

pod redakcją
Krzysztofa Sakowskiego
i Łukasza Marka Plęsa

Nowe media w języku kulturze i literaturze



Nowe media w języku kulturze i literaturze



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

pod redakcją

Krzysztofa Sakowskiego
i Łukasza Marka Płęsa

Nowe media w języku kulturze i literaturze



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu
ŁÓDZKIEGO

Łódź 2016

Krzysztof Sakowski – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego, Zakład Językoznawstwa Stosowanego
90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

Łukasz Marek Plęś – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego, Zakład Językoznawstwa Niemieckiego
90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENT

Sylwia Firyn

REDAKTOR INICJUJĄCY

Urszula Dzieciatkowska

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

PROJEKT OKŁADKI

Studio 7A

Zdjęcie wykorzystane na okładce: © Depositphotos.com/Rawpixel

Publikacja bez opracowania redakcyjnego w Wydawnictwie UŁ

© Copyright by Authors, Łódź 2016

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2016

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.07146.15.0.K

Ark. wyd. 6,0; ark. druk. 11,625

ISBN 978-83-8088-104-4

e-ISBN 978-83-8088-105-1

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. (42) 665 58 63

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1. Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić? Kilka słów na temat wizualnych i werbalnych elementów memów internetowych	11
Rozdział 2. Dlaczego niektóre żarty są nieśmieszne? Analiza wybranych przykładów ze strony www.decee.de	27
Rozdział 3. Intertekstualność polskich mediów internetowych	43
Rozdział 4. Hipertekstowe przypisy tłumacza – rekonesans	57
Rozdział 5. Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych na <i>YouTube</i>	71
Rozdział 6. Sonet jako aplikacja internetowa. Twórcza kontynuacja czy degradacja gatunku?	93

Spis treści

Rozdział 7.

Gra i/lub opowieść? O eksplorowaniu historii w *Gone Home* . . . 109

Rozdział 8.

O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza hashtagów na Twitterze i Instagramie 125

Rozdział 9.

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego elementy języka, kultury i literatury 147

Rozdział 10.

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renowacje baśni w grze *American McGee’s Grimm* 159

Rozdział 11.

Nowe Media – nowy hiszpański 173

Autorzy 185

Wstęp

Współczesny człowiek jest skonfrontowany z nieprzebraną ilością informacji, które zasadniczo mają swe źródło w mass mediach. Książka i prasa, radio i telewizja, a przede wszystkim Internet, uczyniły z ludzi masowych konsumentów także w zakresie mówionych bądź też pisanych tekstów. Kwestią sporną jest oczywiście relacja wymiaru ilościowego tych informacji do ich aspektu jakościowego oraz wpływ owego natłoku słów na mentalną kondycję ludzkości. Znany niemiecki publicysta i popularyzator nauki Wolf Schneider zwraca w swojej książce „Wörter machen Leute” (*Jak cię słyszają, tak cię piszą*) uwagę, że niegdyś człowiek w swoim życiu mówił mniej więcej tyle samo, ile słyszał od innych ludzi. Obecnie proporcje między aktywnym mówieniem a pasywnym słuchaniem różnią się znacząco. Człowiek słyszy, czyta bądź najogólniej rzecz ujmując recypuje w swoim życiu wielokrotnie więcej, niż sam jest w stanie wypowiedzieć i napisać (zob. Schneider 1992: 10). Spojrzenie na historię pozwala ponad to zaobserwować pewną prawidłowość, mianowicie, że każde nowe medium wzbudzało kontrowersje i obawy, było postrzegane przez tradycjonalistów jako zaburzenie pewnego porządku rzeczy. Publicystyka miała uśmiercić literaturę w tradycyjnym rozumieniu, zaś pojawienie się radia, jak się powszechnie obawiano, miało położyć kres czytelnictwu. Ekspansja telewizji w drugiej połowie minionego stulecia miała niechybnie wyrugować pozostałe

media, a wielu dostrzegało i wciąż dostrzega zagrożenia z nią związane. Bohater powieści „Telewidz na gościnnych występach” Kurta Oesterle, wspomina, że w dzieciństwie rodzice zabraniali mu oglądać telewizję, mówiąc, „że na początku szkodzi tylko oczom. Jednak temu, kto się od niej w porę nie uwolni, wyżera duszę, wypalając w niej w końcu sine, postrzępione na brzegach dziury, których już nijak nie da się zacero- wać” (Oesterle 2005: 7). Dziś wiele autorytetów, podobnie jak wcześniej, wieszczy koniec kultury (wyższej), upatrując źródła problemów w in- ternetyzacji i digitalizacji mediów. Jak zauważa Stanisław Gajda:

Nowe media zalewają nas informacjami. Spełnia się prognoza S. Lema o groźbie utonięcia w informacyjnej powodzi. Nasz mózg jest zaprogramowany na ich gromadzenie, lecz ewolucja nie przewidywała takiej ilości masy informacji i tak szybkiego jej ruchu. Stąd z jednej strony infoholizm, czyli chaotyczne, wręcz chorobliwe na- sycanie mózgu informacjami, a z drugiej – problemy z ich selekcją, oceną, przetwarzaniem oraz zapamiętywaniem i zapomnianiem. W rezultacie spłyca myślenie, słabnie wytrwałość i zdolność koncentracji. (Gajda 2010: 26)

Nastał swoisty dysonans, jako że z jednej strony dominujące jeszcze do niedawna prasa, radio i telewizja ustępują pola wszechobecnemu Internetowi, zaś z drugiej strony przywołane media funkcjonują w du- żej mierze dzięki Internetowi właśnie, będącemu ich kanałem trans- misyjnym. Trudno nie zauważyć, że niemal każdy wydawca i nadawca utrzymuje własną witrynę internetową, przeważnie gazety i czasopi- sma są dostępne w wersji elektronicznej, a audycje radiowe i telewizyjne udostępniane także w formie podcastów. Jednakże wszelkie złowróz- bne oceny dotyczące przyszłości mediów okazują się, tak jak i wiesz- czono to naonczas, najczęściej przesadzone. Pomińmy w tym miejscu stale podnoszoną kwestię normy i poprawności dyskursu prasowego, radiowego, telewizyjnego czy internetowego, tym bardziej, że dostępne są szczegółowe analizy tych zagadnień, a skupmy się na pozytywnym,

kreatywnym wymiarze amalgamacji mediów. Artykuły opublikowane w niniejszej monografii stanowią doskonałą ilustrację takich właśnie pozytywnych zjawisk, otwierających nowe i nieznane dotychczas perspektywy badawcze, zarówno te o charakterze inter- i transdyscyplinarnym, tj. hashtagi, fuzje gier komputerowych i dzieł literackich, również w postaci renarracji, ujęcia sonetów z aplikacjami internetowymi, jak również te bliższe analizie lingwistycznej Nowych Mediów, czyli kwestia komizmu w Internecie, hipertekstów oraz intertekstualności internetowej, nie wyłączając negatywnych aspektów komunikacji internetowej w postaci trollingu oraz hejtingu. Nie bez znaczenia okazują się Nowe Media w swym oddziaływaniu na formę języka, modyfikując ją znacznie i to nie tylko na płaszczyźnie syntaktycznej, ale również i fonologicznej, co początkowo mogłoby dziwić ze względu na charakter komunikacji Nowych Mediów, jest jednak jak się okazuje uprawnionym kierunkiem zmian, o czym mowa w ostatnim rozdziale niniejszego tomu. Choć poszczególne rozdziały monografii dotyczą najróżniejszych płaszczyzn badawczych, to jednak należy podkreślić, że publikacja nie ma ambicji kompleksowego i wyczerpującego ujęcia problematyki Nowych Mediów. Jednakże mamy nadzieję, że będzie to wartościowy, jakkolwiek skromny przyczynek, do badań nad tą tematyką, stanowiący punkt wyjścia do kolejnych ciekawych analiz w rzeczonym zakresie.

Łódź, w styczniu 2016 r.

Łukasz Płes

Krzysztof Sakowski

Wstęp

Bibliografia

Gajda S., 2010, *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010, 25–31.

Oesterle K., 2005, *Telewizja na gościnnych występach, czyli jak uczyłem się poznawać świat*, tłum. M. Półroła et al., Łask.

Schneider W., 1992, *Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache*, München, Zürich.



ROZDZIAŁ I

Arkadiusz Lorenc

Uniwersytet Łódzki

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić? Kilka słów na temat wizualnych i werbalnych elementów memów internetowych

Wstęp

Dotychczas w dyskursie naukowym niewiele zostało powiedziane na temat memów internetowych. Trzeba jednak zaznaczyć, że memy internetowe stały się bardzo popularne w ciągu ostatnich lat. Mimo to badanie humoru ogranicza się głównie do jego werbalnych form, takich jak żarty. Celem niniejszego artykułu jest przeanalizowanie werbalnej części memów internetowych złożonych z grafiki i podpisu. Warto zwrócić uwagę, że chociaż sam mem jako całość z reguły ma charakter humorystyczny, to już jego część werbalna (analizowana w oderwaniu od części niewerbalnej – obrazka) nie zawsze niesie ze sobą potencjał wywoływania reakcji humorystycznej u odbiorcy.

W artykule zostanie podjęta próba wykazania, że istnieje intersemiotyczny związek między obrazem i słowem, który powoduje, że mem staje się zabawny.

Aby w pełni zrozumieć problem, należy analizę rozpocząć od przyjrzenia się definicji memu. Dawkins (1976: 192) zdefiniował mem jako jednostkę kulturową (*cultural unit*) zdolną do tworzenia bardziej skomplikowanych form-organizmów kulturowych (*complex cultural organisms*). Tworząc pojęcie memu, Dawkins (1976: 192) odniósł się do antycznej tradycji i greckiego słowa *mimeme*, oznaczającego *to, co jest imitowane*.

Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, że w przypadku analizy, której wyniki przedstawione są w niniejszym artykule, posłużenie się definicją memu zaproponowaną przez Dawkinsa nie jest wystarczające. Konieczny jest wybór nieco bardziej precyzyjnej definicji, która uwzględni nie tylko mem jako taki, lecz jego rodzaj: mem internetowy.

Na potrzeby niniejszej analizy definiuje się zatem mem internetowy jako jednostkę złożoną z elementu wizualnego (obrazka, nazywanego dalej także matrycą memu) oraz elementu werbalnego (podpisu) wraz z wszystkimi jej wariacjami.

Podczas analizowania memu internetowego odbiorca w pierwszej kolejności zauważa jego wizualną część. Dopiero później zapoznaje się z treścią podpisu, by przeanalizować go w odniesieniu do obejrzonej wcześniej grafiki.

Trzeba zaznaczyć, że najważniejszą częścią memu, konstytuującą go, jest część wizualna. To na jej podstawie użytkownicy Internetu są w stanie podzielić memy na poszczególne rodzaje, nadając im nazwy. Wśród najpopularniejszych, zarówno w polskim jak i w światowym Internecie, znajdują się między innymi *Grumpy Cat*, *Insanity Wolf* czy *Scumbag Steve*. Nazwy memów nadawane są na podstawie postaci widniejących na obrazkach.

Podając definicję memu internetowego warto zwrócić uwagę na fakt, że istnieje z reguły wiele wariacji danego memu. Aby powstała wariacja memu internetowego, należy dołączyć do wybranej matrycy, przedstawiającej określonego bohatera, unikalny podpis. Innymi sło-

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić?...

wy, to zmiana elementu werbalnego memu powoduje powstanie jego wariacji. Gdyby doszło do zmiany elementu wizualnego, mielibyśmy do czynienia z zupełnie nowym memem. Dlatego też uzasadnione jest twierdzenie, że częścią definiującą i konstytuującą mem internetowy jest jego element wizualny.

Warto zaznaczyć, że istnieje wiele rodzajów memów internetowych (obrazek, wideo, cytat, etc.). Nie są one jednak przedmiotem analizy, której wyniki prezentowane są w niniejszym artykule, zatem zostaną tu pominięte.

Kilka słów o metodologii

Analizie poddano 320 obrazków (wariacji memów internetowych) zebranych 6 grudnia 2014 roku. Memy były publikowane na stronie memegenerator.net (dlatego w ramach niniejszego artykułu omawiane będą memy, których część werbalna napisana jest po angielsku).

Autor zdecydował się na powyższe źródło obrazków, ponieważ znalazło się ono w „top 10” w wyszukiwarce internetowej Google po wpisaniu w miejscu wyszukiwanej frazy „memes” (pol. memy) w dniu kompletowania korpusu.

Strona internetowa memegenerator.net posiada obszerne archiwum memów internetowych, które mogą być dalej oceniane przez użytkowników serwisu. Na tej podstawie memy dzielone są na poszczególne kategorie: *newest images* (6 tys. stron po 15 obrazków), *most popular images today* (9 stron po 15 obrazków), *most popular images this week* (40 stron po 15 obrazków), *most popular images this month* (22 strony po 15 obrazków) oraz *most popular images of all time* (28 tys. stron po 15 obrazków).

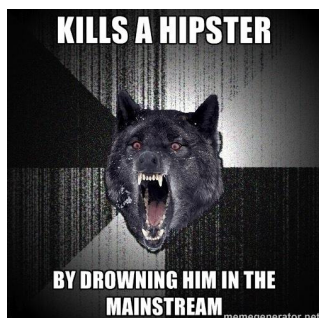
Do celów badań wybrano kategorię *most popular images this month*, ponieważ liczba obrazków zawartych w niej była stosunkowo duża i jednocześnie nie było potrzeby samodzielnej selekcji obrazków, co mogłoby zafałszować wynik badania.

Zestaw 320 obrazków został następnie podzielony na kategorie – w każdej z nich znajdował się jeden mem (kryterium podziału stanowiła matryca memu). Oznaczało to, że w każdej kategorii znajdował się przynajmniej jeden obrazek, będący wariacją memu internetowego, a zatem posiadający odmienną od reszty matrycę.

Wyniki

Po dokonaniu podziału okazało się, że powstało 98 kategorii zawierających jedną lub więcej wariacji memu internetowego. Kategorii składających się tylko z jednego obrazka było najwięcej: 56. Trzeba podkreślić, że połączenie ich w jedną wspólną grupę nie było możliwe, gdyż obrazki posiadały różne matryce. Takie działanie spowodowałoby zafałszowanie wyników badania.

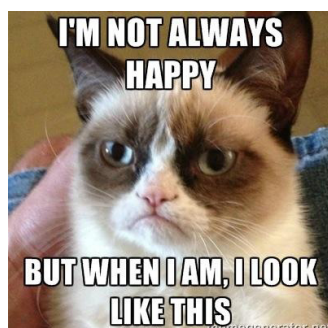
W 13 kategoriach znalazły się dwa obrazki, w siedmiu – trzy. Największa kategoria obejmowała w sumie 22 obrazki, będące wariacjami tego samego memu. Trzeba zwrócić uwagę na fakt, że w wielu przypadkach matryce memów internetowych poddanych analizie były podobne. Pomimo to konieczne było stworzenie oddzielnych kategorii także i dla takich memów. Należy bowiem pamiętać, że to, iż dwa obrazki przedstawiają przykładowo tę samą (lub: pozornie tę samą) postać, nie oznacza, że w obu przypadkach kojarzone są z nimi takie same emocje. Widać to dobrze na przykładzie obu wilków z memów:



Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić?...

W przypadku pierwszego z nich – *Insanity Wolf* – mamy do czynienia raczej z wyrażeniem szaleństwa, dzikości, zaś w przypadku drugiego – *Courage Wolf* – odwagi, brawury.

Tylko w niektórych przypadkach można uznać dwa różne obrazki za matrycę jednego memu. Jest tak wtedy, gdy na obu obrazkach znajduje się ta sama postać, z którą kojarzone są takie same emocje, np. *Grumpy Cat*:



Przedstawione powyżej przykłady pokazują, że z każdą matrycą memu wiążą się określone emocje, składające się na przekaz współgrający z elementem werbalnym memu.

Różne rodzaje podpisów w memach internetowych

W wyniku analizy powstała propozycja podziału werbalnych części memów internetowych na kilka kategorii. Kategoryzacja powstała w oparciu o jedno kryterium – to, czy podpis memu jest potencjalnie zabawny, jeśli zostanie zaprezentowany bez części wizualnej. Na tej podstawie analizowane memy podzielone zostały na trzy główne kategorie:

- A. Tekst potencjalnie humorystyczny jako podpis memu
- B. Tekst potencjalnie humorystyczny jako podpis memu – tekst niepełny

C. Tekst nieposiadający potencjału wywoływania reakcji humorystycznej jako podpis memu

Do oceny śmieszności tekstu autor artykułu posłużył się modelem „incongruity-resolution” zaproponowanym przez Salsa (1972), który jest powszechnie akceptowany przez badaczy humoru. Model ten pokazuje, że efekt humorystyczny wywoływany jest przez niespełnienie oczekiwań odbiorcy tekstu w stosunku do tego, co dalej nastąpi. Element powodujący niespełnienie owych oczekiwań występuje z reguły na końcu tekstu.

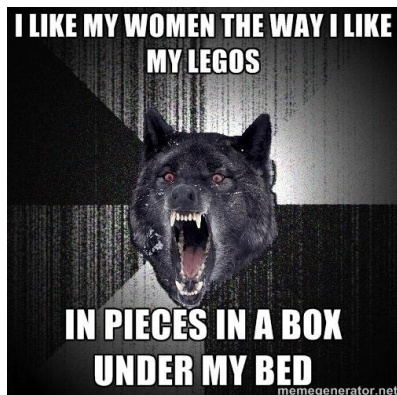
Tekst potencjalnie humorystyczny jako podpis memu

W przypadku tekstów, które są potencjalnie humorystyczne i zostały wykorzystane jako podpis memu internetowego, mamy do czynienia przede wszystkim z krótkimi formami żartów, zwanymi po angielsku *one-liners* (zob. Dynel 2009).

Można powiedzieć, że takie teksty są niejako pełne, w pełni wartościowe – niosą ze sobą wszystkie niezbędne informacje, dzięki którym odbiorca tekstu może zinterpretować go we właściwy sposób. Nie ma potrzeby dołączania obrazka, który uzupełniałby tekst, a mimo to – w przypadku memów internetowych opartych na takich właśnie tekstach – załączona jest grafika. Można podejrzewać, że jej obecność intensyfikuje wywoływany efekt humorystyczny. Aby jednak stwierdzić to z całą pewnością, należy poczynić dalsze badania.

Przykładem memu internetowego zbudowanego w oparciu o taki tekst, może być:

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić?...



W tekście *I like my women the way I like my legos. In pieces in a box under my bed* narasta inkongruencja (pierwsze zdanie), która jest dalej rozwiązana (drugie zdanie). Obrazek przedstawiający wilka (personifikującego szaleństwo, dzikość; zob. wcześniej) jest tylko dodatkiem, który współgra doskonale z treścią żartu, niosąc dodatkową treść – będąc zatem rozszerzeniem tekstu.

Tekst potencjalnie humorystyczny jako podpis memu – niepełny

W niektórych przypadkach zdarza się, że część werbalna memu internetowego może być uznana za humorystyczną pod warunkiem, że zostanie uzupełniona o dodatkowy element, umożliwiający pełne jej zrozumienie (może to być na przykład podmiot logiczny). Pomimo tego, że sam tekst jest niepełny (brakuje mu spójności syntaktycznej), może być rozpatrywany w kategoriach żartu: zawiera bowiem element odpowiadający za narastanie inkongruencji oraz element rozwiązujący. Widać to na przykładzie następującego memu:



Tekst *Is in relationship with his hand* jest potencjalnie śmieszny. Brakuje w nim jednak podmiotu. Odbiorca nie jest w stanie prawidłowo zrozumieć żartu. Co ważne, nawet jeśli ten tekst pojawiłby się w dłuższej dyskusji, nadal byłby tekstem niepełnym – brakuje mu bowiem podmiotu gramatycznego, niezbędnego w tym przypadku.

Rolę podmiotu w prezentowanym przypadku przejmuje bohater przedstawiony na obrazku. Jego obecność umożliwia poznawcze zrozumienie tekstu, uzupełnia go i do pewnego stopnia rozszerza przekazywane treści. Odbiorca jest w stanie docenić potencjał humorystyczny memu dopiero po skojarzeniu ze sobą treści niesionych przez część wizualną i werbalną.

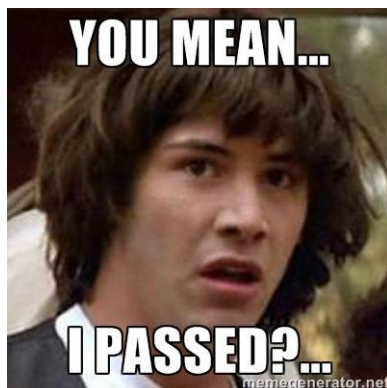
Tekst nieposiadający potencjału wywoływania reakcji humorystycznej jako podpis memu

W większości memów przeanalizowanych dla potrzeb niniejszego artykułu część werbalna nie miała potencjału wywoływania reakcji humorystycznej. Nie mieściła się w ramach modelu Sulsa, nie zawierała absurdu, nie była nonsensowna (te kategorie estetyczne także mogą odpowiadać za wywoływanie reakcji humorystycznej).

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić?...

Aby zrozumieć, dlaczego mem internetowy zbudowany w oparciu o taki tekst ma potencjał wywoływania reakcji humorystycznej, należy wziąć pod uwagę trzy elementy: część werbalną, część wizualną oraz intersemiotyczny związek między nimi. Co ciekawe, w przypadku obu poprzednich kategorii nie było takiej konieczności.

Memy należące do tej kategorii należy interpretować jako całość. Nie bez znaczenia jest w tym przypadku układ graficzny tekstu (tekst zwykle podzielony jest na dwie części). Oto przykłady memów należących do tej kategorii:



Żaden z tekstów, w oparciu o które zostały stworzone powyższe memy, nie jest zabawny w oderwaniu od obrazka. Dopiero wówczas, gdy analizie poddana zostanie całość, efektu humorystyczny jest widoczny.

Opisywane zależności łatwo zilustrować na przykładzie memu przedstawiającego kota *Grumpy Cat*. Tekst WOO. można potraktować jako groźbę¹. Groźba ta współgra doskonale z niezadowoloną miną kota. Sam fakt obecności mówiącego kota (to przecież on ma być autorem wypowiedzenia „WOO.”) nie wpływa na efekt humorystyczny: to część tzw. lokalnej logiki żartu (Ziv 1984), która dopuszcza występowanie w tekstach humorystycznych na przykład przemawiających zwierząt, pozostając bez większego wpływu na wywoływany przez tekst efekt humorystyczny.

Reakcja humorystyczna jest zatem w tym przypadku wywoływana tylko i wyłącznie poprzez intersemiotyczny związek między tekstem i obrazem.

Podsumowanie

Celem analizy było pokazanie, w jaki sposób część wizualna memu internetowego może rozszerzać lub uzupełniać treści przekazywane poprzez część werbalną.

Można stwierdzić, iż mem internetowy jest rozszerzoną formą żartu – dzięki temu, że składa się z dwóch elementów, umożliwia niejako dopełnienie elementu werbalnego. Może to robić na kilku płaszczyznach: może nieść z sobą bowiem informację zupełnie dodatkową, opcjonalną, niekonieczną dla zrozumienia przekazu; informację będącą dopełnie-

¹ Tym bardziej, że zakończony został kropką – znakiem interpunkcyjnym, którego paradoks w dzisiejszym Internecie polega na tym, że zaczęła zanikać, a potem znów się pojawił, stając się czymś tak niesłychanie osobliwym, że wartym zauważenia – kropka wzmacnia negatywne nacechowanie wymowy i nazywana jest często „kropką nienawiści”.

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić...

niem tekstu (np. podmiotem logicznym), a także informację zmieniającą charakter tekstu z niehumorystycznego na potencjalnie humorystyczny (o ile jest interpretowany w połączeniu z obrazkiem).

Memy internetowe są nader interesującym zagadnieniem, któremu, miejmy nadzieję, zostanie poświęcone nieco więcej uwagi ze strony językoznawców.

Bibliografia

- Attardo S., 1994, *Linguistic theories of humour*, New York.
- Attardo S., Raskin V., 1991, *Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model*, [w:] *Humour* 4, s. 293–347.
- Austin J. L., 1962, *How to do things with words*, Cambridge.
- Dawkins R., 1976, *The Selfish Gene*, New York.
- Dynel M., 2009, *Humourous Garden-Paths: A Pragmatic-Cognitive Study*, Newcastle.
- Dynel M., 2011, *Blending the incongruity-resolution model and the conceptual integration theory: The case of blends in pictorial advertising*, [w:] *International Review of Pragmatics* 3.1, s. 59–83.
- Dynel M., 2009, *Humourous Garden-Paths: A Pragmatic-Cognitive Study*, Newcastle.
- Giora R., 1991, *On the cognitive aspects of the joke*, [w:] *Journal of Pragmatics* 16:5, s. 465–486.
- Fauconnier G., Turner M., 2008, *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*, New York.
- Paulos J. A., 1980, *Mathematics and Humor*, Chicago.
- Raskin V., 1985, *Semantic mechanisms of humour*, Dordrecht.
- Ritchie G., 1999, *Developing the incongruity-resolution theory*, [w:] *Proceedings of AISB Symposium on Creative Language: Stories and Humour, Edinburgh, April 1999*, dostępny online: <https://www.era.lib.ed.ac.uk/bitstream/1842/3397/1/0007.pdf> (dostęp: 1.02.2016 r.).

- Rossolatos G., 2015, *The Ice-Bucket Challenge: The Legitimacy of the Memetic Mode of Cultural Reproduction Is the Message*, [w:] *Signs and Society* 3, no. 1 (March 2015), s. 132–152, dostępny online: <http://dx.doi.org/10.1086/679520> (dostęp: 1.02.2016 r.).
- Scott D. T., 2014, *The Empathetic Meme: Situating Chris Crocker Within the Media History of LGBT Equality Struggles*, [w:] *Journal of Communication Inquiry* 38, no. 4 (October 2014), s. 308–324, dostępny online: <http://dx.doi.org/10.1177/0196859914550690> (dostęp: 1.02.2016 r.).
- Segev E., Nissenbaum A., Stolero N., Shifman L., 2015, *Families and Networks of Internet Memes: The Relationship Between Cohesiveness, Uniqueness, and Quiddity Concreteness*, [w:] *Journal of Computer-Mediated Communication* (March 2015), s. 1–17, dostępny online: <http://dx.doi.org/10.1111/jcc4.12120> (dostęp: 1.02.2016 r.).
- Suls J., 1972, *A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: An information processing analysis*, [w:] *The Psychology of Humour*, red. J. Goldstein, P. McGhee, New York, s. 81–100.
- Wiggins B. E., Bret Bowers G., 2014, *Memes as genre: A structural analysis of the memescape*, [w:] *New Media & Society* 1 (2014), s. 1–21, dostępny online: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444814535194> (dostęp: 1.02.2016 r.).
- Ziv A., 1984, *Personality and Sense of Humour*, New York.

Streszczenie

Autor artykułu koncentruje się przede wszystkim na pokazaniu, że mem internetowy (definiowany jako jednostka graficzna złożona z części wizualnej i werbalnej) – dzięki temu, że jedną z części konstytuujących go jest element graficzny – może zostać uznany za rozszerzenie tradycyjnych żartów poprzez uzupełnienie ich dodatkowymi treściami lub zilustrowanie treści zawartych w tekście. Autor poszukuje odpowiedzi na pytanie: czy w ogóle i, jeśli tak, to w jakim stopniu element graficzny memu interneto-

Kiedy potencjalnie nieśmieszny tekst zaczyna bawić?...

wego przyczynia się do wzmocnienia efektu humorystycznego wywołanego przez tekst.

W artykule zwraca się ponadto uwagę na fakt, że teksty stanowiące część werbalną memu internetowego nie zawsze są humorystyczne z natury – nie zawsze zatem można nazywać je żartami. Szczegółowo omawia się te memy, których część werbalna zawiera w sobie element potencjalnie zdolny do wywołania reakcji humorystycznej u odbiorcy (zdarza się, że część werbalna memu internetowego jest krótkim żartem, znanym i powszechnie uznawanym za śmieszny, choć występował dotychczas bez elementu graficznego).

Podkreśla się jednak i szczegółowo omawia te przypadki, w których element werbalny posiada wprawdzie potencjał humorystyczny, jednak nie zawiera pełnej informacji dotyczącej podmiotu (o kim jest mowa w tekście?) lub innych informacji niezbędnych do umieszczenia tekstu w szerszym kontekście (o co chodzi?), *ergo* nie mógłby zostać prawidłowo zrozumiany, gdyby występował bez elementu wizualnego. Autor pokazuje, w jaki sposób element graficzny memu internetowego umożliwia pełne zrozumienie memu, konieczne dla wywołania efektu humorystycznego.

Słowa kluczowe: humor, mem, mem internetowy, Internet, związek intersemiotyczny, śmieszność

Summary

The author of the present work focuses on showing that an internet meme (defined here as a graphic unit composed of a visual and verbal part) can be seen as an extension of traditional joke thanks to its visual part. A meme illustrates the content presented by its graphical part. A question if the visual part of a meme intensifies the humourous effect evoked by the text (verbal part of meme) will be analysed. If that is the case, to what extent it contributes.

Also, it is shown that the verbal part of internet memes is not always humourous by nature. Hence, they not always can be called jokes. One of the aspects of the work are memes whose verbal part has a potential to evoke a humourous reaction (some verbal parts of memes analysed here

Arkadiusz Lorenc

are short jokes or one-liners, commonly accepted as funny, even if they weren't presented with any graphic).

However, some verbal parts of examined memes do contain an element conducive to humorous reaction but do not contain comprehensive information about the subject (what is the grammatical subject of the sentence?) or other information that is necessary to put the text in some wider context (what the text is about?). Therefore, such texts would not be understood if presented without any additional visual element.

The aim is to elicitate, how the visual part of a meme enables a complex understanding of its verbal part and, consequently, makes the whole unit funny.

Keywords: humour, meme, Internet meme, intersemiotic relation, humorousness, funniness



ROZDZIAŁ II

Arkadiusz Lorenc

Uniwersytet Łódzki

Dlaczego niektóre żarty są nieśmieszne? Analiza wybranych przykładów ze strony www.decee.de

Wstęp

Już od wielu lat językoznawców fascynuje analiza dyskursu humorystycznego. Opracowano wiele teorii, które mają za zadanie tłumaczyć, dlaczego niektóre teksty są potencjalnie humorystyczne.

Zdecydowana większość prac naukowych w zakresie badania humoru poświęcona jest jednak tym tekstom, które uznać należy za posiadające potencjał humorystyczny. Dotychczas niewiele powiedziano na temat tekstów, które, pomimo tego, że są kreowane na teksty humorystyczne, nie są w stanie wywołać humorystycznej reakcji u odbiorcy.

Celem niniejszej analizy jest ustalenie przyczyn, którymi można tłumaczyć fakt, że dany żart jest nieudany. Bowiem aby w pełni zrozumieć mechanizmy rządzące światem humoru, należy – zdaniem autora artykułu – zbadać nie tylko teksty powszechnie uznawane za zabawne, lecz także te, które nie śmieszą, chociaż ze względu na formę muszą zostać zaklasyfikowane jako teksty (potencjalnie) humorystyczne.

Wbrew obiegowej opinii śmiech nie jest kryterium, które pozwala ocenić, czy tekst jest humorystyczny, czy nie. Śmiech jest tylko pewną reakcją organizmu, która nie zawsze wywoływana jest przez

przedstawienie odbiorcy zabawnego tekstu. W celu oceny tego, czy tekst jest śmieszny, czy nie, należy posłużyć się zatem jedną z teorii opisujących mechanizmy rządzące humorem – w zależności od przyjętej metodologii.

Termin *Anti-Witze* opisuje w języku niemieckim takie żarty, z których „nikt się nie śmieje”. Warto dodać, że polskim odpowiednikiem tego terminu jest określenie *suchar*, używane przede wszystkim w środowisku internetowym (w polskim piśmiennictwie nie istnieje jeszcze utarte określenie, którym można by *suchar* zastąpić), zaś angielskim – *groaner*.

Metody

Analizowane teksty¹ pochodzą ze strony internetowej www.decece.de i zostały zgromadzone w dniu 27 grudnia 2014 r. Strona ta została wybrana do analizy ze względu na to, że znajdowała się na jednej z dziesięciu pierwszych pozycji wyników wyszukiwań Google po wpisaniu hasła „Anti-Witze”. Taki wybór materiału gwarantował obiektywne wyniki prowadzonej analizy.

Należy zaznaczyć, że stwierdzenie, iż analizowane żarty nie śmieszają nikogo, jest daleko idącym uproszczeniem. Humor jest kategorią idiosynkratyczną, co oznacza, że jeden tekst może wydawać się śmieszny dla pewnego odbiorcy, innego zaś śmieszyć nie będzie. Warto zauważyć, że jeden i ten sam tekst może wywoływać różne reakcje jednego odbiorcy, w zależności na przykład od tego, w jakim nastroju znajduje się on w danej chwili.

¹ Pytanie, czy wszystkie z analizowanych w ramach niniejszej pracy żartów odpowiadają kryteriom tekstowości, a zatem czy można je nazwać tekstami, pozostaje otwarte. Zdaniem autora przedmiotem dalszej dyskusji powinna być sprawa naruszenia jednego (lub kilku) z siedmiu (de Beaugrande, Dressler (1981)) kryteriów tekstowości przez żart i jego potencjał wywoływania reakcji humorystycznej.

Z tego też powodu autor niniejszego artykułu pozwolił sobie na skorzystanie z gotowego zbioru żartów określonych mianem *sucharów* i nie podejmował się samodzielnego decydowania o tym, czy wybrany żart należy zaklasyfikować jako *Anti-Witz*, czy też nie. Nie oceniał również (z tego samego powodu), czy wszystkie żarty, które znalazły się w badanym korpusie, powinny w istocie zostać tam umieszczone. Punktem wyjścia było zdanie się w zupełności na intuicję autorów strony, którzy – co warto podkreślić – są natywnymi użytkownikami języka niemieckiego.

Do analizy zebranego materiału posłużyły dostępne narzędzia stworzone na podstawie badań nad humorem, przede wszystkim zaś teoria „incongruity-resolution” (Suls 1972), która koncentruje się na linearnym rozwoju tekstu. Autor teorii postuluje, że każdy żart podzielić można ogólnie na trzy części: wprowadzenie, rozwinięcie oraz zakończenie, przy czym dwie pierwsze części są na ogół spójne, zaś w ostatniej zawarty jest element, który nie pasuje do oczekiwań odbiorcy tekstu, jakie rozwinęły się wraz z rozwojem żartu, budzi zdziwienie, jest niekongruentny. Odbiorca musi znaleźć rozwiązanie tego problemu, połączyć niepasujący element z resztą żartu, wykorzystując przy tym wiele mechanizmów kognitywnych – nawet, jeśli wymagałoby to od niego zrewidowania oczekiwań.

Wbrew początkowym oczekiwaniom do podziału zebranego materiału nie wykorzystano jednego kryterium, stąd też niewłaściwe byłoby opisywanie wyników prezentowanych badań słowem „klasyfikacja”. To raczej zbiór kilku grup żartów, luźno ze sobą połączonych, podzielonych wedle różnorodnych kryteriów. Ich wspólnym mianownikiem jest to, że w przypadku każdej grupy znaleźć można cechę, która powoduje, że żarty nie są (potencjalnie) śmieszne. Innymi słowy, celem było znalezienie powodów, dla których autor umieścił teksty na stronie internetowej pod hasłem *Anti-Witze*, oraz opisanie ich.

Zdaniem autora prezentowanego artykułu stworzenie homogenicznej klasyfikacji jest prawdopodobnie możliwe, jednak wymagałoby

przeprowadzenia badań multidyscyplinarnych z wykorzystaniem wielu zaawansowanych narzędzi. Dlatego też należy uznać temat ten za otwarty.

Badania nad nieśmiesznymi żartami

Chociaż w centrum zainteresowania językoznawców zajmujących się analizą dyskursu humorystycznego znajdują się przede wszystkim teksty uważane powszechnie za śmieszne (istotą badań jest dociekanie, co wywołuje reakcję humorystyczną w danym przypadku), to powstało również kilka prac naukowych poświęconych „nieśmiesznym żartom”.

Zdecydowana większość prac, w których podjęto próbę przeanalizowania problemu nieudanego humoru, koncentruje się na przedstawieniu i opisanu reakcji odbiorców na żarty, które są nieśmieszne. Oznacza to, że dotychczas językoznawcy zajmowali się nie tyle powodami, dla których niektóre teksty należące do dyskursu humorystycznego nie niosą potencjału wywoływania humorystycznej reakcji odbiorcy, lecz właśnie samymi reakcjami wywoływanymi przez takie teksty.

Badania na ten temat przeprowadziła m.in. Bell (2009), która stwierdziła, że odbiorcy w reakcji na nieśmieszne żarty na ogół udają śmiech lub wzdychają głośno i wymownie, lecz bardzo często zdarzają się także inne reakcje (wbrew temu, co dotychczas sądzili językoznawcy, którzy właśnie udawany śmiech uznawali za normalną reakcję na nieśmieszny żart). Bell (2009: 1828) wymieniła wśród możliwych reakcji m.in. śmiech, komentarze metajęzykowe, komentarze oceniające tekst, pytania retoryczne, sarkazm i ironię, zmianę tematu i inne. Żart, którym posługiwała się Bell podczas zbierania materiału, brzmiał *What did the big chimney say to the little chimney? Nothing. Chimneys can't talk* i występował w różnych wariacjach, dopasowanych do kontekstu rozmowy toczącej się między badającym i badanym.

W kolejnym artykule Bell (2009: 143–163) przeanalizowała reakcje na nieśmieszne żarty przez pryzmat teorii grzeczności językowej

(Brown, Levinson 1987). Bell zauważyła, że wiele z reakcji było niegrzecznych i w sposób otwarty atakowało twarz (w rozumieniu teorii grzeczności językowej) nadawcy komunikatu – nieśmiesznego żartu. W tym miejscu należy podkreślić to, co sygnalizowała autorka badania, tzn., że żarty prezentowane uczestnikom badania miały charakter dysrupcyjny, zaburzający tok konwersacji. I chociaż mogło to w jakimś stopniu wpływać na wyniki badania, wywołując określone reakcje jego uczestników, to należy podkreślić, że nie można uznać dysrupcyjnego charakteru nieśmiesznych żartów za powód ich niepowodzenia. Trzeba pamiętać, że taki charakter ma zdecydowana większość żartów, także tych, które mają potencjał wywoływania reakcji humorystycznej (Dy-nel 2009).

Wśród innych prac, które poruszały temat nieudanych żartów, wymienić należy prace Priego-Valverde (2009), Hay (2001), Bell i Attardo (2010). Wszystkie one koncentrowały się jednak przede wszystkim na odbiorze *sucharów*, a nie na powodach, dla których żarty te nie były śmieszne.

Wyniki i analiza

Zanim zostaną przedstawione badań, należy podkreślić, że w ramach niniejszej pracy przeanalizowano tylko teksty oparte na humorze językowym. Analiza tekstów nie uwzględniała ich kontekstu kulturowego, który często także jest częścią potencjału humorystycznego żartu.

Kontekst kulturowy uwzględniono jedynie w tych sytuacjach, w których konieczne było odszyfrowanie jakiegoś idiomu bądź innego związku wyrazowego typowego dla niemieckiej kultury. W przeciwnym razie niemożliwe byłoby pełne zrozumienie tekstu, a to jest przecież warunkiem dla jego dalszej analizy.

Warto zauważyć, że często za brak potencjału wywoływania reakcji humorystycznej w przypadku określonego żartu odpowiada kilka jego cech. W dalszej części artykułu przedstawione zostaną jedynie

przykłady najbardziej reprezentatywne dla wybranej grupy (niewykluczone jednak, że część z nich mogłaby zostać dopasowana jednocześnie do kilku grup).

Anti-Witze nieposiadające sensu

Pierwszą spośród wyodrębnionych grup nieśmiesznych żartów stanowią te teksty, które nie mają żadnego sensu. Nawet, jeśli pod uwagę wzięta zostanie tzw. lokalna logika (ang. *local logic*, zob. Ziv 1984), nie będzie możliwe zamaskowanie absurdu tkwiącego w żarcie. Przykładem takiego tekstu może być:

Treffen sich zwei Kühe auf der Weide.

Sagt die eine: „Muh!”

Sagt die andere: „Das wollte ich auch gerade sagen!”

Sam fakt, że w przytoczonym tekście opisane jest spotkanie dwóch rozmawiających krów, nie powinien dziwić. Antropomorfizacja, czy nawet personifikacja zwierząt jest częstym zabiegiem, stosowanym od stuleci w literaturze. Mówiące zwierzęta występują także często w żartach, zwykle tych o charakterze narracyjnym. W wielu przypadkach wpływa to nawet na wzmocnienie potencjału humorystycznego tekstu. Umożliwia to wspomniana już logika właściwa dla danego tekstu, która dopuszcza na przykład fakt, że zwierzęta mówią. W niektórych przypadkach *local logic* nie może spełnić jednak swojej funkcji – dobrym przykładem jest zacytowany żart.

Aby to zrozumieć, należy skoncentrować się na treści rozmowy obu krów. Wówczas zdać sobie można sprawę, że rozmowa ta nie ma najmniejszego sensu, nie posiada treści, jest nierелеwantna. Można zatem stwierdzić, że treść powyższego tekstu analizować można na dwóch płaszczyznach: pierwszą z nich obejmuje *local logic* (rozmowa dwóch krów na pastwisku), druga jednak w *local logic* nie jest już zawarta (ab-

Dlaczego niektóre żarty są nieśmieszne?...

surdalna treść rozmowy). Mimo to cały tekst nosi znamiona tekstu humorystycznego: dialog między zwierzętami o cechach typowych dla krótkiego żartu narracyjnego.

Kolejnym przykładem tekstu, jaki znalazł się w tej kategorii, jest:

Kommt ein Mann zu Bäcker und sagt: „Ich hätte gern 99 Brötchen.“

Sagt die Bäckersfrau: „Warum nehmen Sie denn nicht hundert?“

Sagt der Mann: „Um Himmels Willen! Wer soll die alle essen?“

Powyższy tekst strukturą przypomina bardzo poprzednio zacytowany – jedyna różnica polega na tym, że w tym przypadku rolę rozmaiwiających ze sobą krów przejmują ludzie.

Kolejny, ostatni już przykład:

Zwei Männer gehen ins Schwimmbad. Der eine springt ins Wasser. Der andere heißt Franz.

W tekście nie obserwujemy żadnego spójnego związku przyczynowo-skutkowego, obie części żartu nie są ze sobą połączone. W żarcie nie ma ponadto puenty, która legitymizowałaby taki stan rzeczy. Tekst jest zatem niespójny, niekoherentny i absurdalny, bezsensowny. Nosi jednak znamiona tekstu humorystycznego.

Anti-Witze oparte na fonetycznym podobieństwie leksemów

Homonimia i homofonia bardzo często występuje w żartach, przyczyniając się do powstania ich potencjału humorystycznego. Do analizy takich żartów bardzo dobrze służy teoria amalgamacji językowej (Turner, Fauconnier 2002), oparta na istnieniu dwóch lub więcej płaszczyzn wejściowych (*input spaces*), służących do utworzenia amalgamatu (*blend*).

Odbiorca tekstu zbudowanego na tej zasadzie musi sam odszyfrować obie płaszczyzny wejściowe i znaleźć klucz, który pozwolił na ich połączenie ze sobą. Jest to zazwyczaj zaskakujące i wywołuje reakcję humorystyczną.”

Warto zauważyć jednak, że część tekstów oparta jest nie na całkowitej homofonii lub homonimii, lecz na podobieństwie fonetycznym leksemów. Przykład takiego tekstu to:

Sitzen zwei Äpfel auf dem Baum und unterhalten sich.

Da kommt eine Birne vorbeigeflogen.

Sagt der eine Apfel: „Hey, Birnen können doch gar nicht fliegen.“

Sagt die Birne: „Wieso, ich bin doch die Birne Maja!“

Element podobieństwa fonetycznego leksemów występuje w zacytowanym żarcie dopiero na końcu, dlatego można uznać, że tekst posiada puentę. Linearna struktura żartu z perspektywy odbiorcy przebiega w sposób następujący: odbiorca poznaje sytuację komunikacyjną (*Sitzen zwei Äpfel auf dem Baum und unterhalten sich*) – odbiorca dowiaduje się o przelatującej gruszce: wyobraża sobie, że gruszka zwyczajnie spada (*Da kommt eine Birne vorbeigeflogen*) – odbiorca zapoznaje się z wypowiedzią jabłka, jakoby gruszki nie potrafiły latać (*Hey, Birnen können doch gar nicht fliegen*) – otrzymuje odpowiedź gruszki (*Wieso, ich bin doch die Birne Maja!*). Tekst jest zatem spójny, odbiorca rozumie w pełni wszystkie zależności i związki przyczynowo-skutkowe. Jest w stanie zauważyć podobieństwo fonetyczne leksemów *Biene* i *Birne* (transkrybowane zgodnie ze słownikiem DUDEN jako [ˈbi:nə] i [ˈbirnə]). Mimo to owo podobieństwo nie jest wystarczająco duże, by wywołać reakcję humorystyczną odbiorcy.

Kolejnym przykładem żartu należącego do tej grupy jest:

Ich kauf mir was leckeres zum Anziehen. Einen Pizza-Hut.

Dlaczego niektóre żarty są nieśmieszne?...

Przytoczony żart nie ma formy narracyjnej. Mimo to zawiera element nadający mu potencjał humorystyczny – niestety, nie dość wyraźny, by wywołać reakcję humorystyczną odbiorcy.

Podobieństwo fonetyczne dwóch leksemów: angielskiego ['pi:tə hʌt] (za: Oxford Dictionary) i niemieckiego Pizza-Hut ([pi:tə hu:t]) jest zbyt małe, by śmieszyć.

Anti-Witze nieposiadające puenty

Zaprezentowane powyżej teksty posiadały puentę. Zdarzały się jednak wśród analizowanych żartów takie, które puenty nie posiadały, co powodowało, że odbiorca nie mógł w pełni dostrzec związków znaczeniowych między poszczególnymi elementami żartu.

Puenta umożliwia wywołanie reakcji humorystycznej, jest bowiem tym elementem, który łączy tekst, zwraca uwagę na drugie, ukryte znaczenie. Teksty, które nie posiadają puenty, z reguły nie śmieszają – nawet, jeśli zamierzenie ich autora lub nadawcy było inne, a sam tekst nosi strukturalne znamiona typowego żartu.

Przykładem jednego z takich tekstów może być:

Treffen sich zwei Kühe auf der Weide.

Sagt die eine: „Na, Du!”

Fragt die andere: „Warum gerade ich?”

Wypowiedź pierwszej krowy nie posiada funkcji informacyjnej, nie niesie żadnej treści. Pomimo tego, druga krowa odpowiada pytaniem. Odbiorca może oczekiwać, że dialog będzie kontynuowany – tak się jednak nie dzieje.

Treść rozmowy jest absurdalna, nonsensowna; brakuje pointy, która pomogłaby zrozumieć, o co chodzi w żarcie. Bez pointy tekst nie jest śmieszny – jest tylko dziwny, niezrozumiały, a to nie wystarcza do wywołania reakcji humorystycznej.

Anti-Witze o banalnej formie i treści

Niektóre z przeanalizowanych w ramach niniejszej pracy tekstów charakteryzowały się banalną, oczywistą (czasem wręcz nudną) treścią lub przewidywalną formą. Odbiorca takich tekstów nie musiał natrudzić się, by zrozumieć puentę (dlatego też nie była ona zaskakująca i stąd, nie mogła pełnić swej funkcji w sposób właściwy).

Przykładem tekstu o oczywistej formie (i niewyszukanej treści zarazem) może być:

*Warum können Schweine kein Fahrrad fahren?
Weil sie keinen Daumen zum Klingeln haben!*

Żart przyjmuje formę typowej zagadki. Ze względu na absurdalną treść pytania, odbiorca może od razu ocenić, że ma do czynienia z żartem. W zależności od posiadanej przez niego wiedzy na temat tekstów tego typu, może to wpłynąć na odbiór żartu i uznanie go za nieśmieszny. Odbiorca nie musi wkładać wiele wysiłku w zrozumienie tekstu, dlatego nie jest nim rozbawiony.

Podsumowanie

Celem niniejszej analizy było zwrócenie uwagi na problematykę nieśmiesznych żartów (*Anti-Witze, groaners, suchary*), a tym samym na temat, który dotychczas był pomijany przez językoznawców zajmujących się analizą dyskursu humorystycznego.

Trzeba zauważyć, że problem jest bardzo złożony, dlatego przedstawiony podział żartów na kilka grup jest jedynie propozycją rozpoczęcia naukowej dyskusji na ten temat. Jak zaznaczono, proponowany podział tekstów nie jest kategoryzacją opartą na jednym, spójnym kryterium. Zapropionowany podział ogranicza się mianowicie do trzech luźno ze sobą powiązanych grup tekstów:

1. *Anti-Witze* nieposiadające sensu
2. *Anti-Witze* oparte na fonetycznym podobieństwie leksemów
3. *Anti-Witze* bez puenty
4. *Anti-Witze* o banalnej formie i treści

Pierwsza z kategorii zawiera teksty bezsensowne (także po wzięciu pod uwagę *local logic*). Druga grupa obejmuje żarty zbudowane na podobieństwie fonetycznym leksemów, które jest zbyt małe, by wywołać reakcję humorystyczną odbiorcy. To, w jakim stopniu dwa leksemy muszą być do siebie podobne, by można było je wykorzystać w żarcie, i by śmieszyły, pozostaje pytaniem otwartym, zadany już zresztą w literaturze (Binsted 1996).

Kolejna z zaproponowanych grup obejmuje teksty nieposiadające puenty, często absurdalne i bezsensowne. Odbiorca takich tekstów nie potrafi rozwiązać narastającego braku kongruencji, dlatego tekst uznawany jest za nieśmieszny.

W ostatniej grupie znalazły się żarty oczywiste, o banalnej formie i często także nieciekawej i prostej treści, niewymagające od odbiorcy niemal żadnego wysiłku kognitywnego.

Naukowa analiza nieśmiesznych żartów jest bardzo ważnym (choć metodologicznie trudnym do opisanego) elementem dyskursu naukowego poświęconego badaniu humoru, dotychczas zwykle pomijanym. Z tego powodu warto zastanowić się nad tym problemem i poświęcić mu uwagę.

Bibliografia

- Attardo S., 1994, *Linguistic theories of humour*, New York.
- Binsted K., 1996, *Machine humour: An implemented model of puns*, Edinburgh.
- Bell N., 2009, *Responses to failed humor*, [w:] *Journal of Pragmatics* 41, s. 1825–1836.

- Bell N., 2009, *Impolite responses to failde humor*, [w:] *Humor in Interaction*, red. N. R. Norrick, D. Chiaro, s. 143–163.
- Bell N., Attardo S., 2010, *Failed humor: Issues in non-native speakers' appreciation and understanding of humor*, [w:] *Intercultural Pragmatics* 7:3, s. 423–447.
- Coulson S., Urbach T., Kutas M., 2006, *Looking back: Joke comprehension and the space structuring model*, [w:] *HUMOR* 19:3, s. 229–250.
- Dynel M., 2009, *Humourous Garden-Paths: A Pragmatic-Cognitive Study*, Newcastle.
- Giora R., 1991, *On the cognitive aspects of the joke*, [w:] *Journal of Pragmatics* 16:5, s. 465–486.
- Henderson J., 1999, *Writing Down Rome: Satire, Comedy, and Other Offences in Latin Poetry*, Oxford.
- Hauser S., 2005, *Wie Kinder Witze erzählen: eine linguistische Studie zum Erwerb narrativer Fähigkeiten*, Bern.
- Hay J., 2001, *The pragmatics of humor support*, [w:] *HUMOR* 4:1, s. 55–82.
- Priego-Valverde B., 2009, *Failed humor in conversation. A double voicing analysis*, [w:] *Humor in Interaction*, red. N. R. Norrick, D. Chiaro, s. 165–183.
- Ritchie G., 1999, *Developing the Incongruity-Resolution Theory*, [w:] *Proceedings of AISB Symposium on Creative Language: Stories and Humour*. Edinburgh, s. 78–85.
- Ritchie G., 2002, *The Structure of Forced Reinterpretation Jokes*, [w:] *Proceedings of April Fools' Day Workshop on Computational Humour (TWLT 20)*, Enschede, s. 47–56.
- Suls J., 1972, *A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: An information processing analysis*, [w:] *The Psychology of Humour*, red. J. Goldstein, P. McGhee, New York, s. 81–100.
- Shibles, W. A., 1998, *Humor Reference Guide: A Comprehensive Classification and Analysis*, Carbondale.

Turner M., Fauconnier G., 2002, *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York.

Ziv A., 1984, *Personality and Sense of Humour*, New York.

Streszczenie

Praca koncentruje się na analizie żartów nieśmiesznych w języku niemieckim, przy czym za takie żarty uznane zostały teksty korpusu opublikowane na stronie internetowej www.decee.de pod hasłem „Anti-Witze”, które w języku niemieckim jest funkcjonalnym odpowiednikiem polskiego terminu „suchary”. Warto zauważyć, że dotychczas większość językoznawców zajmujących się analizą dyskursu humorystycznego pomijała temat żartów nieśmiesznych, stąd też nie istnieje nawet przyjęte powszechnie określenie na tego typu teksty.

Pomimo trudności metodologicznych w stworzeniu spójnego systemu klasyfikacji zebranych tekstów korpusu w oparciu o jedno, wspólne kryterium, Anti-Witze zostały przez autora podzielone na kilka grup według powodów, które mogły odpowiadać za niepowodzenie analizowanych żartów. Wśród proponowanych grup znalazły się między innymi teksty o banalnej treści i prostej formie, teksty oparte na (niewystarczającym) podobieństwie fonetycznym i inne.

Chociaż badanie tekstów uznawanych za nieśmieszne, lecz przyjmujących formę tradycyjnych żartów, może powodować niemałe trudności metodologiczne, autor uważa, że ich analiza stanowi ważne uzupełnienie językoznawczych badań nad humorem.

Słowa kluczowe: humor, suchar, Anti-Witz, żart, dyskurs humorystyczny, śmieszność

Summary

The focus of this work is the analysis of unfunny jokes in German. Texts taken as unfunny jokes were found on the website www.decee.de and they are described as „Anti-Witze”, which means „groaners” in English and

Arkadiusz Lorenc

„suchary” in Polish. Until now researchers in humour concentrated on an arguably funny texts, while unfunny jokes remained neglected. Hence, in Polish there is no consistent scientific term that describes that kind of texts.

Despite many methodological problems with creating homogeneous classification based on one common criterium for the groaners, they were divided into smaller groups taking into account possible reasons for their failure. Within proposed groups there were eg. texts with predictable structure and easy content or texts whose humorous potential lies in (insufficient) phonetic similarity of two or more language units.

Even though scholarly analysis of unfunny texts in a form of a typical joke can be methodologically difficult, the author of this work proposes that the present study compliments linguistic research on humour.

Keywords: humour, suchar, groaner, Anti-Witz, humour research, humorousness, funniness



ROZDZIAŁ III

Yuliia Zazuliak

Uniwersytet Palackiego w Ołomuńcu

Intertekstualność polskich mediów internetowych

*Jesteśmy tym, co czytamy
(Jesteśmy tym, co jemy. Hipokrates)*

Niniejsze badanie skupia się na identyfikacji i szczegółowej analizie zjawiska intertekstualności w tekstach polskich mediów internetowych: Tygodnik Polityka, Gazeta.pl, Gazeta Wyborcza i inne.

Tekst stanowiący obiekt badań jest skomplikowaną konstrukcją semantyczną. Jest najwyższą realizacją języka definiowanego jako system znaków. W nowoczesnej lingwistyce nie ma jednej definicji pojęcia tekstu, ale opierając się na klasycznej i najbardziej powszechnej definicji rosyjskiego badacza I. Halperina możemy powiedzieć, że tekst jest produktem procesu językotwórczego, którego główną cechą charakterystyczną jest kompletność. Realizuje się ona przez pragmatycznie ukierunkowane relacje różnych typów leksykalnych, gramatycznych, stylistycznych i logicznych (zob. Halperin 2008: 14).

Takie podejście do definiowania pojęcia tekstu w znacznym stopniu ogranicza jego zrozumienie, niezbędne dla prowadzonego badania. Poza naszą uwagę pozostaje komunikacja pozawerbalna: muzyka, film, dzieła sztuki, realia życiowe, wymiar duchowy itp., którą współczesna lingwokulturologia również pojmuje w kategoriach tekstów istniejących w formie alternatywnej, odmiennej od tradycyjnego pojmowania lingwistyki. Zgodnie z opinią strukturalistów i poststrukturalistów

ludzka wiedza o sobie i o świecie umieszczona jest w słowie, więc możemy mówić o „Tekstach Kultury” (J. Lotman, za Milovidov 2000: 10) i o „Tekstach Życia” (R. Barthes, za Milovidov 2000: 10).

Pomimo rozmaitych interpretacji pojęcia tekstu istnieją niektóre cechy, które definiują jego istotę. Przede wszystkim są to integralność i łączliwość. Mówiąc o integralności, mamy na myśli wewnętrzną skończoność treści i jedność myśli, a o łączliwości – proces łączenia nie tylko sąsiednich elementów tekstu, ale także tych, które znajdują się poza płaszczyzną werbalną. T. van Dijk rozróżnia dwa rodzaje łączliwości: globalną i lokalną, które są na różnych poziomach dyskursu. Łączliwość lokalna opisuje relacje między sąsiednimi podstawowymi pozycjami. Łączliwość globalna jest znacznie uogólniona, ma szerszy zakres i obejmuje dyskurs w całości albo poszczególne jego elementy (zob. Filipov 2003: 135).

W XX wieku zaszły istotne zmiany w rozumieniu pojęcia tekstu. Jak zaznaczają N. Kuzniecova i N. Trofimova w swojej książce „Tekst publicystyczny. Analiza lingwistyczna”: tekst przestaje być obiektem materialnym o ustalonym kształcie, natomiast zaczyna się go rozpatrywać jako bardziej skomplikowaną formację. Naukowcy wymieniają następujące cechy: tekst jest zasadniczo sytuacyjny (zależy od sytuacji komunikowania), fragmentaryczny (posiada elementy składowe), ciągły (tekst nie równa się prostej sumie zawartych w nim zdań). Tekst zawiera syntagmatyczne relacje (np. cykl wykładów, zbiór dzieł pisarza itp.) i paradygmatyczne relacje (różne teksty mogą opisywać ten sam referent – przedmiot otaczającego świata, czyli pozajęzykowej rzeczywistości, przy czym pozostają względnie ekwiwalentami).

Współczesny człowiek jest stale otoczony tekstami o różnym charakterze i kształcie. Niezależnie od naszej woli, żyjemy w ciągłym strumieniu informacji, które opracowujemy świadomie lub nieświadomie. Najczęściej spotykane teksty to mediateksty, które wspierają masową komunikację, tworząc globalną przestrzeń informacyjną.

Na wstępie należy zauważyć, że mediatekst może być produktem zarówno autorskim jak i kolegialnym, wyrażonym w formie pisemnej, ustnej lub wizualnej, rozpowszechnionym za pośrednictwem druku, publikacji w Internecie, radiu i telewizji.

Koncepcja mediatekstu posiada wszystkie wymienione cechy tekstu w tradycyjnym ujęciu językowym, poza tym niektóre unikalne, pozwalające mówić o przekroczeniu płaszczyzny werbalnej. Badaczka T. Dobrosklonskaya podkreśla, że w odróżnieniu od liniowego odczytywania tekstu jako semantycznego połączenia znaków werbalnych, tekst w komunikacji masowej nabiera cech wielowymiarowości i objętości. Jest to spowodowane kombinacją werbalnej części tekstu ze środkami medialnymi w zależności od typu mediów. W prasie werbalny tekst łączy się z grafiką i ilustracjami. W radiu element słowny jest szczególnie wyrazisty za pomocą środków dźwiękowych. Telewizja poszerza granice tekstu, wykorzystując możliwości wizualne (zob. Dobrosklonskaya 2008: 29).

Na szczególną uwagę zasługują teksty w mediach internetowych. Pomimo tego, że łączą wszystkie powyżej wymienione cechy publicystyczne, telewizyjne, i radiowe, umożliwiają także nieliniowe odczytywania tekstu poprzez linki (odnośniki) umieszczone w tekście. Ten proces odbywa się w formie interaktywnego rozgałęzienia w sieci Internet. Zabiegi te przyspieszają i pogłębiają zrozumienie treści mediatekstu, gdyż głównym celem takich tekstów jest informowanie.

Oprócz tak zwanej technicznej wielowymiarowości tekstów mediów internetowych obserwowana jest także werbalna wielowymiarowość. Mediatekst, pomimo standardowych i regularnie powtarzanych elementów językowych, jest wypełniony „obcymi” elementami na poziomie semantyczno-kognitywnym w celu poszerzenia i pogłębienia treści oraz znaczenia tekstu. Oznacza to, że na poziomie lingwo-kognitywnym osobowość językowa musi posiadać ogólną wiedzę o obrazie świata, za pomocą której będzie w stanie odczytać i zrozumieć znaczenie „obcych” elementów lub z powodu braku wiedzy nie będzie mogła ich odczytać.

Mówiąc o „obcych” elementach mamy na myśli zjawiska, fakty, wydarzenia itp., które pozornie mają być znane dla przedstawiciela konkretnej lingwokultury. W teorii lingwistycznej takie elementy są rozpatrywane jako zjawiska precedensowe. Jeden z badaczy tego zjawiska, V. Krasnych, opracował następujące typologie: sytuacja precedensowa (pewna „ustalona”, „wzorcowa”, „idealna” sytuacja związana z zestawem konkretnych skojarzeń, konotacji), tekst precedensowy (kompletny i samowystarczalny produkt aktywności umysłowo-językowej), precedensowe imię (własne imię związane z dobrze znanym tekstem), precedensowe wyrażenie (reprodukowany produkt umysłowo-językowej aktywności, samowystarczająca jednostka) (zob. Krasnych 2003: 172).

Wypełnienie mediatekstów takimi elementami dodaje im wyrazistości, ekspresji, atrakcyjności. W razie potrzeby pozwala nie mówić wprost o pewnych rzeczach, zachęcając tym samym czytelnika do myślenia logicznego i analitycznego, pozostawiając szerokie pole dla interpretacji.

V. Krasnych zaznacza też, że zastosowanie takich elementów sygnalizuje odbiorcy: jeśli wiesz, co mam na myśli – jesteś „naszym” człowiekiem, więc tekst dla Ciebie, a odbiorca z kolei, rozkodowując precedensowe zjawiska w tekście czuje się „swoim” w pewnej grupie, gdzie to jest wiadome (zob. Krasnych 2003: 172-173). Grupy te mogą być dzielone ze względu na płeć, wiek, pochodzenie etniczne, religijne i inne.

Jednak teoria zjawisk precedensowych prezentuje dość wąskie rozumienie „obcych” elementów w mediatekście. Naszym zdaniem, problem ma o wiele głębszy charakter. Jak wspomniano powyżej, w niniejszym artykule badaniem zostają objęte nie tylko teksty w tradycyjnym pojmowaniu językowym, ale również w zakresie lingwokulturologii, biorąc pod uwagę „Teksty Życia i Kultury”. Zjawisko o wzajemnym przenikaniu tekstów, wymianie fragmentami i myślami w nauce lingwistycznej, znane jest jako intertekstualność. Termin ten do użytku naukowego wprowadziła J. Kristeva w latach sześćdziesiątych XX wieku. W swoich pracach Kristeva analizuje koncepcję intertekstualności jako procesu. Przede wszystkim interesuje ją dynamika tego zjawiska.

Na przestrzeni pewnego tekstu pojawiają się ślady innych tekstów, a wyrażenia zapożyczone z innych tekstów wzajemnie się nakładają i przenikają. Zapobiegając w ten sposób jednoznaczności tekstu, otwierają przestrzeń dla różnych sposobów odczytywania tekstu, jego interpretacji, produkując nowe znaczenia. Wśród badaczy tej problematyki możemy wymienić R. Barthesa, M. Bachtina, J. Łotmana, J. Arnold, J. Zhenett, N. Kuzmin, G. Kosykov, H. Fateeva i innych.

Znany badacz tego zjawiska R. Barthes zwraca uwagę na produktywność tekstu. Jego zdaniem przez spotkanie autora i czytelnika (odbiorcy do „dzieł”) tekst pracuje, produkuje nowe myśli. Podkreśla, że każdy tekst to intertekst, na różnych poziomach, w mniej lub bardziej rozpoznawalnych postaciach zawiera inne teksty – teksty kultury poprzedniej i współczesnej. Tekst tworzy tkaninę tkaną z cytatów. Do tekstu przenikają fragmenty innych tekstów, różnorodne wyrażenia, kody semantyczne, które podlegają transformacji i kształtowaniu w jedną całość nowego tekstu (zob. Piégay-Gros 2008: 53). Oznacza to, że każdy tekst mówi językiem poprzednich tekstów.

Inna koncepcja intertekstualności M. Riffatera odwraca uwagę od aktu czytania, do aktu rozpoznania obecności intertekstualności. Szczegółowo bada on rolę czytelnika (odbiorcy) posiadającego wolność i prawo do rozpoznawania oraz identyfikacji intertekstualności, ale jego wiedza i pamięć są głównymi kryteriami, które decydują o intertekstualności lub jej braku (zob. Piégay-Gros 2008: 57). W ten sposób, poprzez kategorię odczytywania (odbierania), naukowiec określa dwa rodzaje intertekstualności: opcjonalną i niezbędną.

Pierwszy typ **intertekstualności opcjonalnej** najczęściej charakteryzuje niezbyt oczywistą obecność intertekstualności, dlatego proces odczytywania nie jest obowiązkowy, czyli w przypadku nierozpoznania intertekstualności treść tekstu nie traci swojej głównej myśli, idei.

Kaczyński wygrał bitwę, ale czy premier Kopacz może jeszcze wygrać wojnę? (gazeta online „Tygodnik Polityka”, 18.11.2014)

W podanym przykładzie używa się intertekstu *wygrał bitwę - wygrać wojnę*, który uległ pewnej modyfikacji i jest pomiędzy kluczowymi częściami zdania. Dodaje to wyrazistości, ekspresji. Dzięki temu, że ma przezroczystą konotację nie wymaga od czytelnika wiedzy, że to słowa słynnego pisarza H. Jackson Brown, Jr «Bądź gotów przegrać bitwę, żeby wygrać wojnę».

Natomiast, **intertekstualność niezbędna** wymaga od czytelnika znajomości tekstu oryginalnego, czyli tego, z którego zapożyczono cytaty.

Kiełbasa uciekła, a Miller do piekła (gazeta online „Tygodnik Polityka”, 19.01.2015)

Treść danego zdania będzie brzmiała absurdalnie, jeżeli czytelnik nie jest zapoznany z dziecięcym wierszykiem, i tylko wtedy będzie mógł rozpoznać grę słowną.

*Jurek, ogórek
kiełbasa i sznurek.
Kiełbasa uciekła,
a Jurek do piekła.*

Również M. Riffater podkreśla odmienne odczytywanie intertekstualności ze względu na świadomość, pamięć, doświadczenie, różnicę pokoleniową. Z tego punktu widzenia intertekstualność jest całkowicie zależna od aktów odczytania, jeśli nie została zidentyfikowana, to staje się martwą literą (zob. Piégay-Gros 2008: 58). Warto zaznaczyć, że proces odczytywania intertekstów jest bardzo subiektywny.

Istotnym punktem naszego badania jest analiza sposobów i metod wprowadzania do tekstu intertekstów oraz ich oznaczanie. W oparciu o kryterium formalne możemy stwierdzić, że interteksty przenikają do tekstu czterema sposobami:

W postaci leksemów, czyli intertekstów, które formalnie pełnią rolę samodzielnych jednostek semantycznych i gramatycznych:

*Ewa Chodakowska: Czasem mnie pytają, czy jestem **terminatorem**.
A ja po prostu potrafię ryzykować.* (Gazeta.pl, 13.12.2014)

Podany intertekst pochodzi z tytułu amerykańskiego filmu „Terminator”, posiada konotacje wytrwałości, celowości. Na poziomie morfologicznym leksem jest zmienny, ma początkową formę mianownika liczby pojedynczej.

W postaci zwrotu, czyli intertekstu w postaci dwóch albo więcej leksemów połączonych składniowo:

Bad dad (Gazeta Wyborcza, wydanie internetowe, 13.11.2014)

Cytowany intertekst jest memem internetowym, pochodzi z anglojęzycznej przestrzeni kulturowej, dość często spotyka się go w opozycji do memu *Good dad*. Konotacja intertekstu pochodzi od stereotypów społecznych, że ojciec nie potrafi zaopiekować się swym dzieckiem, dlatego ono często znajduje się w sytuacjach komicznych lub tych, które mogą stanowić zagrożenie dla jego zdrowia lub życia. Interekst posłużył za tytuł artykułu opowiadającego o zachowaniu ojca sprzecznym z instynktem rodzicielskim.

W postaci frazy, czyli intertekstu, który tworzy konstrukcję gramatyczną z ideową oraz intonacyjną całością:

***Pokaż mi twoje mieszkanie, a powiem ci, kim jesteś** – jest w tym ziarno prawdy. To, w jaki sposób porządkujemy przestrzeń wokół siebie, jest odzwierciedleniem naszej osobowości.* (Polityka, wydanie internetowe, 07.02.2014)

Przywoływany intertekst wkracza w zdanie uzupełniając jego strukturę gramatyczną i semantyczną. Pochodzi od słynnej frazy Ernesta Hemingway'a: „Powiedz mi, kto jest twoim przyjacielem, a powiem ci, kim jesteś”. W tekście intertekst poddaje się transformacjom nie tylko formalnym (podział), ale również konotacyjnym. Główny wątek znaczeniowy, tj., że wybrane dla naszego otoczenia rzeczy mogą dużo o nas powiedzieć, przenoszą się z pola semantycznego żywych ludzi do pola semantycznego rzeczy materialnych, a dokładnie rzeczy domowych.

W postaci tematu, czyli intertekstualność, która nie ma formalnych wskaźników obecności, tylko pojedyncze leksemy albo struktury gramatyczno-stylistyczne odwołujące się do intertekstu:

Informację o „Chrobrym, który powstaje z popiołów”, podał Teleexpress. – Główne pąki zaczynają pęcznieć. (Gazeta Wyborcza, wydanie internetowe, 23.03.2015)

W tekście nie możemy znaleźć formalnych wskaźników obecności intertekstu, ale za pomocą leksemów *powstaje* i *popiołów* możemy mówić o ukrytej obecności intertekstu *feniks* – mitycznego stworzenia, które odradza się z popiołów.

Inną ważną kwestią naszego badania jest analiza akceptacji intertekstu przez zdanie według kryterium semantycznego. Na podstawie tego rozróżniamy 2 typy: intertekst absolutny oraz intertekst transformowany:

Intertekst absolutny nie podlega żadnym zmianom formalnym, ani semantycznym, pozostaje w autentycznym kształcie (zgodnie z tekstem, z którego pochodzi):

*8 lat w psychiatriku, czyli **lot nad kukułczym gniazdem** w Rybniku. (Gazeta Wyborcza, wydanie internetowe, 19.03.2015)*

Cytowany intertekst pochodzi od nazwy powieści „Lot nad kukułczym gniazdem” K. Keseya z 1962 r. W tekście Gazety Wyborczej intertekst **lot nad kukułczym gniazdem** zachowuje swoją formę, czyli nie podlega żadnym zmianom.

Jednak interpretacja intertekstu jest sprawą subiektywną, co bardzo dobrze ilustruje podany przykład, ponieważ oprócz powieści K. Keseya istnieje również filmowa adaptacja w reżyserii M. Formana z 1975 r. o tym samym tytule. Od wiedzy, doświadczenia, zainteresowań odbiorcy zależy, z jakim dziełem będzie skojarzony powyżej wymieniony intertekst.

Interekst transformowany podlega zmianom albo formalnym, albo semantycznym w stosunku do tekstu, w którym jest umieszczony:

Gry o polski tron (Tygodnik Polityka, wydanie internetowe, 09.03.2015)

Przytaczany intertekst pochodzi od nazwy powieści gatunku fantasy, na podstawie której powstał serial realizowany przez telewizję HBO, a także gra fabularna i gra planszowa. W tym przypadku widzimy, że istnieje możliwość niejednoznacznej interpretacji danego intertekstu. Interekst został zmieniony przez dodanie kolejnego leksemu *polski*, który wskazuje na lokalizację, a sam intertekst jest użyty w celu ekspresyjnego wyrażenia aktualnych spraw Polski, czyli wyborów prezydenckich.

Wspominając jeszcze raz o tym, że proces odczytywania intertekstów jest sprawą subiektywną i zależną od ogólnej wiedzy o obrazie świata posiadanym przez osobowość językową, powstaje następująca dwutypowa klasyfikacja kontekstualna intertekstu:

Interekstualność narodowa, czyli interteksty znane osobowości językowej pewnego państwa, kultury, grupy społecznej:

Ziemia (znowu) obiecana (Tygodnik Polityka, wydanie internetowe, 25.11.2014)

Intertekst będący tytułem artykułu pochodzi od nazwy biblijnego miejsca, do którego Mojżesz prowadził Izraelitów po wyprowadzeniu ich z Egiptu i przeprowadzeniu przez Morze Czerwone. Dodatkowo w realiach Polski znany jest również z tytułu powieści Władysława Reymonta „Ziemia obiecana” oraz jej ekranizacji A. Wajdy. Inne grupy lingwokulturowe prawdopodobnie nie skojarzą tego intertekstu z literaturą polską.

Intertekstualność uniwersalna, czyli interteksty, które w zasadzie powinny być znane osobowościom językowym różnych grup lingwokulturowych i narodowych:

*Czy on i skupieni wokół niego twardogłowi nacjonałiści próbują sprowokować prezydenta do **przejscia** ukraińskiego **Rubikonu**, za którym jest już tylko frontalna wojna?* (Gazeta Wyborcza, wydanie internetowe, 21.11.2014)

Przywoływany intertekst jest znany w postaci słynnego powiedzenia, pochodzącego z czasów Republiki Rzymskiej od nazwy rzeki Rubikon, która odgraniczała Galię Przedalpejską od Italii. Powiedzenie to oznacza podjęcie nieodwracalnej decyzji lub kroku o doniosłym znaczeniu. Kultura rzymska jest kulturą światową, znaną na całym świecie, dlatego osobowość językowa nie potrzebuje przynależności do danej kultury, żeby odczytać znaczenie przywoływanego fragmentu. Dla tego odczytanie podanego intertekstu nie sprawia większych problemów przedstawicielom lingwokultury polskiej, jak i każdej innej.

Podsumowując, warto podkreślić, że niniejsze badanie pojmuje pojęcie tekstu w znacznie szerszym, tj. lingwokulturowym zakresie. Zdaniem autorki niniejszego artykułu teksty nie istnieją tylko i wyłącznie na płaszczyźnie werbalnej, lecz są bardzo mocno związane z rzeczywistością, która ten tekst również na swój sposób tworzy. Proces wzajemnego przenikania takich testów badamy z punktu widzenia teorii intertekstualności.

Badania przeprowadzone na tekstach mediów internetowych pokazują dość dużą częstotliwość wprowadzania intertekstów do tekstów medialnych. Analiza tekstów pozwoliła określić cztery sposoby wprowadzania intertekstów do tekstu, a mianowicie: w postaci leksemu, wyrażenia, frazy i tematycznie. Wyróżniliśmy dwa sposoby odczytywania: opcjonalne i niezbędne, gdzie najważniejszym kryterium jest subiektywne odczucie odbiorcy. Na podstawie pochodzenia intertekstualności i możliwości odczytania intertekstu przez osobowość językową odszukaliśmy dwa typy intertekstualności: narodową i uniwersalną, chociaż ich granice są dość rozmyte. Zjawisko intertekstualności stało się przedmiotem intensywnych badań lingwistów. W zróżnicowany sposób traktuje się to pojęcie, stosuje się różne metody badawcze. Niniejszy artykuł jest próbą analizy sposobów wprowadzania intertekstu do tekstu oraz problematyki ich odczytywania.

Bibliografia

- Allen G., 2000, *Intertextuality*, London.
- Bernstein M., 2000, *More than legible: on links that readers don't want to follow. Proceedings of the eleventh ACM on Hypertext and hypermedia*, New York.
- Dobrosklonskaja T. H., 2008, *Jazyk sredstv massovoj komunikacii: učebnoje posobije*, Moskwa.
- Filipov K. A., 2003, *Linhvistika teksta: kurs lekcij*, Sankt-Peterburg.
- Halperin I. R., 2004, *Tekst kak obiekt linhvističeskoho issledovanija*, Moskwa.
- Krasnych V. V., 2003, „Svoj” sredi „čužych: mif ili realnost”, Moskwa.
- Milovidov V. A., 2000, *Ot semiotiki teksta do semiotiki diskursa*, Twer.
- Norrick N. R., 1989, *Intertextuality in humor*, [w:] *Humor – International Journal of Humor Research* 2 (2), s. 117–139.
- Piégay-Gros N., 2008, *Introduction à l'intertextualité*, Moskwa.

- Piekot T., 2006, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków.
- Riffaterre M., 1994, *Intertextuality vs. Hypertextuality*, [w:] *New Literary History* 25:4, s. 779–788.
- Verschueren J., 1996, *Remarks on Pragmatics and Intertextuality: A Preface to 'The Intertextual Dimension of Discourse*, [w:] *The Intertextual Dimension of Discourse: Pragmalinguistic-Cognitive-Hermeneutic Approaches*, red. B. Penas, Zaragoza.
- Wilson S. M., Peterson L.C., 2002. *The Anthropology of Online Communities*, [w:] *Annual Review of Anthropology* 31.1, s. 449–467.
- Worton M., Still J. (red.), 1990, *Intertextuality: Theories and Practices*, Manchester.
- Yule G., 2006, *The Study of Language*, Cambridge.

Streszczenie

Artykuł skupiony jest wokół tematu intertekstualności, a mianowicie analizy koncepcji intertekstualności, jej odmiany oraz problematyki tekstu precedensowego. Celem artykułu jest badanie sposobów wprowadzania intertekstów do tekstów medialnych oraz metod ich oznaczania i transformacji. W artykule została podjęta próba opisu i klasyfikacji przykładów znalezionych w tekstach medialnych.

Słowa kluczowe: intertekstualność, intertekst, teksty precedensowe

Summary

The article is focused especially on the analysis of the conception of intertextuality and its variability and on the issues concerning the precedent text. The aim of the article is to research and to describe the ways of inserting intertextemes into the texts of media, methods of their labeling and transformation. The article also attempts to describe and to classify examples taken from the selected texts.

Keywords: intertextuality, intertextemes, precedent text

IV

ROZDZIAŁ IV

Weronika Sztorc

Uniwersytet Warszawski

Hipertekstowe przypisy tłumacza – rekonesans

Mówiąc o tym, w jaki sposób pojawienie się i rozwój nowych mediów zmieniły literaturę piękną, warto wziąć pod uwagę nieco mniej oczywistą dziedzinę – przekład artystyczny. Tłumacze coraz chętniej ujawniają się w przypisach, nie dbając już o niewidoczność tłumacza (cenioną w tradycji tłumaczeniowej). Celem tego artykułu jest zwrócenie uwagi na jedną z nowych cech przypisów tłumacza, jaką jest swoista hipertekstowość.

Tradycyjnie postrzega się tłumacza jako niewidocznego pośrednika między kulturami i językami, podległego autorowi i winnemu mu lojalność. Jeśli teoretycy i krytycy przekładu dopuszczają możliwość umieszczenia przypisu od tłumacza, to tylko po to, żeby uzupełnić wiedzę czytelnika w miejscu, w którym odbiorca oryginału ma wyraźną przewagę nad odbiorcami przekładu – czyli szczególnie w przypadku elementów kulturowych czy gry słów – ewentualnie można dodać wyjaśnienie decyzji tłumaczeniowej lub konwencji edytorskiej (Skibińska 2009: 13, Henry 2000: 238).

Przeciwnicy przypisów argumentują, że przypis, traktowany niezrządkiem jako pójście po linii najmniejszego oporu w przypadku znacznej trudności przekładowej, to „porażka tłumacza” (Henry 2000: 239). Warto jednak przypomnieć, za Hejwowskim (2004: 166), że informacja zawarta w przypisie nadal jest lepsza niż brak ważnej informacji.

Nie wszyscy badacze zgadzają się, że tłumacz powinien pozostać niewidoczny i ograniczyć komentarze do niezbędnego minimum. L. Venuti (1995) uznał ideał niewidoczności za niesprawiedliwy i nieosiągalny, skoro twórca przekładu ma odegrać rolę pośrednika pomiędzy kulturami. V. Nabokov natomiast domagał się jak najliczniejszych przypisów (tak, aby mogły pomieścić wszystko, co w tekście głównym uległo zatarciu) i uważał, że jego angielska wersja *Eugeniusza Oniegina*, opatrzona setkami przypisów, to właśnie wyraz szacunku dla tekstu oryginalnego.

Nie da się zaprzeczyć, że, jak dobitnie podkreślała U. Hrehorowicz, komentarze tłumacza „[r]wą (...) tok odbioru dzieła, przeszkadzają czytelnikowi (a jeszcze bardziej słuchaczowi), są naroślą na subtelnej czasami tkance stylu i narracji” (Hrehorowicz 1997: 111). Wydaje się jednak, że w niektórych wypadkach nie stanowi to problemu ani dla tłumacza, ani dla czytelnika. Czasem przypis ostentacyjnie domaga się uwagi, staje się przestrzenią gry z czytelnikiem, a tłumacz wydaje się rywalizować z autorem o uwagę czy aprobatę.

Krytyka Hrehorowicz jest zasadna, jeżeli przyjąć, że czytelnik pragnie czytać tekst wyłącznie linearnie, nie odwracając uwagi od tekstu głównego. Tymczasem badacze wskazują, że ludzki umysł charakteryzuje raczej myślenie asocjacyjne, zorganizowane wokół skojarzeń. Według Pisarskiego (2002: 3) „naturalnym dla człowieka jest myślenie niesekwencyjne i wielotorowe”, co „ilustruje choćby struktura naszego mózgu”. Taką konkluzję potwierdza codzienne doświadczenie – gdy czytamy tekst lub słuchamy informacji, w naturalny sposób pojawiają się kolejne skojarzenia czy pytania. Wydaje się, że szczególnie w dobie popularności Internetu przyzwyczailiśmy się do takich tekstów, które nie stanowią monolitu rozwijającego się od początku do końca. Zdarza się wręcz, że zaczynamy czytać tekst internetowy, lecz nigdy nie kończymy lektury, ponieważ podążamy za kolejnymi łączami.

Dlatego stwierdzenie, że przypisy rozrywają naturalny tok odbioru tekstu, wydaje się mało zasadne – skoro przerywanie lektury i podą-

żanie za skojarzeniami jest naturalne. Do najprężniej rozwijających się zjawisk literackich należą dziś takie, w których tok lektury z założenia jest „porwany”, nieliniarny: cyberliteratura (tworzona z wykorzystaniem narzędzi komputerowych i zasadzająca się na wykorzystaniu hiperłączy) i literatura ergodyczna. Według Aarsetha (1997: 94) ta ostatnia wymaga od czytelnika „niebanalnego” („nontrivial”)¹ wysiłku polegającego na „wędrowaniu” pomiędzy fragmentami tekstu. Tworzenie takiej literatury ułatwiają narzędzia komputerowe – np. program *Storyspace*, dający możliwość napisania tekstu z uwzględnieniem rozmaitych łączy, przenoszących czytelnika – po kliknięciu – w inne miejsce utworu. Takimi tekstami funkcjonującymi w Internecie są np. *Blok* S. Shutego (2002), *Koniec świata według Emeryka* R. Nowakowskiego (2005) i *Czarne jagody* S. Gibb (2009).

Książki o cechach literatury ergodycznej – tzw. protohiperteksty – powstawały na długo przed rozpowszechnieniem się Internetu. Do najciekawszych należą *Blady ogień* V. Nabokowa (1962), *Gra w klasy* J. Cortáзара (1963) – dająca czytelnikowi w zasadzie tylko dwie ścieżki lektury – od początku do końca lub szlakiem zaproponowanym przez autora) czy *Słownik chazarski* M. Pavicia (1984), powieść zbudowana właśnie na wzór słownika, a więc bez możliwości lektury linearnej.

Z punktu widzenia przekładu artystycznego i przypisów tłumacza na szczególną uwagę zasługuje *Blady ogień*. Jest to powieść tworzona równoległe w tekście głównym (jest to poemat fikcyjnego poety Johna Shade’a *Blady ogień*) i w przypisach (dodawanych przez fikcyjnego redaktora Charlesa Kinbote’a). Wymusza na czytelniku ciągłe przenoszenie się pomiędzy fragmentami tekstu, mnoży wątki, uniemożliwia płynną lekturę (chyba że pominąć by przypisy, które jednak stanowią większą część całości). Z perspektywy refleksji na temat

¹ Przekład za S. Fizek i M. Pisarskim (Hayles 2011). Inni tłumaczą jako „nietrzywalny wysiłek” – np. E. Branny-Jankowska (2011).

(nie)widoczności tłumacza (współtwórcy dzieła) istotne jest to, że podmiot *Bladego ognia* dowartościowuje rolę redaktora opracowania tekstu i opublikowania go. Na podstawie działalności Kinbote'a czytelnik może wysnuć wniosek, że redaktor jest szaleńcem i nie tyle omawia tekst i przygotowuje go do druku, co w ogromnym stopniu w niego ingeruje i przekształca go tak, by potwierdzał jego własne wyobrażenia o twórczości i życiu Shade'a. Obecność Kinbote'a w dziele Shade'a jest tak silna, że w pewnym momencie przestaje być jasne, który z nich właściwie napisał *Blady ogień* i czy to aby nie Kinbote próbuje przypisać znanemu poecie własną pracę. Oczywiście znaczną przesadą byłoby twierdzenie, że prawdziwi tłumacze dokonują aż takich przekształceń tekstu, nad którym pracują, dają się jednak zauważyć pewne analogie.

We współczesnych przekładach (omawiane przypisy pochodzą z książek wydanych w ostatnim ćwierćwieczu) da się zauważyć takie fragmenty, w których przypis sam w sobie przykuwa uwagę czytelnika, zakłóca tok lektury, zmusza do skupienia się na nim, zanim czytelnik powróci do tekstu głównego. Jest to osiągalne między innymi dzięki niekonwencjonalnej formie redagowania przypisów – styl jest daleki od neutralnego, żartobliwy. Zdarza się również, że tłumacz zaprasza czytelnika do podążania za własnymi skojarzeniami, tak jak chociażby czytelnik wikipedii może przechodzić od hasła do hasła, klikając w linki. Dla przykładu przypis M. Świerkockiego do postaci *Aunt Jemima* wspomnianej w powieści D. Gilberta *Normalsi* (*The Normals*, wyd. amerykańskie 2004, wyd. polskie 2008: 112):

„Aunt Jemima” to reklamowy żeński odpowiednik „Uncle Ben's”; dawniej tęga Murzynka w białym kucharskim czepku na głowie (do tego wizerunku nawiązuje autor), w epoce politycznej poprawności zmieniła oblicze na „kobietę sukcesu”; Butterfly McQueen i Hattie McDaniel, wspomniane w następnym zdaniu, to czarnoskóre aktorki, znane przede wszystkim z ekranizacji *Przemienięto z wiatrem*.

Nie jest to erudycyjny wywód ani imitacja neutralnej stylistycznie notki z encyklopedii, lecz próba szukania skojarzeń, które mogłyby coś podpowiedzieć czytelnikowi. Autor przypisu nie podaje obiektywnie najważniejszych – lub relevantnych – wiadomości, ale tworzy krótką narrację z uwzględnieniem kilku obrazów, które powinny być czytelnikowi polskiemu lepiej znane niż postać *Jemimy*. Cała operacja przypomina znane z literatury hipertekstowej zjawisko przemieszczania się pomiędzy łączami i luźnymi skojarzeniami oraz wtórne wytwarzanie powiązań pomiędzy nimi (pierwotnie niektóre elementy tego łańcucha skojarzeń, np. firma *Uncle Ben's* i film *Przeminęło z wiatrem*, nie mają ze sobą wiele wspólnego).

Tłumacz podejmuje więc z czytelnikiem dialog (oparty na wspólnocie skojarzeń), podsuwając mu kolejne hasła i wymuszając skupienie uwagi na komentarzu (co siłą rzeczy odwraca uwagę od tekstu głównego). Lektura przebiega nieliniarnie, a sam przypis zostaje dowartościowany – *toutes proportions gardées* – trochę jak w przypadku *Błatego ognia* Nabokova. Przypisy autora nadal odgrywają, rzecz jasna, o wiele ważniejszą rolę, stanowią integralną część dzieła, czego nie sposób powiedzieć o przypisach tłumacza, które nadal mogą z powodzeniem zostać pominięte bez zakłócenia interpretacji dzieła. Zdecydowanie jednak można stwierdzić, że przypisy tłumacza ostentacyjnie domagają się znacznej uwagi.

Seria popularnonaukowych książek *Strrraszna historia* (*Horrible Histories*), kierowana jest do dzieci i młodzieży. W jednej z nich, *Terrible Tudors* T. Deary'ego, użyto nazw anglosaskich jednostek miary – jardów i mil. W przekładzie M. Fabianowskiej (*Trudne czasy Tudorów*, 2007) pytanie retoryczne „Co by powiedział Henryk VIII, gdyby zapytać go, ile jardów ma mila?” opatrzone zostało przypisem: „obecnie mila angielska ma 1609,344 m, czyli 1760 jardów, zaś jard ma 91,44 cm. Jeśli chcecie, zabawcie się w przeliczanie!”. W pierwszej części tego dopisku tłumaczka podaje rzeczowe wyjaśnienie, jak mają się mile do jardów, a jardy – do centymetrów; w drugiej – zwraca się bezpośrednio

do czytelnika i proponuje mu zabawę edukacyjną. Motywacja wydaje się jasna: padają trzy liczby, co mogłoby zniechęcić młodego odbiorcę, stąd próba ponownego zaangażowania go w lekturę przez propozycję gry w przeliczanie jednostek (zgrabnie wiąże się to z tekstem głównym, w którym autor zachęca do rzucenia podobnego wyzwania Henrykowi VIII). Takie propozycje zdecydowanie nie wchodzą jednak w zakres tradycyjnie pojętych zadań tłumacza. Nawet jeśli przyjmuje on postawę nauczyciela, zazwyczaj jego rola ogranicza się do uzupełniania tego, co może wydać się niejasne w tekście autora, a nie ma miejsca na własną inicjatywę uprzyjemnienia lektury. Taki przypis wyraźnie zwraca na siebie uwagę, w pewnej mierze rozprasza czytelnika, odciąża od tekstu głównego. Poza tym przyjmuje się przecież, że jeśli w literaturze ktoś gra z czytelnikiem, zwraca się do niego bezpośrednio, to tylko autor, a nie tłumacz czy redaktor. Tłumacz przyjmuje zatem zupełnie nową rolę.

W tym miejscu warto przywołać stwierdzenie Markiewicza (2004: 88), który ocenia, że przypisy w literaturze ogólnie przechodzą obecnie „od funkcji referencyjnej i powagi naukowej do funkcji autotematycznej o ludycznym nacechowaniu”. Jak widać, dotyczy to nie tylko paratekstów autora, ale ostatnio również tych dodawanych przez twórcę przekładu.

W powieści *The Ground Beneath Her Feet* (1999) S. Rushdie (wydanej w Polsce w 2003 r. jako *Ziemia pod jej stopami* w przekładzie W. Brydaka) pojawia się aluzja do słynnej amerykańskiej piosenki *When the Saints Go Marching In*. Brydak dodaje: „Przypis dla niemiłośników jazzu – wersy pióra autora książki, do melodii prastarego standardu, w oryginale zaczynającego się od słów *Oh, when the saints go marchin' in*”. Tłumacz zwraca się bezpośrednio do czytelnika, tym razem w celu poinformowania grona odbiorców, którzy z nich powinni być zainteresowani tym przypisem. Również ten paratekst przykuwa uwagę, próbuje w pewien sposób zabawić czytelnika (taką chyba funkcję spełnia neologizm *niemiłośników*) – dodatek tłumacza przestaje być przezroczysty, przypomina odbiorcy, że poza autorem w tekście obecny jest

również twórca przekładu, który gotów jest w razie potrzeby uzupełnić potrzebne informacje, a nawet odpowiedzieć, kto powinien z nich skorzystać.

Kilka interesujących przypisów angażujących czytelnika znalazło się w przekładzie *Fates Worse than Death* K. Vonneguta (1991), zbiorze esejów wydanym w Polsce pod tytułem *Losy gorsze od śmierci*, w przekładzie Jana Rybickiego (1994). Pisząc o żartach i żartownisiach, Vonnegut pyta: „Test na inteligencję: Dlaczego kurczak przeszedł przez drogę?” (s. 152). Rybicki dodaje przypis: „Najpopularniejszy dowcip w krajach anglojęzycznych. Odpowiedź: «Bo chciał się znaleźć po drugiej stronie». Ha, ha!”. Zdecydowanie wykracza poza obowiązek wyjaśnienia żartu wynikający z roli tłumacza jako pośrednika pomiędzy kulturami. Dodatek „Ha, ha!” to z jednej strony reakcja na żart opowiedziany przez autora w tekście głównym, z drugiej – podjęcie gry zarówno z autorem, jak i z czytelnikiem: ironiczny komentarz na temat anglosaskiego poczucia humoru.

W rozdziale poświęconym tłumaczom i przekładom (na s. 149) Vonnegut stwierdza: „Od tłumacza wymagam tylko jednego: musi być lepszym pisarzem niż ja, i to przynajmniej w dwóch językach, w tym w moim”, a tłumacz natychmiast dopowiada w przypisie, że: „To żart oczywiście” – trochę jakby w obrębie tekstu obowiązywały ogólnie przyjęte reguły grzeczności, w myśl których kiedy słyszy się pochwałę pod własnym adresem, wypada skromnie umniejszyć własne zasługi. W pierwszej chwili taki dopisek mógłby wydać się czymś naturalnym, ale należy pamiętać, że eseje Vonneguta nie były adresowane do jego tłumaczy i w żadnej mierze stwierdzenia tam zawarte nie są zwrotami do nich. Tłumacz dodaje przypis nie po to, żeby uzupełnić wiedzę odbiorcy i przyjąć rolę nauczyciela czy przewodnika, lecz aby nawiązać grę z czytelnikiem, dostarczyć mu rozrywki (jeszcze więcej rozrywki niż zapewnia sama lektura tekstu głównego zaproponowanego przez autora). Poza tym dzięki dodaniu takiego dopisku tłumacz przypomina czytelnikowi o swej obecności w tekście (i o pracy wykonanej nad nim) i zapewnia, że

słyszał uwagę Vonneguta; z drugiej zaś strony – pod pozorem skromności czy kokieterii w rzeczywistości Rybicki właśnie upewnia się, że czytelnik zwróci uwagę na wysoką ocenę pracy tłumaczy, którą inaczej mógłby przeoczyć. Jest to jeden z najwyraźniejszych przykładów silnego akcentowania własnej obecności w dziele literackim.

Bardzo interesujący jest przypis, w którym również mowa o jakości przekładów, ale jednocześnie tłumacz sprawia wrażenie, jakby tworzył tekst na oczach czytelnika. Komentując obecność wulgaryzmów we własnych powieściach, Vonnegut stwierdza (s. 60):

Rzeczywiście, w mojej „Rzeźni numer pięć” pojawia się raz słowo „matkojebca”, w zwrocie „Złaz z drogi, ty kretyński matkojebco!, i od czasu wydania jej drukiem, czyli od roku 1969, dzieci ciągle próbują odbywać stosunki płciowe z własnymi matkami.

Osoby znające angielski prawdopodobnie zauważą, że dowcip wypływa z dosłownego rozumienia przekleństwa *motherfucker* – chodzi o znaczenie, którego nie oddaje bardziej oczywisty polski ekwiwalent, przytaczany poniżej. Dlatego Rybicki wyjaśnia (s. 61):

Przekład Lecha Jęczyka. Chwała mu, że zaryzykował i przetłumaczył *motherfucker* dosłownie, a nie tak, jak zabrzmiałoby to na pewno w kontekście polskim, czyli „skurwysynie”, bo dzięki temu ma sens uwaga autora parę wierszy niżej (ta o stosunkach płciowych).

Sama treść komentarza wynika z faktycznej dysproporcji pomiędzy wiedzą czytelnika oryginału a wiedzą odbiorcy przekładu, niekonwencjonalna jest jednak forma – autor dopisku wyraźnie wartościuje przekład poprzednika. To jednak nie koniec losów *motherfucker* – pięć stron dalej czytamy w tekście głównym zdanie: „nie chciałbym teraz trzymać w domu takiego skurwysyna”, opatrzone przypisem: „Tym razem

motherfucker będzie *skurwysynem*”. To już nie tylko filologiczne wyjaśnienie dotyczące budowy wyrazu czy znaczenia; to nawet więcej niż metakomentarz na temat pewnej trudności przekładowej. Tak zredagowana – w czasie przyszłym – uwaga służy zademonstrowaniu władzy tłumacza nad tekstem, a także sprawia wrażenie, jakby przekład powstawał na oczach czytelnika, co znów silnie angażuje go w lekturę. Jeśli czytać obydwie te fragmenty jeden po drugim (a w książce występują bardzo blisko siebie), mamy właściwie do czynienia z osobną opowieścią na temat losów wulgaryzmu w *Rzeźni...*, jej przekładach i późniejszych tekstach Vonneguta – opowieścią snutą nie przez pisarza, lecz przez jego tłumacza, co znów stanowi zawłaszczenie kompetencji autora.

Podobnie, choć mniej drastycznie, postępuje M. Świerkocki w jednym z przypisów do *Normalsów* Gilberta (2008: 34). Ponieważ w powieści występują dziesiątki, jeśli nie setki skrótów, które nie są (w większości) rozwijane przez autora, ale mogą coś mówić anglojęzycznemu odbiorcy, tłumacz stanął przed koniecznością wyboru strategii – musiał zdecydować, czy ważniejsze jest zagęszczenie niezrozumiałych skrótów, czy przynajmniej częściowe przekazanie ich sensu czytelnikowi polskojęzycznemu. Tłumacząc się z podjętej decyzji, Świerkocki pisze przy okazji objaśniania w przypisie skrótu FDA: „Pozostałe oryginalne skróty nazw instytucji i organizacji nie będą rozszyfrowywane w przypisach, by zgodnie z intencją autora mogły intrygować i irytować czytelników niezrozumiałością i wszechobecnością” (Gilberta 2008: 34).

Tym samym przypisuje sobie nową rolę – komentatora czy interpretatora powieści, co wykracza poza tradycyjny zakres zadań tłumacza. Każdy przekład stanowi akt interpretacji, nie oznacza to jednak, że tłumacz ma absolutną wiedzę na temat zamysłów autorskich. O ile wyjaśnienie decyzji tłumaczeniowej jest w przypisie jak najbardziej dopuszczalne, to przekazywanie intencji autora zdecydowanie wykracza poza kompetencje twórcy przekładu – a jeśli już jest to z jakiegoś względu potrzebne, to lepszym miejscem byłaby chyba przedmowa lub posłowie, czyli parateksty występujące osobno, a nie blisko przy tekście.

Podsumowując, we współczesnych przekładach zanika dbałość o niewidoczność tłumacza – przynajmniej w przypisach. Nie mają one już neutralnego stylu (na wzór haseł w encyklopedii): każdy przypis jest inny, każdy domaga się uważnego przeczytania i odciąga uwagę od tekstu głównego. Taki zabieg wymusza na czytelniku „wędrowanie” po tekście – jak w przypadku literatury z wykorzystaniem hiperłączy. Ponadto tłumacze wchodzą w kontakt z czytelnikiem, zapraszają do gry lub go zabawiają; dialogują również z autorem, podważając jego zdanie lub śmiejąc się z jego żartów (lub sugerując, że są kiepskie). Zdarza się, że twórca przekładu zwraca uwagę na własną pracę i przypomina, że tekst ma w zasadzie dwóch autorów. W dodatku tłumacze przypisują sobie niektóre z kompetencji autora – rywalizując z nim o uwagę odbiorcy lub wykładając interpretację dzieła.

Bibliografia

- Bernstein M., 2000, *More than legible: on links that readers don't want to follow. Proceedings of the eleventh ACM on Hypertext and hypermedia*, New York.
- Aarseth E., 1997, *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore.
- Branny-Jankowska E., 2011, *Cybertekst, czyli tekst-maszyna [e-doktorat]*, [w:] *Techsty*, nr 7.
- Hayles K. N., 2011, *Literatura elektroniczna: czym jest?*, [w:] *Techsty*, nr 7, tłum. S. Fizek, M. Pisarski.
- Henry J., 2000, *De l'érudition à l'échec: la note du traducteur*, [w:] *Meta: journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, t. 45, nr 2, s. 228–240.
- Hrehorowicz U., 1997, *Przypisy tłumacza: to be or not to be?*, [w:] *Między oryginałem a przekładem, t. III: Czy zawód tłumacza jest w pogardzie?*, red. M. Filipowicz-Rudek, J. Konieczna-Twardzikowska, M. Stoch, s. 109–116.

- Markiewicz H., 2004, *O cytatach i przypisach*, Kraków.
- Nabokov V., 2000, *Problems of Translation: Onegin in English*, [w:] *The Translation Studies Reader*, red. L. Venuti, London, New York, s. 71–83.
- Pisarski, M. (2002), *Powieść jako zwierciadło umysłu. O poetyce hipertekstu na przykładzie klasyki gatunku: Afternoon. A story, Patchwork girl, A further Xanadu*, [w:] *Techsty*, <http://techsty.art.pl/magazyn/pisarski/p01.htm> (dostęp: 21.02.2016).
- Riffaterre M., 1994, *Intertextuality vs. Hypertextuality*, [w:] *New Literary History* 25:4, 779-788.
- Skibińska E., 2009, *O przypisach tłumacza: wprowadzenie do lektury*, [w:] *Przypisy tłumacza*, red. E. Skibińska, Wrocław, Kraków, s. 7–22.

Wykaz źródeł

- Carson C., 2008, *Irlandzka herbatka*, Warszawa, tłum. M. Świerkocki.
- Deary T., 2007, *Trudne czasy Tudorów*, Warszawa, tłum. M. Fabianowska.
- Gilbert D., 2008, *Normalsi*, Warszawa, tłum. M. Świerkocki.
- Rushdie S., 2003, *Ziemia pod jej stopami*, Poznań, tłum. W. Brydak.
- Vonnegut K., 1994, *Losy gorsze od śmierci*, Warszawa, tłum. J. Rybicki.

Streszczenie

Artykuł zwraca uwagę na cechy niektórych ze współczesnych przypisów tłumaczy literackich, które dają się powiązać z myśleniem asocjacyjnym typowym dla Internetu oraz z literaturą hipertekstową, wykorzystującą sieć połączeń pomiędzy fragmentami tekstu.

W pierwszej części omówiono przypisy tłumacza jako szczególną technikę tłumaczeniową oraz przywołano stanowiska niektórych badaczy przekładu wobec tej techniki. Następnie wprowadzone zostało pojęcie myślenia asocjacyjnego, opartego na przechodzeniu między skojarzeniami. Przedstawiono również cechy i przykłady literatury hipertekstowej oraz protohipertekstowej ze szczególnym zwróceniem uwagi na *Błady ogień* Nabokowa, w którym dowartościowano przypisy oraz osobę redaktora (nie autora).

Wreszcie przytoczone zostały przykłady takich przypisów, w których w interesujący sposób ujawnia się osoba tłumacza, który gra z czytelnikiem, dialoguje z autorem, manifestuje własną obecność w tekście (lub władzę nad nim) i domaga się uznania dla własnej pracy. W niektórych przypadkach wydaje się, że przypis staje się przestrzenią rywalizowania o uwagę czytelnika – a więc odbiorca staje przed koniecznością wędrowania pomiędzy tekstem głównym a pobocznym, jak w przypadku lektury powieści z hiperłączami.

Słowa kluczowe: przekład literacki, przypisy tłumacza, niewidoczność tłumacza, literatura hipertekstowa, hiperłącza.

Summary

The article draws attention to the features characterizing some of contemporary literary translations, which can be connected with associative thinking, typical of the Internet, as well as with hypertext literature, based on a network of links between fragments of text.

In the first part the technique of translator's footnotes was discussed and some of translation scholars' views on it were quoted.

Then, the notion of associative thinking (consisting in moving between individual associations) was introduced. Next, characteristic features and examples of hypertext and proto-hypertext literature were presented, with special attention paid to *Pale fire* by Nabokov. In the latter, the focus is on footnotes and on the figure of the fictional editor (not so much the author).

Finally, such translators' footnotes were shown wherein the translator becomes visible. It may be in a form of a game with the reader, a dialogue with the author or a manifestation of their own presence in the text (or power over it). In some cases it seems that translators demand that their work be noticed and appreciated. They also compete with the authors for the readership's attention and thus the reader has to move between fragments of the text, just like in the case of hyperlinks.

Keywords: literary translation, translator's footnotes, translator's invisibility, hypertext literature, hyperlinks.



ROZDZIAŁ V

Rafał Maćkowiak

Uniwersytet Łódzki

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych na *YouTube*

Trudno w dzisiejszych czasach wyobrazić sobie Internet bez serwisu *YouTube*. Portal ten przez dziesięć lat swego istnienia (powstał on w 2005 roku) zgromadził ponad miliard użytkowników, wśród których dużą część stanowią tacy, którzy nigdy nie zaznajomili się z jego regulaminem. Na stronie internetowej, na której umieszczono regulamin portalu, można przeczytać między innymi o tym, że użytkownik musi „szanować społeczność YouTube”. W dalszej kolejności twórcy portalu wyjaśniają i uzasadniają, co dokładnie mieli na myśli umieszczając ten punkt w regulaminie:

Nie chodzi nam o ten rodzaj szacunku, który jest zarezerwowany dla osób starszych, duchownych czy profesorów neurochirurgii. Chodzi po prostu o to, żeby właściwie korzystać z funkcji serwisu. YouTube ma mnóstwo nowych, fajnych funkcji społecznościowych, które będą dobrze działać tylko wtedy, gdy ich użytkownicy wykażą się odpowiedzialnością i nie będą ich używać do nieodpowiednich celów. Ufamy, że Cię na to stać.¹

¹ www.youtube.com/yt/policyandsafety/pl/communityguidelines.html (dostęp: 28.07.2015).

Niedopuszczalne na *YouTube* jest umieszczanie spamu zarówno w filmach, jak i w komentarzach:

Przesyłanie dużej ilości nieskierowanych do nikogo konkretnie, niechcianych, powtarzających się treści w filmach, komentarzach, wiadomościach prywatnych i innych miejscach serwisu nie jest w porządku. Jeżeli głównym celem przesyłanych przez Ciebie materiałów jest namówienie użytkowników do przejścia do innej witryny, będzie to stanowiło naruszenie naszych zasad dotyczących spamu.²

Źle postrzegane jest także używanie „wulgarnego języka”:

Niektóre sformułowania nie są odpowiednie dla młodszych widzów. Jeżeli w swoich filmach lub metadanych filmów używasz nadmiernie wulgarnego języka lub zwrotów jednoznacznie odnoszących się do seksu, takie filmy mogą zostać objęte ograniczeniami wiekowymi.³

Także „nękanie i poniżanie” na *YouTube* jest zabronione:

Użytkownicy YouTube dzielą się opiniami na wszelkie tematy – od polityki przez religię, media społecznościowe, po celebrytów i wiele innych kwestii. Takie rozmowy mogą czasem stać się bardzo gorące, warto więc zachowywać się tolerancyjnie i pozwolić dyskusji się rozwinąć, unikając złośliwych ataków personalnych.

Wszystko sprowadza się do szacunku. Jeśli nie masz pewności, czy Twój film lub komentarz nie zostanie uznany za obraźliwy, kieruj się podstawową zasadą: jeśli nie powiesz czegoś, stojąc twarzą w twarz z drugą osobą, nie mów tego również w YouTube.⁴

2 www.support.google.com/youtube/answer/2801973 (dostęp: 28.07.2015).

3 www.support.google.com/youtube/answer/2801981?hl=pl (dostęp: 28.07.2015).

4 www.support.google.com/youtube/answer/2802268?hl=pl (dostęp: 28.07.2015).

Ostatnim, wartym przytoczenia punktem regulaminu, jest absolutny zakaz „podszywania się pod inne osoby”:

Czynności takie jak kopiowanie układu kanału, używanie podobnej nazwy użytkownika, podszywanie się pod inną osobę w komentarzach, wiadomościach e-mail czy filmach mogą zostać uznane za nękanie. Jeżeli nasz zespół uzna, że dane konto założono po to, by podszywać się pod inny kanał lub osobę, zostanie ono usunięte.⁵

Pomimo, że powyższe zachowania są stanowczo zabronione, to na *YouTube* są one dość powszechne, a odnalezienie ich nie stanowi najmniejszego problemu, gdyż wystarczy otworzyć dowolny filmik i przeczytać odnośne komentarze, w których nagminnie dochodzi do łamania regulaminu. Zjawisko to szczególnie widoczne jest na kanałach związanych z grami wideo, na których gameplayerzy, czyli osoby, które nagrywają filmiki z gier i umieszczają je w Internecie, prezentują swoją twórczość.

Osoby, które szczególnie często łamią poszczególne punkty regulaminu portalu *YouTube* oraz netykietę, czyli zbiór zasad przyzwoitego zachowania w Internecie, czyniąc to świadomie, często dla zabawy, nazywane są *trollami*, zaś samo zjawisko określane jest *trollowaniem* lub *trollinigiem*⁶. Definicji trollowania jest wiele, jedną z nich jest na przykład ta umieszczona w netykietcie. W zabawny sposób definiuje ona trolla:

⁵ www.support.google.com/youtube/answer/2801947?hl=pl (dostęp: 28.07.2015).

⁶ Zagadnienie trollowania w zasadzie nie doczekało się opracowań językoznawczych. Poza przyczynkiem M. Staniewicza (2005) autor niniejszego artykułu do żadnego dobrego omówienia tego tematu. Oczywiście istnieją artykuły na ten temat w Internecie, ale nie stanowią one profesjonalnego ujęcia zagadnienia.

Troll to złośliwy mały stwór (bajkowy)... jeśli nie chcesz być za takiego uznanym, staraj się nie powodować kłótni, nie prowokować, nie obrażać, a z drugiej strony nie daj się prowokować i nie odpowiadaj na prymitywne i niekulturalne zaczepki słowne.⁷

Natomiast trollowanie według najpopularniejszej encyklopedii na świecie, czyli *Wikipedii* to:

Antyspołeczne zachowanie charakterystyczne dla forów dyskusyjnych i innych miejsc w Internecie, w których prowadzi się dyskusje. [...] Trollowanie polega na zamierzonym wpływaniu na innych użytkowników w celu ich ośmieszenia lub obrażenia (czego następstwem jest wywołanie kłótni) poprzez wysyłanie napastliwych, kontrowersyjnych, często nieprawdziwych przekazów czy też poprzez stosowanie różnego typu zabiegów erystycznych. Podstawą tego działania jest upublicznianie tego typu wiadomości jako przyjęty, która doprowadzić mogłaby do wywołania dyskusji.

Typowe miejsca działania trolli to grupy i listy dyskusyjne, fora internetowe, czaty itp. Trollowanie jest złamaniem jednej z podstawowych zasad netykiety. Jego efektem jest dezorganizacja danego miejsca w Internecie, w którym prowadzi się dyskusję i skupienie uwagi na trollującej osobie.⁸

Przykłady służące zobrazowaniu tytułowego zjawiska (trollingu) pochodzą z kanałów takich gameplayerów jak: *MagdalenaMariaMonika*, *KlocuchRecenzje*, *skkf*, *MCgrzesio*, *Remigiusz Maciaszek* i *ROJOV13*.

Podczas analizy różnorodnych wypowiedzi znalezionych w filmikach opublikowanych na powyżej wymienionych kanałach udało się dostrzec i wyszczególnić następujące formy trollowania:

⁷ www.netykieta.dlawas.net (dostęp: 28.07.2015).

⁸ www.pl.wikipedia.org/wiki/Trollowanie (dostęp: 28.07.2015).

Celowa niepoprawność ortograficzna

Janek Kos

*Debilu skonczony to sa **zymianie** czyli legionisci czyli **zymianie**. A to nie jest sredniowiecze tylko starozytnos debilu bez wiedzy **ktury** nie wie co to **hyba** jest historia. Z tego nie mozna sie smiac tylko **tszeba** plakac.*

RassimovMMA

Gdzie słownik zgubiłeś?

(Klocuch)⁹

Ewelina Krawczyk

*czego tak **krutko**? A co **bendzie następnom grom**?*

Lisi Lisek PL

+Ewelina Krawczyk A może kupić sobie słownik ortograficzny najpierw a później wchodzić na komputery i internety :)

(Madzia)

Różne zachowania trolli internetowych najczęściej są przez innych użytkowników ignorowane, jednak zdarza się, podobnie jak w powyższych przykładach, że ktoś nie oceni odpowiednio intencji autora wpisów i odpowie na nie lub wejdzie w dyskusję z takim użytkownikiem. Wówczas może się zdarzyć, że troll jeszcze bardziej uaktywnia się i jeszcze mocniej swoim zachowaniem prowokuje użytkowników. O zachowaniu kogoś, kto wchodzi w interakcję z trollem, mówi się, że „nakarmił/ dokarmił on trolla”, czyli zachęcił go do dalszego działania.

⁹ W przytoczonych w pracy komentarzach zachowano ich oryginalną pisownię. Komentarze zapisane zostały kursywą, w celu odróżnienia ich od tekstu głównego artykułu. Nick (pseudonim) autora danego komentarza został dodatkowo wyróżniony podkreśleniem. Odpowiedź innego użytkownika na dany komentarz została przesunięta nieco w prawo. Po przytoczeniu komentarza w nawiasach okrągłych skrótowo podano lokalizację danego przykładu. Wyjaśnienia skrótów znajdują się na końcu artykułu.

Rafał Maćkowiak

Troll internetowy nie znosi być ignorowany, natomiast czerpie satysfakcję z sytuacji, gdy dyskusja pod filmikiem zapoczątkowana zostanie jego antyspołecznym zachowaniem i na przykład przerodzi się w kłótnię, wtedy troll jeszcze bardziej się uaktywnia dodając kolejne komentarze.

Reklamowanie w komentarzach stron internetowych lub kanałów YouTube

Michał Mielnik

*Polecam **kanal Sprytny Troll** :-D*

Pruski Rusek

(...) multikonta robi

(Skkf)

JailBreak KampNO

*Zapraszam na konkursy, gdzie można wygrać przeróżne skiny **http://steamcommunity.com/groups/wygrajskinacsgo#//reklamy***

(MCgrzesio)

BonHeCrush 69

https://steamcommunity.com/tradeoffer/new/?partner=2090490

***65&token=PbvTJLg0** Mógłby ktoś coś? Dziękuję :3*

(Rojo 2)

Nieuzasadnione i często przesadne użycie wybranych znaków komputerowych

Kasia Ostafinska

bigsvukerqYLUWILVYGOLUINGIGiybgkbggyiuykhyiokg

(Madzia 2)

Justyna Czerpak

U0001f60a

(Skkf)

Rafał Maćkowiak

irytację użytkowników. Trolle internetowe nie ograniczają się wyłącznie do podawania informacji na temat kolejności publikacji komentarza, informują oni także o kolejności polubienia filmiku i wyświetlenia (obejrzenia) danej produkcji.

Umieszczanie komentarza zawierającego wyłącznie informację na temat kolejności polubienia filmiku

Piotr Rudnicki

49 mój like

Yeti Polska

Napewne wszystkich interesuje który anonim polubił film jako

49osoba

(Rojo)

kuba jeżewski

182 like :3

(MCgrzesio)

Umieszczanie komentarza zawierającego wyłącznie informację na temat kolejność wyświetlenia (obejrzenia) danego filmiku

Dagmara Płachta

46 yeah XD

(Madzia 2)

Alpejka

Przed 301

(Madzia)

The SiMsOmAnKa

302 hehe

(Madzia 2)

Wiktoria Rojko

Przed 26!!!

(Madzia)

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych...

Gdy liczba wyświetleń danego filmu osiągnie wartość 301, to system blokuje licznik i przez pewien czas wyświetlana jest informacja „ponad 301 wyświetleń”. Trolle często lubią chwalić się tym, że obejrzeni filmik przed wyświetleniem tego komunikatu (np. jako trzysetna osoba), stąd też określenie „przed 301”. Często spotykane są także modyfikacje tego komunikatu, a ich przykładowe wersje można zobaczyć w ostatnich dwóch powyżej zaprezentowanych komentarzach.

Umieszczanie w komentarzach niezwiązanych z treścią filmiku dowcipów

Michał Nowak

*a teraz żart tygodnia **czemu w gimnazie nie zrobili jasełek**
(tutaj występuje długa przerwa tekstowa, reszta tekstu widoczna jest po kliknięciu przycisku „pokaż więcej”)
bo nie znaleźli dziewicy tydum tsssss*

Scrizzy21

*+Michał Nowak **Czego szuka mechanik w gimnazjum?**
(tutaj także reszta tekstu komentarza widoczna jest dopiero po kliknięciu przycisku „pokaż więcej”)*

***Płaskiej 13tki** xD*

Bloody Gaming

*+Michał Nowak **Stare ...**
(Remigiusz)*

Komentarze zawierające dowcipy, pozdrowienia lub powitania nic nie wnoszą do dyskusji. Nie są one związane z tematem poruszonym w filmie, a służą jedynie rozproszeniu danej rozmowy.

Umieszczanie pozdrowień w komentarzach

Thugger Kierkus

Pozdrawiam was!

Rafał Maćkowiak

(Remigiusz)

Paweł Kurzec

POZDRAWIAM. KAJKO

(Skkf 2)

Umieszczanie powitań w komentarzach

Mikołaj

Witam

(Rojo)

Marx Nekes

dobry :)

(Remigiusz)

Player

Wazzzappp :) siema ludziska :)

(Remigiusz)

Umieszczanie komentarzy, które tematycznie nie są związane z filmikiem

Igor Meger

Lubie placki

(Skkf)

Snavi dream

Wygrałam życie!

(Madzia)

Oba powyżej zaprezentowane komentarze zostały dodane pod filmikami, których tematyka dotyczyła gry komputerowej *Minecraft*, z tą różnicą, że filmiki te nagrane zostały przez dwóch różnych gameplayerów. Podczas gdy użytkownicy dyskutowali na temat gry, jeden z trolli stwierdził, że „lubi placki”, zaś drugi, że „wygrał życie”.

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych...

Zadawanie pytań niezwiązanych z tematyką filmiku

Janusz Typowy

Rojo lubidz naleśniki z cebulką?

(Rojo 2)

ReMix TM

Kto mieszka w Częstochowie?

Olga Józwiak

KinaCzewa

Mr.Owocek

Rusek

Adolf

Nikt

ReMix TM

Jak to

(Skkf)

Pierwszy komentarz dodany został pod filmikiem, którego tematem przewodnim była gra *ArkanA: Arcymag z Dejiz*, zaś drugi film dotyczył gry *Minecraft*. Podczas dyskusji o tych produkcjach w komentarzach zadane zostały powyższe pytania.

Używanie w komentarzach wypowiedzi w obcych językach

Timur Isakov

ЛОХИ ВЫ ЛОХИ

(Skkf 2)

Na *YouTube* panuje zasada, że pod filmikami, w których autor mówi po polsku, można umieszczać komentarze wyłącznie w języku polskim. Każde odstępstwo od tej zasady uważane jest za trolling.

Komentarze zawierające homofobiczne określenia

JANUSZ CEBULAK

ROJO TO **GEJ** NIE OGLONDAJCIE GO ON JEST

GUPI!!!!!!!!!!!!111!!

(Rojo 2)

matek borowa

*od dziecka tylko **pedale** umiesz wyzywać nie pisz dalnie jak nie wiesz ile ma lat debilu dziecko to jest z ciebie*

(Skkf 2)

Tego typu komentarze mogłyby zostać umieszczone w kategorii „obrażanie autora filmiku lub innych użytkowników portalu”, jednak występują one na tyle często, że postanowiłem wyodrębnić je w osobnym punkcie.

Komentarze związane w pewien sposób z łamaniem prawa (np. nawiązania do nazizmu)

XenoF3 - po prostu Xeno C:

+skkf odtwórz serię „Minecraft Interaktywnie”

Adolf

Nie

Kaczorowski

+*Adolf Hitler* **Heil Hitler** :D

Adolf

Güten tag.

Igor Meger

Lubisz placki Adolf??

Adolf

+Igor Meger Nie.

TheKubsterGaming

+*Adolf Hitler* **Hai Hitla** Xd

Kaczorowski

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych...

+TheKubsterGaming „Butem w morde” :D

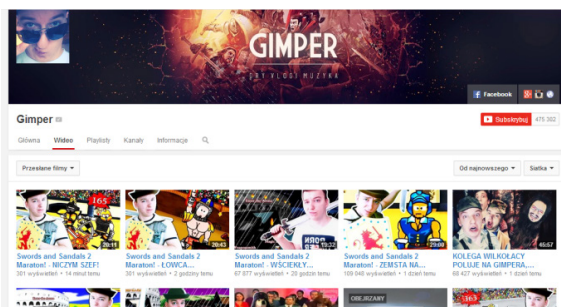
TheKubsterGaming

:D

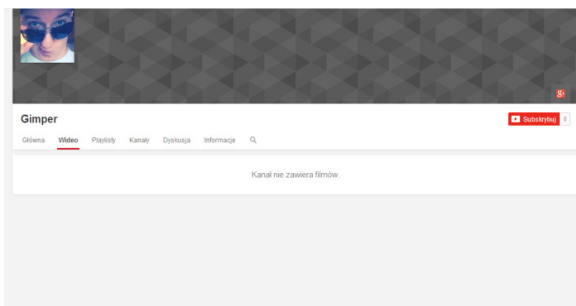
(Skkf)

Podszywanie się pod gameplayera i komentowanie w jego imieniu

Jeden z punktów regulaminu portalu zabrania tego typu zachowań, a komentowanie w imieniu osoby, pod którą użytkownik podszywa się, zaliczyć trzeba do trollingu. Osobę udającą gameplayera można poznać po tym, że jak otworzy się stronę jej kanału, to widać, że nie posiada ona żadnych własnych filmików. Grafika 1 ilustruje konto gameplayera, zaś grafika 2 konto uzurpatora.



Grafika 1.



Grafika 2.

Poniżej prezentuję przykładowe komentarze osób podszywających się pod gameplayerów.

Izaak LIVE

+ROJOV13 Jutro u mnie z hardline ;) A tak przy okazji to słyszeliście już o tym obowiązkowym teście IQ podczas przyjmowania do szkół ? :D Tutaj wszystko szczegółowo opisane: <https://plus.google.com/u/0/b/109824027194592420443/109824027194592420443/posts/bXaVYZd2wsk>

szprycha trol

+*Izaak LIVE (...) w... z tym (...) multikontem*

(Rojo)

Gimper

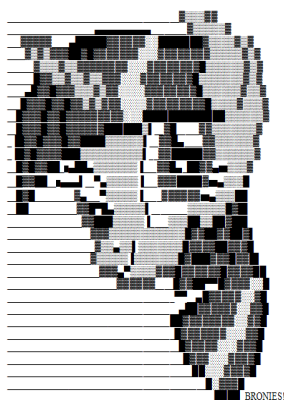
+kamila3824 Kiedyś było podobnie, teraz po prostu rozdajemy gry na STEAM: <https://plus.google.com/109742910252941138670/posts/Njy62oq62hq>

Malod1997

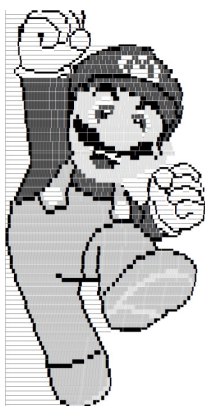
+*Gimper Niezła próba podróbo gimpera*

(Madzia 2)

Umieszczanie grafik zbudowanych ze znaków komputerowych



Grafika 3.



Grafika 4.



Grafika 5.

JumpingDevilsPL

(umieścił w komentarzu grafikę 3)

(Rojo)

xjanek

(umieścił w komentarzu grafikę 4)

(MCgrzesio)

Umieszczanie tego typu grafik irytuje użytkowników, gdyż często zajmują one dużo miejsca (na przykład grafika 3 zbudowana jest z 31 wierszy znaków, natomiast grafika 4 aż z 88) i zupełnie nie odnoszą się do dyskusji. Często zdarza się także, iż takie grafiki są nieprawidłowo wyświetlane. Zależy to od wielu czynników, np. od rozdzielczości ekranu lub używanej przeglądarki internetowej. Tego typu zniekształcenia ilustruje grafika 5.

Na zakończenie prezentowania przykładów trollingu na portalu *YouTube* warto wspomnieć o jeszcze jednym typie, czyli o filmikach, które tworzone są przez trolli internetowych. Przykładem może być twórczość Klocucha, który jest także gameplayerem. Tworzy on filmiki celowo niepoprawne językowo, które często zawierają w sobie także niepoprawne politycznie tematy, takie jak np. piractwo komputerowe.

Zachowania świadczące o tym, że autor jest trollem internetowym, można znaleźć już w tytułach jego filmików, np. jeden z nich, który dotyczy gry *Stranglehold* zatytułowany został „streangehod – wideorecenzja”. Autor celowo zniekształcił tę nazwę, zapewne w myśl zasady „żeby było zabawniej”. Jeszcze inny wariant tytułu gry występuje w pierwszych sekundach nagrania, gdzie możemy przeczytać: „starengnhold – wideorecenzja”. Wymowny jest także opis filmu, który z reguły powinien informować odbiorcę, o czym będzie dana produkcja. Tutaj jest inaczej. Klocuch w opisie filmu umieścił następujący tekst: „dobra gra duza akcja”. Filmiki Klocucha prezentują jego rozgrywkę z danej gry, która to wzbogacona jest autorskim komentarzem. Produkcje te zmontowane są niechlujnie, czego efektem są pouncinane zdania:

Sztangenhöld jest to gra typu mocno akcyjowa strzelanka, podróba gry Max Payne. Max Payne jest to gra o takim gościu, co mu bandyci zabili rodzinę i dlatego on robi właśnie takie różne skoki, akrobacje i zabija lu
(Klocuch 2)

Często zdarza się, że fragmenty wypowiedzi autora są niepoprawne językowo czy też semantycznie:

Tak włączamy grę, teraz będą takie trochę recenzje krótsze, bo komuś się coś nie spodobało i widzicie teraz przez własną, swoją głośność jakichś ludzi muszę mieć teraz problemy.
(Klocuch 2)

(O żurawiach z origami, dzięki którym możliwa staje się błyskawiczna regeneracja paska ataków specjalnych): Nie wiem jeszcze po co się zbiera te kury papierowe, ale chyba dla jaj.
(Klocuch 2)

Patrzcie, ja tak już szybko naciskam tym myszką, że on strzela z tych pistoletów jak z jakiego karabina
(Klocuch 2)

Dzięki swojej twórczości, czyli filmikom wykonanym bardzo niechlujnie, Klocuch zyskał w internecie miano „króla trolli internetowych”. Oczywiście nie tylko on tworzy tego typu produkcje, zaliczyć tutaj można także filmiki MCgrzesia, który prowokuje grających w gry internetowe graczy, a następnie nagrywa ich zachowania i publikuje na swoim kanale.

Podsumowując, trolling jest nieodłączną częścią współczesnego Internetu. Szczególnie widoczny jest on na portalu *YouTube*, głównie w komentarzach pod filmikami znanych gameplayerów. Przybiera on różnorodne formy, takie jak np.: podszywanie się pod gameplayera i komentowanie w jego imieniu, umieszczanie komentarza zawiera-

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych...

jącego wyłącznie informację na temat kolejności polubienia filmiku czy obrażanie autora filmiku lub innych użytkowników portalu. Na *YouTube* trolling jest wszechobecny, nawet do tego stopnia, że trudno znaleźć filmik, w którym chociażby jeden komentarz nie był autorstwa trolla.

Wykaz analizowanych filmików i komentarzy do nich

Klocuch	www.youtube.com/watch?v=4073KYYdPO4
Klocuch 2	www.youtube.com/watch?v=PP2sDfNfGvQ
Madzia	www.youtube.com/watch?v=PjcnY3rmK2s
Madzia 2	www.youtube.com/watch?v=XYn8lfulvjI
Madzia 3	www.youtube.com/watch?v=7osXO0dkEOY
Mcgrzesio	www.youtube.com/watch?v=RP7rUsr9LME
Remigiusz Mielczarek	www.youtube.com/watch?v=IoP2lUoujx0
Rojo	www.youtube.com/watch?v=3A0yXOazMGI
Rojo 2	www.youtube.com/watch?v=k8U9HFiuaxc
Skkf	www.youtube.com/watch?v=0pqFrHuaAbM
Skkf 2	www.youtube.com/watch?v=sWHpO0Q0jf8

Wykaz stron internetowych

www.netykieta.dlawas.net (dostęp: 28.07.2015)

www.support.google.com/youtube/answer/2801981?hl=pl (dostęp: 28.07.2015)

www.support.google.com/youtube/answer/2802268?hl=pl (dostęp: 28.07.2015)

www.support.google.com/youtube/answer/2801947?hl=pl (dostęp: 28.07.2015)

www.support.google.com/youtube/answer/2801973 (dostęp: 28.07.2015)

www.pl.wikipedia.org/wiki/Trollowanie (dostęp: 28.07.2015)

www.youtube.com/yt/policyandsafety/pl/communityguidelines.html
(dostęp: 28.07.2015)

Bibliografia

Bishop J., 2012, *Scope and Limitations in the Government of Wales Act 2006 for Tackling Internet Abuses in the Form of 'Flame Trolling'*, [w:] *Statute Law Review* 33(2), 207–216.

Bishop J. (red.), 2013, *Examining the Concepts, Issues, and Implications of Internet Trolling*, Hershey.

Bishop J., 2014, *Representations of 'trolls' in mass media communication: A review of media-texts and moral panics relating to 'internet trolling.'* [w:] *International Journal of Web Based Communities* 10(1), 7–24.

Donath J. S., 1999, *Identity and deception in the virtual community*, [w:] *Community in Cyberspace*, red. M. Smith M. A. Kollock, London, 29–59.

Staniewicz M., 2005, *O trollach i plonkach, czyli o niektórych aspektach netykiety językowej w grupach dyskusyjnych*, [w:] *Język a multimedia*, red. A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko, Wrocław.

Streszczenie

Z serwisu *YouTube* korzysta ponad miliard użytkowników, a co minutę do *YouTube* trafia 300 godzin filmów. Na portalu można znaleźć wiele komentarzy zawierających trolling (antyspołeczne zachowanie charakterystyczne dla forów dyskusyjnych i innych miejsc w Internecie, w których prowadzi się dyskusje). Artykuł pokazuje, jakie mogą być formy trollingu, np.: podszywanie się pod gameplayera i komentowanie w jego imieniu, umieszczanie komentarza zawierającego wyłącznie informację na temat kolejności polubienia filmiku czy zadawanie pytań niezwiązanych z tematyką filmiku.

Słowa kluczowe: trollowanie, YouTube, gameplayerzy, gracze, trolle

Polscy gameplayerzy a trolling, czyli o zachowaniach antyspołecznych...

Summary

YouTube has more than 1 billion users. It is one of the most popular portals on the Internet. 300 hours of video are uploaded to *YouTube* every minute. On the website you will find many comments from trolling. In Internet slang, a troll is a person who sows discord on the Internet by starting arguments or upsetting people. This article shows what are the forms of internet trolling, for example: the purposeful incorrect Spell, Advertising other websites or channels and placing greetings in the comments.

Keywords: trolling, YouTube, gameplayers, players, trolls

VI

ROZDZIAŁ VI

Zuzanna Guty

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Sonet jako aplikacja internetowa. Twórcza kontynuacja czy degradacja gatunku?

Umieszczanie wskazówek w tytułach dzieł jest często stosowaną techniką, mającą na celu odsyłanie tekstu do różnych gatunków. Rola tytułu okazuje się niezwykle istotna z punktu widzenia genealogii. Wskazanie przez autora na określony gatunek wzbudza podejrzenie odbiorcy o powinowactwa z tą formą, co wydaje się szczególnym procesem w przypadku literatury współczesnej. Jak zauważa R. Nycz, obecność klasyfikacji „pozwała spodziewać się zakwestionowania tradycyjnego znaczenia terminu – jakby dla zilustrowania prawdy, że każda kontynuacja musi oprzeć się na innowacji, wszelkie powtórzenie być jednocześnie semantycznym przekształceniem”¹ (Nycz 1982: 17) Pomińcie wskazania metagatunkowego w toku interpretacji znacznie ją zubaża. To kontekst na tyle oczywisty, że interpretator musi go uwzględnić.

¹ Badacz zauważa ponadto, że brak takiej klasyfikacji w przypadku literatury współczesnej powinien uruchamiać jeszcze większą czujność odbiorcy.

Jeśli weźmiemy pod uwagę przedmiot zainteresowania tego szkicu – sonety – to zauważymy, jak częsta jest gra podwójnymi klasyfikacjami gatunkowymi, poczynając od liryki S. Czachorowskiego czy R. Wojaczka, po późniejsze realizacje roczników siedemdziesiątych i osiemdziesiątych. Wówczas tytuł utworu wskazuje na określoną tradycję, zaś układ graficzny odcinków stroficznych na inną. W tym drugim przypadku częstym odwołaniem jest sonet z uwagi na wyrazistą strukturę formalną. Odbiór tej wskazówki okazuje się zatem ułatwiony dzięki kompozycji kwadryn i tercyn bądź kwadryn i dystychów. Tytuł utworu jest bowiem zawsze sygnałem gatunkowym, który „stanowi element strategii literackiej, wiąże się z próbami określenia siebie (twórcy) nie tylko wobec odbiorców, lecz i wobec teraźniejszych i przeszłych dokonaniań poetyckich” (Szymczyk 2009: 337).

Sonet należy do tych form poetyckich, które posiadają długą tradycję. Jego początki sięgają w polskiej liryce dzieł J. Kochanowskiego, M. Sępa-Szarzyńskiego oraz S. Grabowieckiego. To forma zaliczana do wysokich, szczególnie wysublimowanych. Podjęcie jej kojarzy się czytelnikowi z popisem wirtuozerii poetyckiej. Sonet uchodzi za strukturę trudną, którą definiuje się jako sprawdzian możliwości nobilitujący artystę. Często powtarzaną opinią jest fakt, iż w strukturę wpisany jest platoński ideał piękna (Chiasson, Rogers 2002: 55). D. Opacka-Walasek trafnie zauważa jego „przemysłaną estetyzację” (Opacka-Walasek 2013: 206). Z kolei J. Przyboś w *Zapiskach bez daty* uznaje sonet za formę „doskonale utrafioną ze względu na rozmiar”, mieszczącą w sobie „spazm chwili”, co wprowadza dodatkowo czynnik metafizyczny (Przyboś 1963: 207). Jednakże sonet, choć uchodzi za strukturę ustaloną, podlega prawom przemiany. Paradoks formy zauważyła już R. Lotman (Lotman, 2013: 333). Wpisana więc w nią zmienność stanowi jeden z najważniejszych problemów wymagających rekonstrukcji. Wskazując na odchodzenie od wzorca, należałoby jednak definiować go jako pewną strukturę nie ograniczoną jedynie do klasyfikacji w tytule, jakkolwiek, istnieją tego typu utwory (by

wskazać na *S'one't* M. Podgórnika). Wynika to z faktu, iż w polskiej poezji najnowszej dokonują się zmiany w postrzeganiu klasyfikacji gatunkowej, będące znakiem przenikania poetyki postmodernistycznej. Wydaje się, że tradycja ta wyrasta z dzieł Wojaczka, jego sonetów-piosenek, sonetów-ballad czy sonetów-elegii. Wskazanie na dwie tradycje (a także nawiązania do większej liczby, nierzadko trzech) jest znakiem zacierania granic gatunkowych. Często stosowanym chwytym okazuje się sonetowość jako wyznacznik jakości dzieła lirycznego, ujawniającej się poszerzaniem granic gatunku o formy użytkowe, gatunki mowy czy aplikacje. Tak powstają postaci jednorazowe, budowane jedynie ze szczątków.

Skrajnym przykładem gry z tradycją gatunkową sonetu są cybernetyczne techniki L. Onaka. Jak pokazuje praktyka, można napisać odpowiedni program, który tworzy remisy wierszy ponowoczesnych z dziełami literackimi. Jako egzemplifikacja niech posłuży wiersz-remiks nawiązujący do *Stepów akermańskich* – *Kroki Akermańskie* Onaka:

Sekundę później przestwory morskie,
Samochody, statki i pół-fale szumiące,
Toną w trawniku, skórą wypełniając kwiaty,
By uniknąć raf koralowych.

Korzystają wieczorem na ulicy z kurhanu,
Nawigują przewodniczkami gwiazd na niebie,
Wydają się jako chmury – światłem.

Stójmy! – Jak milczeć! – Słuchaj! Obsługi dźwigu,
Umożliwiającej niewolnictwo motyłom, jak trawa.

Dobra trawa została naruszona.
W tej ciszy – głosu,
Słyszałbym interesujące Litwy żywice.
– Daj spokój, nikt nie chce.

Utwór jest efektem techniki, którą określa się jako dadaistyczną zabawę wyszukiwarkami. Służą do tego generatory poezji znajdujące się w serwisie literackim *Wolne Lektury*. Teksty te stoją w sprzeczności z tradycyjnym pojmowaniem dzieła literackiego. Jednakże, jak twierdzi U. Pawlicka, utwory cybernetyczne wymagają innych kryteriów oceny, ale również stworzenia osobnej teorii literatury cyfrowej. Zdaniem badaczki należałoby odrzucić istniejące metodologie, bowiem: „Literatura tradycyjna zadawała następujące pytania: co to jest dzieło literackie? Jak zachodzi proces interpretacyjny? Jaka jest relacja między autorem, tekstem a czytelnikiem? Literatura cyfrowa z kolei wiąże się już z innymi zagadnieniami: jak działa obiekt? Jaki jest mechanizm jego generowania? Jak oddziałuje na odbiorcę? Jaki jest związek między komputerem, utworem a użytkownikiem? Jaka jest funkcja nadawcy, i co więcej – kim jest poeta? Przeformułowane pytania są efektem zmian we współczesnej kulturze, kształtowanej przez nowe technologie” (Pawlicka 2015: 206).

Powyższa uwaga przywołuje skojarzenia z teorią dzieła literackiego R. Ingardena (Ingarden, 1988). Jest to jednak tylko jeden z możliwych przykładów. Czy wbrew temu, co pisze autorka, nie można w ramach tych założeń analizować także tekstów powstających dzięki rozwojowi nowych technologii? Do czego jednak miałyby prowadzić negacja teorii literatury? Więcej nawet, negacja, która wynika jedynie z przekształceń założeń znanych współczesnym metodologiom? Jest to temat na osobne rozważania, wymagający osobnego szkicu. Warto zastanowić się nad tymi utworami w ramach sygnalizowanego już w tytule odniesienia gatunkowego, jakim jest sonet.

Spróbujmy zatem przeanalizować utwory Onaka z perspektywy tej tradycji, zastanawiając się nad wskazaniem w tytule i kwalifikacją gatunkową. Pierwsze pytanie, które nasuwa się w trakcie lektury, jest następujące: czy są to sonety? Gra gatunkiem w twórczości poety – o realizacji formy trudno bowiem w tym przypadku mówić – jest możliwa jedynie w przestrzeni Internetu. Nie można przetransponować tej

techniki na inną. *Sonet niezachodzący*, z prowokacyjną wskazówką metagatunkową w tytule, powstaje dzięki zastosowaniu opcji „generuj sonet”, która szybko wyszukuje konkretny utwór na podstawie „remiksu artykułów z czołowych mediów internetowych w Polsce”. Po jednym kliknięciu, pojawia się nowy tekst, który, jak informuje nas sam autor, „nie-zachodzi”. Całość nie jest nośnikiem określonego sensu, ponieważ składa się z elementów przypadkowych.

Abstrahując zupełnie od przyjętej techniki internetowej, można z pewnością stwierdzić, że nie jest to realizacja sonetu graficznego, ponieważ obrys kompozycyjny został znacznie zdeformowany. Przyjmijmy, że sonet graficzny, typowy dla realizacji postmodernistycznej, posiada dwie cechy: czternastowersową strukturę i utrwalony w świadomości czytelniczej obrys kompozycyjny². Takie stanowisko przedstawił już A. Sosnowski, tworząc poetykę „foremek” (Sosnowski 2007) oraz P. Michałowski, analizując utwory ponowoczesne (Michałowski 2008). Teksty Onaka są zbudowane z całości czternastowersowych, które nie naśladują siatki sonetu (4+5+3+2), dwunastowersowych (4+3+3+2) lub piętnastowersowych (4+4+3+4). Zdarzają się również dokładne odwzorowania obrysu kompozycyjnego (4+4+3+3). Niestety, przyjęta opcja „generuj sonet” jest ciągle aktualizowana, co uniemożliwia cytowanie dzieła i dalszą lokalizację. W związku z tym wskazanie na konkretny utwór może okazać się nierzetelne. Oto *Warszawskie powódzie sprzed lat*:

Warszawskie powódzie sprzed lat

Wjechał autem w grupę pieszych, zabił dwie osoby i uciekł. Trwają poszukiwania

² Sonet graficzny pojawił się w liryce R. Wojaczka, B. Zadury, później A. Sosnowskiego i P. Sommera. Doczekał się kontynuacji wśród następujących przedstawicieli poezji najnowszej: D. Foksa, A. Wiedemanna, T. Majerana, M. Grzebałskiego, D. Sońnickiego czy M. Meleckiego.

KOMPUTRONIK S.A. - Zawarcie umowy kredytowej przez Emitenta (25/2014)

Cinkciarz.pl uczestnikiem Obrad Okrągłego Stołu Polskiego Sportu

Raport: Pękające implanty piersi nie były toksyczne

Zobaczyli tam coś, czego nie spodziewali się ujrzeć!

GINO ROSSI S.A. - Uchwała Zarządu w sprawie odstąpienia od organizacji programu emisji obligacji....

Zaobserwowano pulsar z rekordowo długim dżetem

Uwodzenie w biznesie – czy działa?

W Wietnamie zostawił narzeczoną i syna. Po latach postanowił ich odnaleźć

Leki fotouczulające³

W tym kontekście pojawiają się jednak kolejne pytania. W trakcie przeglądania tych stron pojawiły się błędy w odczycie aplikacji, czego efektem było zatarcie graficznego obrysu kompozycyjnego. Zamysłem autora było bowiem stworzenie struktury naśladującej sonet. Zastanawiające jest natomiast, że w przypadku tego utworu, w świetle tej informacji, dochodzi do błędnego cytowania „zdekomponowanej siatki”, a zatem błędnej wersji utworu. Nasuwa się mimo woli szereg pytań: czy sonet na papierze, utrwalony w określony sposób, można „zepsuć”, jak aplikację Onaka? Bowiem, jak pokazuje przykład, aplikacje nie są trwałe i niezawisłe. Pytanie ostatnie: czy błędna wersja wpływa na semantykę przytaczanego tekstu? Wydaje się, że nie, sam komunikat nie jest wadliwy. Gdyby nawet poszerzyć te utwory o brakujące wersy, całość nie byłaby spójna i znaczeniowótórcza.

Posługiwanie się klasyfikacją gatunkową w odniesieniu do tego utworu, jest zupełnie arbitralne. Co więcej, tekst cybernetyczny Ona-

³ Zachowano oryginalną ortografię i interpunkcję.

ka to był przypadkowy i nieuchwytny, nie tworzący konkretnej całości semantycznej, co stoi w sprzeczności z tradycyjnym rozumieniem dzieła literackiego jako bytu intencjonalnego (Ingarden 1988: 126). Cybernetyczne próby Onaka nie są zatem ani sonetem, ani nawet wierszem w tradycyjnym rozumieniu. Niemniej, ich schematyzm mieści się w założeniach wiersza ponowoczesnego. Gdyby jednak poszukiwać kontekstu dla utworów Onaka, można zwrócić się w stronę angielskiej tradycji *nonsens verse*, do której nawiązywał w polskiej poezji A. Wat. Trudno jednak rozsądzić, czy takie było zamierzenie autora.

Interesujące natomiast jest to, że sonet posiada cechy formalne, które pozwalają przełożyć go na aplikację internetową. Właściwości struktury są ponadto rozpoznawalne nawet wśród prostego odbiorcy. Z kolei przetransponowanie takich gatunków jak tren czy elegia na aplikację wydaje się niemożliwe ze względu na ich podstawową cechę, jaką jest określona postawa podmiotu. Można natomiast, teoretycznie rzecz ujmując, przetransponować inne układy stroficzne: rondo, vianellę, triolet czy rondel. Tam, gdzie o klasyfikacji decyduje obrys kompozycyjny, należy założyć możliwość takiej aktualizacji. Posłużmy się przykładem – triolet składa się z ośmiu wersów o schemacie rymowym abaaabab. W utworze realizującym tę formę stroficzną pierwszy wers powinien powtarzać się jako czwarty i siódmy, drugi zaś jako ósmy. Utrudnienia wynikają z faktu, że ostatnie sekwencje zawierają refleksję. Można zatem tę cechę pominąć (co zdarza się w realizacjach poetów najnowszych). Jest to jednak przypadek najprostszy. Bez względu na to, jaką treścią zostanie wypełniony utwór, łatwo rozpoznać taką aktualizację. W przypadku ronda niedogodnością może okazać się liczba sylab w wersach, choć wówczas realizacja, jak w przypadku sonetu, mogłaby ograniczać się jedynie do graficznego kształtu.

Pewnym typem aplikacji internetowej jest również *Sonetada* J. S. Skorupskiego, którą można rozpatrywać w charakterze programu służącego do zamieszczania utworów w Internecie. Poeta stworzył ją, aby pobić rekord Guinnessa. Aplikacja liczy 4393 teksty. Autor tworzy

około 12 sonetów dziennie, co najmniej 340 sonetów miesięcznie. W sonetowej aplikacji znajduje się odpowiednia wyszukiwarka, dzięki której, wpisując określone słowo, możemy znaleźć odpowiedni tekst. Istnieje także drugi sposób poruszania się po *Sonetadzie* za pomocą ustanowionej kolejności chronologicznej dzieł oraz poprzez zamieszczony spis treści. Do każdego sonetu jest również dołączone nagranie zawierające recytację autora lub zdjęcie rękopisu. Dzieła te, zapisane w języku polskim oraz esperanto, nigdy nie są tłumaczeniem z jednego języka na drugi.

Jak twierdzi autor, jego utwory są dzięki właściwościom aplikacji odczytywane w milionowych statystykach. W tradycyjnej wersji nie można stwierdzić, jaką liczbę czytelników posiada dane dzieło. W wypowiedzi autora pojawia się wskazanie: „Teraz po dwudziestu latach mojej sonetomanii myślę sonetem i mówię sonetem. Nie ma już miejsca w Internecie, więc ograniczyłem publikowanie, bo portal staje się niedostępny i słabo się otwiera. Chciałbym odzwyczaić się od pisania, tylko czy to jest możliwe...?”⁴. Skorupski zauważa ograniczoność aplikacji, która nie jest w stanie pomieścić większej liczby tekstów. Należałoby zauważyć, iż dzieła te poprzez przyjętą formę są skierowane do masowego odbiorcy, który zadaje również pytania naiwne. Jest to element związany z oddziaływaniem dzieła na odbiorcę: „Nie zawsze »ja« jest moim »ja«, ale przyjmuję w ten sposób na siebie odpowiedzialność za słabe strony tego świata, czyli nie ktoś źle czyni, ale właśnie ja. Napisałem kiedyś, że moja babcia przy oknie obcina paznokcie i wyrzuca ścinki przez okno prosto do talerza zupy konsumenta pobliskiej restauracji, lecz ja przecież nie znałem moich babć, bo urodziłem się już po ich śmierci, a jestem w wieku, że babci mieć nie mogę, jednak niektórzy czytelnicy wysyłali groźby pod moim adresem z radami, abym pouczył moją babcię, jak ma się zachowywać”⁵.

⁴ Informacja uzyskana w trakcie rozmowy z poetą.

⁵ Kolejna informacja uzyskana w trakcie rozmowy z poetą.

Dzieła Skorupskiego należy umieścić w nurcie kultywacji formalnej, choć z pewnością jest to twórca mało uznany, raczej peryferyjny. Próżno szukać tekstów krytycznoliterackich na temat tej poezji. W *Sonetadzie* odnajdujemy sonety białe, pozbawione jakichkolwiek rymów. Od takiego rozumienia formuły zaczęły się jego próby liryczne. Z czasem powstawały klasyczne struktury. By posłużyć się egzemplifikacją, przedstawię *Sonet o zapelnianiu ściany*:

Podarek – obraz zapisany
litery i słowa chcą cieszyć
więc trzeba je godnie powiesić
co by tu jeszcze zdjąć ze ściany

może wzrok smutnego Hindusa
cierpiącego w beznadziejności
zwiędłego pomimo młodości
nie ruszy go żadna pokusa

a może lusterko z wianuszkiem
z karteczką „huk petard” pośrodku
wypada umieścić nad łóżkiem

lub metrykę z Księgi Guinnessa
położyć wróżebnie na spodku
ażeby chroniła od biesa

Jak widać, w powyższym utworze Skorupski dba o rymy i ich układ. Zdarzają mu się nieliczne odstępstwa od jednolitej miary wersyfikacyjnej, lecz jest to cecha wielu współczesnych realizacji sonetu.

Być może warto wrócić do pytania, które pojawiło się w tytule tego szkicu: twórcza kontynuacja czy degradacja? Sonet jest z pewnością gatunkiem anamorficznym⁶, ciągle przekształcanym (Dziadek 2014: 139).

⁶ Przekształcenie, zniekształcenie i deformacja, jak zaznacza badacz.

Wydaje się jednak, że to, co niesie za sobą określoną poetykę, nawet tak zdekonstruowaną jak sonet graficzny, znajduje kontynuatorów i pozostaje w szeregu zjawisk literatury. Utwory Onaka należy sytuować na pograniczu zjawiska, jakim jest performance, można zatem mówić jedynie o arbitralnym wskazaniu autora, zabawie kwalifikatorem gatunkowym. Sonety Skorupskiego należą natomiast do nurtu kulturywacji formy, zaufania do tradycji, której są nośnikiem. Czy jest to degradacja gatunku? Z pewnością nie. *Sonetada* zasługuje na większą uwagę badaczy i krytyków pomimo usytuowania jej na dalekich peryferiach głównego nurtu literackiego. W historii każdego okresu, w którym dochodzi do głosu sonetomania, zapisały się realizacje wybitne, schematyczne oraz grafomańskie. Każde z nich okazały się jednak ważnym odniesieniem dla badaczy, tworząc osobliwy pejzaż gatunkowy.

Bibliografia

- Aarseth E., 1997, *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, Maryland.
- Chiasson M., Rogers J., 2001, *Beauty Bare. The Sonnet Form. Geometry and Aesthetics*, [w:] *Journal of Literature and Science* nr 1, 48–64.
- Dziadek A., 2014, *Projekt krytyki somatycznej*, Warszawa.
- Ingarden R., 1988, *O dziele literackim. Badania z pogranicza ontologii, teorii języka i filozofii literatury*, Warszawa.
- Lotman R., 2013, *Sonnet as Closed Form and Open Process*, [w:] *Interlitteraria* 18/2, 317–334.
- Maliszewski K., 1999, *Nasi klasycy, nasi barbarzyńcy. Szkice o nowej poezji*, Bydgoszcz.
- Maliszewski K., 2005, *Nowa poezja polska 1989-1999. Rozważania i uwagi*, Wrocław.
- Michałowski P., 2008, *Głosy, formy, światy. Warianty poezji nowoczesnej*, Kraków.

- Nycz R., 1982, *Współczesne sylwy wobec literackości*, [w:] *Studia o narracji*, red. J. Błoński, S. Jaworski, J. Sławiński, *Studia o narracji*, Wrocław.
- Nycz R., 2004, *Poetyka intertekstualna. Tradycje i perspektywy*, [w:] *Kwartalnik Filozoficzny*, z. 3.
- Onak L., Podgórní Ł., 2012, *wgraa*, Kraków.
- Onak L., *Sonet niezachodzący*, wersja online: <http://http404.org/sonet-niezachodzacy/index.php> (dostęp: 21.05.2015 r.).
- Opacka-Walasek D., 2013, *Pasaże liryczne*, Katowice.
- Oppenheimer P., 1982, *The Origin of the Sonnet*, [w:] *Comparative Literature* 34, 289–304.
- Pawlicka U., 2015, *Poezja polska i nowe media po roku 2000*, [w:] *Polska poezja po 2000. Diagnozy. Problemy. Interpretacje*, red. T. Dalasiński, A. Szwagrzyk, P. Tański, Toruń, 194–211.
- Pawlicka U., 2012, *(Polska) poezja cybernetyczna. Konteksty i charakterystyka*, Kraków.
- Przyboś J., 1963, *Sens poetycki*, Kraków.
- Sawicki S., 1976, *Gatunek literacki: pojęcie klasyfikacyjne, typologiczne, politypiczne*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków.
- Sławiński J. (red.), 2000, *Słownik terminów literackich*, Wrocław.
- Sosnowski A., 2007, *Najrzykowniej*, Kraków.
- Śliwiński P., 2002, *Przygody z wolnością. Uwagi o poezji współczesnej*, Kraków.
- Szymczyk G., 2009, *Ballada we współczesnej poezji polskiej (Z zagadnień przemian świadomości gatunkowej)*, [w:] *Polska genologia. Gatunek w literaturze współczesnej*, red. R. Cudak, Warszawa.
- Wojaczek R., 2005, *Utwory zebrane*, red. B. Kierc, Wrocław.

Streszczenie

Autorka artykułu przekonuje, iż wskazówka metagatunkowa pojawiająca się w tytule utworu wpływa na interpretację dzieła w kontekście przywołanej tradycji. Zauważa jej obecność w aplikacjach internetowych: *Sonecie nieustającym* L. Onaka oraz *Sonetadzie* J. S. Skorupskiego. Przedstawia sposób funkcjonowania tekstu w Internecie, odwołując się także do tradycji gatunku. Badaczka zaznacza, że utwory Onaka mieszczą się w ramach zjawiska, jakim jest performance. Ponadto nie należy ich klasyfikować w ramach klasycznych definicji, lecz właśnie jako aplikacje internetowe.

Słowa kluczowe: sonet, genologia, aplikacje internetowe

Summary

The author argues that the tip appearing in the title affects to the interpretation of the lyric in the context of its tradition. She notes its presence in the web applications: *Sonet nieustający* (L. Onak) and *Sonetada* (J. S. Skorupski). The researcher describes the operation of the text on the Internet, referring also to the tradition of the genre. The author points out that Onak's experiments are connected with the phenomenon of performance. What is more, she convinces that it could not be classified as part of the classic tradition, but just as web applications.

Keywords: sonnet, genology, web applications

VII

ROZDZIAŁ VII

Szymon Cieśliński

Uniwersytet Łódzki

Gra i/lub opowieść? O eksplorowaniu historii w *Gone Home*

Obserwując wpisy czytelników pod artykułami publikowanymi w serwisach poświęconych grom komputerowym, często można natrafić na żarliwe dyskusje prowadzone przez skonfliktowanych ze sobą zwolenników komputerów stacjonarnych z jednej strony oraz fanów konsol z drugiej. Drugim rodzajem opozycyjnych obozów notorycznie spotykanych w Internecie są piewcy wyższości grafiki nad grywalnością oraz przeciwnicy tej teorii, głoszący hasła zgoła odmienne. W ostatnich latach nierzadko dochodzi także do sporów w kontekście pewnej wariacji drugiej z wymienionych opozycji. Otóż gracze spierają się o to, co jest ważniejsze w przypadku elektronicznej rozrywki: gameplay czy fabuła?

Tego typu dyskusje występują bardzo często w kontekście popularnych w ostatniej dekadzie produkcji skupiających się, także kosztem ograniczonej mechaniki gry, na opowiadaniu historii. Mowa tu m.in. o dziełach francuskiego studia Quantic Dream¹ oraz uzyskujących liczne

¹ *Fahrenheit* (Quantic Dream, Atari, 2005), *Heavy Rain* (Quantic Dream, Sony Computer Entertainment, 2010) czy *Beyond: Two Souls* (Quantic Dream, Sony Computer Entertainment, 2013).

nagrody² grach od Telltale Games³ i innych epizodycznych grach przygodowych⁴. Dodatkowym przyczynkiem do dyskusji na temat istoty fabuły, a w konsekwencji także sposobów jej opowiadania, stał się boom na tzw. *indie games*⁵, czyli produkcje niezależne tworzone i dystrybuowane (najczęściej cyfrowo) przez niewielkie studia, bez wsparcia finansowego zewnętrznych wydawców gier. Duży popyt na gry indie doprowadził do rozwoju tej właśnie gałęzi branży rozrywki elektronicznej i nakłonił małe studia do eksperymentowania z tworzywem gier komputerowych. W ten sposób powstały m.in. gry eksploracyjne, określane także mianem *walking simulators*⁶. Do ważniejszych przedstawicieli tej kategorii należą *Dear Esther* (thechineseroom & Robert Briscoe, thechineseroom 2012) oraz omawiany bliżej w niniejszym tekście *Gone Home* (The Fullbright Company, The Fullbright Company, 2013)⁷. Obie produkcje spotkały się z dużym zainteresowaniem graczy i dziennikarzy branżowych. Z jednej strony były chwalone za innowacyjność i specyficzny rodzaj narracji, tj. *environmental storytelling*, z drugiej strony

2 Przykładowo gra *The Walking Dead: Season One* (Telltale Games, Telltale Games, 2012) uzyskała ponad 80 różnych nagród w kategorii Gra roku 2012 oraz wiele innych wyróżnień.

3 M.in. *The Wolf Among Us* (Telltale Games, Telltale Games, 2013), *The Walking Dead: Season Two* (Telltale Games, Telltale Games, 2013), *Tales from the Borderlands* (Telltale Games, Telltale Games, 2014), *Game of Thrones* (Telltale Games, Telltale Games, 2014).

4 Np. *Life Is Strange* (DONTNOD Entertainment, Square Enix, 2015).

5 Skrót od *independent video games*, pot. *indyki*.

6 Pierwotnie pogardliwy termin „symulator chodzenia” miał podkreślać szczerkowość mechaniki gry, do której się odnosił oraz ograniczenie możliwości funkcjonowania gracza w przestrzeni gry. Obecnie stosowany jest m.in. na platformie dystrybucji cyfrowej Steam jako określenie neutralne służące do kategoryzacji gier.

7 Innymi interesującymi grami eksploracyjnymi, które ukazały się przed wspomnianymi tytułami, są *The Graveyard* (Tale of Tales, Tale of Tales, 2008) i *The Path* (Tale of Tales, Tales of Tales, 2009).

krytykowano ograniczenia dotyczące gameplay'u. W przypadku *Gone Home* poddawano nawet w wątpliwość fakt, czy ów tekst kultury można określać mianem „gry komputerowej”.⁸ W dalszej części artykułu autor wykaże, czy tego typu wątpliwości były słuszne oraz przeanalizuje sposób opowiadania historii we wspomnianym tekście kultury, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki narracji przez otoczenie.

Czy i co jest grane?

Sukces *Gone Home* wywołał w serwisach zajmujących się elektroniczną rozrywką i/lub szeroko pojętą popkulturą istną lawinę artykułów poświęconych temu, czy ów tekst kultury jest grą⁹. By odpowiedzieć na to pytanie warto odwołać się do wyznaczonych przez duńskiego badacza J. Juula sześciu cech konstytutywnych gier elektronicznych, a są to: reguły, zmienny wynik, wartość wyniku, działania gracza, relacja gracza

⁸ Produkcje Quantic Dream oraz Telltale Games również spotykały się z podobnym zarzutem. Należy jednak zaznaczyć, że w ich przypadku najczęściej mówiono o tym, iż są one interaktywnymi filmami. Krytykowano m.in. fakt, że w wielu scenach gracz ma jedynie ograniczoną kontrolę nad swoim awatarem, a także sekwencje QTE (quick time event) wymuszające na graczku wciskanie konkretnych przycisków w odpowiednim momencie, by móc kontynuować rozgrywkę.

⁹ Zob. artykuły: B. Sinclair, 2014, *Why is Gone Home a game?* <http://www.gamesindustry.biz/articles/2014-03-20-why-is-gone-home-a-game>, B. Sheffield, 2014, *What makes Gone Home a game?* http://www.gamasutra.com/view/news/213612/What_makes_Gone_Home_a_game.php, L. Wichtowski, 2014, *The 'Not A Game' Argument Is A Sad Way To Look At Games* <http://kotaku.com/the-not-a-game-argument-is-a-sad-way-to-look-at-games-1658861794>, B. Kuchera, 2014, *Is Gone Home a game? Why the argument is worth having* <http://www.polygon.com/2014/11/6/7170349/gone-home-is-a-game-though-seriously>. Zob. także wypowiedź jednego z twórców z GDC 2014: S. Gaynor, 2014, *Why is Gone Home a game?* <http://www.gdcvault.com/play/1020376/Why-Is-Gone-Home-a> (dostęp: 30.6.2015 r.).

– wynik oraz uzgadnianie konsekwencje (zob. Juul 2003, Urbańska-Galanciak 2009: 53–57).

W przypadku *Gone Home* celem grającego jest uzyskanie jak największej ilości informacji na temat bliskich postaci, w którą się wciela, w celu wyjaśnienia przyczyn ich zniknięcia (**zmienny rezultat**). Jest to możliwe wówczas, gdy gracz dokona eksploracji świata przedstawionego, tj. zapozna się ze wszechobecnymi wskazówkami i rozwiąże proste łamigłówki (**działania gracza, reguły**). Gracz może zebrać różną ilość informacji, może również rozwiązać lub nie rozwiązać łamigłówek (**wynik podlega wartościowaniu**). Jedynie poprawne wykonanie zadań pozwoli osiągnąć cel gry (**relacja gracz – wynik**) oraz odczytać przekaz twórców. W związku z tematyką tekstu, konsekwencje gry mogą odnosić się do świata realnego i wpływać na światopogląd gracza (**uzgadnianie konsekwencje**) (zob. Urbańska-Galanciak 2009: 56–57).

Wiedząc, iż *Gone Home* posiada cechy gry, a co za tym idzie odpowiada wymogom definicyjnym tego medium, należy poświęcić odrobinę uwagi jego przynależności gatunkowej. Jak zauważa recenzentka czasopisma CD-Action I. Pogiernicka „[n]ie sposób nazwać *Gone Home* [w przeciwieństwie do wspomnianych wcześniej produkcji Quantic Dream i Telltale Games – Sz.C.] interaktywnym filmem, bo pozbawiony jest cutscenek, od klasycznej gry przygodowej odróżnia się z kolei znikomą liczbą zagadek” (Pogiernicka 2013: 67). W notatce encyklopedycznej dostępnej w serwisie GryOnline czytamy, że jednak jest to „[p]ierwszoosobowa przygodówka pełnymi garściami czerpiąca z gatunku horroru. Zabawa [w niej] polega głównie na eksplorowaniu lokacji, rozwiązywaniu zagadek i odkrywaniu sekretów fabuły. Nie uświadczymy tu żadnych sekwencji walki. Zamiast tego otrzymujemy prawdziwie interaktywny wirtualny świat, rządzony prawami logiki i zasadami fizyki”. Również platforma Steam oraz inne portale branżowe, m.in. Gamezilla, Gram.pl i CD-Action, szufladkują *Gone Home* jako grę przygodową. Czasami można spotkać

w jej kontekście także dodatkowe określenia takie jak: gra eksploracyjna, eksperymentalna, artystyczna czy wymieniany wcześniej symulator chodzenia. Sami twórcy ze studia The Fullbright Company nazywają swój produkt mianem „interactive story exploration video game” i podkreślają, iż świadomie stworzyli grę niszową, w której możliwości gracza są bardzo ograniczone.¹⁰

Eksplorowanie historii

Po rozpoczęciu gry wsłuchujemy się w nagranie, które nasza postać pozostawiła na poczcie głosowej swojej mamy. Wynika z niego, iż wcielamy się w dziewczynę wracającą do domu po dłuższej nieobecności. Informujemy rodziców, że wrócimy późno w nocy, ale mamy już załatwiony dojazd do domu, więc nasi bliscy nie muszą się o nas martwić.

Chwilę później przejmujemy kontrolę nad awatarem i rozpoczynamy eksplorację. Stoimy na ganku naszego rodzinnego domu. Jest środek nocy. Błyskawice co chwilę rozjaśniają przestrzeń wokół nas, a odgłosy deszczu i grzmotów to jedyne, co słyszymy. Spoglądając na metkę przy naszym bagażu dowiadujemy się, że nazywamy się Kaitlin Greenbriar i znajdujemy się w Portland, dnia 6 czerwca 1995 roku. Na drzwiach frontowych odnajdujemy list od naszej siostry Sam: “Katie, I’m sorry I can’t be there to see you, but it is impossible. Please, please don’t go digging around trying to find out where I am. I don’t want

¹⁰ S. Gaynor w rozmowie z serwisem Gamezilla mówi: „We went in knowing we were making a niche game that was going to work for some people, and that some people wouldn’t be into it. It’s a game, but it’s very focused. It does a small number of things. If you’re not into exploring this house and finding things out, it’s not the game for you!” http://gamasutra.com/view/news/212853/For_Gone_Homes_designer_what_is_a_game_is_a_question_worth_exploring.php (dostęp: 30.6.2015 r.).

~~Mom and Dad~~ anyone to know. We'll see each other again some day. Don't be worried. I love you. – Sam¹¹.

Zaniepokojeni i/lub zaintrygowani próbujemy wejść do domu, jednak drzwi pozostają zamknięte. Deweloperzy zmuszają nas w ten sposób do bliższego przyjrzenia się otoczeniu. W toku eksploracji uczymy się podstaw rozgrywki, tj. wchodzenia w interakcję z obiektami: odruchowo podnosimy kubek, włączamy lampę oraz otwieramy drzwi do niewielkiej szafki. W jej wnętrzu znajdujemy ozdoby bożonarodzeniowe oraz klucz otwierający drzwi wejściowe. Korzystamy z niego i po chwili znajdujemy się w dużym holu. Otaczają nas schody, korytarze i drzwi. Dom wydaje się być opuszczony. W leżącej obok pobliskiej lampy teczce znajdujemy dokument – list przewoźny firmy obsługującej przeprowadzkę. Dzięki niemu poznajemy imię naszego ojca, nasz dawny i nowy adres. Chwilę później aktywuje się pierwszy z audiologów z głosem Sam. Nasza siostra wyjaśnia nam w nim, że przeprowadzka do nowego domu i wizyty w nowej szkole są dla niej trudnym doświadczeniem, zwłaszcza, że jej starsza siostra – czyli awatar prowadzony przez gracza – wyjechała, opuściła ją. Samantha zapisuje wszystko, czym chciałaby się podzielić ze swoją siostrą w pamiętniku, który gracz poznaje poprzez krótkie audiologii odblokowywane w czasie rozgrywki poprzez wchodzenie w interakcję z konkretnymi przedmiotami.

Mechanika gry pozwala na swobodne przemieszczanie się w przestrzeni domu, otwieranie drzwi i szafek, podnoszenie i oglądanie różnego rodzaju przedmiotów, aktywowanie części urządzeń (lampy, telewizor, automatyczna sekretarka itp.) oraz czytanie notatek, listów i innych dokumentów. Nie uświadczymy tu obecności bohaterów nie-

¹¹ „Katie, przykro mi, że nie mogę tu być, by cię zobaczyć, ale to niewykonalne. Proszę, proszę nie przetrząsaj mieszkania, próbując dociec, gdzie jestem. Nie chcę, by ~~Mama i Tata~~ ktokolwiek wiedział. Pewnego dnia znowu się zobaczymy. Nie martw się. Kocham Cię. – Sam”

zależnych czy typowego narratora. Instancją opowiadającą historię jest otaczająca nas przestrzeń. Gracz zwiedza budynek i zapoznaje się z kolejnymi przedmiotami, by w ten sposób uzyskać informacje na temat tego, co działo się w domu w czasie nieobecności postaci Kaitlin i tego, gdzie podzieli się jej bliscy.

Tego typu opowiadanie historii określa się terminem *environmental storytelling*, czyli narracją przez otoczenie. W 2010 roku w czasie Game Developers Conference M. Worch i H. Smith wygłosili referat poświęcony roli, jaką pełni otoczenie w grze. Wymienili wówczas jego cztery główne funkcje:

1. [It c]onstrains and guides player movement through physical properties and ecology.
2. Uses player reference to communicate simulation boundaries and affordance.
3. Reinforces and shapes player identity.
4. Provides narrative context¹² (Worch, Smith 2010: 6).

W przypadku *Gone Home* elementy przestrzeni – ściany, schody, korytarze – umożliwiają lub też ograniczają działania gracza (1). Poszczególne miejsca komunikują się z nim. Wizyta w łazience czy w kuchni uświadamia nam, że nasze możliwości interakcji są ograniczone, tj. że np. nie możemy podnieść ręcznika czy też otworzyć kartonu z mlekiem (2a). Natomiast zaraz po odwiedzeniu gabinetu ojca spostrzegamy poszlaki sugerujące, iż jest on pisarzem pracującym nad nową powieścią (2b). Zaprezentowany w grze dom kontekstualizuje doświadczenie i tożsamość gracza. Przykładowo nieznanostwo przestrzeni, ciemne korytarze, mrugające lampy, nieustanne grzmoty i czerwone plamy na wannie w łazience sprawiają, iż gracz odczuwa dyskomfort, niepokój,

¹² 1. Ogranicza i prowadzi grającego poprzez ścieżki w posiadłościach i ich otoczeniu. 2. Współgra z grającym w celu komunikacji ograniczeń i udogodnień symulacyjnych. 3. Modeluje, a następnie potęguje tożsamość grającego. 4. Dostarcza kontekst narracyjny.

być może nawet lęk¹³ (3). Przede wszystkim jednak przestrzeń w *Gone Home* stanowi kontekst narracyjny całej fabuły. Otoczenie jest, obok pojedynczych audiologów, jedynym narratorem historii. Eksplorując je, dowiadujemy się:

1. Co się w nim wydarzyło?
2. Kto je zamieszkiwał/zamieszkuje?
3. W jakich warunkach żył/żyje?
4. Co może się wydarzyć w przyszłości?
5. Jaką funkcję pełnią poszczególne miejsca?
6. Jaki jest nastrój świata przedstawionego?

Spójnie stosowane elementy środowiskowe sprawiają, iż świat, który przemierza gracz, mówi sam za siebie (Worch, Smith 2010: 13). Dom w grze, choć pusty, przekazuje nam niewerbalnie nieskończenie wiele informacji na temat swoich domowników. Wspomniany wcześniej gabinet ojca już na pierwszy rzut oka przypomina miejsce pracy pisarza. Gracz po przekroczeniu progu drzwi dostrzega maszynę do pisania, książki z imieniem i nazwiskiem wirtualnego rodzica na okładce czy notatki dotyczące fabuły jego nowej powieści. Dokładniejszy research pozwala dostrzec dodatkowe szczegóły, tj. ukryte w pokoju obok pisma erotyczne, schowaną na regale butelkę po whisky czy też list od niezadowolonego zleceniodawcy. W zależności od własnej dociekliwości,

¹³ Choć *Gone Home* opowiada przede wszystkim historię nastolatki, która przeżywa młodzieńczy bunt i powoli odkrywa własną seksualność, wiele elementów otoczenia gry sugeruje, iż mamy do czynienia z horrorem: grzmoty i błyskawice, ślady farby do włosów imitujące plamy krwi, ukryta w schowku tabliczka ouija czy notatki sugerujące, iż Sam interesowała się spirytyzmem oraz tematyką opętania i egzorcyzmów. Twórcy pełnymi garściami czerpią z rekwizytorium typowego dla horroru, by zmylić gracza. Co ciekawe, gra pierwotnie powstawała na silniku HPL2 należącym do studia Frictional Games słynącego z należących do gatunku *survival horror* gier takich jak *Amnesia: The Dark Descent* (Frictional Games, Frictional Games, 2010) czy jej sequel *Amnesia: A Machine for Pigs* (The Chinese Room, Frictional Games, 2013).

tj. zaangażowania w eksplorację, gracz natrafia na różną ilość informacji, na podstawie których samodzielnie wyciąga wnioski.

Interesujący wydaje się również fakt, że w związku z umiejscowieniem akcji gry w roku 1995 spacer po domu pozwala nie tylko poznać losy rodziny Greenbriarów, ale też odbyć symboliczną podróż w przeszłość do lat dziewięćdziesiątych. Przestrzeń, którą eksplorujemy, wypełniają artefakty będące znakiem rozpoznawalnym tamtych czasów.¹⁴

Współtworzenie treści

Grę komputerową od innych tekstów kultury odróżnia jej interaktywność. Gracz nie jest jedynie obserwatorem (widzem, czytelnikiem) tekstu, ale także jego użytkownikiem (Dovey, Kennedy 2011: 7). Proces grania to „wymagające uczestnictwa zajęci[e] koncentrujące się nierzadko wokół przyjemności i lęków związanych z eksploracją wirtualnych przestrzeni.” Wymaga on immersyjnej uwagi¹⁵, która związana jest z uczuciem zatracenia się oraz utratą poczucia czasu i przestrzeni (Dovey, Kennedy 2011: 10).

Gracz nie tylko identyfikuje się z postacią, którą porusza, kieruje, kontroluje, ale wręcz staje się nią. Nie poznaje biernie świata przedstawionego, lecz zanurza się w „świecie symulowanym” (Dovey, Kennedy 2011: 13), który może – w granicach narzuconych mechaniką gry – dowolnie przemierzać. Możliwość wpływania na otoczenie pozwala

¹⁴ Gracz napotka m.in. pirackie kopie filmów na kasetach VHS, płyty winylowe, magnetofon na kasety szpulowe, kartridże do konsoli Super Nintendo Entertainment System oraz kombinacje klawiszy do popularnej wówczas gry *Street Fighter*.

¹⁵ Na temat immersji czytaj m.in.: K. Prajzner, 2009, *Tekst jako świat i gra. Modele narracyjności w kulturze współczesnej*, Łódź, 17–56; R. Bomba, 2014, *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*, Toruń, s. 72–76.

mu poczuć się częścią tego świata. „Poczucie sprawstwa, jakie gra daje jednostce wyrażającej swe znaczenia w działaniu, a nie tworzącej ich poprzez interpretację, przemawia za tym, że jest to inna jakość” (Dovey, Kennedy 2011: 131).

Zastosowanie narracji środowiskowej sprawia, iż gracz poznaje historię na własną rękę poprzez analizę geografii i architektury otoczenia, a „[p]roste przyjemności płynące z badania i opanowywania przestrzeni są satysfakcjonujące same w sobie, niczym bawienie się zabawką” (Dovey, Kennedy 2011: 123). Przyjmując rolę detektywa, gracz powoli odkrywa kolejne elementy fabularnej układanki, które tylko czekają na ich odkrycie.

Recenzent portalu GryOnline stwierdza, że

[o]d strony rozgrywki *Gone Home* jest [...] czymś w rodzaju książki, której rozdziały porozrzucano po okolicy. [...] Nadrzędną historię Sam poznajemy w liniowy sposób. Pozostałe, wyjaśniające na przykład to, czemu rodziców nie ma w domu i dokąd naprawdę pojechali, musimy odkryć sami (Liebert 2013).

Warto w tym miejscu podkreślić, że to od gracza zależy to, jaką historię pozna. Jak zauważa L. Manovich: „W procesie interakcji użytkownik może wybierać, które elementy mają zostać wyświetlone bądź którą ścieżką pójdzie, generując w ten sposób unikalne dzieło. W efekcie użytkownik staje się współautorem dzieła” (Manovich 2006: 128). Widać to doskonale na przykładzie *Gone Home*.

Wątek główny gry skupia się na dojrzeniu Samantha, poznawaniu przez nią własnej seksualności i uświadamianiu sobie orientacji seksualnej. Otoczenie skrywa jednak jeszcze wiele innych historii. Uważny gracz pozna szczegóły rozwijającej się relacji miłosnej łączącej Sam i jej przyjaciółkę Lonnie, dowie się o braku akceptacji rodziców dla homoseksualizmu córki, kryzysie, jaki dotknął ich małżeństwo, o przelotnym romansie matki, o konflikcie ojca z dziadkiem i wielu in-

nych wydarzeniach. Nie chodzi jednak wyłącznie o ilość, ale i o jakość poznawanych informacji. Zaangażowanie w eksplorację nagradzane jest kolejnymi wskazówkami, które mają wyraźny wpływ na końcową interpretację historii.

Przytoczmy w tym miejscu przykład wątku relacji pomiędzy Samantha a jej rodzicami oraz ich braku akceptacji wobec orientacji córki. W zależności od tego, do ilu wskazówek dotrze gracz, może posiadać m.in. następującą wiedzę:

1. Rodzice nie wiedzieli o homoseksualizmie córki.
2. Rodzice uważają, że homoseksualizm córki to tylko „przejściowa faza”, która za jakiś czas minie. Pomimo tego zakazali jej zamykania drzwi do pokoju w czasie wizyt jej przyjaciółki.
3. Rodzice oglądają filmy dokumentalne poświęcone „przewyciężaniu dewiacyjnego zachowania i homoseksualizmu”.

Tylko od gracza zależy to, ile informacji i w jakiej kolejności odkryje. „Sensy generowane przez grę są [więc] odmienne niż sensy tworzone [przykładowo] w procesie lektury. Czytanie to kognitywne budowanie znaczeń podczas spotkania z tekstem. Gra pozwala nam aktywnie wyrażać znaczenia.” (Dovey, Kennedy 2011: 131)

Gra i opowieść

J. Stasińko, pisząc o narracji w ujęciu interdyscyplinarnym, zauważa, że „fabuła jest elementem uwarunkowanym przez środki jej komunikowania [a] medium określa to, jak się opowiada, a więc narrację” (Stasińko 2005: 142). W powszechnym mniemaniu opowiadanie historii nie jest mocną stroną gier komputerowych. Badacz tego medium M. Filiciak stwierdza, że „jeśli spojrzymy na gry jako narzędzia do opowiadania historii, okaże się, że większość pozycji w kategoriach literackich prezentuje żenująco niski poziom” (Filiciak 2006: 54). B. Atkins dodatkowo sugeruje istnienie „milczącej zgody między graczem a tekstem, polegającej na mniejszych oczekiwaniach w stosunku do opowieści

w grach niż w filmie czy literaturze” (Atkins 2003: 56). Choć trudno polemizować z tymi tezami, wydaje się zasadnym podkreślić, że gry także posiadają istotny potencjał pozwalający ciekawie opowiadać historie. Nie ograniczają swoich użytkowników tak mocno, jak czynią to filmy czy literatura. Pozwalają im na aktywne uczestnictwo w fabule, na stanie się częścią świata przedstawionego.

R. Rouse w czasie wspomnianej już Game Developers Conference 2010 również wygłosił referat poświęcony narracji przez otoczenie. W toku swojego wystąpienia na pytanie o to, czym jest *environmental narrative* odpowiedział: „It’s a type of storytelling games do better than any other medium”¹⁶ (Rouse 2010).

Rzeczywiście trudno zanegować fakt, że gry są w stanie efektywnie wykorzystywać ten konkretny typ narracji. W filmie to twórca narzuca widzowi kadrem to, co ten zobaczy. W grze to użytkownik decyduje w dużej mierze o tym, które przestrzenie odwiedzi i jak wiele uwagi im poświęci. Być może fakt ten stoi także za tym, że „coraz większą wagę w studiach nad mediami odgrywa przestrzeń” (Dovey, Kennedy 2011: 121).

Wracając do poruszanych we wstępie sporów, pozwolę sobie przywołać słowa P. Schreibera, który zauważa, że „jest bardzo dużo różnych społeczności grających w bardzo różne gry w bardzo różnych celach. Nie tworzą jednolitej całości, podobnie jak nie tworzą jej osoby chodzące do kina albo czytające książki” (Schreiber 2015). W związku z powyższym nasuwa się stwierdzenie, że poszukiwanie opozycji i binarności wydaje się bezcelowe i nieproduktywne. Dużo lepszym wyjściem zdaje się być otwartość zarówno na gry wpisujące się w ścisłe ramy poszczególnych gatunków, jak i produkcje nowatorskie, eksperymentalne, artystyczne. Pojmując opisywaną problematykę można by wręcz postulować otwartość na różnego rodzaju teksty kultury.

¹⁶ „To rodzaj narracji, który gry wykorzystują lepiej niż jakiegokolwiek inne medium.”

Kończąc, ponownie przywołam słowa S. Gaynora, który w następujący sposób skomentował spór dotyczący *Gone Home*: „At the end of the day, I don't think it's really the binary yes or no that's important. What is important is if the experience is valuable to you or not. Do you get something out of it? It doesn't really matter what label is applied to it”¹⁷ (za: Graft, 2014).

Bibliografia

- Atkins B., 2003, *More Than a Game: The Computer Game as Fictional Form*, Manchester.
- Bomba R., 2014, *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*, Toruń.
- Dovey J., Kennedy H. W., 2011, *Kultura gier komputerowych*, Kraków.
- Filiciak M., 2006, *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, Warszawa.
- Graft K., 2014, *For Gone Home's designer, 'what is a game?' is a question worth exploring* http://www.gamasutra.com/view/news/212853/For_Gone_Homes_designer_what_is_a_game_is_a_question_worth_exploring.php (dostęp: 01.02.2016 r.).
- Juul J., 2003, *The Game, the Player, the World, Looking for a Heart of Gameness*, www.jesperjuul.net/text/gameplayerworld/ (dostęp 01.02.2016 r.).
- Liebert S., 2013, *Recenzja gry Gone Home – trudne sprawy gier wideo*, <http://www.gry-online.pl/S020.asp?ID=9281> (dostęp 01.02.2016 r.).
- Manovich L., 2006, *Język nowych mediów*, Warszawa.

¹⁷ „Ostatecznie nie wydaje mi się, by binarne tak lub nie było tu ważne. Istotne jest to, czy doświadczenie [płynące z gry] stanowi dla ciebie wartość czy też nie. Dało ci ono coś? To, jaką etykietkę przypnie się do niego, naprawdę nie ma znaczenia.”

- Pogiernicka I., 2013, *Recenzja Gone Home*, [w:] *CD-Action* 11/2013, 67.
- Prajzner K., 2009, *Tekst jako świat i gra. Modele narracyjności w kulturze współczesnej*, Łódź.
- Rouse R., 2010, *Environmental Narrative. Your World is Your Story* <http://www.gdcvault.com/play/1012712/Environmental-Narrative-Your-World-is> (dostęp: 01.02.2016 r.).
- Schreiber P., 2015, *Kultura środka. Nie ma kogoś takiego jak gracz*, [w:] *Dwutygodnik*, <http://www.dwutygodnik.com/artukul/5474-kultura-srodka-nie-ma-kogos-takiego-jak-gracz.html> (dostęp: 01.02.2016r.).
- Stasieńko J., 2005, *Alien vs. Predator? – gry komputerowe a badania literackie*, Wrocław.
- Urbańska-Galanciak D., 2009, *Homo players. Strategie odbioru gier komputerowych*, Warszawa.
- Worch M., Smith H., 2010, „*What Happened Here?*” *Environmental Storytelling* http://www.worch.com/files/gdc/What_Happened_Here_Web_Notes.pdf (dostęp: 01.02.2016 r.).

Streszczenie

Premiera gry *Gone Home* (The Fullbright Company, 2013) oraz jej ogromny sukces wywołały liczne dyskusje w mediach branżowych oraz pośród samych graczy. Kwestią dyskusyjną była nie tylko poruszana w grze tematyka LGBT, ale także pytanie o to, czym tak właściwie jest *Gone Home*. Czy to aby na pewno gra? A może interaktywna wersja literackiej opowieści lub inny eksperyment medialny? Niniejszy artykuł stawia sobie za cel próbę odpowiedzi na to pytanie oraz analizę samej gry pod kątem zastosowanych w niej mechanizmów narracji (*environmental storytelling*) oraz ich wpływu na odbiór opowiadanej historii przez gracza. Analizie tej towarzyszyć będzie ogólna refleksja nad potencjałem do opowiadania historii drzemącym w medium gier komputerowych.

Słowa kluczowe: gry komputerowe, gry video, przestrzeń, narracja, narracja środowiskowa, opowiadanie historii, *Gone Home*, gry eksploracyjne

Summary

The premiere of *Gone Home* (The Fullbright Company, 2013) and its huge success caused many discussions in the game industry media and among the players. Questionable were not only the LGBT themes in the game, but also the question about what actually *Gone Home* is. Is this a game? Or maybe an interactive version of literary stories or another media experiment? The purpose of this article is an attempt to answer that question and to analyze the game in terms of the mechanics used in the narration (*environmental storytelling*) and their influence on the player's perception of the story. A general reflection on the potential for storytelling present in the medium of computer games will attend to this analysis.

Keywords: computer games, video games, space, narration, environmental storytelling, storytelling, *Gone Home*, exploration games

VIII

ROZDZIAŁ VIII

Aleksandra Wysokińska

Uniwersytet Łódzki

O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza *hashtagów* na Twitterze i Instagramie

Jesteśmy świadkami nowej rewolucji, której źródłem jest Internet i związane z nim nowoczesne technologie cyfrowe. Dotyka wielu dziedzin życia, a jej uczestnikami stają się kolejne grupy ludzi, dotąd wyłączone ze światowego obiegu informacji. Obecnie szacuje się, że dostęp do sieci ma około 3 miliardów ludzi, co stanowi 40% populacji (<http://www.genity.pl/technologie?akt=Czy-zastanawialiscie-sie-ile-ludzi-na-swiecie-ma-dostep-do-neta-2014-05-08>, dostęp 13.07.2015 r.), jednak w krajach rozwiniętych odsetek ten jest znacznie wyższy i sięga nawet 80–90%. Sprawia to, że w odniesieniu do wielu obszarów możemy mówić, że korzystanie z zasobów Internetu stało się powszechne. W związku z tym traktujemy sieć jako integralną część naszej codzienności i chętnie umieszczamy tam rosnącą liczbę informacji na swój temat. Przybierają one najróżniejszą formę – do niedawna prym wiodły komunikaty językowe, lecz w ostatnich latach, wraz z dynamicznym rozwojem technologii dołączyły do nich zdjęcia i inne materiały wizualne oraz filmy video i pokrewne. Publikowanie tych materiałów ma często spontaniczny charakter i pozbawione jest głębszej refleksji, co zdaniem autorki zwiększa ich wartość poznawczą. Ich badanie nie jest zapewne

zadaniem prostym, często wymaga odpowiednich kompetencji oraz wypracowania nowych metod, a przede wszystkim – obycia z medium i swobodnego poruszania się w jego zasobach. Dlatego socjologowie cały czas niechętnie podchodzą do Internetu jako źródła danych. Wielu badaczy silnie zakorzenionych jest w tradycyjnej socjologii wraz z jej metodami badawczymi. Nowe technologie traktowane są z rezerwą, wynikającą często z ich nieznajomości, ale też z trudności w ich rzetelnej analizie oraz wątpliwości co do wartości poznawczej cyfrowych treści.

W niniejszym artykule reprezentowane jest stanowisko, że powinniśmy wykorzystywać ogromne możliwości, jakie oferuje nam Internet, przede wszystkim w obszarze łatwości, szybkości i niskiego kosztu pozyskiwania danych. Przy odrobinie wiedzy i umiejętności możemy otrzymać z sieci niespodziewaną ilość interesujących informacji. Jest to niewątpliwa szansa dla młodych adeptów nauk społecznych, którzy w dużej mierze należą do pokolenia „cyfrowych tubylców”, co sprawia, że obcowanie z siecią jest dla nich codziennością, czują się swobodnie obcując z jej zasobami, a także dysponują w podstawowym stopniu umiejętnościami, które pozwalają na odszukiwanie w cyfrowym gąszczu pożądanych informacji. Konsekwencją takiego myślenia jest badanie, którego wyniki zostaną zaprezentowane poniżej. Duża część komunikatów, o których wspomniano na początku, zamieszczana jest w serwisach społecznościowych korzystających z systemu *hashtagów*, które służą do katalogowania treści i w znacznym stopniu ułatwiają ich analizę. Sprawdzenie tych haseł może być bardzo owocne i przynieść odpowiedzi na pytania związane z działalnością ludzi w sferze wirtualnej. Jednak by taka analiza miała sens, kluczowy jest dobór źródeł – serwisy internetowe mają swoją specyfikę, a niekiedy określoną tematykę, w jakiej poruszają się użytkownicy. Wybór padł na Twittera i Instagram ze względu na ich popularność oraz typ treści, jakie są w nich umieszczane. W pierwszej kolejności zostanie przybliżona charakterystyka tych serwisów, co pozwoli na klarowne uzasadnienie dokona-

nego wyboru w dalszej części. Twitter to powstały w 2006 roku serwis społecznościowy należący do kategorii mikroblogów. Jego działalność opiera się na zasadzie, że każdy wpis może mieć maksymalną długość 140 znaków. Początkowo wynikało to z ograniczeń technologicznych¹, jednak formuła przyjęła się i pozostała niezmienną do chwili obecnej. Nie podlega wątpliwości, że restrykcyjna zasada ograniczająca długość wypowiedzi stała się znakiem rozpoznawczym serwisu, a zapewne także w dużej mierze przyczyniła się do jego ogromnej popularności. Wiadomości określane są mianem *tweetów*, co w języku polskim tłumaczy się jako „ćwierknięcia”, chociaż często używa się oryginalnego brzmienia. Mogą one być wysyłane i odczytywane przez zarejestrowanych użytkowników – wyświetlają się wtedy na profilu oraz pokazywane są obserwowującym. Ze względu na domyślne ustawienia prywatności, większość wpisów dostępna jest dla wszystkich osób, które jedynie posiadają konto. Istnieje możliwość wysyłania prywatnych wiadomości, ale główną zasadą działalności serwisu są wiadomości publiczne. Taki rodzaj komunikacji funkcjonuje dzięki skryptowi, który pozwala na „wołanie” użytkowników poprzez dodanie w wypowiedzi znaku „@” (tzw. mały) przed nickiem – otrzymuje się wtedy powiadomienie, że ktoś wspomniał o nas w swoim *tweecie*.

Przykład zastosowania „mały”; źródło: https://twitter.com/terenceyan_/status/620246112495013888

Kolejną ważną funkcjonalnością są *retweety*, czyli możliwość przekazywania dalej w całości (z nazwą autora i innymi informacjami) wiadomości innych oraz, co w niniejszym kontekście jest najbardziej interesujące, *hashtagi*, które właśnie Twitter spopularyzował. Serwis

¹ Początkowo wpisy można było publikować za pomocą SMS (<https://support.twitter.com/articles/20170359-twitter-czesto-zadawane-pytania-faq>, dostęp 01.02.2016 r.).

stale rozwija się, obecnie możliwe jest także dodawanie grafik, a także krótkich, kilkusekundowych filmików. Wpisy publikowane są za pomocą aplikacji mobilnej lub strony WWW. Twitter jest choćby z tego względu interesujący, że stanowi on pewien znak naszych czasów, będąc pewnego rodzaju symbolem współczesnej komunikacji – krótkiej, treściwej i natychmiastowej. Ceniona jest umiejętność maksymalnego skondensowania swoich myśli.

Instagram jest zdecydowanie młodszą inicjatywą, jako że został założony dopiero w 2010 r. – co ciekawe, dzisiaj określamy go mianem serwisu społecznościowego, jednak powstał jako aplikacja na iPhone'a i przez długi czas można było z niego korzystać jedynie za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Początkową ideą, która przyświecała twórcom, było stworzenie połączenia hostingu zdjęć, który umożliwiłby umieszczanie zdjęć na serwisach społecznościowych i narzędzia do ich wykonywania oraz przetwarzania. Cechą rozpoznawczą stały się cyfrowe filtry „artystyczne” oraz kwadratowy format zdjęć, odbiegający od tego, co oferuje nam współczesna fotografia.

Kolaż przedstawiający filtry dostępne w 2011 roku oraz nieprzetworzone zdjęcie; źródło: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Instagram_Filters_2011.jpg

Początkowo Instagram był oferowany jedynie użytkownikom urządzeń Apple, jednak rosnąca popularność i wysokie zainteresowanie zachęciły deweloperów do wprowadzenia również aplikacji dla systemu Android² (oraz później Windows Phone), a także strony internetowej. Jako że serwis powstał już po pierwszym *boomie* mającym miejsce

² Początkowo spotkało się to z oburzeniem użytkowników iOS i niemal masowym buntem po utracie „ekskluzywności”. Wiele osób, w akcie protestu, usunęło swoje konta, przez co chwilowo serwis zanotował spadek popularności.

w połowie lat 2000, twórcy byli bogatsi o doświadczenia poprzedników. Skutkowało to m.in. szybkim wprowadzeniem *hashtagów*, które obecnie stanowią bardzo istotną część funkcjonowania. To właśnie na Instagramie wzięły początek tak popularne dziś trendy związane z *hashtagami* jak chociażby akcja Throwback Thursday. Serwis też odegrał znaczącą rolę w popularyzacji *selfie*, które obecnie zaprzęta badaczy z całego świata. Instagram zasługuje na zainteresowanie z kilku powodów. Przede wszystkim, podobnie jak Twitter, jest ucieleśnieniem współczesnych idei łatwej, przyjemnej i natychmiastowej komunikacji – wszystko odbywa się za pomocą kilku kliknięć, w sposób niemal automatyczny. Ponadto pokazuje, jak dużą rolę obecnie odgrywa wizualność – początkowo służył głównie do udostępniania zdjęć na innych portalach³, by z czasem stać się autonomicznym bytem, gromadzącym setki milionów użytkowników. Istotny jest również aspekt masowej indywidualizacji⁴ – jednocześnie zaspokojona jest ludzka potrzeba przynależności (pomagają w tym m.in. różnego typu zabawy i akcje) i poczucia bycia wyjątkowym (dzięki „artystycznemu” walorowi zdjęć).

Po omówieniu stron internetowych, z których zasobów skorzystano dla celów niniejszej analizy, należałoby wyjaśnić, czym w ogóle jest tytułowy *hashtag*. Samo sformułowanie wiele zdradza – powstało z połączenia angielskich słów *hash* oznaczającego kratkę „#” oraz *tag*, które funkcjonuje już w języku polskim i można je tłumaczyć jako „etykietę”. Terminu tego używa się do opisu pojedynczego słowa lub całego wyrażenia (pisanego bez spacji) poprzedzonego wspomnianą „kratką”, przez co staje się ono swojego rodzaju linkiem. Tak stosowane hasła służą do grupowania, katalogowania treści cyfrowych – po kliknięciu na *hashtag* pojawia nam się katalog wiadomości oznaczonych w ten sam

³ Nie zawsze strony takie jak Facebook czy Twitter pozwalały na umieszczanie zdjęć bezpośrednio z poziomu strony.

⁴ Termin zaczerpnięty z marketingu, ale dobrze pasujący również do nauk społecznych.

sposób. Co ważne, każdy z serwisów posiada własny system, co oznacza, że treści między nimi nie są ze sobą połączone. Ten typ znakowania treści stosowany był już w latach 70., głównie w technologii informacyjnej (<https://programmer209.wordpress.com/2011/08/03/the-pdp-11-assembly-language>, dostęp: 21.07.2015 r.). Wraz z rozwojem Internetu został zaadaptowany przez użytkowników sieci IRC do określania grup i tematów (<https://tools.ietf.org/html/rfc2811>, dostęp: 21.07.2015 r.). Współczesny *boom* został zapoczątkowany na Twitterze – w 2007 roku jeden z użytkowników zaproponował wprowadzenie takiego systemu do oznaczania tematów. Obecnie *hashtags* są niezwykle popularne na serwisach społecznościowych i mikroblogach – ich stosowanie stało się właściwie standardem. Nie może to dziwić, jako że zasoby sieci stale się powiększają, a ten sposób ich porządkowania jest intuicyjny, kreowany oddolnie i znacząco ułatwia i przyspiesza ich przeszukiwanie. Warto wspomnieć, że stanowią one jeden z przejawów *folksonomii* – funkcjonującego w cyfrowym świecie mechanizmu działania opartego o tzw. zbiorową mądrość.



Chris Messina™

@chrismessina



how do you feel about using # (pound) for groups. As in [#barcamp](#) [msg]?

12:25 PM - 23 Aug 2007

146 RETWEETS 288 FAVORITES



historyczny tweet;

źródło: <https://www.rivaliq.com/blog/wp-content/uploads/2013/05/The-Hashtag-Is-Born.png>

Należy też zauważyć, że wraz ze wzrostem popularności *hashtags* „wyszły” z Internetu, wykraczając poza swoje pierwotne przeznaczenie

i kolonizują kolejne przestrzenie współczesnej kultury. Nie dziwią już hasła poprzedzone „kratką” umieszczane na billboardach, koszulkach, czy przybierające formę graffiti. Oczywiście może to być jedynie chwilowy trend, jednak trzeba przyznać, że obecnie jest to niezwykle często stosowana forma ekspresji. Jednocześnie nie słabnie ich popularność w sieci – *tweety* zawierające *hashtagi* wzbudzają dwukrotnie większe zainteresowanie i są częściej *retweetowane* (<https://blog.bufferapp.com/a-scientific-guide-to-hashtags-which-ones-work-when-and-how-many>, dostęp: 22.03.2015 r.). W kontekście zastosowania na Twitterze ważny jest również fakt, że mogą one być stosowane jako integralna część tekstu, co ułatwia ich używanie (szczególnie kiedy dysponujemy jedynie 140 znakami) i sprawia, że staje się bardziej naturalne.

Jak wspomniano, o wyborze źródeł danych, poza walorami poznawczymi, zadecydowała również popularność obu stron – pod koniec 2014 roku obie notowały około 300 milionów aktywnych użytkowników miesięcznie, co plasowało je w pierwszej dziesiątce najczęściej odwiedzanych portali społecznościowych. Liczby mówią same za siebie: każdego dnia wysyłanych jest 500 milionów *tweetów* (<http://www.internetlivestats.com/twitter-statistics>, dostęp: 13.07.2015 r.), a na Instagramie zamieszczane jest 70 milionów zdjęć (<http://www.mobiletrends.pl/instagram-ma-juz-300-mln-uzytownikow-i-wprowadza-oznaczenia-dla-oficjalnych-kont/>, dostęp: 22.03.2015 r.). Taka ilość danych, dostępna w zasadzie dla każdego, wręcz prosi się, by wykorzystać ją w celach badawczych. Wykonana praca jest zaledwie zasygnalizowaniem problemu i próbą pokazania, jak wiele możemy uzyskać niewielkim nakładem pracy i kosztów. Warto, by stanowiła dla innych badaczy zachętę do sięgnięcia po niezwykle bogate zasoby Internetu.

Przed zaprezentowaniem i omówieniem wyników analizy zostanie krótko opisany sposób pozyskiwania danych. W przypadku Instagrama było do dość proste zadanie, jako że istnieją strony internetowe, które dysponują statystykami użycia poszczególnych haseł. Wystarczy je uporządkować. W przypadku Twittera sytuacja jest bardziej

skomplikowana. Wynika to z faktu, że serwis ten istnieje już wiele lat, przetwarzając ogromne ilości danych i nie funkcjonują (przynajmniej w zasięgu studenta czy doktoranta) źródła, z których pozyskać możemy informacje na temat ilości wiadomości oznaczonych poszczególnymi *hashtagami*. Medium to nastawione jest zdecydowanie na natychmiastowy przesył treści, więc można odnaleźć wiele zestawień sięgających maksimum trzy miesiące wstecz. Autorka zdołała dotrzeć także do stron, które na podstawie własnych algorytmów wyliczają na bieżąco popularność danych haseł. Połączenie tych danych pozwoliło na utworzenie rzetelnego zestawienia. Nie obejmuje ono *tagów* „sezonowych” – związanych z jakimś wydarzeniem itp., których popularność dramatycznie rośnie w określonych okresach. Poprzestano na liście 50 najpopularniejszych *hashtagów* na obu serwisach, a następnie wyróżniono wśród nich kategorie, które pokazują, jakiego rodzaju treści najczęściej się pojawiają. Dane zostały przedstawione w formie tabelarycznej, by zwiększyć ich czytelność. Tabela nr 1 zawiera *tagi* z Instagrama wraz z ilością zdjęć, które zostały nimi oznaczone od początku istnienia platformy (stan na marzec 2015 roku). Tabela nr 2 uwzględnia hasła używane na Twitterze, opatrzone ilością *tweetów* „otagowanych” w ciągu 30 dni (okres między 28 czerwca a 28 lipca 2015 roku)⁵.

Tabela 1. Najpopularniejsze *hashtagi* na Instagramie

Lp.	hashtag	ilość zdjęć
1	#love	664,559,278
2	#instagood	301,923,656
3	#me	285,515,784
4	#tbt	257,637,034

⁵ Ilość wpisów nie jest uporządkowana rosnąco, gdyż dane liczbowe pochodzą z okresu miesiąca, natomiast popularność *hashtaga* wyliczana jest na podstawie algorytmów obejmujących dłuższy czas.

O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza...

Lp.	hashtag	ilość zdjęć
5	#follow	248,197,245
6	#cute	247,276,659
7	#followme	229,204,549
8	#photooftheday	228,978,311
9	#tagsforlikes	212,622,026
10	#happy	210,598,965
11	#beautiful	203,420,890
12	#girl	195,087,793
13	#selfie	172,015,977
14	#picoftheday	167,875,253
15	#summer	164,869,652
16	#fun	156,598,515
17	#smile	153,961,745
18	#friends	152,456,461
19	#like4like	150,049,047
20	#instadaily	149,291,375
21	#igers	139,934,116
22	#fashion	138,067,221
23	#instalike	129,903,163
24	#food	128,007,067
25	#swag	126,415,317
26	#tflers	122,873,695
27	#amazing	122,609,696
28	#bestoftheday	112,994,524

Tab. 1 cd.

Lp.	hashtag	ilość zdjęć
29	#follow4follow	111,762,429
30	#instamood	106,402,283
31	#style	99,770,587
32	#likeforlike	97,147,214
33	#lol	95,778,436
34	#family	91,572,910
35	#l4l	91,291,381
36	#nofilter	90,971,092
37	#life	87,347,374
38	#pretty	87,181,858
39	#followforfollow	83,787,160
40	#f4f	83,543,431
41	#my	83,496,449
42	#sun	80,624,562
43	#webstagram	80,259,310
44	#hair	79,581,832
45	#iphoneonly	79,434,295
46	#tweegram	76,754,881
47	#bored	71,728,409
48	#all_shots	71,121,999
49	#instago	70,829,708
50	#instacool	70,148,481

Źródło: <http://top-hashtags.com/instagram/>

Powyższe dane pozwoliły wyróżnić następujące kategorie:

1. **„przyjemności”** – np. #cute, #summer, #food, #girl – wysoka liczebność wpisów opatrzonych takimi hasłami świadczy o tym, że po prostu lubimy obcować z obrazami przyjemnymi dla oka, o pozytywnych konotacjach; w tym kontekście Instagram jawi się jako serwis *stricte* rozrywkowy, służący miłemu spędzaniu (żeby nie powiedzieć: traceniu) czasu. Na szczególną uwagę zasługuje wysokie miejsce *taga* „food” – fotografowanie jedzenia jest niewątpliwie nowym trendem na tyle silnym, że odnotowywanym przez zachodnie restauracje w postaci wydłużania się czasu realizacji zamówień. Zapewne intensywne stosowanie haseł takich jak #beautiful, #cute czy #amazing można traktować jako pewnego rodzaju narzędzia kreacji tożsamości czy próby podniesienia lub utrzymania wysokiej samooceny.
2. **„autopromocja”** – np. #followme, #tagsforlikes, #instagood – uwidacznia się silny trend w potrzebie promowania, stąd mechanizmy wymiany „polubień” i innych wyrazów zainteresowania, istnieje cały szereg inicjatyw mających na celu pozyskanie jak największej liczby osób obserwujących. Interesujący w moim poczuciu jest fakt, że często spotkać można pewien schemat stosowania grupy *tagów* mających na celu poszerzenie audytorium. Dobrym przykładem jest #instagood, będący obecnie drugim najczęściej stosowanym. W założeniu miał on służyć do oznaczania najlepszych naszych zdjęć, zasługujących na szczególną uwagę – jak można było się spodziewać, użytkownicy traktują w ten sposób niemal każde swoje zdjęcie. Podobny los spotkał *tag* #picoftheday (pozycja 14) – miał służyć do wyróżniania wyjątkowych zdjęć, obecnie to 167 milionów fotografii.
3. **„ja i moje życie”** – np. #selfie, #family, #my, #life, #tbt – te zdjęcia pokazują, jak bardzo egocentryczne jest Web 2.0. Nie jest tajemnicą, że najwięcej przyjemności sprawia nam mówienie o sobie – w mózgu uwalnia się wtedy dopamina, dająca nam poczucie

szczęścia (<http://www.cbsnews.com/news/study-talking-about-yourself-online-provides-similar-brain-reward-as-sex-eating/>, dostęp: 29.03.2015 r.). Serwisy tego typu dają możliwość zaspokojenia tej potrzeby poprzez możliwość podzielenia się i pochwalenia swoim życiem, wyglądem, bliskimi osobami itd. Co ważne, pozytywne odczucia potęgowane są, jeśli spotkamy się z odzewem, co często ma miejsce – wiele osób komentuje czy „lubi” wpisy innych, by wzbudzić zainteresowanie własnym profilem (czyli własną osobą).

4. „styl” – np. #swag, #fashion, #nofilter – to kolejne przejawy prób kreowania wizerunku i tożsamości, w tym wypadku poprzez deklaracje przynależności oraz przypisywanie się do pewnych grup. Znając ideologię marki Apple i mentalność jej użytkowników, nie może dziwić hasło #iphoneonly, szczególnie mając w pamięci proveniencję serwisu. Na uwagę, zasługuje tag #nofilter – w rzeczywistości serwisu, który opiera się na wzbogacanie zdjęć o cyfrowe filtry (mające nadać im artystyczny, indywidualny sznyt), działaniem mającym wyróżnić użytkownika jest rezygnacja z nich i podkreślanie tego faktu poprzez odpowiednie oznaczenie fotografii. Pokazuje to, jak silna jest obecnie potrzeba bycia wyjątkowym i chęć wyróżnienia się.

Tabela 2. Najpopularniejsze hashtagi na Twitterze

Lp.	hashtag	ilość tweetów
1	#RT	7,656,907
2	#gameinsight	8,612,309
3	#android	4,978,221
4	#androidgames	4,924,054
5	#TeamFollowBack	4,097,332

O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza...

Lp.	hashtag	ilość tweetów
6	#ipad	2,499,562
7	#ipadgames	2,164,704
8	#retweet	3,124,214
9	#ff	2,944,112
10	#sougofollow	5,039,196
11	#followback	2,404,765
12	#follow	6,031,676
13	#nowplaying	6,308,473
14	#np	2,810,856
15	#iphone	1,764,695
16	#job	5,934,403
17	#love	1,901,418
18	#followme	3,513,136
19	#news	4,498,461
20	#porn	4,049,318
21	#followtrick	2,420,970
22	#TFB	1,285,657
23	#MGWV	4,343,064
24	#sex	3,654,962
25	#followmejp	2,555,244
26	#music	2,511,677
27	#F4F	1,495,917
28	#jobs	6,647,335
29	#free	2,420,112

Tab. 2 cd.

Lp.	hashtag	ilość tweetów
30	#photography	2,388,017
31	#SoundCloud	2,043,832
32	#openfollow	621,745
33	#fb	422,185
34	#video	1,544,976
35	#sexy	1,669,679
36	#hot	1,411,700
37	#xxx	1,637,996
38	#selfie	712,823
39	#tbt	1,127,476
40	#nsfw	2,304,902
41	#teen	906,874
42	#AnotherFollowTrain	1,208,507
43	#pussy	1,772,031
44	#lol	505,683
45	#art	1,773,899
46	#tcot	1,478,576
47	#fashion	1,927,885
48	#adult	873,755
49	#me	361,990
50	#AutoFollow	643,934

Źródło: opracowanie własne.

Powyższe dane dały asumpt do utworzenia następujących kategorii:

1. **„śledźcie mnie”** – tagi takie jak #follow, #TeamFollowBack, #F4F, #ff to ponad jedna czwarta najpopularniejszych, co uwidacznia silną potrzebę „przebicia się”, bycia widocznym, tak jak w przypadku Instagrama. Stanie się widocznym wśród setek milionów użytkowników jest na tyle trudne, że uciekają się oni do różnych sposobów, by zyskać popularność. Jednym z nich jest zapewne wzajemne „wspieranie się”, co uwidacznia się w takich inicjatywach jak #F4F (follow for follow) działających na zasadzie „przysługa za przysługę”.
2. **„rozrywka i technologia”** – np. #android, #ipadgames, #lol, #music – Twitter może być postrzegany jako portal o charakterze informacyjno-technologicznym, ogromna ilość wpisów dotyczy technologii mobilnych, głównie rozrywki w postaci gier i treści multimedialnych. To naturalna kolej rzeczy, że nowoczesne technologie przeplatają się w ten sposób – widać największe zainteresowanie tymi dziedzinami, które poddały się digitalizacji, jak muzyka, fotografia czy filmy, choć z pewnością kategoria gier mobilnych jest najlepiej reprezentowana.
3. **„seks”** – wysokie pozycje osiągnęły przez tagi typu #porn, #xxx, czy #nsfw pokazują, że branża pornograficzna wykorzystuje także Twitera jako kanał promocji, ponadto użytkownicy chętnie wymieniają się treściami dla dorosłych za pomocą tego serwisu, który świetnie się do tego nadaje – komunikaty ograniczają się do pojedynczych zdjęć lub linków. Co ciekawe, w tym aspekcie widać silną dominację treści dla mężczyzn (#pussy, #teen), mimo że statystyki pokazują, że większość użytkowników to kobiety (<http://www.beevolve.com/twitter-statistics/#a1>, dostęp: 22.07.2015 r.).
4. **„o mnie”** – np. #me, #selfie, #np, #tbt – tak jak w przypadku Instagrama (i zapewne innych serwisów społecznościowych) widać silny egocentryzm użytkowników, skupienie na sobie, chęć

pokazania świata swojego życia. Treści dotyczące autorów przybierają różne formy – nie tylko są to krótkie formy tekstowe i zdjęcia (najczęściej w postaci *selfie*), ale także np. informacje o aktualnie słuchanej muzyce, opatrywane *tagami* #nowplaying oraz #np (oba w pierwszej piętnastce).

Nieco dziwić może niewielka ilość wpisów o charakterze bardziej profesjonalnym. W zestawieniu znaleźć można #job/jobs i #news, ale to nieco mało jak na portal uważany za współczesną formę serwisu informacyjnego, obowiązkowe miejsce bytności polityków i dziennikarzy.

Podsumowując powyższą analizę, warto porównać oba serwisy. Główną cechą wspólną, widoczną na pierwszy rzut oka jest silny egocentryzm użytkowników i pragnienie zyskania popularności, stania się widocznym. Mają w tym pomóc różne akcje i inicjatywy organizowane w obrębie tych stron, jednak często z czasem tracą one sens, właśnie za względu na tak intensywne ich eksploatowanie. Jak pokazują badania, jest to tendencja właściwa dla portali społecznościowych – jednostki mają szansę promowania siebie w łatwy sposób, z czego miliony z nich skrzętnie korzystają. Zachętą jest powszechność tego typu usług, co sprawia, że zachowania jeszcze niedawno uznawane za formę ekshibicjonizmu obecnie traktowane są jako norma. Serwisy społecznościowe stały się współczesnymi narzędziami kreacji tożsamości i wizerunku. Ich ogromna popularność sprawia również, że stają się one nowymi nośnikami trendów – to właśnie Instagram przyczynił się do upowszechnienia *selfie* czy wykreował inicjatywę ThrowbackThursday, angażując miliony Amerykanów (i nie tylko). Warto przyglądać się takim działaniom reprezentowanym przez *hashtagi*, gdyż wiele mówią nam o współczesnym społeczeństwie.

Analiza wykazała też różnice między serwisami – przede wszystkim w tematyce tworzonych treści, która z pewnością jest związana z ich charakterem: rodzajem faworyzowanych wpisów, historią i początkowymi założeniami. Instagram można określić jako portal *lifestyle’owy*,

Twitter ma raczej charakter informacyjny, chociaż katalogi *hashtagów* częściowo się pokrywają. Każdy z nich ma swoje odrębne, unikalne hasła, użyteczne tylko w określonym kontekście, jednak część z nich migruje między serwisami. Wart uwagi jest sposób *tagowania* wpisów, który niesie na sobą dalsze konsekwencje. W przypadku Twittera często znajdują się one w tekście, ponadto ich ilość ograniczona jest długością samego *posta*. Na Instagramie stanowią osobny byt, służący do opisu zdjęć. Powoduje to, że na pierwszym z nich notuje się dużo mniejsze użycie *hashtagów* (według badań optymalna ilość do dwa: <https://blog.bufferapp.com/a-scientific-guide-to-hashtags-which-ones-work-when-and-how-many>, dostęp: 22.03.2015 r.), na drugim zaś panuje zasada „im więcej, tym lepiej”. Oczywiście obrany przeze mnie sposób nie jest jedynym ani najlepszym sposobem analizy zawartości serwisów społecznościowych, jednak stanowi dobry przykład wykorzystania technologii do celów badawczych.

Bibliografia

- <https://programmer209.wordpress.com/2011/08/03/the-pdp-11-assembly-language>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://programmer209.wordpress.com/2011/08/03/the-pdp-11-assembly-language>, dostęp: 21.07.2015 r.
- <https://blog.bufferapp.com/free-twitter-tools>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://www.beevolve.com/twitter-statistics/#a1>, dostęp: 22.07.2015 r.
- <http://www.genity.pl/technologie?akt=Czy-zastanawialiscie-sie-ile-lu-dzi-na-swiecie-ma-dostep-do-neta-2014-05-08>, dostęp: 13.07.2015 r.
- <https://int.tagdef.com>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://www.digitalspy.co.uk/tech/i548816-8/twitter-turns-7-the-sites-history-in-pictures-first-ever-hashtag.html#~pjIF5drjSay2wv>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://surfing.wymiarywiedzy.pl/hashtagi-cwierkanie-i-swiat-jako-baza-danych>, dostęp: 22.03.2015 r.

- <http://hashtagify.me/popular>, dostęp: 28.02.2015 r.
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Hasztag>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://sproutsocial.com/insights/twitter-hashtags>, dostęp: 28.02.2015 r.
- <http://www.howtohashtag.com>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Instagram>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://socialpress.pl/2014/12/instagram-angazuje-prawie-50-razy-bardziej-niz-twitter>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2015/#>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Mikroblog>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://www.makeuseof.com/tag/the-complete-guide-to-cryptic-instagram-hashtags-no-one-understands>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://top-hashtags.com/instagram>, dostęp: 28.02.2015 r.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Twitter>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://topsy.com/analytics>, dostęp: 29.03.2015 r.
- <http://www.mobiletrends.pl/instagram-ma-juz-300-mln-uzytkownikow-i-wprowadza-oznaczenia-dla-oficjalnych-kont>, dostęp: 22.03.2015 r.
- <http://www.internetlivestats.com/twitter-statistics>, dostęp: 13.07.2015 r.
- <http://www.cbsnews.com/news/study-talking-about-yourself-online-provides-similar-brain-reward-as-sex-eating>, dostęp: 29.03.2015 r.

Streszczenie

Artykuł ma na celu prezentację wyników analizy najpopularniejszych *hashtagów* na serwisach społecznościowych Instagram i Twitter, która została podjęta, by sprawdzić, jakimi informacjami najchętniej dzielą się

O czym chcemy powiedzieć światu? Socjologiczna analiza...

internauci. W jej wyniku zostały wyodrębnione kategorie zawierające najchętniej używane hasła, wzbogacone o ich opis i próbę socjologicznej interpretacji. Analiza poprzedzona jest opisem historii i sposobem działania obu stron internetowych, a także systemu *hashtagów*. Autorka miała na celu zachęcić do korzystania ze źródeł internetowych w toku badań społecznych i pokazać przykładowy sposób działania oraz możliwe rezultaty.

Słowa kluczowe: serwisy społecznościowe, *hashtags*, Instagram, Twitter, socjologia Internetu

Summary

The aim of the article is to present the results of analysis of the most popular hashtags on two social networking sites: Instagram and Twitter, which was taken to check what kind of information is share by internet users. As a result, there have been created categories containing most used keywords, enriched with their description and sociological interpretation. The analysis is preceded by a description of the history and characteristics of the two websites, as well as hashtags system. The author was intended to encourage the use of Internet sources in the course of social studies and show exemplary behavior and the possible results.

Keywords: social media, hashtags, Instagram, Twitter, internet sociology

IX

ROZDZIAŁ IX

Joanna Duda

Uniwersytet Łódzki

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego elementy języka, kultury i literatury

Wprowadzenie

Z roku na rok liczba chętnych pragnących nauczyć się drugiego i kolejnych języków obcych rośnie (Auer, Wei, 2007: VI). Fakt ten może być spowodowany brakiem granic, podwyższoną mobilnością czy łatwiejszym dostępem do informacji. W dzisiejszych czasach niezmiernie istotne staje się zatem stosowanie optymalnych metod nauczania uwzględniających naukę wszystkich komponentów języka. Z pomocą przychodzą tutaj nowe media proponujące innowacyjne rozwiązania. Choć wydawać by się mogło, iż komiks nie może równać się z tabletem czy tablicą interaktywną pod względem wspomnianej innowacyjności, należy pamiętać o tym, iż paski komiksowe, jako szeroko dostępne medium, pojawiły się dopiero u schyłku XIX wieku, a ich początki w Polsce datowane są na rok 1905 (Dunin, 1972: 13).

Komiks – charakterystyka pojęcia

Komiks, podobnie jak film czy książka, prezentuje formę opowieści. Narrację tworzą w nim bohaterowie i wydarzenia, zatem potencjalny czytelnik komiksu nie powinien zobaczyć jedynie kartki papieru i narysowanych na niej serii obrazków, a ciąg powiązanych ze sobą wydarzeń tworzących historię (Szyłak, 2000: 174). W przeciwieństwie do dwóch wspomnianych powyżej mediów, komiks zawiera historię skróconą. Innymi słowy, w pasku komiksowym nie można wprowadzić dodatkowych informacji za pomocą kilku stron/klatek filmowych wstępu. Wszystkie detale muszą zostać zawarte w chmurkach komiksowych. Dlatego też, jeśli np. za pomocą gumki wymażemy komentarze bohaterów, trudno nam będzie uznać sam obrazek za źródło humoru. Analogicznie, jeśli będziemy analizować jedynie wypowiedzi bohaterów widniejące w chmurkach komiksowych, bez odniesienia do rysunków, również nie doświadczymy humoru zawartego w opowieści (Tomaszkiewicz, 1999: 133).

Powyższe właściwości komiksu skłaniają jego twórców do odpowiedzi na szereg pytań przed rozpoczęciem procesu tworzenia nowej historii. Najczęściej pojawiające się kwestie są następujące (Bonin, Bonin, 1989):

- Które informacje należy wybrać i podzielić się nimi z publicznością?
- Które z wybranych informacji są ważniejsze od pozostałych?
- Jak uczynić je bardziej widocznymi?
- Które z wybranych informacji powinny być zapamiętane przez czytelnika by można było odnieść się do nich w późniejszym tekście?
- Jaki typ publiczności jest docelowym odbiorcą historii?
- Które elementy opowiadania powinny przykuć największą uwagę?

Jak wspomniano, komiks jest specyficznym medium, dlatego też, oprócz analizy powyższych pytań, należy wziąć pod uwagę również

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego...

inne elementy. Należą do nich np. litery (ich wielkość, kształt, linia) czy kolory (czerwień oznacza złość, róż utożsamiany jest z uczuciem, a zieleń odzwierciedla kłamstwo). Czasem zdarza się, iż obrazek komiksowy zostaje skonceptualizowany, a następnie odtwarzany jest w danych kontekstach, stając się przy tym symbolem rzeczy, której w rzeczywistości nie odzwierciedla, jak np. żarówka rozumiana w pasku komiksowym jako symbol pomysłu, sposobu rozwiązania danego problemu (Tomaszkiewicz, 1990: 80; Cadet, Charles, Galus, 1990: 58–59).

Odnosząc się do wszystkich właściwości komiksu możemy zaprezentować następującą definicję:

[Jest to] sposób prezentacji historii za pomocą ciągu obrazków przedstawiających kolejne jej epizody, które odczytuje się w ten sam sposób jak tekst pisany, od strony lewej do prawej i z góry na dół. Aby zachować ciągłość historii między jednym a drugim obrazkiem, czytelnik musi w myśli wypełnić luki między nimi. Elementy prozodyczne, takie jak: rytm, intonacja oraz wartość afektywna wypowiedzi są wyrażane poprzez różne typy kodów towarzyszących gestykulacji i mimice postaci. (Coste, Galisson, 1976: 64)

Definicja komiksu zawarta w słowniku powyżej cytowanych dydaktyków zdaje się odzwierciedlać wszystkie jego istotne aspekty.

Komiks a język francuski

W zależności od docelowej publikacji rejestr komiksu waha się od języka standardowego na wyrażeniach slangowych kończąc. Taka wielość różnych form językowych stwarza zarówno nauczycielom jak i uczniom okazję do poznania różnych wariantów języka francuskiego. Istotnym aspektem wyboru danego komiksu będzie cel zajęć postawiony przez nauczyciela, a przewidziany do realizacji na lekcji języka obcego. Wykładowca może wtedy oprzeć pracę na zajęciach na komiksie, traktując go jako materiał główny, bądź wykorzystać pojedyncze paski

komiksowe w postaci materiału dodatkowego, odzwierciedlającego treści bieżącej lekcji. Drugim, nie mniej ważnym kryterium doboru treści, jest stopień zaawansowania uczniów biorących udział w kursie języka francuskiego. W obu przypadkach nauczyciel może wymyślić własne ćwiczenia rozwijające poszczególne kompetencje językowe, oparte na pracy z komiksem lub wykorzystać szereg ćwiczeń już istniejących (zob. Duda, 2012: 103–104).

Dla przykładu, seria materiałów oparta na dziełach literatury francuskiej z podręcznika *Amies et Compagne* (patrz sekcja poniżej) będzie zawierała rejestr standardowy języka francuskiego, dostosowany zaawansowaniem do potrzeb uczniów realizujących konkretne części książki. *Tintin* czy *Astérix* w swych historiach zaproponują czytelnikom bardziej potoczną odmianę języka i jako materiały autentyczne będą zawierały wyrażenia skierowane do rodzimych użytkowników języka francuskiego, okażą się zatem adekwatne dla kursantów posługujących się językiem obcym w stopniu średniozaawansowanym. Jeszcze inny rejestr językowy odnajdą ci, którzy sięgną po *Le Petit Spirou*. Komiks ten przeznaczony jest dla zaawansowanych użytkowników języka obcego, gdyż stanowi zbiór wyrażeń i zwrotów właściwych rejestrowi slangu, znacząco różnych od języka standardowego nauczanego w szkołach.

Komiks a literatura francuskojęzyczna

W 2008 roku pojawił się na polskim rynku wydawniczym nowy podręcznik do nauczania języka francuskiego pt. *Amies et compagne*. Jest to czteroczęściowy kurs języka przeznaczony dla uczniów gimnazjum, rozpoczynający się od poziomu A1, zakończony na materiale z zakresu poziomu B2¹. Motywem przewodnim każdej części jest jedno z dzieł

¹ Zob. Rada Europy, *Europejski system opisu kształcenia językowego: uczenie się, nauczanie, ocenianie*, Warszawa, 2003.

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego...

literatury francuskiej przedstawione za pomocą komiksu i mangi². W pierwszej części podręcznika uczniowie poznają losy *Trzech Muszkieterów*, historii opartej na powieści A. Dumasa. Opowieść toczy się przez dwanaście rozdziałów. Druga część przedstawia *Nędzników* autorstwa V. Hugo, a w trzeciej części podręcznika kursanci mają szansę na bliższe przyjrzenie się opowiadaniom i nowelom G. de Maupassanta (Wyd. Nowela, 2015).

Pomimo tego, iż literatura piękna podana jest tutaj w paskach komiksowych, spełniają one swą zasadniczą funkcję – wprowadzają na zajęciach z języka obcego dzieła kluczowe dla historii literatury francuskiej. Można przypuszczać, iż jest to jedna z nielicznych okazji zaznajomienia uczniów z powyższymi utworami. Istnieje duże prawdopodobieństwo, iż gdyby podane treści nie zostały wprowadzone do obowiązującego podręcznika, większość kursantów, nie sięgnęłaby po wskazane dzieła w przyszłości.

Komiks a kultura francuskojęzycznego obszaru językowego

Francuzi to naród przywiązany do kultury i tradycji. Silna więź z własnym krajem, jego historią i kulturą już od wczesnych lat kulturowana jest we wszystkich placówkach oświatowych we Francji. Komiks traktowany jest przez Francuzów jako dziedzictwo kulturowe, symbol łączący pokolenia. Nikogo nie dziwi widok zasiadających w parku rodzin (seniorów z wnukami czy rodziców z dziećmi) czytających paski komiksowe. Prawie wszystkie komiksy oznaczone są również następującym zdaniem – *La BD des 7 à 77 ans*, co oznacza, iż treści zawarte w historii adekwatne są dla przedziału wiekowego w rozpiętości od siedmiu do siedemdziesięciu siedmiu lat. Jak twierdzą Francuzi, komiks to nie tylko sztuka, to styl bycia, sposób wyznaczania zachowań społecznych.

² Rodzaj japońskiego komiksu, zob. Słownik Języka Polskiego, <http://sjp.pwn.pl/sjp/3028959>, (dostęp: 09.09.2015 r.).

Zdaniem wielu historie komiksowe to także odzwierciedlenie francuskiego ducha narodowego. Francuzi, we własnym mniemaniu, niczym *Astérix*, są narodem dumnym z własnych korzeni, silnym i wytrwałym, walczącym o własne prawa, potrafiącym zmagać się ze wszystkim problemami. Podobna tematyka poruszona jest również w innych paskach komiksowych jak np. *Le Triangle Secret* czy *La guerre éternelle*.

Choć Belgowie także władają językiem francuskim³, komiks traktowany jest tutaj wyłącznie jako element promujący satyrę i rozrywkę. Belgijskie paski komiksowe często osadzone są w klimacie science-fiction, promując dzielnych agentów i wojowników zmagających się z wrogiem, podróżujących po odległym przyszłym świecie (*Aria*) lub cofniętych do przeszłości (*Comanche*, *La Complainte des Landes Perdues*). Prawdą jest fakt, iż podobnie jak we Francji, historie komiksowe w Belgii również zajmują istotne miejsce, jednakże, porównując oba kraje, funkcja komiksu belgijskiego zdaje się być postrzegana zupełnie inaczej.

Wspólne zamiłowanie do komiksu zdaje się jednak kluczowe, dzięki czemu współpraca francusko-belgijska w zakresie tego medium układa się zaskakująco dobrze. Spod piór połączonych sił obydwu narodów wyszły jedne z najpopularniejszych historii komiksowych ubiegłego wieku: *Le petit Spirou*, *Lucky Luke* czy *Tintin*.

Podsumowanie

Komiks jawi się jako nowe medium wprowadzające na zajęcia z języka francuskiego wszystkie wymagane komponenty nauczania języka obcego – język, literaturę i kulturę. Może stanowić zarówno materiał główny lekcji jak i pełnić rolę treści wspomagających proces nauczania. Istnieje wiele różnorodnych historii komiksowych zawierających odmienne rejestry językowe, zatem każdy nauczyciel/uczeń ma szan-

³ Oprócz języka francuskiego językiem urzędowym Królestwa Belgii jest jeszcze język niderlandzki i niemiecki.

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego...

sę na znalezienie interesujących treści. Komiks z pewnością może być rozpatrywany jako alternatywna forma nauczania języka obcego, która dodatkowo zdaje się urozmaicać zajęcia językowe.

Bibliografia

- Auer P., L. Wei, 2007, *Multilingualism and multilingual communication. Handbook of applied linguistics*, Vol 5. Berlin.
- Bonin S., Bonin M., 1989, *La graphique dans la presse*, Paris.
- Cadet C., Charles R., Galus J.-L., 1990, *La communication par l'Image*, Paris.
- Cary, S., 2004, *Going Graphic: Comics at Work in the Multilingual Classroom*, Portsmouth.
- Colette S., 2008, *Amies et compagne 1*, Paris.
- Colette S., 2008, *Amies et compagne 2*, Paris.
- Colette S., 2009, *Amies et compagne 3*, Paris.
- Dunin J., 1972, *Prolegomena do komiksologii*, [w:] *Literatura Ludowa*, nr 6 (XVI), 3–18.
- Duda J., 2012, *Komiks i jego rola w nauczaniu języka obcego*, [w:] *Plej czyli PsychoLingwistyczne Eksploracje Językowe*, red. O. Majchrzak, Łódź, 97–107.
- Dudeny G., 2007, *How to Teach English With Technology*, Harlow.
- Ellis R., 2003, *Task-based Language Learning and Teaching*, Oxford.
- Gallison R., Coste D., 1976, *Dictionnaire de didactique des langues*, Paris.
- Słownik Języka Polskiego, <http://sjp.pwn.pl/sjp/3028959>.
- Szyłak J., 2000, *Komiks*, Kraków.
- Tarabała A., 2008, *Korzystamy z Internetu – piszemy opowiadania, tworzymy filmy i komiksy*, [w:] *Języki Obce w Szkole* nr 2, 152–153.
- Tomaszkiewicz T., 1999, *Texte et image dans les communications aux masses*, Poznań.
- Wydawnictwo Nowela, <http://www.nowela.pl/amis-et-compagnie-podrecznik>.

Joanna Duda

Komiksy

Aria – www.komiks.gildia.pl/komiksy/aria.

Astérix – www.asterix.com.

Comanche – <http://www.bedetheque.com/serie-85-BD-Comanche.html>.

La Complainte des Landes Perdues – <http://www.bedetheque.com/serie-117-BD-Complainte-des-Landes-perdues.html>.

La guerre éternelle – <http://www.wak.net.pl/ci-tytuly-0-111-0~0.html>.

Le Petit Spirou – <http://www.bandgee.com/le-petit-spirou>.

Le Triangle Secret – <http://www.bedetheque.com/serie-13992-BD-Triangle-secret-Hertz.html>.

Lucky Luke – <http://www.lucky-luke.com/fr>.

Tintin – <http://en.tintin.com>.

Thorgal – <http://www.thorgal.pl>.

Streszczenie

W obecnych czasach, dobie podwyższonej mobilności i łatwiejszego dostępu do informacji, nie dziwi fakt nauki drugiego i kolejnych języków obcych. Uczniowie oraz nauczyciele są coraz częściej zasypywani nowymi strategiami i podejściami metodologicznymi mającymi na celu ułatwienie akwizycji tychże języków. Optymalną metodą nauczania zdaje się być wykorzystanie na zajęciach z języka obcego takiego medium, które umożliwi słuchaczom odniesienie się do wszystkich aspektów języka – tj. oprócz samego języka obcego, w zajęciach uwzględni się również literaturę i kulturę. Komiks wydaje się spełniać trzy powyższe założenia. Celem niniejszego artykułu będzie omówienie i skomentowanie dostępnych francuskojęzycznych pasków komiksowych.

Słowa kluczowe: komiks, nowe media, nauczanie języka obcego, język, kultura, literatura

Komiks jako nowe medium wprowadzające na zajęciach z języka obcego...

Summary

Nowadays, in times of increased mobility and easier access to information, it is no wonder people learn a second and subsequent foreign languages. Students and teachers are increasingly inundated with new strategies and methodological approaches aimed to facilitate the acquisition of these languages. The use of such a medium that allows learners to refer to all aspects of language in foreign language classes – i.e. one that takes into account literature and culture in addition to the foreign language itself seems to be an optimum method of teaching. A comic book appears to meet the above three assumptions. The purpose of this article is to discuss and comment on the available French comic strips.

Keywords: a comic book, new media, foreign language teaching, language, culture, literature



ROZDZIAŁ X

Kamila Kowalczyk

Uniwersytet Wrocławski

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni w grze *American McGee’s Grimm*

Między tradycją a współczesnością

Baśń mocno zakorzeniła się w masowej wyobraźni, przechodząc liczne transformacje wynikające z przemian kulturowo-społecznych, w tym także z rozwoju technologicznego. Dostosowuje się ona do potrzeb odbiorców danej epoki i mimo licznych zabiegów renarracyjnych, polegających na opowiedzeniu dobrze znanej historii na nowo, wciąż pozostaje czytelna dla odbiorców i jest łatwo przez nich rozpoznawana. Jej obecność w kulturze popularnej nie powinna zatem dziwić, bowiem zgodnie z założeniami K. T. Toeplitza „odbiorca, który, w układzie tradycyjnym, sam szuka kultury – zachwyca się nowością; odbiorca zaś, którego »szuka kultura«, a więc odbiorca kultury masowej, musi otrzymać to, co zyska w jego umyśle szansę rezonansu z czymś już znanym i powszechnie zrozumiałym” (Toeplitz 1978: 61). Baśń doskonale odnajduje się w przestrzeni kultury masowej (gdzie teksty produkowane

są masowo i rozpowszechniane za pomocą masowych środków przekazu), będąc jednocześnie marką, której elementy (bohaterowie, fabuła, rekwizyty) są czytelne i jednoznacznie odwołują do konkretnej baśniowej historii.

R. Waksmund słusznie zauważa, że: „baśń jako ikona współczesności może być wykorzystywana równie dobrze w filmie i operetce, jak dowcipie i reklamie. I ta podejrzana przystępność stwarza okazje do nadużyć wprawiających w zdumienie nawet najbardziej zagorzałych admiratorów” (Waksmund 2005: 55). Baśń trafiła zatem w różne obiegi medialne: nie tylko do literatury i filmów, lecz także do komiksów, seriali oraz do gier.

Rynek gier komputerowych proponuje wiele produktów bazujących na baśniach, osadzając je w rozmaitych stylistykach i gatunkach. Za przykład może posłużyć dobrze znany *Czerwony Kapturek*, który do czekał się wielu adaptacji odmiennych w stosunku do baśniowego pierwowzoru: stylistykę steampunku odnaleźć można w zręcznościowej grze *Woolfe: The Redhood Diaries* (GRIN Studio 2015), *The Path* (Tale of Tales 2009) jest grą indie osadzoną w konwencji horroru, wykorzystującą elementu dramatu psychologicznego, natomiast *The Adventures of the Little Red Riding Cap* (Game Factory Interactive 2008) jest grą przygodową przeznaczoną dla najmłodszych odbiorców. To tylko kilka przykładów na zasygnalizowanie tego, jak baśń obecna jest w przestrzeni gier komputerowych i na jak różne sposoby może zostać wykorzystywana.

Celem artykułu jest przedstawienie mechanizmów renarracyjnych w grze komputerowej *American McGee's Grimm*, która jest przykładem tekstu kultury, przetwarzającego baśniowe wzorce, wpisującego się jednocześnie w zjawisko „baśniowej popkultury” – kiedy to właśnie doskonale zakorzenione baśnie trafiają do różnych mediów, gdzie są transformowane na rozmaite sposoby przy zachowaniu możliwości odkodowania wzorca, który przetwarzają.

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni...

American McGee's Grimm – cechy gry

American McGee's Grimm jest grą action-adventure, powstałą w studiu Spicy Horse w latach 2008–2009 wydaną przez Turner Broadcasting System. Jej projektantem jest A. McGee, zaś scenarzystą – R. J. Berg. Gra złożona jest z 23 epizodów podzielonych na trzy serie. Każdy odcinek gry poświęcony jest innej znanej historii. Twórcy w głównej mierze bazowali na baśniach spisanych przez W. i J. Grimmów, nie są to jednak jedyne teksty, do których się odwołują¹. Przewodnikiem po grze i postacią, w którą wcielają się gracze, jest krasnolud Grimm – zmęczony sielankowymi i pięknymi wersjami baśni. Jego zadaniem (czyli zadaniem gracza) jest destrukcja świata baśni i odmienienie dobrze znanych baśniowych fabuł zgodnie z aksjologią zaproponowaną przez Grimma. Aby ukończyć poszczególne poziomy gry, gracz musi niszczyć baśniową krainę, zarażać ją zepsuciem i zgnilizną – kierując się wskaźnikiem stanowiącym element interfejsu².

¹ Gra poświęcona jest nie tylko baśniom, lecz także legendom, mitom i klasyce literackiej, wykracza czasem także poza europejski krąg tekstów. I sezon: *Bajka o jednym takim, co wyruszył w świat, żeby poznać, czym jest strach; Czerwony Kapturek; O rybaku i jego żonie; Kot w butach; Dziewczyna bez rąk; Kuma Śmierć; Bajka o diable z trzema złotymi włosami; Piękna i Bestia*; II sezon: *Złodziej nad złodzieje; Śpiewająca kość; Król Midas; Kopciuszek; Złota Gęś; Żelazny Jan; Flecista z Hameln; Opowieść wigilijna*; III sezon: *Żabi Król; Jaś i magiczna fasola; Hua Mulan; Pinokio; Śpiąca Królowna; Przygody Paluszka; Królowna Śnieżka*.

² Są to kolejno: smelly, stinky, gross, foul, rotten, nasty, disgusting, repulsive, putrid, rancid, vile. Warto także zwrócić uwagę na grę słów zawartą w angielskim pojęciu 'grim'. Odwołuje ono nie tylko do braci Grimmów, ale także do słowa 'ponury'. W języku niemieckim rzeczownik 'Grimm' oznacza zaś 'furię, wściekłość'. Takie zabawy językowe odsyłają nas nie tylko do autorów *Kinder- und Hausmärchen*, ale także do stylistyki samego tekstu.

Każdy epizod składa się z trzech zasadniczych części. Na początku gry gracz ma możliwość obejrzenia prologu, swego rodzaju „starej historii” – zakorzonej w masowej pamięci odbiorców – okraszanej ironicznym komentarzem krasnoluda Grimma, naigrywającego się z postaci i wydarzeń. Po wstępie następuje rozgrywka właściwa, tj. gracz ma za zadanie „zarażać” zgnilizną przestrzeń baśniową, przeistaczając sielankową, kolorową krainę w miejsce ponure i mroczne. Tym samym gracz ingeruje w kanon, igra z tradycją, a destrukcja dobrze znanego świata jest warunkiem koniecznym, aby ukończyć poszczególne etapy gry. W finale zaś mamy do czynienia z epilogiem, „nową historią”, która, zdaniem Grimma, jest właściwa. Co ważne, interaktywna rozgrywka wydaje się w tym przypadku mniej znacząca niż same renarracje. Tak naprawdę gra stawia przed graczem niezbyt wymagające wyzwania, ukierunkowując go przede wszystkim na niszczenie baśniowego świata, co nie jest trudne i w czym zazwyczaj nie przeszkadzają mu żadne elementy świata gry³.

Od groteski do makabreski

Ze względu na ramy niniejszego artykułu szczegółowej analizie podane zostaną trzy baśniowe historie (*Czerwony Kapturek*, *Kopciuszek*, *Królowna Śnieżka*), w których zastosowano mechanizmy obecne także w pozostałych epizodach gry. Baśnie te niewątpliwie należą także do kanonu baśni europejskiej, a ich wzorzec ogólny funkcjonuje w masowej pamięci odbiorców – stanowią zatem dogodny punkt odniesienia

³ Oprócz niszczenia baśniowego świata gracz może próbować zdobyć w każdym epizodzie 10 monet („sekretów”), dzięki którym odblokowuje się galeria z przedmiotami, które możemy przekształcać na ich mroczną wersję. Za ukończenie rozgrywki w konkretnym czasie gracz może otrzymać złoty, srebrny lub brązowy medal, a złotą gwiazdkę otrzymuje ten, kto osiągnie najwyższy poziom zniszczenia baśniowej krainy.

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni...

do omówienia, w jaki sposób przekształcana jest w nich fabuła, konstrukcja bohaterów, rekwizytornia i dekoracje, a w końcu baśniowa aksjologia i estetyka.

Baśniowe renarracje odbywają się na wszystkich trzech zasygnalizowanych poziomach: prologu ('light theatre'), rozgrywce właściwej i pojawiających się podczas niej krótkich animowanych scenek, oraz epilogu ('dark theatre'). Parodiowanie baśni wydaje się nadrzędnym celem twórców, przepisujących dobrze znane teksty w konwencji groteski, a także makabreski. W prologu odnajdziemy często karykaturalnie ułagodzone i zinfantylizowane wersje baśni, wyraźnie odsyłające do Disneyowskiego, sielankowego wzorca, który ulega dekonstrukcji. Ironicznie komentując tę opowieść Grimm ubolewa, że Kopciuszek stała się sumienną, wypełniającą obowiązki córką, mogła bowiem poderżnąć gardła siostronom oraz macosze, kiedy była ku temu okazją; natomiast krasnoludek znany z baśni o Królownie Śnieżce jest już zmęczony śpiewaniem piosenek w czasie pracy.

W epilogu zaś gracz otrzymuje nową wersję baśni, do której powstania dążył w czasie swojej rozgrywki. Twórcy prezentują starą nową baśń, gdzie doskonale znane elementy zostają przedstawione w nowej odsłonie lub następuje ich hiperbolizacja. Śnieżka zatem nie chce przyjąć zatrutego owocu od macochy – wykazując się przebiegłością i podejrzliwością wobec królowej, czego nie uświadczymy w tradycyjnych wersjach baśni – ale i tak zostaje otruta, ponieważ macocha miażdży gruszkę na twarzy swojej pasierbicy. Śnieżka ostatecznie zamienia się w zombie, staje się okrutna i bezlitośnie wymierza karę macosze: ginie ona w męczarniach, płonąca na stosie, mając na stopach rozżarzone pantofle (zakończenie to jest wyraźnie inspirowane Grimmowskimi wersjami baśni).

W dalszej części artykułu zostaną opisane zabiegi renarracyjne, które odnaleźć można na wszystkich poziomach gry, co pozwoli scharakteryzować zjawisko transformowania baśni z uwzględnieniem jej cech dystynktywnych, m.in. bohaterów, fabuły i aksjologii.

Zabiegi renarracyjne

Baśniowi bohaterowie otrzymują w analizowanej grze nowe oblicza i role. Niejednokrotnie ich postępowanie zostaje przez Grimma ośmieszane, czego przykładem jest chociażby jego drwiąca wypowiedź na temat spotkania wilka i Czerwonego Kapturka: „Nic dziwnego, że [dziewczynka] się nie bała. Mam koty, które wyglądają groźniej”. Twórcy niejednokrotnie posługują się estetyką groteski, mającą na celu przede wszystkim karykaturalizację dobrze znanych schematów baśniowych, a także nawiązania do innych tekstów kultury i codziennych realiów: w narcystycznym i próżnym księciu Kopciuszka doszukać się możemy żartu z pięknych księżąt znanych w produkcji Disneya, natomiast komentarze przyrodniczych siostr Kopciuszka na temat powiększenia piersi lub poprawienia pośladków mogą stanowić satyrę na czasy współczesne. Postaci w grze nie zostają jednak przedstawione tylko w konwencji parodystycznej. Często stają się okrutne i odpychające, Śnieżka i matka Kopciuszka zamieniają się w zombie, natomiast Czerwony Kapturek, babcia i drwal czerpią satysfakcję z oglądania stosu, na którym płonie wilk.

Pełne zaskakujących rozwiązań jest także poprowadzenie linii fabularnych baśniowych renarracji. Obok głównych punktów stycznych z baśnią tradycyjną gracz otrzymuje odmienną, często absurdalną, fabułę. W Czerwonym Kapturku akcja rozgrywa się m.in. w brzuchu wilka, a gracz musi zarażać kolejne jego narządy, aby zjawił się drwal i porąbał zwierzę siekierą. Gracz ma przyczynić się także do śmierci matki Kopciuszka lub doprowadzić do tego, aby na weselu macochy Śnieżki pojawiły się potwory, które rozszarpia gości. Przesyt i przerysowanie widoczne są także w epizodach poświęconych drugoplanowym bohaterom: twórcy nawiązują do krwi, która spadła z palca matki Śnieżki, by zaraz później zalać krwią cały zamek; matka Kopciuszka zjawia się na weselu swego byłego męża, by zemścić się za to, że nie przeżywa po niej żaloby. Klasyczne schematy zostają w grze zniszczone, dzięki cze-

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni...

mu powstaje efekt komiczny – Kopciuszek przewraca się na schodach i upada na twarz, natomiast macocha Śnieżki rozgnięta na jej twarzy robaczywą gruszkę.

Nie sposób jednak zapomnieć o prostym, niejednokrotnie wulgarnym, humorze obecnym w grze. Niech za przykład posłuży chociażby aluzja do tego, że pantofelek Kopciuszka brzydko pachnie, bo przecież bohaterka tańczyła w nim przez całą noc. Baśnie zostają sparodiowane, główni bohaterowie wyśmiani i przedstawieni w zupełnie nowych rolach, co pozwala na reinterpretację baśni i odczytywanie ich w atrakcyjnym dla odbiorcy kluczu: groteskowo-makabrycznym.

Nowa fabuła i odmienna od tradycyjnej konstrukcja bohaterów zostają zdominowane przez makabreskę, wykorzystującą groteskę i elementy grototwórcze. Obok sytuacji, w których na plan pierwszy wysuwa się prosty, rubaszny humor, odnaleźć można także takie, które epatują antyestetycznymi ujęciami. Brutalność i wulgarność Grimma stanowią komentarz dla skutków postępowania gracza: niszczenia baśniowej krainy, przynoszącego m.in. liczne obrazy turpistyczne: krew, wnętrzności, dziecięce zwłoki, otwarte groby, powieszona na palach wilki. Tego rodzaju zabiegi obecne są praktycznie podczas każdego zadania i stanowią niejako podsumowanie działań gracza, który przecież ma za zadanie stworzyć nową wersję baśni. Bal wyprawiony przez księcia staje się katastrofą, bo goście giną pocięci trybikami zegara; Śnieżka zamienia się w zombie i atakuje swojego ukochanego, jej macocha zaś zostaje powieszona i spalona; macocha Kopciuszka atakuje własną córkę siekierą.

Ta przesada w przedstawianiu okrucieństwa wynika z założeń Grimma, który twierdzi, że baśnie dobrze nam znane bardzo często nie zawierają słusznego i sprawiedliwego rozwiązania. Baśniowa aksjologia i dychotomiczny podział na dobro i zło zostają w tej renarracji zdekonstruowane i zastąpione przez nowe wartości, wartości na miarę mrocznej i ponurej parodii baśni.

Chociaż wnioski W. Kosteckiej, zawarte w jej artykule *Od aksjologii do estetyki? Grimmowskie ujęcia okrucieństwa i grozy w Kinder- und Hausmärchen*, zostały sformułowane odnośnie tekstów literackich, można się zastanowić, czy nie są również adekwatne do tekstów z innych mediów: „Współczesne literackie nawiązania do Grimmowskich baśni, reinterpretujące je w duchu postmodernistycznej gry z tradycją, polemizują z »kastrującym« modelem disneyowskim i dążą do przywrócenia baśniowym wątkom i motywom pierwotnej brutalności. Twórcy [...] nie próbują ich łagodzić, więcej – przekształcając te motywy w ramach intertekstualnej gry i wysuwając je na pierwszy plan swoich opowieści, potęgują literacki efekt grozy i makabry” (Kostecka 2013: 156–157). Mroczna parodia wykonana przez studio Spicy Horse wydaje się funkcjonować w kontrze do popularnych Disneyowskich, ułagodzonych i przez lata puryfikowanych wydań baśni. Umieszczenie w grze elementów okrutnych i brutalnych może być próbą powrócenia do tradycyjnych, niecenzurowanych baśni, ale przede wszystkim stanowi odbiorczą atrakcję.

Twórcy gry dokonują specyficznej konkretyzacji baśni: uzupełniają ją o liczne elementy, których nie było w tradycyjnej wersji danej historii lub rozwijają wątek już znany. Zauważyć można to zjawisko chociażby w lokacjach, w których znajduje się gracz. Rozgrywka odbywa się nie tylko w lesie czy zamku, lecz także w brzuchu wilka lub kopalni krasnoludków. Jest to kolejny zabieg charakterystyczny dla baśniowej popkultury, gdzie odnaleźć można liczne uzupełnienia i rozwinięcia różnorodnych elementów baśni. Ta swego rodzaju nowa baśniowa historia, której transformacje sięgają rozmaitych poziomów (estetycznych, fabularnych, świata przedstawionego, postaci, aksjologii) baśni Grimmowskich, staje się atrakcyjnym utworem dla odbiorców, mogących odszukiwać w grze zabiegi renarracyjne.

American McGee's Grimm staje się tym samym nośnikiem tradycyjnych treści, przekształconych według na dobre utartych w kulturze schematów i mechanizmów transformowania baśni kanonicznych. Jest

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni...

jednym z wielu przykładów stanowiących potwierdzenie żywotności baśni w przestrzeni kultury i jej obecności w wielu mediach. K. Bagińska twierdzi, że rozwój mediów audiowizualnych „daje dużą swobodę poruszania się w przestrzeni kultury – dostęp do jej wytworów i narzędzi tworzenia oraz szerokie możliwości komunikowania się. Właśnie w dobie ekspansji mediów elektronicznych i cyfrowych twórcza swoboda, odwaga i wolność znalazły bodaj najpełniejszy jak dotąd wymiar, wspierane przez niemal nieograniczoną dostępność, wielokanałowość i wielokierunkowość przekazu” (Bagińska 2010: 164). Zdaje się, że wymieniane przez badaczkę cechy odnaleźć można także w produkcji, jakim jest gra – w tym przypadku gra, która z twórczą swobodą przekształca kanon i igrza z tradycją, stającą się gwarantem zainteresowania odbiorców i – co za tym idzie – zysku. Dodatkowo gracze mają możliwość uczestniczenia w intertekstualnej grze, czego przykładem jest nawiązanie m.in. do filmu *Obcy* w epizodzie *Kot w Butach* lub odwołanie do rozpowszechnionych przez popkulturę amerykańskich zjawisk kulturowo-społecznych – w odcinku o Fleciście z Hameln dzieci zostają przemienione w kartoniki z mlekiem, na których widnieją ich podobizny i informacje o ich zaginięciu.

Przemysł baśniowy

Twórcy gier komputerowych, które bazują na kanonicznych tekstach, wykorzystują baśniowy wzorzec w podobny sposób, w jaki czynią to autorzy utworów funkcjonujących w ramach innych mediów. Tendencję do przekształcania baśni można nazwać współcześnie przemysłem baśniowym⁴, mającym na celu przynoszenie zysku. Możliwe jest to dzięki opieraniu produktów na tym, co na stałe wpisało się w kulturę i ma szansę rezonować z odbiorcą – baśń wydaje się właśnie takim

⁴ Należy pamiętać jednak, że same baśniowe transformacje nie są nowym zjawiskiem.

materiałem. Materiałem dogodnym do artystycznych transformacji, również takich, jakie proponują twórcy gry *American McGee's Grimm*. Mimo licznych przekształceń klasycznych baśniowych tytułów odbiorcy jednoznacznie odczytują utwór bazowy, zestawiając renarrację z utrwalonym w masowej wyobraźni schematem baśniowym. Dekonstrukcja baśni odbywać się może na poziomie gatunku, konwencji czy estetyki. Mnogość tego rodzaju tekstów nie jest jedynie wynikiem postmodernistycznego wyczerpania motywów i twierdzenia, że wszystko już było. A. McGee stwierdził: „Baśnie przyciągają mnie do siebie pod wieloma biznesowymi i kreatywnymi względami. Z perspektywy biznesowej zainteresowanie jest oczywiste: pewna znajomość opinii społecznej. Nie trzeba pracować zbyt ciężko, aby sprzedać »Czerwonego Kapturka« – nawet jeśli umieściło się w tej klasycznej opowieści twórcze zmiany. Ludzie na całym świecie znają te historie i z przyjemnością do nich powracają»⁵ (McGee, 2007).

Bibliografia

- Bagińska K., 2010, *Kultura popularna jako wyraz demokratyzacji kultury. Rozważania w kontekście ewolucji medium telewizyjnego*, [w:] *Kultura popularna w społeczeństwie współczesnym. Teorie i rzeczywistość*, red. J. Drozdowicz, M. Bernasiewicz, Kraków, 161–169.
- Bomba R., 2014, *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*, Toruń.
- Dovey J., Kennedy H. W., 2011, *Kultura gier komputerowych*, Kraków.
- Kostecka W., 2013, *Od aksjologii do estetyki? Grimmowskie ujęcia okrucieństwa i grozy w Kinder- und Hausmärchen*, [w:] *Grimm: potęga dwóch braci. Kulturowe konteksty Kinder- und Hasumärchen*, red. W. Kostecka, Warszawa, 153–168.

⁵ Tłumaczenie własne.

„Życie długie i szczęśliwe właśnie dobiegło końca” – renarracje baśni...

- Kostecka W., 2014, *Baśń postmodernistyczna: przeobrażenia gatunku. Intertekstualne gry z tradycją literacką*, Warszawa.
- McGee A., 2007, wywiad, <http://tale-of-foles.com/blog/interviews/interview-with-american-mcgee> (dostęp: 8.07.2015 r.).
- Meder T., 2008, *Internet* [hasło], [w:] *The Greenwood Encyclopedia of Folktales and Fairy Tales*, vol. 2, red. D. Haase, Westport, 489–495.
- Toeplitz K. T., 1978, *Wszystko dla wszystkich. Kultura masowa i czło-wiek współczesny*, Warszawa.
- Waksmund R., 2005, *Baśń sponiewierana (Kartka z dziejów gatunku)*, [w:] *Kulturowe konteksty baśni. Rozigrana córka mitu*, t. 1, red. G. Leszczyński, Poznań, 38–55.

Streszczenie

Artykuł prezentuje wybrane zabiegi transformowania poszczególnych elementów baśni tradycyjnej (bohaterów, fabuł, estetyki, aksjologii) oraz ich celowość na przykładzie gry komputerowej *American McGee's Grimm*. Autorka przedstawia funkcjonowanie baśni w obrębie kultury popularnej, uwzględniając zjawisko przemysłu baśniowego. Zwraca także uwagę na fakt wykorzystywania baśni jako materiału do renarracji na płaszczyźnie różnych mediów, co wynika z jej zakorzenienia w masowej wyobraźni i finalnego rozpoznania wzorca baśniowego przez odbiorców. Analiza trzech epizodów przekształcających baśnie kanoniczne (*Czerwony Kapurek*, *Królowna Śnieżka*, *Kopciuszek*) pozwala także przedstawić wnioski dotyczące mechanizmów funkcjonowania baśni postmodernistycznej.

Słowa kluczowe: gry komputerowe, renarracja baśni, Wilhelm i Jakub Grim-mowie, postmodernizm, przemysł baśniowy, baśniowa popkultura

Summary

The article presents selected procedures for transforming individual elements of traditional fairy tales (characters, plots, aesthetics, axiology) and their desirability as illustrated by the example of a computer game

Kamila Kowalczyk

American McGee's Grimm. The author presents the functioning of a fairy tale within popular culture, taking into account the phenomenon of fairy tale industry. It also highlights the fact of using fairy tales as material for narration at the level of different media, which results from its roots in the popular imagination and the final fairy tale pattern recognition by the public. The analysis of the three episodes transforming canonical tales (*Little Red Riding Hood*, *Snow White*, *Cinderella*) leads to some conclusions of the functional mechanisms of postmodern fairy tales.

Keywords: video games, fairy tale, retelling, Wilhelm and Jacob Grimm, postmodernism, fairy tales in popculture

XI

ROZDZIAŁ XI

Ewa Urbaniak

Uniwersytet Łódzki

Nowe Media – nowy hiszpański

Na przełomie dziejów język hiszpański musiał wielokrotnie zmierzyć się z przystosowaniem do najróżniejszych sytuacji polityczno-społecznych. Pierwszą wielką próbą, przed którą stanął, był podbój Ameryki i rozprzestrzenienie się na jej terenach ludności hiszpańskojęzycznej (Lapesa 1981: 533–576). Wtedy to Hiszpanie zetknęli się z zupełnie nową rzeczywistością, która wymagała od nich, z jednej strony, nazwania obiektów i relacji społecznych nieznanych do tej pory w Europie, a z drugiej, porozumienia się z rdzenną ludnością Nowego Kontynentu. W ten sposób w poszczególnych regionach narodziły się przeróżne warianty języka hiszpańskiego, które do dziś wchodzą w skład zbioru potocznie nazywanego „hiszpańskim w Ameryce”.

Dziś język hiszpański staje obecnie przed kolejną próbą, jaką jest postępujący rozwój Nowych Mediów. Specyfika komunikacji za pośrednictwem Nowych Mediów sprawia, że zmienia się nie tylko charakter i kształt poszczególnych wypowiedzi, ale również samo wyobrażenie społeczeństwa na temat znaczenia i funkcji języka. Wraz z ich powstaniem narodziło się bowiem zupełnie nowe podejście do języka. Po pierwsze, język Nowych Mediów musi być zwięzły i konkretny. Wynika to nie tylko z ograniczeń nakładanych przez twórców poszczególnych środków przekazu (Twitter, na przykład, dopuszcza maksymalnie 140 znaków), ale również z samej istoty nadawanego komunikatu,

który, z założenia, powinien być krótki i rzeczowy. Co więcej, komunikacja za pośrednictwem Nowych Mediów, choć opiera się w dużej mierze na języku pisanym, często przyjmuje charakter języka mówionego. Użytkownicy portali społecznościowych coraz rzadziej podporządkowują się tradycyjnie uznawanym normom języka pisanego. Tworzą tym samym nową formę porozumiewania się będącą swoistą kombinacją wypowiedzi pisemnej ze zwyczajną rozmową. Należy również pamiętać, że Nowe Media mają charakter globalny, funkcjonują w przestrzeni dostępnej dla mieszkańców każdego zakątka świata. Doprowadzają do przemieszania się najróżniejszych kultur i tradycji, co nie pozostaje bez wpływu na kształtowany przez nie język.

Nowe Media, podobnie jak przed wiekami podróże i odkrycia geograficzne, stanowią więc jeden z czynników zewnętrznych wywierających istotny wpływ na język. Jak podkreśla Fernández Pérez (Fernández Pérez 1999: 28), język jest nieodłącznym, immanentnym elementem kultury danej społeczności. Jego słownictwo oraz struktura pozostają w ciągłej relacji z otoczeniem, w którym się kształtują. W ostatnim czasie rozwój technologii oraz powstanie Nowych Mediów dają swój wyraz na najróżniejszych poziomach języka, do których zaliczyć możemy leksykę, fonetykę, czy składnię.

Języki naturalne powstają na skutek nieświadomych decyzji członków danej społeczności (Durán 2004: 489–492). Posiadają zdolność opisywania rzeczywistości, a raczej sposobu, w jaki ją postrzegamy. W rezultacie, wraz z ciągłymi zmianami otaczającego nas świata, pewnym przekształceniom ulega również język. Gwałtowny rozwój Nowych Mediów, a w szczególności portali społecznościowych, doprowadził do powstania nowej odmiany języka. Licznym procesom, wspólnym dla wszystkich języków naturalnych (jak np. wzrost popularności anglicyzmów) poddał się również język hiszpański. Przyjrzyjmy się jednak zjawisku typowemu dla nowego hiszpańskiego – zmianom w ortograficznym zapisie wiadomości, które upodabniają go do transkrypcji fonetycznej wypowiedzi (Llisterri 2002: 63). Należy pamiętać,

że, z punktu widzenia fonetyki, hiszpański nie przysparza większych trudności. Jak wspomina Tomás (Tomás 1990: 8–10), w powszechnej świadomości użytkowników języka, wymowa hiszpańskich słów pokrywa się z ich graficznym zapisem. Co więcej, przez lata za najbardziej prestiżową uznawana była odmiana hiszpańskiego, która najdokładniej oddawała jego pisaną wersję. Na portalach społecznościowych mamy do czynienia z mechanizmem odwrotnym – coraz częściej spotykamy liczne przekształcenia, które zapis ortograficzny zbliżają do zapisu fonetycznego. Oto kilka zaobserwowanych zjawisk¹:

- W języku hiszpańskim litera *h* jest niema (nie wypowiada się jej). Coraz częściej brakuje jej również w graficznym zapisie tekstu.

Yo es que lo aría (*Yo es que lo **haría***) ‘Ja bym to zrobił’

No a salido (*No **ha** salido*) ‘Nie wyszedł’

- W mowie potocznej na szeroką skalę zanika głoska *d* w ostatniej sylabie w pozycji interwokalicznej (Llisterri 2002: 73). Uwidacznia się to również w zapisie.

Ho estudiao (*Ho **estudiado***) ‘Uczyłem się’

Yo no veo el carnaval por ningún lao (*Yo no veo el carnaval por ningún **lado***) ‘Nigdzie nie widzę karnawału’

- Powszechne stało się również łączenie wyrazów, które pisane są oddzielnie, ale wymawiane jak jedno.

Alomejor (*A lo mejor*) ‘Może’

Tquiero (*Te quiero*) ‘Kocham cię’

Aver (*A ver*) ‘A więc’

¹ Źródłem zaprezentowanych przykładów jest portal społecznościowy Facebook.

Madremia (Madre mía) ‘O matko’

Porlomenos (Por lo menos) ‘Przynajmniej’

- Zamiast litery *c* lub *qu* stosuje się ich fonetyczny odpowiednik *k*

Kasi (Casi) ‘Prawie’

Aki (aquí) ‘Tutaj’

- Dyftong *ue* zastępowany jest literą *w*, upodabniającą się do jej fonetycznego odpowiednika.

Weno (bueno) ‘Dobry’

Wapo (guapo) ‘Ładny’

- Wyraz *que* skracany jest do jednej litery *q*.

Yo pensaba q estabas hasta verano (Yo pensaba que estabas hasta verano) ‘Myślałam, że będziesz do wakacji’

Mejor tener una carrera q no tener nada (Mejor tener una carrera que no tener nada) ‘Lepiej skończyć jakieś studia, niż nie skończyć żadnych’

Q morenitos (Que morenitos) ‘Ale opaleni’

Porq (Porque) ‘Dlatego’

Q guapa mi niña (Que guapa mi niña) ‘Ale śliczna jest moja mała’

- Litera *j* wymieniana jest na *x* wykorzystywaną w alfabecie fonetycznym.

maxo (majo) ‘fajny’

Niektóre z wyżej zaprezentowanych przykładów (2, 5, 6) są wynikiem procesów związanych z tzw. ekonomią języka. Polega ona na poszukiwaniu przez daną społeczność takich rozwiązań językowych, które mają za zadanie ułatwić zarówno nadawanie komunikatów, jak i ich odbieranie (Duarte 2008: 167–171). Ekonomia języka stanowi jeden z aspektów systemu językowego, a co za tym idzie, powstaje w wyniku nieświadomych decyzji człowieka. Mechanizmy ekonomii języka mogą przybierać najróżniejsze kształty odwołując się zarówno do formy wypowiedzi, jak i jej znaczenia. Do pierwszej grupy należą wszelkiego rodzaju skróty, czy upraszczanie wymowy poszczególnych głosek. Przejawem ekonomii języka na poziomie semantycznym jest natomiast unikanie słów o sprecyzowanym znaczeniu, zastępowanie ich wyrażeniami o charakterze bardziej ogólnym.

Zanik głoski *d* w pozycji interwokalicznej (przykład nr 2) pokazuje nam, jak może zmienić się wymowa danego języka. Hiszpanie coraz częściej preferują formę *estudio* od *estudiado*. Nie oznacza to jednak, że w innych językach przemiany fonetyczne będą miały taki sam kształt i charakter. Nie ma bowiem obiektywnego wyznacznika, decydującego o tym, że *-ao* jest łatwiejsze do wypowiedzenia niż *-ado*. Każdy język odznacza się swoją specyfiką, zatem to, co dla jednej społeczności może wydawać się wygodniejsze, niekoniecznie musi być takie dla innej.

Mechanizmy związane z ekonomią języka uwidaczniają się również w przykładzie 5. W tym wypadku jednak ekonomia języka wynika bezpośrednio ze specyfiki Nowych Mediów. Komunikaty przekazywane za ich pomocą mają być krótkie, zwarte i konkretne. Dlatego też, użytkownicy języka hiszpańskiego, w celu usprawnienia komunikacji, stosują powszechnie rozpoznawalne skróty. Tak jest w przypadku zamiany spójnika *que* na *q*. Choć wspomniane uproszczenie może wydawać się nieznaczące, sprawia, że cała wypowiedź nabiera charakteru kodu, który należy rozszyfrować aby zrozumieć jej sens.

Jednym z mechanizmów charakterystycznych dla języka hiszpańskiego jest zapisywanie głosek przy pomocy liter upodabniających się

do znaków alfabetu fonetycznego (przykłady 4, 5, 7). Trudno byłoby wytłumaczyć to zjawisko wyżej wspomnianą ekonomią języka – zapisanie słowa *majo* jako *maxo* zajmuje tyle samo czasu i nie przyczynia się do usprawnienia komunikacji. Jest to niewątpliwie mechanizm charakterystyczny dla wypowiedzi przekazywanych za pomocą Nowych Mediów, nieobecny w mediach tradycyjnych. Możliwe więc, że stosując fonetyczny zapis niektórych głosek, użytkownicy języka hiszpańskiego, w sposób nieświadomy, podkreślają oralny charakter komunikatów nadawanych przy pomocy Nowych Mediów. Z drugiej strony, istnieje prawdopodobieństwo braku bezpośredniego związku pomiędzy sposobem zapisu informacji a specyfiką Nowych Mediów. Mogły stać się przestrzenią, na której, w niewyjaśnionych okolicznościach, kształtują się pewne procesy językowe. Należy pamiętać, że nie wszystkie mechanizmy językowe mają swoje logiczne wytłumaczenie. Język jest wynikiem nieświadomych decyzji człowieka, i choć językoznawstwo dąży do zdefiniowania zachodzących w nim zjawisk, nie wszystkie stają się łatwe do objaśnienia. Należy jednak pamiętać, że nowa ortografia języka hiszpańskiego narodziła się dzięki Nowym Mediom, co jest kolejnym dowodem na ich nieustający wpływ na język.

Wraz z rozprzestrzenianiem się w Nowych Mediach wyżej wymienionych tendencji językowych, istotne stają się dwie kwestie. Po pierwsze, powstaje wątpliwość czy nowy hiszpański to kolejna odmiana rejestru językowego, czy jedynie niepoprawna wersja języka hiszpańskiego. Aby odpowiedzieć na to pytanie, istotne staje się przyjęcie określonej postawy wobec fenomenu zwanego błędem językowym. Współcześnie każdy język posiada odmianę, zwaną standardową, respektującą ustalone na przestrzeni dziejów normy językowe. Normy te przez wieki kształtowały się na bazie języka literackiego, dopiero wraz z nadejściem XX wieku zwrócono uwagę na znacznie języka mówionego (Lope Blanch 1995: 242). Dzięki temu utrwalone w słownikach, gramatykach i podręcznikach normy językowe skoncentrowały się nie tylko kun-

sztownym języku literackim, ale również na tym codziennym, często kolokwialnym.

Wszelkie odstępstwa od normy traktowane są przez językoznawstwo normatywne jako błędy językowe. Wobec takiego podejścia do istoty błędu językowego, rozmaite zjawiska występujące w nowym hiszpańskim mogą zostać uznane za niepoprawne. Z drugiej jednak strony, należy zwrócić uwagę na fakt, że język stale się rozwija, a jedynym sposobem wprowadzenia jakichkolwiek innowacji staje się odstępstwo od normy. Gdyby nie błędy językowe, nie powstałoby wiele języków, w tym analizowany język hiszpański. Tak jak inne języki romańskie, czerpie on bowiem swój początek w tak zwanej łacinie ludowej, czyli, mówionej odmianie łaciny klasycznej (Fradejas Rueda 2010: 49). Poszczególne społeczności, pozbawione odpowiedniego wykształcenia i dostępu do literatury, popełniały powtarzające się błędy, które powoli przekształcały łacinę w języki romańskie. W ten sposób w różnych zakątkach Europy narodził się francuski, hiszpański, portugalski, włoski, czy rumuński. W dzisiejszych czasach wprowadzenie istotnych zmian do języka okazuje się dużo bardziej skomplikowane. Przede wszystkim, liczne instytucje oraz powszechna edukacja konserwują tradycyjny kształt języka, utrudniając tym samym rozpowszechnianie nowych rozwiązań językowych. Nie oznacza to jednak, że język już na zawsze pozostanie w swojej niezmienionej formie. Gdy wśród członków danej społeczności popularne stają się pewne innowacje językowe, po pewnym czasie zaczynają być włączane do kanonu akceptowanych norm językowych. Z tym zjawiskiem wiąże się kolejna kwestia dotycząca nowego hiszpańskiego. Czy język kreowany przez Nowe Media może wywierać wpływ na powszechnie stosowany hiszpański? Z jednej strony możemy śmiało stwierdzić, że Nowe Media zdążyły już odcisnąć swoje piętno na współczesnym języku hiszpańskim. Komunikacja za pomocą portali społecznościowych, zastępująca tradycyjne formy porozumiewania się, nabrała osobliwych cech, tworząc zupełnie nową odmianę języka. Z drugiej strony należy zastanowić się, czy język wykreowany

przez Nowe Media może kiedykolwiek przyczynić się do tworzenia norm tzw. *español estándar*. Proces tworzenia norm językowych jest długi i polega na osiągnięciu porozumienia pomiędzy społecznością a instytucjami normatywizującymi. W pierwszej kolejności dane rozwiązanie językowe musi stać się powszechne wśród użytkowników języka. Następnie instytucje normatywizujące język wcielają je do kanonu norm, co sprawia, że dane rozwiązanie zostaje uznane za poprawne. Pytanie więc, czy społeczność hiszpańskojęzyczna zacznie na szeroką skalę posługiwać się językiem wykreowanym przez Nowe Media, a co za tym idzie, Hiszpańska Akademia Języka (*La Real Academia Española*) będzie zmuszona zaakceptować go jako odmianę normatywną. Dziś wydaje się to mało prawdopodobne, biorąc jednak pod uwagę nieprzewidywalność języka, nie możemy całkowicie wykluczyć wyżej wspomnianego scenariusza.

Język każdego dnia przystosowuje się do rzeczywistości, w której żyjemy, dzięki czemu pozwala nam opisywać zmieniający się świat. W ostatnim czasie kamieniem milowym dla współczesnej cywilizacji stał się postępujący rozwój technologiczny i, w konsekwencji, narodziny Nowych Mediów. Wraz z ich pojawieniem się aktywowały się procesy dostosowujące język do nowego sposobu komunikacji – tak narodził się nowy hiszpański. Nowy hiszpański stawia językoznawstwo przed kolejnym wyzwaniem – z licznej grupy tworzących go mechanizmów, należy oddzielić te, które całkowicie łamią podstawowe normy, od tych, które wprowadzają niezbędne innowacje dostosowując język do współczesnych realiów. Choć nie wiemy, w jakim stopniu *español estándar* zmieni się pod wpływem nowego hiszpańskiego, już dziś możemy śmiało stwierdzić, że mamy do czynienia z zupełnie nowym modelem języka, który nie pozostanie bez wpływu na językowe przyzwyczajenia władającej nim społeczności.

Bibliografía

- Bentivegna D., 1999, *Amado Alonso y Américo Castro en Buenos Aires: entre la alteridad y el equilibrio*, [w:] *Prácticas y representaciones del lenguaje*, red. en Narvaja de Arnoux, E., Bein, R., Buenos Aires, 135–156.
- Borges J. L., 1974, *Obras Completas*, Buenos Aires.
- Castro A., 1941, *La peculiaridad lingüística rioplatense y su sentido histórico*, Buenos Aires.
- Coates J., 1993, *Women, men, and language: a sociolinguistic account of gender differences in language*. Studies in language and linguistics, New York.
- Fernández Pérez M., 1999, *Introducción a la Lingüística*, Barcelona.
- Fradejas Rueda J. M., 2010, *Las lenguas románicas*, Madrid.
- Krashen S., 1998, *Language shyness and heritage language development*, [w:] *Heritage language development*, red. S. Krashen, L. Tse, J. McQuillan, J., Culver City, 41–50.
- Labov, W., 1994, 2001, *Principles of Linguistic Change*, vol. I, *Internal Factors*, 1994; vol. II, *Social Factors*, 2001, Oxford.
- Lapesa R., 1981, *Historia de la lengua española*, Madrid.
- Lewis G., 1999, *The Turkish Language Reform: A Catastrophic Success*, Oxford.
- Llisterri J., 2002, *Marcas fonéticas de la oralidad en la lengua de los chats: elisiones y epéntesis consonánticas*, [w:] *Revista de investigación lingüística*, t. 5, nr 2, 61–101.
- Lope Blanch Juan M., 1995, *La norma lingüística y la norma literaria*, [w:] *AIH Actas XII*, 240–246.
- Luque Durán J. de D., 2004, *Aspectos universales y particulares del léxico de las lenguas del mundo*, [w:] *Estudios de Lingüística del Español*, t. 21, 489–492.
- Paredes Duarte M. J., 2008, *El principio de economía lingüística*, [w:] *Pragmalingüística*, nr 15, 166–178.
- Penny R. 2000, *Variation and Change in Spanish*, Cambridge.

- Tomás N. T., 1990, *Manual de pronunciación española*, Madrid.
- VV, AA, 1998, *Actas del Primer Congreso Internacional de la lengua española*, México DF.
- Wardhaugh R., 1986, *An Introduction to Sociolinguistics*, Oxford–New York.

Streszczenie

W ciągu ostatnich lat Nowe Media wywarły istotny wpływ na język hiszpański. Wśród procesów, które możemy zaobserwować we współczesnym języku hiszpańskim, i które związane są z coraz większym wpływem Nowych Mediów na życie ich odbiorców, wiele pokrywa się ze zjawiskami występującymi także na innych obszarach językowych, inne natomiast, jak np. zmiany w ortografii, są charakterystyczne dla komunikatów nadawanych w języku hiszpańskim. Artykuł prezentuje wybrane cechy nowego hiszpańskiego oraz zadaje sobie pytanie o ich przyczyny oraz możliwy wpływ na przyszły kształt normatywnej odmiany hiszpańskiego.

Słowa kluczowe: język hiszpański, ortografia, *español estándar*, media społecznościowe

Summary

Throughout the years the new media have had a remarkable influence on the Spanish language. Many of the changes that Spanish have suffered are similar to the ones that have appeared in other languages. On the other hand, there is also a wide range of processes that are typical for Spanish. In the article some of the characteristic features of the new Spanish are presented as well as their possible influence on the future normative version of Spanish.

Keywords: Spanish, spelling, *español estándar*, social media

Autorzy

Arkadiusz Lorenc (B.A.) – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Językoznawstwa Niemieckiego i Stosowanego, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź.

mgr Yulia Zazuliak – Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra slavistiky, Křížkovského 10, 771 80 Olomouc.

mgr Weronika Sztorc – Uniwersytet Warszawski, Instytut Lingwistyki Stosowanej, Zakład Badań nad Przekładem Pisemnym, ul. Dobra 55, 00-312 Warszawa.

mgr Rafał Maćkowiak – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej UŁ, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź.

mgr Zuzanna Guty – Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Katedra Teorii Literatury, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin.

mgr Szymon Cieśliński – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Literatury i Kultury Niemiec, Austrii i Szwajcarii, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź.

Autorzy

Aleksandra Wysokińska – Uniwersytet Łódzki Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Socjologii, Katedra Socjologii Sztuki, ul. Rewolucji 1905r. nr 41, 90-214 Łódź.

mgr Joanna Duda – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Filologii Romańskiej, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź.

mgr Kamila Kowalczyk – Uniwersytet Wrocławski, Wydział Filologiczny, Instytut Filologii Polskiej, Plac Nankiera 15, 50-140 Wrocław.

Ewa Urbaniak (B.A.) – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Filologii Romańskiej, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź.