Magdalena Wójtowicz
Uniwersytet Gdański
https://doi.org/10.18778/8142-463-9.14

Facebook jako współczesne narzędzie komunikacji i kreatywności językowej

We współczesnym świecie wpływ mediów na otaczającą rzeczywistość jest bardzo widoczny. Jednak telewizja, radio czy prasa zostały zdominowane przez stosunkowo nowe medium, jakim jest internet. Na przestrzeni ostatnich lat można uznać je za najsilniejsze ogniwo tzw. czwartej władzy. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom, jakie oferuje, pozwala na sprawne i przede wszystkim szybkie wyszukiwanie treści, co ma związek z komfortem poruszania się po świecie informacji z różnych dziedzin. Odkąd oprócz komputerów stacjonarnych na rynku pojawiły się laptopy i inne, przenośne, także zminiaturyzowane urządzenia dotykowe, dostęp do internetu w dowolnym miejscu i czasie stał się bezproblemowy. Z uwagi na szeroki zasięg, z powodzeniem stał się zamiennikiem telewizji czy kina, co pozwala na wpisanie go również do zakresu kultury audiowizualnej. W internecie toczy się interaktywny dialog pomiędzy jednostkami na różnych płaszczyznach. W zachowaniu jego ciągłości pomagają media społecznościowe oraz aplikacje mobilne, które w ostatnich latach cieszą się coraz większą popularnością. Ich dostępność, łatwość związana z instalacją, ciekawe formy oraz trendy, w jakie się wpisują, coraz bardziej oddziałują na percepcję użytkowników, a także silnie wpływają na ich wyobraźnię. Obok licznych forów dyskusyjnych czy znanych blogów o różnorodnej tematyce do

mediów społecznościowych zalicza się też portale społecznościowe. Jednym z najbardziej znanych jest Facebook.

Niebiesko-biała kolorystyka strony stała się znakiem rozpoznawczym portalu, a mała litera „f" kieruje na nią wielokrotnie w ciągu każdego dnia, gdyż jest zamieszczana w wielu miejscach, nie tylko w internecie. Obecnie liczba osób zarejestrowanych na wspomnianym portalu wynosi około dwóch miliardów, z czego ponad miliard korzysta z niego codziennie [Zaraska 2016: 29]. Celem artykułu jest przyjrzenie się dokładniej specyfice funkcjonowania Facebooka w kontekście relacji międzyludzkich, a także kształtowania się języka polskiego. Nie jest nim natomiast negowanie istnienia portalu, lecz zwrócenie uwagi na aspekty, które, według mnie, mają wpływ na formowanie się realiów współczesnego życia. Jako że jestem wieloletnią użytkowniczką Facebooka, wiele refleksji zamieszczonych w artykule wynika z moich osobistych doświadczeń bądź obserwacji najbliższego otoczenia i wniosków, które wysnułam na podstawie ich analizy.

Wizerunek wpływa na kreację osobowości, również na serwisach społecznościowych. Wielokrotnie, częściej wśród osób młodych, staje się wyznacznikiem akceptacji bądź jej braku w środowisku, w którym egzystują. Jestem skłonna stwierdzić, że w ciągu ostatnich kilku lat wizerunek ukazywany w internecie przybrał znacznie silniejszy – jednak nie we wszystkich przypadkach pozytywny – wymiar. Ludzie, zamiast żyć wedle własnych przekonań, próbują doścignąć często nieosiągalne ideały. Zaczynają tworzyć kanony piękna, które, w moim odczuciu, kierują się raczej w stronę pseudopiękna. Według mnie, naturalność, szczególnie w odniesieniu do kobiet, zaczyna zanikać. Ustępuje miejsca coraz bardziej zauważalnej „pięknej sztuczności". Sądzę, że zarówno umieszczane na Facebooku zdjęcia, jak i inne przejawy aktywności powinny być indywidualnym wyborem jednostek, kierujących się własnym gustem i czerpiących z podejmowanych działań pewien rodzaj nieprzesadnej przyjemności. Gdy zakładałam konto na Facebooku, około dziesięciu lat temu, ludzie używali go jako komunikatora do zawierania znajomości. Dziś portal posiada znacznie więcej możliwości.

Obecnie zdjęcie profilowe, nawet jeśli nie przedstawia prawdziwej tożsamości użytkownika, stanowi jego „wizytówkę". Natomiast informacje zamieszczone pod nim to zbiór często istotnych i prywatnych informacji, do których codzienny, niemal bezproblemowy dostęp mają nie tylko znajomi, lecz także ludzie obcy. Osoby nieposiadające zdjęć, dodające je rzadko czy nieumieszczające zbyt wielu treści na swój temat, ale mimo to korzystające z Facebooka, stają się powodem frustracji innych użytkowników, gdyż na portalu znaczący jest brak anonimowości. Negatywne reakcje wywołują również ci, którzy dodają podobne treści wielokrotnie. Zastanawiam się, co kieruje odbiorcami tego typu postów, ale znam to uczucie z autopsji. Przygotowując się do pisania artykułu, jeszcze dokładniej starałam się przyjrzeć działaniom, które dokonują się w „facebookowym świecie". Przeprowadzałam w tym celu małe eksperymenty. Jeden z nich dotyczył częstego umieszczania podobnych postów. Przez kilka dni codziennie zmieniałam swoje zdjęcie profilowe. W tym przypadku byłam ciekawa jedynie reakcji odbiorców na sam proces wprowadzanych zmian. Na początku nie działo się nic, co mogłoby mnie zdziwić. Znajomi reagowali polubieniami lub pisali komentarze. Jednak po którejś z kolei zbyt częstej zmianie zdjęcia profilowego pojawił się odzew, na który czekałam. Odbiorców przestała ciekawić zawartość postów, zainteresowanie zaczęło dotyczyć tego, co mną kierowało. Dlatego jestem skłonna stwierdzić, że mechanizm frustracyjny na Facebooku działa. Mam wrażenie, że ludzie czasem zbyt dużą wagę przykładają do tego, co widzą na tablicach portali społecznościowych. W tym miejscu należy przyjrzeć się kolejnej kwestii oscylującej nie tylko wokół tego, co należy umieszczać na Facebooku, ale w jakim celu należy to robić. Myślę, że przede wszystkim dlatego, by uzyskać największe zainteresowanie ze strony innych użytkowników. Coraz częściej spotykam się z sytuacjami, gdy treści znajdujące się na portalu zaczynają być spełnieniem wyobrażeń innych. Ludzie ulegają manipulacji zarówno ze strony obecnych trendów społecznych, wyznaczanych właśnie przez media, jak i starają się usilnie podporządkować temu, co odpowiada wymogom świata na Facebooku. Z jednej strony wszechobecna

moda, z drugiej własne przekonania. Co należy wybrać? Wielokrotnie ten dylemat towarzyszy nastolatkom i młodszemu pokoleniu. Na Facebooku prowadzą „drugie życie", w którym pragną pokazać siebie przede wszystkim w pozytywnym świetle. Komunikują się nawzajem poprzez posty, wiadomości czy komentarze. To one zaczynają zastępować im realne kontakty. Na Facebooku są one szybsze i znacznie bardziej interesujące. Zdjęcie profilowe jest odpowiednikiem komunikatu przedstawiającego konkretną osobę od strony wizualnej. To, jak wygląda, często pozwala na jej, czasem zbyt pochopną, ocenę. Trudno wysnuwać wnioski na temat osobowości człowieka, widząc jedynie jedno lub kilka zdjęć, które być może zostały dodane w konkretnym celu, mającym wywołać u odbiorcy określony typ reakcji – śmiech, wzburzenie, podziw czy zazdrość – lub wcale nie odzwierciedlają jego rzeczywistego wyglądu. Jednak nierzadko o wiele łatwiej jest ludziom oceniać, a trudniej poznać. Fałszowanie wizerunku na Facebooku jest obecnie powszechnym zjawiskiem. Ludzie chcą wyglądać korzystniej, by właśnie w ten sposób być odbieranym przez społeczeństwo. Młode dziewczyny bardzo często chcą zaimponować płci przeciwnej, co czasami również jest zauważalne w przypadku odwrócenia ról. Prasa, telewizja oraz internet przepełnione są treściami zawierającymi przekoloryzowane wizerunki, które bardzo często mają niewiele wspólnego z rzeczywistymi obrazami. To, co sztuczne, wyimaginowane, nieprawdziwe i przesadzone wiedzie dziś prym. Zyskuje aprobatę młodych osób, w szczególności dziewczyn, które pragną upodabniać się do gwiazd ze świata show-biznesu. Gdy wszelkie próby osiągnięcia idealnego stanu ich wyglądu nie przynoszą oczekiwanych rezultatów, staje się to powodem silnego stresu. Fałszywe wizerunki, których osiągnięcie jest niemożliwe, często powodują zaniżenie poczucia własnej wartości. Nowe technologie wprowadzają wiele „udogodnień", które tylko pozornie pomagają w „byciu pięknym na pokaz". Dziewczyny, wzorując się na wizerunkach medialnych, często przerobionych komputerowo, starają się dążyć do już przekłamanych ideałów. Przestają dostrzegać swoje zalety. Dodając zdjęcia po wielokrotnych edycjach na portal społecznościowy,

czują się piękniejsze, oczekując tym samym podobnych reakcji ze strony innych. Nie twierdzę, że używanie filtrów i obróbka zdjęć niesie za sobą jedynie negatywne skutki. Gdy zostaje wykonana profesjonalnie lub amatorsko, lecz w stopniu adekwatnym do zdjęcia, nie stanowi problemu.

Najbardziej popularnym w mediach społecznościowych typem zdjęć są te wykonywane samodzielnie, czyli *selfie*. Z powodzeniem wyparły tzw. *sweet focie* (zdjęcia z dzióbkiem charakterystyczne dla młodych dziewczyn). Zdjęcia typu *selfie* zyskały ogromną popularność, bez względu na wiek, płeć czy profesję wykonujących je osób. Dlaczego? Czy jesteśmy społeczeństwem tak bardzo narcystycznym i, być może, zbyt samolubnym, że z tym samym uwielbieniem potrafimy wpatrywać się w kilkanaście podobnych do siebie zdjęć własnych twarzy? Zwykły, wykonany najczęściej przy pomocy smartfona, autoportret, często kilkakrotnie zmieniany i upiększany poprzez wiele przeznaczonych do tego filtrów jest w stanie czasem wzbudzić większe zainteresowanie na portalu społecznościowym, niż zdjęcie wykonane przez profesjonalnego fotografa. Dlaczego tak się dzieje? Czy internauci poprzez dodanie kolejnego *selfie* na swój profil chcą przekazać konkretne komunikaty na swój temat? W artykule pt. *Nawet małpa robi selfie* zamieszczonym w tygodniku „Newsweek Polska" zwrócono uwagę na to, że „moda na *selfie* jest reakcją na czasy, w których żyjemy" [Kim 2014: 41]. Internet narzuca własne reguły, do których osoby z niego korzystające dostosowują się, czasem mimowolnie. Według mnie wszystkie kroki przeprowadzane w wirtualnym świecie powinny być w jak największym stopniu indywidualnym wyborem poszczególnych jednostek. Jednak od pewnego czasu ilość *selfie* na Facebooku przewyższa liczbą pozostałe zdjęcia, co podkreśliła Anna Oleszkiewicz: „Z psychologicznego punktu widzenia udostępnianie własnego wizerunku w bardziej lub mniej intymnych momentach niesie ze sobą zdecydowanie więcej informacji, niż wszystkie inne zdjęcia" [Zaraska 2016: 29]. Ludzie młodzi bardzo często dzięki nim chcą pokazać innym swoją osobowość, choć pod osłoną wielu filtrów i funkcji zacierają granice między tym, co naprawdę stanowi o istocie piękna a tym, co jest jedynie

jego iluzją. *Selfie* to forma obrazowego komunikatu na temat autora. Wielokrotnie przedstawiają one ludzi takimi, jakimi chcieliby być. Ego zostaje zaburzone. Ważniejsze okazują się opinie odbiorców, jak też obowiązująca moda. Selfie zaczynają również wyznaczać trendy w wizerunku na Facebooku. Jednak, moim zdaniem, nie powinny one wykraczać poza zdroworozsądkowe granice. W jednym ze swoich tekstów prozy poetyckiej pokusiłam się o twierdzenie, iż w dzisiejszych czasach miara kobiecości zaczyna być mierzona długością rzęs. Trudno udzielić jednoznacznej odpowiedzi, jak kwestia dotycząca wizerunku i podejścia do pozostałych, zamieszczanych nie tylko w internecie, treści będzie ewoluować w ciągu najbliższych lat, ale mam nadzieję, że chociażby naturalność nie stanie się jedynie „towarem deficytowym" naszej egzystencji.

Ludzie, którzy prowadzą aktywne życie na Facebooku zaczynają wierzyć, że wykreowana przez internetowe możliwości rzeczywistość jest jej najlepszą wersją. Posty stanowią komunikaty, które dokumentują życiowe momenty w sposób wizualny lub za pomocą treści pisanych. Zainteresowanie tym, jak wygląda codzienność innych ludzi wynika nie tylko z ciekawości, ale także, dzięki serwisom społecznościowym, z coraz prostszego do niej dostępu. Na Facebooku istnieje hierarchia pomiędzy użytkownikami, a właściwie ich kontami, gdyż znaczące jest to, co widoczne na ekranach. Ludzie publikując własne treści, równie czynnie obserwują działania innych. Dokumentują życiowe momenty, nie wypowiadając na głos nawet jednego słowa. Spotykają się z pozytywnymi reakcjami bądź krytyką, jednak w wielu przypadkach najważniejszy okazuje się sam sposób dzielenia się chwilami. Znaczenia nabierają też: liczba odbiorców, komentarzy, polubień czy udostępnień pod danym wpisem. Istotne okazuje się to, do kogo dotrze treść i jakie emocje wywoła. Czasami celowo ma ona negatywny wydźwięk, gdyż taki jest zamysł osoby dodającej post. Inną kwestią jest zazdrość lub jej celowe wywoływanie. Pojawia się wówczas, gdy dana osoba nie potrafi pogodzić się z tym, że użytkownik z grona jej znajomych wiedzie, w jej mniemaniu, „lepsze życie". Nacisk na słowo „lepsze" jest tym mocniejszy, im więcej postów na Facebooku o nim świadczy.

Zakup nowego samochodu, relacja z wakacyjnego wyjazdu czy informacja o otrzymanym w pracy awansie to tylko niektóre z przykładów powodujących u ludzi wzmożoną frustrację, która skutkuje umieszczaniem przez nich wpisów mogących wywołać podobne reakcje. Zjawisko zazdrości w internecie jest powszechne. Odnoszę też wrażenie, że jest grupa użytkowników Facebooka, których satysfakcjonuje sam proces obserwacji. Wydaje mi się, iż czasem wręcz wymuszają na innych to, co chcieliby zobaczyć na ich osiach czasu. Sprostanie wymaganiom wszystkich użytkowników Facebooka nigdy nie będzie w pełni możliwe. Zawartość umieszczanych postów okazuje się czasem semantycznie silniejsza, niż wypowiadane na głos słowa. Treści wpisów wielokrotnie łatwiej udostępnić na portalu, niż przekazać w realnym kontakcie z drugą osobą. Facebook miał stanowić pewnego rodzaju udogodnienie w komunikacji międzyludzkiej. Niestety, mimo wielu pozytywnych aspektów, zmusza ludzi do coraz mniejszej aktywności, której przejawy rzadko wykraczają poza ekrany ich urządzeń. Łatwość poruszania się po świecie informacji i powiązane z nią szerokie spektrum możliwości, jakie ludzie zyskują dzięki dostępowi do internetu z jednej strony zadziwiają, z drugiej natomiast przerażają, zaburzając percepcję i powodując problemy natury psychologicznej.

Zdjęcia i pozostałe posty publikowane w formie obrazów tworzą zbiór komunikatów wizualnych, niewerbalnych, wpływających na relacje międzyludzkie na Facebooku. Wpływ na jej kształtowanie mają też wiadomości oraz komentarze. W odniesieniu do nich zaangażowanie emocjonalne zarówno osób piszących, jak i czytających może być znacznie silniejsze, niż w przypadku wydźwięku, jaki pozostawiają po sobie opublikowane obrazy. Wiadomości na Facebooku zaczęły zastępować tradycyjne rozmowy telefoniczne czy listy. Dzięki wprowadzeniu darmowego komunikatora internetowego Facebook Messenger proces ich przesyłania stał się jeszcze szybszy. Aplikacja pozwala na łączenie przesyłanych treści z filmami, zdjęciami, emotikonami czy innymi plikami. Umożliwia też prowadzenie konwersacji grupowych, wykonywanie połączeń głosowych i wideorozmów, dzięki którym użytkownicy mogą po-

łączyć treść pisaną z kontaktem wzrokowo-słuchowym. W facebookowych wiadomościach słowa coraz częściej zostają zastąpione przez naklejki, pliki GIF i ikony *emoji*. Znaki, obrazki, animacje czy „buźki" odzwierciedlające miny stały się przekaźnikami emocji bądź nastrojów. Młode pokolenie użytkowników Facebooka traktuje je jako ułatwienie w komunikacji, gdyż bardzo szybko zapisują się w pamięci. Bez problemu zastępują krótkie, pisemne komunikaty. Przykładów jest wiele. Ikona z uśmiechem odzwierciedla radość czy zadowolenie. Może być także używana np. na początku konwersacji jako odpowiednik powitania. Ikona *emoji* w kształcie serca jest odpowiednikiem wszelkich pozytywnych uczuć czy dowodów sympatii w stosunku do drugiej osoby, a niebieski kciuk uniesiony do góry zaczął stanowić symbol aprobaty. Użytkownicy często korzystają z zainstalowanych w urządzeniach słowników, dzięki którym nie muszą kilkakrotnie wpisywać na klawiaturze tych samych słów, gdyż wyświetlają się one na ekranach jako możliwości do wyboru. Łączą również treści słowne z emotikonami, jednak czasem używanie tylko drugich z wymienionych wymaga mniej wkładu własnego, powodując skutki zbliżone do tych, jakie wywołują treści słowne – komunikaty docierają do odbiorców i są dla nich zrozumiałe. Za pomocą jednego kliknięcia treść, w błyskawicznym tempie, trafia do skrzynki odbiorcy. Jednak czy szybkość można traktować na równi z realnymi emocjami? Pisząc wiadomość na Facebooku, czasem trudno jednoznacznie stwierdzić, co czuje osoba po drugiej stronie ekranu, jakie intencje nią kierują i czy jej wirtualna tożsamość jest zgodna z tą prawdziwą. Myślę, że nawet niezliczona liczba serduszek nie jest w stanie odzwierciedlić stanu zakochania, a niejedna radosna mina – szczerego uśmiechu skierowanego do drugiego człowieka. Owszem, facebookowe ikonki mogą stać się chwilowymi zamiennikami wszelkich emocji, lecz jedynie w świecie wirtualnym. Ludzie decydują się kochać, przyjaźnić czy nawet nienawidzić za pośrednictwem internetu. Często mają złudne wrażenie odczuwania konkretnych stanów emocjonalnych, gdyż poprzez wirtualne sposoby łatwiej jest im je wyrazić. W realnych kontaktach międzyludzkich zaczyna brakować miejsca

na szczere gesty czy budowanie silnych więzi. Użytkownicy z niecierpliwością oczekują na natychmiastowe wirtualne odpowiedzi, również od „znajomych nieznajomych", zaniedbując realne relacje z otoczeniem. Współczesna rzeczywistość została zdeterminowana przez komunikat „Lubię to!". Polubienia na Facebooku stały się jednym z jego podstawowych wyznaczników. Dopóki wszelka aktywność związana z lajkami kojarzona była jedynie z formą rozrywki dotyczącą reakcji na to, co w internecie rzeczywiście wywołało pozytywne wrażenia, nie stanowiły one problemu. Jednak coraz częściej można zaobserwować na Facebooku „walkę o polubienia", a przede wszystkim ich liczbę. W wielu przypadkach okazuje się ona ważniejsza niż treść, pod którą dany użytkownik pozostawia ślad swojej internetowej obecności. Zbyt szybkie tempo wirtualnego życia próbuje wykluczyć tych, którzy za nim nie nadążają. Ludzie pragną dowartościowania i zauważenia. Facebook im to umożliwia poprzez funkcję lubienia lub reagowania na publikowane przez nich materiały. W artykule pt. *Pazerność na lajki*, zamieszczonym w tygodniku „Newsweek Polska", autorki podkreśliły wpływ lajków nie tylko na życie, które toczy się w obrębie Facebooka, ale także poza nim. Polubienia to internetowa wersja komplementów. Coraz bardziej popularne stają się reakcje, które odwzorowują podstawowe ludzkie emocje, jakie mogą towarzyszyć odbiorowi danych treści. Dziś o wiele łatwiej kliknąć w ikonkę zachwytu pod postem, niż go realnie przekazać. „Lubię to, więc jestem" – sądzę, że nie tak powinna brzmieć dewiza współczesnego społeczeństwa.

Facebook, tworząc nową, wirtualną rzeczywistość, wpłynął też na rozwój języka polskiego. Tradycyjne dialogi zastąpiły interaktywne rozmowy. Litery, słowa i zdania zostały włączone do graficznego świata znaków. Poprawność językowa stała się mniej istotna. Znaczenia nabrały natomiast czas oraz przekaz: im szybciej i łatwiej, tym lepiej. Do języka internetu, w tym także tego, za pomocą którego porozumiewają się użytkownicy Facebooka, wprowadzone zostały animacje, emotikony oraz ikony *emoji*. Ludzie są dziś w stanie zrezygnować z rozmów „twarzą w twarz", wybierając ich wersję elektroniczną. Zarówno młode, jak i starsze pokolenie użytkowni-

ków aktywnie działających w mediach społecznościowych zdaje sobie sprawę, że niektóre formy językowe w nich wykorzystywane różnią się od tych tradycyjnych i nie powinny mieć wpływu na poprawną polszczyznę. Jednak, według mnie, ich nagminne używanie, szczególnie przez osoby w wieku nastoletnim, może sprawiać problemy w komunikacji pozainternetowej. Nie twierdzę, że Facebook narzuca jedynie złe wzorce leksykalno-gramatyczne. Niektóre strony typu *fanpage*, poświęcone np. tematyce społeczno-politycznej, są pisane zgodnie z regułami poprawnej polszczyzny. Odstępstwa od przyjętych norm można najczęściej zauważyć w przypadku konwersacji młodych ludzi. Komunikują się oni za pomocą półsłówek, skrótów myślowych i kolokwializmów. Język potoczny na Facebooku jest widoczny zarówno w wiadomościach, jak i w komentarzach pod postami. Jako przykłady mogę podać skróty dotyczące samej nazwy portalu. Należą do nich *fb*, *fejs*, które wielokrotnie pojawiają się w zdaniach, także tych w mowie potocznej: *Zgadamy się na fb* czy *Będziemy w kontakcie na fejsie*. Młodzież używa też zdrobnień: *fejsik*, czy nawet spieszczeń: *fejsbuczek*. Osoby starsze częściej stosują dłuższe formy leksykalne i komunikują się za pomocą bardziej rozbudowanych zdań. Język Facebooka to również zapożyczenia językowe, najczęściej z języka angielskiego. Jednym z najbardziej popularnych jest słowo okay, a w większości przypadków jego skrót. Używanie go na portalach społecznościowych służy potwierdzeniu treści zdań. Użytkownicy często nie zwracają uwagi na zasady ortografii i interpunkcji. Nie zawsze ma to związek z brakiem kompetencji językowych. Częściej za błędy wszelkiego rodzaju odpowiadają brak czasu czy korzystanie ze słowników zainstalowanych w urządzeniach. Zamiast kropek czy innych znaków interpunkcyjnych na końcu wypowiedzi wielokrotnie znajdują się emotikony lub ikony przedstawiające ludzkie miny. Ich użycie często podkreśla emocjonalność osoby piszącej. W języku internetowym zauważalne są liczne modyfikacje pisowni. Wiele z nich funkcjonuje na Facebooku. Jan Grzenia w książce pt. *Komunikacja językowa w Internecie* dzieli je na te dotyczące pisowni oraz interpunkcji. W języku Facebooka można zaobserwować niektóre z nich: zwielokrotnienie znaków in-

terpunkcyjnych, zwielokrotnienie liter, niestosowanie wielkich liter zgodnie z konwencjami ortograficznymi lub niekonsekwentne ich stosowanie, stosowanie gwiazdek (asterysków), pisemne oznaczanie reakcji niewerbalnych czy stosowanie emotikonów i ikon [Grzenia 2007: 119–122]. Emotikony budują leksykę języka internetu. Według definicji Jana Grzeni są nimi: „[…] kombinacje znaków nieliterowych, których funkcją jest powiadamianie według zasad określonego kodu […] których zadaniem jest przywołanie określonych desygnatów lub niewerbalnych zachowań komunikacyjnych" [Grzenia 2007: 138].

Natomiast w przypadku interpunkcji można zauważyć celowe jej pomijanie bądź niestandardowe stosowanie [Grzenia 2007: 124]. Znaki interpunkcyjne, których często używają użytkownicy, to: znak zapytania, wykrzyknik zwracający uwagę na ekspresję oraz wielokropek. Jan Grzenia podaje także właściwości komunikacji językowej w internecie. Z funkcjonowaniem Facebooka można powiązać kilka z nich: dialogowość, spontaniczność, kolokwialność, multimedialność, dynamiczność i zasięg [Grzenia 2007: 97–116]. Podsumowując rozważania dotyczące kwestii językowych na analizowanym przeze mnie portalu, uważam, że mimo wszelkich nowoczesnych funkcji, którymi użytkownicy mają możliwość operować, interakcje *online* nie mogą być porównywalne z tymi, które mają miejsce w przypadku rzeczywistego kontaktu.

Rozważne korzystanie z mediów społecznościowych może dostarczyć rozrywki, pozwolić na rozwijanie zainteresowań i nie powodować negatywnych skutków. Jednak gdy Facebook zaczyna nadawać jedyny sens życiu, które toczy się wokół – może uzależnić. Cyberprzemoc oparta jest na manipulacji ze strony wirtualnego świata. Może stanowić zagrożenie dla każdego. Jednak przede wszystkim dotyczy dzieci i młodzieży. Ich – często nieświadome – poddawanie się jej mechanizmom może wywierać wpływ na psychikę i rozwój. Tytułowe „cyfrowe dzieci" z książki pod redakcją Sylwestra Bębasa [Bębas 2007] to grono coraz młodszego pokolenia użytkowników mediów społecznościowych, które z zachwytem spogląda w ekrany laptopów, smartfonów i innych nowoczesnych

urządzeń. Coraz częściej to one są dla nich przekaźnikami wiedzy o świecie. By internet mógł pomóc, a nie szkodzić, ważna jest kontrola nad publikowanymi i przeglądanymi treściami. Dostępność, łatwość i szybkość w odniesieniu do treści Facebooka, wykorzystywane w nieumiejętny sposób, mogą stać się powodem niestałości relacji międzyludzkich oraz wpływać na formowanie się świata wartości i – zamiast przede wszystkim łączyć – stworzyć warunki do pogłębiania się alienacji społecznej. Myślę, że warto zadać sobie pytanie: czy na pewno życie w świecie wirtualnych wyobrażeń jest w stanie zastąpić realną egzystencję? Doktor Suzana E. Flores, według mnie, niezwykle trafnie porównała portal społecznościowy do przedstawienia na internetowej scenie, „które trwa nawet wówczas, kiedy myślimy, że opadła kurtyna" [Flores 2017: 5]. Myślę, że niekoniecznie należy całkowicie się od niego odrywać, ale spróbować wybierać znacznie więcej drugoplanowych ról, a główne odgrywać tylko z wybranymi aktorami. Być może takie działania pozwolą na stworzenie nowego scenariusza pozawirtualnego życia.

Bibliografia

Bendyk E. [2014], *Brzydsza twarz Facebooka*, „Polityka", nr 29, s. 58–59.

Bębas S. (red.) [2007], *Cyfrowe dzieci*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa.

Flores S.E. [2017], *Sfejsowani*, Muza, Warszawa.

Grzenia J. [2007], *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Kim R. [2014], *Nawet małpa robi selfie*, „Newsweek Polska", nr 34, s. 40–43.

Kim R. [2014], *Pazerność na lajki*, „Newsweek Polska", nr 28, s. 36–39.

Matacz M. [2014], *Kto manipuluje naszymi emocjami?*, „Focus", nr 11, s. 84–86.

Zaraska M. [2016], *Facebook, facebook, powiedz przecie…*, „Focus", nr 4, s. 28–30.