: 75].

Warto zauważyć, że tylko w PCLab.pl pracuje osoba odpowiedzialna za korektę tekstów, które są publikowane na stronie. Z tego też względu błędy literowe w tym serwisie nie zostały zauważone.

Nadawcom-współtwórcom Gotujmy.pl problem sprawia odmiana rzeczowników, szczególnie w segmencie *Składniki*. Dotyczy to jednostek miar i wag takich jak *gramy* (zamiast *150 gramów* jest *150 gram*). Oto egzemplifikacja:

„jogurt naturalny 150 *gram*
miód prawdziwy 1 łyżka
cynamon do smaku
żurawina suszona 1 garść
ser biały 200 *gram*” [PG/SK: 4.05.2017].

W wypowiedziach użytkowych, jakimi są przepisy kulinarne, trudności sprawia użycie wcześniej wspomnianych skrótów, gdyż proporcje danych substancji lub produktów umieszczane są dwukrotnie, w segmencie *Składniki* i w korpusie. Użytkownicy przeważnie stosują je zgodnie z normą, a sporadycznych trudności dostarcza skracanie leksemu np. *szklanka* (zamiast *szkl.* jest *szkl*) lub *sztuka* (zamiast *szt.* jest *szt*). Inne skróty, z którymi nadawcy-współtwórcy miewają trudności to skróty jednostek leksykalnych *około* i *tak zwany*. Oto ilustracja opisanych środków:

„[...] mąka tortowa 1,5 *szkl*,
mąka ziemniaczana 1/2 *szkl*,
cukier 1 *szkl*,
jajka 7 *szt* [...]” [PG/SK²⁵⁶: 7.06.2017].

„Zalać gorącą wodą. Kwiaty ugnieść, aby zmniejszyć ich objętość. Gotować na małym ogniu *ok* 10 minut [...]” [PG/K: 9.05.2016].

„[...] Piecz ciasto przez 40 minut do *tzw* suchego patyczka. Gotowe ciasto wystudź. Przygotuj masę serową [...]” [PG/K: 8.01.2018].

W Gotujmy.pl występują również błędy ortograficzne, w tym niepoprawny zapis partykuły m.in. *naprawdę*:

²⁵⁶ Skrót SK stosowany jest sporadycznie, a oznacza składniki i występuje tylko w portalu Gotujmy.pl.

„Zupa brukselkowa jest jedną z ulubionych zup mojego męża. Tym razem w wersji wielowarzywnej - *na prawdę* smaczna” [PG: 31.07.2016].

Konsekwencją braku korekty w portalu Gotujmy może być (i zapewne jest) utrwalanie złych nawyków językowych wśród odbiorców zamieszczanych tam wypowiedzi. Przepisy kulinarne to bowiem stosunkowo częsty temat wpisywany w internetowe wyszukiwarki.

Analogicznie szkodliwą dydaktyczną rolę odgrywają niepodlegające korekcie wpisy na portalu plotkarskim.

1.2. Język odbiorców-współtwórców w portalu internetowym

W analizowanym materiale zauważalne są dwie tendencje w konstruowaniu postów pod dodawanymi artykułami. Pierwsza dotyczy emocjonalności, a druga kreatywności. Użytkownicy jako odbiorcy-współtwórcy [por. Ślawska 2014: 179], nieograniczeni w żaden sposób, dodają komentarze, w których współwystępują obie formy.

W wortalu Gotujmy.pl komentarze użytkowników powielają utarty wzorzec, który jest narzucany lub inicjowany przez nadawców-redaktorów, posiadających możliwość komentowania dodanych przepisów. Szablonowość wynika ze specyfiki zarówno portalu, jak i przyjętych struktur przez samych użytkowników. Tematyka serwisu jednocy bowiem osoby poszukujące konkretnych przepisów lub takie, które chcą podzielić się swoimi instrukcjami. Brak w serwisie mechanizmów typowo perswazyjnych, których zadaniem jest aktywizowanie do komentowania. Zgodnie z przyjętym profilem portalu, tj. nastawieniem na dodawanie nowych przepisów na stronę – w Gotujmy.pl, użytkownicy są bardziej zachęceni do umieszczania swoich receptur (m.in. przez możliwość zdobywania *wirtuali* wymienianych na nagrody) niż do komentowania.

Materiał egzemplifikacyjny pozwala potwierdzić, że język odbiorców, podobnie jak w przypadku nadawców, to głównie leksyka przynależna do języka ogólnego i potocznego, szczególnie w pisanej i (z)apisanej jego postaci [Żydek-Bednarczuk 2013a: 185]. W PCLab.pl i Gotujmy.pl administratorzy dbają o poprawność i stosowność wypowiedzi. W przypadku usunięcia przez administratora repliki tylko w PCLab.pl w segmencie dotyczącym komentarzy pozostaje ślad w postaci pseudonimu autora, daty dodania oraz liczby punktów – punkty przy usunięciu komentarza są zawsze ujemne. Przy większym wykroczeniu użytkownik może zostać usunięty,

wtedy w miejscu nazwy pozostaje wyrażenie *konto usunięte*, bez treści dodanego komentarza. W sytuacji usunięcia konta, repliki pozytywnie oceniane pozostają. Restrykcje tego rodzaju są stosowane tylko w PCLab.pl. W pozostałych wortalach nie zostały one zauważone. Akty (mikroakty i makroakty) mowy, jakimi posługują się użytkownicy serwisów, stanowią wymierny wskaźnik uwagi odbiorców [Kita 2014: 17] oraz informację zwrotną – dla nadawców tekstów inicjujących (gatunki wypowiedzi), w której zapisane są stany emocjonalne i opinie interlokutorów na temat zaprezentowany w gatunku wypowiedzi internetowej.

Komentarze w rozumieniu ‘wypowiedzi, uwagi o kimś lub o czymś’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 339] mogą być zatem skierowane do nadawców treści artykułów, osób opisywanych w gatunku wypowiedzi oraz innych komentujących²⁵⁷.

Użytkownicy-współtwórcy, przyjmując, że nie są opłacani przez kogoś z zewnątrz²⁵⁸ w swoich wypowiedziach stosują różne formy obrazowania [Wojtak 2004: 298]. Wśród nich znajdują się podobnie jak w przypadku tekstów-matek [Taras 2004: 44] epitety [por. Saloni 1999: 145], w których przymiotnik stanowi dookreślenie formy najczęściej rzeczownikowej.

Wiele z analizowanych wcześniej sposobów obrazowania powiela się w odniesieniu do tekstów użytkowników. Z tego też względu w tej części została zwrócona szczególna uwaga na inne lub wyraziste formy obrazowania.

1.2.1. Kreatywność leksykalna odbiorców

W tekstach-opiniach [Taras 2004: 44] poszczególnych wortalach, sporą grupę stanowią przymiotniki nacechowane zarówno pozytywnie, jak i negatywnie. W Pudelku wyrażenia pozytywne to: *duże szanse; niezłą laską by był; prawdziwy chłop*; wyrażenia negatywne typu: *wsiowa panna; infantylna baba; śmiertelnie poważnie; rzęsy koszmarne; straszny prymityw; pajac głupi; cham, zadufaniec i prostak; męczybuła; cymbał; zakłamaný; strasznie irytujący; kwadraciany łeb*. Oto wybrane konteksty:

²⁵⁷ Por. J. Majchrowska 2019 [w druku].

²⁵⁸ Współcześnie firmy korzystają z możliwości opłacania osób, które piszą w pochlebny sposób, wyrażając w ten sposób „własną” opinię na konkretny temat, produkt lub usługę. Zabiegi tego typu są jednak często rozpoznawane, ponieważ do rzadkości należy dodawanie pozytywnych opinii. Niezadowoleni klienci czy odbiorcy w głównej mierze przybierają rolę pokrzywdzonych, którzy przestrzegają przed oszustwem innych potencjalnych klientów, por. M. Święchowicz, 2014, *Internetowa fabryka kłamstw* [w:] <https://www.newsweek.pl/polska/platne-komentarze-opinie-za-pieniadze-cena-za-post-newsweekpl/wjcvj1b> [odczyt: 18.11.2018].

Tego typu sposoby mogą przybierać różne postaci m.in. marketingu szeptanego, zwanego marketingiem plotki [por. m.in.: Gawrońska 2013: 30-31].

„to mogła powiedzie - nie.! jedzie na *darmowa wycieczke* i nie potrafi rozmawiac, obojetnie z kim? ta *wsiowa panna* powinna azostac na swojej wsi, tam sie pewnie dobrze dogaduje ze swojakami” [PP/KU: 9.10.2018].

„Co za *infantylna baba*” [PP/KU: 5.10.2018].

„Robia co chca, czemu sie tym nie bawic I nie eksperymentowac? To tylko koscioł traktuje to *smiertelnie powaznie*, co jak widac nie przeklada sie na ilosci nierozwiedzionych” [PP/KU: 9.10.2018].

„*Rzęsy koszmarne!*” [PP/KU: 9.10.2018].

„*Chajzer to straszny prymityw, cham, zadufaniec i prostak*” [PP/KU: 5.10.2018].

„*Chajzer to pajac głupi*” [PP/KU: 5.10.2018].

„U Chajzerów pomoc skończyła się na gadaniu także bez przesady by robić z nich bohaterów... Poza tym czasem bywają *zabawni* ale częściej *irytujący- młody* ciągle się popisuje a *stary* to taka *męczybula*. Rozumiem że ma swoje lata, może być *zmęczony* ale po co w takim razie brał udział w programie?” [PP/KU: 5.10.2018].

„chajzer to *gnom głupi*” [PP/KU: 5.10.2018].

„Taaaa, *kwadraciany łeb*” [PP/KU: 4.10.2018].

„bo wy to *zacfane polki*, tyle te kraje lubicie” [PP/KU: 14.12.2018].

Zdarza się, że użytkownicy stosują równorzędne wyliczenia w celu podkreślenia cech opisywanej osoby lub produktu. Oto kilka przykładów takich epitetów: *złośliwy rzadki ślimakowaty koleś; brzuchaty, lysiejący dziad*, wraz z ich kontekstami:

„Chajzer to taki *złośliwy rzadki ślimakowaty koleś*” [PP/KU: 5.10.2018].

„Przez *prawdziwego chłopa* rozumiesz zapewne *brzuchatego, lysiejacego dziada*? Otoz *niektodre kobiety* wola jednak *przystojnych*” [PP/KU: 14.12.2018].

Czasami użytkownicy opierają swoją wypowiedź na antynomii łączonej z porównaniem:

„Ta blondi ma *strasznie brzydka corke!!!!* Nie to co *śliczna Bożi Bunia Skarbek* ma *Tusiaczka Skarbka :-)*” [PP/KU: 3.10.2018].

Komentarze użytkowników portalu PCLab.pl stanowią ocenę produktów lub technologii. Użytkownicy w swoich replikach przedstawiają subiektywne opinie, czego przykładem mogą być pojedyncze wyrazy, krótkie wyrażenia bez konkretnych dowodów potwierdzających obserwacje m.in. typu: *złom*; *chiński bubel*; *chiński złom*. Oto kilka kontekstów zacytowanych form:

„*Chiński bubel bez żadnego serwisu. Lepiej dopłacić i kupić coś co będzie działać*” [PC/KU: 18.06.2018].

„*Chiński złom bez żadnego wsparcia i gwarancji*” [PC/KU: 18.05.2018].

Mogą to być też spostrzeżenia poparte merytorycznymi argumentami. Użytkownik swoją opinię potwierdza wówczas opisem doświadczeń. W wypowiedzi może być również zastosowane pytanie retoryczne, na które autor odpowiada nie wprost, ale nakierowująco. Oto przykład:

„*Miałem Samsunga padł wyświetlacz AMOLED w drugim pękł samoistnie! Miałem Lumie padła samoistnie, serwis twierdził zawilgocenie, we wszystkich przypadkach gwarancja nie została uznana, kupowanie drogich smartfonów jest nieopłacalne. Mam ZTE ORANGE NEVA 80 snap 617 8x1.5ghz 2/16GB ekran FHD za nowkę dałem 349zł, Kruger Matz live 4 4rdzenie 2/16GB USB C i dałem na wyprzedzają 218zł oba smartfony świetnie wykonane obudowy metalowe, oba mają dobre aparaty 13mln pix, wszystkie gry działają płynnie, jaki jest sens wydawać tysiące złotych na markowe smartfony? Dla znajomych załatwialem HomTom HT17 po 75\$ 4rdzenie 2/16GB i sa zadowoleni, kupilem też masę rzeczy z aliexpress, kamery Xiaomi YI za 200zł która nagrywa nie wiele gorzej od przereklamowanego Gopro5 (który nie wytrzymał upadków), lampa LED działa już mi 5 rok i tak zapłaciłem wtedy taniej niż teraz w sklepach stoją*” [PC/KU: 18.05.2018].

Gotujmy.pl jest portalem, w którym brak pejoratywnych określeń. Interlokutorzy repliki o konotacji pozytywnej konstruują głównie przez użycie przymiotnika lub przysłowka. Stosowane epitety dotyczą głównie przygotowywanych dań i użytych składników lub interesujących rozwiązań – niekiedy niecodziennych ich połączeń różnych. Oto kilka przykładów opisanych form: *smaczny obiad*, *wędzona makrela*, *terrinki szpinakowo-chrzanowe*, *drożdżówki jeszcze ciepłe*, *mega apetyczne ciacho*, *wędzona makrela*, *ciekawy pomysł*, *święteczna przystawka*, *wygląda kusząco*, *wygląda*

genialnie, wyglądają smacznie, obowiązkowo powtórka, bardzo smacznie, najszybciej znikają. Wśród nich występują często przymiotniki relacyjne jako forma dookreślenia: *domowe drożdżówki, drożdżowe ciasto, pasty rybne.* Poniżej kilka przykładów:

„Zapowiada się *smaczny obiad, wygląda kusząco* :)” [PG/KU: 17.02.2018].

„Dzięki Justi :) *Bardzo smacznie wyszło, na Święta obowiązkowo powtórka* :) [PG/KU: 17.02.2018].

„Dzięki Moniczko. Takie *drożdżówki* chyba *najszybciej* u nas *znikają* i to *jeszcze ciepłe* :)” [PG/KU: 16.02.2018].

„Nie ma to jak *domowe drożdżówki* :) Twoje *wyglądają pysznie.* Ser i borówki, a do tego *drożdżowe ciasto.* Czego *chcieć więcej* :)” [PG/KU: 16.02.2018].

„Uwielbiam takie serniki. Twój *wygląda genialnie.* Z chęcią bym przygarnęła kawałek do *popołudniowej kawy* :) [PG/KU: 16.02.2018].

„Uwielbiam takie *pasty rybne,* z *wędzonej makreli* szczególnie ;)” [PG/KU: 17.02.2018].

„*Mega apetyczne ciacho,* z kiwi *jeszcze nie piekłam*” [PG/KU: 14.02.2018].

„*Terrinki szpinakowo-chrzanowe* z jajkiem to *ciekawy pomysł* na *święteczną przystawkę!* [PG/KU: 12.02.2018].

Wśród materiału egzemplifikacyjnego znajdują się także przykłady z nagromadzeniem środków obrazowania. Oto takie formy:

„*Piękna, bardzo efektowna, wielkanocna przystawka* :)” [PG/KU: 17.02.2018].

„*Bardzo fajne ,smaczne i pomysłowe ciasteczka;*) [PG/KU: 15.02.2018].

Są też takie repliki, w których występują wyrazy z rejestru potocznego (w słowniku oznaczone kwalifikatorem *pot.* lub *posp., pogard.*). W Pudelku to formy typu: *oblech* w znaczeniu ‘osoba obrzydliwa, robiąca paskudne i odrażające rzeczy w naszym towarzystwie’²⁵⁹, *patalach* ‘pogardliwie o człowieku źle, niedbale, wykonującym jakąś robotę’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 625], *wieśniara* ‘dziewczyna, która wyglądem, mową lub zachowaniem kojarzy się ludziom cywilizowanym z osobą

²⁵⁹ <https://www.miejski.pl/slowo-Oblech> [odczyt: 20.11.2018].

niecywilizowaną²⁶⁰, *motloch* ‘tłum ludzi zachowujących się po chuligańsku’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 461], *chojtrak* ‘człowiek pewny siebie i popisujący się odwagą’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 92], *pierdoła* ‘głupstwa, bzdury’²⁶¹, *pohejtować* od rzeczownika *hejt*²⁶² ‘obraźliwy lub agresywny komentarz zamieszczony w internecie’²⁶³, *paskudztwo* ‘coś brzydkiego lub niesmacznego’, zwykle w liczbie mnogiej ‘nieczystości, brudy’, *obciach* ‘sytuacja narażająca kogoś na wstyd lub śmieszność’²⁶⁴, *biadolić* ‘biadać’²⁶⁵ lub ‘użalać się, utyskiwać’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 52], *chlać* ‘pić, zwłaszcza wódkę’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 89], *pindrzyć się* ‘stroić się, czesać, malować’²⁶⁶ czy wymieniony przy okazji języka nadawców leksem *hajs*. Oto przykłady użycia tych form:

„Majdan jaki *oblech*” [PP/KU: 13.11.2018].

„Świat nie przepada za ludźmi, którzy mają *hajs* :) Sorry...” [PP/KU: 26.11.2017].

„Niech zacznie w piłkę grać(*patałach*)” [PP/KU: 15.11.2018].

„Zalosna *wiesniara*” [PP/KU: 3.10.2018].

„[...] To pieniądze dzieci a *motloch* nie rozumie tego” [PP/KU: 14.05.2017].

„Ale się autor książki wysilił. To była jakaś *pierdoła*. Żadna przyczyna konfliktu. Konflikt widać wyżej - jak tylko się Lewy ogarnął to zaczął grać *chojraka* jaki to samodzielny. A z głodu by Lewi umarli gdyby nie Piszczek i Błaszczkowski. Nawet ziemniaka kupić nie umiała Anna wtedy, po niemiecku. Dobrze, że jeszcze jadła gluten, to bułki w markecie do koszyka wrzucała. Zero wdzięczności” [PP/KU: 21.06.2018].

„użyło tak *pohejtować* z rana?” [PP/KU: 11.02.2018].

„*Paskudztwo*” [PP/KU: 3.10.2018].

„Ta para to kwintesencja *obciachu*” [PP/KU: 3.10.2018].

²⁶⁰ <https://www.miejski.pl/slowo-Wie%C5%9Bniara> [odczyt: 20.11.2018].

²⁶¹ *Pierdoła* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/pierdo%C5%82a.html> [odczyt: 20.11.2018].

²⁶² Zob. też: Niepytalska-Osiecka A., 2014, *O fejku, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej*, „Język Polski”, z. 4, s. 343-352.

²⁶³ *Hejt* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/hejt.html> [odczyt: 20.11.2018].

²⁶⁴ *Obciach* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/obciach.html> [odczyt: 20.11.2018].

²⁶⁵ *Biadol* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/biadol.html> [odczyt: 20.11.2018].

²⁶⁶ *Pindrzyć się* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/pindrzy%C4%87%20si%C4%99.html> [odczyt: 20.11.2018].

„Szykowac już trumnę? *Biadol* dalej ze jesteś stara na pewno życie ci się polepszy” [PP/KU: 13.11.2018].

„Wydaje mi się że on jest na coś chory albo *chleje* wódkę. Wygląda fatalnie, postarzał się” [PP/KU: 3.10.2018].

„Żony podobne to i mężowie podobni mnie denerwuje tylko że z piłkarzy robią modeli żalosalne to jest to są sportowcy żadna inna dyscyplina sportowa to się *nie pindrzy*” [PP/KU: 15.11.2018].

W PCLab.pl są to określenia np.: *kupa* w znaczeniu ‘wielka liczna, wielka ilość’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 382], *chłtam* ‘coś bezwartościowego, też: zbiorowo o dużej ilości rzeczy bezwartościowych’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 90], *debilizm* ‘coś głupiego’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 126], *szajsowate* pochodzące od rzeczownika *szajs* oznaczającego ‘coś bezwartościowego i brzydkiego’²⁶⁷, *kapować* ‘rozumieć coś, orientować się w czymś’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 307], *splajtować* ‘stać się niewypłacalnym, zbankrutować’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 941]. Mogą to być też wyrażenia przyimkowe jak *za friko* w znaczeniu ‘za darmo’ [przyp. J.M.]:

„Taka *kupa* za 250 zł, nie to nie jest możliwe do tego pewnie jeszcze mikropłatności, za *firko* bym w sumie tego nie chciał, bo jak zobaczyłem ostatniego bossa to śmiechłem” [PC/KU: 23.11.2018].

„Kto posiada jedną z tych konsol, ten może teraz nadrobić zaległości (lub dołożyć do tzw. *kupki wstydu*...) w temacie najpopularniejszych gier ostatnich miesięcy” [PC/K: 17.11.2018].

„Za darmo bym tego *chłamu* nie chciał” [PC/KU: 23.11.2018].

„Też mi okazje haha. Obniżyli cene RDR2 o 17 zł heheh. Jaki jest sens kupowania tak drogo gier w tym śmiesznym microsoft store ? *Nie kapuje*, jak na płycie jest dużo taniej i jeszcze można odsprzedać...*debilizm* ten microsoft store” [PC/KU: 20.11.2018].

„No w końcu rzadki przejaw mądrości wśród graczy - nie kupują tego *chłamu*. Ale generalnie to samo powinno się stać już z FO4” [PC/KU: 23.11.2018].

²⁶⁷ *Szajs* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/szajs.html> [odczyt: 20.11.2018].

„Bardzo przydatne zestawienie, ale czy przy następnej okazji moglibyście uwzględnić telefony z prockami na rdzeniach szybszych niż *szajsowate* A53? Żadnej pojemności bateria nie zrekompensuje mi żółtowego tempa w jakim taki sprzęt działa...” [PC/KU: 17.05.2018].

„Chińszczyzna - won. Jako pierwsze *splajtuje* może ZTE, Amerykanie wreszcie się wzięli za tych złodziei technologii (bo jak myślicie, skąd wynika niska cena chińskich telefonów? Ano z kradzieży technologii)” [PC/KU: 18.05.2018].

Oto wybrane formy z portalu Pudelek.pl, w którym użytkownicy opisują ludzi, produkty, sytuację czy zachowania osób znanych, stosując określenie wartościujące. Wśród przedstawionych przymiotników przeważają formy superlatywne: *najfajniejszy, najlepsze, najprzystojniejszy, najpiękniej, najładniejsza, największa, najmniejsza, najwyższej, najgorszy, najlepiej wypadła, najbardziej naturalny*. Oto przykłady:

„Chajzer jest *najfajniejszym i najbardziej* naturalnym uczestnikiem” [PP/KU: 5.10.2018].

„Polak *najprzystojniejszy*” [PP/KU: 14.12.2018].

W Gotujmy.pl stosowanie przymiotników i przysłówków w stopniu najwyższym jest równie częstą formą oceny np. przepisu. Użytkownicy za pomocą form typu: *domowe najlepsze, najszybciej*, wyrażają aprobatę lub dezaprobatę wobec przedstawionej receptury. Niekiedy ocena dotyczy szczegółu, innym razem całego przepisu. Zdarza się, że pozytywnym komentarzem nagradza się odbiorców-współtwórców, którzy wykazują kreatywność w swoich przepisach:

„*Domowe najlepsze* :)” [PG/KU: 8.02.2018].

„Dzięki Moniczko. Takie drożdżówki chyba *najszybciej* u nas znikają i to jeszcze ciepłe :)” [PG/KU: 16.02.2018].

W portalu Pudelek.pl można wyróżnić kilka grup wartościującego obrazowania. Odnoszą się one kolejno do:

1. Wyglądu mężczyzny:

„Jaka *paskudna morda*” [PP/KU: 24.01.2018].

„Wygląda jak sypiąca się mumia” [PP/KU: 24.01.2018].

2. Wiek mężczyzny:

„obleśny *stary cap*, powinien siedzieć w pierdlu do końca swoich dn” [PP/KU: 24.01.2018].

3. Wyglądu kobiety – określenie urody, figury, odniesienie do cech szczególnych, w egzemplifikacji pojawia się również odniesienie do cech wewnętrznych:

— Ogólnie:

„ŁADNA KOBIETA Z KLASĄ” [PP/KU: 24.01.2018].

„Bardzo ładna kobietka” [PP/KU: 24.01.2018].

„Bardzo, bardzo przyjemna *dziewczyna o wyjątkowej urodzie*. Jedna z *najpiękniejszych kobiet jakie widziałam*. Skromna. Naturalna. Życzę wszystkiego dobrego” [PP/KU: 12.02.2018].

„Ładna skromna *dziewczyna najładniejsza i najlepsza z roli Blondynki*...gratulacje szczęścia” [PP/KU: 12.02.2018].

„Piękna kobieta! Wszystkiego najlepszego!” [PP/KU: 12.02.2018].

„Piękna kobieta, dobrze że skończyła z tym starym pajacem *trelińskim*, szkoda życia” [PP/KU: 24.01.2018].

„Ale *staro wygląda!!!Taka brzydka, stara ciotka-klotka pod 50-tke*” [PP/KU: 26.11.2017].

— Twarzy:

„Brzydka gęba” [PP/KU: 26.11.2017].

„Nie każdemu podoba się jej *karłowaty ryj Morda jak patelnia szeroka te gały małe wredne won na ukraine*” [PP/KU: 26.11.2017].

„Lewandowski przy *Krychowiaku z wyglądu to nędzna c***a. Krzywy ryj z zezem*. Już nie wspominając o *byAnnSran*, która wygląda jak taki *debilek w tej grzywce*” [PP/KU: 15.11.2018].

„uroda, dodam, *specyficzna - zapadnięte oczy, wysokie czoło, taka ulizana* ,
nic ciekawego w tej twarzy nie ma...” [PP/KU: 26.11.2017].

— Figury, szczególnie męskich cech u kobiety:

„Ta w różowym *figura jak chłopka z pola*” [PP/KU: 11.02.2018].

„Widać po Zielińskiej że udaje lepszą niż jest . Kompleksy wyglądu? Jest *taka męsko ciosana to prawda*” [PP/KU: 11.02.2018].

„*Gdzie ona ma biodra? Figura chłopca*” [PP/KU: 11.10.2018].

„Tak samo *nie ma talii. Nie każda kobieta to klepsydra*” [PP/KU: 11.10.2018].

4. Operacji plastycznych kobiet, ze wskazaniem na nienaturalność wyglądu:

„*Napompowana stara lampucera zero klasy*” [PP/KU: 24.01.2018].

„*BETONOWY cyc dumnie sterczy i poprzedza właścicielkę*” [PP/KU: 24.01.2018].

„*czyżby wypełniacze w policzki?? :(*” [PP/KU: 24.01.2018].

„*Sztuczne zęby,peruka doczepy,kwas i nici na ryju....ot taka pieknosc*” [PP/KU: 11.10.2018].

„*ale ma ryj wybotksowany*” [PP/KU: 11.10.2018].

„*ledwo się uśmiecha tyle sobie botoksu wstrzyknęła w mordę, przykre*” [PP/KU: 11.10.2018].

„*Ale sztuczny następny botox i operacje.Wąchał te giry w masce gazowej? Głupotą i ukrywana sztucznie wieje z kilometra. Te ponaciągane glonojady wszystkie identyczne*” [PP/KU: 3.10.2018].

„*Ponaciągany, nabotoxowany glonojad też z nim z miłości? ;) Żalony stary dziad. Panna też mądrością nie grzeszy ;) Zakochała się w pierniku. Mniemamy, że w kasie jego. Masakra*” [PP/KU: 3.10.2018].

„*Tak jest,on z gniazdem na głowie ,ona pusta nadmuchana lala!*” [PP/KU: 3.10.2018].

5. Wiek kobiety, szczególnie podeszłego:

„stara baba kreujaca sie na gimnazjalistke. nic ciekawego” [PP/KU: 24.01.2018].

„Napompowana stara lampucera zero klasy” [PP/KU: 24.01.2018] – wiek + operacje plastyczne.

„Przykro mi to pisać, ale *Pani Edyta Herbuś też się starzeje* :) Jest piękną kobietą, ale dziewczęcej urody już nie ma” [PP/KU: 24.01.2018].

„strasznie staro wyglada, taka wyleniata jakas. zuzyta, zmarszczki na twarzy. dobrze utrzymana pani po 50tce [PP/KU: 24.01.2018]²⁶⁸.

„Kicia na serio myśli , że jest gwiazdą ? ha,ha,ha,ha , podstarzała dziewczucha bez wykształcenia , inteligencji , chociaż głowa wielka” [PP/KU: 24.01.2018].

„Stare bzdźągwy, które nawet boją się wziąć odpowiedzialność za własne słowa i kasują wpisy jak małolatki !!!” [PP/KU: 16.09.2018].

6. Kobiety z problemem alkoholowym:

„pijaczka popila i lazi opuchnieta” [PP/KU: 24.01.2018].

„torebka nerka a w niej *piersiowka*” [PP/KU: 24.01.2018].

7. Kobiety lekkich obyczajów:

„że takie coś po ziemi łązi.....*ta druga gnida obciążaczka też*” [PP/KU: 26.11.2017].

„Tylko to jej zostało, *dupodajka starszych panow*” [PP/KU: 24.01.2018].

„Nie było jej zimno ,bo ona zawsze *ma gorącą d....ę*. Już znalazła frajera - następnego ,więc przestanie rozbijać inne małżeństwa - *puszczalski krasnal* .” [PP/KU: 24.01.2018].

„Kicia zbrzydła - *to wynik kur.....twa w dzień i w nocy .ona jest jak zbiornik na spermę*” [PP/KU: 24.01.2018].

„*A komu nie dawala?,;)*” [PP/KU: 3.10.2018].

²⁶⁸ Komentarz dotyczy Edyty Herbuś, obecnie mającej 37 lat, por. <https://www.filmweb.pl/person/Edyta+Herbu%C5%9B-285343> [odczyt: 10.12.2018].

8. Określenia wagi kobiety:

„Czy mi się wydaje czy przytyła? taka pucia się z niej zrobiła” [PP/KU: 24.01.2018].

„Mam wrażenie, że sporo przytyła...” [PP/KU: 24.01.2018].

„Wygląda jak flejtuch I wyraznie przytyła.” [PP/KU: 24.01.2018].

„Przytyła i jakoś nieładnie wygląda” [PP/KU: 24.01.2018].

9. Inteligencji kobiety:

„telewizje powinny promiować ludzi z osiągnięciami, a niw puste pustaki jak Marina” [PP/KU: 26.11.2017].

„Pusta” [PP/KU: 24.01.2018].

„Prymitywny, brzydki pustak!” [PP/KU: 26.11.2017].

„Ożenic się z taka brzydka i pusta, żeby wydawała pieniądze i robiła obciach.....” [PP/KU: 26.11.2017].

„Minki stroi jak przyglupawa, ładna twarz ale lepek pusty” [PP/KU: 26.11.2017].

„celebryckie ptasie mózdzki teraz w szpilkach, latem w futrach!” [PP/KU: 24.01.2018].

Na koniec tej części przytoczony został jeden ze zdecydowanie mniej licznych komentarzy o konotacji pozytywnej. Wyliczenie cech dotyczy Anny Lewandowskiej – jej wyglądu, wykształcenia, pracy i osiągnięć:

„madra, sliczna, wysportowana, mistrzyni świata, gratuluje życia i meza mistrza, super!” [PP/KU: 11.10.2018].

O emocjonalności przekazu, a zatem także o potoczności w portalu PCLab.pl, świadczą neologizmy powstałe w procesie uniwerbizacji, jak np.: *mechanik* ‘klawiatura mechaniczna’, *hybrydówka* ‘hybryda laptopa i telefonu’ czy *membranówka* ‘klawiatura przypominająca kształtem pilot do telewizora z podwójną membraną pod klawiszami’²⁶⁹. Oto konteksty:

²⁶⁹ <https://www.web-news.pl/membranowka-mechanik-i-hybryda-do-dla-kogo-klawiatury/> [odczyt: 12.09.2018].

„W dobie tanich *mechaników*, nawet w wersji slim? A dlaczego, a na co to komu?! :E” [PC/KU: 07.09.2018].

„A czy każdy potrzebuje *mechanika* ? Ja szukam właśnie takiej klawiatury dużo pisze nocami i mechaniczną bym budził domowników więc pisanie że każdy musi mieć mechanika to totalna bzdura” [PC/KU: 07.09.2018].

„Jeśli faktycznie jest taka cicha to ludzie, którzy chcą cichego 'mechanika' mają wreszcie tanią alternatywę. Dużo lepsze niż te wszystkie klawiatury od Corsair za 700 (wiadomo, że MX SILENT to w pełni mechaniczne przełączniki, ale cena jest z kosmosu) czy ileś złoty albo beznadziejne *hybrydówki* Razera” [PC/KU: 07.09.2018].

„Thor 300 to po prostu przełączniki MX Red, a tutaj choć między klawiaturami różnice pewnie jakieś są, to głównie skupiamy się na przełącznikach. Tutaj z cichszych są jeszcze Black, ale nadal nie jakiś cichych. Każda *membranówka* będzie cichsza od mechanika. Nie wiem jak z MX Silent” [PC/KU: 09.09.2018].

Tego rodzaju uniwersalizacje tworzone za pomocą sufiksów nacechowanych potocznie są charakterystyczne dla socjolektów i/lub profesjolektów [por. Filip 2019: 97-116].

Innymi niepozytywnymi przykładami neologizmów, np. z wortalu Pudelek.pl, są: *kocopały* lub *mącidupa*:

„Ale *kocopały* p*****i co ma wiara do miłości, rodziny, przyjaciół?” [PP/KU: 6.11.2018].

„Młody chajzer jest zwykła *macidupa*” [PP/KU: 5.10.2018].

Niejednokrotnie odbiorcy-współtwórcy stosują ekspresywizmy będące kontaminacją leksyki polskiej z angielską w celu podkreślenia oryginalności tekstu: *richa szukać, żałość level hard, za free, happy jestem, feature porównywalny*. Oto konteksty zacytowanych form:

”Toć to one same Badz matki hodują na bycie lansiara u boku bogatego. Najpierw jakiś łożo, potem jakiś mrozu. Pracować się nie chce, tylko bogatego * *richa* * szukać ...” [PP/KU: 26.11.2017].

„Kiedyś Szulim była fajna teraz pieniędzmi mężusia kupuje sobie posłuszeństwo. *Żałość level hard*” [PP/KU: 18.01.18].

„i za pieniądze! Te firmy dające buty, czy inne lodówki nie są wymieniane na fb i w innych mediach *za free*” [PP/KU: 5.10.2018].

„Szczerze kły bo fotograf,bo kamery,*happy jestem* patrzcie mam nowe żeby” [PP/KU: 11.10.2018].

„[...] Dla mnie jest to *feature porównywalny* z radiem FM w telefonie [...]” [PC/KU: 18.05.2018].

1.2.2. Kreatywność frazeologiczna odbiorców-współtwórców

W materiale egzemplifikacyjnym grupę ilustrującą kreatywność – świadomą i nieświadomą, stanowią frazeologizmy rozumiane jako: „ustabilizowane w danym języku połączenia wyrazów, których znaczenia nie są równe sumie znaczeń tych wyrazów” [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: V]. Andrzej Maria Lewicki i Anna Pajdzińska wskazują na dwie podstawowe funkcje frazeologizmów: „uzupełniają system słownikowy języka i pomnażają zasób synonimicznych środków leksykalnych” [Lewicki, Pajdzińska 2014: 327].

Użytkownicy w celu opisu swoich stanów emocjonalnych korzystają z zakorzenionych w świadomości społecznej powiedzeń. Jednym z takich przykładów może być związek frazeologiczny: *niebo, miód w gębie* w znaczeniu ‘o czymś bardzo smacznym’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: 109]. Oto frazeologizm w replice z portalu Gotujmy.pl:

„Pyszny sernik z dodatkiem serka mascarpone na kruchym cieście z konfiturą porzeczkową i kruszonką. Wyszedł rewelacyjny, aksamitny, puszysty i lekki. A cały smak słodczy przełamuje lekko kwaskowata konfitura porzeczkowa. *Niebo w gębie* :)” [PG/L: 19.11.2018].

Innym przykładem jest forma *cuda na kiju* w znaczeniu potocznym ‘coś niezwykłego, wyjątkowego i przesadnie wymyślnego’²⁷⁰, jak w komentarz z portalu PCLab:

„Jeśli chodzi o szeroko pojęte LCD(LED, QLED, Nano Cell itp marketingowe *cuda na kiju*), to HDR jest najczęściej najzwyklejszą ściemą” [PC/KU: 30.08.2018].

²⁷⁰ http://wsjp.pl/index.php?id_hasla=4325 [odczyt: 20.11.2018].

Związek frazeologiczny *burza w szklance wody* tzn. ‘reakcja zbyt silna w stosunku do przyczyn, które ją wywołały, awantura z błahego powodu’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: 28] został wzmocniony wyrażeniem *jak zwykle*, co świadczy o regularnym wzburzeniu z banalnej przyczyny. Oto przykład z tego samego portalu:

„Czyli jak zwykle *burza w szklance wody*” [PC/KU: 30.08.2018].

Użytkownicy analizowanego portalu stosują poprawnie również taki związek frazeologiczny jak: *przymknąć, przymrużyć, zamknąć na coś oko (oczy)* w znaczeniu ‘tolerować coś, udać, że się nie widzi czegoś negatywnego’ [Kłosińska oprac. 2005: 282]:

„[...] Niesamowite jest to jak wiele osób *przymyka oko* na tragiczną jakość tak długo jak cos jest z ich ulubionej firmy / marki” [PC/KU: 23.11.2018].

Innowacja frazeologiczna może mieć charakter rozwijający [Burska, Cieśla, Jachimowska, Kudra 2016: 58]. Stały związek zostaje wówczas uzupełniony o nowy składnik. Tego rodzaju innowację ilustruje frazeologizm *uczepić się kogoś* w znaczeniu ‘nie odstępować kogoś, też: nie dawać komuś spokoju’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1077], w którym dookreślenie stanowi składnik *jej wieku*. Oto przykład z Pudelka:

„*Uczepiliscie sie jej wieku*. Wygooglujcie dane jej pierwszego meza z ktorym sa rowiesnikami. Rozenkowa mowi prawde co do swojego wieku, po prostu wyglada mega staro :/” [PP/KU: 13.11.2018].

Inny przykład stanowi frazeologizm *pranie mózgu (mózgów)* w znaczeniu ‘nakłanianie kogoś przez manipulowanie informacją, presję psychiczną, indoktrynację do zmiany poprzednich poglądów i wyznawanego systemu wartości’ [Kłosińska oprac. 2005: 349]. Oto frazeologizm w kontekście:

„Jak można być dumnym z racji że się na kogokolwiek głośuje ??!!! Co za brednie. *Ale piorą wam te mózgi*” [PP/KU: 9.10.2018].

Kreatywność tego rodzaju jest również widoczna w kolejnym związku o potocznej proweniencji *zejść, schodzić na psy* w znaczeniu ‘a) o stanie czegoś: pogorszyć się, pogarszać się, podupaść, podupadać’ lub ‘b) o człowieku: wykoleić się, wykolejać się’ [Kłosińska oprac. 2005: 315]. Interesujący jest zatem przykład, w którym odbiorca-współtwórca zwraca się do wydawców portalu Pudelek.pl, porównując ich społeczność

– pudła w znaczeniu rasy psa do każdego psa – rzeczownik pospolity. Forma ta stanowi swoistą deprecjację. Oto opisywana replika:

„Ale bzdury, *pudel zszedles na psy!*” [PP/KU: 15.11.2018].

Inną formą kreatywności frazeologicznej użytkowników jest wymiana składnika związku *o dupę potłuc; o kant dupy potłuc* ‘o czymś, co nie wyszło, nie udało się, jest do niczego’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: 86] poprzez zastąpienie leksemu *dupa* (w znaczeniu wulgarnym ‘pośladki, tyłek’ lub ‘człowiek niezaradny’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 165]) wyrazem *tyłek* w znaczeniu potocznym ‘pośladki’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 1069]. Oto fragment tym razem z PCLab:

„To ja tylko dodam że te okienkowe skrypty do porównań jakości grafiki to z całym szacunkiem *o kant tyłka potłuc. Guzik widać*. I nie że u was, tylko wszędzie, na digitalfoundry też jakiś czas temu zaczęli tak robić. To jest bez sensu w założeniach” [PC/KU: 01.09.2018].

W zaprezentowanym przykładzie forma *guzik* jako potoczny eufemizm o znaczeniu ‘nic, figa’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 251] dodatkowo wzmacnia emocjonalność repliki.

Świadomość użytkowników dotycząca używania związków frazeologicznych bywa wysoka, o czym świadczy poniższa wymiana dialogowa:

Użytkownik [1]: „AMD *nie zostawia gruszek w popiele*” [PC/KU: 30.08.2018];

Użytkownik [2]: „powiedzenie brzmi *'nie zasypiać gruszek w popiele'*. Zupełnie jak Rysiek Petru w Uchu Prezesa :) W dodatku, jak dla mnie, to zupełnie tu nie pasuje merytorycznie...” [PC/KU: 31.08.2018].

Kreatywność frazeologiczna użytkownika [1] uwidacznia się w wymianie komponentu (prawdopodobnie braku świadomości poprawnej formy) *nie zasypiać na nie zostawiać*. Użytkownik [2], w formie pouczenia, przedstawia poprawną formę: *nie zasypiać gruszek w popiele*, które znaczy ‘nie zaniedbywać spraw wymagających załatwienia’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac.: 2005: 134] oraz tłumaczy, że w jego odczuciu frazeologizm został błędnie użyty.

Innym przykładem wymiany komponentu w związku frazeologicznym jest wyrażenie *nastawiona na sukces*, w którym leksem *sukces* tj. ‘pomyślny wynik

jakiegoś przedsięwzięcia, imprezy itp.’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 975] jest produktem finalnym, w spetryfikowanej formie *iść po trupach* ‘zmierzać do celu, nie przebierając w środkach, postępując bezwzględnie wobec osób stanowiących przeszkodę w osiągnięciu tego celu’ [Kłosińska oprac. 2005: 493]. W kontekście innowacja frazeologiczna wygląda następująco:

„Nie lubię jej. W Azji starała się być taka cool i wyluzowana, 'swoja dziewczyna'. Tak naprawdę to obludna baba, *nastawiona na sukces po trupach*, której wydaje się, że jest jakąś gwiazdą, która może radzić innym jak żyć. Śmiech na Sali” [PP/KU: 24.01.2018].

„[...] *Nic nikomu nie spada z nieba!* Baba z warzywniaka miała tyle samo czasu, żeby zrobić coś konstruktywnego ze sobą co Szczesny z żoną. I bez p*****ia o «nierównych szansach» bo to bzdura!” [PP/KU: 26.11.2017].

„Trzeba *mieć coś nierówno pod sufitem*, by za ćwierć tysiąca złotych kupić taki badziew. Chociaż i tak obecna cena za odpowiednia do tego chłamu nie jest” [PC/KU: 23.11.2018].

Interesującą grupę przykładów tworzą wyrażenia z leksemem *cebula*. *Cebulak*²⁷¹ w znaczeniu ‘typ człowieka, który jest pełen zachowań wyniesionych ze wsi; najczęściej osoba zawistna i zazdrosna’²⁷². Użytkownicy w celu podkreślenia określonego zachowania stosują takie formy jak: *cebula z Ciebie*, *zakompleksiony cebulaku*. Niekiedy, by pokazać zakres takiego zachowania użyte zostaje wyrażenie: *wysypała się cebula*. Wśród analizowanych komentarzy pojawiła się forma *cebulowany kraj*, będąca formą generalizowania ze strony nadawcy repliki. Oto reprezentatywne komentarze z opisywanymi wyrażeniami:

„*Wysypała się cebula*. Czy bogaty facet nie ma prawa się ożenić? Trendowaty jest? Nieważne kim ta żona będzie ludziom zawsze będzie zał d**e sciskał. Gdyby wyszła za żulę byłoby ok bo wtedy to by była «prawdziwa miłość». Wielbilibyscie ją jak Matkę Boską. A że piosenkarka a nie biochemik, sorry, każdy robi to w czym jest dobry. Spróbuj tak obrazić babę z warzywniaka, wtedy byłby lincz bo «cieżkopracująca, znająca prawdziwe życie» dobra kobieta. Każdy ma takie życie na jakie sobie zapracował! [...]” [PP/KU: 26.11.2017].

²⁷¹ Por. J. Majchrowska 2019 [w druku].

²⁷² <https://www.miejski.pl/slowo-cebulak> [odczyt: 20.11.2018].

„Teraz pokaż swoje zdjęcia żebyśmy mogli ocenić Twoją osobę, tak jak te osoby szybko zostały ocenione przez Ciebie...straszna *cebula z Ciebie*” [PP/KU: 9.10.2018].

„Jak tak można mówić *zakompleksiony cebulaku?*” [PP/KU: 12.05.2018].

„W DE jest do 150 EUR bez podatku. Co to k... jest za terror tu? *Cebulowy kraj PiS*” [PC/KU: 24.11.2018].

W portalu PCLab.pl użytkownik, prawdopodobnie w wyniku wzburzenia emocjonalnego, człowieka tego typu opisuje za pomocą wyliczenia epitetów:

„*Polski cebulak plujacy jadem, jezdzący rdzewiejącym Fiatem Punto, nie chodzący do dentysty od 20 lat i kompleksami jak wieża Eifla :) [...]*” [PC/KU: 17.05.2018].

Zauważalna jest również kontaminacja dwóch związków frazeologicznych: *mieć bielmo na oku* ‘być zaślepionym, nie dostrzegać tego, co widzą inni, nie rozumieć rzeczy oczywistych’ [Kłosińska oprac. 2005: 15] i *oczy zaszyły komuś mgłą* ‘ktoś widzi źle, słabo, niewyraźnie, ma wzrok mętny, zaćmiony z powodu łez, choroby lub przeżywania silnych emocji’ [Kłosińska, Sobol i in. oprac. 2005: 238]. Oto przykład:

„Zestaw ok ale modelka do wymiany. Niestety nie wystarczy odsłonić kawałek ciała by facetom *zaszyły bielmem oczy*. Moim zdaniem ta pani miała swoje 5 minut i nie były to minuty na tej plaży” [PP/KU: 24.01.2018].

W przykładzie z wortalu Pudelek.pl:

„chyba tylko w Twojej opinii, jakoś nikt z tego środowiska nie skarżył się na jej zachowanie na planie. Wręcz przeciwnie, ekipy z każdej produkcji wypowiadają się o niej w samych superlatywach. Więc może *schowaj swoje ego głęboko w kieszeni* i dalej statystuj, a nie *wylewaj żale* na forum :)” [PP/KU: 11.02.2018]

autor zastosował innowację frazeologiczną opartą na wymianie i uzupełnieniu składu związku: *chować, brać pieniądze do (własnej) kieszeni* ‘przywłaszczać sobie czyjeś pieniądze’ o wyrażenie *swoje ego*. W celu intensyfikacji wyrażenia został zastosowany przysłówek *głęboko*, występujący jako okolicznik stopnia i miary.

Stosowane jest również opuszczenie składnika w związku frazeologicznym, co może świadczyć o emocjonalności uniemożliwiającej dokończenie repliki

lub stylizowanej na taką. Może to być także wyraz reakcji na zaistniałe fakty. Użytkownik portalu PCLab.pl urywa, rozbudowany o wyliczenie frazeologizm *coś woła o pomstę do nieba* w znaczeniu ‘jest oburzające, godne potępienia, kary’ [Kłosińska oprac. 2005: 248]. W kontekście:

„nie wspominając o fatalnym prowadzeniu samolotów i motorówek, *poziom gier mobilnych, fizyka aut, kolizje, zniszczenia wołają o pomstę...*” [PC/KU: 10.09.2018]

1.2.3. Porównania jako wyraz emocjonalności odbiorców

W podstawie materiałowej pracy częste są porównania. Ta ‘figura stylistyczna składająca się dwu członów połączonych wyrazami porównującymi (np. *jak, jakby, niby, podobnie, na kształt*), mająca na celu wskazanie na podobieństwo pewnych zjawisk lub rzeczy’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 709], ma szczególną frekwencję w portalu Pudelek.pl. Użytkownicy Pudelka porównują wygląd, figurę, strój celebrytów do *worka z bazarku, śledzi atlantyckich, różowej landryny*:

„Nic specjalnego *wygląda jak worek z bazarku...*” [PP/KU: 24.01.2018].

„*hyży włosy jak śledzie atlantyckie*” [PP/KU: 11.02.2018].

„*Czartoryska jak stara baba się ubiera. Zero pomysłu na siebie*” [PP/KU: 11.02.2018].

„*zielińska jak różowa landrynka - urody to ta kobieta nie ma za grosz*” [PP/KU: 11.02.2018].

„*Dereszowska jak STARA GRUBA BABA*” [PP/KU: 11.02.2018].

Wśród zaprezentowanych konstrukcji składniowych znajdują się również odniesienia implikujące zdradę w związkach, np.:

„*Majka ma pewnie rogi jak stad [stad – przyp. J.M.] do Betlejem*” [PP/KU: 3.10.2018],

a także rozwiązłość celebrytek, bujne życie erotyczne lub brak stałości w związku, jak w przykładzie:

„*dereszowska przechodzona i zużyta jak stara guma do żucia*” [PP/KU: 11.02.2018].

Interesujący jest przykład porównania stroju Katarzyny Zielińskiej do ciastek:

„Kiecka zielinskiej jest uszyta z okropnego materiału. Wygląda *jak ciasteczka makaron* (polecam wygooglować)” [PP/KU: 11.02.2018].

Na ten komentarz zareagował inny użytkownik:

„*Nie »makaron«, a »makaroniki«*. Polecam wygooglować” [PP/KU: 11.02.2018].

Poniżej zdjęcie komentowane przez użytkowników portalu Pudelek.pl oraz ilustracja opisywanych ciastek:



Ryc. 53 Zielinska na balu charytatywnym, 11.02.2018 r.

Źródło:

https://www.pudelek.pl/artukul/124886/brodzik_w_trampolineach_zielinska_w_blondzie_i_czartoryska_z_mezem_na_balu_gwiazd_dobroczynnosci_zdjecia_s/foto_1#s3 [odczyt: 18.07.2018].



Ryc. 54 Ciastka makaroniki

Źródło: <https://www.oetker.pl/pl-pl/nasze-przepisy/r/makaroniki.html> [odczyt: 18.07.2018].

Osoby znane są ze sobą zestawiane w obu członach składowych zdania porównującego:

„Ładna jest, *ma szlachetną urodę jak Beata Tyszkiewicz, podobna zresztą jest do niej.* [PP/KU: 12.02.2018],

niekiedy jednak w funkcji ludycznej (a nawet prześmiewczej). Oto przykład wzmocniony znakiem wielokropka:

„partnerka pana Korzeniowskiego trochę jak...Hanna Gronkiewicz-Walc” [PP/KU: 11.02.2018].

1.2.4. Graficzne formy wyrażania emocji przez odbiorców

W komentarzach czytelników znaki graficzne często służą wyrażaniu ironii. Tę funkcję pełni np. cudzysłów, będący sygnałem dekamuflowanej agresji słownej. Ironia bowiem to ‘drwina, złośliwość lub szyderstwo ukryte w wypowiedzi pozornie aprobującej’ [Drabik, Sobol i in. oprac. 1996: 281]. Maria Peisert zauważa, że cudzysłów jest głównym graficznym znakiem przenośnego lub ironicznego użycia słowa [Peisert 2004: 133-134]. Oto wybrane formy użycia cudzysłowu w funkcji ironicznej:

„*Gwiazdeczka średniego formatu*, która nagle zobaczyła na koncie miliony... tylko że te miliony to są pieniądze męża... Ładna (była), *głosik* miała taki sobie, żadnej jej piosenki nie kojarzę. I tyle w temacie *«piosenkarki» Mariny*” [PP/KU: 26.11.2017].

„To nie bierz. Dają to ludzie biorą. Mądrzy dbają o dzieci za te pieniądze, świnię kupują sobie wypasione smartfony i TV bo trzeba przecież pokazać sąsiadom *»bogactwo«*” [PP/KU: 17.06.2018].

Emotikony są jednym z najczęściej stosowanych graficznych sposobów wyrażania emocji w komunikacji internetowej, chociaż jak wcześniej zaznaczono nie mają one dużej frekwencji we wpisach nadawców na analizowanych portalach. Za pomocą połączenia różnych znaków z klawiatury komputera użytkownik jest w stanie pokazać na ekranie – za pośrednictwem znaków interpunkcyjnych – swój stan emocjonalny. Połączenie dwukropka, pauzy czy nawiasów wskazuje, czy użytkownik sieci jest radosny, smutny czy ironiczny w wyrazie. Urszula Żydek-Bednarczuk pisze, że emotikony są substytutem kodów proksemicznego i prozodycznego [Żydek-

Bednarczuk 2004: 15] W analizowanym tu materiale (komentarze użytkowników) emotikony nazywane też: „smile”, „śmieszki”, „elektroniczne buźki”²⁷³ [por.: Godzic 2000: 180, Filip 2003a: 141, Sokół 2004] występują z różnym natężeniem. Mogą wyrażać radość²⁷⁴, szczęście lub ironię [(:), :-), :D, xD, XD, :D, ;-D, :* , ;-p;-p;-p] z różną intensywnością. Zwielokrotnienie znaku stanowi odzwierciedlenie siły konkretnego stanu. Oto przykłady:

„Zjedz, to jedyna przyjemność na tym świecie :)” [PP/KU: 17.06.2018].

„Ja biorę Polaka , ruska i jeszcze paru innych haha :))” [PP/KU: 14.12.2018].

„Ostatnie zdjęcie cichopek wymiata :)))))) ukazuje w pełni jej urodę rodem z radomia :))))))” [PP/KU: 17.06.2018].

„Francja i Japonia to jakiś zart xD” [PP/KU: 14.12.2018].

„Czechy Polska i Słowacja :D ewidentnie podobają mi się Słowianie Xd” [PP/KU: 14.12.2018].

Podobne zastosowanie mają emotikony w znaczeniu smutku, żalu, płaczu [;(, :(, :-(, :(, :’(]. Opiswane formy występują w tekstach informujących o przykrym dla społeczności wydarzeniu. Użytkownicy graficznie wskazują na własne stany emocjonalne. Oto wybrane formy:

„Stary, dlaczego :(” [PP/KU: 18.05.2017].

„O nie !!! Wspaniały artysta !! :’(” [PP/KU: 18.05.2017].

„Straszna wiadomość :((((” [PP/KU: 18.05.2017].

„I wspaniały człowiek. Wielka szkoda :-(” [PP/KU: 18.05.2017].

W zależności od wybranego interfejsu (czasem oprogramowania) użytkownicy mogą tworzyć lub dodawać inne formy graficzne wzmacniające emocjonalność wypowiedzeń, jak w przykładzie z portalu Gotujmy.pl:

²⁷³ Na ten temat zob. też: W. Jurek, 2006, *Emotikona – ozdoba czy konieczność?* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 144-153, J. Szczęk, 2006, *Emotikony – wyrażanie emocji w nowych technikach komunikacyjnych* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 179-186.

²⁷⁴ Leksykalne i graficzne wyrażanie radości w portalu internetowym Pudelek.pl, stanowi temat odrębnego artykułu [por. Majchrowska 2015b].

„Będzie mi bardzo *milo* ♥ Postaram się wrzucić jak najwięcej, bo dieta jest naprawdę smaczna!” [PG/KU: 09.02.18].

Wiesław Godzic takie graficzne przedstawienie stanów emocjonalnych za pomocą komputera określa formą: „nowe hieroglify” [Godzic 2000: 180], które dla badacza stanowią uniformizację komunikowania internetowego [Godzic 2000: 180]. Ta „ikoniczność dążąca do hieroglifizacji języka” [Godzic 2000: 183] obecnie umożliwia szybkie przekazywanie informacji, bez dopisywania słów typu: *jest mi smutno, jest mi źle czy radość rozpiera moje serce*. Emotikony wpisują się w komunikację internetową jako nieodłączny jej element.

Wersaliki to kolejna grupa graficznej kreatywności użytkowników. Jak twierdzi Jan Grzenia, wersaliki stanowią substytut krzyku [Grzenia 2006: 120-121]:

„*PROSZE NIECH WYGRA FRANCUZ XDDD*” [PP/KU: 14.12.2018].

Użycie wielkich liter służy także wyróżnieniu komponentu zdania, co przedstawiają kolejne fragmenty:

„Frycz ma takie gadane, że zaciaga jak *WIEJSKA CHŁOPKA*” [PP/KU: 17.06.2018].

„Honorata Skarbek *LYSIEJE* przez doczepy. »Trycholog wycenił terapię na 20 tysięcy złotych« [PP/T: 16.01.18].

„Herbuś potwierdza, że spotyka się z *BYŁYM GARDIAS*: »Dla nas to też było zaskoczenie«” [PP/T: 16.01.18].

Innym środkiem komunikowania w internecie jest używanie skrótów i skrótowców. Sposoby ich realizacji są niezliczone, a pomysłowość inicjatorów niewyczerpana [Godzic 2000: 180]. Zadaniem języka tekstów publikowanych w portalach internetowych jest bowiem „dążenie do spotęgowania jego wyrazistości” [Majkowska 2000: 234]. Oto wybrane fragmenty komentarzy użytkowników, które świadczą również o nieznaności reguł skracania wyrazów:

„To przeczytaj *art* [od leksemu *artykuł* – przyp. J.M.] pod którym komentujesz [...]” [PC/KU: 01.11.2018].

„A się *szon* [od wulgarnego wyrazu *kurwieszon* – przyp. J.M.] ustawił” [PP/KU: 26.11.2017].

„Trzeba było kupić płytę z170 z DDR3. Podkręcić ram i *proca* [od słowa *procesor* – przyp. J.M.]. Dużo rozsądniejszy setup by z tego wyszedł” [PC/KU: 10.09.2018].

„Czy mam *procka* [*procesor* – przyp. J.M.] z K-nie mam.Płyta ma wszystko co potrzeba? Ma. Nawet dysk Nvme na M2 wsadziłem. Coś jeszcze łopatologicznie mam wyjaśnić???? A potencjał *procka* jest najbardziej marnowany przez kolejne łatki,łatające dziury w serze procesorów Intela:)” [PC/KU: 10.09.2018].

„Krótki, ale dobry *art* [artykuł]” [PC/KU: 5.10.2018].

„Te *wags* to chodzące klony:o wszystkie takie..” [PP/KU: 26.11.2017] – akronim *Wags* z języka angielskiego *Wives and Girlfriends* w znaczeniu ‘żony i dziewczyny’ używa się jako określenie partnerek znanych piłkarzy, dawniej tylko brytyjskich²⁷⁵.

„*Omg...* znowu kolejna patologia... a gdzie gwiazdy?” [PP/KU: 18.01.2018] – akronim od angielskiego wyrażenia *Oh my God* ‘o mój Boże’.

W portalu Gotujmy.pl skróty stosowane są w poradach i przepisach kulinarnych, co już było wspomniane, lecz nie zauważono ich w komentarzach odbiorców-współtwórców.

Grażyna Majkowska pisze, że „media elektroniczne łączy także zmiana rytmu, z archaicznego rytmu niespiesznego przechodnia, w którym słowo pozwala się wybrzmieć, na rytm jazzowy, któremu podporządkowano odczytanie tekstów informacji i czas trwania programów zwłaszcza publicystycznych i edukacyjnych” [Majkowska 2000: 240]. W mediach elektronicznych dochodzi do przewartościowania kontaktu z odbiorcą, zamiany na kontakt pozorny z nastawieniem na przekaz rozrywki [Majkowska 2000: 241].

W języku użytkowników portalu Pudelek.pl występuje graficzna forma mówiona języka polskiego (głównie, ale nie w każdym przypadku). Za Wiesławem Godzicem można uznać, że zatarcie granic między językiem mówionym a pisanym, motywowane jest nowym środowiskiem społecznym, a zatem nowym kontekstem społecznym użytkowników języka, w którym przeważa spontaniczność wypowiedzi – często niechlujna i chaotyczna w wyrazie – z przyjmowaniem reguł poprawnościowych²⁷⁶, lecz bez ich przestrzegania [Godzic 2000: 183].

²⁷⁵ Por. np. <https://pl.wikipedia.org/wiki/Wags> [odczyt: 14.12.2018].

²⁷⁶ Netykieta jest jednym ze zbiorów zasad dobrego zachowywania się w sieci. Uwzględnia również elementy poprawności językowej a nieprzestrzeganie reguł w niej obowiązujących wiąże się

Wypowiedzenia emocjonalne w prezentowanych komentarzach użytkowników komunikowane bywają w sposób bezpośredni za pomocą znaku/znaków wykrzyknienia oraz ich zwielokrotnień [por.: Filip 2006: 190, Filip 2004: 69]. Stosowane są zarówno po pojedynczym wyrazie, krótkim wyrażeniu, jak również po dłuższych konstrukcjach składniowych, pojawiających się w tej funkcji [por. Majchrowska 2015b: 125]. Oto przykłady:

„Nich on już zejdzie z pola widzenia!!!!Błaszczkowski jest *NAJLEPSZY!!!!!!!!!!*” [PP/KU: 9.12.2018].

„*DNO!!!!ŻAŁOSNE!!!!*” [PP/KU: 14.12.2018].

„*wstyd !!!*” [PP/KU: 14.12.2018].

Niejednokrotnie wykrzyknienie stosowane jest w funkcji imitacji krzyku [por. też wersaliki jako substytut krzyku: Grzenia 2006: 119-120]. Użytkownik, stosując zwielokrotnienie tego znaku interpunkcyjnego, stara się bowiem wykrzyknąć własną opinię w celu nakłonienia innych odbiorców do swoich przekonań. Oto przykład komentarza będącego wyrazem emocjonalnej reakcji na fotografie mężczyzn²⁷⁷ zaprezentowanych w Pudelku:

„*Brazylijczyk!!!!!!* Dalej Korea Południowa, Puerto Rico, Rosjanin, Hiszpan” [PP/KU: 14.12.2018].

Sporą grupę tworzą zwielokrotnienia zarówno zaprezentowanych znaków interpunkcyjnych, jak również zwielokrotnienia liter. Grażyna Filip, badając emocjonalność w dzienniku intymnym zwraca m.in. uwagę na to, że „stan emocjonalny nadawcy wnioskowany jest z pauz, przerwania toku wypowiedzi, przedłużenia artykulacji samogłosek i spółgłosek” [Filip 2004: 69]. Oto przykłady z portalu Pudelek.pl użyte w kontekstach:

„Wycieruch?? *Hmmmmmm* chciałbyś być choć 10% taki wycieruch” [PP/KU: 5.10.2018].

„*Taaaak* a za chwile się okaże że się rozstali....;-)” [PP/KU: 3.10.2018].

z konsekwencjami w odniesieniu do użytkownika, por. <http://www.heuristic.pl/blog/internet/Netykieta-podstawowe-zasady-jak-byc-zawsze-mile-widzianym-internauta;116.html> [odczyt: 12.01.2018].

²⁷⁷ W informacji zostali przedstawieni kandydaci, ubiegający się o tytuł w konkursie piękności dla mężczyzn z całego świata, por. https://www.pudelek.pl/artukul/139564/kandydaci_na_mistera_supranational_2018_preza_muskuly_w_ja_cuzzi_w_szczawnicy_seksowni_zdjecia_s/2/foto_1#s1 [odczyt: 15.12.2018].

„Patrząc na nich stwierdzam, że nasz Kuba ma *duuuuuuże* szanse” [PP/KU: 14.12.2018].

W podobnych funkcjach zwielokrotnienie występuje również w portalu PCLab.pl. Użyte formy dotyczą tu przedstawienia śmiechu/wyśmiania, a także ironii lub kpiny wyrażonej przy użyciu klawiatury komputera. Użytkownik w formie zabawy (przez naprzemienne rytmiczne uderzanie w wybrane litery), tworzy oryginalny zapis. Oto reprezentatywne przykłady z PCLab.pl i Pudelka:

„*AHAHAHHAHAHA* na 1080 to origins ledwo trzymało 60fps na ultra....a w miastach to nawet nie trzymało....W FULLHD!!!” [PC/KU: 08.09.2018].

„Zaden redaktor nie chciał w ta gre *buahahah*” [PC/KU: 23.11.2018].

„*Ahahahahhahahahahahha*. Szkoda, że sami ich wpuszczają. Morawiecki ile ma tu sie zjechać z Bangladeszu taniej siły roboczej?” [PP/KU: 19.11.2018].

„Co wy bredzicie! :D *hahahahahahah* chyba zatrudniliście Rutkowskiego, żeby skręcił takie powiązania :D” [PP/KU: 15.11.2018].

„kretoodporną kawę niech serwuje, ale mężusiowi *buhahahahahaha*” [PP/KU: 16.11.2018].

„Ona myśli że dożyje z nim starości????*Buchachacha* Jej dni są już policzone” [PP/KU: 3.10.2018].

„Irlandia i Japonia *buuuchachachaaaa!*” [PP/KU: 14.12.2018].

Śmiech użytkowników bywa też wyrażany wprost za pomocą odpowiedniej leksyki. Oto przykłady komentarzy:

„*śmiechłem*” [PC].

„*Aż oplułam ekran ze śmiechu ;-D;-D ;-D ;-D* Megaaaa trafny komentarz” [PP/KU: 3.10.2018].

Urywane konstrukcje zdań, wzmocnione przez użycie wielokropka, który, jak pisze Maria Wojtak analizując prasę kobiecą, jest formą graficzną, służącą „imitowaniu spontaniczności wypowiedzi i bezpośredniości kontaktu” [Wojtak 2015b: 111] jest bardzo częstą formą zapisu myśli zarówno redaktorów, jak i użytkowników.

Grażyna Majkowska zauważa, że wielokropek szczególnie w prasie popołudniowej, młodzieżowej i kobiecej jest w znacznym stopniu nadużywany przez nadawców, a jego celowość ogranicza się do nadania „banalnym tekstom głębi, a odbiorcę skł[ania – zm. J.M.] do refleksji” [Majkowska 2000: 242]. Z uwagi na podwójną kategorię nadawców w portalach internetowych (nadawca – redaktor i nadawca – użytkownik) można uznać, że cele są zróżnicowane. Redaktor pragnie zainteresować i zachęcić do „klikania” w teksty, a użytkownicy próbują być oryginalni. W nagłówkach newsów Pudelka zabieg ten jest najczęściej stosowany, np.:

„Polityk PiS chce wprowadzenia... podatku od bycia singlem! »TO BY SKŁONIŁO DO ZAŁOŻENIA RODZINY« [PP/T: 8.08.2018];

„Najgorętsze śluby minionego lata: Gwit, Kaczyńska, Krupa... (ZDJĘCIA)” [PP/T: 10.09.2018].

Funkcja przytoczonych tytułów jest wprowadzenie niedopowiedzenia, zatrzymania uwagi odbiorcy przez zaciekawienie i przedłużenie informacji, której uzupełnienie znajduje się w korpusie tekstu. Formuła: *kliknij, a dowiesz się więcej*.

Najczęściej jednak osoby komentujące nadużywają wielokropka. Często ten znak interpunkcyjny zastosowany jest niepoprawnie. W wypowiedziach internautów widać znajomość samego znaku, ale brak jego zrozumienia. Odbiorca-współtwórca stosuje wielokropek w celu zasygnalizowania „zawieszenia myśli, urwania jej często ze względów emocjonalnych” [Zawilska 2004: 311]. Oto fragment tego rodzaju zastosowania:

„Sztynna baba bez emocji...” [PP/KU: 9.10.2018].

W innych fragmentach odnosi się wrażenie, że nadawca chciałby użyć wielokropka, ale do końca nie wie jak. Oto przykład bardziej niekonsekwentnego „szatkowania tekstu”, w którym znak ten odgrywa funkcję znaku przestankowego, zamiennik spacji, przecinka:

„Potworne...raczej juz standardowe...AC Origins miejscami chodzil jeszcze gorzej....ale spoko...na konsolach ta gra to juz totalna padaka...” [PC/KU: 01.09.2018].

W przykładzie:

„jasne, że nie wstyd...ale »kariera« na miarę Bachledy-Synuś...czyli skonczone” [PP/KU: 05.10.2018],

większy efekt zostałby uzyskany przy zastosowaniu wielokropka po spójniku przeciwstawnym *ale* i wyjaśniającym *czyli*.

1.2.5. Wulgaryzacja w wypowiedziach odbiorców

Wśród słownictwa nacechowanego emocjonalnie sporą grupę stanowią wulgaryzmy rozumiane jako ‘wyrazy, wyrażenia lub zwroty odczuwane współcześnie przez użytkowników rejestru języka narodowego jako ordynarny, prostacki’ [Urbańczyk, Kucala red. 1999: 424]. Autor hasła dalej zwraca uwagę, że jest to zwrot, za pomocą którego mówiący pokazuje swoje emocje względem kogoś lub czegoś [Urbańczyk, Kucala red. 1999: 425].

W analizowanym materiale egzemplifikacyjnym wulgaryzmy stanowią niestety reprezentatywną grupę. Użytkownicy do dodawanych na portalu Pudelek.pl replik wprowadzają leksemę typu: *loniaki*, *nadpicze*, *zesrać się*, *szlauf*, *palant*. Oto wybrane przykłady w kontekstach:

„Majdanowi te *loniaki* się bardzo dobrze przyjęły na głowie. Super” [PP/KU: 18.01.18].

„Ku upadkowi zmierza jej.rosnace *nadpicze*” [PP/KU: 18.01.18].

„Straszna historia. Mrozi krew w żyłach. Aż *popuscilem zesralem się* nieświadomie” [PP/KU: 18.01.18].

„jak op*****iła pento z rano to i usmiech *na ryju* hehheh stary *szlauf* ***** sie z kazdym i wielka gwiazda chuj z nia i z tym *palantem* co dodal ten artykul” [PP/KU: 24.01.2018].

Swoisty przykład kreatywności stanowi replika:

„no normalnie *nie widziała D U P A słońca*” [PP/KU: 05.11.2018],

w której fragment zaznaczony kursywą jest pierwszą częścią potocznego przysłowia polskiego: „Nie widziała dupa słońca, zagorzała od miesiąca”. Zostało ono przywołane w odniesieniu do newsa z portalu Pudelek.pl dotyczącego Edyty Górniak, która straciła panowanie nad sobą z powodu dostarczenia jej złej słomki do napoju – plastikowej

zamiast bambusowej²⁷⁸. Użytkownik dodał komentarz pod odczytanym tekstem, wskazując na przesadne zachowanie celebrytki.

Użytkownicy korzystają także z różnych form, stosując zamiennie litery, cyfry lub znaki z klawiatury komputera. W portalu Pudelek.pl kamuflowana wulgaryzacja realizowana jest następująco²⁷⁹:

Qrew...! [PP/KU: 26.11.2017] – o kobiecie Marinie.

DORODNA?! *qfa....* schowajcie to monstrum! [PP/KU: 19.01.18].

Idę się *nawpie€&@-/rdalać* glutenu ! :D [PP/KU: 11.10.2018].

„Super *d**eczka*, lewy ma co kąsać” [PP/KU: 11.10.2018].

„Agata byłaby idealna para dla Agnieszki z poprzedniej edycji- taki sam *kij w d***e...*” [PP/KU: 9.10.2018].

„Jak ona mnie *wqrvia*” [PP/KU: 24.01.2018].

„no *kvrwa* nie dacie ludziom od niej odpocząć” [PP/KU: 16.11.2018].

„Chcesz *kurła* Pan być cieć to ić se Pan podwórko zamieć” [PP/KU: 5.10.2018].

„Extra, ściągnąłem, odpaliłem 'wstałem z łóżka' myślę, *kuuurła* 100fps + nie jest źle - Crash!” [PC/KU: 25.11.2018].

„Co was interesuje kto.ile.lat ma???pilnowac swojej *doopy* zeby nie zaliczyc wpadowy w wieku 50 i wyzej a mlode bawic dzieciaki i do roboty sie wziąć” [PP/KU: 13.11.2018].

Typową grupę tworzą wulgaryzmy kamuflowane asteryskami lub kropkami, głównie wielokropkiem. Oto przykłady:

„Ktoś ogląda to tvnowskie *gó.no ???*” [PP/KU: 5.10.2018].

²⁷⁸ Por.

https://www.pudelek.pl/artukul/137585/gorniak_wpadla_w_szal_przez_slomke/10/#comments [odczyt: 05.11.2018].

²⁷⁹ Izabela Kępka, analizując rolę sacrum w języku piosenek polskich kibiców piłki nożnej zauważa, że leksyka religijna łączona może być z wulgaryzmami, co świadczy o możliwości łączenia skrajnych rejestrów w celu ukazania emocji, por. Kępka 2015: 276.

„Przecież ona jest chora! Powinni zabraniać pokazywać takich ludzi! Niech mi nikt nie powie że ona siebie kocha i takie tam bajery... ja nie mówię że mamy być wszyscy chudzi itd. sama mam hak większość oponki ale to jest k****a choroba!” [PP/KU: 18.01.18].

„Nie no okey... Ale bez przesady! Ona wygląda jak by kogos wp*****ila!!!!!!!!!!!!” [PP/KU: 18.01.18].

„To nie są ku**a kraglosci tylko sadło, nie oszukujmy się” [PP/KU: 18.01.18].

„Tak tak a jak sam czakpe na tasme beznarwna kleil to było z***biscie uczciwe Kazdy chce wygrać pp to się zgodali na udział...” [PP/KU: 5.10.2018].

Użytkownicy portalu Pudelek.pl niejednokrotnie, w celu ukrycia wypowiedzi wulgarnej, stosują celowo zapis z błędami ortograficznymi. Dzięki tej formie administratorzy nie wykrywają brzydkich lub wulgarnych wyrazów. Użycie wersalików (włączony klawisz Caps Lock) może implikować świadomy zabieg kreatywności graficznej. Prawdopodobnie brak takiego wyróżnienia (błędnie zapisanych liter) mógłby stać się przyczyną pojawiania się komentarzy innych użytkowników, w których wyrażaliby dezaprobatę na zaistniałe treści. Oto przykład:

„A ty pewnie jednak i teSZ bUl d**y masz! Buahaha” [PP/KU: 18.05.2017].

„Nie oglądam hłamu..postacie z d..y jprdl” [PP/KU: 5.10.2018].

2. Podsumowanie

W portalu Pudelek.pl nadawcy nie ujawniają się w komentarzach. Możliwe jest, że zamieszczają repliki w segmencie tekstów-opinii, ale nie zostało to stwierdzone w ramach analizy. Odbiorcy-współtwórcy tekstów z portalu są widoczni tylko w komentarzach dodawanych pod tekstami. W PCLab.pl nadawca (ujawniony – imię i nazwisko) jest naprzemiennie nadawcą i odbiorcą. W tekstach-matkach nadawca formułuje swoje teksty z największą (spośród analizowanych wortalii) starannością, a jego ujawnienie, chociaż sporadyczne, polega na wymianach dialogowych z innymi użytkownikami. Autorzy tekstów w ten sposób budują więź z czytelnikami, których pytania dotyczą doprecyzowania poszczególnych kwestii. Zarówno nadawcy, jak i odbiorcy-współtwórcy stosują głównie poprawną polszczyznę. Portal Gotujmy.pl formują nadawcy (ujawnieni – imię i nazwisko i ujawnieni częściowo – pseudonim)

i odbiorcy-współtwórcy w komentarzach. W tym wortalu znaczną część komentarzy dodają redaktorzy pod przybranym pseudonimem. Dostrzegalna jest schematyczność wypowiedzi.

W wypowiedziach nadawców zauważalna jest ekspresywność, która charakteryzuje się szczególnie użyciem nacechowanych części mowy lub konstrukcji składniowych. Nadawcy poszczególnych portali na ogół przestrzegają zasad grzeczności językowej. Język potoczny, którym posługują się zarówno nadawcy, jak i odbiorcy stanowi rejestr wiodący. Rzadko zdarza się, że internauci korzystają w pełni z rejestru oficjalnego.

Odbiorcy w wortalu Gotujmy.pl stosują się do zasad grzeczności językowej. Brak w ich wypowiedziach słownictwa opatrzonego kwalifikatorem oznaczającym pogardę czy wulgarność. W portalu PCLab.pl wspomniane elementy pojawiają się i są różnorodnie nacechowane. Portal plotkarski stanowi przykład serwisu, w którym wulgaryzacja jest spotęgowana. Użytkownicy, dzięki różnym formom omięcia restrykcji związanych z użyciem wulgaryzmów, nietolerowanych w netykietce, wykorzystują formy graficzne służące kamuflowaniu wulgaryzacji.

Z powodu kamuflażu oprogramowania wyszukujące leksemę wulgarne, nie odnajdują takich form i słowo pozostaje w portalu. W przypadku odnalezienia wulgaryzmu replika jest bowiem usuwana ze strony. Użytkownicy analizowanych wortalu mogą również zgłaszać nadużycia językowe. Za to, że zgłoszą są sankcje. W PCLab.pl reakcje redaktorów portalu są bardzo szybkie, co potwierdzają użytkownicy, komentarze są usuwane ze strony. W Pudelku rzadko takie sytuacje mają miejsce. W Gotujmy brak użycia słów niecenzuralnych lub wulgarnych.

Zakończenie

Celem analizy podjętej w niniejszej rozprawie doktorskiej było przedstawienie strukturalno-językowych determinant trzech wybranych portali internetowych, zróżnicowanych tematycznie.

Portal (zamiennie wortal, strona, serwis) jest przestrzenią wirtualną, w której stosuje się analogiczne schematy strukturalne. W przeprowadzonej analizie został potraktowany jako gatunek w formie kolekcji, na który składać się mogą gatunki pozainternetowe, internetowe lub użytkowe.

Można uznać, że elementy ułożenia – pionowego czy poziomego struktury, nie wpływają na odbiór ani aspekt pragmatyczno-poznawczy. Ustawienie kolumn w layoucie pozwala w sposób przejrzysty i komunikatywny informować o przedstawianych zdarzeniach.

Wortal składa się z netlogów (podzielonych na teksty od nadawcy i odbiorcy). Nadawca jest inicjatorem rozmowy w sieci. Profesjoniści i nieprofesjoniści, w celu zainicjowania konwersacji, korzystają z różnych gatunków dziennikarskich i użytkowych. Wydawcy analizowanych serwisów stosują gatunki zakorzenione w środkach przekazu, głównie w prasie. Formę komunikacyjną, jaką jest portal internetowy można uznać raczej za miejsce przekształceń niż zmian znanych gatunków mowy/wypowiedzi.

Portal jako gatunek internetowy może mieścić w sobie gatunki z różnych dziedzin. W wyniku obserwacji podstawy materiałowej nie stwierdzono znaczących różnic w sposobie prezentacji faktów, modyfikacji wewnątrzgatunkowych, dominacji gatunków internetowych, co zakładano podejmując analizę. Autorzy tekstów korzystają z wzorców kanonicznych poszczególnych gatunków, co jest widoczne w stosowanych grach tytułu z czytelnikiem (formą graficzną, foniczną lub stylistyczną), lidów (szczególnie hasłowych, streszczających i pytających), korpusów od kilku do wieloakapitowych.

Pudelek.pl kreowany jest na serwis o tematyce tylko plotkarskiej i/lub rozrywkowej. Początkowo relacjonował zdarzenia, których sensacyjność skłaniała użytkowników do wejścia na stronę – pojawiające się informacje w różnych aplikacjach smartfona, „klikanie” w artykuł w celu zwiększenia oglądalności i ruchu na stronie. Z czasem zaczęto jednak umieszczać informacje nie tylko o funkcji ludycznej, lecz także

informacyjnej, lid hasłowy lub pojedynczy, zdjęcie opisywanej osoby w kolorze czarno-białym. W Pudelku występują tylko gatunki pozainternetowe (zapowiedź, news, sylwetka) w zmodyfikowanych wersjach.

PCLab.pl jako portal informatyczno-technologiczny traktowany jest jako kompendium na temat komputerów i technologii informacyjnych. Jego odbiorcami są nieprofesjoniści w tej dziedzinie. Akty mowy użytkowników, szczególnie polemiczne, świadczą o tym, że poszczególne artykuły publicystyczne prezentowane na stronie można traktować jako części z forum. Nadawca-redaktor przedstawia określoną treść (obiektywnie, subiektywnie), która może stanowić replikę wprowadzającą. Jest to bowiem punkt wyjścia do dalszej rozmowy w sieci. Użytkownicy, którzy posiadają kompetencję w określonym temacie, dodając poszczególne komentarze wskazują różne aspekty dodanego artykułu poprzez zwracanie uwagi na błędy merytoryczne, składniowe czy interpunkcyjne. Niejednokrotnie autor artykułu podejmuje dialog i kontrargumentuje. Wśród gatunków, występujących w wortalu (oprócz nawiązujących do gatunków prasowych) pojawiają się gatunki internetowe w swojej kanonicznej postaci. Są to blog i forum.

Gotujmy.pl to portal, który gromadzi miłośników gotowania i osoby zainteresowane tematyką kulinarną w różnych jej postaciach (przyrządzanie dań, dekorowanie, przygotowanie domów na tematyczne uroczystości). Wortal stanowi nawiązanie do bloga. Różnica w odniesieniu do dziennika intymnego jest jednak znacząca. W serwisie mogą dodawać poszczególne teksty zarówno nadawcy-redaktorzy portalu, jak i zarejestrowani użytkownicy, którzy chcą podzielić się swoimi spostrzeżeniami lub przygotowanymi przez siebie potrawami. Portal zawiera gatunek pozainternetowy – zapowiedź, internetowe – forum oraz gatunki użytkowe – przepis kulinarny i poradę.

Zestawiając trzy powyższe portale internetowe można uznać, że zapowiedź jest stałym elementem wszystkich serwisów internetowych. PCLab.pl i Gotujmy.pl wykazują podobieństwo w konwencji poradnikowej. W obu występują porady jako składnik stały, chętnie czytany i komentowany (liczne repliki, pytania użytkowników). Podobnie w tych portalach forum stanowi element świadczący o ich podobieństwie. PCLab.pl i Pudelek.pl są podobne ze względu na obecność gatunków pozainternetowych (zapowiedź, news, artykuł publicystyczny), przekazujących wiadomości z dominantą publicystyczną (informacje o znanych osobach, interesujących nowinkach ze świata). Funkcja dodawanych treści jest różna. W Pudelku przede wszystkim pragmatyczna i nakłaniająca, a w PCLab.pl informacyjna i streszczająca,

zalecająca. Gotujmy.pl i Pudelek.pl, z uwagi na funkcję rozrywkową, w początkowych fazach badania były traktowane równorzędnie. Dokładniejsza analiza nie wykazała jednak podobieństw w konstruowaniu ich treści. Pudelek oparty jest na sensacyjności, wyolbrzymianiu i konfabulowaniu treści, co skutkuje przeprosinami na stronie. W Gotujmy przedstawiane są sprawdzone informacje. Potwierdzają to materiały ilustrujące np. przepis kulinarny.

Drugi segment rozmowy w sieci – netlogu to komentarze użytkowników. Można uznać, powołując się na literaturę cytowaną w niniejszej pracy, że odbiorca występuje jako współtwórca, a swoje myśli wyraża w postaci zróżnicowanych aktów mowy.

Repliki użytkowników w porównywanych portalach są zróżnicowane. Nadawcy i odbiorcy-współtwórcy, dodają treści, zachowując obowiązującą netykietę i grzeczność językową, często pomijaną w dyskursie internetowym. Repliki dodawane w PCLab.pl i Pudelek.pl, w większości, można uznać za formuły z najniższego (nawiązując tu do metafory Wiesława Godzica cytowanego m.in. we wstępie) rejestru polszczyzny. Wśród leksyki z rejestru potocznego dużą frekwencją wykazują wyrazy potoczne, wręcz wulgarne (wulgaryzacja i kamuflowana wulgaryzacja).

Zarówno nadawcy, jak i odbiorcy poszczególnych portali stosują sposób wyrażania się charakterystyczny dla odmiany mówionej języka polskiego. Elementy pozawerbalne sygnalizowane są znakami przestankowymi, interpunkcyjnymi lub kreatywnymi literowo-liczbowymi kontaminacjami. Niejednokrotnie przedstawiane repliki lub poszczególne słowa wskazywały na brak analogii w tworzeniu derywatów słowotwórczych. Korzystanie z takich form może być efektem chwilowej radości, smutku lub spontanicznego odreagowania użytkownika na komentowane sytuacje.

Warto zwrócić uwagę na socjolekt użytkowników poszczególnych portali. Niniejsza praca doktorska stanowi rekonstrukcję fragmentu dyskursu internetowego we współczesnej polszczyźnie. Użytkownicy stosują rejestr potoczny, wulgarny, wręcz obsceniczny; łamią tabu językowe, przekraczają granice, których w sytuacjach oficjalnych nie byłoby w stanie złamać.

Porównanie trzech podobnie skonstruowanych, ale zróżnicowanych tematycznie portali internetowych może wykazać różnice na płaszczyźnie językowej i komunikacyjnej. Użytkownicy tylko w Gotujmy.pl okazują sobie szacunek. Stosują często zapominane leksemy: *dziękuję, proszę, przepraszam*. Zwracają się z użyciem pseudonimu, nie kpią z siebie nawzajem. W PCLab.pl ta tendencja maleje, pojawia się słownictwo bardziej nacechowane, a w Pudelku formuła jest marginalizowana na rzecz

zasobu leksykalnego z nacechowaniem negatywnym i agresji słownej. Poczynione obserwacje prowadzą również do konkluzji o charakterze socjo-kulturowym. Analiza portalu PCLab ilustruje bowiem przeobrażenie pozytywnego stereotypu człowieka zainteresowanego wiedzą jako osoby wykształconej (lub kształcącej się), przestrzegającej zasad kultury osobistej, której istotnym składnikiem jest kultura języka.

Wykaz rycin

Ryc. 1 Schemat komunikacji językowej według Romana Jacobsona	37
Ryc. 2 Komunikacja interpersonalna – jako interakcja	38
Ryc. 3 Schemat komunikowania według Denisa McQuaila.....	39
Ryc. 4 Schemat procesu komunikacji internetowej.....	43
Ryc. 5 Schemat językowo-kontekstowego modelu komunikacyjnego Przybyszewskiego	45
Ryc. 6 Opis portalu internetowego PCLab.pl	86
Ryc. 7 Opis portalu internetowego Pudelek.pl	87
Ryc. 8 Opis portalu internetowego Gotujmy.pl.....	89
Ryc. 9 Logo serwisu internetowego PCLab.pl	90
Ryc. 10 Logo portalu internetowego Pudelek.pl	91
Ryc. 11 Logo portalu internetowego Gotujmy.pl	92
Ryc. 12 Graficzna forma wizualizacji przerwy technicznej w wortalu Gotujmy.pl.....	92
Ryc. 13 Portal internetowy PCLab.pl	94
Ryc. 14 Layout portalu PCLab.pl	95
Ryc. 15 Panel nawigujący w portalu PCLab.pl	96
Ryc. 16 Zwiastun newsa dotyczącego śmierci młodej motywatorce.....	99
Ryc. 17 Zwiastun z layoutu portalu Pudelek.pl	99
Ryc. 18 Layout wortalu Pudelek.pl wraz z zapowiedziami dnia.....	101
Ryc. 19 Segment najciekawszych zapowiedzi dnia w portalu Pudelek.pl	102
Ryc. 20 Segment inicjalny w wortalu Gotujmy.pl.....	103
Ryc. 21 Layout portalu internetowego Gotujmy.pl	103
Ryc. 22 PCLab.pl.....	108
Ryc. 23 Pudelek.pl	108
Ryc. 24 Gotujmy.pl.....	108
Ryc. 25 Schemat netlogu w portalu internetowym.....	115
Ryc. 26 Realizacja poziomów zaproponowanych przez Johna Fiske’a w portalu internetowym	118
Ryc. 27 Uzupełniona realizacja poziomów zaproponowanych przez Johna Fiske’a w portalu internetowym.....	118
Ryc. 28 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.....	128

Ryc. 29 Korpus newsa z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.....	128
Ryc. 30 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 17.02.2018 r.....	130
Ryc. 31 Korpus newsa z portalu Pudelek.pl, 17.02.2018 r.....	131
Ryc. 32 Zapowiedź z portalu internetowego Gotujmy.pl, 10.09.2018 r.....	132
Ryc. 33 Koprus porady kulinarnej z portalu Gotujmy.pl, 10.09.2018 r.	132
Ryc. 34 Zapowiedź z wortalu Gotujmy.pl, 14.09.2018 r.....	134
Ryc. 35 Tytuł i lid z wnętrza korpusu przepisu kulinarnego z portalu Gotujmy.pl, 14.09.2018 r.	135
Ryc. 36 Zapowiedź z portalu PCLab.pl, 28.06.2018 r.....	136
Ryc. 37 Gotujmy.pl.....	138
Ryc. 38 Pudelek.pl.....	139
Ryc. 39 PCLab.pl.....	139
Ryc. 40 Seria zapowiedzi jednoznadniowych z portalu Pudelek.pl	143
Ryc. 41 Winieta portalu Pudelek.pl, 13.12.2017 r.....	185
Ryc. 42 Winieta portalu Pudelek.pl, 20.10.2018 r.....	185
Ryc. 43 Zapowiedź internetowa z portalu PCLab.pl, 9.11.2017 r.....	186
Ryc. 44 Zapowiedzi artykułów sponsorowanych z portalu PCLab.pl: 6.06.2018 r. i 27.08.2018 r.	188
Ryc. 45 Fragment korpusu przepisu kulinarnego z portalu Gotujmy.pl, 18.09.2017 r.	188
Ryc. 46 Fragment korpusu newsa z portalu Pudelek.pl, 11.08.2018 r.	189
Ryc. 47 Fragment korpusu newsa z wortalu Pudelek.pl – lokalizacja użytego pseudonimu	190
Ryc. 48 Komentarz umieszczony przez użytkownika portalu Pudelek.pl, 20.06.2018 r.	195
Ryc. 49 Wymiana dialogowa w portalu Pudelek.pl, 9.10.2018 r.	204
Ryc. 50 Zapowiedź z portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.....	215
Ryc. 51 Zapowiedź z wortalu Pudelek.pl, 23.01.2018 r.	215
Ryc. 52 Zapowiedź z layoutu portalu Pudelek.pl, 18.02.2018 r.....	216
Ryc. 57 Zielińska na balu charytatywnym, 11.02.2018 r.	280
Ryc. 58 Ciastka makaroniki.....	280

Wykaz stosowanych skrótów

K – korpus

KU – komentarze użytkowników

L – lid

oprac. – opracowanie

PC – www.pclab.pl

PG – www.gotujmy.pl

podkr. – podkreślenie

PP – www.pudelek.pl

przyp. – przypis

SK – składniki

Ś - śródtytuł

T – tytuł

T0 – nadtytuł

tłum. – tłumaczenie

zm. – zmiana

Literatura

- Ajdukiewicz K., 1965, *Logika pragmatyczna*, Warszawa.
- Aouil B., 2008, *Komunikowanie się w Internecie – narzędzia, specyfika i właściwości* [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń, s. 10-40.
- Augustynek A., 2008, *Psychologia. Jak ślimak piął się pod górę*, Warszawa.
- Augustynek A., 2011, *Jak walczyć z uzależnieniami*, Warszawa.
- Autor anonimowy, 2003, *Internet – agresja i ochrona*, Wrocław.
- Awdiejew A., 1987, *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzi*, UJ Rozprawy Habilitacyjne nr 117, Kraków [za:] Janczak A., 1997, *Akty mowy wprowadzające prośbę*, „Poradnik Językowy”, 10(549), s. 24-33.
- Awdiejew A., 2005, *Strategie konwersacyjne*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica 7/2”, s. 127-150.
- Bachtin M., 1979, *Estetika slovesnogo tvorčestva*, Moskva [za:] Wierzbicka A., 1983, *Genry mowy* [w:] *Tekst i zdanie*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 126-137.
- Bachtin M., 1986, *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, Warszawa.
- Bajerowa I., 1980, *Wpływ techniki na ewolucję języka polskiego*, Kraków.
- Bajka Z., 2008, *Historia mediów*, Kraków.
- Balcerzan E., 2007, *W stronę genologii multimedialnej* [w:] *Polska genologia multimedialna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa, s. 269-287.
- Bańko M. (red.), 2003, *Portal I, Portal II* [w:] *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, red. M. Bańko, Warszawa, s. 1003.
- Bańko M. (red.), 2003, *Wielki słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa [liczne hasła].
- Bargh J.A., McKenna K.Y.A., 2009, *Internet a życie społeczne* [w:] *Internet a psychologia. Możliwości i zagrożenia*, red. J.W. Paluchowski, Warszawa, s. 25-45.
- Bartmiński J., (red.), 2014, *Współczesny język polski*, Lublin.
- Bartmiński J., 2012, *Jak opisywać gatunki mowy?* „Język a Kultura” 23, s. 13-32.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., 2012, *Tekstologia*, Warszawa.
- Bartoszcze R., 2006a, *Komunikacja* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 98.
- Bartoszcze R., 2006b, *Komunikowanie, komunikowanie się* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 100.

- Bauer Z., 2000, *Gatunki dziennikarskie* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, s. 143-173.
- Bauer Z., 2006a, *Grafika prasowa* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 71.
- Bauer Z., 2006b, *Interaktywność* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 83-84.
- Bauer Z., 2006c, *Telefon* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 214-215.
- Bauer Z., 2015, *Gatunki dziennikarskie w Sieci. Co się zmieniło i jak bardzo?* [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa, s. 81-102.
- Benenowska I., 2004, *Emocje w Internecie* [w:] *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*, red. K. Wojtczuk, A. Wierzbicka, Siedlce, s. 9-19.
- Benenowska I., 2015, *Współczesna debata publiczna – jej cechy, sytuacja komunikacyjna, strategie (próba charakterystyki na wybranych przykładach)* [w:] *Dyskurs: aspekty lingwistyczne, semiotyczne i komunikacyjne*, red. A. Kiklewicz, I. Uchmanowa-Szmygowa, Olsztyn, s. 241-248.
- Bienias T., 1998, *Internet*, Kraków.
- Bilut-Homplewicz Z., 1998, *Zur Dialogtypologie in der Erzählung aus textlinguistischer Sicht*, Rzeszów.
- Błachowicz E., 2010, *Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej*, Rzeszów.
- Bolter J.D., 1990, *Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w wieku komputera*, tłum. T. Goban-Klas, Warszawa.
- Bralczyk J., 2004, *Język na sprzedaż*, Gdańsk.
- Bralczyk J., 2007, *O języku propagandy i polityki*, Warszawa.
- Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), 2001, *Język w mediach masowych*, Warszawa.
- Briggs A., Burke P., 2010, *Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, Warszawa.
- Buć B., *Argumentationsindikatoren in deutschen Interviews und Diskussionen* [EPUB].
- Burska K., Cieśla B., Jachimowska K., Kudra B., 2016, *Kreatywność językowa w reklamie*, Łódź.

- Burszta W.J., 2004, *Różnorodność i tożsamość: antropologia jako kulturowa refleksyjność*, Warszawa.
- Buttler D., 1978, *Rozwój semantyczny wyrazów polskich*, Warszawa.
- Cady G. H., McGregor P., 1996, *Internet: od podstaw do mistrzostwa*, Warszawa.
- Castells M., 2003, *Galaktyka Internetu, Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań.
- Castells M., 2010, *Spoleczeństwo sieci*, Warszawa.
- Cegieła A., 2014, *Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa*, Warszawa.
- Chudziński E. (red.), 2007, *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa – Bielsko-Biała.
- Ciamciara J., Uścińska B., 2015, *Komunikacja wizerunkowa w mediach. Prasa, radio, telewizja*, Wrocław.
- Cudak R., 2011, *Genologiczne pogranicza i ekwiwalencje [w:] Gatunki mowy i ich ewolucja, t. 4, Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice, s. 57-66.
- Cudak R., Tambor J., 1995, *O języku »komputerowców«*, „Język Polski”, 3, s. 197-204.
- Davis B.H., Brewer J.P., 1997, *Electronic Discourse: Linguistic Individuals in Virtual Space*, Albany, s. 2 [za] Górską-Olesińską M., 2009, *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole.
- Dijk van T., 2001, *Dyskurs jako struktura i proces*, Warszawa.
- Drabik I., Sobol E., Kubiak-Sokół A., Wiśniakowska L., (oprac.), 1996, *Słownik języka polskiego PWN*, Warszawa.
- Ducrot O., 1991, *Situación de discurso [w:] Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Buenos Aires [za:] Przybyszewski S., 2009, *Kilka uwag o roli kontekstu w komunikacji*, „Prace Językoznawcze”, 11, s. 179-189.
- Duszek A., 1998, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa.
- Dyczewski, 2001, *Media wobec zmian społecznych [w:] Rozumienie zmian społecznych*, red. E. Hałas, Lublin, s. 143-172.
- Ficek E., *Poradnik: model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*, Katowice.
- Filip G. (red.), 2016, *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, Rzeszów.
- Filip G. (red.), 2016, *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, Rzeszów.
- Filip G., 2003a, *Gadu-gadu, o strukturze i języku młodzieżowych rozmów w Internecie*, „Zeszyty Naukowe UR 19, Seria Filologiczna. Dydaktyka”, 3, Rzeszów, s. 133-144.
- Filip G., 2003b, *Gry językowe Jana Lama*, Rzeszów.

- Filip G., 2004, *Wgląd w cudzą intymność – wyrażanie emocji w dzienniku internetowym* [w:] *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*, red. K. Wojtczuk, A. Wierzbicka, Siedlce, s. 65-72.
- Filip G., 2006, *Wykładowcy emocji w „Listach do redakcji” na przykładzie prasy kobiecej* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 187-195.
- Filip G., 2008, „*Trudna miłość*” i „*Szczęście w nieszczęściu*” – o języku i strukturze młodzieżowych listów do redakcji „*Victora Gimnazjalisty*”, „*Zeszyty Naukowe UR. Seria Filologiczna. Dydaktyka*”, 5, s. 127-135.
- Filip G., 2013, *Mistrzowie gry na argumenty. Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski*, Rzeszów.
- Filip G., 2018, *Dwieście ósemki są męskie jak diabli – o potoczności w motoryzacyjnej prasie braźnowej* [w:] *Kultura komunikacji potocznej w językach słowiańskich* red. A. Piotrowicz, M. Witaszek-Samborska, K. Skibski, Poznań, s. 51-62.
- Filip G., 2019, *Napędzane emocjami. Językowa kreacja marki*, Rzeszów.
- Filip G., Krauz M., 2010, *Szkice o języku i wartościach w wybranych utworach Stefana Żeromskiego*, Rzeszów.
- Filip G., Ożóg R., Słabczyński R. (red.), 2017, *Zmysły. Aspekty językowo-kulturowe*, Rzeszów.
- Filip G., Patro-Kucab M. (red.), 2015a, „*Niezmącona radość życia (nie jest udziałem śmiertelnych)*”. *Słowo od redakcji* [w:] *Radość. Aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, M. Patro-Kucab, Rzeszów, s. 7-9.
- Filip G., Patro-Kucab M. (red.), 2015b, *Radość. Aspekty językowo-kulturowe*, Rzeszów.
- Filip G., Patro-Kucab M., Słabczyński R. (red.), 2017, *Adepci dziennikarstwa o dziennikarstwie. Młode dziennikarstwo I*, Rzeszów.
- Fiske J., 1987, *Television Culture*, London, New York: Methuen, s. 124 [cyt. za:] Godzic W., 2002, *Pisane ekrany telewizja* [w:] *Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Kraków, s. 275-296.
- Flis M., 2004, *Etyczny wymiar tożsamości kulturowej* [w:] *Etyczny wymiar tożsamości kulturowej*, red. M. Flis, Kraków, s. 7-24.
- Foucault M., 1977, *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Warszawa.
- Fras J., 1999, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław.
- Furman W., 2006a, *Lid* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 110.

- Furman W., 2006b, *Nagłówek* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 127.
- Furman W., 2006c, *Tytuł* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 225.
- Furman W., 2006d, *Wiadomości* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 231.
- Furman W., 2006e, *Zajawka* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 238.
- Furman W., 2006f, *Zapowiedź* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 239.
- Gajda S., 2005, *Tekst/dyskurs oraz jego jego analiza i interpretacja* [w:] *Współczesne analizy dyskursu*, red. M. Krauz, S. Gajda, Rzeszów, s. 11-20.
- Gajda S., 2014, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 255-268.
- Gajlewicz M., 2009, *Techniki perswazyjne. Podstawy*, Warszawa.
- Gawrońska M., 2013, *Marketing szeptany jako nowoczesna forma promocji*, „Rynek, Społeczeństwo, Kultura”, 2 (6), s. 30-35.
- Gawrońska M., 2013, *Marketing szeptany jako nowoczesna forma promocji*, „Rynek, Społeczeństwo, Kultura”, 2 (6), s. 30-35.
- Genette G., 1982, *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia*, Paryż.
- Gindin S., 2017, *Co wiedziała retoryka o budowie tekstu*, „Tekst i dyskurs – text und dyskurs”, 10, s. 9-39.
- Goban-Klas T., 1999, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa-Kraków.
- Goban-Klas T., 2005, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa.
- Goban-Klas T., 2008, *Komunikowanie i media* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, s. 11-31.
- Godzic W., 2000, *Język w Internecie: Czy piszemy to, co myślimy?* [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłoskowska, Warszawa, s. 176-185.
- Godzic W., 2007, *Znani z tego, że są znani: celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa.
- Gólat R., 2003, *Internet – aspekty prawne*, Warszawa.
- Górska-Olesińska M., 2008, *CMV i elektroniczne dyskursy. Problemy metodologiczne* [w:] *Nowa wizualność – nowy paradygmat kultury*, red. E. Wilk, I. Kolasieńska-

- Pasterczyk, Kraków, s. 209-228 [za:] Żydek-Bednarczuk U., 2013b, *Dyskurs internetowy* [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 347-380.
- Górska-Olesińska M., 2009, *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy*, Opole.
- Grice P., 1977, *Logika i konwersacja*, przeł. J. Waszczuk, „Przegląd Humanistyczny”, z. 6, s. 85-99.
- Grochowski G., 2000, *Teksty hybrydowe. Literackość i jej pogranicza*, Wrocław.
- Gruszczyński W., 2001, *Czy normy językowe obowiązują w Internecie?* [w:] *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa, s. 183-190.
- Grzegorzczak R., 1998, *Głos w dyskusji o pojęciu tekstu i dyskursu* [w:] *Tekst. Problemy teoretyczne*, red. J. Bartmiński, B. Boniecka, Lublin, s. 37-43.
- Grzegorzczak R., Laskowski R., Wróbel H. (red.), 1999, *Gramatyka współczesnego języka polskiego: morfologia*, Warszawa.
- Grzenia J., 2003, *Internet jako miejsce dialogu* [w:] *Porozmawiajmy o rozmowie*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice, s. 81-90.
- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa.
- Guz B., 2001, *Język wchodzi w grę – o grach językowych na przykładzie sloganów reklamowych, nagłówków prasowych i tekstów graffiti*, „Poradnik Językowy”, z. 10, s. 9-20.
- Habrajska G., (red.), 2001, *Język w komunikacji*, t.1, Łódź.
- Jacobson R., 1989, *Poetyka w świetle językoznawstwa* [w:] *R. Jacobson w poszukiwaniu języka 2. Wybór pism*, red. M. R. Mayenowa, s. 81-88.
- Jasionowicz M., 2006, *Portal internetowy* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 152.
- Jaska E., 2014, *Znaczenie rebrandingu w kreowaniu wizerunku marki*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, t. XVI, z. 1, s. 77-82.
- Jędrzejewski S., 2004, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, s. 59-70.
- Jędrzejewski S., 2006, *Radio* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 172-173.
- Jurek K., 2011, *Znaczenie symboliczne i funkcje koloru w kulturze*, „Kultura – Media – Teologia” nr 6, s. 68-80.

- Jurek W., 2006, *Emotikona – ozdoba czy konieczność?* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 144-153.
- Jurkowski M., 1999, *Implikatura* [hasło w:] *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław, s. 252.
- Kajtoch W., 2006, *Blog* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 18-19.
- Kałuża J.J., 1997, *Słownik Podręczny. Angielsko-Polski, Polsko-Angielski*, Warszawa.
- Kamińska M., 2011, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze internetu*, Poznań.
- Kamińska M., 2017, *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, Poznań.
- Kawka M., 2010, *Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja i transgresja* [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Warszawa, s. 61-69.
- Kawka M., 2014, *O badaniu języka dyskursu medialnego*, „Media i Społeczeństwo”, 4, s. 164-171.
- Kępa-Figura, 2006, *Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej: semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów*, „Prace Językoznawcze”, 11, s. 95-111.
- Kępa I., 2005, *Modlitewniki Kalwarii Wejherowskiej (1785-1901): słownictwo i frazeologia*, Gdańsk.
- Kępa I., 2013, *Barwy klubów piłkarskich jako nośnik wartości – na podstawie przyspiewek kibiców piłki nożnej polskiej ekstraklasy* [w:] *Barwa w języku, literaturze i kulturze IV*, red. E. Komorowska, D. Stanulewicz, Szczecin, s. 177-190.
- Kępa I., 2015, *Rola sacrum w języku piosenek polskich kibiców piłki nożnej*, „Język Polski”, 3, s. 270-281.
- Kieźel E. (red.), 2002, *Konsument i jego wybory rynkowe. Praca zbiorowa*, Katowice.
- Kita M, Grzenia J. (red.), 2004, *Dialog a nowe media*, Katowice.
- Kita M., 2001, *Język potoczny jako język bliskości* [w:] *Język w komunikacji*, tom 1, red. G. Habrajska, Łódź, s. 170-175.
- Kita M., 2012, *Czy istnieje medialna odmiana językowa* [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną 1. Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice, s. 126-142.
- Kita M., 2014, *Słowa magnesy. O (nie)przewidywalnym efekcie skupiania uwagi odbiorcy na słowie w dyskursie publicznym (medialnym)* [w:] *Słowa we współczesnych dyskursach*, red. K. Jachimowska, B. Kudra, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, Łódź, s. 13-22.

- Kita M., 2016, *Językoznawcy wobec języka w Internecie*, „Artes Humanae”, vol. 1, s. 111-124.
- Kita M., 2017, *Pozycja odmiany medialnej wśród innych odmian językowych*, „Studia Medioznawcze”, nr 1 (68), s. 67-74.
- Kita M., Loewe I., 2012, *Język w mediach. Antologia*, Katowice.
- Kita M., Loewe I., 2016, *Język w internecie. Antologia*, Katowice.
- Kłosińska A. (oprac.), 2005, *Słownik frazeologiczny PWN*, Warszawa.
- Kochmańska W., 2007, *Językowy obraz tolerancji w audycji Rower Błażeja* [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin, s. 297-310,
- Kochmańska W., 2010, *Wczoraj i dziś rzeszowskiej siatkówki – językowe studia porównawcze* [w:] *Rzeszów i okolice. Język – historia – kultura*, red. J. Lizak, E. Błachowicz, Rzeszów, s. 62-74.
- Kochmańska W., 2012, *Jeden mecz w dwóch odstępach – język relacji radiowej a telewizyjnej (na przykładzie meczu siatkarskiego Ligi Mistrzów)*, „SŁOWO. Studia językoznawcze”, 3, Rzeszów, s. 84-96.
- Kochmańska W., 2016, *Kreacja wizerunku siatkarza w e-prasie i tematycznych portalach internetowych* [w:] *Współczesny i dawny obraz mężczyzny w literaturze i kulturze*, red. L. Mariak, J. Rychter, Szczecin, s. 83-100.
- Kochmańska W., Taras B. (red.), 2010, *Od miłości do nienawiści: językowe mechanizmy kreowania emocji*, Rzeszów.
- Kotler P., 1999, *Marketing. Komunikacja*, Warszawa.
- Krauz M., 2013, *Jak recenzenci mówią do odbiorców – o językowych środkach perswazji w nagłówkach recenzji filmowych* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 33-47.
- Krauz M., 2015, *E-przyjaźń – obraz przyjaźni i koleżeństwa w internecie* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2; *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 157-173.
- Krauz M., 2016, *Między informacją a nakłanianiem – o składnikach informacyjnych w recenzji prasowej* [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 129-144.
- Kristula D., 2001, *The History of the Internet*. Retrieved March 20, 2010 [w:] Augustynek A., 2008, *Psychologia. Jak ślimak piął się pod górę*, Warszawa, s. 170.

- Kudra A., 2010, „News” jako funkcja, „Acta Univeristatis Lodziensis. Folia Literaria Polonica”, 13, s. 399-404.
- Kuryło E., 2003, *Próba definicji ROZMOWY na podstawie użyc w tekstach współczesnych wyrazu „rozmowa” i jego wariantów stylistycznych* [w:] *Porozmawiajmy o rozmowie*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2003, s. 16-34.
- Kuśnierek I., 2015, *Językowe wyznaczniki przepisu kulinarnego jako gatunku wypowiedzi*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, t. 9, s. 121-140.
- Labocha J., 1995, *Gramatyka polska 3. Składnia*, Kraków.
- Lakomy M., 2010, *Strategie mediów tradycyjnych w perspektywie konwergencji*, „Nowe Media”, 1/10, s. 85-96.
- Lehari G., 2008, *Psy. Wielka encyklopedia ras*, tłum. J. Woźniak, Warszawa.
- Lemke J., 2008, *Analiza krytyczna w obszarze mediów: gry, koncesje i nowy ład kulturowy* [w:] *Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Kraków, s. 361-362
- [za:] Żydek-Bednarczuk U., 2013b, *Dyskurs internetowy* [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 347-380.
- Levinson P., 1999, *Miękkie ostrze*, Warszawa.
- Levinson S.C., 2010, *Pragmatyka*, Warszawa.
- Lewicki J.M., Pajdzińska A., 2014, *Frazeologia* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 313-334.
- Lewiński P.H., 1999, *Retoryka reklamy*, Wrocław.
- Lipiec P., Sosna Ł., 2007, *Jak stworzyć najlepszy blog WordPress 2.0*, Warszawa.
- Lisowska-Magdziarz M., 2006a, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M., 2006b, *Dyskurs* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, s. 40-41.
- Lisowska-Magdziarz M., 2006c, *Layout* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 110.
- Lisowska-Magdziarz M., 2008, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Kraków.
- Loewe I., 2007, *Gatunki paratekstowe w przestrzeni medialnej*, Katowice.

- Loewe I., 2014, *Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych*, „Forum Lingwistyczne”, nr 1, s. 9-16.
- Lombard D., 2009, *Globalna wioska cyfrowa: drugie życie sieci*, tłum. J. Hutyra, Warszawa.
- Lombard D., 2009, *Globalna wioska cyfrowa: drugie życie sieci*, tłum. J. Hutyra, Warszawa.
- Majchrowska J., 2015a, *O języku i strukturze netlogu na podstawie portalu pudelek.pl* [w:] *Médiá a text 5*, eds. M. Bočák, L. Regrutová, J. Rusnák, Prešov, s. 216-225.
- Majchrowska J., 2015b, *Leksykalne i graficzne wyrażanie radości na podstawie netlogu* [w:] *Radość – aspekty językowo-kulturowe*, red. G. Filip, M. Patro-Kucab, Rzeszów 2015, s. 119-128.
- Majchrowska J., 2016, *O perswazyjnej funkcji tytułów tekstów zamieszczanych na portalu kozaczek.pl* [w:] *Idee, wartości, słowa w życiu publicznym*, red. L. Kuras, G. Majkowski, A. Fadecka, s. 47-55.
- Majchrowska J., 2017, *O języku i strukturze zapowiedzi w portalu internetowym pudelek.pl* [w:] *Adepci dziennikarstwa o dziennikarstwie. Młode dziennikarstwo I*, red. G. Filip, M. Patro-Kucab, R. Słabczyński, Rzeszów, s. 137-146.
- Majchrowska J., 2018, *Przepis kulinarny – próba analizy gatunku internetowego* [w:] *Adepci dziennikarstwa o dziennikarstwie. Młode dziennikarstwo 2*, red. G. Filip, M. Bożek, R. Słabczyński, Rzeszów 2018, s. 112-123.
- Majchrowska J., 2019, *Komentarze użytkowników portalu Pudelek.pl, czyli o kreatywności leksykalnej i graficznej w komunikacji internetowej* [w druku].
- Majchrzyk Ł., 2016, *Mobile i digital w Polsce i na świecie w 2016 r.*, <https://mobirank.pl/2016/01/27/mobile-digital-w-polsce-na-swiecie-2016/> [odczyt 15.07.2016].
- Majkowska G., 2000, *O języku mediów* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, s. 232-243.
- Makowska M., 2017, *Medialne igrzyska. O językowych i pozajęzykowych sposobach nobilitowania i deprecjonowania sportowców na przykładzie relacji z Letnich Igrzysk Olimpijskich z Rio de Janeiro*, „Tekst i dyskurs – text und dyskurs”, 10, s. 63-81.
- Malinowska E., Nocoń J., Żydek-Bednarczuk U., 2013, *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, Kraków.
- Marcjanik M., 2008, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa.

- Maryl M., 2013, *Blog jako „dziennik elektroniczny”*. Analiza genologiczna blogów pisarzy, „Zagadnienia Rodzajów Literackich”, nr 56 (112), z. 2, s. 86-110.
- Mattelart A., 2004, *Spoleczeństwo informacji*, tłum. J. Mikułowski Pomorski, Kraków.
- McQuail D., 2007, *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.
- Michalewski K. (red.), 2006, *Wyrażanie emocji*, Łódź.
- Mikułowski Pomorski J., 2001, *Spoleczeństwo informacji czy spoleczeństwo komunikujące się* [w:] *Spoleczeństwo informacji*, A. Mattelart, tłum. J. Mikułowski Pomorski, s. V-XVII.
- Mrozowski M., 2001, *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2003, *Pseudonimy internetowe (ncknames) jako forma autoreklamy*, „Prace Językoznawcze”, t. 5, s. 85-98.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2011, *Internetowe grupy dyskusyjne. Analiza językowa i charakterystyka gatunku*, Olsztyn.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2013, *Inforozrywka (infotainment) w portalach informacyjnych tvn24.pl i tvn.info*, „Prace Językoznawcze”, 15/3, s. 65-73.
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2017, *Strona internetowa jako forma (auto)prezentacji zawodowej (na przykładzie logopedów)*, Olsztyn.
- Nieckula F., 2014, *Język ustny a język pisany* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmińskiego, s. 99-114.
- Niepytańska-Osiecka A., 2014, *O fejku, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej*, „Język Polski”, 4, s. 343-352.
- Nowak P., 2016, *Pragmalingwistyka a narracja: tożsamość, kooperacja, sprzeczność* [w:] *Narracja w życiu. O grupie i o jednostce*, red. J. Wasilewski, Warszawa, s. 199-216.
- Nycz K., *Informationsstrukturierung in Wirtschaftstexten* [EPUB].
- Ogonowska A., 2006, *Szkolny słownik mediów elektronicznych*, Kraków.
- Olechnicki K., 2005, *Internet* [hasło w:] *Encyklopedia socjologii. Suplement*, red. K. W. Freske, H. Kubiak, G. Lisowski, J. Szacki i in., Warszawa, s. 92-95.
- Olsański L., 2012, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa.
- Ong W.J., 1992, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Lublin.
- Opatek K., 1974, *Z teorii dyrektyw i norm*, Warszawa.
- Osiak S., 1996, *Od modemu do Internetu*, Poznań.

- Ostaszewska D., Cudak R. (red.), 2008, *Polska genologia lingwistyczna*, Warszawa.
- Ożóg K., 1993, *Ustna odmiana języka mówionego* [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław, s. 87-100.
- Ożóg K., 2001a, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku*, Rzeszów.
- Ożóg K., 2001b, *Ulotne teksty wyborcze jako językowe działanie* [w:] *Język w komunikacji*, red. G. Habrajska, t. 1, Łódź, s. 310-318.
- Pajdzińska A., 2001, *My, to znaczy...* (z badań językowego obrazu świata), „Teksty Drugie”, 1, s. 33-53.
- Paluchowski J.W. (red.), 2009, *Internet a psychologia. Możliwości i zagrożenia*, Warszawa.
- Peisert M., 2004, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław.
- Piądłowski K., 2006, *Portale internetowe*, Warszawa.
- Piotrowicz A., Witaszek-Samborska M., Skibski K. (red.), 2018, *Kultura komunikacji potocznej w językach słowiańskich*, Poznań.
- Pisarek W. (red.), 2006, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków [liczne hasła].
- Pisarek W., 1966, *Tytuł utworu swoistą nazwą własną*, Katowice.
- Pisarek W., 1993, *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze”, XXXVI, z. 3-4, s. 156-159.
- Pisarek W., 2002, *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków.
- Pisarek W., 2004, *Słowa między ludźmi*, Warszawa.
- Płotka M., Litwin W., 2010, *Psychologia koloru w odniesieniu do systemów informatycznych* [w:] *Interfejs użytkownika – Kansei w praktyce*, red. K. Marasek, M. Sikorski, Warszawa, s. 115-131.
- Podracki J., Gałązka A., 2010, *Gdzie postawić przecinek? Poradnik ze słownikiem*, Warszawa.
- Polański K. (red.), 1999, *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, Wrocław [liczne hasła].
- Polański K. (red.), 2012, *Wielki słownik ortograficzny PWN z zasadami pisowni i interpunkcji*, Warszawa.
- Pręgowski M.P., 2006, *Między słowami. O wieloznaczności terminologii internetowej* [w:] *Re: internet – społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje* red. Ł. Jonak i inni, Warszawa, s. 413-425.
- Przybyszewski S., 2009, *Kilka uwag o roli kontekstu w komunikacji* „Prace Językoznawcze”, 11, s. 179-189.

- Pudlis T., Dwornik B., *Reklama internetowa dla firm. Bezplatny przewodnik dla małych i średnich przedsiębiorstw*, Money.pl.
- Puzynina J., 1988, *Ironia jako element języka osobniczego* [w:] *Język osobniczy jako przedmiot badań lingwistycznych*, red. J. Brzeziński, Zielona Góra, s. 35-44.
- Robak M., 2001, *Teologia cyberswiata* [w:] *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*, red. T. Zasepa, s. 45-54.
- Rothert A., 2001, *DEMO-NET, wirtualna projekcja rzeczywistości*, Warszawa.
- Saloni Z., 1999, *Epitet* [hasło w:] *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław, s. 145.
- Saloni Z., 1999, *Eufemizm* [hasło w:] *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław, s. 148.
- Sandig B., Selting M., 2001, *Style dyskursu* [w:] *Dyskurs jako struktura i proces*, red. T.A. van Dijk, przeł. G. Grochowski, Warszawa, s. 131-152.
- Skowron J., 2008, *Hipertekstualny wzorzec zapowiedzi dziennikarskiej w „newsmedialnym” otoczeniu Internetu*, „Prace Językoznawcze”, z. 10, s. 201-218.
- Skowronek B., 2008, *Dyskurs trzeciego poziomu intertekstualności jako ważne zjawisko tekstowo-komunikacyjne* [w:] *Nowe zjawiska II w języku, tekście i komunikacji*, red. M. Rutkowski, K., Zawilska, Olsztyn, s. 198-211.
- Skowronek K., 1993, *Reklama. Studium pragmalingwistyczne*, Kraków.
- Skowronek K., Rutkowski M., 2004, *Media i nazwy*, Kraków.
- Sobczak B., 2011, *Sposoby przyciągania i utrzymywania uwagi na przykładzie dziennika „Fakt”* [w:] *Oblicza komunikacji 4. Tabloidy: język, wartości, obraz świata*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław, s. 93-108.
- Sobieraj K., Joris W., Puustinen L., d’Haenens L., 2015, *Walka o euro: metafory i ramy metaforyczne w informacjach prasowych na temat kryzysu w strefie euro*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 8, s. 213-233.
- Socha-Jakubowska P., Krawiec S., 2015, *Pudelek opiniotwórczy*, „Wprost”, nr 13/2015 (1672).
- Socha-Jakubowska P., 2015, *Kto stoi za Pudelek.pl*, „Wprost”, nr 13/2015 (1672).
- Sokół M., 2004, *Emotikony. Wirtualne buźki*, Gliwice.
- Sośnicki K., 1963, *Zadanie, pytanie, problem*, „Nowa Szkoła”, nr 5, s. 1-7.
- Stewart J. (red.), 2000, *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, przeł. J. Suchecki, P. Kostyło, J. Kowalczevska, J. Rączaszek, A. Kochańska, J. Doktor, Warszawa.

- Szczęk J., 2006, *Emotikony – wyrażanie emocji w nowych technikach komunikacyjnych* [w:] *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 179-186.
- Szymczak M. (red.), 1978-1079, *Słownik języka polskiego*, t. 1-2, Warszawa.
- Ślawska M., 2014, *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Katowice.
- Taras B., 2004, *Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito* [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice, s. 42-51.
- Taras B., 2013, *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Rzeszów.
- Tatnall A. (red.), 2005, *Web Portals: The New Gateways to Internet Information and Services*, Australia.
- Urbańczyk S. (red.), 1991, *Encyklopedia języka polskiego*, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- Urbańczyk S., Kucala M. (red.), 1999, *Encyklopedia języka polskiego*, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- Verhoef-Verhallen, 1997, *Encyklopedia psów*, Warszawa.
- von Thun S. F., Langer I., Tausch R., 2004, *Wyrażać się zrozumiale*, tłum. P. Włodyga, Kraków.
- Wallace P., 2003, *Psychologia internetu*, tłum. T. Hornowski, Poznań.
- Warchala J., 2003, *Kategoria potoczności w języku*, Katowice.
- Warchala J., 2017, *Emocjonalizacja informacji* [w:] *Współczesne media – gatunki w mediach. Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, tom. 1, red. I. Hoffman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 107-129.
- Waśniewska M., 2017, 'Misja pokojowa' czy 'krwawa jatka': eufemizmy i dysfemizmy w dyskursie medialnym na przykładzie relacji z wojny w Syrii w polskiej prasie, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 83-100.
- Wibbels A., 2007, *Prowadź blog! Przewodnik dla małych firm*, Gliwice.
- Wielki J., 2000, *Elektroniczny marketing poprzez Internet: reengineering procesu marketingowego*, Warszawa-Wrocław.
- Wierzbicka A., 1983, *Genry mowy* [w:] *Tekst i zdanie*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Wrocław, s. 126-137.
- Wierzbicka A., 2010, *Semantyka. Jednostki elementarne i uniwersalne*, Lublin.
- Wierzbicka M., Golonka J., *Grammatik im Dienste der Kommunikation* [EPUB].
- Więckiewicz M., 2012, *Blog w perspektywie multimedialnej*, Toruń.
- Wiktor J.W., 2012, *Komunikacja marketingowa* [w:] *Podstawy marketingu*, red. A. Czubała, Warszawa, s. 200-244.

- Wilczek W., 2015, *Relacje i transgresje w obszarze pola gatunkowego portalu motoryzacyjnego* [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, t. 5, s. 436-444.
- Wilczek W., 2016, *Polski język motoryzacyjny początku XXI wieku (na materiale portali hobbystycznych)*, Katowice.
- Wilk E., 2000, *Nawigacje werbalne. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych*, Kraków.
- Wilkoń A., 2002, *Spójność i struktura tekstu*, Kraków.
- Wilkoń A., 2003, *Gatunki mówione* [w:] *Porozmawiajmy o rozmowie: lingwistyczne aspekty dialogu*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice, s. 46-58.
- Wiśniakowska L. (red.), *Słownik wyrazów bliskoznacznych PWN*, Warszawa 2006.
- Witosz B., 2000, *Kategoria podmiotu – w teorii i w tekście – kategorie pragmatyczne w tekście literackim*, red. E. Sławkowa, Goleszów, s. 46-81.
- Witosz B., 2005, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Katowice.
- Witosz B., 2009, *Dyskurs i stylistyka*, Katowice [za:] Żydek-Bednarczuk U., 2013b, *Dyskurs internetowy* [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 347-380.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wojtak M., 2005a, *Genologiczne aspekty analizy modlitewnika – zarys problematyki* [w:] *Język religijny dawniej i dziś*, red. S. Mikołajczak, T. Węclawski, t. II, Poznań, s. 111-119.
- Wojtak M., 2005b, *Stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych* [w:] *Współczesne analizy dyskursu*, red. M. Krauz, G. Gajda, Rzeszów, 145-159.
- Wojtak M., 2006a, *Analiza gatunków prasowych: zręby teorii i elementy dydaktyki*, „Media, Kultura, Społeczeństwo”, 1, s. 29-39.
- Wojtak M., 2006b, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. 15, s. 143-152.
- Wojtak M., 2006c, *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „Prace Językoznawcze”, 8, s. 61-77.
- Wojtak M., 2008, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin.

- Wojtak M., 2009, *Współczesne sylwy kalendarzowe – zderzenie gatunków, stylów, światów* [w:] *Język żyje. Rzecz o współczesnej polszczyźnie*, red. K. Ożóg, Rzeszów, s. 305-322.
- Wojtak M., 2010, *Głosy o terażniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin.
- Wojtak M., 2011a, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych* [w:] D. Ostaszewska, J. Przyklenk, *Gatunki mowy i ich ewolucja, t. 4, Gatunek a komunikacja społeczna*, Katowice, s. 44-56.
- Wojtak M., 2011b, *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, Tarnów.
- Wojtak M., 2012a, „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej – na wybranych przykładach [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, s.121.-138.
- Wojtak M., 2012b, *Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza”, t. 20 (40), z. 2, s. 205-220.
- Wojtak M., 2013, *Potencjał tekstotwórczy wzorca gatunkowego na przykładzie litanii*, „Tekst i Dyskurs = Text und Diskurs”, s. 319-336.
- Wojtak M., 2014a, *Genologiczna analiza tekstu*, „Prace Językoznawcze”, 16/3, s. 63-71.
- Wojtak M., 2014b, *O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich*, „Postscriptum Polonistyczne”, nr 2, s. 39-56.
- Wojtak M., 2014c, *O posoborowych modlitewnikach: uwagi filologa*, „Seminare. Poszukiwania naukowe” 35/3, s. 21-38.
- Wojtak M., 2015a, *Dylematy genologa* [w:] *Porozmawiajmy o gatunkach artystycznych i użytkowych*, red. E. Bulisz, M. Wojtak, Lublin, s. 11-29.
- Wojtak M., 2015b, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, Lublin.
- Wojtak M., 2015c, *Welchen Forschungsweg einschlagen? Dilemmata eines Textsorten- und Gattungsforschers*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 8, s. 235-252.
- Wojtczuk K., Wierzbicka A., (red.), 2004, *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*, Siedlce.
- Wolańska E., 2006, *Szybko, mobilnie, skrótowo, czyli właściwości komunikacyjne, tekstowe i stylistyczne krótkiej wiadomości tekstowej*, Warszawa.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., 2006, *Wzmianka* [hasło w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków, s. 237.

- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., 2014, *Rodzaje i gatunki dziennikarskie. Próba ustaleń genologicznych* [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Warszawa, s. 9-32.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., 2009, *Gatunki dziennikarskie: teoria, praktyka, język*, Warszawa.
- Woźniak B., 2017, *Persuasion 2.0: Überlegungen zur multimodalen Persuasionskonstitution in Videoblogs*, „Tekst i dyskurs – text und diskurs”, 10, s. 83-100.
- Woźniak M., 2004, *Internet: nowa strategia i organizacja firmy*, Gdańsk.
- Wróbel S., 2014, *Refleksyjność aporetyczna. Na marginesach książki Roberta Piłata „Aporie Samowiedzy”*, „Teksty Drugie”, 6, s. 190-204.
- Wyrwas K., Sujkowska-Sobisz K., 2005, *Mały słownik terminów teorii tekstu*, Warszawa.
- Zamojski W., 2004, *Internet w działalności gospodarczej*, Wrocław.
- Zawilska D., 2004, *O stylistyczno-emocjonalnej funkcji pisowni i interpunkcji* [w:] *Funkcja emocjonalna jednostek językowych i tekstowych*, red. K. Wojtczuk, A. Wierzbicka, Siedlce, s. 305-314.
- Zdunek A., 2009, *Modlitwa ustalona w strukturze litanijnej sylwy* [w:] *Język żyje. Rzecz o współczesnej polszczyźnie*, red. K. Ożóg, s. 323-336.
- Zdunkiewicz D., 2014, *Akty mowy* [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 269-280.
- Zdunkiewicz-Jedynak D., 2008, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa.
- Zdunkiewicz-Jedynak D., 2018, *Wyrazy potoczne w tekście – narzędzie budowania wspólnoty czy jej niszczenia? Rekonesans* [w:] *Kultura komunikacji potocznej w językach słowiańskich*, red. A. Piotrowicz, M. Witaszek-Samborska, K. Skibskiego, Poznań, s. 409-418.
- Żarski W., 2008, *Książka kucharska jako tekst*, Wrocław.
- Żydek-Bednarczuk U., 1994, *Struktura tekstu rozmowy potocznej*, Katowice.
- Żydek-Bednarczuk U., 2004, *Tekst w Internecie i jego wyznaczniki* [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, s. 11-21.
- Żydek-Bednarczuk U., 2005, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Kraków.
- Żydek-Bednarczuk U., 2013a, *Dyskurs medialny* [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 179-198.

Żydek-Bednarczuk U., 2013b, *Dyskurs internetowy* [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 347-380.

Netografia

- Beal V., 2017, *Portal*, tłum. J.M. [hasło w:] *Webopedia*:
<http://www.webopedia.com/TERM/P/portal.html> [odczyt: 19.02.2017].
- Biadol* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/biadol.html> [odczyt: 20.11.2018].
- Cardoso G., 2006, *The Media in the Network Societ. Browsing. News, Filters and Citizenship*, Lisbon [za:] Juszczak S., 2011, *Internet – współczesne medium komunikacji społecznej* [w:]
<http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2011/referaty2011/juszczak.pdf>, s. 1-7 [odczyt: 09.07.2016].
- DE_MARCON, 2011, *Chronologia Internetu w Polsce 1986-1999. Wydarzenia od początków prac nad siecią krajową* [w:]
<http://internetum.blox.pl/2011/08/Chronologia-Internetu-w-Polsce-1986-1999.html>
[odczyt: 05.07.2016].
- Ekstranet* [hasło w:] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Ekstranet> [odczyt: 20.02.2017].
- Fortunati L., 2005, *Mediatization of the Netand Internetization of the Mass Media* [za:] Juszczak S., 2011, *Internet – współczesne medium komunikacji społecznej* [w:] <http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2011/referaty2011/juszczak.pdf>, s. 1-7 [odczyt: 09.07.2016].
- Friedman W.L., Friedman H.H., 2008, *The New Media Technologies: Overview and Research Framework*, tłum. J.M. [w:]
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1116771 [odczyt: 28.02.2018].
- Gajewski J., 1991, *Polish Bitnet: How it all started* [w:]
<http://ftp.icm.edu.pl/packages/pigulki/pigulki6.pub> [odczyt: 15.07.2016].
- Golański A., 2014, *MySpace wygasło jak epidemia, a Facebooka ma czekać ten sam los* [w:] <http://www.dobreprogramy.pl/MySpace-wygaslo-niczym-epidemia-Facebooka-ma-czekac-ten-sam-los,News,51735.html> [odczyt: 30.01.2016].
- Gościowa* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/gosciowa;2462538.html> [odczyt: 21.09.2018].
- Gromow G., *Roads and Crossroads of the Internet History*, tłum. J.M. [w:]
http://www.netvalley.com/cgi-bin/intval/net_history.pl?chapter=1 [odczyt: 22.01.2016].
- Hejt* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/hejt.html> [odczyt: 20.11.2018].

High-tech [hasło w:] https://en.wikipedia.org/wiki/High_tech [odczyt: 13.07.2018 r.].

Ilnicki T., 2011, *Ile Web-ów jeszcze?* [w:] <https://ilnicki.wordpress.com/2011/04/16/ile-web-ow-jeszcze/> [odczyt: 15.02.2018].

Informacja [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/informacja;2466189.html> [odczyt: 20.11.2017].

Interaktywność [hasło w:] <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/interaktywnosc;3915069.html> [odczyt: 11.09.2017].

Intranet 1 [hasło w:] <http://sjp.pwn.pl/slowniki/intranet.html> [odczyt: 20.02.2017].

Intranet 2 [hasło w:] <https://pl.wikipedia.org/wiki/Intranet> [odczyt: 20.02.2017].

Jeziorski T., 2011, *Web 1.0 i Web 2.0 jako środowisko aplikacji* [w:] <http://www.eioba.pl/a/3brn/web-1-0-i-web-2-0-jako-srodowisko-aplikacji> [odczyt 10.07.2016 r.].

Kahn R., 1972, *DEMONSTRATION AT INTERNATIONAL COMPUTER COMMUNICATIONS CONFERENCE*, Washington, tłum. J.M. [w:] <http://tools.ietf.org/html/rfc371> [odczyt: 22.01.2016].

Karpińska A., 2011, *Psychologia barw i jej znaczenie w pracy* [w:] <http://www.treco.pl/wiedza/artykuly-szczegoly/id/872/psychologia-barw-i-jej-znaczenie-w-pracy/> [odczyt: 13.07.2018].

Kim R., Lis E., Gębura E., 2014, *Fabryka kłamstw* [w:] <https://www.newsweek.pl/polska/fabryka-klamstw-jak-zarabiaja-serwisy-internetowe-newsweekpl/xvm4xhq> [odczyt: 21.09.2018].

Komentarz [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/komentarz;2472578.html> [odczyt: 18.07.2018].

Krywko J., 24.12.2013, *Vint Cerf: Ewangelia stwórcy internetu* [w:] http://wyborcza.pl/1,75400,15185741,Vint_Cerf__Ewangelia_stworcy_internetu.html?disableRedirects=true [odczyt: 22.01.2016].

Latkowski S., 2012, *Mistewicz o wyższości twittera nad facebook* [w:] <http://www.latkowski.com/rozmowy/178/mistewicz-o-wyzszosci-twittera-nad-facebook> [odczyt: 2.02.2016].

Lewandowski A., 2017, *Ludzie pokochali dłuższe tweety. Tylko czy daje to nadzieję na lepsze jutro Twittera?* [w:] <https://antyweb.pl/twitter-dluzsze-tweety-hitem/> [odczyt: 10.01.2018].

Lid [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/slowniki/lid.html> [odczyt: 19.07.2018].

- Lubina E., 2008, *Web 3.0 jako transgresja kulturowa o wymiarze społecznym* [w:] <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/23/id/511> [odczyt 10.07.2016].
- Majchrzyk Ł., 2016, *Mobile i digital w Polsce i na świecie w 2016 r.*, <https://mobirank.pl/2016/01/27/mobile-digital-w-polsce-na-swiecie-2016/> [odczyt 15.07.2016].
- Malik A., 2011, *Prawdziwy początek Internetu w Polsce – sensacyjne odkrycie* [w:] <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/wydarzenia/2011/40/prawdziwy-poczatek-internetu-w-polsce-nieznany-fakt.aspx> [odczyt: 10.07.2016].
- MB, 2015, *Kończy się era Twittera. A „Facebook zostanie wymieniony na lepszy model”* [w:] <http://tvn24bis.pl/tech-moto,80/facebook-zostanie-wymieniony-na-lepszy-model,545757.html> [odczyt: 2.02.2016].
- Mowa – pismo – internet, czyli jak zmienia się komunikacja* [w:] https://www.epodreczniki.pl/reader/c/131473/v/30/t/studentcanon/m/j0000007XIB1v38#j0000007XIB1v38_0000000G [odczyt: 12.09.2017].
- Naruszewicz-Duchlińska A., 2010, *Autoidentyfikatory w internetowych grupach dyskusyjnych* [w:] http://www.academia.edu/2334156/Autoidentyfikatory_w_internetowych_grupach_dyskusyjnych [odczyt: 20.09.2018].
- Niedziński P., 2013, *Telegraf – wynalazek, który zrewolucjonizował sposób przekazywania informacji* [w:] <http://forsal.pl/artykuly/718332,telegraf-wynalazek-ktory-zrewolucjonizowal-sposob-przekazywania-informacji.html> [odczyt 15.07.2016].
- Nowak M., 2016, *Nadchodzi trzęsienie ziemi na Twitterze limit znaków w tweecie zostanie podniesiony ze 140 do 10 tysięcy!* [w:] <http://www.spidersweb.pl/2016/01/twitter-limit-10000-znakow.html> [odczyt 2.02.2016].
- Obciach* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/obciach.html> [odczyt: 20.11.2018].
- Ożóg K., 2018, *Prof. K. Ożóg, Kilka uwag o wartości języka* [w:] <http://www.diecezja.rzeszow.pl/2015/07/kilka-uwag-o-wartosci-jezyka/> [odczyt: 05.02.18].
- Paczuski T., 2010, *VoIP to coraz popularniejsza usługa, w dodatku dużo tańsza i znacznie bardziej elastyczna od tradycyjnego telefonu stacjonarnego. Warto więc rozważyć taką alternatywę* [w:] <http://www.komputerswiat.pl/poradniki/internet/isp-i-internet/2010/07/przewodnik-po-telefonii-voip.aspx> [odczyt 15.07.2016].

- Pendola R., 2012, *Dlaczego twitter przetrwa, a Facebook umrze* [w:] <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/Oko-na-swiat/dlaczego-twitter-przetrwa--a-facebook-umrze,29711,1> [odczyt: 2.02.2016].
- Pierdola* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/pierdo%C5%82a.html> [odczyt: 20.11.2018].
- Pindrzyć się* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/pindrzy%C4%87%20si%C4%99.html> [odczyt: 20.11.2018].
- Portal internetowy 1* [hasło w:] <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/portal-internetowy;3960711.html> [odczyt: 19.02.2017].
- Portal internetowy 2* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/faq/strony-www/portale-internetowe/portal-internetowy-definicja> [odczyt: 20.02.2017].
- Portal ogłoszeniowy* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-ogloszeniowy> [odczyt: 20.02.2017].
- Portal tematyczny* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-tematyczny> [odczyt: 20.02.2017].
- Portal turystyczny* [hasło w:] <http://idealmedia.pl/oferta/strony-www/portal-turystyczny> [odczyt: 20.02.2017].
- Przybyszewski S., 2018, *Implicytność a kontekst w komunikacji językowej* [w:] https://docs.google.com/viewer?url=http://www.uwm.edu.pl/polonistyka/pliki/article/161/SP_IMPLICYTNOSC%20A%20KONTEKST.pdf, ss. 13, [odczyt: 25.02.2018].
- Przypał* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/przypa%C5%82.html> [odczyt: 18.11.2018].
- Qwerty* [hasło w:] <https://encyklopedia.pwn.pl/szukaj/qwerty.html> [odczyt: 22.09.2018].
- Rogulski A., 2012, *Myspace – Jak Feniks z popiołów?* [w:] <http://www.whysosocial.pl/2012/09/myspace-jak-feniks-z-popioow.html> [odczyt: 2.02.2016].
- Rozmowa* [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/rozmowa;2516765.html> [odczyt: 16.07.2018].
- Saxe J. G., *The Blind Men and the Elephant* [w:] <https://wildequus.org/2014/05/07/sufi-story-blind-men-elephant/> [odczyt: 28.02.2018]
- Sieć semantyczna* [hasło w:] <http://www.inzynierawiedzy.pl/siec-semantyczna> [odczyt: 15.02.2018].
- Stachowiak J., 2017, *Mówienie o sobie w trzeciej osobie jako recepta na skuteczną kontrolę emocji* [w:] <http://neuropsychologia.org/m%C3%B3wienie-o-sobie-w->

trzeciej-osobie-jako-recepta-na-skuteczna-kontrola-emocji [odczyt: 18.07.2018].

Symbolika kolorów [w:] promocja.bialostocka-zhp.pl/wp-content/uploads/Symbolika-kolorow.pdf [odczyt: 13.07.2018].

Szajs [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/szukaj/szajs.html> [odczyt: 20.11.2018].

Świąchowski M., 2014, *Internetowa fabryka kłamstw* [w:] <https://www.newsweek.pl/polska/platne-komentarze-opinie-za-pieniadze-cena-za-post-newsweekpl/wjcvj1b> [odczyt: 18.11.2018].

Topolewski F., 2008, *Historia rywalizacji Google, Yahoo! i Microsoft* [w:] <http://www.psz.pl/118-gospodarka/historia-rywalizacji-google-yahoo-i-microsoft> [odczyt: 30.01.2016].

Udział [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/udzial;2532114.html> [odczyt: 25.02.2018].

Web 1.0 vs Web 2.0 vs Web 3.0 vs Web 4.0 vs Web 5.0 – A bird's eye on the evolution and definition [w:] <https://flatworldbusiness.wordpress.com/flat-education/previously/web-1-0-vs-web-2-0-vs-web-3-0-a-bird-eye-on-the-definition/> [odczyt: 15.02.2018].

Wiadomość [hasło w:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/wiadomosc;2535564.html> [odczyt: 16.08.2018].

Wykrzyknik [hasło w:] <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wykrzyknik;3998836.html> [odczyt: 22.09.2018].

Zieliński M., 1990, *How BITNET came to Poland* [w:] <http://ftp.icm.edu.pl/packages/pigulki/pigulki3.pub> [odczyt: 15.07.2016].

Żytniewski M., 2007, *Aktualne trendy budowy aplikacji internetowych*, http://www.swo.ae.katowice.pl/_pdf/350.pdf [odczyt: 10.07.2016].

<http://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/b-banner-b-czy-baner;3956.html> [odczyt: 29.06.2016].

<http://techsty.art.pl/hipertekst/teoria/teoretycy/barthes.htm> [odczyt: 20.09.2018].

<http://tvn24bis.pl/tech-moto,80/facebook-zostanie-wymieniony-na-lepszy-model,545757.html> [odczyt: 2.02.2016].

<http://www.heuristic.pl/blog/internet/Netykieta-podstawowe-zasady-jak-byc-zawsze-mile-widzianym-internauta;116.html> [odczyt: 12.01.2018].

<http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/donald-trump-dekret-twitter-unia-swobod,237,0,2256621.html> [odczyt: 20.02.2017].

http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1032:internet-&catid=44 [odczyt: 14.01.2017].

<http://www.ur.edu.pl/wydzialy/filologiczny/struktura-wydzialu/instytut-filologii-germanskiej/publikacje-w-ifg/liguistische-kontexte> [odczyt: 20.10.2018].

<https://brandingmonitor.pl/rebranding-drutexu-oczekiwane-odswiezenie-okazalo-sie-rozczarowaniem/> [odczyt: 13.07.2018].

<https://gotujmy.pl/delicja-z-jablkami,przepisy-ciasta-przepis,276925.html> [odczyt: 20.11.2018].

<https://gotujmy.pl/gotujmy-z-nagrodami-punktacja.html> [odczyt: 16.07.2018].

<https://gotujmy.pl/kupujesz-figi-zobacz-jak-sprawdzic-ich-swiezosc,artykuly-kulinarne-abc-artykul,20338.html> [odczyt: 14.09.2018].

<https://www.oetker.pl/pl-pl/nasze-przepisy/r/makaroniki.html> [odczyt: 18.07.2018].

<https://gotujmy.pl/zupa-z-dyni-najlepsze-przepisy,przepisy-ksiazki-kucharskie-ksiazka,198903.html> [odczyt: 10.09.2018].

<https://pclab.pl/tip/Pierwsze.kroki.z.Androidem.poradnik,61965> [odczyt: 20.11.2018].

https://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portal_wikipedyst%C3%B3w [odczyt: 20.02.2017].

<https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/sztos;5899798.html> [odczyt: 18.11.2018].

<https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/wtopa;5899808.html> [odczyt: 18.11.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/my-zamiast-ja;9741.html> [odczyt: 12.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/nazwy-portali-internetowych;11167.html> [odczyt: 12.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/Nazwy-portali-internetowych;17699.html> [odczyt: 13.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/paparazzi;1197.html> [odczyt: 14.09.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/w-blogu-czy-na-blogu;15561.html> [odczyt: 20.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/w-portalu;11293.html> [odczyt: 20.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/zasady/222-56-B-1-Koncowka-fleksyjna-po-spolgloskach-twardych;629586.html> [odczyt: 13.07.2018].

<https://www.domena.pl/pomoc/domeny/co-to-jest-domena> [odczyt: 13.07.2018].

<https://www.eactive.pl/pozycjonowanie-stron/error-404-file-not-found-skad-ten-komunikat/> [odczyt: 13.07.2018].

<https://www.eactive.pl/pozycjonowanie-stron/protokol-http-i-protokol-https-czym-sie-roznia/> [odczyt: 13.07.2018].

<https://www.filmweb.pl/person/Edyta+Herbu%C5%9B-285343> [odczyt: 10.12.2018].

<https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-pazdziernik-2016-3413.html> [odczyt: 3.12.2016].

<https://www.gemius.pl/agencje-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-pazdziernik-2017.html> [odczyt: 5.12.2017].

https://www.governica.com/Interfejs_u%C5%BCytkownika [odczyt: 10.07.2016].

<https://www.oetker.pl/pl-pl/nasze-przepisy/r/makaroniki.html> [odczyt: 18.07.2018].

<https://www.pcworld.pl/porada/Bezpieczenstwo-dziecka-w-sieci-kontrola-rodzicielska-VPN-filtry,409028.html> [odczyt: 11.11.2017].

https://www.pudelek.pl/artykul/124886/brodzik_w_trampkach_zielinska_w_blondzie_i_czartoryska_z_mezem_na_balu_gwiazd_dobroczynnosci_zdjecia_s/foto_1#s3 [odczyt: 18.07.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/124934/irka_z_plebani_znow_wraca_zostala_vlogerka/ [odczyt: 20.08.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/125245/z_ostatniej_chwili_kamil_stoch_zdoby_l_zloty_medal_olimpijski/ [odczyt: 17.02.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/125273/matka_trojga_dzieci_schudla_60_kilogramow_bo_przestala_pic_cole_zdjecia_s/foto_1#s1 [odczyt: 18.02.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/137585/gorniak_wpadla_w_szal_przez_slomke/10/#comments [odczyt: 05.11.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/139564/kandydaci_na_mistera_supranational_2018_preza_muskuly_w_jacuzzi_w_szczawnicy_seksowni_zdjecia_s/2/foto_1#s1 [odczyt: 15.12.2018].

https://www.pudelek.pl/artykul/76574/andrzej_wajda_dla_pudelka_oscar_to_szansa_dla_calego_przemyslu_filmowego_w_polsce/ [odczyt: 14.07.2018].

<https://www.transfermarkt.pl/lukas-droppa/profil/spieler/81959> [odczyt: 20.09.2018].

<https://www.web-news.pl/membranowka-mechanik-i-hybryda-do-dla-kogo-klawiatyry/> [odczyt: 12.09.2018].

<https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/189/meta-znaczniki-podstawowa-optimalizacja-strony> [odczyt: 13.07.2018].

<https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/najpopularniejsze-portale-internetowe-w-polsce-kwiecien-2018> [odczyt: 17.06.2018].

http://wsjp.pl/index.php?id_hasla=20844&id_znaczenia=5176538&l=9&ind=0 [odczyt: 22.08.2018].

<http://www.fuw.edu.pl/hoza-i-internet-w-polsce.html> [odczyt: 10.07.2016].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/lead;3271.html> [odczyt: 19.07.2018].

<https://raciborz.com.pl/2009/10/22/prof-jan-miodek-na-czy-w-portalu-xxix.html>
[odczyt: 20.07.2018].

<https://pl-pl.facebook.com/> [odczyt: 28.01.2016].

<http://www.governica.com> [odczyt: 10.07.2016].

www.navsim.pl [odczyt: 15.07.2016].

<https://pclab.pl/art77818.html> [odczyt: 9.05.2018].

<http://www.tdk.ur.edu.pl/intro-pl.html> [odczyt: 12.07.2018].

https://en.wikipedia.org/wiki/High_tech [odczyt: 13.07.2018].

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Plotka> [odczyt: 13.07.2018].

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Blockbuster> [odczyt: 13.07.2018].

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Layout_\(Web\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Layout_(Web)) [odczyt: 13.07.2018].

<http://agdlab.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

<http://blog.pclab.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

<http://pudelekx.pl/> [odczyt: 14.07.2018].

<http://www.t TMZ.com/> [odczyt: 14.07.2018].

<https://sjp.pwn.pl/poradnia/haslo/;5219> [odczyt: 14.07.2018].

<https://gotujmy.pl/regulamin.html> [odczyt: 15.07.2018, ponowny odczyt: 13.11.2018].

<https://www.pudelek.pl/regulamin> [odczyt: 15.07.2018, ponowny odczyt: 13.11.2018].

<https://pclab.pl/art52777.html> [odczyt: 15.08.2018].

<https://gotujmy.pl/kontakt.html> [odczyt: 22.08.2018, ponowny odczyt: 20.09.2018].

<https://tv.pudelek.pl/> [odczyt: 14.09.2018].

<https://www.pudelek.pl/donosy> [odczyt: 14.09.2018].

<https://pclab.pl/redakcja.html> [odczyt: 19.09.2018].

<https://translate.google.pl/m/translate?hl=pl> [odczyt: 20.09.2018].

<https://pclab.pl/news79106.html> [odczyt: 25.10.2018].

<https://pclab.pl/regulamin.html> [odczyt: 13.11.2018].

<http://www.benchmark.pl/1/aktualnosci.html> [odczyt: 15.11.2018].

<http://www.plotek.pl/plotek/0,0.html> [odczyt: 15.11.2018].

<https://polki.pl/> [odczyt: 15.11.2018].

<https://smaker.pl/polecane/portal-kulinary> [odczyt: 15.11.2018]

<https://www.kozaczek.pl/> [odczyt: 15.11.2018].

<https://www.kwestiasmaku.com/> [odczyt: 15.11.2018].

<https://www.miejski.pl/slowo-Beka> [odczyt: 18.11.2018].

http://wsjp.pl/index.php?id_hasla=4325 [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.miejski.pl/slowo-cebulak> [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.miejski.pl/slowo-Oblech> [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.miejski.pl/slowo-Wie%C5%9Bniara> [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.pudelek.pl/tag/Anna+Lewandowska/> [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.pudelek.pl/tag/Beata+Tyszkiewicz/> [odczyt: 20.11.2018].
<https://www.pudelek.pl/tag/Natalia+Siwiec/> [odczyt: 20.11.2018].
<https://gotujmy.pl/forum/> [odczyt: 20.11.2018].
<https://pl.wikipedia.org/wiki/Wags> [odczyt: 14.12.2018].
<https://pclab.pl/news79618.html> [odczyt: 3.01.2019].
http://internet.arct.pl/internet_a_nasze_zycie.html [odczyt: 14.01.2016].
<https://www.moje-ip.eu/klasa-adresow-protokolu-ip> [odczyt: 04.07.2018].
[https://pl.wikipedia.org/wiki/TED_\(konferencja\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/TED_(konferencja)) [odczyt: 15.02.2018].

PhD THESIS SUMMARY

Author: **Justyna Majchrowska M.A.**

Supervisor: **prof. UR, dr hab. Grażyna Filip**

Topic: **Structural and linguistic analysis of selected Internet portals. Comparative study.**

The subject of the thesis *Structural and linguistic analysis of selected Internet portals. Comparative study* was to conduct a research on three selected Polish Internet portals (defining them interchangeably as vortals, websites or web pages). These are the following vortals: Pudelek.pl, PCLab.pl and Gotujmy.pl which are interesting not only in structural but also linguistic terms. The presentation of the mentioned websites, run by various authors, enables inspiring comparative research.

The web portals as apparently new methods of presenting facts and interpersonal communication derive from existing forms of transmitting content, especially from press genres. The comparison of these three thematically, colouristically, structurally, generically and linguistically different web portals shows their similarities especially in the inner structure as well as style and language of the users/recipients and co-authors. The genres in the web portals draw from well-known communication channels (especially press) and through patterns constitute their own ways of conveying content and communication on the website. The purpose of the analysis in this thesis is structural and linguistic comparison of the selected web portals. The indication of the aforementioned determinants of the analyzed web portals and genres within them constitutes the basis of the conducted research.

I wonder about the status of the genres transferred from different communication areas and the impact of technology which modifies them to different degrees. I consider the position of the sender and the recipient - their methods of autopresentation and the communication act in the Internet discourse, pointing out the alternation of their occurrence. I analyse the methods of communication in order to distinguish the stylistic and linguistic determinants.

This dissertation consists of seven chapters. The first three are a theoretical and methodological introduction and the following four chapters are the research part.

The first chapter covers the Internet characteristics. I present its original functions, refer to the initial means of interpersonal communication, e.g. the era of signals, signs, writing, printing, telecommunication, computer and telecomputer. I notice that the Internet is a still evolving variant of communication which, by adopting a new framework, still draws from primary forms of communication. The reference to the Jay David Bolter's notion of *computer memory* and Walter Ong's *secondary orality* is a confirmation of that. The reference to the observations made by Eugeniusz Wilk, who treats *secondary orality* as the extension of literacy, shows that the Internet (including web portals) is a speech genre being a variation of the existing forms of interpersonal communication.

The second chapter *The specificity of Internet communication* starts with the introduction of interpersonal communication. I describe the fundamental structures of language and mass communication, which constitute an essential part of understanding the transformation in online means of communication. The marketing communication scheme (the participants of communication, the message, the channel, the noises, the feedback, the communication context) presents the communication on the web portals. The main reason of modification of communication in the virtual environment is technology (computer and network) which developed a new type of communication - computer-mediated communication (CMC), deriving from different types of conversation. What draws attention here is a dialog, interactive and hypertext character of the medium. With strict regard to traditional media it is decentralisation and control, capacity, interactivity, flexibility of form and content as well as the manner of use.

The communication context - mainly the media and Internet discourse constitutes an essential factor in the conducted structural and linguistic research of web portals, which can be confirmed by referring to Sebastian Przybyszewski's observations.

In the third chapter *Contemporary linguistic genology and the generic type of web portals* I refer to the fundamental assumptions of genological research perspective. The reference to the genesis of linguistic genology, including the theory of speech act by Anna Wierzbicka, John Austin, John Searle and the theory of conversational implicature by Paul Grice constitutes the introduction to the notion of genological text analysis by Maria Wojtak.

This concept, deriving from Michaił Bachtin's and Stefania Skwarczyńska's findings, appears as a starting point in this dissertation. Of the four aspects determined

by Maria Wojtak (structural, linguistic, cognitive and pragmatic), in my analysis I focus on two most distinctive ones, i.e. structural and linguistic components. The cognitive and pragmatic aspects are treated as a complementary element in my research. In order to establish the generic identity I provide a reference to canonical, alternate and adaptive model. The outlined research method is enhanced by the terminology from similar fields, e.g. linguistic stylistics, media studies, communication theory, linguistic text theory and the elements of cybercultural studies. For the purpose of conducted research I present the understanding of the concept of Internet genre which I perceive as monomedial series, functioning in one communication device, which particular components condition each other and technical factors have key importance.

Web portals are the material base - a primary Internet genre. Hence, in the following chapters I also specify its definition. A vortal is therefore a heterogenous Internet genre which I consider as a genre in the form of collection.

A web portal is an Internet genre which consists of a distinctive and communicative text framework (title, subtitle). It includes a table of contents in a form of a home page teaser. It is characterised by silhouetted composition (*layout* is composed of the main column and side frames).

The next two chapters - the fourth and the fifth deal with structural components, while the sixth and the seventh relate to stylistic aspect. *Structural indicators characterising the generic similarity of Internet portals with different themes* is a chapter in which I pay attention to the origin of the names of the analysed portals, which directly refer to the presented content. PCLab.pl is a portal on information and technology issues, Pudelek.pl - entertainment, and Gotujmy.pl - culinary. The descriptions of the web portals in search engines is another element of self-presentation of analyzed websites. The co-existing colours and themes of each of them is the culmination. The colour identifies the topic of the portals in a specific way (pink - entertainment/gossip websites, green/white - culinary sites).

In the fifth chapter called *Genericness inside the Intertnet portal* I present the speech genres existing in the analyzed communication area. The thematic variety of the analyzed vortals determines the genre structures located inside them. The thematic threads presented on the portals are enclosed in schematic structures - *netlogs*, consisting of *base texts* and *opinion texts*. In the analyzed websites, *the base texts* are offline genres (teaser, message, silhouette), online genres (forum, blog) and utility

messages (advice, recipe) whereas *opinion texts* include users comments (speech acts). The third, permanent element of a *netlog* is the illustrative material (photo, video).

The sixth chapter *Netlog participants and their conversational strategies* refers to the delimitation of the text (title and lid) in relation to conversational strategies and anti-strategies. Particular attention is paid to the identification of senders and recipients of the web portals as well as lexis, revealing each of them. In that part I notice that the senders (professionals and non-professionals), publishing content on the Internet show less creativity and originality than recipients-creators.

In the last chapter - the seventh *Language and style of communication on the Internet portals* I try to show the differentiators of the style and language of both the senders and recipients, who communicate in the particular web portals. I use the principle of opposition to indicate the similarities and differences in the way interlocutors communicate. I pay attention to colloquiality as the leading style in each analyzed portal. I quote, by referring to the representative examples, exponents of expressiveness in the statements of portal creators. I notice the expressive potential of the verbs, nouns, epithets, as well as word-formation structures, phraseologies and functions of graphic signs. In the language of recipients-creators I focus on the ways of creativity which imply colloquiality of expression. The material base allows to determine a lexicon, phraseologies, comparisons, graphic forms of expressing emotions and vulgarisation with its various varieties (camouflaged vulgarisation).

To sum up, this dissertation is a part of Internet discourse, being an essential element of contemporary Polish language. The Polish language of the 21st century is influenced by language fashion, foreign language borrowings and other functional styles, especially of colloquial variation.

Aneks



Temat wiadomości: prośba o zgodę na wykorzystanie zasobów portalu PCLab.pl

Wiadomość 1 – pytanie:

„Szanowny Panie,

zwracam się z prośbą o zgodę na kopiowanie treści i zdjęć z serwisu pclab.pl oraz wykorzystanie ich w ramach dysertacji doktorskiej i artykułów naukowych, które będą publikowane w pozycjach wydawniczych z zakresu nauk humanistycznych.

Praca doktorska będzie studium porównawczym wybranych przeze mnie portali a jej treść będzie dotyczy języka i struktury gatunków wewnątrz portalu i samego portalu.

Proszę o pozytywne rozpatrzenie mojej prośby.

Z wyrazami szacunku,

Justyna Majchrowska”

Wiadomość 2 – odpowiedź:

„Dzień dobry,

Nie ma problemu, może Pani wykorzystać nasze treści w takim celu.

Czy będzie możliwość zapoznania się z powstałymi artykułami? Nie chodzi mi o autoryzację, chciałbym tylko z ciekawości przeczytać, do jakich wniosków Pani doszła.

Pozdrawiam serdecznie,

Paweł Pilarczyk

Redaktor naczelny serwisów technologicznych Grupy Onet.pl

PCLab.pl | AGDLab.pl | Technowinki.onet.pl | Softonet.pl

t. 511 144 444 | fb.com/pawel.pilarczyk | twitter.com/pila3d | linkedin.com/in/pilarczyk