

# Wojciech Węcowski

---

## Język nowych mediów

---

Język - Szkoła - Religia 3, 365-370

---

2008

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## JĘZYK NOWYCH MEDIÓW

Człowiek dzięki nieustannemu komunikowaniu się ma zdolność do nawiązywania i utrzymywania kontaktów z innymi. Dzięki nim posiada możliwość pogłębiania swojej wiedzy, uczenia się odpowiedniego zachowania, dzielenia się zdobytymi doświadczeniami. Warunkiem zaistnienia takiej korzyści jest posługiwanie się tym samym kodem, który nazywamy językiem. Używanie jego, jak można to dostrzec w różnych sytuacjach, jest uzależnione od wielu czynników. Przede wszystkim od stopnia bogactwa słów stosowanych w danym środowisku: rodziny, rówieśników, szkoły itp. Zaskakujące jest jednak zjawisko, że pomimo poprawności stosowania języka ojczystego w szkole, dzieci i młodzież poza lekcjami rozmawiają często gwarą czy odpowiednim dialektem. Ponadto używanie bogatego zasobu słów pomaga w lepszym, a przede wszystkim w trafnym zrozumieniu zastosowanych wyrażen. Warto w tym miejscu przytoczyć badania Marzeny Makuchońskiej przeprowadzone w środowisku młodzieżowym. Autorka podawała badanym wyrażenia religijne i prosiła o ich wyjaśnianie. Analizując otrzymane odpowiedzi, doszła do wniosku, że młodzi ludzie nie rozumieją takich wyrazów i wyrażen, jak: „miłosierdzie” czy „iść za Chrystusem”. „Zapytani kiedyś studenci, co to znaczy być miłosiernym, wymieniali same bohaterские czyny (uratować komuś życie, czy złożyć ofiarę z własnego życia)”<sup>1</sup>. Jest to przykład, który może odnosić się do pewnej specyfiki, fachowego języka religijnego, ale podobne procesy zachodzą na każdym poziomie komunikowania się.

---

<sup>1</sup> M. Makuchońska, O zrozumiałości tekstów religijnych, w: Pastores 4/2005, str. 58.

## Współczesne trendy językowe

Czytając książki i czasopisma z początku XX wieku, zauważyć można dziwne słowa, anachronizmy, wrzucone w wir kwiecistego stylu i często zagmatwanego sensu zdania. Wydawać by się mogło, że już w tamtych czasach, w erze pisma drukowanego, język powinien być taki sam, jakim posługujemy się współcześnie. Warto jednak zwrócić uwagę na kontekst czasowy. Początek XX wieku to jeszcze okres nierozwiniętych mediów elektronicznych. Im bowiem przypisuje się szeroko pojętą ewolucję językową. Jedną z licznych cech rozwiniętej komunikacji społecznej jest niestanne powiększanie zasobu leksykalnego. Współczesny wpływ mediów elektronicznych na osoby we wszystkich grupach wiekowych, a w szczególności na dzieci i młodzież, widoczne jest w sposobie posługiwania się chociażby specyficznymi wyrażeniami, jak heja, cze, siema, spoko itp. Ponadto współczesny język w tłumaczeniu różnorodnych zagadnień musi być językiem audiowizualnym. Coraz częściej, gdy występuje brak przykładu, namacalnej pomocy, dynamiki – dzieci i młodzież mają trudności z wysłuchaniem tłumaczenia, opowiadania. Można powiedzieć, że język zmienia się w zależności od przynależności do danej kultury, która w tym wypadku musi być szeroko pojęta (tzn. w subkulturze, antykulturze itp.). Pierre Babin, opierając się na teorii Marshalla McLuhana, podkreślał, że każde nowe medium rodzi swój nowy język, a tym samym kreuje się nowa kultura<sup>2</sup>. Należy także dodać, że tak wytworzona kultura zawsze będzie wpływała na formowanie nowych zasad językowych w danym społeczeństwie. Zdanie Babina zostaje potwierdzone przez nowe formy komunikacji.

## Nowe media

Każde z istniejących masmediów było kiedyś nową formą komunikowania. Kiedy powstawały poszczególne środki masowego komunikowania podchodzono do nich z pewną ostrożnością, dopóki nie zapoznano się z nową formą przekazu. Jest prawdą, że niektóre programy telewizyjne negatywnie wpływają na zachowania np. dzieci czy młodzieży, ale nie można powiedzieć, że telewizja jest zła w całości.

Chcąc mówić o nowych formach komunikowania, musimy zastanowić się, co możemy do nich zaliczyć. Z jednej strony możemy zaliczyć to wszystko, co podlega nowej technice przekazu. Z drugiej strony wiemy

---

<sup>2</sup> Por. P. Babin, *Piccola grammatyce dei media*, Ele Di Ci Torino 1993, s. 7.

jednak, że istnieją media, które oddziałują tak samo jak wcześniej, ale nowe rozwiązania techniczne. Wystarczy tutaj chociażby przytoczyć jeszcze raz telewizję, której efekt, poza tym, że obraz przekazu jest ładniejszy i wyraźniejszy, pozostał taki sam. Podobnie stało się z radiem. Nowum tych mediów upatrujemy m. in. w interaktywności, czyli czynnym braniu udziału przez odbiorców w danym programie, przesyłaniu SMS-ów, dzieleniu się opiniami o podejmowanych zagadniach przez pocztę elektroniczną czy wybieraniu sobie oferty programowej, co jest możliwe dzięki platformom cyfrowym. Za L. Manovichem różnice między nowymi a dawnymi mediami można ująć następująco: reprezentacja numeryczna, modularność, automatyzacja, wariacyjność i transkodowanie<sup>3</sup>.

### Język nowych mediów

Uczestnicząc w komunikacji komputerowo-internetowej, korzysta się z różnych jej form: blogi, poradniki internetowe, gry tekstowe, komentarze, księga gości, listy elektroniczne, pogawędki - chat. W każdej z nich obowiązują specyficzne dla tej formy komunikacji normy językowe, nazwane leksyką internetową. Zgodna jest opinia Jana Grzeni, że najbardziej interesującym rodzajem tej leksyki jest forma nieoficjalna<sup>4</sup>. „Potoczne słownictwo internetowe nie jest szczególnie bogate. Liczba leksemów należących do tej grupy prawdopodobnie nie przekracza stu”<sup>5</sup>. Na szczególną uwagę zasługują następujące ich formy: pseudonimy, tzw. nicki, emotikony oraz akronimy.

a. Pseudonimy (nicki): „korzystanie z wielu usług, dostępnych w sieci komputerowej związane jest z koniecznością przeprowadzenia operacji logowania się do systemu. Polega ono na podaniu identyfikatora, czyli nazwy użytkownika, a także hasła dostępu”. Logowanie się do pewnych systemów jest niczym innym jak dialogiem. Poprawne podanie hasła daje możliwość dalszego porozumiewania się, błędne podanie hasła sprawia, że program ponawia żądanie wpisania prawidłowego hasła. Ta procedura logowania się, z punktu widzenia językowego, jest związana z wybraniem identyfikatora, który jest specyficzną <<nazwą użytkownika>>,

---

<sup>3</sup> Por. L. Manovich, Język nowych mediów, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, ss. 92-118.

<sup>4</sup> por. J. Grzenia, Komunikacja językowa w internecie, PWN, Warszawa 2007, s. 127.

<sup>5</sup> Tamże.

może pełnić przeróżne funkcje, a jego forma może być różnorodna<sup>6</sup>. Stąd jedna osoba może używać kilku „nicków”, w zależności od praktycznego ich zastosowania. W przypadkach czatów nick pełni funkcje pseudonimu, pod którym może kryć się nieprawdziwa tożsamość internauty.

b. Emotikony – są to znaki nieliterowe, przedstawiające smileys – buźki z różnymi wyrażeniami twarzy. Stosuje się je właściwie bez reguł. W niektórych przypadkach użycie emotikonów może mieć niezrozumiałe znaczenie dla odbiorcy, a nawet obraźliwe. Wyrażają one stan uczuciowy internautów, określający stosunek do tekstu czy samego odbiorcy. „Głównym problemem, z jakim muszą się zmierzyć internauci rozmawiający w sieci, jest brak typowych dla mowy środków powiadamiania i interpretacji zachowań komunikacyjnych, to znaczy: brak kontekstu sytuacyjnego, niemożność posłużenia się gestem i mimiką. Pewne właściwości mowy mogą być oddane za pomocą interpunkcji. Stosując emotikony zostaje naruszona zasada linearności tekstu pisanego w naszej kulturze”<sup>7</sup>.

c. Akronimy – to skróty stosowane w pisowni SMS-ów. Poprzez ich zastosowanie zaoszczędza się przede wszystkim wyznaczone miejsca do przesyłki np. SMS, a także informacja staje się szybsza. W takim kontekście stworzono nowe słownictwo, które zacytujemy, korzystając z książki Jana Grzeni „Komunikacja językowa w Internecie”<sup>8</sup>. Pośród internetowych skrótów możemy wyodrębnić dwie grupy:

1. cze ‘cześć’, nara „na razie”, pzdr „pozdrowienia”, spoko „spokojnie”
2. AKA also know as, F2F face to face, YIU, yes I unerstand. , U2, UR

„Skróty z grupy pierwszej są to ucięcia. Przedstawione przykłady obrazują, że niektóre z ucięć przyjęto z mowy potocznej, niektóre zaś powstały najprawdopodobniej z komunikacji internetowej. Akronimy szczególnie pojawiają się w pogawędkach. Prawie nie spotyka się akronimów w czatach, co tłumaczyć trzeba tym, iż nie stanowią one atrakcyjnych alternatyw dla grafik”.

<sup>6</sup> Tamże.

<sup>7</sup> Tamże, str. 137.

<sup>8</sup> Tamże, str. 145.

Podobnym zjawiskiem do akronimów jest pisanie słów bez samogłosek, np. ths ngth ws vr swt. Ta forma nawiązuje do niektórych języków klasycznych, które w swoich pierwotnych formach nie stosowały samogłosek. Często takie formy nazywa się dzisiaj *texperanto* – swoisty język, odbiegający znacznie od poprawnej polszczyzny<sup>9</sup>. W przypadku nowych mediów, a konkretnie telefonów komórkowych ma to wymiar ekonomiczny, polegający na możliwości pisania większej ilości myśli, a także podobnie jak poprzednio, na szybszym przekazywaniu informacji.

Nowe media ponadto dają możliwość indywidualizowania języka. W zależności od uczestników w przekazywaniu informacji i zgodnie z ustalonymi zasadami można przysyłać specyficznie dobrane słowa, a także stworzyć symboliczne sformułowania, że nikt poza grupą ściśle wtajemniczonych odbiorców nie będzie miał możliwości zrozumieć np. SMS-a. Tę formę językową tylko małe grupy, uczestników procesu komunikacji.

Skrótowością powinny także charakteryzować się strony internetowe. Prezentowany przez nie materiał powinien mieć skondensowaną zawartość, tj. taką, która nie męczy internauty, a daje mu wyczerpującą informację. Cały rozwój nowych technologii zmierza w stronę skrótowości i krótkich form literackich. Podkreśla się w jednym z artykułów, że trudności mają np. wortale i portale mówiące o działalności kulturowej<sup>10</sup>. Jako jedną z głównych przyczyn takiej sytuacji podaje się nadmierne przeładowanie tych stron www artykułami. Człowiek, który korzysta z nowych mediów, myśli skrótowo, nie lubi monotonii. „Internet jest idealnym narzędziem popularyzacji kultury – szybkim, tanim, powszechnie dostępnym, prostym w obsłudze. Ale pismo sieciowe powinno spełniać pewne warunki: opierać się na krótkich tematycznych leksjach połączonych za pomocą linków z innymi leksjami; powinno dążyć do wykreowania społeczności internetowej – grupy czytelników, którzy komunikują się poprzez fora, czaty i blogi pozwalające komentować bieżące wydarzenia oraz współtworzyć środowisko pisma”<sup>11</sup>. Większość

---

<sup>9</sup> Por. L. Hojnacki, Powszechna mobilizacja, czyli telefon mobilny a system edukacji, w: Am. Tanaś. (red.), *Kultura i język mediów*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2007, s. 254.

<sup>10</sup> Por. I. Stokfiszewski, Klęska kultury w internecie, *Gazeta Wyborcza*, 13/XII 2006, s. 18.

<sup>11</sup> Tamże.

tradycyjnych słów nie występuje w sieci, często pojawiają się wyrazy angielskie.

### **Wyzwania dla edukacji**

Nowy język mediów elektronicznych stawia nowe wymagania wobec zasad, które edukują współczesnego człowieka, a w szczególności dzieci i młodzież. Jednym ze znaczących warunków dyktujących normę sposobu przekazywania wiedzy i rozpoznawania poziomu akceptacji wiedzy jest środowisko. Zgodnie z przedstawionym powyżej modelem P. Babina: nowe media, tworząc nowy język, uwarunkowują nową kulturę, która z kolei silnie oddziałuje na edukację. Czym zatem charakteryzuje się nowa kultura? Jest ona swoistym językiem, którym porozumiewa się grupa odbiorców tych samych mediów. Aby móc rozszyfrować ten typ kod, tzn., aby móc zrozumieć tę grupę osób, wymagane jest poznawanie tego środowiska. To stanowi novum w edukacji, bo właściwie każdy uczeń może używać swoistego języka nowej kultury, którego wychowawca musi się nauczyć. Kultura ta charakteryzuje się zupełnie innymi wyrażeniami, literami, innymi zainteresowaniami, tj. bazującymi w świecie wirtualnym. Świat tej kultury charakteryzuje się ponadto szybką informacją, często niedokładną, ale mającą w swej szybkości zawartą wartość. Im szybsza informacja, tym ważniejsza. Im szybciej dana informacja zmienia poprzednią informację, tym szybciej ta druga traci na ważności. Ważną cechą nowych mediów, która ma podłoże także w specyfice języka, jest interaktywność. Jest to forma szczególnie widoczna w grach komputerowych, gdzie odbiorca ma wrażenie, że jest nadawcą. Daje to przekonanie pewności siebie. Z drugiej strony świadomość bycia w świecie wirtualnym pozbawia go uczucia odpowiedzialności za wykonywane funkcje w świecie realnym. Język nowych mediów dyktuje także uczucie niecierpliwości i zmienia potrzeby emocjonalne odbiorcy. Ogólnie należy podkreślić, że wiele zależności językowych jest odzwierciedleniem stanu psychicznego ucznia. Stąd mogą rodzić się wszelkie problemy, związane chociażby z zainteresowaniem ucznia realizowanym programem nauczania czy przekonaniem go do poprawności pisowni polskiej. Często, aby pomóc odnaleźć się takiemu uczniowi w realiach życia, można skorzystać z udogodnień dydaktycznych, jakie niosą ze sobą multimedia.