

Język w przestrzeni multimedialnej Przegląd zjawisk i literatury przedmiotu

Aleksandra Majdzińska-Koczorowicz

Uniwersytet Łódzki

Wstęp

Celem tekstu jest ukazanie języka na tle innych systemów semiotycznych i próba obserwacji jego funkcjonowania w wybranych sytuacjach komunikacyjnych, łączących różne rodzaje znaków. Przenikanie się form przekazu staje się łatwo dostrzegalną cechą współczesnej komunikacji – tekst nakłada się na obraz, współistnieje obok dźwięku, ruchu, gestu. Tę swoistą synkretyczność ekspresji umożliwiają nowe media i postęp technologiczny. Użytkownicy mediów społecznościowych doskonale orientują się, że aby zwrócić uwagę odbiorcy nie wystarczy sam tekst; oprócz komunikatu werbalnego potrzebny jest bodziec wizualny – zdjęcie, animacja, kolorowe tło czy efekty typograficzne w opracowaniu tekstu. Nasze smartfony to potężne centra multimedialne, które prawie wcale nie przypominają telefonów komórkowych z początku wieku, służących głównie do rozmowy głosowej i wymiany krótkich wiadomości tekstowych. Czasy audiowizualności i popularyzacja kultury uczestnictwa nasuwają pytanie o status języka w odniesieniu do innych form ekspresji.

1. Multimodalny czy multimedialny?

Multimodalność jest obecnie nośnym terminem wśród językoznawców, semiotologów, medioznawców, socjologów czy psychologów. Angielskie pojęcie *multimodal* lub *multimode* pojawiło się na początku XX w. jako leksem złożony z członów *multi-* oznaczającego „wiele” i *mode* pochodzącego od łacińskiego *modus*, czyli „sposób, metoda”. Termin ten początkowo był używany przez nauki ścisłe

(głównie statystykę), odkąd pojawił się w oksfordzkim czasopiśmie *Biometrika* jako określenie na własność krzywej częstotliwości posiadającej więcej niż dwie wartości maksymalne (Multimodal, b.d.). Pojęcie było również używane w znaczeniu technicznym (w opozycji do monomodalności, bimodalności) na określenie przedmiotu/zjawiska łączącego kilka sposobów przekazu, np. „kabel multimodalny”, „system multimodalny”, „aplikacja multimodalna” czy „transport multimodalny”. Multimodalność jako termin w medioznawstwie i językoznawstwie jest stosowany, najogólniej mówiąc, w odniesieniu do komunikacji bazującej na różnych systemach semiotycznych. Pojęcie to jest często synonimicznie zastępowane przez określenia takie jak „polimodalność, wielomodalność, multisemiotyczność, polisemiotyczność czy wielokodowość” (Maćkiewicz 2017: 33). Dla językoznawców (o podłożu systemowo-funkcjonalnym) ważnym impulsem, który obudził zainteresowanie multimodalnością, były publikacje Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena *Reading Images* (1990) oraz *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (1996). Jednak, jak zauważa Kaltenbacher (2004), już w połowie XVIII w. przejawiano zaciekawienie semiotycznym potencjałem różnych mediów i środków przekazu; za przykład może posłużyć sławny esej *Laokoon czyli o granicach malarstwa i poezji* autorstwa G.E. Lessinga (1766).

Terminy „multimedialność” i „multimodalność” często funkcjonują synonimicznie, jednak odnoszą się do innych zjawisk. Maćkiewicz (2017: 34) w odniesieniu do teorii Kressa i van Leeuwena (2001) zauważa, że różnica semantyczna między tymi pojęciami zasadza się na różnych podstawach słowotwórczych: pochodzący z łaciny rzeczownik *medium* (l. mn. *media*, ‘środek, pośrednik’) odnosi się do „środków, przekazników informacji”¹, natomiast rzeczownik *modus* (l. mn. *modi*) do „semiotycznego sposobu przekazu informacji”². Multimodalność dotyczy zatem połączenia co najmniej dwóch kodów semiotycznych, którego przykładem może być artykuł w gazecie łączący tekst i obraz czy mem internetowy, w którym obraz staje się matrycą dla tekstu³. Multimedialność jest natomiast – w moim rozumieniu – terminem technicznym, odnoszącym się do łączenia środków przekazu, urządzeń czy technologii. Bardziej zdomowione w polszczyźnie słowo „multimedia” było często używane na przełomie XX i XXI w. w odniesieniu do systemów teleinformatycznych „zdolnych do przetwarzania, archiwizacji i dystrybucji informacji w postaci dźwięku, ruchomych obrazów, fotografii, grafiki, tekstów oraz danych” (Multimedia, b.d.). Definicja słownikowa charakteryzuje multimedia jako „różne środki audiowizualne (dźwięk, tekst, obraz, animacja) wzajemnie się uzupełniające, użyte w jednym przekazie” (Multimedia 2002).

¹ „Media are the material resources used in the production of semiotic products and events” (Kress, van Leeuwen 2001: 22).

² „Modes are semiotic resources which allow the simultaneous realisation of discourses and types of (inter)action” (Kress, van Leeuwen 2001: 21).

³ O memie internetowym będę szerzej pisać poniżej.

2. Era monomodalności

W dobie multiplikacji przekazów wielokodowych zasadne staje się pytanie o status języka w relacji do pozostałych systemów semiotycznych danego komunikatu i, przede wszystkim, czy komunikacja staje się wizualna. Zauważalny wzrost form polimodalnych wiąże się ze zmianą w sposobie tworzenia komunikatów – dawniej preferowane były komunikaty monomodalne. Jak zauważają Kress i van Leeuwen (2001), książki, rozprawy naukowe, raporty czy dokumenty stanowiły zunifikowane pod względem typograficznym i (często) pozbawione ilustracji druki, z kolei obrazy były malowane określoną techniką na płótnie, a koncerty dawała orkiestra, w której jedynymi wyróżniającymi się osobami były dyrygent i solista. Podobnie każda z dziedzin nauki – językoznawstwo, historia sztuki czy muzykologia – posiadała swój osobny język, metody, terminologię. Z czasem jednak wyraźne granice między dziedzinami zaczęły się zacierać, co skutkowało łączeniem się dyscyplin. Hybrydyzacja formy i struktury ma również miejsce w codziennym życiu – coraz częściej korporacje, uniwersytety, stowarzyszenia czy inne organizacje przywiązują wagę do układu graficznego dokumentów, folderów reklamowych, papieru firmowego itp. Strony internetowe stały się wizytówką, a ich opracowanie graficzne jest tak samo ważne, a często nawet ważniejsze (?), niż przekazywana treść. Bateman (2008) zauważa, że tekst jest tylko elementem w całości multisemiotycznych dokumentów, który bywa jednak czasem zupełnie zastąpiony przez elementy wizualne.

Nowe media zrewolucjonizowały nasze postrzeganie poszczególnych modalności – to właśnie technologia ułatwia efektywne łączenie tekstu, obrazu, ruchu, dźwięku. Dużej liczbie bodźców towarzyszy wyzwanie – wzbudzenie i utrzymanie zainteresowania odbiorcy. Przykładem może być reklama internetowa typu *pop-up*, w której treść komunikatu zostaje umieszczona w okienku pojawiającym się (a raczej nieoczekiwanie wyskakującym) podczas przeglądania stron internetowych przez użytkowników. Element zaskoczenia oraz natarczywość komunikatu, którego nie sposób zignorować, ma za zadanie przełożyć się na jego efektywność. Heterogeniczność komunikacji stała się inspiracją dla semiologów, którzy dążą do opracowania uniwersalnego modelu analizy wszystkich kodów semiotycznych – konceptów tak różnych jak ubiór i poezja, sygnalizacja świetlna i muzyka klasyczna, czy moda i teatr (Kress, van Leeuwen 2001).

Pionierzy multimodalnego podejścia do komunikacji, Kress i van Leeuwen, rozpoczęli swoje poszukiwania (1996) od semiotyki obrazu, biorąc pod uwagę rysunki, obrazki, grafy, mapy, portrety, zdjęcia i opracowując model służący analizie warstwy wizualnej, który uwzględniał m.in.: kolor (*colour*), perspektywę

(*perspective*), framing/kadrowanie (*framing*) i kompozycję (*composition*). Późniejsze opracowanie (2001) miało na celu przybliżenie teorii komunikacji multimodalnej jako składowej poszczególnych semiotycznych komponentów, które mogą być analizowane w odniesieniu do dyskursu (*discourse*), designu (*design*), artykulacji (*production*) i dystrybucji (*distribution*). Semiotyka różnych systemów była przedmiotem rozważań także innych językoznawców wywodzących się z systemowo-funkcjonalnej szkoły Hallidaya (1978, 1985), m.in.: Martineca (1998), McInnesa (1998), O'Hallorana (2004), O'Toole'a (1994), por. Kaltenbacher 2004.

Zanim jednak systemy semiotyczne zostały uznane za równe sobie lub równorzędnie przyczyniające się do tworzenia znaczenia komunikatu, status najważniejszego komponentu posiadał język. Roman Jakobson (1968/1989) w rozprawie „Język a inne systemy komunikacji” zalecał analizę wszystkich systemów komunikacji z uwzględnieniem prymarnej roli języka:

Chociaż wśród przekazów w komunikacji ludzkiej dominującą rolę odgrywają przekazy werbalne, musimy jednak wziąć pod uwagę wszystkie inne rodzaje komunikatów używane w społeczeństwie ludzkim. Musimy zbadać ich właściwości strukturalne i funkcjonalne, nie zapominając jednak, iż dla całej ludzkości język jest głównym środkiem komunikacji oraz że tę hierarchię chwytów komunikacji z konieczności odbijają wszystkie inne, wtórne typy komunikatów ludzkich (Jakobson 1968/1989: 61).

Jakobson przewidział także rozwój zainteresowania różnymi mediami, związany z rozwojem technologicznym (telefon, radio, kino): „zmiany środków komunikacji ustnej i wzrost roli tych nowych środków mogą wywrzeć wpływ na ewolucję dyskursu i stać się tematem dociekań lingwistycznych i socjologicznych” (1968/1989: 65). Ważny wydaje się też wcześniejszy artykuł Jakobsona (1964/1989) „O stosunkach między znakami wizualnymi i audytywnymi”, w którym zostały omówione zależności strukturalne i percepcyjne: Jakobson skonstruował składniki symultaniczne złożonego znaku wizualnego z komponentami sukcesywnymi w znaku audytywnym. Barthes zaś zauważył, że obraz coraz częściej towarzyszy tekstowi (żyjemy w „cywilizacji obrazu”), ale wciąż uznawał dominującą rolę języka: „żyjemy nadal i bardziej niż kiedykolwiek w cywilizacji pisma, ponieważ pismo i mowa są strukturami o najpełniejszej strukturze informacyjnej” (1964/1985: 293). W swoich rozważaniach niejako antycypował analizę różnych kodów: „Retoryki nieuchronnie różnią się substancją (tutaj artykułowany dźwięk, gdzie indziej obraz, gest itd.), ale niekoniecznie formą. Jest nawet prawdopodobne, że istnieje jedyna forma retoryczna, wspólna np. [...] literaturze i obrazowi” (op. cit.: 300). W tym kontekście podejście Kressa i Ogborna (1998) do analizy

multimodalnej może się wydawać kontrowersyjne⁴, ponieważ badacze kwestionują przekonanie, że język jest najważniejszym środkiem komunikacji i postulują zainteresowanie pozostałymi systemami reprezentacji.

3. Mariaż tekstu i obrazu

Wśród wszystkich realizacji semiotycznych to tekst i obraz zdają się najczęściej występującą parą, co nie powinno zaskakiwać, ponieważ wzrok jest naszym dominującym zmysłem. Bateman (2014) postrzega słowo i obraz jako najbardziej naturalne i przystępne połączenie modalności, które towarzyszy człowiekowi od tysięcy lat. W wytłumaczeniu tego oczywistego duetu Boksa (2019: 88) odwołuje się do badań Levinsona (2006):

wyjaśnienie polega na tym, że ludzie są natywnie obdarzeni zestawem wielu umiejętności poznawczych (multimodalnych: wzrokowych, słuchowych, dotykowych itp.), które dzięki procesowi integracji neuronalnej i sensorycznej umożliwiają ludziom bezpośrednie kontakty w celu osiągnięcia przez nich różnorodnych życiowych zamierzeń.

Według językoznawców kognitywnych język odzwierciedla konceptualizację (Langacker 1987), która z kolei jest kształtowana przez percepcję wzrokową. Językowy opis danej sceny bazuje na abstrakcyjnej organizacji kognitywnej w umyśle odbiorcy, ukazującej sposób postrzegania tej sceny. Dlatego, jak zauważa Kwiatkowska (1996), opis językowy jest wtórny wobec obrazu i może być z tego powodu pojmowany jako przekład intersemiotyczny (*cross-modal translation*). Język pozwala opisać tylko część percypowanej rzeczywistości, dlatego obserwator sceny musi wybrać elementy kluczowe (figurę/trajektor) i te, które pełnią rolę tła (tło/landmark; Langacker 1987, 2008). Bez wątpliwości pismo jest wtórne wobec obrazu w sensie historycznym – malowidła na ścianach jaskini poprzedziły pismo i literaturę, co znajduje odzwierciedlenie w metaforze „pisanie to malowanie” (ang. *writing is painting*; Kwiatkowska 2013).

W tym kontekście naturalne wydaje się zapożyczanie przez kognitywistów słownictwa z domeny wizualnej, np.: obserwator (*observer/viewer*), scena (*scene*), punkt widzenia (*viewpoint*), perspektywa (*perspective*) czy samo obrazowanie (*imagery*), zob. Langacker 1996. I właśnie konceptualizacja oraz wtórny jej opis językowy są często porównywane przez językoznawców kognitywnych do malowania obrazu. Aby stworzyć dzieło, artysta musi dokonać wyboru

⁴ Obszerniejsze uwagi na ten temat przedstawia Kawka (2016).

przedstawionego elementu rzeczywistości, ogniskowania uwagi poznawczej, najważniejszego elementu sceny, tła oraz zastosowania perspektywy. Elementy te odpowiadają poszczególnym wymiarom obrazowania omówionym przez Ronalda Langackera (1987; 2008), ponieważ każdy z nas podejmuje dokładnie takie same kroki, opisując obserwowaną scenę: język jest niewystarczający, aby oddać całą percypowaną sytuację, więc musimy odpowiednio ją zawęzić, zinterpretować i skupić uwagę na poszczególnych elementach.

Znak równości pomiędzy postrzeganiem zmysłowym a rozumieniem dostrzec można również w wyrażeniach językowych bazujących na metaforze „wiedzieć to widzieć”, np. „nie widzę tego”, oznaczające potocznie „nie wyobrażam sobie tego”, lub „jak to widzisz?”, będące pytaniem o pogląd na dany temat. Czasownik *to see* w języku angielskim oprócz denotacji poznania zmysłowego jest używany do wyrażenia zgody, zrozumienia, czy zapewnienia; podobnie jak frazy idiomatyczne, które bazują na tym znaczeniu: *I see, as I see it, as far as I can see*.

Lakoff i Johnson (1988: 19) zaobserwowali, że metafora jest przede wszystkim figurą myśli, a jedynie wtórnie przejawia się w formie językowej: „odkrywamy obecność metafory w życiu codziennym, nie tylko w języku, lecz też w myślach i czynach”. Forceville zdecydował się kontynuować tę myśl, twierdząc: „jeśli metafory są figurami myśli, to powinny znaleźć odzwierciedlenie nie tylko w formie językowej, ale i również w obrazie, filmie, dźwięku, muzyce, gestach, a nawet w dotyku i zapachu” (Forceville 2008: 463, tłum. AMK). Zatem realizacje figuratywne różnych przestrzeni można odnaleźć w systemach werbalnych (Jäkel 1999), wizualnych (Forceville 2008; 2009), gestowych (Cienki 2017; Cienki, Müller 2008) czy audytywnych (Zbikowski 2008, Górka 2018). Okazuje się, że metafory niewerbalne mogą w pewnych aspektach być bardziej uniwersalne niż metafory werbalne (Forceville 2008: 463). Przede wszystkim cechuje je „natychmiastowość percepcyjna” (*perceptual immediacy*), to znaczy obrazki, dźwięki czy gesty są łatwiej i szybciej przyswajane niż język, co znowu wpływa na ich kulturową uniwersalność i prawdopodobnie na silniejszy odbiór emocjonalny. Należy również zaznaczyć, że metafora nie jest jedyną figurą realizowaną nie tylko monomodalnie, ale i multimodalnie (Forceville 2008; zob. Barcelona 2000; Teng, Sun 2002).

Synkretyzm modalności jest zjawiskiem częstym i naturalnym – wszak świat odbieramy wszystkimi zmysłami i odbiór ten odzwierciedlamy w komunikacji. Balansowanie na granicy dwóch modalności znajduje wyraz także w formach, które mogą być rozumiane jako przekład intersemiotyczny, tj. zgodnie z kategorią wprowadzoną przez Jakobsona w znaczeniu: „interpretacja znaków językowych za pomocą znaków pozajęzykowych systemów znakowych” (1959/2000: 44). Definicja ta jakoby sugeruje kierunek owej transpozycji, tj. przekład słowa na muzykę, taniec, film, malarstwo (Kaźmierczak 2017). W jej myśl Kaźmierczak podaje następujące przykłady (2017: 9):

- ze słowa na muzykę – muzyka programowa (instrumentalna), np. *Burza*, fantazja symfoniczna op. 18 Piotra Czajkowskiego według Szekspira;
- ze słowa na taniec – balety, których libretta wywodzą się ze sztuki słowa, jak w przypadku *Anny Kareniny* Rodiona Szczedrina (1971);
- ze słowa na sztuki plastyczne – choćby *Śmierć Ellenai* Jacka Malczewskiego (1907, Muzeum Narodowe w Krakowie).

Lista ta jest wciąż otwarta i do polisemiotycznych dzieł można zaliczyć nie tylko adaptacje filmowe czy teatralne, ale i komiks, gry komputerowe, a nawet przekodowania na alfabet Morse’a (Każmierczak 2017). Należy jednak zauważyć, że działania „w drugą stronę”, tj. od kodu innego niż werbalny do kodu werbalnego są również formami praktykowanymi, wśród których warto wymienić infrazę, czyli (najogólniej mówiąc) ilustrację do tekstu. W tym kontekście pojęciami, które kojarzą się z intersemiotycznością są na przykład „mimesis, reprezentacja, transpozycja [...], ikonizacja [...], obrazowość [...], intertekstualność” (Radziejewicz 2017: 167).

4. Nowe media

Perspektywa multimodalna w ewolucji języka zakłada, że język stanowi integralną całość z sygnałami dźwiękowymi i gestami w komunikacji: „komunikacja to zintegrowany system oparty na gestach i mowie” (Boksa 2019: 88). Efektywna komunikacja interpersonalna (często określana mianem „twarzą w twarz”) zakłada interakcję nie tylko werbalną, ale i wizualną. Zdarza się więc na przykład dostrzec dysonans między mową ciała (gesty, mimika, ton głosu) a komunikatem werbalnym, gdy rozmówca nie mówi prawdy. Wielomodalność jest wpisana w kontakty bezpośrednie i funkcjonuje w postaci komunikatów mieszanych, to jest łączących słowa, dźwięki, gesty, mimikę (Michalewski 2009). Zatem bazowanie na różnych systemach semiotycznych jest naturalne dla człowieka i naszej codzienności komunikacyjnej.

Dzisiejsze programy komputerowe i aplikacje mobilne pozwalają niemalże zastąpić kontakt osobisty, oferując opcję transmisji głosu i obrazu w czasie rzeczywistym (synchronicznie) czy rejestracji i archiwizacji przekazu (asynchronicznie). Komunikacja internetowa (ang. *computer-mediated communication*, CMC), czyli komunikacja interpersonalna za pomocą urządzeń elektronicznych, ułatwia kontakt synchroniczny i asynchroniczny każdej osobie posiadającej dostęp do

urządzenia przetwarzającego obraz i dźwięk, podłączonego do internetu. Ten typ komunikacji jakby z definicji jest multimodalny⁵, ponieważ bazuje na przesyłaniu komunikatów mieszanych, łączących tekst, audio, wideo i grafikę. Przykładem platformy skupiającej różne kody jest serwis społecznościowy Facebook, który pozwala na komunikację tekstową w postaci postów, komentarzy pod postami oraz rozmowy na czacie. Dodatkowo komunikat można urozmaicić zdjęciem, krótkim wideo, emotikonem, gifem czy naklejką, ale samym komunikatem staje się również każdy z tych elementów osobno lub w dowolnej konfiguracji – wówczas obecność tekstu nie jest wymagana. Facebook poprzez wzbogacenie w opcję czatu przeistoczył się w interaktywną multimodalną platformę. Jak zauważa Herring (2015), serwisy/portale, w których dominującym kodem semiotycznym jest tekst, np. Wikipedia, nie mogą być sklasyfikowane jako interaktywne, ponieważ nie umożliwiają naprzemiennego przesyłania wiadomości tekstowych w formie rozmowy (ang. *instant messenger*). Interaktywne z założenia są natomiast komunikatory internetowe (np. Facebook Messenger, Skype, Microsoft Teams, Zoom, Viber, WhatsApp), które dopuszczają komunikaty werbalne, wizualne i mieszane, takie jak: czat, rozmowa głosowa, notatka głosowa, wideo rozmowa (wideokonferencja), gif, emotikon, naklejka i załącznik. Oprócz komunikatorów służących do kontaktu z rodziną, znajomymi, współpracownikami czy uczniami/studentami zostały stworzone narzędzia bardziej wyspecjalizowane, na przykład ułatwiające graczom porozumiewanie się podczas rozgrywek online, takie jak TeamSpeak lub Discord.

Pojawienie się nowych mediów i technologii wpłynęło na rozwój globalizacji, która z kolei zmieniła wymiar różnorodności społecznej, kulturowej i językowej na całym świecie (Blommaert, Rampton 2011). Warto podkreślić, że kultura uczestnictwa wytworzona w ramach tzw. Web 2.0 sprzyja wymianie informacji, opinii, wiedzy czy materiałów, budując ogromną multimodalną międzynarodową bazę. W celu szybszego odnajdywania poszukiwanych treści (strony internetowej, wideo, grafiki, pliku dźwiękowego, dokumentu) w tym morzu informacji należy posługiwać się słowami kluczowymi – tagami i hasztagami – które pozwalają przyporządkowywać elementy do danych kategorii. Jest to zjawisko znane jako folksonomia (Flasiński 2017).

Narzędzia wytworzone przez Web 2.0 zapewniają nie tylko rozrywkę, ale także pomoc w pracy i edukacji; Guth i Helm (2010) wymieniają trzy główne instrumenty: portale społecznościowe, strony zbudowane na systemie Wiki, blogi. Do tej listy Combe i Codreanu (2016) dodają wszelkie platformy służące do zamieszczania treści przez użytkowników (*user-generated content*), np. YouTube czy Flickr, których specyfika ułatwia naukę języków obcych i poznawanie kultur.

⁵ Zagadnienie multimodalnej komunikacji internetowej szczegółowo omawia Herring (2015).

Warto tutaj wspomnieć również o platformach e-learningowych typu Moodle, które udostępniają narzędzia do kształcenia zdalnego w postaci webinarów, dyskusji, forum, lekcji itp. W 2020 r. komunikacja internetowa okazała się nieodzowną pomocą podczas pandemii wywołanej przez wirusa SARS-CoV-2 i umożliwiła zdalną pracę, naukę czy codzienne sprawunki, przenosząc nasze życie w zdigitalizowaną przestrzeń. Jeszcze dziesięć lat temu całkowite przejście w tryb zdalny byłoby trudne, a dwadzieścia lat temu wręcz nierealne ze względu na ograniczenia technologiczne.

Komunikacja internetowa jest szerokim zagadnieniem i nie sposób byłoby w tym miejscu dać pełną jej charakterystykę. Internet wydaje się być doskonałym przykładem przestrzeni multimodalnej i zarazem multimedialnej, ponieważ jest przekątnikiem pozwalającym na komunikację wielokodową, hybrydującą wszystkie media tradycyjne. Komunikacja ta przeszła zauważalną metamorfozę związaną z postęпом technologicznym. Jeszcze w 2009 r. Michalewski pisał: „Jak dotąd, w trakcie procesu komunikowania się na żywo wysyłało się przede wszystkim teksty pisane. Przesyłanie dźwięku niezapisanego uprzednio w formie pliku jest jeszcze wciąż kłopotliwe, chociaż już m.in. dzięki komunikatorowi Skype możliwe” (2009: 151).

Na początku obecnego wieku komunikacja za pomocą Internetu była wciąż *novum*, które należało ośwoić i przybliżyć użytkownikom, przedstawiając zasady oraz podstawowe formy i kanały komunikacyjne, np. blog, czat, e-mail, gry internetowe, fora dyskusyjne itp. Grzenia (2006) wyjaśniał, że pismo (tekst) w internecie jest odpowiednikiem mowy w języku codziennym, co skutkuje wymieszaniem się cech języka mówionego i pisanego. Językoznawca porównywał język stron WWW z językiem publikacji drukowanych, np. prasy, który nie powinien być tak swobodny i potoczny jak język korespondencji elektronicznej. Najwięcej jednak potocyzmów i kolokwializmów odnajdywał w języku konwersacji internetowych.

Jako jedną z cech komunikacji internetowej Grzenia wymienił operowanie przekazem multimedialnym, w którym dominuje pismo z uzupełniającą rolą obrazu i, rzadziej, dźwięku. Elementy wizualne (emotikony i znaki ikoniczne) – według językoznawcy – powinny zostać ograniczone⁶: to przekaz werbalny miał być najważniejszym elementem komunikatu (można się pokusić o stwierdzenie, że w poglądzie tym jakby wybrzmiewa Jakobsonowskie przyznanie językowi rangi najważniejszego kodu). Ograniczone możliwości graficzne komputerów były rekompensowane przez użytkowników swoistą kreatywnością typograficzną: łączono tekst i symbole dostępne na klawiaturze, aby otrzymać proste ornamenty, w których Grzenia upatrywał przejaw chęci wyróżnienia się osoby mówiącej, np. w sygnaturkach:

⁶ „Emotikonów i ikon należy używać oszczędnie, ich nadmiar powoduje bowiem, że tracą jakiegokolwiek znaczenie” (Grzenia 2006: 329).

<<< ^→ << Pozdrawiam >< Prymek >< GG#1981 >><< ^→

Formy takie były stosowane jako podpisy na forum lub czacie i pełniły funkcję wizytówki czy zaproszenia do kontaktu poprzez komunikator internetowy lub maila.

Komunikacja internetowa prezentuje całe spektrum form, w których pojawiają się komunikaty mieszane. Chciałabym skupić uwagę na kilku gatunkach i zjawiskach, które narodziły się wraz z rozwojem technologii i powszechnego dostępu do sieci oraz rozważyć charakterystyczne dla nich łączenie języka z innymi kodami semiotycznymi.

5. Ideogramy

Emotikony (ang. *emotion icon*) i ikony to chyba jedno z bardziej podstawowych elementów ikonicznych używanych w komunikacji internetowej, które są tworzone z kombinacji liter i znaków interpunkcyjnych. Michalewski (2009: 152) określa ideogramy jako „namiastkę sygnałów paralingwistycznych i ekstralingwistycznych, bez których porozumiewanie się na żywo jest odczuwalne jako niepełne, nienaturalne”. Grzenia (2006) uzupełnia tę definicję, podkreślając modalną rolę emotikonów wspomagających wyrażenie stosunku nadawcy do wygłoszonego komunikatu słownego. Komunikacja internetowa jest jedynie namiastką komunikacji „twarzą w twarz” – gdy nie widzimy mowy ciała naszego rozmówcy, nietrudno o nieporozumienie. Ponadto emotikony mogą urozmaicić wizualnie komunikat, zastąpić go wtedy, gdy chcemy uniknąć precyzyjnej odpowiedzi, a także prezentować tzw. „neutralność socjalną” (Michalewski 2009) – ta sama forma jest adresowana do przedstawicieli różnych grup wiekowych, zawodowych i społecznych. Warto również podkreślić obecnie rosnącą wariantywność ideogramów – ikony reprezentujące człowieka są dostępne w barwach odzwierciedlających kolor skóry. Pojawiają się także obrazki powalające na ujawnienie poglądów religijnych, społecznych czy politycznych.

Początkowo emotikony budowane były ze znaków interpunkcyjnych zestawionych z literami, mających za zadanie ikonicznie odzwierciedlić emocje wyrażane przez twarz człowieka. Oprócz tych najłatwiejszych do zrozumienia⁷, np.:

⁷ Poniższe przykłady zostały wybrane z szerokiego zestawienia Michalewskiego (2009: 152–153).

: -)	radość
: -(	smutek
; -)	żart
: -O	zdziwienie

pojawiały się wariacje i kombinacje, które mogły zaskakiwać oryginalnością, np.:

: -X	superbuziaczek
: ~)	użytkownik ma katar
: -7	uśmiech z przekąsem

czy nawet „emotikony-zagadki” wskazujące na kreatywność użytkowników internetu w tej materii (Grzenia 2006: 319):

: -)}<///>	noszę krawat
* : ^)(. (...)	bałwanek

Rozwój technologii sprawił, że edytory tekstu typu MS Word po wprowadzeniu odpowiedniej kombinacji cyfr i liter zaczęły samoistnie zamieniać „buźki” typograficzne na obrazkowe, np. sekwencja ‘dwukropek – myślnik – nawias zamykający’ na znaczek 😊, a komunikatory internetowe oferować całe spektrum kolorowych ikon reprezentujących wyrazy twarzy (ang. *smileys*), gesty, zawody, części ubrań i akcesoriów, etapy życia, zwierzęta, rośliny, sporty, symbole, flagi itd.⁸ Możliwości ekspresji są niemal nieograniczone, a liczba nowych ikon wciąż wzrasta.



II. 1. Przykłady ideogramów

Źródło: <https://pixabay.com/illustrations/emoji-smilie-whatsapp-emotion-2762568/>
(dostęp 20.09.2020)

⁸ Obszerny wybór ikon jest dostępny np. na stronie www.getemoji.com

6. Blogi i vlogi

Blog⁹ (inaczej dziennik internetowy) został zdefiniowany jako dokument osobisty zamieszczany na stronie WWW w kolejności odwrotnej do chronologicznej (Więckiewicz 2012: 27). Przełom XX i XXI w. wiąże się z szybkim rozwojem tej formy ekspresji zarówno na świecie, jak i w Polsce, umożliwiającym przez wzrost liczby platform i serwisów blogowych. Stosując formę publikowanych materiałów jako kryterium typologiczne, blogi można podzielić na tekstowe, fotoblogi, wideoblogi i formy mieszane (Więckiewicz 2012: 27)¹⁰. W każdym z tych typów mogą występować elementy pozostałych, ale wówczas pełnią one funkcje wtórne – wzbogacające, uzupełniające, ilustrujące. Blogi tekstowe są „prototypicznymi” przejawami tego gatunku i słowo pisane jest w nich podstawową i główną formą ekspresji. Ograniczenie to jednak wymusza na autorach sprawne posługiwanie się językiem w celu przekazania swoich obserwacji dotyczących świata zewnętrznego, jak i przeżywanych emocji, uczuć i rozterek; wpisy mogą przybrać formę literacką, reportażową czy felietonową. Pojawienie się elementów multimedialnych, takich jak zdjęcie, nagranie audio, wideo czy animacja, będzie jedynie uzupełnieniem komunikatu słownego. Jeśli jednak na blogu zaczynają dominować elementy wizualne, to zmienia się jego charakter. Fotoblogi i wideoblogi są formami wtórnymi, które z czasem umożliwił rozwój technologii: szybsze łącze internetowe oraz dostęp do urządzeń elektronicznych, takich jak cyfrowy aparat fotograficzny, kamera cyfrowa, kamera internetowa, smartfon. Dominacja warstwy wizualnej nie wyklucza pojawienia się tekstu, ale pełni on już tylko rolę wspomagającą, np. informującą czy komentującą. Jedną z dużych platform umożliwiających umieszczanie wideoblogów (vlogów) jest serwis YouTube gromadzący nagrania wszelkiego typu realizowane przez profesjonalistów i amatorów.

Słowo pisane zostało zastąpione słowem mówionym ze względu na szybszy i łatwiejszy sposób przekazywania myśli, umożliwiony przez wprowadzenie vloga (Więckiewicz 2012). Obraz zarejestrowany z kamery umieszczonej na wysokości naszego wzroku daje wrażenie jakby nadawca kierował komunikat bezpośrednio do odbiorców, co dodatkowo skorelowane z używaniem przez nadawcę formy adresatywnej w drugiej osobie liczby pojedynczej może stanowić namiastkę komunikacji interpersonalnej. Zaraziński (2006) postrzega jednak ten typ komunikacji

⁹ Słowo „blog” pochodzi od wyrazu *weblog* stworzonego w 1997 r. przez Jorna Barger’a i oznacza „dziennik sieciowy” lub „rejestr sieciowy” (Więckiewicz 2012).

¹⁰ Grzenia (2006: 313) w definicji blogu zaznacza możliwość wystąpienia obrazu na równi z tekstem: „W przeciwieństwie do zwykłego pamiętnika blog jest publikacją złożoną z tekstu i obrazu, a nawet dźwięku”. Dokładniejsza typologia blogów zob. Gumkowska, Maryl, Toczyski 2009.

jako masowy, ponieważ jeden nadawca zwraca się do licznej widowni. W relacji tej brakuje oczywiście natychmiastowego komunikatu zwrotnego, jednakże jego odpowiednikami są komentarze umieszczane przez widzów pod nagraniem. Przestrzeń komentarzy stanowi ważny element vlogów, ułatwiający interakcję między odbiorcą i nadawcą oraz między odbiorcami, co w dłuższej perspektywie pozwala na zbudowanie społeczności (*community*). Tutaj jednak jedyną opcją kontaktu jest słowo pisane lub zamieszczenie linku do wybranej strony internetowej. Inną formą informacji zwrotnej jest prezentacja reakcji, pozytywnej (kciuk do góry) lub negatywnej (kciuk w dół), przy użyciu ikony umieszczonej w interfejsie portalu.

Relacja słowa (dźwięku) i obrazu w wideoblogu nie jest oczywista, Więckiewicz (2012) wskazuje na trzy jej rodzaje: dominuje obraz a dźwięk nie występuje, zarówno obraz i dźwięk pełnią kluczową funkcję komunikacyjną, dźwięk dominuje przy wspomagającej/marginalnej funkcji obrazu. Trudno jest sobie wyobrazić pierwszą grupę, ponieważ chyba każde wideo jest w zamyśle połączeniem obrazu i dźwięku; warto jednak dodać, że w internecie często pojawiają się filmy, których oglądanie z wyłączonym dźwiękiem jest możliwe ze względu na zastosowanie transkrypcji, pozwalającej na pełny odbiór komunikatu osobom, które nie mogą oglądać filmu z dźwiękiem nie tylko ze względu na ograniczenia funkcji poznawczych, ale na przebywanie w środowisku, w którym odsłuch jest niewykonalny lub niezręczny (np. w miejscach publicznych, w pracy, szkole itp.). Filmy tego rodzaju jednak można zaliczyć do drugiej kategorii, w której obie warstwy kodu semiotycznego są ważne. Do tej grupy na przykład przynależą poradniki (tutoriale) demonstrujące/ilustrujące sposób wykonania jakiejś czynności lub rzeczy, w których obraz i jego objaśnienie jest tak samo kluczowe. Ostatnia kategoria obejmuje wszelkie podcasty, wykłady, audiobooki czy nagrania muzyczne, w których wizualizacja pełni jedynie funkcję estetyczną i nie wymaga szczególnej uwagi odbiorcy.

Granica między typami blogów wydzielonymi ze względu na kryterium formy zaciera się i coraz więcej dzienników internetowych przybiera formę heterogeniczną, ponieważ autorzy łączą tekst z elementami innych kodów semiotycznych (Więckiewicz 2012). Można odnieść wrażenie, że rolę blogów zaczęły pełnić fanpejdże (fanpage) lub konta na portalach społecznościowych, które mogą mieć dowolną tematykę: polityczną, literacką, kulinarną, podróżniczą, psychologiczną, religijną, czy nawet tzw. lifestylową, ukazując codzienne życie blogera. Kluszczyński (2002: 8) obserwuje, że „nasza pamięć jest dziś kolażem fragmentów odwiedzonych światów. Miejsc, czasów, ludzi, okrucich wydarzeń, ideologii i mitów”. Właśnie te migawki z życia są najczęściej przez nas utrwalane. Można powiedzieć, że każdy z nas za pośrednictwem mediów społecznościowych staje się blogerem, publikując zdjęcia z wakacji, informując o ważnych wydarzeniach, dzieląc się czytaną książką, oglądanym filmem czy ulubioną muzyką.

7. Media społecznościowe

Media społecznościowe bazujące na Web 2.0 charakteryzują się wysokim stopniem demokratyczności i interaktywności, oferują szereg udogodnień oraz pozwalają na kreatywność, dzięki czemu użytkownik z biernego odbiorcy staje się nadawcą i „aktywnym podmiotem w procesie kształtowania i wyboru mediów” (Iwanowska 2016: 171). Media elektroniczne stały się ogromną platformą służącą do komunikacji nie tylko interpersonalnej, ale i masowej. Jednak ta ostatnia różni się od tradycyjnej formy przekazu zbiorowego: jak zauważa Juza (2007: 74), chociaż wciąż nadawca kształtuje przekaz, to odbiorca ma prawo wyboru, czy, w jaki sposób i kiedy go odbierze, a przekazy dobiera indywidualnie, tak, aby odpowiadały jego zainteresowaniom, tworząc własną przestrzeń w internecie, określaną mianem *clickstream*¹¹. Odbiorca ponadto zyskał sposobność reakcji na przekaz nadawcy oraz, jak już zostało wcześniej wspomniane, sam może stać się nadawcą. Internet ułatwił przedsięwzięcia globalne tworzone właśnie przez oddolną inicjatywę, np. strony typu Wiki, których treść jest kształtowana wspólnie przez społeczność. „Standaryzacja i unifikacja [...] zanika na rzecz indywidualizacji” (Juza 2007: 68), a każdy użytkownik zyskuje własną mikroprzestrzeń, np. w postaci konta/profilu na portalu społecznościowym.

Popularność portali i aplikacji społecznościowych jest ogromna i wciąż rośnie. Liderem w 2020 r. stał się Facebook (odnotowano wtedy 2,500,000,000 zarejestrowanych użytkowników¹²), który w ramach profilu użytkownika (własnej podstrony) pozwala na prowadzenie mikroblogu w postaci uaktualniania statusów, które wyświetlają się na tzw. „ścianie” (*wall*) gromadzącej najnowsze lub najbardziej popularne wpisy znajomych (osób, które zaprosimy do grona przyjaciół) i stron, które obserwujemy; Facebook zapewnia również interakcję poprzez czat (Messenger) i w ramach grup (nieco przypominających internetowe fora). Możemy też za pomocą tego portalu zapraszać znajomych na organizowane wydarzenia, znaleźć bieżące informacje i oferty pracy, zapewnić sobie rozrywkę (gry indywidualne i zespołowe), organizować zbiórki charytatywne (np. z okazji swoich urodzin), rozliczać się ze znajomymi (poprzez narzędzie Facebook Pay), wspólnie oglądać filmy, a nawet otworzyć bazarek (Marketplace). To oczywiście niektóre z aktywności, jakie oferuje ten multimedialny „kombajn”. Ten szeroki wachlarz opcji odpowiada wszystkim potrzebom użytkowników mass mediów, które wyróżnił psycholog Denis McQuail (2007; za: Iwanowska 2016), tj. poszukiwania rozrywki, dostępu do informacji, interakcji społecznych i kreowania własnej tożsamości.

¹¹ Autorem pojęcia jest J. Battelle (2005), zob. Juza 2007.

¹² Dane pochodzą z www.dreamgrow.com z kwietnia 2020 r., <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> (dostęp 26.09.2020).

Bez wątpienia Facebook jest również prawdziwie multimodalnym medium, ponieważ w ramach jednego postu zamieszczanego przez użytkownika istnieje możliwość przekazania komunikatu za pomocą kilku kanałów semiotycznych: tekstu, obrazu, filmu (filmiku), relacji na żywo. Warto wspomnieć również o hipertekstualnych właściwościach nielinearnej komunikacji internetowej, z których korzysta także Facebook i dopuszcza podanie linku do dowolnej strony internetowej, oznaczenie użytkownika serwisu (wywołujące identyfikator danej osoby poprzez użycie znaku pisarskiego „@”) lub zastosowanie znacznika „#” (*hashtag*) dla słów kluczowych, który pozwala na agregację postów o podobnej tematyce i ich szybkie wyszukiwanie. Aplikacja zaprasza nas do aktywności na „wallu”, zadając pytanie: „O czym myślisz?”. Odpowiedź można sformułować werbalnie, zamieścić zdjęcie lub film oraz oznaczyć nasz nastrój i aktywność. Zaskakująca zdaje się ostatnia opcja, ale jeśli mamy kłopot z nazwaniem własnych uczuć czy wykonywanych czynności, to Facebook podpowiada nam szereg określeń emocji, poczynawszy od „szczęśliwy”, „kochany”, „smutny”, po „śpiący”, „głodny” czy nawet „czuję się bogaty” oraz zajęć: możemy „świętować...” (tu znów niekrótką listą – czasami zadziwiających – opcji, np. urodziny, sukces, święta, środek tygodnia, zimę, czy... swoje życie), „oglądać...”, „czytać...”, „jeść...”, „pić...”, „myśleć o...” (w tym miejscu Facebook powtórnie nie zawodzi i podpowiada: „dawnych czasach”, „lepszach czasach”, „tym, jakie mam szczęście”, „wakacjach”, czy „zrobieniu czegoś zwariowanego”). Każdej z emocji i czynności towarzyszy ideogram, który pełni rolę ilustracji i wzmocnienia przekazu werbalnego. Tekst wolno dopełnić również innym elementem wizualnym, GIF-em (ang. *Graphics Interchange Format*), czyli prostą grafiką stworzoną z kilku pojedynczych obrazów, zwolnionego wideo czy ruchomej ilustracji.

Facebook pozwala na zamieszczenie postu o objętości do 60 tysięcy znaków, co wyróżnia go na tle pozostałych portali: przykładowo Instagram dopuszcza jedynie 2200 znaków a Twitter 280 (do 2017 r. liczba ta wynosiła 140). Jednak ponieważ większość użytkowników najpierw zauważa element graficzny, a dopiero potem tekst, specjaliści od marketingu zalecają posty o długości od 40 do 150 znaków wzbogacone o obrazek (Podonowska-Zadłużna 2017). Warto jednak dodać, że nawet jeśli osiągniemy limit znaków nałożony na opis zdjęcia na Instagramie czy filmu na YouTube, to i tak zostanie wyświetlony tylko początek komunikatu, a dalsza jego część będzie dostępna dopiero po rozwinięciu opisu, czyli w momencie, gdy zainteresuje nas element ikoniczny i zechcemy dowiedzieć się czegoś więcej. W kontekście marketingowym Facebookowe centrum pomocy dla firm zachęca do ograniczenia tekstu na rzecz eksponowania obrazu: „[...] obrazy zawierające mniej niż 20% tekstu są skuteczniejsze. W związku z tym zalecamy stosowanie krótkiego, jasnego i zwięzłego tekstu, aby przekaz przebił się do

świadomości odbiorcy”¹³. A więc można domniemywać, że rola komunikatu tekstowego jest drugorzędna nie tylko na portalach i aplikacjach przeznaczonych do dzielenia się materiałem wizualnym, np. Instagram, ale także na pozwalającym na dłuższe wypowiedzi Facebooku.

8. Komiks internetowy

Komiks (*comic strip*, *funnies*) powstał na przełomie XIX i XX w. jako grafika gazetowa o charakterze satyrycznym. W latach 50. ubiegłego wieku cieszył się ogromną popularnością; obecnie ma raczej charakter niszowy (Jenkins 2007). Dostępność komiksów jest ograniczona ze względu na niski nakład, niewielką dystrybucję i marketing (Chmielewski 2015). Analizowany jako przykład formy wizualno-werbalnej, jest gatunkiem znanym i dobrze opisanym pod względem poetyki (zob. Przybylski 1980; Toeplitz 1985; Szyłak 2000). Jego „młodszy brat” – komiks internetowy lub webkomiks – to forma wciąż stosunkowo młoda (sięga początku lat 90. XX w., czyli narodzin WWW) i najogólniej definiowana jako komiks tworzony dla celu publikacji w internecie¹⁴. Nie chodzi tu więc o zdigitalizowane komiksy oryginalnie wprowadzone w formie tradycyjnej (*print-born*), a o formy stworzone multimedialnie i opublikowane w sieci (*digital-born*)¹⁵. Należy również odróżnić komiks internetowy od komiksu cyfrowego, który jest alternatywną wersją dla komiksu drukowanego na papierze, szczególnie popularną na rynku amerykańskim np. na platformach comiXology i Graphic.ly (zob. Frąszczak 2014).

Webkomiks jest gatunkiem niejednorodnym i dopuszcza wariantywność formy: może przypominać tradycyjną bimodalną strukturę łączącą tekst i obraz lub bazować na wielokodowości wprowadzonej przez multimedia, tj. zawierać hiperłącza, animacje, dźwięk (Aggleton 2019). Jednak, jak zauważa Kukkonen (2014), tylko część twórców webkomiksów wykorzystuje potencjał zdigitalizowanej przestrzeni, umieszczając animowane postaci, samopojawiające się dymki, czy tzw. efekt *Easter egg*, który (w tym kontekście) polega na ukryciu zawartości w warstwie ikonicznej przekazu – zostaje ujawniona w interakcji z odbiorcą,

¹³ Cytat pochodzi ze strony Centrum pomocy dla firm https://www.facebook.com/business/help/p/980593475366490?id=1240182842783684&helpref=uf_permalink (dostęp 25.09.2020).

¹⁴ Definicja webkomiksu nie została sprecyzowana (zob. Zanfei 2008; Frąszczak 2014).

¹⁵ Problem definicji komiksu internetowego polega m.in. na tym, że większość komiksów przeznaczonych do dystrybucji w druku jest również kreowana przy użyciu oprogramowania komputerowego (Aggleton 2019).

np. po kliknięciu kursorem w dany komponent komiksu. Jednym z pierwszych komiksów tego typu był *Argon Zark!* (1995–2019) autorstwa Charliego Parkera, w którym używane są animowane elementy umieszczane w panelu obrazkowym¹⁶.

Oprócz wymienionych komponentów interaktywnych przewagą webkomiksów nad formami tradycyjnymi jest możliwość umieszczenia całej opowieści na jednej stronie, tak aby odbiorca nie musiał wchodzić na kolejne podstrony – tzw. *infinite canvas*. Możliwość ta ułatwia rozplanowanie graficzne komiksu, pozwala na dowolny kształt i rozmiar paneli oraz ich rozmieszczenie. Przede wszystkim jednak usprawnia sterowanie odległością między panelami bez obawy o restrykcje związane z objętością druku, na przykład pomaga wprowadzić graficzny dystans¹⁷ między panelami, który ikonicznie spowalnia akcję (McCloud 2009).

Odmianą komiksu internetowego, która pozwala na bezpośrednią interakcję z odbiorcą, ingerencję w treść czy stworzenie nowego (dodatkowego) znaczenia opowieści jest hiperkomiks¹⁸ (Goodbrey b.d.). Oparty na idei wielokursowości, hiperkomiks pozwala na wielowarstwowość opowieści – oprócz przedstawionej historii pojawiają się równoległe ścieżki wydarzeń, o których rozwoju decyduje odbiorca. Nowe platformy przekazu wpływają również na hybrydyzację komiksu, czego efektem jest komiks gamingowy (*game comics*), który wykorzystuje charakterystyczne cechy gatunkowe komiksu do tworzenia rozgrywek oraz komiks używający dźwięków (*audible comics*) do nawigacji i narracji (Goodbrey 2017).

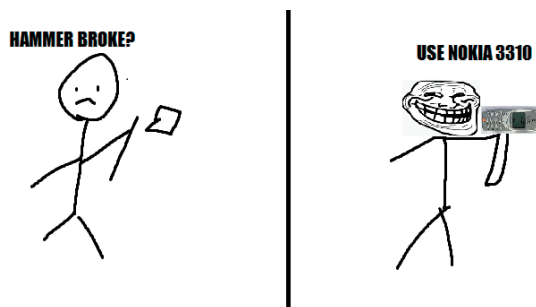
Cechą odróżniającą komiksy internetowe od tradycyjnych jest łatwość dostępu dla twórców – każdy z nas ma okazję opublikować swoje dzieło na portalach internetowych takich jak webkomiksy.pl. Za wyrazisty przejaw „egalitarności” twórców komiksów publikowanych w internecie można uznać popularny *rage comic*, czyli krótkie historyjki obrazkowe oparte na grupie wykreowanych wcześniej charakterów (tzw. *rage faces*), które ukazują wybrane sytuacje z życia oraz emocje z nimi związane¹⁹. Komiksy te są najczęściej tworzone za pomocą bardzo prostych programów graficznych, np. MS Paint i podobnie jak memy internetowe są artefaktami kultury uczestnictwa – kolektywnym wytworem użytkowników Internetu.

¹⁶ Zob. <https://www.zark.com/> (dostęp 26.09.2020).

¹⁷ Twórcy komiksu mówią tutaj o metaforze „przestrzeń to czas” (*space is time*).

¹⁸ Przykłady hiperkomiksu prezentuje strona <http://e-merl.com/> (dostęp 26.09.2020).

¹⁹ Zob. <https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/rage-comics> (dostęp 15.09.2020).



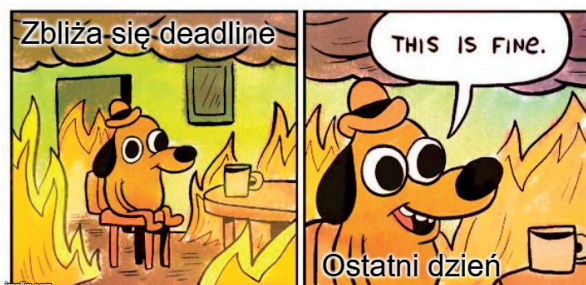
Il. 2. Przykład *rage comic* autorstwa Zsinytwiki (15.09.2020)

Źródło: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Rage_comic.png na podstawie Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.en>, dostęp 26.09.2020)

9. Memy internetowe

Memy zostały stworzone jako połączenie tekstu i obrazu wpisujące się w tzw. kulturę remiksu (Lessig 2009), opartej na przekonaniu, że każdy wytwór jest wariacją istniejącego już artefaktu. W myśl tej teorii memy są przeróbkami, transmutacjami, modyfikacjami, często bazującymi na intertekstualności. Nie mogą być analizowane w izolacji, ponieważ są zanurzone w szerszym kontekście poprzez aluzje do bieżących wydarzeń społecznych, artefaktów kultury czy zjawisk internetowych. Wójcicka (2018) postrzega memy jako multimodalny gatunek pamięci zbiorowej, wpisujący się w koncepcję pamięci Olicka (2008): powielanie przez daną grupę społeczną memu wykreowanego na podstawie tego samego szablonu (tzw. wcielenie) utrwała sam mem i niesiony przez niego kontekst. Gdy mem przestaje być replikowany, umiera – co świadczy o jego efemerycznym charakterze.

Kolektywny charakter memu internetowego czerpie z oryginalnej definicji memu jako kulturowego odpowiednika genu: Dawkins (1976/2007) określił twór ten jako nośnik informacji, umiejętności, projektów, który jest przekazywany wewnątrz jakiejś społeczności. Podobnie internauci chętnie dzielą się treściami: replikują obrazki, dodając do nich własne komentarze. Każdy mem jest dwuwarstwowy, ponieważ bazuje na grafice (osadzającej go w kontekście i niosącej ładunek informacyjny lub emocjonalny) oraz tekście w postaci napisu górnego i dolnego. Dostępność szablonów zachęca do ekspresji – każdy z nas ma szansę wykreować swój żart (il. 3), a następnie udostępnić go na przykład poprzez media społecznościowe, co z kolei może zapewnić mu popularność i spowodować, że będzie replikowany przez kolejnych użytkowników (stąd memy są nazywane „wiralami” od ang. *viral*).



II. 3. Mem wykreowany na podstawie szablonu dostępnego na <https://imgflip.com/memegenerator> (dostęp 15.09.2020)

Istotną cechą memu szablonowego, bazującego na powielaniu danego obrazka, jest dominująca rola warstwy wizualnej nad werbalną: to grafika niesie konotację, zapewniając kontekst napisowi. Wspomniany wcześniej *rage comic* bazuje na galerii naszkicowanych twarzy, z których każda metonimicznie denotuje daną emocję, np. wzburzenie, wzruszenie, rozczarowanie, samotność itd. Gdy spojrzymy na przedstawiony wcześniej komiksowy obrazek (il. 2) składający się z dwóch paneli, to prawdopodobnie bez problemu rozpoznamy semiozę pierwszej części: naszkicowana postać jest smutna (rozumiemy to dzięki metonimii TWARZ TO EMOCJE, która koreluje z metaforą SMUTNY TO W DÓŁ), co łączy się z zasygnalizowanym werbalnie problemem „Hammer broke?” („Zepsuty młotek?”) oraz jego graficznym przedstawieniem (tu już możemy mieć problem, bo obrazek jest bardzo schematyczny, ale z pewnością widzimy dwie rozdzielone części przedmiotu). Druga część komiksu przedstawia rozwiązanie problemu: nasz bohater przyodziewa maskę trolla (ang. *trollface*), która konotuje spryt i chytryść, oraz trzyma w dłoni telefon komórkowy Nokia 3310. Bez znajomości znaczenia, jakie niesie przybrany wyraz twarzy oraz wiedzy (lub doświadczenia), że ta marka telefonu konotuje niezniszczalność nie bylibyśmy w stanie odczytać znaczenia panelu. Memy silnie wpisują się w daną kulturę i bazują na określonych skojarzeniach, co z jednej strony przekłada się na ich ulotność (gdy dane skojarzenie przestaje być rozpoznawalne, mem umiera), a z drugiej na ekskluzywność i hermetyczność (żart zawarty w memie wymaga znajomości kontekstu, konwencji, rozpoznania aluzji czy odniesień intertekstualnych). Kolejny obrazek (il. 3) został wykreowany na podstawie ogólnodostępnego szablonu²⁰, na którym widnieje antropomorfizowany pies siedzący w pomieszczeniu trawionym przez płomienie. Spokój psa wyrażony wizualnie i werbalnie („This is fine”/

²⁰ Sam szablon został stworzony na podstawie komiksu K.C. Greena *On Fire* (2013).

„W porządku”) kontrastuje z przedstawionymi okolicznościami (intensywność ognia podkreśla i kwantyfikuje sytuację bohatera²¹), dlatego grafika jest interpretowana w dyskursie internetowym jako reakcja odzwierciedlająca determinację osoby znajdującej się w beznadziejnej sytuacji lub akceptację przez nią trudnego położenia²².

Podobnie internauci skojarzyli takie emocje, jak złość czy zniecierpliwienie, z wyglądem pyszczka kota znanego jako Zręczliwy Kot (ang. *Grumpy Cat*), personifikując w ten sposób zwierzę i czyniąc z niego błyskotliwego obserwatora rzeczywistości – zabieg ten pozwalał na ironiczną interpretację warstwy werbalnej memu, np. „I had fun once/It was horrible” („Kiedyś się dobrze zabawiałem/ Było strasznie”²³ – zob. Majdzińska 2013; 2014; Ostanina-Olszewska, Majdzińska-Koczorowicz 2019a, b).

10. Opowieść transmedialna i gaming

Zjawiskiem stosunkowo świeżym stała się literatura transmedialna, której estetyka opiera się na przedstawieniu tej samej historii (lub związanego z nią wątku) za pomocą różnych form przekazu. Jenkins (2008: 260) wymienia m.in. powiązane ze sobą poprzez fabułę filmy, powieści, blogi, pamiętniki, komiksy, gry komputerowe i planszowe – „wszystkie te przekazy odnoszą się do jednego świata, zachowując jednocześnie autonomię i samowystarczalność, dzięki czemu konsument może wybrać dowolny dostęp do określonej marki”. Każde medium ma inny wkład w rozwój opowiadanej „wielowątkowej i zróżnicowanej” historii, a więc nie jest to adaptacja, a jakby osobne życie opowieści warunkowane właściwościami danego środka przekazu. Jako przykład jednej z bardziej znanych opowieści transmedialnych Boczkowska (2014) wymienia książkę Jennifer Lynch *Sekretny dziennik Laury Palmer*, która została napisana z perspektywy kluczowej postaci w serialu Davida Lyncha *Miasteczko Twin Peaks* (1990–1991). Fani upatrywali w tekście kontynuację serialu i wyjaśnienia zagadki zabójstwa bohaterki.

Ta hybrydyzacja opowieści opierająca się na synkretyzacji kodów semiotycznych jest możliwa dzięki poprowadzeniu narracji w oparciu o różne media i środki

²¹ Analogia powstaje dzięki metaforze opartej na rzutowaniu pomiędzy intensywnością ognia i nagłą sytuacją bohatera (zob. Kövecses 2002: 205).

²² Pełna historia memu i jego objaśnienie są dostępne na stronie <https://knowyourmeme.com/memes/this-is-fine> (dostęp 15.09.2020).

²³ Mem ten można obejrzeć na stronie <http://www.quickmeme.com/meme/3r2gic> (dostęp 15.09.2020).

przekazu. Chmielecki (2008) badał zjawisko transmedialności w kontekście mediów audiowizualnych, określając je jako intermedialność, tj. nawiązywanie dialogu między mediami językowymi a innymi mediami (malarstwo, muzyka, film). Intermedialność obejmuje pojęciowo intertekstualność i intersemiotyczność ze względu na „korespondencję sztuk (mediów) zachodzącą w obrębie tekstów i systemów znakowych” oraz pojawiającą się „wspólnotę sztuk/mediów i transpozycji literatury na inne systemy znakowe” (Chmielecki 2008: 100)²⁴.

Opowiadana historia często przekracza ramy świata przedstawionego i zaczyna żyć w wyobraźni odbiorcy: „świat jest większy niż film, większy nawet niż cała marka – spekulacje i szczegółowe omówienia tworzone przez fanów rozciągają ten świat w jeszcze innych kierunkach” (Jenkins 2007: 112). Bohaterowie zostają „pożyczeni” do zupełnie innych historii, często tworzonych przez fanów danego filmu, serialu lub książki i przeniesieni do nowego świata w ramach literatury *fan fiction* (zwanej też fanfic lub fanfikiem). Sam pomysł transferu postaci do innych realiów nie jest jednak wytworem epoki internetu, korzystali z niego już m.in. C.S. Lewis „kradnąc” kilku bohaterów Tolkienowi oraz Edith Nesbit czerpiąc z *Alicji w Krainie Czarów* Lewisa Carrolla (Czajka 2011).

Literatura transmedialna wpisuje się w przestrzeń multimedialną, ponieważ bazuje na licznych platformach przekazu dopuszczających wielogłosowość narracyjną, udział odbiorcy w tworzeniu historii (interaktywność) oraz mobilność przekazu, która pozwala śledzić losy bohaterów za pomocą najbardziej odpowiadającego nam medium (Boczkowska 2014).

O synkretyzacji różnych modalności mówimy również w kontekście mobilnych gier komputerowych i platform gamingowych, które coraz dokładniej odwzorowują komunikację ludzką: oprócz dość oczywistego zastosowania słowa mówionego i pisanego oraz grafiki, pojawiają się bardziej zaawansowane technologie w celu oddania zmysłu dotyku. Caschera, D’Ulizia, Ferri, Grifoni (2013) wymieniają m.in. czujniki odległości i lokalizacji, akcelerometri oraz dostępność ekranu dotykowego²⁵. Takie innowacje nie muszą oznaczać marginalizacji słowa, zwraca się uwagę na możliwość wykorzystania gier komputerowych w procesie edukacji (Gee 2007) czy przy nauce języków obcych (Peterson 2013). Na kontakt z językiem obcym pozwala konstrukcja gier: poszczególne plansze zawierają instrukcje i opisy najczęściej po angielsku, a międzynarodowi gracze komunikują się między sobą (znów najczęściej) w tym języku. Według Petersona (2013) właśnie ze względu na swój potencjał technologiczny i multimedialny gry mogą stanowić doskonałe medium do nauki języka obcego.

²⁴ Chmielecki używa pojęcia intertekstualności nie tylko w odniesieniu do związków literatury z innymi sztukami, ale również relacji „mediów (audio)wizualnych z innymi mediami”, powołując się na obserwacje Śniecikowskiej (2005).

²⁵ Zob. też Piekarski, Thomas (2002).

Podsumowanie

Poziom rozwoju technologicznego pozwala na ekspresję w wymiarze niemalże każdej modalności. To, co jeszcze kilkanaście lat temu wydawało się odległe, dzisiaj jest w naszym zasięgu. Dążenie do odzwierciedlenia komunikacji ludzkiej oraz tworzenie nowych kanałów komunikacji za pomocą urządzeń multimedialnych owocuje szerokim spektrum możliwości ekspresji. W tym kontekście podejście multimodalne zakładające równość wszystkich systemów semiotycznych wydaje się naturalne, jednak wciąż zasadne będzie pytanie o status języka jako elementu kluczowego w ludzkiej komunikacji.

Bibliografia

- Aggleton, J. 2019. „Defining digital comics: a British Library perspective”, *Journal of Graphic Novels and Comics* 4 (10), 393–409.
- Arnheim, R. 1969. *Visual Thinking*, London: Faber and Faber.
- Barcelona, A. (red.) 2000. *Metaphor and Metonymy at the Crossroads: A Cognitive Perspective*, Berlin and New York: Mouton de Gruyter.
- Barthes, R. 1964/1985. „Retoryka obrazu”, przekł. Z. Kruszyński, *Pamiętnik Literacki* 3, 289–301.
- Bateman, J. 2008. *Multimodality and Genre. A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents*, London: Palgrave Macmillan.
- Bateman, J. 2014. *Text and image. A critical introduction to the visual/verbal divide*, London and New York: Routledge.
- Battelle, J. 2005. *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, London: Nicholas Brearley Publishing.
- Blommaert, J., Rampton, B. 2011. „Language and superdiversity”. *Diversities*, 2 (13), <http://www.unesco.org/shs/diversities/vol13/issue2/art1> (dostęp 26.09.2020).
- Boczkowska, M. 2014. „Opowieść transmedialna – znak naszych czasów”, *Postscriptum polonistyczne* 2 (14), 125–137.
- Boksa, E. 2019. „Multimodalność w komunikacji międzyludzkiej”, *Etnolingwistyka*, 31, <https://doi.org/10.17951/et.2019.31.87>
- Caschera, M.C., D’Ulizia, A., Ferri, F., Grifoni, P. 2013. „Multimodal Interaction in Gaming”, [w:] Y.T. Demey, H. Panetto (red.), *On the Move to Meaningful Internet Systems: OTM 2013 Workshops* 8186, Berlin–Heidelberg: Springer, https://doi.org/10.1007/978-3-642-41033-8_87
- Chmielecki, K. 2008. *Estetyka intermedialności*, Kraków: Rabid.

- Chmielewski, Ł. 2015. „Komiks w 2015: własne życie jako temat na album”, Culture.pl <https://culture.pl/pl/artykul/komiks-w-2015-wlasne-zycie-jako-temat-na-album> (dostęp 26.09.2020).
- Cienki, A., Müller, C. 2008. „Metaphor, gesture, and thought”, [w:] R. Gibbs (red.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 483–501.
- Cienki, A. 2017. „Analysing metaphor in gesture: A set of metaphor identification guidelines for gesture (MIG-G)”, [w:] E. Semino, Z. Demjén (red.), *The Routledge handbook of metaphor and language*, London: Routledge, 131–147.
- Combe, C., Codreanu, T. (2016). „Vlogging: a new channel for language learning and intercultural exchanges”, [w:] S. Papadima-Sophocleous, L. Bradley, S. Thouéšny (red.), *CALL communities and culture – short papers from EUROCALL 2016*, 119–124, <https://doi.org/10.14705/rpnet.2016.eurocall2016.548>
- Czajka, K. 2011. „Fikcja po fikcji”, *Polityka*, nr 28, 64–66.
- Dawkins, R. 1976/2007. *Samolubny gen*, przekł. M. Skoneczny, Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Flasiński, K. 2017. „Web 2.0”, [w:] S. Iwasiów, J. Madejski (red.), *Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0.*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 175–183.
- Forceville, Ch. 2008. „Metaphor in pictures and multimodal representations”, [w:] R. Gibbs (red.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 462–482.
- Forceville, Ch. 2009. „Metonymy in Visual and Audiovisual Discourse”, [w:] E. Ventola, A.J. Moya Guijarro (red.), *The World Told and the World Shown: Issues in Multisemiotics*, Basingstoke–New York: Palgrave MacMillan, 56–74.
- Frąszczak, K. 2014. „Webkomiks – problematyzacja definicji”, [w:] I. Kiec, M. Traczyk (red.), *Komiks i jego konteksty*, Poznań: Instytut Kultury Popularnej, 39–48.
- Gee, J. 2007. *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Goodbrey, D.M., *From Comic to Hypercomic*. https://www.academia.edu/6178730/From_Comic_To_Hypercomic (dostęp 26.09.2020).
- Goodbrey, D.M. 2017. *The Impact of Digital Mediation and Hybridisation on the Form of Comics*. https://www.academia.edu/34611266/The_Impact_of_Digital_Mediation_and_Hybridisation_on_the_Form_of_Comics (dostęp 26.09.2020).
- Górska, E. 2018. “From music to language and back”, *LaMiCuS* 2, 82–100, <https://doi.org/10.32058/LAMICUS-2018-003>
- Grzenia, J. 2006. „Zasady komunikacji internetowej”, [w:] M. Bańko (red.), *Polszczyzna na co dzień*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 311–346.
- Gumkowska, A., Maryl, M., Toczyński, P. 2009. „»Blog to... blog. Blogi oczyma bloggerów«. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl”, <https://rcin.org.pl/dlibra/publication/84467/edition/65759?language=pl> (dostęp 26.09.2020).

- Guth, S., Helm, F. 2010. "Introduction", [w:] S. Guth, F. Helm (red.), *Telecollaboration 2.0: Language, Literacies and Intercultural Learning in the 21st Century*, Bern: Peter Lang, 13–36.
- Halliday, M.A.K. 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*, London: Edward Arnold.
- Halliday, M.A.K. 1985. *An Introduction to Functional Grammar*, London: Edward Arnold.
- Herring, S. 2015. „New frontiers in interactive multimodal communication”, [w:] A. Georgapoulou, T. Spilloti (red.), *The Routledge handbook of language and digital communication*, London: Routledge, 398–402.
- Iwanowska, M. 2016. „Zrozumieć media (społecznościowe). Perspektywa psychologiczna”. *MEDIA BIZNES KULTURA* 1, 169–184.
- Jäkel, O. 1999. „Metonymy in onomastics”, [w:] K. Panther, G. Radden (red.), *Metonymy in language and thought*, Amsterdam–Filadelfia: John Benjamins, 211–229.
- Jakobson R. 1959/2000. „On Linguistic Aspects of Translation”, [w:] L. Venuti (red.), *The Translation Studies Reader*, London: Routledge, 113–118.
- Jakobson, R. 1964/1989. „O stosunku między znakami wizualnymi i audytywnymi”, przekł. M. Głowiński, [w:] M. Mayenowa (red.), *W poszukiwaniu istoty języka*, t. 1, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 75–84.
- Jakobson, R. 1968/1989. „Język a inne systemy komunikacji”, przekł. A. Tanalska, [w:] M. Mayenowa (red.), *W poszukiwaniu istoty języka*, t. 1, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 59–74.
- Jenkins, H. 2007. *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Juza, M. 2007. „Internet jako nowe medium masowe: szanse, zagrożenia, perspektywy”, *Studia Medioznawcze*, 2 (29), 63–71.
- Kaltenbacher, M. 2004. „Perspectives on Multimodality. From the early beginnings to the state of the art”, *Information Design Journal + Document Design* 12 (3), 190–207.
- Kawka, M. 2016. „Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?”, *Zeszyty prasoznawcze* 2 (226), 294–303.
- Każmierczak, M. 2017. „Od przekładu intersemiotycznego do intersemiotycznych aspektów tłumaczenia”, *Przekładaniec* 34, 7–35, <https://doi.org/10.4467/16891864PC.17.001.8207>
- Kluszczyński, R.W. 2002. *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Kraków: Rabid.
- Kress, G., Ogborn, J. 1998. *Modes of Representation and Local Epistemologies: The Presentation of Science in Education, Subjectivity in School Curriculum*, London: University of London.
- Kress, G., van Leeuwen, T. 1990. *Reading Images*. Geelong, Victoria: Deakin University Press.
- Kress, G., van Leeuwen, T. 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Routledge.
- Kress, G., van Leeuwen, T. 2001. *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, London: Arnold.

- Kövecses, Z. 2002. *Metaphor. A practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kukkonen, K. 2014. „Web comics”, [w:] M. Ryan, L. Emerson, B. Robertson (red.), *The Johns Hopkins Guide to Digital Media*, Baltimore: John Hopkins UP, 521–523.
- Kwiatkowska, A. 1996. „Cross-modal translations: the visual into the verbal”, [w:] B. Lewandowska-Tomaszczyk, M. Thelen (red.), *Translation and Meaning*, part 4, Maastricht: Hogeschool Maastricht, 55–61.
- Kwiatkowska, A. 2011. „A plea for a unified cognitive-semiotic approach to the analysis of verbal and visual representations”, *Kwartalnik Neofilologiczny* 58 (3), 313–323.
- Kwiatkowska, A. 2013. *Interfaces, interspaces: Image, language, cognition*, Piotrków Trybunalski: Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie.
- Lakoff, G., Johnson, M. 1988. *Metafory w naszym życiu*, przekł. T. Krzeszowski, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Langacker, R. 1987. *Foundations of Cognitive Grammar, vol. 1: Theoretical Prerequisites*, Stanford: Stanford University Press.
- Langacker, R. 1996. „Viewing in cognition and grammar”, [w:] Ph.W. Davis (red.), *Alternative Linguistics: Descriptive and theoretical modes*, Amsterdam: John Benjamins.
- Langacker, R. 2008. *Cognitive grammar. A basic introduction*, Oxford: Oxford University Press.
- Lessig, L. 2009. *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Levinson, S. 2006. „On the human »interaction engine«”, [w:] N. Enfield, S. Levinson (red.), *Roots of human sociality: culture, cognition and interaction*, Oxford: Berg, 39–69.
- Maćkiewicz, J. 2017. „Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów”, *Studia Medioznawcze* 2 (69), 33–42.
- McCloud, S. 2009. „The »Infinite Canvas«”, <http://scottmcccloud.com/4-inventions/canvas/> (dostęp 26.09.2020).
- McCloud, S. 2006. *Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels*, New York: Harper Collins.
- McInnes, D. 1998. *Attending to the instance: Towards a systemic based dynamic and responsive analysis of composite performance text*, Sydney: University of Sydney.
- McQuail, D. 2007. *Teoria komunikowania masowego*, przekł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Majdzińska, A. 2013. „Analiza memu internetowego: Grumpy Cat i jego świat”, [w:] A. Kwiatkowska (red.), *Strategie humoru*, Piotrków Trybunalski: Naukowe Wydawnictwo Piotrkowskie, 67–78.
- Majdzińska, A. 2014. „Kreatywność w memie internetowym”, [w:] K. Burska, B. Cieśla (red.), *Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 151–162.
- Martinec, R. 1998. „Cohesion in action”, *Semiotica* 120, 161–180.
- Michalewski, K. 2009. *Komunikaty mieszane*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

- „Multimodal” (b.d.). *Oxford English Dictionary*, <https://www.lexico.com/definition/multimodality> (dostęp 26.09.2020).
- „Multimedia” (b.d.). *Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/encyklopedia/multimedia.html> (dostęp 26.09.2020).
- „Multimedia”. 2002. [w:] E. Sobol (red.), *Nowy słownik języka polskiego*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 479.
- O’Halloran, K.L. (red.). 2004. *Multimodal discourse analysis: Systemic functional perspectives*, London–New York: Continuum.
- Olick, J.K., 2008. „From Collective Memory to the Sociology of Mnemonic Practices and Products”, [w:] A. Erll, A. Nünning (red.), *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook*, Berlin–New York: de Gruyter, 151–161.
- Ostanina-Olszewska, J., Majdzińska-Koczorowicz, A. 2019a. „A Cognitive Linguistics approach to internet memes on selected Polish internet sites”, *Cognitive Studies / Études cognitives* 19, <https://doi.org/10.11649/cs.1939>
- Ostanina-Olszewska, J., Majdzińska-Koczorowicz, A. 2019b. „Pomiędzy tekstem a obrazem – memy internetowe jako twory multimodalne. Podejście językoznawstwa kognitywnego”, [w:] A. Kampka (red.), *Doświadczenie społeczeństwa: muzyka, obraz, media*, Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 201–212.
- O’Toole, M. 1994. *The language of displayed art*, London–New York: Routledge.
- Peterson, M. 2013. *Computer Games and Language Learning*, New York: Palgrave Macmillan.
- Piekarski, W., Thomas, B. 2002. „ARQuake: The Outdoor Augmented Reality Gaming System”, *Communications of the ACM* 45 (1), 36–38.
- Podonowska-Zadłużna, M. 2017. „Jaka jest optymalna długość postów w *social media*?”, <https://www.emarketing.pl/content-marketing/jaka-jest-optymalna-dlugosc-postow-w-social-media/> (dostęp 26.09.2020).
- Przybylski, K. 1980. „Obraz i słowo w komiksie”, [w:] T. Cieślukowska, J. Sławiński (red.), *Pogranicza i korespondencje sztuk*, Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum, 229–243.
- Radziejewicz, T. 2017. „Od ekfrazy do infrazy”, [w:] K. Andruczyk, E. Gorlewska, K. Korotkich (red.), *Logos – filozofia słowa. Szkice o pograniczach języka, filozofii i literatury*, <http://hdl.handle.net/11320/8099> (dostęp 20.09.2020).
- Szyłak, J. 2000. *Poetyka komiksu. Warstwa ikoniczna i językowa*, Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Śniecikowska, B. 2005. *Słowo – obraz – dźwięk. Literatura i sztuki wizualne w koncepcjach polskiej awangardy 1918–1939*, Kraków: Universitas.
- Teng, N.Y., Sun, S. 2002. „Grouping, simile, and oxymoron in pictures. A design based cognitive approach”, *Metaphor and Symbol* 17, 295–316.
- Toeplitz, K. 1985. *Sztuka komiksu. Próba definicji nowego gatunku artystycznego*, Warszawa: Czytelnik.
- Więckiewicz, M. 2012. *Blog jako gatunek multimedialny*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

- Wójcicka, M. 2019. „Jak memy (internetowe) pamiętają?”, [w:] B. Ciesek-Ślizowska, B. Duda, E. Ficek, K. Sujkowska-Sobisz (red.), *Reprezentacje świata w dyskursach (modele, obrazy, wizje)*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 196–210.
- Zanfei, A. 2008. „Defining Webcomics and Graphic Novels”, *International Journal of Comic Art* 10 (1), 55–61.
- Zaraziński, G. 2006. *Komunikacja i media: wprowadzenie*, Siedlce: Zaraziński Grzegorz.
- Zbikowski, L.M. 2008. „Metaphor and music”, [w:] R. Gibbs (red.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press, 502–524.