

Ewa Żebrowska

Tekst w komunikacji zapośredniczonej komputerowo

Lingwistyka Stosowana / Applied Linguistics / Angewandte Linguistik nr 5,
145-154

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Ewa ŻEBROWSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Tekst w komunikacji zapośredniczonej komputerowo

Abstract:

Text and computer-mediated communication

The paper presents selected distinctive features of Internet hypertexts. The main features of Internet hypertexts are: (i) non-linear structure, and (ii) the co-existence of text elements in tandem with other semiotic components, such as various images, graphic elements, music sequences, movie parts. The non-sequential structure of texts leads to their specific, selective and fragmentary reception. By activating hyperlinks, the receiver decides which modules (information units) and in which chronological order he opens, sees and reads them. The article finishes with the following question: Do hypertexts constitute artefacts of cognitive character or are they 'texts in (human) brains', i.e. mental modules existing in a similar way on the part of the receiver?

Określenie *komunikacja zapośredniczona komputerowo* ma swoje źródło w literaturze anglojęzycznej, w której występuje jako *computer mediated communication* (CMC) i oznacza zarówno sam przedmiot badań, czyli technikę i technologię komunikowania oraz proces komunikacyjny, jak i dyscyplinę naukową, która łącząc wiele nauk (ściśle, techniczne, ekonomiczne, humanistyczne) poddaje badaniom zjawisko komunikacji za pomocą komputera (por. J. Grzenia 2007: 13). J. Grzenia (ibid.) proponuje używanie uproszczonego terminu „komunikacja komputerowa”, a nawet „elektroniczna”, gdyż sam komputer podlega ciągłym zmianom technologicznym i nie jest już tym samym urządzeniem, co 20–30 lat temu. Ważny jest sposób elektronicznego zapisu sygnałów, czyli zdigitalizowania wszelkiego rodzaju znaków. Należy jednak dodać, iż warunkiem *sine qua non* tej komunikacji jest sieciowe powiązanie komputerów. Niewątpliwie komputer jako medium wraz z internetem przyczynił się do wykształcenia nowych praktyk komunikacyjnych oraz zmienił dotychczasowy sposób istnienia tekstu.

Ich naukowy ogląd jest wielowątkowy i wieloaspektowy. Refleksja naukowa przybiera z jednej strony postać sformalizowanych analiz, ugruntowanych technologicznie (m.in. H. Lobin 1999, G. Rehm 2005), z drugiej strony ma charakter

filozoficzno-kulturowo-antropologiczny (np. L. Manovich 2006, M. M. Jacobsen 2002), zawierając też futurystyczne wizje na temat człowieka i komunikacji. Lingwistyka (tekstu) znalazła w tej refleksji swoje miejsce, otwierając perspektywy badawcze na nową rzeczywistość tekstową i oferując możliwości lingwistycznego opisu tego zjawiska w ramach wypracowanych modeli, definicji i aparatu pojęciowego.

P. Szerszeń (2010: 65) wymienia trzy nurty badań nad (hiper)tekstem elektronicznym, dające się zauważyć w niemiecko- i anglojęzycznej literaturze przedmiotu: (1) nurt podkreślający konsekwentny rozwój głęboko ustrukturyzowanych tekstów (np. R. Kuhlen 1991), (2) badania koncentrujące się na aspekcie poszukiwania informacji i danych przez użytkownika w wielkich zasobach, (3) nurt zwracający uwagę na tworzenie nowych, kreatywnych przestrzeni, w których na równych prawach porusza się zarówno autor, jak i użytkownik. Te trzy podejścia należałoby uzupełnić o najnowsze badania, dostrzegające aspekt wizualny, *design* tekstu, rolę elementów graficznych i obrazów wszelkiego rodzaju, ich współlistnienie ze słowem pisanym w jednym komunikacie.

Sposób nadawania odpowiedniej formy przekazowi tekstowemu zmieniał się, aż do dzisiejszego pisma digitalnego (elektronicznego), do komputera jako medium i technologii z nim związanych. Człowiek jako istota rozumna, wyposażona w gatunkowo-specyficzne właściwości, rozwijał na przestrzeni wieków kulturę duchową i materialną. Ostatnie dziesięciolecie naznaczone były głównie rozwojem naukowo-technologicznym. I tak obok pisma drukowanego pojawiło się pismo elektroniczne, co spowodowało niejako jego dewaluację, wobec łatwości produkcji, przekształcania i modyfikacji tekstu (por. J. Bittner 2003, J. Grzenia 2007: 77).

Tekst w komunikacji zapośredniczonej komputerowo jest częściowo zdeterminowany przez to medium, gdyż komputer umożliwia techniczne przetworzenie wszystkich dostępnych znaków: językowych, obrazów różnego rodzaju, znaków akustycznych, animacji (ruchomych obrazów, filmowych sekwencji). Pojawiają się na wspólnej technicznej platformie, zintegrowane w jedną całość. Obraz wraz z pismem stał się podstawową i zarazem nierozdzieloną formą przekazu (J. Bittner 2003: 291; W. Coy 2003: 286). Komputer nazywany jest czasem uniwersalną, multimedialną maszyną, gdyż przetwarza nie tylko cyfry, ale również litery i inne dowolne zdigitalizowane dane. Głównie dzięki usłudze sieciowej World Wide Web, jako funkcjonującemu w Internecie systemowi komunikacji i pozyskiwania informacji, zmieniły się warunki powstawania, tworzenia, przetwarzania i opracowywania tekstów oraz ich produkcji, recepcji i publikacji (por. J. Bittner 2003: 23). „Ewolucję komunikacji przez komputer można by opisywać jako proces stopniowego łączenia różnych kodów” (J. Grzenia 2007: 110). Ta właśnie funkcja okazała się przełomowa (por. J. Bittner 2003: 72), gdyż zintensyfikowała proces wizualizacji kultury oraz przekazu tekstowego. Tekst niejako manifestuje się w otoczeniu, w którym

występuje (P. Zawojski 1999: 7). Wielu badaczy (B. Witosz 2009, G. Habrajska 2004, E. Balcerzan 1999) ogłosiło odejście od „werbocentryzmu”. Mówi się o retoryce pisma, o jego wizualizacji i grafizacji, czy też o upiśmiennieniu obrazu oraz o ikonizacji pisma (M. Sandbothe 2001: 217).

Wizualność i „naoczność”, fizyczność i materialność są bez wątpienia jedynymi obiektywnymi właściwościami, należącymi w sposób rzeczywisty do tekstów istniejących jako niezależne, realne obiekty (por. S. Grucza 2004: 94). Jako takie są najpierw doświadczone, a potem dopiero rozpoznawalne jako teksty. Integralnymi komponentami tekstów jako jednostek wyrażeniowych są tylko i wyłącznie ich fizyczne właściwości „na których opiera się możliwość ich substancjalnej identyfikacji i dyferencjacji, czyli fonemiczna i gramatyczna poznawalność” (F. Grucza 1993: 157). Ponadto należy w tym miejscu podkreślić, iż teksty jako wyrażenia pełnią, wg S. Gruczy (2004: 111), funkcję zastępników znaczeń nadanych im przez autora/ów i jako takie nie zawierają w sobie ani języka, ani znaczenia. Są niejako odzwierciedleniem języka, a znaczenie jest wartością względną, przypisaną im przez autorów i/ lub odbiorców. Ostatecznie o statusie wyrażenia językowego (słownego lub pisemnego) jako tekstu decyduje komunikatywna funkcja, którą ma do spełnienia w stosunku do nadawcy i/ lub odbiorcy. Tak rozumiane teksty umożliwiają komunikację przekraczającą ograniczenia czasowe i przestrzenne. K. Ehlich (1983, 1984) podkreśla w swoich rozważaniach dotyczących tekstu moment nadania mu materialnie utrwalonej postaci przekazu, która może przybierać różne formy, tak, że producent i nadawca nie muszą spotykać się w bezpośredniej interakcji. G. Antos (2007) jako jeden z pierwszych badaczy zwrócił uwagę na to, jak się nam tekst jawi jako materialny obiekt. Ważna jest jego fizyczność, prezenca, różne nośniki (kamień, papier, ekran komputera), rodzaj pisma, design, typografia, jednym słowem to, co widzimy, spostrzegamy na tzw. powierzchni, zanim się w nią zagłębimy.

A to, co widzimy, to nie tylko tekst pisany, ale również elementy wizualne, jak obrazy, grafiki, tworzące swoistą całość. Wg U. Fix (2001: 118) tekst funkcjonujący w środowisku komputerowym tworzy z różnymi rodzajami znaków kompleksowe całości. Podejście holistyczne pozwala na „uchwycenie wszystkich elementów kategorii w ich powiązaniu i współzależności” (B. Witosz 2009: 20). W lingwistyce tekstu na gruncie niemieckim funkcjonują m.in. takie pojęcia, jak *Gesamttexte* (teksty całościowe, Ch. Doelker 1997), *Sprache-Bild-Texte*, *Text-Bild-Konglomerate* (por. M. Hoffmann 2001: 127). Jest również mowa o semiotycznie kompleksowych komunikatach czy też wyrażeniach (H. Sottong, M. Müller 1998), w których teksty traktowane są jako elementy językowe, a obrazy jako nie-językowe. Funkcjonuje też pojęcie *Text-Bild-Äußerung*, czyli wyrażenie tekstowo-obrazowe. B. Spillner (1995) przyjmuje semiotycznie kompleksowe teksty, w których wyróżnia teksty cząstkowe zarówno o charakterze werbalnym, jak i niewerbalnym. Temu ujęciu odpowiada termin *Sprache-Bild-Texte*. Ponadto używane jest okre-

ślenie *Supertext* czy *Super-Zeichen* (E. W. B. Hess-Lüttich 1997: 129). W takim przypadku tekst jako obiekt językowy różni się od *KonTextu*, który współistnieje z nim jako element o innym charakterze. *Supertext* składa się z tekstu werbalnego i z towarzyszących mu obrazów lub innych elementów niewerbalnych. K. Hausenblas (1977: 148) zajmował się tekstami, w których występują różne kody. Wyróżniał teksty językowe (*lingual*), pozajęzykowe i mieszane.

Za sprawą autorów G. Kress i Th. van Leeuwen (2001: 2, 20 i n.) przyjęło się również określenie teksty multimodalne. Rozumieją oni pod pojęciem modalność *modes/i* (skrót od *signing modes*) typ znaków, pozwalających na sformułowanie i realizację tekstu; medium z kolei to strona materialna i techniczna przekazu, odpowiedzialna za produkcję. Design umożliwia połączenie różnych typów znaków, multimodalność to zatem postać i struktura tekstu, w którym zintegrowane są różne znaki. Jak przyznaje H. Stöckl (2004: 6), z perspektywy lingwistycznej termin ten wydaje się niezbyt trafny, bo kojarzy się głównie z modalnością jako kategorią gramatyczną. Bez wątplenia mamy do czynienia z przekazem wielomodalnym i wielokanałowym; powstają multimedialne i multimodalne obiekty.

P. Szerszeń (2010: 71) wskazuje na to, iż hipertekst może być rozpatrywany w sposób analogiczny do tekstu, tzn. możemy mówić o hipertekstach jako jednostkach wyrażeniowych lub o hipertekstach jako jednostkach znaczeniowych. Ta pierwsza płaszczyzna otwiera nam następujące perspektywy badawcze: strukturę komponentalną hipertekstu, a więc jego formę, która jak ukazano powyżej, nie jest tylko formą leksykalną; struktura ta wynika z kolei z konkretnej realizacji substancjalnej hipertekstu. Oprócz konkretnych hipertekstów może być też mowa o ich wzorcach, a także o regułach tworzenia hipertekstów. W przypadku płaszczyzny znaczeniowej hipertekstów można wyróżnić sferę denotatów jako obiektów mentalnych oraz sfery konkretnych desygnatów, choć nie można tego przenieść jako prostej analogii z rzeczywistości tekstowej.

Struktura hipertekstów jest tym, co najczęściej jest dyskutowane, można ją potraktować jako ich cechę dystynktywną. Od strony formalnej hiperteksty wykazują budowę niesekwencyjną, czy też nielinearną (por. S. Freisler 1994, R. Kuhlen 1991, S. Sager 1997, E.-M. Jakobs, K. Lehnen 2005). Wskutek istnienia porządku „linkowego” tekst uprzestrzenia się, stając się wielowymiarowy i wielowarstwowy. Hiperteksty nie dają się sprowadzić do ciągu linearnego ani tym bardziej wydrukować jako całość, nie są gotowymi tekstami z początkiem, środkiem i końcem. Informacje podzielone są na moduły, zwane też „węzłami” (*Knoten*), jednostkami informacyjnymi. Używane są też określenia: leksja, pole pisma, tekstron, tekston (por. P. Szerszeń 2010: 71). Jednostki informacyjne są przedstawione za pomocą tekstu, grafiki czy też środków audiowizualnych, a następnie w sposób dowolny połączone ze sobą linkami (odnośnikami) (R. Kuhlen 1991: 13). Również wg A. Storrer (2000: 227, 2004: 40) hiperteksty nie są linearnie zorganizowane. Wyróżnia ona (A. Storrer 2003: 280) w środowisku komputerowym obok hipertekstów teksty

elektroniczne, które są zorganizowanymi linearnie tekstami, np. listy elektroniczne (popularne e-maile), cyfrowe kopie tradycyjnych tekstów drukowanych. Mogą być również połączone odnośnikami z siecią. Hiperteksty natomiast są pewną całością z rozpoznawalną funkcją tekstową i całościowym zakresem tematycznym oraz ramą referencyjną do interpretacji tegoż, którego jednostki informacyjne (moduły) połączone są odnośnikami. W podziale autorstwa J. Grzeni (2007: 45) występują teksty prymarnie internetowe, tzn. stworzone z myślą o Internecie, w którym mają funkcjonować, oraz teksty sekundarnie internetowe, które pierwotnie są drukowane lub przeznaczone do druku, a dopiero potem adaptowane dla sieci hipertekstowej, jak WWW.

Jak już wspomniałam, moduły mogą zawierać zarówno tekst (tradycyjny), jak i inne obiekty: obrazy (fotografie, piktogramy), grafiki, materiał dźwiękowy, filmy. Sam komputer oraz technologia digitalna umożliwia użycie przekazu wielokanałowego. Współistnieją różne kody semiotyczne. E.-M. Jakobs (2003: 5) określa to jako wielokodowanie (*Multikodalität*), a E. W. B. Hess-Lüttich (1997: 137) jako integrację wielokrotnie kodowanych multimedialnych całości znakowych. Pojawia się zatem intersemiotyczny kontekst dla słowa pisanego. Traci ono na samodzielnym znaczeniu i staje się częścią większej całości. System komunikacji komputerowo zapośredniczonej ulega poszerzeniu, charakterystyczne jest połączenie kodu werbalnego z graficznym i dźwiękowym. Pismo ustępuje niejednokrotnie miejsca elementom audiowizualnym – kod werbalny, jak wyraziła się A. Duszak (2004: 61), współzawodniczy z innymi kodami semiotycznymi. Są one w naturalny sposób ze sobą powiązane, tak, że łączą się w „konglomeraty” bądź „konfiguracje znaków” (J. Meier 2002: 89). Powiązanie pisma, obrazu, dźwięku oraz animacji S. Freisler (1994: 31) nazwał „synestetyzacją” (*Synästhetisierung*). Dotychczasowe granice między tym, co tekstowe i tym, co obrazowe zacierają się na korzyść „synergetycznych” przejść, metamorfoz i połączeń (por. U. Schmitz 2004: 112). Hiperteksty są nie tylko polisemiotyczne, ale także składają się z jednostek zróżnicowanych stylistycznie, dziedzinowo, objętościowo, co przyczynia się do powstawania form hybrydowych.

Kodowanie danych pochodzących z różnych systemów znakowych, ich przekaz nakierowany na wiele zmysłów prowadzi, wg A. Storrer (2000: 227), do powstania pewnego rodzaju ensemble. Recepcja takiej swoistej całości rozpoczyna się w momencie zetknięcia wzrokowego z ekranem monitora i ma charakter najpierw ogarnięcia jej jako tworu wizualnego. Jako kompleksowe połączenie obrazu i tekstu jest odbierany całościowo, a w zasadzie pierwotny jest tu odbiór elementu wizualnego. U. Schmitz używa na ten proces określenia (U. Schmitz, H. Wenzel 2003: 7, 258) tzw. czytanie obrazowe (*Sehlesen*). Ogarniamy wzrokiem obraz razem z towarzyszącym mu tekstem.

Według J. Runkehla (2005: 204) przyczyna symbiozy tekstu i obrazu tkwi w poszerzonej medialnej przestrzeni i w możliwości interakcji tekstu i obrazu. Pismo

spełnia tu nie tylko funkcję symboliczną, lecz również estetyczną, przybiera ono cechy obrazu, stając się formą wizualną. Język objawia się jako wizualny, jego przestrzenność jawi się jako znacząca, dociera ono do nas jako obraz pisma. P. Zawojski (1999: 40; cyt. za: P. Bogalecki 2009: 124) używa określenia „piśmienność monitorowa”, M. Sandbothe (2001: 219) mówi w tym miejscu z jednej strony o zmianie naszego stosunku do obrazów, a z drugiej o rozszerzonych możliwościach zastosowania obrazu i pisma w tekstach zapośredniczonych komputerowo, tak, że różnica między nimi choć nie znika, to konstytuuje się na nowo (por. P. Bogalecki 2009: 124). Zmienia się, jak zauważa L. Manovich (2006: 285), przede wszystkim sama funkcja obrazu, która powoduje zmieniony typ jego odbioru. Obraz jest czymś, w co użytkownik aktywnie wchodzi, nie zatrzymując się na jego powierzchni. Poprzez obraz wydajemy niejako polecenia komputerowi i przywołujemy kolejne znaki. Według M. Sandbothe (2001: 218) również znaki pisma można zaprogramować jako ikony, tj. oznaczniki, które przez aktywację ustanawiają „nie tylko symboliczne, ale rzeczywiste powiązanie z tym, co określają.”

Ten rodzaj interaktywności można nazwać techniczną (S. Sager 1997: 116, S. Habscheid 2005: 60). Teksty te umożliwiają bowiem swoistą komunikację na linii człowiek-komputer, która polega głównie na umiejętności obchodzenia się z tym medium, a pośrednio z tekstem. Oprogramowany komputer reaguje bowiem na polecenia użytkownika. I wreszcie jest możliwa interaktywność w sensie socjologicznym, gdyż powstają relacje i komunikacja pomiędzy odbiorcami, gdy np. zamieszczają swe komentarze dotyczące jakiegoś tematu. Tworzy się w ten sposób otwarty, dynamiczny tekst, zmieniający swą postać (A. Storrer 2000: 236 i n.). Hiperteksty nie są zamkniętymi, skończonymi całościami, lecz są otwarte na ciągłe zmiany, modyfikacje. Zarówno odbiorcy, ale i autor/rzy mogą dołączać do niego kolejne elementy (A. Storrer 1999: 38).

Stosunkowo niewielki monitor komputerowy powoduje również fragmentaryzację przekazywanych treści, czy też porcjowanie informacji, trwanie w części, co, wg A. Rothkegel (2001: 82), może być z kolei zrekompensowane dowolną kombinacją poszczególnych modułów w procesie recepcji. Mamy do czynienia z jednej strony z monumentalnym przekazem, którego nie sposób ogarnąć. „Wirtualny” świat tekstów ma bowiem charakter nieograniczony, nie jest w stanie zaprezentować się w całej okazałości, a nawet nie wszystko, co tematycznie do siebie należy, może za jednym razem i w jednoznacznej kolejności się pojawić. Z drugiej strony mamy do czynienia z miniaturą pojedynczej, otwieranej strony, widzianej na ekranie komputera. Użytkownicy nie są w stanie ogarnąć wzrokiem danego hipertekstu i „przejrzeć” go pobieżnie od początku do końca, zachowując porządek linearny. Uruchomione zostaje poczucie niedoczytywalności tekstu.

Nielinearna struktura tekstu wspomaga na swój sposób czytanie, a raczej selektywną, fragmentaryczną lekturę. J. Grzenia (2007: 111) uważa hiperłącza za swoisty rodzaj środka retorycznego, za interpretację tekstu, za wskazówkę, jak należy tekst

rozumieć, w którą stronę pójść. Sam tekst sygnalizuje za pomocą grafiki możliwość odesłania do innego elementu czy tekstu. Klikając na zaznaczoną grafikę, polecenie wydaje użytkownik. Poprzez te powiązania – potencjalne i skonkretyzowane – tekst zyskuje sprawność heurystyczną. Wyrażając się metaforycznie, powstaje swego rodzaju sieć powiązań w formie odbytej przez odbiorcę drogi pomiędzy hiperlinkami jako łącznikami modułów, które są miejscami ze zgromadzonymi informacjami. Kolejność tej ‚wędrówki‘ dokonuje się poprzez aktywację linków. Każdemu oknu na ekranie monitora odpowiada węzeł, który może być zaktywowany poprzez link, jak również połączony z innymi węzłami (E. W. B. Hess-Lüttich 1997: 137). To użytkownik decyduje, jakie moduły w jakiej kolejności otworzy i obejrzy czy też przeczyta, choć może otrzymać od twórcy hipertekstu wsparcie w postaci zasugerowanej ścieżki. Ten może pokierować odbiorcą w tym sensie, że to częściowo od autora będzie zależało, jakie pola będą uaktywnione w trakcie lektury. Odbiorca wchodząc w relacje z (hiper)tekstem, utekstawia go i współtworzy przekaz. Skoncentrowane czytanie ustępuje jednak miejsca zdecentrowanemu, policentrycznemu czy epicentrycznemu poszukiwaniu w formie labiryntu (U. Schmitz, H. Wenzel 2003: 248). Tekst nie jest czytany, ale pobieżnie i szybko przeglądany przez użytkownika. „Przechodzi” on przez niego szybko, niecierpliwie szukając hiperłączy (P. Bogalecki 2009: 129). Neurobiolodzy udowodnili już skrócony moment natężenia uwagi towarzyszący takiej percepcji.

Użytkownik musi się bardzo pilnować, by nie zagubić się w labiryncie tekstów, węzłów i linków (E. W. B. Hess-Lüttich 1997: 137), co określane jest mianem *lost in hyperspace*. Często bowiem dana strona otwierana jest po prostu z ciekawości lub z przypadku. U. Schmitz (2004: 43, 82) z kolei nazywa to zjawisko immanentną dysherencją. Jesteśmy otoczeni nieskończoną semiotyczną siecią, z której użytkownik czerpie. Sens (czasem nonsens) wyłania się dopiero podczas wyboru poszczególnych elementów, a każdy wybór zmusza czytelnika niejako do dokonania kolejnego, aż do ustalenia przez niego końca (por. R. Kuhlen 1991: 36). Budowanie tekstu jako mentalnego obiektu i konstruowanie znaczeń jest dla odbiorcy ulotne i nie do powtórzenia, choć do odtworzenia z ‘pamięci’ komputera. Proces tworzenia tekstu jest „serią jednorazowych wyborów” (E. Szczęsna 2009: 69). M. Grzelka (2009: 163) charakteryzuje to w sposób następujący:

Dynamiczne, wyróżnione graficznie leksje hipertekstu uwodzą czytelnika niestabilnością i możliwością błyskawicznego przelinkowywania tekstu, zwalniając tym samym tegoż czytelnika (...) z obowiązku wyboru hiperłączy. Narracja i kompozycja zdynamizowane przez niesekwencyjność, fragmentaryczność, interaktywność lub polifoniczność przeradają się w festiwal kombinacji ruchów; jedno kliknięcie inicjuje grę, w której dominuje zasada prób i błędów.

L. Manovich (2006:135) aktywność odbiorcy w przestrzeni komunikacji komputerowej rozumie następująco. Nie ma ona nic wspólnego z aktywnością czytelnika podczas lektury tradycyjnych tekstów, gdzie zależy ona od kompetencji czytelnika, jego doświadczenia kulturowego, gdy uruchamiane są powiązania w tekście,

ale też pozatekstowe konteksty interpretacyjne, asocjacje i aluzyjność, gdy sens rodzi się dzięki wysiłkowi czytelnika i twórczej pracy jego umysłu. Już zasada hiperłączy uprzedmiotawia naturalny proces kojarzenia, podstawowy dla ludzkiego myślenia. To linki naprowadzają na sens, są prostym sposobem interpretacji tekstu. Dlatego aktywność odbiorcy hipertekstu jest tylko pozorna:

Procesy mentalne – refleksja, rozwiązywanie problemów, zapamiętywanie i kojarzenie zostają zeksternalizowane, sprowadzone do wybrania łącza, przejścia na inną stronę, wybrania nowego obrazu lub nowej sceny. Kiedyś patrzyliśmy na obraz i nasze własne skojarzenia prowadziły nas do innych obrazów. Teraz interaktywne media komputerowe każą nam kliknąć na obraz po to, żeby przejść do innego obrazu. Kiedyś czytaliśmy zdanie opowieści lub zwrotkę wiersza i myśleliśmy o następnych zwrotkach, obrazach, wspomnieniach. Teraz media interaktywne każą nam kliknąć na wyróżnione zdanie po to, żeby przejść do innego zdania. Jednym słowem, jesteśmy zmuszeni do podążania za zaprogramowanymi wcześniej i istniejącymi obiektywnie skojarzeniami. (...) jesteśmy zmuszeni do wzięcia struktury czyjegoś umysłu za własny.

Zdaniem S. Freislera (1994: 22) każda struktura hipertekstu jest strukturą sieci semantycznej, która jest jakby elektroniczną eksterioryzacją mentalnych struktur autora. S. Sager (1997: 110) używa w tym miejscu terminu „eksterioryzacja pamięci”. Czy hiperteksty byłyby zatem li tylko artefaktami o kognitywnym charakterze, czyli ‘tekstami w głowie’, mentalnymi modelami, którym odpowiada taki sam sposób istnienia po stronie odbiorcy?

BIBLIOGRAFIA

- ANTOS, G. (2007), „*Texte machen Wissen sichtbar!*“ *Zum Primat der Medialität im Spannungsfeld von Textwelten und (inter-) kulturellen Wirklichkeitskonstruktionen*, (w:) F. Grucza, M. Olpińska, H.-J. Schwenk (red.), *Germanistische Wahrnehmungen der Multimedialität, Multilingualität und Multikulturalität*. Warszawa. 34–45.
- BALCERZAN, E. (1999), *W stronę genologii multimedialnej*. Teksty drugie. Nr 6. 1999.
- BITTNER, J. (2003), *Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung*. Berlin.
- BOGALECKI, P. (2009), *Obrazy, które mówią. O możliwościach ikonologicznej analizy literatury hipertekstowej*, (w:) A. Gumkowska (red.), *Tekst (w) sieci*. Literatura. Społeczeństwo. Komunikacja. Warszawa. 121–129.
- COY, W. (2003), *Von Gutenberg zu www.gutenberg.net*, (w:) U. Schmitz, H. Wenzel (red.), *Wissen und neue Medien. Bilder und Zeichen von 800 bis 2000*. Berlin. 281–289.
- DOELKER, Ch. (1997), *Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. Stuttgart.
- DUSZAK, A. (2004), *Teksty kultury globalnej*, (w:) M. Wojtak, M. Rzeszutko (red.), *W kręgu wiernej mowy*. Lublin. 59–67.
- EHLICH, K. (1983), *Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung*, (w:) A. Assmann, J. Assmann, Ch. Hardmeier (red.), *Schrift und Gedächtnis. Beiträge zur Archäologie der literarischen Kommunikation*. München. 24–43.

- EHLICH, K. (1984), *Zum Textbegriff*, (w:) A. Rothkegel, B. Sandig (red.), *Text – Textsorten – Semantik. Linguistische Modelle und maschinelle Verfahren*. Hamburg. 9–25.
- FIX, U. (2001), *Zugänge zu Stil als semiotisch komplexe Einheit – Thesen, Erläuterungen und Beispiele*, (w:) E.-M. Jakobs, A. Rothkegel (red.), *Perspektive auf Stil. Zum 60. Geburtstag von Barbara Sandig*. Tübingen. 113–122.
- FREISLER, S. (1994), *Hypertext – eine Begriffsbestimmung*, (w:) *Deutsche Sprache* 22. 19–50.
- GRUCZA, F. (1993), *Język, ludzkie właściwości językowe, językowa zdolność ludzi*, (w:) J. Pionka, A. Wiercińska (red.), *Człowiek w perspektywie ujęć biokulturowych*. Poznań. 151–174.
- GRUCZA, S. (2004), *Od lingwistyki tekstu do lingwistyki tekstu specjalistycznego*. Warszawa.
- GRZENIA, J. (2007), *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa.
- GRZELKA, M. (2009), *W poszukiwaniu autora. Językowa charakterystyka „portalowych” tekstów odredakcyjnych*, (w:) D. Ulicka (red.), *Tekst (w) sieci. Tekst. Język. Gatunki*. Warszawa. 161–169.
- HABRAJSKA, G. (2004), *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu*. Łódź.
- HABSCHEID, S. (2005), *Das Internet – ein Massenmedium?*, (w:) T. Siever et al (2005). 46–66.
- HAUSENBLAS, K. (1977), *Zu einigen Grundfragen der Texttheorie*, (w:) F. Daneš, D. Viehweger (red.), *Probleme der Textgrammatik II. Studia grammatica XVIII*. Berlin. 147–152.
- HOFFMANN, M. (2001), *Der gezeichnete Witz und der ästhetische Code. Über Text-Bild- und andere Beziehungen in der Scherzkommunikation*, (w:) E.-M. Jakobs, A. Rothkegel (red.), *Perspektive auf Stil. Zum 60. Geburtstag von Barbara Sandig*. Tübingen. 127–148.
- HESS-LÜTTICH, E. W. B. (1997), *Text, Intertext, Hypertext – Zur Texttheorie der Hypertextualität*, (w:) J. Klein, U. Fix (red.), *Textbeziehungen. Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität*. Tübingen. 125–148.
- JACOBSEN, M. M. (2002), *Transformations of Literacy in Computer-Mediated Communication: Orality, Literacy, Cyberdiscursivity*. Lewiston, New York.
- JAKOBS, E.-M. (2003), *Hypertextsorten*, (w:) *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 31. 232–252.
- JAKOBS, E.-M./ K. LEHNEN (2005), *Hypertext – Klassifikation und Evaluation*, (w:) T. Siever et al (2005). 159–184.
- LOBIN, H. (red.) (1999), *Text im digitalen Medium*. Wiesbaden.
- KRESS, G./ Th. van LEEUWEN (2001), *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London.
- KUHLEN, R. (1991), *Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank*. Berlin.
- MANOVICH, L. (2006), *Język nowych mediów*. Warszawa.
- MEIER, J. (2002), *Zwischen Textphilologie, Kulturwissenschaft und „neuen Medien“*. *Interdisziplinäre Anmerkungen und Fragestellungen zum Textbegriff*, (w:) U. Fix et al. (red.), *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage*. Frankfurt/M. 83–92.
- REHM, G. (2005), *Hypertextsorten. Definition – Struktur – Klassifikation*. (niepublikowana praca doktorska). Gießen.
- ROTHKEGEL, A. (2001), *Stil und/oder Design*, (w:) E.-M. Jakobs, A. Rothkegel (red.), *Perspektive auf Stil. Zum 60. Geburtstag von Barbara Sandig*. Tübingen. 77–87.
- RUNKEHL, J. (2005), *Text-Bild-Konstellationen*, (w:) T. Siever et al (2005). 202–218.
- SAGER, S. F. (1997), *Intertextualität und die Interaktivität von Hypertexten*, (w:) J. Klein, U. Fix (red.), *Textbeziehungen. Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität*. Tübingen. 109–122.
- SANDBOTHE, M. (2001), *Transversalne światy medialne. Filozoficzne rozważania o Internecie*, (w:) A. Gwóźdź (red.), *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów*. Kraków. 215–222.
- SCHMITZ, U. (2004), *Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen*. Berlin.

- SCHMITZ, U./ H. WENZEL (red.) (2003), *Wissen und neue Medien. Bilder und Zeichen von 800 bis 2000*. Berlin.
- SIEVER, T./ P. SCHLOBINSKI/ J. RUNKEHL (red.) (2005), *Websprache.net. Sprache und Kommunikation im Internet*. Berlin, New York.
- SOTTONG, H./ MÜLLER, M. (1998), *Zwischen Sender und Empfänger. Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft*. Berlin.
- SPILLNER, B. (1995), *Stilsemiotik*, (w:) G. Stickel (red.), Stilfragen. Berlin, New York. 62–93.
- STÖCKL, H. (2004), *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte. Theorien. Analysemethoden*. Berlin, New York.
- STORRER, A. (1999), *Kohärenz in Text und Hypertext*, (w:) H. Lobin (red.), Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering. Opladen. 33–65.
- STORRER, A. (2000), *Was ist „hyper“ am Hypertext?*, (w:) W. Kallmeyer (red.), Sprache und neue Medien. Berlin, New York. 222–249.
- STORRER, A. (2003), *Kohärenz in Hypertexten*, (w:) Zeitschrift für germanistische Linguistik 31.2. 274–292.
- STORRER, A. (2004), *Text-Bild-Bezüge und Nutzermetaphern im WWW*, (w:) Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes 51.1. 40–57.
- SZCZEŚNA, E. (2009), *Wprowadzenie do poetyki tekstu sieciowego*, (w:) D. Ulicka (red.), Tekst (w) sieci. Tekst. Język. Gatunki. Warszawa. 67–75.
- SZERSZEŃ, P. (2010), *Glottodydaktyka a hiperteksty internetowe*. Warszawa.
- WITOSZ, B. (2009), *Lingwistyczne koncepcje tekstu wobec wyzwań komunikacji wirtualnej*, (w:) D. Ulicka (red.), Tekst (w) sieci. Tekst. Język. Gatunki. Warszawa. 15–26.
- ZAWOJSKI, P. (1999), *Od obrazów pisma do pisma obrazów*, (w:) Z. Suszczyński (red.), Słowo w kulturze mediów. Białystok. 37–49.