



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Nasza akcja, Wasza reakcja! : style konwersacyjne w nowej rzeczywistości medialnej

Author: Iwona Loewe

Citation style: Loewe Iwona. (2006). Nasza akcja, Wasza reakcja! : style konwersacyjne w nowej rzeczywistości medialnej. W: B. Witosz (red.), "Style konwersacyjne" (S. 140-150). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Iwona Loewe

Uniwersytet Śląski, Katowice

„Nasza akcja, Wasza reakcja!” Style konwersacyjne w nowej rzeczywistości medialnej

Punktem wyjścia poczynionych przeze mnie obserwacji było zjawisko ekspansji mediów we współczesnej rzeczywistości. Liczba kontaktów interpersonalnych za pośrednictwem przekazników sygnałów niepomiaralnie wzrosła dzięki ich powszechnej dostępności, a mam na myśli wszelkie nowe media, czyli telefon bezprzewodowy, modem, wideo, odtwarzacz DVD oraz media masowe, czyli prasę, radio, telewizję i Internet.

W nie tak odległej przeszłości człowiek także wykorzystywał media, lecz kontakt z nimi miał odmienny charakter. Wprawdzie był telefon, ale analogowy (przewodowy), były również prasa, radio i telewizja, ale mówiące jednym „drewnianym językiem”, bo też jednomyślna była kontrolująca je instytucja. W latach 90. mass media zostały uwolnione spod ideologicznego nadzoru i zaczęły kształtować własne, odmienne od poprzednich wizerunki. Medioznawcy włoscy (Casetti F., Odin R., 1994; Eco U., 2002) o telewizji mówią dzisiaj „neotelewiszja”, a postać mediów wcześniej ukształtowaną opatrują przedrostkiem „paleo-”. Wspomnę tylko, że neotelewiszja to medium cywilizacji postindustrialnej, które kreuje rzeczywistość „prawdziwszą” od niej samej, w wyniku czego świat poza TV staje się fikcją (Loewe I., 2004; 2005). Nowe technologie dały człowiekowi najpierw możliwość owej aktywnej wymiany werbalnej bez konieczności widzenia się (*casus* telefonu), a następnie nawet bez użycia ustnej odmiany języka (*casus* komunikatora internetowego). Ta ostatnia forma komunikacji wywołała jednak potrzebę przekładu potocznego języka mówionego na tekst elektroniczny

(Skudrzyk A., 2005). Jako że model potocznej rozmowy wydaje się wzorem trudnym do osiągnięcia sztucznymi metodami, technolodzy opracowali urządzenia współdziałające z maszynami, czyli minikamerę i minimikrofon, które starają się zbliżyć do jej kanonicznej wersji. Nie należą one jednak do urządzeń powszechnie podłączanych do komputera.

Nowe style (konwersacyjne właśnie) obecnej rzeczywistości medialnej aktualizowane są zwłaszcza w:

- rozszerzeniu rejestru form werbalnych możliwości komunikacyjnych (SMS; list elektroniczny, wykorzystywany w kontaktach prywatnych);
- nawiązywaniu kontaktów na żywo między medium masowym a jego odbiorcą (telefony do redakcji podczas audycji; czat widoczny na ekranie TV; telefonowanie do widza w sprawie jego udziału w konkursie; zapowiadany na łamach gazety czat z wybraną przez czytelników lub redaktorów postacią);
- paratekstowej typografii pierwszych stron gazet;
- zupełnie nowych (nie zaś zmodyfikowanych) możliwościach komunikacji, jakie daje Internet, zwany hipermedium.

Nadrzędną cechą wynikającą z nowego oblicza mediów jest eksplozja **dialogiczności**. Nie chodzi wszak o tradycyjnie rozumiany dialog, który funkcjonuje w istocie w wielu nowych programach, gatunkach czy też formatach (zwłaszcza telewizyjnych), ale o nowe style konwersacyjne (styl — tu w rozumieniu pierwotnym *modus*, czyli sposobu), jakimi się media posługują w celu nawiązania kontaktu ze swym nadrzędnym odbiorcą (widzem, słuchaczem, czytelnikiem). „Media przepelnione są tekstami wykorzystującymi model dialogu” — tak konkluduje swój tekst Małgorzata Kita (2004: 186). Nie o takich dialogach jednak traktuje mój artykuł.

W teorii komunikacji zasadniczo przyjmuje się, że media masowe reprezentują niesymetryczny i jednokierunkowy typ komunikowania, z jednego centrum do wielu odbiorników (Goban-Klas T., 2002), co różni je od interakcji w warunkach naturalnych, czyli zapewniających kontakt *face to face*, tożsamą lokalizację interlokutorów, sytuacyjność, wymianę ról nadawczo-odbiorczych i mówioność. Tymczasem w mediach, jak pisze Goban-Klas, „nieodwracalność ról jest oczywista”. W istocie, obserwacja telewizji i radia w powojennym półwieczu jest tego dowodem, a badacze wyrażają przekonanie, że w latach 70. i 80. XX wieku doszło do kryzysu i degeneracji dialogiczności w komunikacji masowej (Nowak P., 2004: 75; por. także Piętkowa R., Witosz B., 1994). Zmiany polityczno-społeczne w kolejnej dekadzie przyczyniły się do przełamania owego kryzysu. Jako odbiorcy mass mediów jesteśmy więc w okresie odradzania się ich **konwersacyjności**, a przed dobą ich **interaktywności** (do czego jeszcze wrócę). Nowe media aktywizują zatem kontakt *interface to interface*, co wpływa znacząco na kulturowo-społeczno-językowo-psychologiczne warunki komuniko-

wania się w ogóle. We wspomnianym ujęciu komunikologicznym przynajmniej jednokierunkowość kontaktu z wolną przestaje być w sposób literalny interpretowana (K i t a M., G r z e n i a J., red., 2004; S o k o ł o w s k i M., red., 2005).

Można zatem znaleźć podejścia (Z w i e f k a - C h w a ł e k A., 2003) rozumiejące dialogowość jako pewną predyspozycję tekstu, który ze względu na możliwości interlokutora (umiejętność posługiwania się urządzeniami elektronicznymi) może być aktywny albo reaktywny. Stąd też częściej używane jest pojęcie *interaktywność* niżli *dialogowość* czy *konwersacyjność*. Najwyższy stopień interaktywności cechuje teksty sieciowe, czyli rozpowszechniane przez medium najmłodsze w historii techniki. Możliwość konstruowania tekstów w mowie, piśmie, z symultanicznym obrazem ruchomym czy też ilustracją oraz dźwiękiem poddającym się komendom użytkownika, czyli możliwość konstruowania tekstów w języku HTML, uruchamia zupełnie nowe warunki kontaktu z medium, a także przebywania z Drugim — tyle że w relacji *interface to interface*. Wobec takiego ukształtowania tekstów sieciowych kwestia ich autorstwa schodzi na plan drugi, by wyakcentować sam kontekst poznawczy wynikający z lektury albo z kontaktu z Drugim poprzez medium, aby wyeksponować wreszcie samo uczestnictwo. **Bycie w kontakcie staje się dziś wartością samą w sobie.**

Wszelkie media, nie tylko owa interaktywna sieć, w poszukiwaniu wymagającego odbiorcy zmuszone są wypracowywać nowe style konwersacyjne. Dzieje się to w najprostszy sposób, czyli przez interaktywność niektórych programów aż po rozszerzenie warstwy paratekstów w strumieniu telewizyjnym albo ramówce radiowej.

Diżury prezenterów polskich stacji radiowych — pisał Paweł N o w a k (2004) — mają utwierdzić słuchacza w przekonaniu, „że wypowiedzi prowadzącego są elementami interaktywnego dialogu, a nie jednostronnymi tekstami, które mogą być tylko biernie postrzegane przez słuchacza” (N o w a k P., 2004: 76). To zjawisko odzwierciedla już także telewizja, zwłaszcza w programach przeznaczonych dla młodzieży (5—10—15, *Rower Błażeja*) i dzieci (*Wirtulandia*). Programy te w dużej mierze zbudowane są z dialogów prowadzącego/prowadzących z telefonującymi widzami, „nasza akcja, Wasza reakcja” — chciałoby się powiedzieć za sloganem promującym od roku nowy wizerunek Radia Bis. Ten rodzaj konwersacyjności jest aplikowany również do niektórych programów dla dorosłych. Tu spotyka się dwa rodzaje aktywności widzów: telefoniczny udział w głosowaniu nad pytaniami stawianymi w programie (*Linia specjalna, Forum*) albo nowa formuła aktualnego prezentowania na pasku w dole ekranu opinii widzów na dany temat (*Między nami*). Odbiorca (ten bierny, dodajmy) jest zmuszony do koordynacji rozproszonych w dwóch kodach informacji: podawanej werbalnie w studiu przez uczestniczące w programie osoby i podawanej pisemnie, ale imi-

tującej uczestniczenie w studyjnej komunikacji mówionej. W niewielkim stopniu niektóre (wybrane przez realizatora programu) z wypowiedzi dotyczących tematu audycji są prezentowane w powiększeniu i stają się częścią dialogu studyjnego, w którym jeden z uczestników podejmuje się kontynuacji wątku. Tym sposobem widz może stać się **aktywnym uczestnikiem** interakcji, z niewielką, przynajmniej, szansą na pełnienie roli nadawcy. Niemniej wypowiedzi (różnymi kanałami przekazane) wszystkich uczestników takiej medialnej interakcji mieszczą się w określonym polu tematycznym, a często nawet podtrzymują linię tematyczną rozmowy.

W tej na nowo kształtowanej perspektywie poznawczej człowieka „przesunięcia [komunikacyjne — I.L.] wywierają duży wpływ na potoczne zachowania ludzi i utrwalają nawyki audiowizualnego działania we wszystkich niemal dziedzinach życia codziennego i kultury współczesnej” (M i c k a T., 2002: 127). Małgorzata K i t a pisze, że „zmiany technologiczne stworzyły mediom masowym możliwość wejścia w kontakt z odbiorcami [...]. Odbiorca może współtworzyć program [...]. Korzysta z tego prawa chętnie. Liczba programów radiowych i telewizyjnych opartych na formule rozmowy z odbiorcą nieobecny w studiu wzrasta” (2004: 172). Prowadzona przez autorkę artykułu analiza programu *Linia specjalna*, zwłaszcza cech proksemicznych wywiadu, dowodzi nadzwyczaj obrazowo tez medioznawców, że neotelewizja chce „**biesiadować**” (C a s e t t i F., O d i n R., 1994; E c o U., 2002) razem z widzem przed ekranem, być u niego w pokoju lub zaprasza widza do studia. Przykład programu Barbary Czajkowskiej, a może bardziej scenografów studia, świetnie odzwierciedla ową tendencję.

Innym sposobem zaproszenia do interakcji są wypowiedzi, które innym tekstom (programom, artykułom, audycjom) pomagają skutecznie szukać swego odbiorcy. W dzisiejszej literaturze teoretycznej nazywa się je paratekstami (L o e w e I., 2004; P i ę t k o w a R., 2004). W funkcji pilotującej występować mogą takie gatunki mowy, jak: recenzje, streszczenia, wywiady, oraz gatunki paratekstowe *sensu stricto*, czyli: zapowiedzi, zwiastuny, omówienia. Komunikacja medialna wykształciła swoiste gatunki, których nadrzędnym celem jest przekształcenie projektowanego odbiorcy w audytorium. Parateksty w mediach o wiele częściej niż inne składniki „strumienia telewizyjnego” odsyłają za pomocą wskaźników werbalnych do widza przed ekranem, zwracając się do niego grzecznościowo przez *Państwo*, używając czasownikowych form 2. osoby liczby pojedynczej lub mnogiej albo wreszcie inicjując kontakt za pomocą form *Witam*, *Dzień dobry*, *Cześć*. Znamienną cechą komunikacji telewizyjnej, której specyfika ujawnia się w paratekstach, jest witanie się z telewidzami przy jednoczesnym braku pożegnania, co dokumentuje tezę o istnieniu tekstu telewizyjnego jako **hipernarracji**, a nie jest w sprzeczności z tezą, że są w telewizji programy z dialogiem jako podstawową formą nadawczą. Jest też ilustracją kolejnego stanowiska, że w neo-

telewizji nie chodzi w istocie o oglądanie przez widza konkretnego programu z wycinka strumienia telewizyjnego, lecz o stałą obecność audytorium. Inaczej przedstawia się sytuacja we współczesnym radiu, którego ramówka złożona jest w zasadniczej części z dyżurów prezenterkich i programów autorskich, a te mają kompletną delimitującą ramę metatekstową.

Dla nowych stylów konwersacyjnych kluczowe stają się pojęcia *interfejs* oraz *interaktywność*. Otóż nieco pleonastycznie można powiedzieć tak, że interfejs w oprogramowaniu jest potrzebny, by móc pozostawać z Drugim w relacji *interface to interface*. Wywodzący się z pojęć technologicznych *interfejs* jest sposobem dostępu użytkownika do programu, dzięki temu aplikacja odpowiada na komendy wydawane przez użytkownika. Interfejsem systemu Microsoft Windows jest pulpit z ikonkami, które po dwukrotnym kliknięciu myszą otwierają okna dialogowe (sic!), znów objawiające się ikonkami itd. Interfejs Windowsa został powszechnie przyjęty, bo w przeciwieństwie do systemu DOS umożliwia łatwy dostęp do programów pracujących w jego obrębie. Dziś pracownie technologiczne za priorytet uznają przygotowanie przyjaznego interfejsu nowych programów, bo od ich kształtu w dużej mierze zależy powodzenie na rynku samego produktu cyfrowego. Tak rozumiany interfejs z powodzeniem może spełniać swe funkcje użytkowe, w związku z tym pierwsze strony witryn internetowych przedstawiane są użytkownikowi w postaci interfejsów. Pewnie doświadczeniem niejednego internauty pozostaje kontakt z dobrym (bo przejrzystym) i złym (bo niewyraźnym, nieczytelnym) interfejsem stron WWW. Chcę zwrócić uwagę zwłaszcza na pierwsze strony serwisów sieciowych Onet i Wirtualna Polska. Kontakt użytkownika z tekstami tam zamieszczonymi odbywać się musi właśnie poprzez ich interfejsy, zaproponowane przez animatorów strony rozmieszczenie tekstu oraz ikony zapewniające sposób dostępu do informacji. Strona mieszcząca się na dwóch ekranach monitora złożona jest z wiadomości skompresowanych do tytułu (nagłówek) lub lidu, do których dołącza się odsyłacz „Więcej...” lub jego graficzny ekwiwalent „>>”. Po jego kliknięciu tekst **odpowiada**, staje się aktywny, uzyskujemy pełną informację na temat zapowiedziany w nagłówku, lidzie. Jest to **odpowiedź urzędnika** zaprojektowanego przez człowieka — po niej do roli nadawcy powraca użytkownik. Jego kompetencja interaktywna (zaprogramowana także komputerowi), pozwala miast zwerbalizowania aktu mowy wykonać czynności na klawiaturze lub myszce, odpowiadające np. prośbie „Powiedz mi coś o wyniku wyborów parlamentarnych”. Program odczytuje tę wiadomość (polecenie) i odpowiada, zamieniając ekran z lidem na pełny tekst wiadomości. Następny krok należy znów do użytkownika, który na powrót staje się nadawcą informacji, zakodowanej w linku, np. „Przesuń dalej”, „Zamknij”, „Przełącz na inny tekst”.

Posłużyłam się wyrażeniem *kompetencja interaktywna*, którego użył w roku 1980 A. Piotrowski, definiując je następująco: „sfera kulturowo re-

gulowanych reakcji na zachowania niekomunikatywne, lecz niosące informacje” (Piotrowski A., 1980: 102). Dziś rozumienie Piotrowskiego wymaga redefinicji, gdyż bliższe jest zakresowi, jaki Aldona Skudrzykowa i Jacek Warchała wyznaczyli pojęciu *kompetencja interakcyjna* (Skudrzykowa A., Warchała J., 2001). Kompetencja interakcyjna pozwala fortunnie dekodować wszelkie niewerbalne sposoby komunikowania obecne w interakcji *face to face*, czyli 70% teźże, które pochodzą z „niezastępowalnej lokalizacji i społeczno-historycznego kontekstu” i przez nowe media są nieuwzględniane (Raullet G., 1994: 151). Przedstawione stwierdzenia dotyczą tekstu internetowego w ogólności, jednak pamiętać należy, że to medium prezentuje teksty w różnym stopniu zdialogizowane. Jan Grzenia (2004: 24) uproszczoną typologię możliwych kontaktów w Internecie przedstawił następująco:

Typ komunikacji	Formy podawcze	Przykładowe gatunki — I.L.
konwersacyjny	dialog, bardzo rzadko monolog	IRC, rozmowy przez komunikator, czat, forum
e-mailowy	dialog, czasem monolog	teksty <i>media relations</i> , listy reklamowe, oficjalny i prywatny list elektroniczny
hipertekstowy	monolog, możliwy dialog	strona WWW, witryna WWW, portal informacyjny

W niniejszym artykule zajmuję się przede wszystkim trzecim typem komunikacji, w którym — jak podaje Grzenia — główny jest monolog. Celem umieszczania witryny WWW w sieci jest nawiązywanie kontaktu dzięki jej interaktywności. Surfujący po prywatnych stronach internetowych czy też po witrynach komercyjnych lub serwisowych są zapraszani do nawiązywania kontaktu przez odsyłacze (linki), elementy graficzne (zmiany wielkości czcionki, jej barwy i kroju). Tekst elektroniczny w witrynie ma już charakter nie linearny, lecz **hierarchiczny** (Czajkowski M., 1999; Żydek-Bednarczyk U., 2004). Ten wyznacznik zasadniczo wpływa na interaktywność hipertekstu i nawigację (a nie lekturę linearną) internauty. Dla każdego indywidualnego gościa strony napisanej w języku HTML powstaje przez niego osobiście tworzony kontekst takiej nawigacji i sensy tą drogą tworzone także właściwe są dla kierunków nawigacji każdego internauty z osobna. Możliwość ich konstruowania jest o wiele większa niż w przypadku tekstu zapisanego bądź dostępnego w dialogu w relacji *face to face*, w których zachowana zostaje linearność. W nowych typach przekazów audiowizualnych ludzie „rozwijają kompetencję umożliwiającą im prowadzenie nawigacji, czyli nieustanne reorganizowanie struktury hipertekstów” (Miczka T., 2002: 124), ograniczają zaś warunki do uważnej lektury. W opinii J. Grzenia

n i, „Internet jest jedynym medium mającym charakter narzędzia komunikacji, ponieważ inne media są jedynie środkami przekazu” (2004: 27). Autor dodaje też, że możliwości dialogu, jakie daje Internet, są większe niż możliwości interaktywne jego użytkowników, o czym świadczyć może zaniechanie przez użytkownika wpisu do księgi gości, niepodjęcie wątków na forach dyskusyjnych, brak komentarzy do tekstów prasowych.

Medium, które reaguje na komendy (dziś już niewerbalne) użytkownika, określa się mianem medium interaktywnego. Obecnie taką postać przyjmuje Internet, na drodze zaś do interaktywności jest telewizja. By stało się to faktem, musi ona zostać w całości zdigitalizowana. Wówczas będzie odpowiadała na **nasze wybory** filmu, programu publicystycznego, bajki, wiadomości itd. Do czasu digitalizacji telewizji i radia sposobem manifestowania dialogiczności tych mediów pozostaje **intermedialność**. Jesteśmy, co prawda, w stanie komunikować się z telewizją i radiem, lecz za pomocą łącza internetowego albo telefonu i one pozostają nieodłącznym składnikiem nawiązania kontaktu. W radiu ten dialog ma znamiona zmodyfikowanej (bo ograniczonej zwykle do sporadycznego kontaktu) i interdyskursywnej (bo aplikowanej do sfery kontaktów publicznych) rozmowy telefonicznej. W telewizji zaś do tego, co powiedziałam o komunikacji radiowej *via* telefon, dochodzi jeszcze jednokierunkowa wizualizacja kontaktu, co przynajmniej w jakimś stopniu przywraca kod proksemiczny. „Nowe sposoby konsumpcji interaktywnej (takie jak pilot lub magnetowid) wprowadzają tylko pseudointeraktywność mechaniczną w żadnym stopniu nie generującą rzeczywistych interakcji. W końcu jedynym rezultatem działania wszystkich tych urządzeń jest zachęcenie telewidza do pozostania przed odbiornikiem” (Casetti F, Odin R., 1994: 133). Takie głosy naukowców tonizujące stanowiska technologów o rozszerzanych możliwościach telewidza chciałabym zacytować jeszcze nieco dalej.

Tymczasem w swoisty sposób do interfejsów sieci upodabniają się pierwsze strony gazet zarówno ogólnopolskich („Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Gazeta Prawna”), jak i regionalnych („Dziennik Zachodni”). Ich pierwsze strony oprócz winiety zawierają zapowiedzi tekstów (Wojtak M., 2001; Loewe I., 2005). Tym razem są to nie tylko lidy, ale także zapowiedzi autonomiczne. Pierwsze strony czy to gazet, czy portali internetowych zapraszają współczesnego użytkownika mediów do wnętrza (w głąb!), licząc na jego odpowiedź, która przekłada się na lekturę całych tekstów: „Czytaj — s. 4; O debacie w TVN — s. 6; Wypowiedź Kurskiego wzburzyła Ślązaków — czytaj na stronach lokalnych [...]. Korespondencja z Moskwy — s. 10 [...]. Co dalej z chińską gospodarką — s. 33” („Gazeta Wyborcza” 12 października 2005, s. 1).

Pojęcie *interfejs* dosyć szybko i dobrze zdomowało się w tych naukach humanistycznych, w których aplikuje się *interfejs* do opisu dzieł typogra-

ficznych; w takich ujęciach okładka książki jest interfejsem treści w niej pomieszczonych (M a n o v i c h L., 2006). Przy okazji warto wspomnieć, jak niespotykaną karierę robi przedrostek *inter-*, i to nie tylko dzięki nieustannej potrzebie kontaktu jednego człowieka z drugim (*face to face*), ale — co w tym miejscu szczególnie ważne — kontaktu z Drugim za pośrednictwem jakiegoś urzędnika (*interface to interface*). Oprócz tego kontekstu w wielu publikacjach przewija się wątek już nie tylko intertekstualności, ale także interdyskursywności (G w ó ź d ź A., 1998; G r o c h o w s k i G., 2000; P i ę t - k o w a R., 2004) oraz intermedialności (L o e w e I., 2005).

Wśród przywołanych relacji intermedialnych znajdzie się wreszcie podobieństwo sieci do telewizji. W opinii Davida Shenka, przywołanej przez W. G o d z i c a (1999: 30), odbiorca TV i użytkownik Internetu muszą wkładać bardzo dużo wysiłku, by odróżnić obrazy warte oglądania od tych, które zaledwie próbują pochwycić oczy. Nie jest to stanowisko wyjątkowe, ponieważ także na gruncie polskojęzycznej humanistyki wiele się o tym zjawisku mówi. Najbardziej odpowiada mi diagnoza Antoniego Porczaka, który pisał o „medialnej dyspersji wyobraźni”, jakiej dostarczają nam współczesne media: „media pośrednicząc w komunikacji, segmentyzują, fragmentaryzują i autonomizują materiał, dzięki czemu może on być łatwiej przetwarzany”. Dla odbiorcy oznacza to jednak oddziaływanie polisensoryczne, które nie może być prostą sumą dostarczonych przez zmysł bodźców ani też ich linearną syntezą. To zachowanie jest rezultatem protechnologicznego podejścia do rzeczywistości audiowizualnej, które cechuje się przechodzeniem „od językowości typu literackiego do synestezyjnego widzenia” (M i c z - k a T., 2002: 123), określane też jest za Gregorym Ulmerem „audiowizualną oralizacją” (por. S k u d r z y k A., 2005).

Postulaty nowej technologii informacyjnej zmiernie bardziej ku temu, by udoskonalić stosunek człowiek — maszyna, niż ku temu, by technikę oddawać na usługi interpersonalnego komunikowania (R a u l e t G., 1994: 148). W tym drugim przypadku właściwie nie ma już czego udoskonalać, komunikacja typu IRC (*Internet Relay Chat*) czy komunikatory sieciowe doprowadziły do wyczerpania możliwości w tym zakresie. Parametr odległości przestaje być w tej komunikacji istotnym wyznacznikiem, podobnie jak warunek bycia znajomym z internautą po drugiej stronie łącza (na korzyść stawania się nim). Relacja człowiek — maszyna dzięki przyjaznym interfejsom programów oraz możliwościom dostosowania ich do absolutnie zindywidualizowanych potrzeb użytkownika (istnieje już *homo internetus*, czyli mówiący w języku użytkownika *bot*, będący wirtualnym członkiem rodziny, ożywiany przez podłączenie komputera do sieci i uczestniczący w życiu rodziny) też już zbliża się do granic jego (użytkownika) możliwości. Pozostało jedynie „uskutecznić” definicję komputera, że to maszyna napędzana mową.

Kiedy humaniści, paradoksalnie, rozwiązują trudności z opowiedzeniem się, co ważniejsze: dostarczanie danych przez sieć czy kształtowanie przez nią nowych stylów komunikacyjnych, to inżynierowie skupieni na pisaniu programów komputerowych twierdzą, że ostatecznie człowiek komunikuje się w sieci z drugim człowiekiem, nieobecnym autorem programu lub twórcą urządzenia, co jest — jak pisze Jonscher — „zgodne z bardziej umiarkowanym poglądem na rolę maszyn i z bardziej wzniosłym spojrzeniem na rolę ludzi” (J o n s c h e r Ch., 2001: 191). O tych obu bezsprzecznych wartościach, które potem zostały wykorzystane w Internecie, pisał patetycznie w roku 1903 (sic!) wizjoner Stanisław Ignacy Witkiewicz: „Z czasem postęp elektrotechniki czy może jeszcze innej, na jakiejś subtelniejszej, nie znanej dziś sile opartej, techniki doprowadzi do tego, że całe dobro, jakie ludzkość w sztuce zgromadziła, stanie się dostępne dla wszystkich, wszędzie i w każdym czasie. Przenoszenie obrazów i dźwięków będzie rzeczą tak łatwą i zwykłą, że wymiana myśli, współrzędność wrażeń i wzruszeń, stanów psychicznych i uczuć, uczyni z ludzkości jakby jedną potężną duszę” (W i t k i e w i c z S.I., 2002: 356). Nic dodać, nic ująć po tak proroczej myśli...

Na zakończenie należy wszakże powiedzieć, że przekonujące jest stanowisko Godzica, wypowiadającego się na temat interaktywności Internetu jako medium, w którym użytkownik, nawigujący gdzie chce, jak długo chce i jak głęboko chce, i tak w pewnym momencie dochodzi do poziomu hipertekstu, który został opracowany przez programistę. Godzic pisze tak: „[...] najczęściej po serii prostych zabiegów wyszukiwania internauta dociera do miejsca, w którym przekaz jest gotowy i [...] nigdy nie zejdzie niżej w strukturze drzewek hipertekstowych, niż zaprojektował to twórca obszaru czy strony” (G o d z i c W., 1999: 263). Tak czy owak aktywność użytkownika sieci nie jest nieograniczona, a sądy o wszelkiej dowolności i samostanowieniu internauty o sposobie nawigowania w Internecie są nazbyt optymistyczne. Te wątpliwości pojawiają się także za jakiś czas wobec interaktywnych telewizyjnych narracji. Zapewnić one mają wolny wybór programów, których lista ma być ustalana przez widzów, jednak ów wolny wybór będzie ograniczony przez realizatora bloku programowego. Inny znawca nowych technologii, R. Kluszczyński, też wspomina o pewnych ograniczeniach w tej „bezkresnej” przestrzeni, pisząc, że od czasu stworzenia w roku 1989 języka łączącego teksty, obrazy i dźwięki pojawia się „możliwość lokowania baz danych interaktywnie dostępnych dla każdego, lecz w granicach funkcjonującego układu telekomunikacyjnego” (K l u s z c z y Ń s k i R.W., 2001: 12). W przypadku każdego zdigitalizowanego medium interaktywnego w przyszłości nadal aktualne będzie stwierdzenie: „Jakakolwiek spontaniczność, improwizacja czy kreatywność, typowe dla kontaktów międzyludzkich [typu *face to face* — I.L.], w kontaktach z komputerem są *a priori* wykluczone” (M r o z o w s k i M., 2001: 85). Bezgraniczna kreatywność użytkownika wobec kompu-

tera włączonego do sieci po prostu uniemożliwiłaby wszelką komunikację z programem, czyli byłaby niefortunna. Natomiast gdy używamy komputera jako namiastki realnego kontaktu i interakcji z Drugim, wystarczy pamiętać, że wówczas Internet musi stać się medium maksymalnie transparentnym, ułatwiającym komunikację.

Literatura

- Casetti F, Odin R., 1994: *Od paleo- do neotelewizji. W perspektywie semiopragmatyki. W: Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych.* Wybór, wpraw., oprac. A. Gwóźdź. Kraków.
- Czajkowski M., 1999: *Leksykon Internetu. Technologia, kultura, biznes, polityka, rozrywka.* Warszawa.
- Eco U., 2002: *Nowe środki masowego przekazu a przyszłość książki. W: Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia.* Red. M. Hopfinger. Warszawa.
- Goban-Klas T., 2002: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu.* Warszawa—Kraków.
- Godzic W., 1999: *Czy nowe media potrzebują nowej estetyki. Humanista w Internecie. W: Piękno w sieci. Estetyka a nowe media.* Red. K. Wilkoszewska. Kraków.
- Grochowski G., 2000: *Tekstowe hybrydy. Literackość i jej pogranicza.* Wrocław.
- Grzenia J., 2004: *Strona WWW jako forma dialogowa. W: Dialog a nowe media.* Red. M. Kita, J. Grzenia. Katowice.
- Gwóźdź A., 1998: *Interfejsy widzialności. W: Intermedialność w kulturze końca XX wieku.* Red. A. Gwóźdź, S. Krzemień-Ojak. Białystok.
- Jonscher Ch., 2001: *Życie okablowane. Kim jesteśmy w epoce przekazu cyfrowego?* Przeł. L. Niedzielski. Warszawa.
- Kita M., 2004: *Medialna moda na dialog. W: Dialog a nowe media.* Red. M. Kita, J. Grzenia. Katowice.
- Kita M., Grzenia J., red., 2004: *Dialog a nowe media.* Katowice.
- Kluszczyński R.W., 2001: *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimedialności.* Kraków.
- Loewe I., 2004: *O dialogu z widzami w polskiej neotelewizji publicznej. Paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego. W: Dialog a nowe media.* Red. M. Kita, J. Grzenia. Katowice.
- Loewe I., 2005: *Media w mediach. Strategie pozyskiwania odbiorcy. W: U progu wielkiej zmiany? Media w kulturze XXI wieku. Nurty — kategorie — idee.* Red. M. Sokołowski. Olsztyn.
- Manovich L., 2006: *Język nowych mediów.* Warszawa.
- Miczka T., 2002: *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych.* Katowice.
- Mrozowski M., 2001: *Media masowe.* Warszawa.
- Nowak P., 2004: *Metajęzyk dialogów radiowych w dyżurach prezenterskich. W: Dialog a nowe media.* Red. M. Kita, J. Grzenia. Katowice.
- Piętkowa R., 2004: *Paratekstualność w dyskursie naukowym. W: Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki.* Red. M. Ruszkowski. Kielce.

- Piętkowa R., Witosz B., 1994: *Kryzys rozmowy jako sygnał przeobrażeń modelu językowych interakcji*. W: *Przemiany współczesnej polszczyzny*. Red. S. Gajda, Z. Adamiszyn. Opole.
- Piotrowski A., 1980: *O pojęciu kompetencji komunikatywnej*. W: *Zagadnienia psycholingwistyki*. Red. A. Schaff. Wrocław.
- Porczak A., on line: *Medialna dyspersja wyobraźni*. Dostępny w: [http://www.porczak.art.pl].
- Raulet G., 1994: *Nowa utopia. Socjologiczne i filozoficzne konsekwencje nowych technologii komunikowania*. W: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Wybór, wpraw., oprac. A. Gwóźdź. Kraków.
- Skudrzyk A., 2005: *Czy zmierzch kultury pisma?* Katowice.
- Skudrzyk A., Warchala J., 2001: *O kompetencji interakcyjnej, czyli o współtworzeniu tekstów dialogu*. W: *Zaburzenia mowy*. Red. S. Grabias. Lublin.
- Sokołowski M., red., 2005: *U progu wielkiej zmiany? Media w kulturze XXI wieku. Nurt — kategorie — idee*. Olsztyn.
- Witkiewicz S.I., 2002: *Technika przyszłości. „Dziwny człowiek”*. W: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*. Red. M. Hopfinger. Warszawa.
- Wojtak M., 2001: *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*. W: *Nowe media. Nowe w mediach*. Red. I. Borkowski, A. Woźny. Wrocław.
- Zwiefka-Chwałek A., 2003: *Słowo elektroniczne. Strategie werbalne w epoce nowych mediów*. W: *Translokacje w mediach*. Red. A. Woźny. Wrocław.
- Żydek-Bednarczuk U., 2004: *Tekst w Internecie i jego wyznaczniki*. W: *Dialog a nowe media*. Red. M. Kita, J. Grzenia. Katowice.

Iwona Loewe

„Our action, Your reaction”
 Conversational styles in the new media reality

Summary

The autor writes about the new conversational styles which, in the actual media reality, are up-dated especially by means of extending verbal communication possibilities, establishing live contacts between the mass medium and its addressee, totally new (not modified) communication possibilities the Internet known as a hypermedium gives.

The main feature of the new image of the media is the explosion of dialoguesness which can be transformed into the media interactivity in its full dimension. For the time being, the contact between the medium and its addressee is intermedial, that is interface to interface. Being in contact is becoming a value itself in the media nowadays.