

*RÓŻNE PARADYGMATY –
RÓŻNE SPOJRZENIA
NA JĘZYK III*

redakcja
Sebastian Żurowski

TORUŃ 2020

RECENZENCI

dr Katarzyna Martowska (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego)

dr hab. Magdalena Zawistawska (Uniwersytet Warszawski)

dr Szymon Żyliński (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski)

REDAKCJA NAUKOWA

dr Sebastian Żurowski (Uniwersytet Mikołaja Kopernika)

KOREKTA

Robert Narloch

SKŁAD I EDYCJA TEKSTU

Dawid Lipiński

ISBN 978-83-937573-5-0



Publikacja jest dostępna na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne 3.0 Polska.

Wydawnictwo Naukowe ΔTΔ
dawid.t.lipinski@gmail.com

SPIS TREŚCI

BARTŁOMIEJ ALBERSKI	
O problemach hipertekstu	4
SYLWIA FOLGERT	
Okolokocie neologizmy użytkowników Facebooka	18
KATARZYNA FURMANIAK	
<i>Adios kilogramos</i> . Tytuły blogów i książek kulinarnych	26
DAMIAN SYJCZAK	
Postprawda, fake news i dezinformacja – językowe opisy rzeczywistości	33
SEBASTIAN ŻUROWSKI	
Posłowie	42

O PROBLEMACH HIPERTEKSTU

BARTŁOMIEJ ALBERSKI

Uniwersytet Mikołaja Kopernika
alberski@doktorant.umk.pl

Słowa kluczowe: językoznawstwo, hipertekst, liberatura, liternet, intertekstualność, leksja

Wprowadzenie

Literatura naukowa traktująca o hipertekście, jego istocie i roli przyrasta w ogromnym tempie. Pytaniem, które nasuwa się podczas lektury tych opracowań, jest, czy rzeczywiście istnieje coś takiego jak *literatura hipertekstowa*. Oczywiście większość badaczy podaje liczne przykłady współczesne – i nie tylko – co samo w sobie mogłoby wydawać się przekonujące, ale jednocześnie nie sposób pozbyć się wrażenia, że niewykluczone, iż włączanie np. Homera (Pisarski 2011a) czy Franza Kafki (Włodarczuk 2015) w nurt literatury hipertekstowej ma swoje źródła wyłącznie w zbyt szerokiej definicji hipertekstu, podczas gdy istota tego pojęcia leży gdzie indziej. Chciałbym ten artykuł poświęcić refleksji nad kluczowymi cechami hipertekstu. Do tego przedsięwzięcia konieczny będzie w pierwszej kolejności przegląd wybranych definicji, by móc zarysować granice pojęcia. Następnie przejdę do obserwacji kilku dzieł z różnych mediów (m.in. literatura, gry komputerowe) po to, aby odpowiedzieć na dwa pytania: jak mechanizm hipertekstu jest realizowany w dziełach o odmiennej naturze oraz które cechy hipertekstu znajdują swoje odzwierciedlenie w danym typie realizacji.

Granice pojęcia

Przeгляд definicji hipertekstu daje bardzo interesujący jego obraz, ponieważ poszczególne propozycje wskazują nie tylko na różne jego aspekty, ale także pozwalają na wyodrębnienie jego najważniejszych elementów. I tak przyjmuję, że

istnieją dwie składowe hipertekstu: *leksja* (termin ukuty przez Rolanda Barthes'a)¹, czyli najmniejszy fragment tekstu stanowiący odrębną całość (może to być kilka zdań lub akapitów), oraz *hiperłącze*², czyli połączenie umożliwiające czytelnikowi przechodzenie między kolejnymi leksjami (por. Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009: 63). To przechodzenie z fragmentu do fragmentu (Chodowiec 2008) odbywa się, należy to podkreślić, za sprawą aktywności czytelnika. Trafnie ujmuje to Anna Włodarczuk, pisząc, że *hipertekst można zdefiniować jako formę układanki, swobody czytelniczej, a zwłaszcza poprzez nielinearność tekstu* (2015: 74). Trzeba dodać, że nielinearność, czy też *nonsequential writing*, jak opisał taki typ twórczości w 1965 r. twórca pojęcia hipertekstu Theodor Nelson (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009: 63), należy rozumieć nie tylko w kategoriach chronologii przedstawionych zdarzeń, ale także w wielowątkowości lub zmianach perspektywy nadawcy, co z kolei można nazwać za Oswaldem Ducrotem *polifonią* (Vater 2009: 123). Konsekwencją powyższych właściwości hipertekstu jest to, że każde odczytanie przez zmianę kolejności wyboru leksji tworzy nową strukturę całości. I to strukturę trwającą tyle, ile trwa jej tworzenie i odczytanie. Idąc tym tropem, hiperłącza między leksjami mogą się w kolejnych odczytaniach krzyżować lub na siebie nakładać i gdybyśmy spojrzeli na ten skumulowany obraz powstałych struktur, otrzymalibyśmy *strukturę sieciową* (Eder 2014) lub (termin Deleuze'a i Guattariego) *tekst-kłaczę* (Pisarski 2011a). Różnica między tymi ujęciami polega na tym, że tekst-kłaczę zakłada istnienie punktów krzyżowych danych ścieżek przy braku środka i peryferii oraz daje przestrzeń do snucia domysłów na temat swojej struktury, jak opisał to w *Dopiskach do Imienia róży* Umberto Eco (2002: 614). Tymczasem struktura sieciowa zakłada nakładanie na siebie powstałych w kolejnych odczytaniach struktur tak, aby ujawnić częstsze i rzadsze połączenia między leksjami (por. Eder 2014).

Kluczowy w analizie hipertekstu wydaje się sposób działania odbiorcy, który jest stroną aktywną. To duża zmiana w społecznym modelu komunikacyjnym, który dotychczas zakładał niewielką grupę nadawców obdarzającą wytworzonymi treściami pasywną grupę odbiorców. A ci z kolei mieli esencjonalnie (całościowo) przyswajać odbierany materiał. Ten hypodermiczny model komunikacji wskazuje *notabene* także na inną interesującą właściwość, mianowicie na podział kultury na wysoką i niską, gdzie to nadawca³ tworzy treści i dokonuje wyboru podczas ich

¹ Inaczej nazywana *kartą, polem tekstu, tekstonem, węzłem*.

² Inaczej nazywana *linkiem, odsyłaczem lub odnośnikiem*.

³ W konkretnej sytuacji komunikacyjnej zawsze jest to jeden nadawca. Nawet w przypadku całej grupy osób podczas danej komunikacji stanowi ona jeden podmiot nadawczy ze

dystrybucji. Między innymi za sprawą hipertekstu dokonała się ta zasadnicza rewolucja komunikacyjna: to aktywny odbiorca dokonuje selekcji treści, dowiadując się, rozwijając i rozrywając się w myśl koncepcji *uses and gratification* (zob. Stasiuk-Krajewska 2015). Odbiorca przestał być publicznością prasy, radia i telewizji, ponieważ stał się użytkownikiem Internetu. Przy takim ujęciu zasadne jest pytanie postawione przez Edgara Morina (2006) o to, czy media, czy społeczeństwa są twórcami treści medialnych. Przy modelu odbiorcy pasywnego wydaje się, że to media generują materiał, chociaż należy jednocześnie pamiętać, że ten otrzymywany materiał medialny zawsze jest odpowiedzią na zapotrzebowanie rynku (aż chciałoby się powiedzieć „odpowiedzią na oglądalność”). Z kolei odbiorca aktywny ma większy wpływ na wybór treści, czyli sterowanie ową „oglądalnością”, innymi słowy może w znacznie większym stopniu, dokonując selekcji proponowanych materiałów, wywierać presję na nadawcach, by ci tworzyli na określony temat lub w określony sposób. Wracając do postawionego wyżej pytania, należy chyba stwierdzić, że w obu modelach to społeczeństwo kreuje treści, chociaż siłą rzeczy w pośredni sposób: po pierwsze ze społeczeństwa pochodzą ludzie mediów, po drugie zaś za pomocą wywieranego „oglądalnością” nacisku. Zmienia się jedynie stopień tego nacisku dzięki technologicznie możliwej obecnie aktywności odbiorcy (zob. Nacher 2011). I chociaż media są ostatnim ogniwem tworzenia treści, to społeczeństwo jest w ostateczności za te treści odpowiedzialne.

Aktywny odbiorca jest w zasadzie współtwórcą struktury tekstu dzięki możliwości wyboru zarówno kolejności leksji, jak i samych leksji⁴. Jest to możliwe dzięki hiperłączom wewnętrznym i zewnętrznym, gdzie wewnętrzne to po prostu słowo w tekście będące odnośnikiem pomiędzy leksjami, a zewnętrzne to coś w rodzaju przycisku (np. *powrót do strony głównej* lub *powrót na górę*), który ułatwia nawigację w całym hipertekście (zob. Pawlicka 2011). Poza hiperłączami zewnętrznymi nierzadko używa się mapy leksji⁵, aby umożliwić odbiorcy ogłóść całości hipertekstowej struktury, jak w przypadku paska nawigacji na stronie internetowej czy menu na płycie DVD etc. (zob. Pisarski 2011a).

względem na przyjmowane ramy modalne (zob. Mayenowa 1971). Dodam jeszcze, że podobną jednością charakteryzuje się odbiorca (który w rzeczywistości może być oczywiście całym tłumem) oraz temat (o dowolnym stopniu skomplikowania). Te trzy jedności są jednym z wyznaczników spójności tekstu.

⁴ Nie jest bowiem wykluczone pominięcie niektórych leksji, mało tego, struktura hipertekstu może przecież łączyć z decyzjami odbiorcy ukrywanie bądź usuwanie w danym odczytaniu całego szeregu leksji.

⁵ Celowo nie piszę, że jest to mapa wszystkich leksji, ponieważ czasami niektóre z nich są, jak wspomniałem, ukrywane z przyczyn technicznych (jak prace nad stroną internetową) lub artystycznych, jak w powieści Sławomira Shutego *Blok* (zob. więcej Marecki 2011).

Niezwykle ważne jest rozróżnienie wprowadzone przez Michaela Joyce'a na *hipertekst eksploracyjny i konstrukcyjny* (Chodowiec 2008). Pierwszy typ polega na podążaniu wytworzoną przez nadawcę ścieżką, przechodząc przez kolejne leksje w z góry ustalonej kolejności. Tymczasem typ drugi zakłada dużo większą swobodę odbiorcy i tym samym tworzenie przez niego własnej ścieżki za pomocą przygotowanych leksji, a niekiedy również dodawanie lub usuwanie leksji już istniejących. Służą do tego różne systemy pozwalające pracować z hipertekstem, przykładowo *Storyspace*, *TK3* lub *Flash* (Pisarski 2011a). W zależności od przyjętego systemu dysponujemy różnymi narzędziami takimi jak dodawanie ilustracji lub proponowanie przez sztuczną inteligencję kolejnych leksji na podstawie dotychczasowych wyborów. Ponieważ moim celem nie jest analiza oprogramowania umożliwiającego tworzenie powieści hipertekstowych, nie będę rozwijał tego wątku – zainteresowanych odsyłam do tekstu Marcina Pisarskiego (2011a).

Konieczne dla zrozumienia aktywności użytkownika hipertekstu jest natomiast przywołanie koncepcji *nietrywialnego wysiłku* włożonego w lekturę autorstwa Espena Aarsetha, w której rozumieniu trywialny wysiłek to ruch gałki ocznej, przewracanie stron etc. Natomiast [nietrywialny – przyp. BA] *wysiłek i energia wymagane przez cybertekst od czytelnika podnoszą stawkę z poziomu interpretacji do poziomu interwencji* (Aarseth 2018). Proces lektury, czy raczej użycia, hipertekstu wymaga szeregu decyzji, które niosą ze sobą konsekwencje nie tylko w postaci powstania wyjątkowej struktury wskutek odczytania, ale także z racji odrzucenia hipertekstu nieodczytanego. Innymi słowy, cały potencjalny hipertekst nie musi być zrealizowany, a niekiedy nawet nie może być zrealizowany, gdy mechanizm przechodzenia przez kolejne leksje uniemożliwia czytelnikowi powrót. Wybór jednej ścieżki jest związany wówczas z niewyborem innych.

Samą strukturę hipertekstu dzieli się według systemu hiperłączy, tj. sposobu, w jaki hiperłącza i leksje są uporządkowane. I tak wyróżnia się *strukturę hierarchiczną* (z poziomu wyższego mamy dostęp do leksji położonych na niższym poziomie, a z nich do kolejnych, niższych leksji), *liniową* (gdzie przemieszczamy się do leksji położonych na tym samym poziomie i możliwy jest powrót), *liniową z alternatywą* (różnica między poprzednim a tym rodzajem struktury polega na możliwości dygresyjnego odejścia do pobocznych leksji), *mieszaną* (ruch jest możliwy nie tylko na różnych poziomach, jak w przypadku struktury hierarchicznej, ale również w obrębie tego samego poziomu, jak w przypadku struktury liniowej) oraz *sieciową* (która jest analogiczna do opisaną wcześniej struktury sieci lub kłaczka) (zob. Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009: 65–68, Pisarski 2011a).

Z drugiej strony można też za Markiem Bernsteinem wyodrębnić podział na podstawie prowadzenia tematu: *koło* (powracające wątki⁶), *kontrapunkt* (przykładowo dwugłos narracyjny pozwalający na zderzenie różnych punktów widzenia), *świat lustrzany* (często znajdujący zastosowanie w parodii) i *montaż* (często w formie nakładających się leksji) (zob. Chodowiec 2008, Pisarski 2011a).

Zasadniczo zarzuty wobec nieostrości pojęcia hipertekstu grupują się wokół trzech zagadnień. Po pierwsze, nielinearność i wielowątkowość nie są wyjątkowe, bowiem już wielkie powieści XIX w. dowodzą rozbudowanej struktury wewnętrznej, a literatura – powiedzmy dla uproszczenia – eksperymentalna, chociaż poszerza granice literatury i bada jej możliwości, pozostaje nadal materią językową przeniesioną na papier. Po drugie, aktywność czytelnika jest zawsze zasadniczym warunkiem lektury, nie tylko w sensie Aarsethowskiego *trywialnego wysiłku* (tylko ruch gałki ocznej i przewracanie stron), ale znacznie prościej – może on przecież po prostu ominąć fragment tekstu. Po trzecie wreszcie, sekwencyjność lektury wymusza przyswajanie słowo po słowie⁷ i można byłoby pokusić się o stwierdzenie, że w takim razie cała literatura jest liniowa, przynajmniej w skali mikro, czyli w odczytywanym w danym momencie fragmencie. Przekonująco jednak wyjaśnia to Espen Aarseth, pisząc, że *problem leżał w tym, że podczas gdy oni skupiali się na tym, co było czytane, ja skupiałem się na tym, skąd to jest czytane* (Aarseth 2018). To obecne w potencji niezrealizowane ścieżki odrzucone na podstawie wyboru konkretnej drogi lektury są różnicą jakościową między literaturą a literaturą hipertekstową. Badacz ciekawie przedstawia to na przykładzie przypisu: możemy go pominąć lub przeczytać, jednak po drobnej dygresji odsyła on nas z powrotem do tekstu głównego i nie mamy możliwości pójścia w innym kierunku. Chociaż *być może, tekst z przypisami powinno się traktować jako wielokierunkowy na mikro poziomie i jednokierunkowy na poziomie makro* (Aarseth 2018).

Inną ważną różnicą jest wskazówka zawarta w pytaniu Jacka Szczepaniaka o hipertekstualność aforyzmów. Badacz określa je jako *kognitive Herausforderungen* [wyzwania poznawcze – przyp. BA] stojące przed czytelnikiem. Widzi aforyzm jako grę językową, w której zawarte wskutek skrótowości luki czytelnik wypełnia swoją wiedzą i wnioskowaniem (zob. Szczepaniak 2015). Ta aktywność czytelnika może przypominać tę znaną z hipertekstu, jednakże autor wskazuje pewną różnicę: działania odbiorcy aforyzmu są czynnościami mentalnymi –

⁶ Jest to ujęcie bardzo podobne do zaproponowanego przez Barbarę Boniecką i Jolantę Panasiuk (2018) sposobu prowadzenia tematu w audycji radiowej – *struktura spiralna*, w której tematy są wprowadzane, powtarzane po czasie w nieco zmienionej, rozwiniętej wersji.

⁷ Różnicę jakościową zdania i tekstu, wskazując m.in. na sekwencyjność, wykazał interesująco A. Bogusławski (2004).

wnioskuje on i uzupełnia braki swoją wiedzą – tymczasem hipertekst jest czymś zewnętrznym. I chociaż decyzje podejmowane są jak najbardziej na poziomie mentalnym, to *infolgedessen wird die Aktivität des Rezipienten im mentalen Bereich jedoch zum relativ großen Teil auf die rein manuelle Aktivität des Anklickens eingeschränkt*⁸ (Szczepaniak 2015: 280).

Nasuwający się problem zależności hipertekstu i intertekstualności opisał przekonująco Mariusz Pisarski (2011b), w związku z tym nie będę go rozwijał. Podkreślę tylko za badaczem, że chociaż *w kontekście intersemiotycznym hipertekst zbliża się do intertekstualności jeszcze bardziej niż w kontekście wewnątrzliterackim. Tutaj jeszcze pełniej staje się on materializacją i dramatyzacją intertekstu. W sposób natychmiastowy, w polu tego samego ekranu, hipertekst jest w stanie przywoływać odsyłające do siebie elementy literackie, muzyczne, wizualne i filmowe* (Pisarski 2011b: 185), to nie zawsze twórcy dzieł hipertekstowych realizują intertekstualność w prosty sposób. Innymi słowy, zamiast prostej referencji do dzieł nasuwających się jako powiązane z danym fragmentem tekstu, może nastąpić „złe” odniesienie, czyli *wprowadzenie elementu gry z tymi klasycznymi, dostrzegalnymi dla czytelnika przywołaniami zapraszając do ich przewartościowania* (Pisarski 2011b: 191). Można zatem wykorzystać hipertekstową intertekstualność jako, powiedzmy, edukacyjny przypis albo jako artystyczne narzędzie zmuszające odbiorcę do refleksji. Kończąc ten wątek, chciałbym sięgnąć do metafory palimpsestu. Odsłanianie kolejnych warstw struktury hipertekstu w kontekście intertekstualności można rozumieć jako poruszanie się horyzontalne (w przypadku zależności między analizowanym dziełem a dziełami go otaczającymi) lub wertykalne (gdy przykładowo pojawiający się cytat całkowicie stapia się ze strukturą analizowanego dzieła)⁹.

Warto wspomnieć jeszcze o koncepcji wprost przeciwnej hipertekstowi, tj. *liberaturze*. Pojęcie Zenona Fajfera nawiązuje do *libera* ‘książka’ oraz *libertas* ‘wolny’ i zakłada fizyczną nierozdzielność tekstu od jego nośnika, jak mówi to wprost autor terminu (zob. Niemczyńska 2012). Pomysł takiego *dzieła totalnego* (Chodowiec 2008) zakłada nie tyle dodawanie znaczeń tekstowi za pomocą czcionki, układu strony czy kształtu kartki, ale raczej to, że wymowa całego dzieła składa się właśnie z tekstu, kroju liter i wszystkich wymiarów fizycznych nośnika, bo *wiem książka to nie musi być zwarty stos kartek* (zob. Niemczyńska 2012). Podobień-

⁸ (...) *w rezultacie jednak aktywność odbiorcy w polu mentalnym jest ograniczona w stosunkowo dużym stopniu do czysto ręcznego klikania* [tłum. BA].

⁹ Tak rozumianą perspektywę horyzontalną i wertykalną intertekstualności przyjmuję za Pisarskim (2011b), a nie za Julią Kristevą, która widziała horyzontalność jako relację tekst-czytelnik, a wertykalność jako relację tekst-tekst.

stwem między tymi dwoma sposobami uprawiania literatury jest głęboka kontrola autora nad dziełem. Jak pisze o tym Radosław Nowakowski: *jestem jedynym pracownikiem LIBERATORIUM: wydawcą, pisarzem, tłumaczem, projektantem, redaktorem, rysownikiem, drukarzem, intrologatorem... Także muzykiem* (Nowakowski 2018). Jednakże różnica jest zasadnicza, bowiem hipertekst realizuje się w cyberprzestrzeni i to jego fizyczny wymiar (nośnik w postaci CD, dyskietki czy pamięci flash) jest niestety *pojemnikiem na tekst. I to pojemnikiem, który nie powinien przeszkadzać w lekturze* (Niemczyńska 2012), co całkowicie kłóci się z fizycznym aspektem literatury, bo *tyle doświadczeń można mieć przecież z książką: dotykanie, kartkowanie, wączanie papieru, zaginanie stron, czytanie w wannie* (Niemczyńska 2012). Trzeba też zaznaczyć, że podczas próby wpisania dzieła literatury w książkę artystyczną należy stwierdzić, że to dzieło byłoby najbliższe pojęciu Clive'a Phillpota *book-works*, czyli stadium pośrednim między *just-books* (książkach o sztuce, artystach) a *book-object* (pracach artystycznych, o różnych formach i symbolice) (Rypson 2010). Jednocześnie ich eksperymentatorski na polu kształtu i znaczenia charakter nie może być w pełni z literaturą utożsamiony, ponieważ dzieło literatury traktuje wszystkie elementy wchodzące w fizyczność książki za równoważne, a nie jest to definicyjne dla *book-works*. Wymaga to jednak osobnego namysłu, dlatego nie będę rozwijał teraz tego wątku.

Drugie ważne pojęcie, w którego kontekście przywoływany jest hipertekst, to *liternet*. Termin ukuty przez Jerzego Ablewicza w 2002 r. podczas sesji literaturoznawczej nazywa ogół zjawisk występujących na styku literatury i Internetu, począwszy od tematyki internetowej w literaturze, poprzez niespecjalistyczną aktywność w Internecie (czaty, blogi, język internetowy, tzw. netykieta), skończywszy na specjalistycznej aktywności internetowej, czyli strony autorów, portale i czasopisma literackie, e-booki, *selfpublishing* (Jarosz 2006, Chodowiec 2008, Pi-sarski 2011d). Jest to temat niezwykle interesujący, ponieważ analizuje najnowsze zjawiska świata literatury, przykładowo *blook*, tj. wydany fizycznie blog internetowy. Ale jednocześnie dotyczy on życia literackiego, a nie ściśle zjawiska hipertekstu, w związku z tym nie wiąże się z moimi rozważaniami i nie będę rozwijał tego wątku. Dodam tylko, że hipertekst jest przywoływany w kontekście *liternetu* jako rodzaj literatury współczesnej, wykorzystującej nowe technologie, jak pisze Bożena Jarosz (2006): *ponadto komputer pozwala na realizację innych jeszcze efektów. Jednym z nich jest możliwość przewijania na ekranie tych leksji, które w zamierzeniu autora mają ukazywać się czytelnikowi fragment po fragmencie, (np. wizerunek wysokiej rośliny)*, co nawiasem mówiąc jest bliskie mojemu rozumieniu.

Realizacje

W poprzednim punkcie wspomniałem o różnych możliwościach hipertekstowego odsyłania do kolejnych leksji. Interesującym przykładem są kody QR, które są odczytywane przez urządzenia mobilne i które umieścił w swojej książce *Zeznania niekrytego krytyka* Maciej Frączyk, okraszając tekst linkami do filmów omawianych w danym fragmencie i zamieszczonych w Internecie. To frapujący przykład, ponieważ sama książka Frączyka jest obiektem fizycznym, a jednocześnie zawiera linki do cyberprzestrzeni. Inaczej rzecz wygląda w samym Internecie, gdzie bez trudu można przechodzić linkami ze strony na stronę i obcować z treściami tekstowymi, ilustracjami, filmami czy programami komputerowymi.

Bardzo ciekawe przykłady literatury wykorzystującej hipertekst to wspomniany wcześniej *Blok* Sławomira Shutego opowiadający o życiu w bloku (zob. Marecki 2011). Z prozy zagranicznej wspomnę *afternoon, a story* Michaela Joyce'a, gdzie możemy odczytać wiele wersji tego samego popołudnia (po szczegółową analizę odsyłam do Pisarski 2011c) lub *Patchwork girl* Shelley Jackson, gdzie są trzy punkty widzenia (należące do trzech narratorów) połączonych szwami w jedno ciało (skojarzenia z potworem Frankensteina są tu jak najbardziej na miejscu) (zob. Branny-Jankowska 2011).

Ale poza utworami aktywnie wykorzystującymi technologię hipertekstu badacze wskazują na szereg dzieł literatury, powiedzmy, tradycyjnej, która dopiero zapowiada hipertekst. Jednym tchem wymienia się przykładowo Jorge Luisa Borgesa, Umberta Eco, Itala Calvino, Raymonda Quenea'u, Julio Cortáзара czy Franza Kafkę (Włodarczuk 2015, Aarseth 2018). Argumentami przemawiającymi za włączenie tych wybitnych twórców w nurt literatury hipertekstowej są m.in. *nietrywialny wysiłek* włożony w lekturę, możliwość różnych odczytań czy swoista mapa leksji, np. w spisie treści¹⁰.

Jednakże trudno oprzeć się wrażeniu, że to dopiero technologia umożliwia pełne rozwinięcie potencjału, jaki daje hipertekst. Wspomniany w punkcie drugim związek wyboru jednej ścieżki z niewyborem pozostałych ścieżek widać wyraźnie w tzw. grach tekstowych (narracyjnych). Przykładem może być interesująca gra edukacyjna przygotowana przez Muzeum Historii Polski w Warszawie pt. *Ścieżki szlachcica*, która wprowadza odbiorców w losy Polaków w XIX w. Jako szlachetnie urodzony w 1800 r. młodzieniec użytkownik dokonuje wyborów, które były wówczas dostępne¹¹. Każdy jest niepowtarzalny i prowadzi do innych rozwiązań, czyli innej grupy kolejnych wyborów. Chociaż naturalnie niektóre

¹⁰ Jak ma to miejsce w *Jeśli zimową nocą podróżny* Itala Calvino.

¹¹ Zarówno gra, jak i szczegółowe informacje znajdują się na stronie internetowej muzeum, tj. <http://www.belfer.muzhp.pl/?module=gra> (dostęp: 28.07.2018).

problemy pojawiają się niezależnie od decyzji użytkownika, jak np. moment wybuchu powstań lub carskie represje. Dodam, że także prawdziwe superprodukcje świata gier komputerowych wykorzystują mechanizm decyzji. I wnoszą go na zupełnie inny poziom. Przykładowo popularna na całym świecie gra *Wiedźmin* uczyniła z wyborów gracza kluczowy element rozgrywki. Nieco upraszczając, można powiedzieć, że w zależności od podejmowanych decyzji użytkownik staje przed innymi zadaniami, ma kontakt z innymi bohaterami i korzysta z odmiennych przedmiotów, które otrzymuje za wykonane zadania. Nie będzie wielką przesadą stwierdzić, że ma kontakt z niemal zupełnie inną grą. Liczba decyzji i stopień ich wpływu na dalszy przebieg zdarzeń (obok wyborów zasadniczych znajdują się te drobniejsze, które z kolei swoją liczbą mogą przeważać dalszy los bohatera) dają zawrotną liczbę kombinacji. Wskutek czego nie sposób mówić serio o „przejęciu gry” za jednym czy nawet dwoma podejściami, każdorazowo bowiem pozostanie wiele dróg i możliwości niewykorzystanych.

Niezwykłym wprost przykładem hipertekstu jest film interaktywny *The Trip*, jakim zaowocowała współpraca Smolika i Kissinger Twins w 2012 roku¹². Do dyspozycji użytkownika jest mapa wyspy Tutuila z zaznaczonymi na niej hiperłączami i kryjącymi się za nimi leksjami-wideoklipami. Cała fabuła jest osnuta wokół historii życia narratora – Jacka Torrence’a – który będąc filmowcem, miał sfa-brykować lądowanie człowieka na Księżycu. Jako widzowie podróżujemy z narratorem po wyspie i przechodząc przez kolejne leksje – lokacje na mapie – poznajemy kolejne rozdziały jego historii.

Idąc dalej przez hipertekst audiowizualny, nie sposób nie wspomnieć o pewnym nadzwyczajnym twórcy doby Internetu. Ophir Kutiel (Kutiman) w swojej twórczości wykorzystuje fragmenty z już istniejących na popularnym portalu *YouTube* nagrań i tworzy coś na kształt *centonu*, pozostawiając odnośniki do oryginalnego źródła każdego z cytatów. Dla porządku dodam, że wykorzystuje zarówno obraz, jak i dźwięk. Niekiedy jest to wykorzystanie jednorazowe, a nie rzadko zapętłony fragment. Tak powstały remiks wpisuje się w pełni w twórczość internetową jako dzieło aktualne (wykorzystujące najświeższe klipy), interakcyjne (w samej swojej istocie), anonimowe¹³, amatorskie (przynajmniej na pewnym etapie rozwoju artysty, co widać w chronologicznym zestawieniu dzieł Kutimana) oraz wolne (w sensie swobody twórczej i publicznej dostępności)

¹² Do obejrzenia na <http://www.smolik.com.pl/> (dostęp: 28.07.2018).

¹³ Anonimowości w Internecie nie będę teraz poruszał, gdyż to ogromny i bardzo luźno związany z obecnymi rozważaniami problem. Pewnym uproszczeniem będzie stwierdzenie, że ostatecznie w bezpośrednim kontekście dzieła pozostaje tylko pseudonim twórcy, co jest przesłanką za jego anonimowością.

(por. Myślak, Siudak 2014). Wątpliwość budzić może natomiast jego hipertekstualny charakter, ponieważ same odniesienia do oryginalnych filmów nie są treścią dzieła, a raczej komentarzem do niego. Ale z drugiej strony miejsce umieszczenia tej twórczości, czyli *YouTube*, tym samym wpisanie go w tkankę cyberprzestrzeni i opatrzenie go hiperłączami nie pozwala jednoznacznie takiego ujęcia odrzucić.

Innym ciekawym przykładem do rozważenia jest Biblia uznawana za dzieło protohipertekstualne ze względu na komentarze i notatki (zob. Pisarski 2011a, Wądołowski 2014). No i oczywiście składa się z wielu ksiąg, które połączone są siecią wewnętrznych odniesień, mało tego – zawiera nawet różne opisy tych samych wydarzeń – Ewangelie poszczególnych autorów. Widać to w internetowej wersji Biblii¹⁴, w której łatwo zaobserwować opisane w punkcie trzecim hiperłącza zewnętrzne i wewnętrzne oraz mapę leksji ułatwiającą nawigację w całym tekście.

Wewnętrzne odniesienia, swoiste pętle można odnaleźć nawet we współczesnych serialach, tzw. serialach 2.0. Ich wyjątkowość na tle typowych produkcji telewizyjnych wynika nie tylko z wysokiego poziomu artystycznego, tzw. *quality TV*¹⁵, ale także ze strony merytorycznej i formalnej. Sięgają one bowiem do aktualnej tematyki społecznej, kulturowej lub cywilizacyjnej, są odważne obyczajowo, a poza oglądem rzeczywistości często podejmują próby antycypacji losów ludzkości (por. Filiciak 2011, Lipińska 2016). Z drugiej strony są wielowątkowe i nieliniarne (Nacher 2011), o doniosłych funkcjach społecznych: poznawczej (w przypadku serialu tzw. branżowego dają widzowi wgląd w nieznaną dotychczas rzeczywistość, przykładowo środowisko prawników bądź chirurgów), integracyjnej (dają możliwość powstawania grup zainteresowań) i wzorcotwórczej (propagują nowe wzorce postępowania). Tak funkcje seriali wyśzczególniła Maryla Hopfinger (Lipińska 2016). Typowym rozwiązaniem jest zgrupowanie odcinków w sezony i opatrzenie cyklu materiałami dodatkowymi: wywiadami lub wyciętymi scenami. Rodzi się wówczas pytanie, czy te tzw. *ekstrasy* są częścią całego serialu jako dzieła? Obawiam się, że próba odpowiedzi znacznie wykracza poza ramy obecnego tekstu, dlatego nie będę rozwijał tego wątku. Dodam tylko, że nawiązania popkulturowe i wewnętrzne w samym serialu przywołują pojęcie metakultury, które Burszta i Kuligowski tłumaczą jako *kulturę, która mówi o innej kulturze i która nieustannie wytwarza warunki ku temu, aby komentować i projektować kolejne poziomy własnej ekspansji* (Lipińska 2016: 305). Łatwo dostrzec, że takie ujęcie nawiązuje do wspomnianego w punkcie drugim

¹⁴ Zob. <http://www.biblia.deon.pl/>.

¹⁵ Jak pisze o tym A. Krawczuk-Łaskarzewska: (...) *tzw. quality TV – absorbująca pod względem narracyjnym, podejmująca ryzykowne tematy, wyrafinowana artystycznie i podważająca dominujące dyskursy* (2014: ii–iii).

palimpsestu, gdzie nakładają się na siebie kolejne warstwy hipertekstualnego dzieła. Koronnym przykładem może być kończący trzeci sezon *Twin Peaks* odcinek, w którym podróżujemy z bohaterami w przeszłość przedstawioną w sezonie pierwszym i drugim i ostatecznie widz wpada w pętlę zdarzeń, zaciera się granica między przyczyną a skutkiem. Czy w takim razie serial 2.0 może być uznany za dzieło hipertekstowe? A wideoklip?

Podsumowanie

Próba dotarcia do istoty hipertekstu sprowadza się chyba do relacji tekst – użytkownik. Użytkownik wskutek dokonywanych wyborów odrzuca bezpowrotnie część leksji, co w pewnym sensie jest analogiczne do wyborów życiowych. Takie postawienie sprawy umożliwi przede wszystkim odrzucenie pomysłu istnienia hipertekstowych seriali, ponieważ metoda prowadzenia wątków nie jest cechą kluczową. Z kolei literaturę tradycyjną włączaną do hipertekstowej traktowałbym raczej jako zapowiedź prawdziwego hipertekstu, ponieważ to dopiero technologia komputerowa, a zwłaszcza cyberprzestrzeń, umożliwi pełną realizację postulatu tworzenia przez czytelnika każdorazowo nowych struktur. Można nawet pokusić się o nazwanie większości z tych propozycji eksperymentami literackimi, tak jak rzecz się ma z książką awangardową lub dziecięcą, gdy w formie książkowej pojawiają się teksturowe domki przedstawiające młodemu odbiorcy scenierię zdarzeń. Nazwanie *Ścieżek szlachcica* grą komputerową jest tylko zabiegiem etykietalnym, ponieważ jeszcze kilka lat temu śmiało można było nazywać takie obiekty cyfrowe grami narracyjnymi, które na dobrą sprawę działają analogicznie do literatury hipertekstowej. Zmierzam do tego, że literatura zmieniwszy medium mogła wykorzystać zupełnie nowy potencjał twórczy, i ta hipertekstualność ma swoje źródła właśnie w możliwościach technicznych. Jestem głęboko sceptyczny co do pomysłu nazywania literatury (nawet eksperymentalnej) hipertekstową, bo nie realizuje postulatu choćby potencjalnego zablokowania czytelnikowi szeregu leksji na skutek podjętych przez niego decyzji. Niestety można śmiało manipulować fizycznie kartkami papieru i odczytać „ukryte”. Co jednocześnie w żadnym razie nawet w najmniejszym stopniu nie umniejsza wyjątkowości i pionierstwa (w myśl protohipertekstualności) dzieł Cortáзара, Kafki, Borgesa, Eco itd. Oczywiście nie jest warunkiem koniecznym takie zablokowanie leksji, mam na myśli wyłącznie techniczną możliwość, gdyż w technologii upatruję źródeł hipertekstu. Takie postawienie sprawy umożliwi bowiem powstanie hipertekstualnych dzieł muzycznych, wizualnych itd. oraz umożliwi sprawne oddzielenie interaktywnych filmów, prezentacji czy gier, od tych prawdziwie hipertekstowych.

Zresztą i tak najistotniejsze jest to, co za hipertekstem się kryje, czyli inny rodzaj porządkowania rzeczywistości, który ma oczywiście źródła w innym sposobie myślenia. Jak słusznie opisał to Jay David Bolters: *sposób, w jaki organizujemy naszą przestrzeń pisania, jest zarazem sposobem, w jaki organizujemy nasze myśli – a z czasem, w jaki chcemy organizować świat* (Rypson 2010: 4).

Bibliografia

- AARSETH E.J., 2018, *Cybertekst. Perspektywa literatury ergodycznej*, tłum. D. Sikora i M. Pisarski, http://techsty.art.pl/magazyn2/artykuly/aarseth_cybertekst.html (dostęp: 28.07.2018).
- BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA S., 2009, *Tekstologia*, Warszawa.
- BOGUSŁAWSKI A., 2004, *Zdanie a tekst*, [w] *Tekstologia*, cz. 1, J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, Lublin, s. 74–79.
- BONIECKA B., PANASIUK J., 2018, *Temat audycji radiowej. Sposoby jego wprowadzania i rozwijania*, [w] *Język w radiu. Antologia*, M. Kita, I. Loewe (red.), Katowice 2018, s. 148–174.
- BRANNY-JANKOWSKA E., 2011, *Szwy. O hipertekstach Shelley Jackson*, [w] *Hiperteksty literackie. Literatura i nowe media*, P. Marecki, M. Pisarski (red.), Kraków, s. 79–89.
- CHODOWIEC T., 2008, *Książka w nowej przestrzeni medialnej*, „Meritum”, nr 2, s. 1–12.
- ECO U., 2002, *Imię róży*, tłum. A. Szymanowski, Warszawa.
- EDER M., 2014, *Metody ścisłe w literaturoznawstwie i pułapki pozornego obiektywizmu*, „Teksty Drugie”, nr 2, s. 90–105.
- FILICIAK M., 2011, *TV czy nie-TV? Telewizja doby post-soap opera i sieci peer-to-peer*, [w] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, M. Filiciak, B. Giza (red.), Warszawa, s. 237–255.
- JAROSZ B., 2006, *Liternet – sztuka, moda czy konieczność? Polskie powieści hipertekstowe w Sieci*, <http://www.jarosz.up.krakow.pl/ARTYKULY/jarosz%202006.pdf> (dostęp: 29.08.2018).
- KRAWCZYK-ŁASKARZEWSKA A., 2014, *O telewizji i dyskursie telewizyjnym. Historia, fikcje, rzeczywistość*, [w] *Seriale w kontekście kulturowym. Historia i polityka*, Cichmińska M., Naruszewicz-Duchlińska A. (red.), Olsztyn, s. 1–v.
- LIPIŃSKA A., 2016, *Fenomen współczesnych seriali. O społecznym oddziaływaniu seriali telewizyjnych*, „Konteksty Kultury”, nr 3, s. 297–310.

- MARECKI P., 2011, *Stawomir Shuty, czyli Nikifor Internetu*, [w] *Hiperteksty literackie. Literatura i nowe media*, Marecki P., Pisarski M. (red.), Kraków, s. 141–158.
- MAYENOWA M.R., 1971, *Spójność tekstu a postawa odbiorcy*, [w] *O spójność tekstu*, M.R. Mayenowa (red.), Wrocław, s. 189–205.
- MORIN E., 2006, *Masowy odbiorca*, tłum. A. Frybesowa, [w] *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, M. Hopfinger, (red.), Warszawa, s. 573–582.
- MYŚLAK D.A., SIUDAK M.M., 2014, *Internetowi artyści i ich twórczość (nie tylko w sieci*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, nr 3, s. 71–92.
- NACHER A., 2011, *Serial 2.0 – model do składania*, [w] *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, M. Filiciak, B. Giza (red.), Warszawa, s. 224–237.
- NIEMCZYŃSKA M., 2012, *Książki nieoczywiste, czyli co to jest liberatura*, wywiad z Z. Fajferem i K. Bazarnik, http://wyborcza.pl/1,75410,11258711,Ksiazki_nieoczywiste_czyli_co_to_jest_liberatura.html?disableRedirects=true (dostęp: 27.07.2018).
- NOWAKOWSKI R., 2018, *Liberatorium – info*, <http://liberatorium.com/info/info.html> (dostęp: 28.08.2018).
- PAWLICKA U., 2011, *Między życiem a hipertekstem*, [w] *Hiperteksty literackie. Literatura i nowe media*, P. Marecki, M. Pisarski (red.), Kraków, s. 59–77.
- PISARSKI M., 2011A, *Hipertekst – punkt węzłowy*, http://techsty.art.pl/?page_id=15 (dostęp: 28.07.2018).
- PISARSKI M., 2011B, *Hipertekst a intertekstualność. Powinowactwa i rozbieżności*, „Porównania”, nr 8, s. 183–194.
- PISARSKI M., 2011C, *Czy chcesz o tym usłyszeć... Czytając Michaela Joyce’a*, [w] *Hiperteksty literackie. Literatura i nowe media*, P. Marecki, M. Pisarski (red.), Kraków, s. 9–26.
- PISARSKI M., 2011D, *Bardziej epicki od Facebooka*, http://www.techsty.art.pl/magazyn/magazyn7/wywiad_z_leszkiem_onakiem.html (dostęp: 29.07.2018).
- RYPSON P., 2010, *Książka awangardowa. Tekst / Przedmiot / Przestrzeń 2*, https://www.academia.edu/29196535/KSIĄŻKA_AWANGARDOWA_TEKST_PRZEDMIOT_PRZESTRZEŃ (dostęp: 20.07.2018).
- STASIUK-KRAJEWSKA K., 2015, *Co ludzie robią z mediami? O nieoczywistości wpływu mediów*, [w] *(Nowe) media, implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), Lublin, s. 15–26.
- SZCZEPANIAK J., 2015, *Sind Aphorismen hypertextuell? Zur konzeptionellen Hypertextualität analoger Texte*, „Linguistica Copernicana”, t. 12, s. 271–286.
- VATER H., 2009, *Wstęp do lingwistyki tekstu*, tłum. E. Błachut, A. Gołębiowski, Wrocław.
- WĄDOŁOWSKI M., 2014, *Literatura hipertekstowa – (r)ewolucja czy chaos?*, <http://krytyka.org/literatura-hipertekstowa-rewolucja-czy-chaos/> (dostęp: 10.08.2018).

BARTŁOMIEJ ALBERSKI

WŁODARCZUK A., 2015, *Poetyka nowego odbioru tekstów kultury. Hipertekst, wirtualność, narracja*, [w] *(Nowe) media, implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), Lublin, s. 73–84.

O problemach hipertekstu (streszczenie)

Tekst prezentuje różne ujęcia hipertekstu oraz wskazuje szereg zagadnień bezpośrednio związanych z tym zjawiskiem. Autor wskazuje na aktywność odbiorcy i technologiczne rozwiązania (leksja i hiperłącze) jako cechy definicyjne hipertekstu. Analiza wybranych przykładów z różnych dziedzin twórczości artystycznej ilustruje z jednej strony właściwości hipertekstu, z drugiej pokrewną hipertekstowi problematykę.

OKOŁOKOCIE NEOLOGIZMY UŻYTKOWNIKÓW FACEBOOKA

SYLWIA FOLGERT

Uniwersytet Gdański
sylwiafolgert@gmail.com

Słowa kluczowe: językoznawstwo, słowotwórstwo, socjolekt, neologizm, koty, wspólnota wirtualna, e-społeczność, wspólnota komunikacyjna, komunikacja internetowa

Internauci poszukują często specyficznych, zawężonych tematycznie forów, na których będą mogli zdobyć konkretne informacje czy poszerzyć swoją wiedzę, zaprezentować swoje hobby. Niejednokrotnie stają się oni społecznością mającą swoją strukturę, zwyczaje, a także swój język – socjolekt. Jedną z takich grup to miłośnicy kotów, którzy pasją, a czasem i pracą, dzielą się z innymi na portalu społecznościowym Facebook. Umożliwia on internautom (zarówno osobom prywatnym, jak i instytucjom, fundacjom, schroniskom, domom tymczasowym) tworzenie grup (np. poradnikowych), profili, stron tematycznych itd.

Materiał badawczy został wyekscerpowany z wpisów oraz komentarzy użytkowników portalu społecznościowego Facebook. Publikowane one były w grupach poradnikowych: *Kocie Porady Behawioralne*, *Wszystko o naszych kotach*, *Zrozumieć kota – porady behawioralne*; na profilach fundacji, domów tymczasowych, schronisk zapewniających opiekę kotom: *KOTangens*, *Fabryka Mruczenia*, *Koty spod mostu*, *Kotikowo*. Wiele formacji pojawiało się też na blogach / fotoblogach mających swoje strony (*fanpage*) na tym portalu, m.in. *Miłośnierz*, *Kot Dnia*, *Kociara*, *Kotter*. Strony te śledzi od 20 do 40 tys. użytkowników Facebooka.

Tym, co łączy internautów udzielających się w tych grupach, jest bycie miłośnikiem i – często – opiekunem kotów, potrzeba ciągłego dokształcania się

w różnych dziedzinach (zdrowie, karmienie, zabawa, interpretacja zachowania), wymiany doświadczeń, podzielenia się emocjami, zaprezentowania swojego pupila. Najważniejszą wartością dla członków grup jest bez wątpienia dobro zwierzęcia; stawiają go zazwyczaj na równi z człowiekiem, członkiem rodziny, przyjacielem. Społeczność tworzą w wielu wypadkach ludzie, którzy adoptowali koty bezdomne, chore, wolnożyjące. Udzielają się tam wolontariusze, behawioryści, osoby prowadzące domy tymczasowe, petsitterzy. Grupa właścicieli oraz miłośników kotów, jak wynika ze zgromadzonego materiału językowego, wykształciła swego rodzaju socjolekt, którego najbardziej kreatywnym i interesującym elementem są neologizmy.

Socjolekt

Socjolekty to „odmiany języka powstałe we wspólnotach ludzkich wyznaczonych pewnym rodzajem więzi społecznej” (Grabias 1994: 89). Do podstawowych zadań socjolektów Stanisław Grabias zalicza jednoczenie zbiorowości i jednostki, odróżnianie jednej grupy społecznej od drugiej, nadawanie prestiżu oraz pomoc w interpretacji rzeczywistości. Do najważniejszych pojęć w obrębie analizy socjolingwistycznej należy *wspólnota komunikacyjna* oraz *innowacja socjolektalna*. Tomasz Piekot (2008: 40) w swojej pracy poświęconej językowi grup społecznych, zebrawszy kilka opracowanych dotąd definicji, wyróżnia m.in. następujące konstytutywne elementy wspólnoty: potrzebę komunikacji odczuwaną przez grupę, posługiwanie się pewnym spójnym, uporządkowanym systemem środków językowych, silną więź grupową oraz uświadomiony cel działalności danej grupy. Jeśli takie warunki zaistnieją, wówczas „grupa stwarza wspólne sytuacje społeczno-komunikacyjne, zaspokajające potrzebę wymiany informacji lub potrzeby pozainformacyjne (ekspresja, kontestacja, zabawa itd.)” (Piekot 2008: 40). Badacz podkreśla znaczenie innowacji leksykalnej jako najważniejszego elementu socjolektu:

Istotą każdego socjolektu jest odrębne słownictwo, a zatem analiza lingwistyczna powinna dotyczyć przede wszystkim leksyki (...). Podstawowym pojęciem tak rozumianej analizy socjolektu staje się innowacja leksykalna, czyli jednostka nowa w stosunku do dostępnych zasobów polszczyzny. Grabias w tym kontekście wprowadza termin *neologizm socjolektalny*. (Piekot 2008: 46)

Z obserwacji komunikacji w omawianych grupach wynika, że w ich wypadku można już mówić o istnieniu wspólnoty: członkowie dzielą się doświadczeniem, wymieniają się informacjami, zamieszczają zdjęcia swoich podopiecznych, komentują je, zawierają znajomości. Co najważniejsze, tworzą nowe derywaty, któ-

rzymi zaczynają się posługiwać, a rozumienie tego swoistego profesjolektu (niekoniecznie jasnego dla osób nienależących do wspólnoty) daje im poczucie przynależności do grupy.

Wspólnota ta, z uwagi na charakter kontaktu, jest bardzo specyficzna. W jej wypadku możemy mówić o grupie czy społeczności wirtualnej:

E-społeczność to zbiorowość użytkowników Internetu, którzy w aktywny sposób wykorzystują tę platformę komunikacji do wymiany informacji i komunikatów związanych z ich wspólnymi zainteresowaniami, przekonaniami lub postawami. (Smektała 2006: 148)

Członkowie grup internetowych posługują się językiem pisanim, który jednak w specyficznej przestrzeni internetowej zaczął funkcjonować w zmienionej formie, tzn. ma wiele cech komunikacji bezpośredniej, oralnej:

Toczone na forach czy czatach dysputy mają charakter pisany, chociaż wiele cech tej komunikacji jest właściwych oralnemu porozumiewaniu się w świecie realnym – spontaniczność i częsta eliptyczność wypowiedzi, kolkwialna składnia, nasycenie potocznością i ekspresywnością czy używanie wyrazów socjocentrycznych (wyrażających wspólnotę sądów z odbiorcą). (Karwatowska, Jarosz 2013: 111)

Jako podstawowe składniki języka używanego w komunikacji internetowej Małgorzata Karwatowska i Beata Jarosz wymieniają np. skrótowość form oraz stosowanie wirtualnego kodu niewerbalnego, którego niezajomość może stanowić barierę w komunikacji (Karwatowska, Jarosz 2013: 114, por. też Panek 2016: 107). Internauci powszechnie posługują się bowiem emotikonami, będącymi swoistą reprezentacją uczuć i stanów psychicznych. Autorki zwracają uwagę również na fakt zamieszczania dużej liczby odsyłaczy (linków), odwoływania się przez użytkowników forów do wielu kontekstów oraz posługiwania się kodem audiowizualnym. Komunikacja internetowa ma zatem hipertekstowy charakter, następuje zerwanie z linearnością tekstu. Następnym analizowanym przez badaczki wyróżnikiem jest wielowątkowość oraz, co się z tym wiąże, wielogłosowość dyskusji. Bardzo częstym składnikiem komunikacji wirtualnej wspólnoty, którą łączą wspólne zainteresowania, jest też leksyka socjolektalna (slangowa, specjalistyczna), co może utrudnić nowym użytkownikom zrozumienie treści (Karwatowska, Jarosz 2013: 115), a stanowi element niejako scalający grupę. Jak już to było wspomniane, posługiwanie się odrębnym słownictwem, tworzenie neologizmów to najważniejszy element socjolektu.

Materiał badawczy, pochodzący z lat 2015–2017, złożony jest z derywatów słowotwórczych. Został on podzielony na kilka kategorii semantycznych, tj. na nazwy odnoszące się bezpośrednio do kotów, opiekunów, formacje dotyczące

opieki nad kotami oraz na nazwy przedmiotów używanych przez właścicieli tych zwierząt. Analizowane neologizmy zapełniają zazwyczaj lukę w leksyce związanej ze specyfiką (profesjonalnej) pracy z kotami, służą podkreśleniu jakiejś cechy, skrótowości, czasem też wyrażeniu ekspresji, zabawie językowej.

Wyrazy bezpośrednio odnoszące się do kota

Wśród innowacji funkcjonujących jako wyrazy bezpośrednio odnoszące się do kota mamy zarówno derywaty proste, jak i złożenia. Wiążą się one z historią danego zwierzęcia, jego wyglądem, charakterem czy zachowaniem. Najczęściej używany formant to sufiks *-ak*, mający zabarwienie potoczne (np. *bezdomniak* 'o kocie, który był bezdomny', *adopciak* 'o kocie adoptowanym', *miziak* 'o kocie lubiącym pieszczoty, głaskanie, *mizianie'). Wiele z neologizmów wskutek użycia formantu hipokorystycznego czy deminutywnego (*-ik*, *-ek*) nacechowanych jest emocjonalnie, np. *trójkotek* / *trikotek* / *trykocik* 'o rodzeństwie złożonym z trzech tak samo wyglądających kotów', *tymczasik* 'o kocie mieszkającym w domu tymczasowym', *adopciaczek* 'o kocie adoptowanym'. W tej kategorii wyróżnić można złożenia równorzędne o żartobliwym charakterze: *koto-kwiatek* 'o kocie, który śpi w doniczkach / wygląda jak kwiat', z zachowaniem, np. *kotopies* 'kot zachowujący się jak pies' (*Mój Mietuś wygląda prawie tak samo i też zachowuje się jak koto-pies :) aportuje, siada, daje łapę, wita się, a przede wszystkim się słucha! :)*), „Wszystko o naszych kotach”). Pozostałe composita odnoszą się do wyglądu kotów, np. *trójłapek* / *trójkot* 'o kocie, który ma trzy łapy'), *trikolorka* / *tricolorka* 'kotka, której umaszczenie jest w trzech kolorach'.

Te ostatnie to niejedynie żeńskie formy w tej kategorii, użytkownicy tworzą je bowiem regularnie¹. Pozostałe to np. *tymczasowiczka* 'o kotce mieszkającej w domu tymczasowym', prawdopodobnie utworzona analogicznie do takich form jak *wczasowiczka*; wariantywna formacja *tymczaska* (od *tymczas*), *miziara* 'o kotce, która lubi pieszczoty, głaskanie, *mizianie'. Formant paradygmatyczny *-a*, zwykle nacechowany, tworzy nazwy żeńskie derywowane od rzeczowników rodzaju męskiego zakończonych *-arz* (np. *spryciarz* – *spryciara*, por. Grzegorzyczkowa, Puzynina 1998: 424). W tym wypadku formację utworzono nietypowo, od rzeczownika *miziak*.

¹ Wiele nazw, w tym również żeńskich, derywowanych jest od wyrazu *kot*, mają one zazwyczaj nacechowanie ekspresywne, np. *kotenka*, *kotenia*, *kociczka*, *koteł*, *kotetek*; dokładnej analizie poddaje je w innym artykule poświęconym gniazdu słotwórczemu leksemu *kot*.

Charakter kota

Przymiotniki nazywające koci charakter pojawiają się zarówno na profilach fundacji, domów tymczasowych, schronisk, jak i, oczywiście, w komentarzach do publikacji na blogach czy fotoblogach. Organizacje mają za zadanie przygotować przygarnięte, potrzebujące opieki medycznej, porzucone zwierzęta do adopcji. Po przebytych leczeniu, otrzymanej pomocy zazwyczaj zmieniają one swoje zachowanie – dlatego też, by podkreślić gotowość do adopcji swojego podopiecznego i jego przyjazny charakter, fundacje używają takich określeń jak *rozmruczany*, *nakolankowy*, *miziasty*. Opiekunowie zdają sobie bowiem sprawę, że opisanie go w samych superlatywach może ułatwić mu znalezienie nowego domu:

Cześć! Jestem Zeus vel Wojtek i szukam domu, może mnie pokochasz? Wojtek ma 4 miesiące, jest odrobaczony, zaszczepiony i niesamowicie miziasty. Kot idealny dla każdego – wprawionego kociarza i początkujących. Totalnie łagodny, rozmruczany, nakolankowy („Kocie Porady Behawioralne”).

W pozostałych wypadkach przymiotniki takie jak *przymilasty*, *przytulasty*, *przytulaśny*, oprócz wyrażenia swoich uczuć wobec kota, służą również określeniu różnicy w zachowaniu przed adopcją i po niej, np. *Na początku była małym dzikuskiem, ale gdy poznałyśmy się bliżej okazała się najbardziej towarzyskim, gadatliwym i przymilastym kotem na świecie* („Kocie Porady Behawioralne”).

Zachowanie kota

Derywaty dotyczące zachowania kota to głównie nazwy czynności z formantem *-ani*: *barankowanie* ‘trącanie głową, zachowanie przypominające bodzenie barana’, *osierszczanie* ‘zostawianie sierści na ubraniach’, *owłaszanie* ‘zostawianie włosów (tu: sierści) na ubraniach’, eufemistyczne *kuwetkowanie* ‘korzystanie z kuwety’. Internetowi miłośnicy kotów tworzą niekiedy żartobliwe composita, czasem poprzez analogię do znanych złożeń, jak *łapkoczyn* ‘agresja między kotami albo kota wobec człowieka, analogia do *rękoczyn*’: *Dokładnie tak samo mama próbowała – ignorować. Ale ballady się nasilały i dochodziło do łapko czynów i chodzenia po głowie* („Kocie Porady Behawioralne”). Innym razem bazą staje się język angielski – potoczne *sępić* ‘wyłudzać coś’ zostaje połączone z – coraz bardziej popularnym w języku polskim ang. formantem *-ing* (por. *jogging*, *clubbing*) oraz z ang. wyrazem *food* ‘jedzenie’. Złożenie nie oznacza więc nic innego jak wymuszanie jedzenia przez kota: [kotka – przyp. aut.] *weszła na Stefczyka, ale była widziana też na Canaletta we Wro, jak uprawiała foodseping* („Miłozwierz”). *Głodomoreską* natomiast jeden z komentujących nazywa następujące zachowanie swojego kota: *Przed chwilą była*

głodomoreska pod lodówką... (m.in. ocieranie się o nią, przepętnione smutkiem oczy i wylizywanie pustej miseczki) („Kot Dnia”). Jest to więc kontaminacja z węzłem w postaci litery -r- (głodomór i makabreska) oraz obocznością o:ó.

Opieka nad kotem

Neologizmy nazywające opiekunów kotów są zazwyczaj nacechowane emocjonalnie, często żartobliwe, np. derywat *zakocony* utworzony na wzór imiesłowu (*Drodzy zakoceni, potrzebuję porady (...)*, „Wszystko o naszych kotach”), złożenia *kociomaniak, kotalub, puszeko-otwieracz, trzymadetko*. Ostatnie formacje ukazują ludzi z perspektywy zwierzęcia, które – zdaniem niektórych – widzi w swoich opiekunach jedynie kogoś, kto je karmi lub w razie potrzeby nosi / trzyma. Kolejna kontaminacja w zebranych materiale to *kotata*, czyli połączenie wyrazów *kot* i *tata*: *Kotata miauu ciężki tydzień? Kotter już zabiera te przebrzydłe smuteczki i zakopuje w żwirku („Kotter”).*

Formacje dotyczące opieki nad kotami to m.in. rzeczowniki odczasownikowe *dokocenie* ‘adopcja kolejnego kota’ (*Nie nadaje się na jedynaka. Idealny na dokocenie, „Wszystko o naszych kotach”*); *Kontakt w sprawie adopcji w dwupaku lub na dokoce-nie*, „Kocia łapka”), *hotelikowanie* ‘przebywanie w hoteliku dla kotów’, czasownik *dokocić (się)* (*Postanowiliśmy z narzeczonym, że chcemy dokocić nasz dom. Rezydentem jest roczny kastrat (...)*, „Wszystko o naszych kotach”), *tymczasować* lub – wariantywnie – wyrażenie *na tymczas* (*Mimo kłopotów z Texasem Ola wciąż tymczasuje koty (...)*; *Taki rudy chłopak przybłąkał się w Gdańsku na Karczemkach. Może ktoś go szuka? A może ktoś chciałby przygarnąć choćby na tymczas, „KOTangens”).*

Miłośnicy kotów stosują ponadto cały szereg nazw dla przedmiotów, których używają w związku z pielęgnacją / opieką nad swoimi zwierzętami, np. *odkłacacz* ‘pasta odkłaczająca’, *kotenerek* ‘analogicznie do kontener, klatka do transportowania kota’, z okazji urodzin (nazywanych niekiedy *kociourodzinami*) przyrządzają swojemu pupilowi *kociotort*; aby z kolei meble przetrwały kontakt z kotem, zamawiają te z materiałów *kocioodpornych*.

Funkcje neologizmów

Innowacje tworzone przez użytkowników udzielających się w grupach lub na facebookowych forach spełniają różnorodne funkcje. W grupach poradnikowych, na stronach fundacji i domów tymczasowych powstaje lub utrwała się najwięcej neologizmów nominatywnych, stylistycznych w funkcji ekonomizującej wypowiedź, mniej zaś jest tych modyfikacyjnych, związanych z zabawą, rozrywką – te z kolei tworzą internauci udzielający się na blogach / fotoblogach, często mają one za-

barwienie humorystyczne, niekiedy zaś są nacechowanie emocjonalnie (np. *kocio-maniak, kociolub*). Zazwyczaj więc analizowane wyrazy zapełniają luki w leksyce dotyczącej kotów – w badanej grupie istnieje potrzeba nominacji, wyodrębnienia elementów rzeczywistości (np. *tymczasik, adopciak, dokocenie*). Niekiedy, jak już wspomniałam, nowe formacje pozwalają na syntetyzację treści, skrótowość (*na tymczas, kuwetkować, nakolankowy*), czasem chodzi natomiast o uwydatnienie jakiejś cechy desygnatu (*kotenerek, trójtapek*), co wiąże się z kolei z funkcją perswazyjną, reklamową (pozytywnie nacechowane przymiotniki używane zwłaszcza w ogłoszeniach adopcyjnych, np. *rozmruczany, nakolankowy, miziasty*). Istotna wydaje się też funkcja stylistyczna – innowacje słowotwórcze bywają efektem kreatywności językowej internautów, ich ekspresji oraz zabawy językowej (np. *trzymadelko, puszeko-otwieracz, łapkoczyn*). Te ostatnie okazują się najbardziej efemeryczne, nie przechodzą do języka miłośników kotów na stałe – tworzone są spontanicznie, w kontekście np. zamieszczonego zdjęcia i funkcjonują jedynie w jego ramach. Należy jednak podkreślić, że zarówno tworzenie, jak i używanie neologizmów w codziennej internetowej komunikacji spełnia przede wszystkim funkcje socjotwórcze, scalające – umożliwia i często usprawnia komunikację między członkami społeczności, daje poczucie przynależności do grupy ludzi posiadających tę samą pasję, wyznających te same wartości.

Bibliografia

- GRABIAS S., 1994, *Język w zachowaniach społecznych*, Lublin.
- GRZEGORCZYKOWA R., PUZYNNINA J., 1998, *Rzeczownik*, [w:] *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*, t. 1, R. Grzegorczykowa, R. Laskowski, H. Wróbel (red.), Warszawa, s. 389–468.
- KARWATOWSKA M., JAROSZ B., 2013, *Forum internetowe, czyli (cyber)komunikacja o ograniczonym zasięgu społecznym*, „Polonica”, t. 33, s. 109–121.
- PANEK A., 2016, *Język w przestrzeni Internetu*, „Przestrzeń Społeczna”, nr 1, s. 102–126.
- PIEKOT T., 2008, *Język w grupie społecznej*, Wałbrzych.
- SMEKTAŁA T., 2006, *Public relations w Internecie*, Wrocław.

SYLWIA FOLGERT

**Okolokocie neologizmy użytkowników Facebooka
(streszczenie)**

W artykule *Okolokocie neologizmy użytkowników Facebooka* analizuję innowacje słowotwórcze używane przez miłośników kotów, zamieszczane na portalu społecznościowym Facebook. Materiał językowy podzieliłam na kilka kategorii semantycznych, w ramach których zostały one poddane również analizie strukturalnej. Badane neologizmy interpretuję w kontekście szerszego zjawiska, jakim jest socjolekt. Analizowane formacje spełniają m.in. funkcję grupotwórczą, nominatywną, ekonomizującą treść oraz ekspresywną.

ADIOS KILOGRAMOS. TYTUŁY BLOGÓW I KSIĄŻEK KULINARNYCH

KATARZYNA FURMANIAK

Uniwersytet Gdański
upupa.epops@onet.pl

Słowa kluczowe: językoznawstwo, onomastyka medialna, tytuł, nazwa blogu, książka kucharska, gra językowa, neologizm, nawiązania intertekstualne, modyfikacje fonetyczne, innowacje frazeologiczne

Zdarza się, że czytelniczkę, błędzącą sennie między (wirtualnymi bądź rzeczywistymi) regałami o tematyce kulinarnej, zaintryguje wyjątkowo udane zdjęcie (na okładce lub w nagłówku): kubek świeżo zaparzonej herbaty, chrupiące croissanty. Jednak nie tylko fotografie przykuwają wzrok – niektórzy twórcy potrafią zawrzeć równie sugestywną obietnicę w samym tytule, umieszczając w nim zarówno informacje o treści, jak i oryginalną grę językową.

Tytuł, czyli wypowiedź o charakterze metatekstowym, zachęca do lektury i kształtuje nasze oczekiwania wobec tekstu; niekiedy dostarcza również kontekst, który umożliwia interpretację całego utworu (Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2010: 212–213). Pełni funkcję nominatywną (nazywa i wyróżnia tekst), deskryptywną (zapowiada treść) i pragmatyczną (wpływa na odbiorcę) (Gajda 1987: 83–85). Nazwy blogów, widoczne w nagłówkach, nie różnią się pod tym względem, dlatego omawiam je wraz z resztą zebranego materiału¹.

¹ Główna intencja blogów kulinarnych – na co zwraca uwagę Suska (2013: 74) – zbliża je do książki kucharskiej. Co więcej, publikując swoje przepisy, blogerki posługują się nieraz nazwą blogu (zob. np. *Jadlonomia*).

Joanna Szczęk i Marcelina Kałasznik pisały już – w ramach zainteresowania onomastyką medialną – o nazwach kulinarnych czasopism i programów telewizyjnych (Szczęk, Kałasznik 2016). Rozważając ich status onimiczny, zauważyły, że dałoby się je sklasyfikować jako ideonimy (gdy „nazwa stanowi integralną część całego przekazu danego medium lub np. danego programu telewizyjnego i można ją powiązać z zawartością prezentowaną w danym programie”) (Szczęk, Kałasznik 2016: 184) lub chrematonimy („gdy skoncentrujemy się na seryjności i powtarzalności nazw medialnych, a ich desygnaty (...) traktujemy jako produkty, towary”) (Szczęk, Kałasznik 2016: 184).

Nazwami blogów kulinarnych zajmowała się wcześniej Dorota Suska (2013: 73–84). Obszerny materiał podzieliła ona na konstrukcje jedno- (w tym werbalne, nominalne oraz swobodne – przyimkowe) i dwuczłonowe. Nie poprzestając jedynie na analizie językowej, wyróżniła nazwy ogłoszeniowe (czyli mówiące wprost o tematyce blogu) i skojarzeniowe. Wspomniała też o podporządkowanych funkcji pragmatycznej i ekspresywnej neologizmach, nawiązaniach intertekstualnych oraz przekształceniach frazeologicznych. „Nie bez znaczenia dla stosowanych rozwiązań jest tu już sam fakt, iż nazwy te muszą gwarantować możliwość odnalezienia przez wyszukiwarkę internetową” (Suska 2013: 74).

W niniejszym artykule, zainspirowanym blogami i książkami o tematyce kulinarnej, omawiam wyłącznie takie tytuły, w których znalazła się gra językowa. Porządkując materiał, wydzieliłam następujące grupy: neologizmy (zob. np. *Kucharzyca; Kaszomaniak*), modyfikacje fonetyczne (zob. np. *VeGENERATA sposób na zdrowie. Biegaj, gotuj, chudnij*), innowacje frazeologiczne (zob. np. *Grochem o garnek*), intertekstualne gry słów (zob. np. *Gar Anonim, czyli z kim jeść*), konstrukcje rymowane (zob. np. *Kąski z gąski, indyka i kaczki. Książka z przepisami na dania z drobiu*) i oparte na wieloznaczności (zob. np. *Wege. Tu się kroci coś pysznego. Przepisy roślinne*). Szczegółowa analiza, zarówno językowa, jak i semantyczna, ukazuje, jakimi środkami posługują się twórcy, aby zachęcić czytelnika do (aktywnej) lektury.

Zgromadzony materiał zawiera wiele neologizmów – nie tylko derywatów prostych (zob. np. *Pichciuchy, czyli rodzina w kuchni; Adios kilogramos; Cookuj; Veganol; Kuchnia Pysznościowa; Pożeraczka; Kucharzyca*), ale i złożonych (zob. np. *Smakoterapia; Kaszoterapia; Jadłonomia; Kaszomaniak; Zdrowy czekoholik; Chmielobrody; Gastrobanda. Wszystko, co powinienś wiedzieć, zanim wyjdiesz coś zjeść; Piwoluacja; Kuchniokracja; Chmielokracja; Karkrówka; Ciastkożercy*). Do najczęściej wykorzystywanych formantów należą sufiksy tworzące nazwy żeńskie: *-ka* (zob. *Pożeraczka*) i *-ica/yca* (zob. *Kucharzyca*) oraz interfiks *-o-* (zob. *Smakoterapia*); podane przykłady

świadczą również o wrażliwości na dźwięk (zob. sufiks *-os* tworzący rym z wyrazem *adios*) i chęci nawiązania dialogu z odbiorcą (zob. sufiks *-uj*, charakterystyczny dla trybu rozkazującego).

Choć formant *-ica/yca* można spotkać w nazwach samic (por. *kocica, oślica*) lub w starych wyrazach nacechowanych pejoratywnie (por. *diablica, łotrzyca*) (Grzegorzczkova, Laskowski, Wróbel 1984: 365–366), wyraz *kucharzyca*, zdaje się, nie wzbudza niepożądanych skojarzeń u obserwatorów blogu (autorka, dodajmy, jest dietetyczką). Odeta Moro-Figurska i Marcin Budynek – mimo negatywnych konotacji (sufiks *-uch* występuje wszak w wyrazach takich jak *śmierdziuch, kopcuch, świntuch, flejtuch*) – zatytułowali swoją, wydaną w 2011 r., książkę *Pichciuchy, czyli rodzina w kuchni*. Ponieważ publikację tę skierowali do całych rodzin, być może zdecydowało tutaj podobieństwo do rzeczownika *maluch*.

W podstawach słowotwórczych przywołanych wcześniej neologizmów umieszczono wyrazy związane z kulinariami (zob. np. *kilogram, pyszności, kucharz, smak, ciastko* czy *gastronomia*), w tym kolokwializmy (zob. *pichcić, pożeracz*), nieco zapomniane już rzeczownik *jadło* i elementy angielszczyzny (zob. *vegan* lub *to cook*, czyli ‘gotować’).

Wśród derywatów złożonych dominują złożenia nadrzędno-podrzędne: *Smakoterapia* (‘terapia smakiem’), *Kaszoterapia* (‘terapia kaszą’), *Kaszomaniak* (‘maniak na punkcie kaszy’), *Gastrobanda* (‘banda osób zajmujących się gastronomią’), *Chmielobrody* (‘z brodą w chmielu’), *Jadłonomia*, *Nowa Jadłonomia* (‘ekonomia jada’). Dwa z nich, połączone interfiksem *-o-*, mają w podstawie rzeczownik *terapia*, a jedno nawiązuje do nazw zamiłowań typu *wideomania(k)* czy *melomania(k)*. Ostatnie z wymienionych złożzeń, czyli *Jadłonomia*, powstało w wyniku ucięcia drugiego członu (z wyrazu *ekonomia* została jedynie *-nomia*). Sama autorka wspomina ten proces następująco:

Najpierw stworzyłam miejsce, w którym za namową znajomych, koleżanek mamy zebrałam wszystkie swoje przepisy. Potrzebna mi była jednak nazwa. Pamiętam, że spisałam na kartce kilka słów, które kojarzą mi się z jedzeniem i kulinariami. Z tego powstała hybryda *Jadłonomia*. Miało się kojarzyć zarówno z jedzeniem, jak i z pewną jego ekonomią, zrównoważoną kuchnią wegetariańską².

Równie często pojawiają się złożenia jednostronnie motywowane, zob. np. *Zdrowy czekololik* ‘ktoś uzależniony od czekolady’, *Kuchniokracja* ‘rządy (w kuchni)’, *Chmielokracja* ‘rządy chmielu’ czy *Ciastkożercy* ‘miłośnicy ciastek’. Podane

² Wywiad z Martą Dymek przeprowadziła – dla portalu *Kobieta.pl* – Weronika Płocha (zob. *Marta Dymek, czyli Jadłonomia*, <http://www.kobieta.pl/artukul/marta-dymek-czyli-jadlonomia> (dostęp: 22.01.2018)).

neologizmy żartobliwie nawiązują do upowszechnionych już typów słowotwórczych – człon *-żerca* informuje nas o czyjejs (ludzkiej bądź zwierzęcej) diecie, por. *mięsożerca, roślinożerca, ludożerca, -holik* o nałogu lub nadmiernym zainteresowaniu (bo przecież nie każdy, kto sam siebie nazywa np. zakupoholikiem, ma na myśli uzależnienie), por. *pracoholik, zakupoholik, alkoholik, -kracja* zaś o formie sprawowanych rządów, por. *demokracja, technokracja*. Należy też zauważyć, że w wyrazie *czekoholik* doszło do ucięcia dwóch członów: *-lada* (w rzeczowniku *czekolada*) i *alko-* (w rzeczowniku *alkoholik*).

Osobną podgrupę wśród złożzeń jednostronnie motywowanych stanowią konstrukcje z członem *wege-* (od przymiotnika *wegetariański*) lub *vege-* (od ang. *vegetarian*), zob. np. *Vegezamanka, Vege kociołkowanie, Wegefaza, Wege siła, Wege-Pedia (wege(tariański) i (Wiki)pedia)*, które nie pozostawiają wątpliwości co do rodzaju (o)publikowanych przepisów, a także złożenia z członami *super-* i *mega-* obiecującymi czytelnikom wysoką jakość oraz skuteczność opisanych diet, zob. np. *Superżywność. Jedzenie i medycyna przyszłości; Superzupy. Rewelacyjne, smaczne i zdrowe; Superzboża; Supersoki; Megazupy na cały rok; Zniszcz te kilogramy! Megaproste odchudzanie dla nastolatki*.

Mniej liczne kontaminanty przypominają czasem zagadki (rozwiązawszy je, odbiorca odczuwa z pewnością niemalą satysfakcję), zob. np. *Karkrówka (karkówka i krówka; węzeł kontaminacyjny: -k-), Piwolucja (piwo i (re)wolucja; węzeł kontaminacyjny: -wo-), IQuchnia (IQ i kuchnia; wykorzystano tutaj podobieństwo brzmieniowe głosek zapisywanych literami k i q). Piwolucja* zapowiada rewolucję w podejściu do piwa, a po tytule *IQuchnia, czyli jak inteligentnie jeść i pić* można się spodziewać rozsądnego podejścia do zdrowego odżywiania.

Jeszcze rzadziej występują zrosty. W 2016 r. Paweł Łukasik i Grzegorz Targosz, prowadzący wspólnie blog *Gotowanie z pasją*, opublikowali *Retrowarzywa*; nazwa ta zawiera formant prozodyczny.

W omawianych tytułach nie brakuje również modyfikacji fonetycznych (zob. np. *Zsokowani. 100 przepisów na soki, smoothies i zielone koktajle; Vegenerata sposób na zdrowie. Biegaj, gotuj, chudnij; Qmam kasze, czyli powrót do korzeni; Wy-kasz się w kuchni, czyli pyszne kasze; Figa Smakiem; Rosiołowa*). Dzięki zamianie głoski *sz* na *s* uwypuklono cząstkę *sok* w nowopowstałym wyrazie *zsokowani*, podobieństwo do przymiotnika *zszokowani* sugeruje natomiast, że zebrane w książce przepisy zaskoczą czytelników. Podobną grę językową dostrzegamy w nazwie *Terapia sokowa. Czas na juicing* (w zależności od interpretacji *sokowa* może być też przymiotnikiem z sufiksem *-owy*). Przemysław Ignaszewski zastąpił głoskę *d* w rzeczowniku *degenerat* 'człowiek odznaczający się trwałymi cechami degeneracji, głównie w zakresie charakterologicznym' (USJP); umieszczenie tego wyrazu

w podstawie słowotwórczej wiąże się najpewniej z niezrozumieniem, z jakim spotykają się niekiedy początkujący weg(etari)anie literą *v*, podkreślając w ten sposób człon *vege-* (z ang. *vegetarian*).

Niektóre modyfikacje utworzono, aby zaakcentować główny składnik (o)publikowanych przepisów, np. kasze (zob. *Wy-kasz się w kuchni, czyli pyszne kasze*, gdzie zmiana w pisowni – ż : sz – uwypukliła człon *kasz-*) czy figi (zob. *Figa Smakiem*, nazwa zainspirowana frazeologizmem *figa z makiem*). Zastępowanie części *kul-* wraz z obcojęzycznym *cool* (ang. ‘fajny’) uwypukla zalety prezentowanych dań i przykuwa uwagę (nie tylko młodych) czytelników, obiecuje im nowoczesne porady (zob. np. *Coolinarnie, Coolinarny*). Dodatkowo w kilku tytułach wykorzystano podobieństwo brzmieniowe głosek zapisywanych literami *k* i *q* (zob. np. *Qmam kasze, czyli powrót do korzeni; Moja Qchnia Pełna Smaku*) oraz *s* : *ś* (zob. np. *Rosiółowa*).

Eksperymentując z brzmieniem wyrazów, autorzy decydują się czasem na rymy, zob. np. *Kąski z gąski, indyka i kaczki. Książka z przepisami na dania z drobiu; Pobite gary Barbary* (tytuł ten zawiera również defrazeologizację); *Prosto i presto. Włoska kuchnia dla żyjących w biegu* (wł. *presto* oznacza ‘szybko’); *Z miłości do słodkości*.

Twórcy chętnie przywołują powszechnie znane utwory literackie i filmowe, a także postaci fikcyjne lub historyczne, zob. np. *Gar Anonim, czyli z kim jeść (gar, czyli ‘duży garnek’, nawiązanie do Galla Anonima, kronikarza); Różowa Patera (patera, czyli ‘naczynie w kształcie spłaszczonej misy’, nawiązanie do Różowej Pantery, bohatera kreskówek i gier komputerowych); Zbrodnia i wina. Sensacyjny przewodnik po winach świata (wina jako ‘czyn naruszający normy postępowania: prawne, obyczajowe, moralne; wykroczenie, przewinienie’ oraz ‘napój alkoholowy’, nawiązanie do *Zbrodni i kary* Dostojewskiego), seria *Kill grill* (nawiązane do filmu *Kill Bill*). Wybór takich, a nie innych dzieł i bohaterów umotywowany jest podobieństwem brzmieniowym (zob. np. *patera* i *pantera*).*

Szczególnie interesujące wydają się gry oparte na wieloznaczności słów, zob. np. *Wege. Tu się kroi coś pysznego. Przepisy roślinne (kroić jako ‘ciąć coś na sztuki, części, odcinać, oddzielać kawałek od większej całości’ oraz *pot.* ‘zanosić się na coś, zapowiadać się’); Polak NieNażarty. Kawał opowieści o polskich kulinariach i garść przepisów (nienażarty jako ‘żarłoczny, nienasycony’ oraz *nie na żarty*, czyli ‘naprawdę’; zapis prowokuje do rozmaitych interpretacji); Karolina odNowa (odnowa jako ‘zmiana polepszająca stan czegoś, poprawa w jakiejś dziedzinie’ oraz *od nowa*); Babka w formie (babka jako ‘matka ojca lub matki’, *pot.* ‘dziewczyna, kobieta’ oraz ‘słodkie ciasto pieczone w formie, mającej zwykle kształt ściętego stożka’; *forma* jako ‘stan sprawności fizycznej lub psychicznej człowieka; samopoczucie’ oraz ‘naczynie, do którego wlewa się ciasto, aby po upieczeniu miało jego kształt’). Jedno ze znaczeń wiąże się zawsze z kulinariami.*

Do zabawy słowem wykorzystano też wulgaryzmy, zob. np. *O kurrka!* (*kurka* jako ‘grzyb jadalny o wklęsłym, żółtawym kapeluszu osadzonym na krótkim trzonie’ oraz ‘kurka wodna, przekleństwo’); *Nie pieprz* (*pieprzyć* jako ‘dosypywać pieprzu do potraw’ oraz *posp.* ‘mówić, gadać coś od rzeczy’).

Przekształceniom ulegają ponadto frazeologizmy, zob. np. *Gęba w niebie* (por. *niebo w gębie*), *Gotuj Się Kto Może* (por. *gotować* i *gotować się*, czyli ‘być przygotowywanym, przygotowywać się’); *Pokaż się z dobrej kuchni* (por. *pokazać się z najlepszej strony*), *Grochem o Garnek* (por. *jak groch (grochem) o ścianę*, czyli ‘daremnie przekonywać, pouczać, upominać kogoś’). Większość podanych tutaj przykładów należy do innowacji frazeologicznych wymieniających (czyli takich, w których jeden człon zastąpiono innym słowem, zgodnym z tematyką publikacji, nadając tym samym całemu związkowi nowy sens), zdarzają się jednak – w przypadku idiomów kulinarnych – defrazeologizacje (zob. np. *Grochem o ścianę*, czyli *pyszne strączkowe*).

Zgromadzone gry językowe (neologizmy słowotwórcze, modyfikacje w zakresie brzmieniowym oraz znaczeniowym, w tym rymy, a także innowacje wymieniające, niekiedy o charakterze intertekstualnym) wskazują na rosnącą potrzebę zabawy słowem, a dzięki przeprowadzonej analizie widać, jakie zachowania językowe są wśród miłośników kuchni najczęstsze. Autorzy inspirowani są frazeologizmami (zob. np. *Grochem o Garnek*), (pop)kulturą (zob. np. *Różowa Patera*) i językiem angielskim (zob. np. zapis *vege-* zamiast *wege-* lub *Coolinarnie*), bez obaw sięgają po kolokwializmy (zob. *Pichciuchy*, czyli *rodzina w kuchni* i bezokolicznik *pichcić* w podstawie słowotwórczej) czy wulgaryzmy (zob. np. *Nie pieprz*). Każdy pragnie jedynie, aby jego tytuł był zrozumiały, dlatego w razie wątpliwości uwypukla modyfikację za pomocą zapisu (zob. np. *Wy-kasz się w kuchni*, czyli *pyszne kasze*). Wzorem dla wielu neologizmów okazują się istniejące już wyrazy, np. rzeczowniki z członem *-żerca* lub *-kracja*.

Można się zastanawiać, w jakim stopniu nazwy zawierające grę językową, pełniące przecież funkcję perswazyjną, przyczyniają się do sukcesu medialnego. W 2017 r. pierwsze miejsce na liście bestsellerów w empiku zajęła *Nowa Jadłonomia* Marty Dymek, drugie natomiast *Smakoterapia* Iwony Zasuwy³; w obu przypadkach mamy do czynienia z neologizmem. Niebanalny, a przy tym zrozumiały

³ Na miejscu jedenastym i dwudziestym trzecim również znalazły się pozycje zawierające w tytule grę językową: *Nowe AlaAntkowe BLW* Joanny Anger i Anny Piszczek oraz *Vegenerata sposób na zdrowie. Biegaj, gotuj, chudnij* Przemysława Ignaszewskiego (por. *Top 100 w kategorii: kuchnia i diety*, <http://www.empik.com/bestsellery/książki?searchCategory=3161&hideUnavailable=true&qtype=facetForm&sort=topPreviousYear> (dostęp: 10.02.2018).

(zbyt hermetyczne skojarzenia zniechęcają potencjalnych nabywców) tytuł pomaga w budowaniu marki i, w połączeniu z szatą graficzną, treścią, utrzymaniem kontaktu z czytelnikami, a także dodatkową aktywnością twórcy, wpływa na jej popularność. Dymek, obserwowana przez ok. 250 tys. osób na Facebooku⁴, bloguje od listopada 2010 r., a od 2015 r. prowadzi też program kulinarny *Zielona Rewolucja Marty Dymek*. Ponadto chętnie udziela wywiadów i, podobnie jak Zasuwa, występuje w programach telewizyjnych (np. w DDTVN).

Na koniec warto podkreślić, że pomysłowością wykazują się nie tylko polscy blogerzy czy autorzy książek, ale i tłumacze. To Maciejowi Lorencowi zawdzięczamy pokolenie zsokowanych (zob. *Zsokowani. 100 przepisów na soki, smoothies i zielone koktajle*, w oryginale: *The Juice Generation: 100 Recipes for Fresh Juices and Superfood Smoothies*). W księgarniach nie zobaczymy też *Vegan ist einfach gut! Coole Rezepte, lecz Wege. Tu się kroi coś pysznego. Przepisy roślinne*.

Bibliografia

- BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA S., 2010, *Tekstologia*, Warszawa.
- GAJDA S., 1987, *Spoleczne determinacje nazw własnych tekstów (tytułów)*, „Socjolingwistyka”, t. 6, s. 83–85.
- GRZEGORCZYKOWA R., LASKOWSKI R., WRÓBEL H., 1984, *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*, Warszawa.
- SUSKA D., 2013, *Językowe właściwości nazw blogów kulinarnych (rekonesans badawczy)*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie”, t. 9, s. 73–84.
- SZCZĘK J., KAŁASZNIK M., 2016, „Świat na talerzu” i „Masterchef” – onomastyka medialna w zakresie kulinariów, „Prace Językoznawcze”, nr 3, s. 181–192.

Adios kilogramos. Tytuły blogów i książek kulinarnych **(streszczenie)**

W artykule omówiłam gry językowe, które znalazły się w tytułach blogów i książek o tematyce kulinarnej. Są wśród nich nawiązania intertekstualne, neologizmy, modyfikacje fonetyczne, a także innowacje frazeologiczne. Nazwy blogów pełnią funkcję nominatywną, informacyjną i perswazyjną.

⁴ Stan z 31 października 2018 r.

POSTPRAWDA, FAKE NEWS I DEZINFORMACJA – JĘZYKOWE OPISY RZECZYWISTOŚCI

DAMIAN SYJCZAK

Uniwersytet Szczeciński
damian.syjcza@wp.pl

Słowa kluczowe: medioznawstwo, dyskurs publiczny, język polityki, dezinformacja, postprawda, fake news

Język podlega ciągłym zmianom. Jest to zauważalne szczególnie w dyskursie publicznym – politycznym i medialnym, co ma związek z rozwojem nowych mediów i zmianą zasad publicznej debaty. Użytkownicy języka poszukują innych od dotychczas poznanych środków i metod na określenie nowych zjawisk, w szczególności związanych z prymitywizacją języka. Przejawia się ona m.in. w prostych zdaniach pełnych pejoratywnych epitetów, wulgaryzmów i ekspresji.

Fakt ten wpisuje się w naturalny konflikt między różnymi stronami sporu, którego jesteśmy świadkami od wielu lat w komunikacji politycznej, rozumianej za Dominikiem Woltonem jako przestrzeń, w której zderzają się ze sobą komunikaty polityków, dziennikarzy, ekspertów czy opinii publicznej (Wolton 1989: 27–32). W tej walce język jest podstawową i najłatwiej dostępną bronią, z której wszyscy chętnie korzystają. Na drugi plan schodzą reguły konwersacji Paula Grice’a, szczególnie te dotyczące mówienia prawdy, rzeczowości i szacunku do interlokutora (Grice 1977: 85–99). Zbiór praw regulujących komunikację językową ustępuje miejsca wyrazistości rozumianej jako chęć zaistnienia w przestrzeni medialnej w konkretnych celach bez względu na stosowane środki i zasady języka. Czas wypowiedzi ulega skróceniu, a co za tym idzie, nadawca chce jak najszybciej osiągnąć cel swojego komunikatu, nie zważając na otoczenie i kontekst. Uczestnicy

życia publicznego coraz częściej jednak pomijają etykietę, zasady precyzyjności i tolerancji względem innych. Te zmiany o cechach populizmu dotyczą wszystkich środowisk, także tych, które dotychczas były uznawane za elity. Coraz brutalniejsza walka o władzę również na poziomie językowym, przenosi się na codzienne stosunki międzyludzkie. Nie ma czasu na merytoryczną dyskusję, gdyż populizm wymaga prostych recept, w których świat jest czarno-biały, nie ma w nim miejsca na szarości. Liczy się szybkość, ostrość i zwycięstwo nad przeciwnikiem.

Świadomość tego procesu stanowi pokusę do mówienia półprawdy, nieprawdy i pomijania faktów, gdyż w coraz szybszym tempie życia odbiorcy nie będą dostatecznie weryfikować informacji, które ich zalewają. Dochodzi do sytuacji, w których debata na konkretny temat nie opiera się na faktach, lecz na niesprawdzonych domysłach.

W ten sposób rodzą się nowe zjawiska, takie jak *postprawda*, *fake news* i *dezinformacja*, które zostaną pokrótce omówione w niniejszej pracy. Szczególnie podkreślona zostanie rola *dezinformacji* jako zjawiska, które bardzo wyraźnie było widoczne podczas relacji z Marszu Niepodległości z 2017 r. Wyekscerpowany materiał obejmuje tytuły tekstów artykułów internetowych, które pojawiły się w sieci 11 oraz 12 listopada, dzięki czemu została zachowana ich chronologia oraz aktualność.

Postprawda – słowo roku 2016 według kolegium redakcyjnego *Słownika Oxfordzkiego* – na trwale wpisała się w dyskurs publiczny. Pojęcie to jest definiowane jako określenie okoliczności, w których fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej niż odwoływanie się do emocji i osobistych przekonań (Majmurek 2016). Działanie językowe polega w związku z tym na stosowaniu językowych wykładników perswazji na różnych poziomach, np. ideacyjnym, stylistycznym, leksykalno-pragmatycznym. Zjawisko to pogłębia spadek zaufania do instytucji publicznych, akademickich, do danych i statystyk oraz powoduje coraz mniejszy szacunek do ekspertów i zanik autorytetów. W opinii publicznej nauka przestaje być traktowana jako źródło poznania i prawdy. Według publicystów zajmujących się tematem takich jak Łukasz Pawłowski (2016) oraz Anne Applebaum (2016) najbardziej wyrazistym przykładem *postprawdy* w Polsce na przestrzeni ostatnich lat jest kwestia związana z katastrofą smoleńską, która przez część elit politycznych przedstawiana jest jako zamach. W dyskursie publicznym fakty bardzo często mają drugorzędne znaczenie, liczą się emocje, nastroje społeczne, charyzmatyczni liderzy. To powoduje, że *postprawda* zakłada akceptację różnych form kłamstwa i manipulacji przez społeczeństwo, które ma obojętny stosunek wobec nich. Odbiorcy mogą zdawać sobie sprawę z niewiarygodności źródeł, jednak je akceptują i przyjmują do świadomości. Małgorzata Lisowska-

-Magdziarz (Cieniek 2017) uważa, że to pojęcie służy wręcz usprawiedliwianiu rozmaitych nieetycznych działań w przestrzeni komunikacyjnej. Jest to niebezpieczne zjawisko, gdyż relatywizuje prawdę.

Fake news jest to zapożyczenie z języka angielskiego składające się z dwóch słów – *fake*, co oznacza ‘fałszywy’ i *news*, czyli ‘informacje’. W tym wypadku mamy do czynienia z formą przekazywania informacji, która opiera się na celowym wprowadzeniu odbiorcy w błąd lub po prostu oszustwie dla osiągnięcia konkretnych korzyści. Rozpowszechniany jest głównie w Internecie, szczególnie na portalach społecznościowych za pomocą chwytliwych haseł i nagłówków. W konsekwencji zalewu nieprawdziwymi informacjami społeczeństwo podatne jest na manipulacje i podejmuje decyzje zgodnie z oczekiwaniami nadawcy.

W ostatnich latach z *fake newsami* na dużą skalę mieliśmy do czynienia np. w kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych i w referendum dotyczącym Brexitu w 2016 r. oraz w kampanii prezydenckiej we Francji w 2017 r. Badania nad tym zjawiskiem są coraz bardziej popularne wśród naukowców zajmujących się naukami społecznymi. Ważna jest także działalność na rzecz uświadamiania społeczeństwu, czym jest *fake news* i jak należy się go wystrzegać. Zajmuje się tym między innymi Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich oraz Stowarzyszenie Demagog. Organizacje te opracowują *fact checking*, czyli mechanizmy pozwalające na weryfikację faktów, np. w wyszukiwarce internetowej. Polega to na pojawieniu się przy podejrzanych artykułach komunikatu, że treść jest kwestionowana. Takie mechanizmy kontrolne w rękach organizacji podległych rządowi państwa mogą jednak stanowić duże zagrożenie i być wykorzystywane w celu wzmocnienia swojej władzy kosztem opozycji. Problem stanowi również brak odpowiedniej regulacji prawnej dla mediów społecznościowych, które nie podlegają pod prawo prasowe danego kraju. W porównaniu do *postprawdy*, która funkcjonuje przede wszystkim w dyskursie politycznym i medialnym, *fake news* jest terminem szerszym i odnosi się do całego zbioru informacji zamieszczanego w Internecie.

Zjawisko *dezinformacji* powszechnie używanej w dyskursie medialnym opisywał Vladimir Volkoff (1999: 15–59). Zaprezentował on podstawowe pojęcia używane w *dezinformacji* oraz główne metody prowadzenia operacji dezinformacyjnych. Samo pojęcie oznacza nieprawdziwą, mylącą informację lub sytuację, w której brakuje rzetelnej informacji. Autor uznał, iż każdy zabieg dezinformacji ma swojego klienta, to znaczy osobę lub grupę, która na tej operacji zyskuje, podczas gdy jej przeciwnicy tracą. Najczęściej jest to firma komercyjna, państwo, partia polityczna czy pojedynczy polityk albo biznesmen. Musimy mieć również jasno sprecyzowaną grupę docelową, np. elektorat danej partii, osoby o określonych

poglądach politycznych. W wielu przypadkach grupą docelową jest całe społeczeństwo. Im mniej członkowie grupy docelowej zorientowani są w sytuacji ogólnej, tym lepiej dla dezinformatorów. Współczesne społeczeństwo czerpie wiedzę o zjawiskach zachodzących w świecie głównie z Internetu, dlatego też to medium najczęściej staje się przekątnikiem dezinformacji.

Volkoff wyróżnił kilkanaście metod dezinformacji, wśród których najbardziej znana to między innymi negacja lub odwrócenie faktów, mieszanina prawdy i kłamstwa, modyfikacja motywu lub okoliczności, rozmycie, kamuflaż czy generalizacja.

Do zrozumienia istoty tych zjawisk konieczna jest debata na tym samym poziomie komunikacyjnym między nadawcą a odbiorcą. Jadwiga Puzynina wyraziła pogląd, iż ludzie coraz częściej interpretują te same leksemy odmiennie, w zależności od politycznej ideologii. Fakt ten powoduje, że nie można ich już używać dla określenia pewnych postaw czy wartości, gdyż każdy będzie je definiował inaczej. Zatracony zostaje uniwersalizm leksykalny, co powoduje niemożność ustalenia takich kategorii jak *prawda – fałsz*, *dobro – zło*. Wykorzystują to wszystkie strony sporu, wprowadzając do konstruowanego przez siebie przekazu zabiegi dezinformacyjne. W konsekwencji uniemożliwiony zostaje obiektywny dialog czy dotarcie do faktów, które pozwalałyby na własną interpretację. Powoduje to wykluczenie części obywateli i obywateli z czynnego i podmiotowego współuczestnictwa w życiu polityczno-społecznym (Puzynina 1997: 13–15).

Fakt ten coraz umiejętniej wykorzystują także aktorzy sceny politycznej, traktując media jako skuteczną broń w manipulowaniu i przekazywaniu swojej wizji świata. Z drugiej jednak strony dyskurs publiczny, który obserwujemy w ostatnich latach, nie pozostawia miejsca na obiektywizm dziennikarski. Podział na dwa zwalczające się „plemiona” jest coraz wyraźniejszy. Doskonale widać to na przykładzie już samych tytułów artykułów, które pojawiły się na portalach internetowych 11 i 12 listopada 2017 r., dotyczących *Marszu Niepodległości*. Badany materiał obejmuje 16 tytułów z wybranych portali internetowych o jasno określonych profilach czytelniczych. Dotyczą one dwóch tematów – informacji odnośnie frekwencji podczas marszu oraz informacji na temat haseł na transparentach niesionych przez jego uczestników. Dzięki tak dobranym egzemplifikacjom badany problem zostanie zaprezentowany w wyraźny sposób.

Pierwszym przykładem różnicy w przekazie informacji są dane dotyczące frekwencji podczas marszu. W przestrzeni publicznej pojawiły się dwa oficjalne komunikaty. Pierwszy – policji, w który mogliśmy przeczytać, że w marszu brało udział 60 tys. osób (Wpolityce.pl), drugi – warszawskiego urzędu miasta, który oszacował liczbę uczestników na o połowę mniej, czyli 30 tys. (Wsieci24.pl).

POSTPRAWDA, FAKE NEWS I DEZINFORMACJA...

W artykułach i relacjach dotyczących marszu powinny znaleźć się więc dwie informacje odnoszące się do frekwencji, tak aby odbiorca mógł sam określić, które źródło jest dla niego wiarygodniejsze. Tym bardziej, że nie była to pierwsza sytuacja dotycząca frekwencji podczas zgromadzenia publicznego, co do której opinii publicznej zostały zaprezentowane różne statystyki. Podobna sytuacja miała miejsce podczas *Marszu Wolności* środowisk opozycyjnych w stosunku do władzy w maju 2017 r., po której urząd miasta podał informację o 90 tys. pikietujących, a policja o 12 tys. (Dziennik.pl). Analizując tytuły zamieszczone na portalach internetowych, odnotować możemy cztery, które podały pełną informację na temat frekwencji z dwóch źródeł, podkreślając rozbieżności.

Frekwencja na Marszu Niepodległości. Skandaliczne rozbieżności między policją a Ratuszem. (Se.pl)

Marsz niepodległości przeszedł ulicami Warszawy. Sprzeczne dane o frekwencji. (Rmf24.pl)

Ile osób brało w Marszu Niepodległości? Rozbieżne dane policji i stołecznego ratusza. (Wawalove.pl)

My chcemy Boga. Przez Warszawę przeszedł Marsz Niepodległości. Policja: uczestniczyło 60 tys. osób. Ratusz: 30 tys. (Newsweek.pl)

W powyższych tytułach autorzy przede wszystkim zwrócili uwagę na dysproporcję w komunikatach dotyczących frekwencji. Użyli do tego leksemów: *sprzeczne*, *rozbieżne*, a w przypadku *Super Expressu* dodany został przymiotnik wartościujący: *skandaliczne*, co jest charakterystyczne dla gatunku prasowego, jakim jest tabloid. Zabiegi użyte w tytułach miały na celu przedstawienie odbiorcom wszystkich faktów związanych z liczbą uczestników, tak aby on sam mógł dokonać ich interpretacji.

Zupełnie inaczej opisywany fakt wyglądał na portalach o proweniencji prawicowej.

Sukces Marszu Niepodległości! Frekwencja wyższa niż zakładali organizatorzy! (Kresy.pl)

Tego nikt nie przewidział! Znamy frekwencje Marszu Niepodległości! (Pikio.pl)

Prawie 100 tys. ludzi przeszło ulicami Warszawy w wielkim Marszu Niepodległości. (Polskaniepodległa.pl)

Policja podsumowuje Marsz Niepodległości. Około 60 tys. osób przeszło ulicami stolicy. (Wpolityce.pl)

W tym zestawieniu w tytułach mamy zaprezentowaną tylko jedną stronę – policję, a całkowicie pominięte zostały dane podane przez stołeczny ratusz. W ten sposób, powołując się na autorytet instytucji państwowej, odbiorcom nie jest przedstawiona pełna informacja, która pojawiła się w przestrzeni medialnej odnośnie frekwencji podczas opisywanego marszu. W jednym z tytułów użyto rzeczownik pozytywnie wartościujący *sukces*, który zwraca uwagę na prezentowany problem oraz wskazuje drogę interpretacji zjawiska. Autorzy użyli również stopnia wyższego odmiany przymiotnika *wysoki*, co nadało charakter perswazyjny. Odbiorca ma być przekonany, że tegoroczny marsz pod względem liczby osób biorących w nim udział, przebiegł pomyślnie i w ten sposób presuponują jego siłę. Charakterystyczne w tych przykładach jest używanie sygnałów niedookreśloności, które mogą oznaczać niepewność autora tekstu, ale i rozmywiają odpowiedzialność za napisane słowo. Jest to operator *około* oraz partykuła *prawie*, która w zdaniu nie przekazuje informacji prawdziwej, choć niewiele brakuje, żeby prawdzie odpowiadała. Autorzy używają również krótkich zdań prostych w trybie oznajmującym, które kończą wykrzyknikami. W ten sposób dodatkowo wzmacniają przekaz, zwracają uwagę odbiorcy, wyrażają emocjonalne zaangażowanie dotyczące tematu.

Zestawiając ze sobą tytuły z dwóch zaprezentowanych kategorii, widać, w jaki sposób portale o proweniencji prawicowej manipulują odbiorcą, wprowadzając dezinformację. Czytelnik ma być przekonany, że *Marsz Niepodległości* był wielkim sukcesem, o niespotykanej dotąd frekwencji. Informacje stołecznego ratusza, które nie odpowiadają koncepcji tytułów czy całych artykułów, są przemilczane, celowo pomijane. Tytuły są jednoznaczne, a użyte leksemy pozytywnie wartościujące nie zostawiają pola do własnej interpretacji przez odbiorcę, narzucając mu określony schemat myślowy. Czytelnik nie ma weryfikować faktów, tylko uwierzyć w informacje zamieszczone na portalach.

Innym miejscem, w którym znajdziemy cechy dezinformacji w stosunku do relacji z *Marszu Niepodległości*, jest analiza tytułów artykułów internetowych dotyczących przebiegu samego marszu.

Na portalach o charakterze liberalno-lewicowym największy nacisk położono na charakter haseł z transparentów niesionych przez uczestników marszu. Zwrócono uwagę przede wszystkim na ksenofobiczne, rasistowskie i nacjonalistyczne hasła oraz brak reakcji na nie ze strony rządu. W tytułach użyto różnorodnych zabiegów językowych, za pomocą których opisano wspomniane hasła oraz reakcję władz i policji, np. odwołanie do leksyki prawniczej – *kodeks karny*, czasowniki wartościujące nacechowane negatywnie – *krytykować*, *naruszać* czy związek frazeologiczny – *przymknąć oko*.

POSTPRAWDA, FAKE NEWS I DEZINFORMACJA...

PiS przymyka oko na faszystowskie hasła? Już nawet pravicowi publicyści krytykują zachowanie władz. (Newsweek.pl)

Faszystowskie hasła i symbole na marszu niepodległości w Warszawie i na wiecu we Wrocławiu. (Wprost.pl)

W Marszu Niepodległości szło wielu rasistów i neofaszystów. Policja nie reagowała. (Oko.press)

Hasła z marszu Niepodległości naruszają Konstytucję. Możliwe konsekwencje na podstawie kodeksu karnego. (Gazetaprawna.pl)

Inaczej marsz przedstawiły media prawicowe i prorządowe.

Ulicami Warszawy przeszedł Marsz Niepodległości. Patriotów zjednoczyło hasło *My chcemy Boga*. (Stefczyk.info)

Marsz Niepodległości 2017. Tłumy ludzi i morze biało-czerwonych flag. (Prawdaobiektywna.pl)

I gdzie tu faszyzm? Oto spis haseł z transparentów z Marszu Niepodległości. (Niezależna.pl)

Skandal! Były rzecznik Clinton o Marszu Niepodległości: Marsz nazistów. (Frona.pl)

W powyższych przykładach autorzy odwołują się do leksyki patriotyczno-narodowej poprzez określenie *biało-czerwone flagi*. Informacje o skrajnych hasłach również się pojawiają, ale w formie obrony marszu, z jednoczesnym atakiem na wszystkich, którzy sądzą inaczej. Autorzy na dowód tego informują o liczbie haseł, na których nie ma odniesień faszystowskich. Przed informacją o wypowiedzi byłego rzecznika Hillary Clinton używają zaś rzeczownik *skandal*, co jednoznacznie wskazuje na interpretację. Wprowadzają również elementy polemiczne, jak pytania retoryczne: *I gdzie tu faszyzm?*. Widoczne jest budowanie wspólnoty poprzez leksem *tłum* czy metaforę *morze flag* , które zostały użyte w celu jednoznacznego utożsamienia się odbiorcy tekstu z uczestnikami marszu.

W obu kategoriach czytelnik ma informacje jednostronne, co oznacza, że w opisie haseł niesionych na transparentach podczas *Marszu Niepodległości* dwie strony sporu stosowały *dezinformacje*, pomijając fakty. Nie ma miejsca na rzeczowość, liczy się gra na emocjach.

We współczesnym społeczeństwie informacyjnym wpływ, jaki media wywierają na obywatela za pomocą działań językowych, jest bardzo duży. Nowe zjawiska, których wzrost obserwujemy od kilku lat, są przejawem szybkich i nieprzewidywalnych przekształceń społeczno-politycznych, coraz mniejszego zaufania do mediów, polityków, ekspertów, danych statystycznych i faktów naukowych.

Dotychczasowe, dobrze znane i opisane narzędzia, takie jak *propaganda*, *manipulacja* czy *perswazja* wyczerpują się i nie obejmują tych zmian. Dlatego terminy, takie jak *dezinformacja*, czy słowa roku 2016 i 2017 – *postprawda* i *fake news* – są niezwykle pojemne semantycznie, chwytliwe medialnie i to dopiero początek ich kariery, która niewątpliwie rozwinie się w kolejnych latach. Z krótkiej analizy *dezinformacji* na przykładzie tytułów artykułów, która została przeprowadzona w niniejszej pracy, wynika jasno, że jest ona używana w większym stopniu przez portale o proweniencji prawicowej, które są przychylnie obecnemu rządowi. Jednak media związane z opozycją, o charakterze liberalno-lewicowym również ulegają tym trendom.

W książce *Język wartości* z 1992 r. Puzynina stwierdziła, iż manipulacja bywa zazwyczaj ukrytą, niejednokrotnie bardzo finezyjną formą zniewolenia. Często bardzo późno zauważamy jej istnienie lub w ogóle nie zdajemy sobie z niej sprawy. Jeśli chcemy jej się przeciwstawić, bardzo ważne jest poznanie jej mechanizmów oraz zdanie sobie sprawy z typów sytuacji, w których mamy z nią do czynienia. Do tego potrzebna jest przede wszystkim rzetelna edukacja medialna społeczeństwa (Puzynina 1992: 45–89). Słowa Puzyniny sprzed prawie trzech dekad są wciąż aktualne i można je stosować w badaniu zjawisk zachodzących we współczesnym społeczeństwie informacyjnym.

Bibliografia

- APPLEBAUM A., 2016, *In Poland, a preview of what Trump could do to America*, https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/in-poland-a-preview-of-what-trump-could-do-to-america/2016/09/19/71515d02-7e86-11e6-8d13-d7c704ef9fd9_story.html?utm_term=.e93112fec2f5 (dostęp: 1.12.2017).
- CIENIEK R., 2017, *Postprawda. Niebezpieczne zjawisko*, wywiad z M. Lisowską-Magdziarz, <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/fake-newsy-ktore-spowodowaly-ostatnio-najwiecej-zamieszania/jnmrebd> (dostęp: 1.12.2017).
- GRICE P., 1977, *Logika i konwersacja*, tłum. J. Wajszczuk, „Przegląd Humanistyczny”, nr 6, s. 85–99.
- MAJMUREK J., 2016, *Post-prawda, czyli o świecie, w którym ciągle można wierzyć w zamach smoleński*, <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/post-prawda-slowem-roku-2016-czym-jest-post-prawda-i-jak-wplywa-na-polityke-artykuly,401583,1.html> (dostęp: 1.12.2017).

POSTPRAWDA, FAKE NEWS I DEZINFORMACJA...

- PAWŁOWSKI Ł., 2016, *Prawda się kończy, także u nas (Polemika z Dariuszem Rosiakiem)*, <https://kulturaliberalna.pl/2016/12/28/pawlowski-rosiak-post-prawda-kaczynski-polemika> (dostęp: 1.12.2017).
- PUZYNINA J., 1997, *Słowo – Wartość – Kultura*, Lublin.
- PUZYNINA J., 1992, *Język wartości*, Warszawa.
- VOLKOFF V., 1999, *Psychosocjotechnika, dezinformacja – oręż wojny*, tłum. A. Arciuch, Komorów.
- WOLTON D., 1989, *La communication politique: construction d'un modèle*, „Hermès. Une revue de l'Institut des sciences de la communication du CNRS”, no 4, s. 27–32.

Postprawda, fake news i dezinformacja – językowe opisy rzeczywistości (streszczenie)

W pracy autor dokonał analizy nowych zjawisk, które funkcjonują w dyskursie publicznym (politycznym i medialnym) na poziomie języka, zwłaszcza tych związanych z jego ekonomizacją i prymitywizacją. Należą do nich *dezinformacja*, *postprawda* i *fake news*. Szczególnie podkreślona zostaje rola dezinformacji. To zjawisko jest przedstawione na przykładach tytułów artykułów zamieszczonych na portalach internetowych, które relacjonowały Marsz Niepodległości z 11 listopada 2017 r.

POSŁOWIE

SEBASTIAN ŻUROWSKI

Uniwersytet Mikołaja Kopernika
zurowski@umk.pl

Tomik, z zawartością którego mieli Państwo okazję się zapoznać, jest trzecią pozycją z (mini)serii prac językoznawczych przygotowanych przez Koło Młodych Językoznawców „Elipsa” działające na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. I bez wątpienia jest to ostatnia część wspomnianej serii przygotowana w takiej formie.

Trzy spośród czterech zamieszczonych tekstów bazują na tekstach referatów wygłoszonych na konferencji z cyklu Toruńskie Spotkania Młodych Językoznawców, która odbyła się 8 grudnia 2017 r. (na tej konferencji nie został przedstawiony jedynie tekst Bartłomieja Alberskiego). O ile zainteresowanie konferencją przez trzy kolejne lata nie malało, to już liczba zgłaszanych do druku artykułów tak. Tym bardziej że później nie wszystkie zgłoszone teksty dostają pozytywne recenzje kwalifikujące je do druku bez poważniejszych poprawek i uzupełnień (w tym miejscu bardzo dziękuję recenzentom za czas poświęcony na sporządzenie wnikliwych recenzji i wskazanie słabych i mocnych punktów każdego przygotowywanego do druku tekstu).

Wydanie tej publikacji zbiegło się z zakończeniem naturalnego cyklu „życia” każdego koła naukowego. Osoby aktywnie zaangażowane w prace „Elipsy” przez ostatnie lata albo całkowicie zakończyły swoje studia I, II i/lub III stopnia, albo kontynuują je w innych ośrodkach akademickich. Bardzo Wam wszystkim dziękuję za zaangażowanie zarówno w ten projekt wydawniczy, jak i w inne przedsięwzięcia, które w tym czasie mieliśmy okazję zrealizować.