

Mariusz Rutkowski

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Hipertekst a styl

1. Wprowadzenie

Co najmniej od czasu ukształtowania się w badaniach nad komunikowaniem paradygmatu zwanego determinizmem technologicznym istotne wydaje się pytanie o wzajemne relacje między komunikatem (jego formą, treścią, odbiorem, siłą oddziaływania) a kanałem, za pośrednictwem którego jest on przekazywany. Słynna McLuhanowska teza, iż sam środek jest komunikatem („The medium is a message”) była odnoszona do najróżniejszych mediów w historii rozwoju technologicznej obróbki słowa. Stosunkowo łatwo zgodzimy się z nią, gdy weźmiemy pod uwagę różnice między starym a nowym sposobem przekazu na poszczególnych etapach rewolucji technologicznej: słowo pisane a słowo mówione, druk a słowo typograficzne, telegraf a słowo drukowane, słowo cyfrowe a druk. Każdy etap zmieniał nie tylko techniczną formę komunikatu, ale też znacząco wpływał na całościowo pojmowaną technologię słowa i sposobów obcowania z tak zakodowaną myślą. Pismo zatem odciążało pamięć, niezwykle przeładowaną w kulturach oralnych i ograniczającą postęp myślenia abstrakcyjnego, druk umożliwił multiplikację przekazu i umasowienie słowa, telegraf pokonał ostatecznie przestrzeń, dostarczając słowo na dowolną dostępną za pomocą kabli odległość. Na jeszcze innym poziomie rozpatrywać należy digitalizację słowa w stosunku do wersji drukowanej i związany z nią nowy sposób obcowania ze słowem w wersji cyfrowej (łatwość i upowszechnienie edycji, przenoszenia tekstu i jego magazynowania).

Skoro zatem wszystkie dotychczasowe formy technologizacji słowa odcisnęły piętno nie tylko na stronie formalnej przekazu, ale też semantycznej,

świadomościowej, społecznej, osobowościowej i kulturowej, należy zakładać, że również nowe media, zwłaszcza zaś Internet, powinny się w jakiś sposób w owym ciągu historycznym zaznaczyć. W tym miejscu proponuję krótką refleksję nad wpływem nowego medium na warstwę stylistyczną tekstów. Wezmę pod uwagę przede wszystkim specyfikę formy podawczej tekstu w Internecie – a więc uporządkowanie hipertekstowe – jako podstawowy wskaźnik i wyróżnik „nowego usieciowionego słowa” oraz zdeterminowanie pod tym kątem stylu wypowiedzi.

2. Podstawowe terminy (*hipertekst, styl*) i kwestie problematyczne

Pojęcie hipertekstu zadomowiło się na dobre w naukach humanistycznych równoległe z podjęciem badań nad istotą komunikowania internetowego, choć pewne wskaźniki hipertekstowości w ograniczonym stopniu pojawiały się już wcześniej, w tradycyjnych mediach (np. w słownikach, encyklopediach, aparacie naukowym tekstu, odsyłaczach, indeksach itp., a na poziomie metanaukowym – w pojęciu intertekstualności)¹. Odnosi się ono do nowego sposobu funkcjonowania i niejako „materializowania się” tekstów na skutek łączenia dowolnych jednostek (fragmentów) w procesie czytania: „[...] hipertekst dotyczy utworów złożonych z dyskretnych jednostek materiału, z których każda daje użytkownikowi wiele możliwości wyboru, z czym ją połączyć. Inaczej mówiąc: utworów złożonych z fragmentów tekstu, które wskazują drogi do innych tekstów” (Dovey 2008: 158). Osiowym i konstytutywnym dla takiego przejawiania się tekstów pojęciem jest połączenie – link, który ustanawia możliwość dotarcia od jednego tekstu (czy inaczej: „punktu tekstowego”, „obiektu treści”) do drugiego, potem do następnego itd. – teoretycznie możliwość rozwijania w ten sposób objętości hipertekstu jest trudna do ograniczenia. Rezultatem jest rekonstruowany przez użytkownika (odbiorcę?) konglomerat treści, stanowiony jednostkowo i jednorazowo właśnie poprzez aktualizację konkretnych linków i przywoływanie kolejnych „obektów treści”, wyświetlanych na monitorze komputera. Taki sposób przejawiania się, realizowania czy „materializowania” – jeśli można zaryzykować mówienie o materialnym wymiarze cyfrowego słowa, wyświetlanego czy

¹ Pierwsze symptomy nowego sposobu „wiązania” treści w większe całości, opartego na aso-
cjacjach jako naturalnym sposobie funkcjonowania umysłu pojawiły się już w latach 40., później
zaś były rozwijane w latach 60. w pracach Teda Nelsona, zwanego często ojcem chrzestnym
hipertekstu. Por. na ten temat wiele tekstów w: Gwóźdź, red. (2008).

migającego na ekranie² – czyni z hipertekstu zupełnie nową jakość wobec tradycyjnych form istnienia tekstów (drukowanych). Gdy mówi się o odrębnościach hipertekstu wobec tekstu, zazwyczaj tworzy się dychotomiczne zestawienie kluczowych właściwości obu form kodowania myśli. Tak więc hipertekst jest nieliniowy i niesekwencyjny, przestrzenny (wobec linearnej sekwencyjności kolejnych fragmentów tekstu), otwarty i dynamiczny (wobec gotowości, zamknięcia, trwałości, stałości), inkluzywny, włączający coraz to nowe treści o nieograniczonej objętości (wobec ekskluzywności i selektywności wynikających w gotowości, zamknięcia), ulotny i aktualizowany *ad hoc* (wobec trwałości), ciągły (wobec izolacji), o znaczeniu emergentnym, uzależnionym od asocjacji i woli odbiorcy/użytkownika (wobec znaczenia danego, zdefiniowanego pierwotnie przez nadawcę/autora), nieuporządkowany, „chaotyczny” (wobec porządku), niepowtarzalny (wobec identyczności i powtarzalności tekstu). Wszystkie te właściwości sprawiają, że użytkownik hipertekstu obcuje z nową, nieprzyswojoną mentalnie quasi-strukturą, dającą się percepcyjnie oswoić niemal wyłącznie przy użyciu metafor – zarówno w odniesieniu do obiektów treści („strona” internetowa, „portal”, „przestrzeń”, „miejsce”), jak i czynności („nawigacja”, „surfowanie”, „wchodzić”, „otwierać”)³.

Jak się wobec powyższego da uchwycić powiązanie hipertekstowego sposobu bycia treści z pojęciem stylu? Stylu, będącego w tradycyjnym (ale chyba w ogóle – w powszechnym) ujęciu własnością tekstu, wynikającą z wyboru określonych środków do sformułowania określonych treści. Najbardziej rozpowszechnione i popularne definicje stylu – niezależnie od tego, czy ujmują go jako odmianę funkcjonalną języka, czy jako zespół środków językowych, charakterystycznych dla wypowiedzi lub zbioru wypowiedzi – odnoszą się zawsze do poziomu tekstu. Tekst jest „naturalnym” środowiskiem i minimalnym kontekstem do badania stylu, a styl – własnością tekstu.

Takie osadzenie stylu przysparza niemałych kłopotów w jego interpretacji w odniesieniu do zdefiniowanego uprzednio hipertekstu jako pewnego rodzaju nietekstu, czy też nadtekstu – przekraczającego wymiar tradycyjnie tekstowi przypisywany. Otwartość i emergentność słowa hipertekstowego zdają się już na wstępie torpedować próby doszukiwania się jakichś wspólnych

² „Literey, które widzimy na ekranie naszego komputera, zdają się tymi samymi literami, które napotyamy w naszych książkach [...]. Lecz pozostają one w istocie tymczasowymi, nietrwałymi reprezentacjami cyfrowych kodów przechowywanych w pamięci naszego komputera. [...] Przejście od atramentu do kodu elektronicznego [...] wytwarza technologię informacyjną łączącą jednocześnie trwałość i elastyczność, porządek i dostępność” (Delany, Landow 2008: 81).

³ Na temat osvajania Internetu za pomocą metafor wypowiedało się bardzo wielu badaczy, por. np. Ratzan (2000)

wyznaczników stylu, nawet rozumianego w sposób nietradycyjny, przewartościowany i unowocześniony pod wpływem nowych paradygmatów wiedzy o języku i literaturze – np. jako „humanistyczna struktura tekstu” (Gajda 1996: 5). Świadomość „skończoności” badanego tekstu w określony sposób staje się z jednej strony aksjomatem umożliwiającym w ogóle podjęcie studiów stylistycznych, z drugiej zaś – wyznacza możliwe płaszczyzny interpretacyjne, jak „sposób organizacji”, „sposób wyrażania się”, „stała tendencja w wyborze środków ekspresji językowej”, „funkcjonalna organizacja tekstu uwikłana w pragmatykę”, „układ odniesień tworzonych przez sprzężenie systemu i tekstu”⁴. Mając to na uwadze, można odnieść wrażenie, że przypisywanie pojęcia stylu do hipertekstu mogłoby przypominać jego przystawalność do opisu... biblioteki. Hipertekstem, jako ulotnym i odautorskim połączeniem wybranych „klastrow” treści (tekstów składowych) mogłoby być od biedy łączenie utworów (czy ich fragmentów) dostępnych i wybranych z bibliotecznych półek. O stylistycznej spójności wytworu takiego łączenia raczej nie może być mowy.

3. Hipertekst, słowo cyfrowe, autor a styl

Kolejne problemy rodzi spostrzeżenie, że skoro styl jest własnością tekstu, to niewątpliwie należy go wiązać z osobą autora. Jako wynik określonych wyborów, dokonanych na środkach językowej ekspresji, jest styl produktem (czy raczej: sposobem produkcji) autora tekstu. Odniesiona do hipertekstu, kwestia autorstwa przedstawia się osobliwie. Każdy odbiorca/czytelnik/użytkownik, aktualizując określone linki (= dokonując określonych wyborów, lecz nie na polu środków języka, lecz dostępnych fragmentów, obiektów tekstu) chcąc nie chcąc kreuje jednostkowy hipertekst: „[...] każdy czytelnik staje się więc w jakiejś mierze autorem tekstu, który powstaje w trakcie hipertekstowej lektury połączonych ze sobą dokumentów” (Levinson 2003: 656). Autorstwo sprowadza się tu zatem do wytyczania własnych „ścieżek” w potencjalnym gąszczu gotowych do wykorzystania obiektów tekstu. Przy takim założeniu nie można mówić o stylu hipertekstu, chyba że zgodzimy się na metaforę w rodzaju „stylu wędrówki” – pomijając już nawet doraźność dokonywanych w sieci wyborów i ich niezwykle złożoną naturę (od stałych cech osobowościowych użytkownika aż

⁴ Różnorodność w interpretowaniu omawianego terminu była wielokrotnie podkreślana i nie wymaga tu szczegółowego roztrząsania. Przytoczone wyżej określenia stosowane przy definiowaniu stylu zaczerpnąłem z pracy Skubalanki (2000: 44–50).

do jego chwilowych namiętności). Można tu jedynie, włączywszy ustalenia teorii użytkowania i korzyści, postulującej twórczy wybór i przetwarzanie (nie zawsze świadome) treści medialnych pod kątem oczekiwań odbiorców⁵, mówić o stylach hipertekstów – nie ustrzegając się i w tym przypadku pewnego naciągnięcia pierwotnego znaczenia terminu, zbliżającego się do tzw. stylu odbioru w ujęciu M. Głowińskiego (1977).

Problemy z autorstwem i stylem wiążą się już nawet nie z sieciowym, ile cyfrowym sposobem istnienia tekstu: „Pisanie tekstów zmieniło się wraz z możliwością ich reprodukcji o tyle, że każdy czytelnik mógł potencjalnie awansować na autora tekstu. [...] Z chwilą pojawienia się komputera jako nowego medium oraz możliwości programowania nowych linków w otwartych hipertekstach bądź choćby tylko możliwości kopiowania tekstów i manipulowania nimi – autora tekstu nie sposób już niekiedy ustalić i znika on gdzieś w tle” (Wenz 2008: 114). W tej sytuacji mówić o stylu w ogóle się nie da – bez autora nie da się definiować stylu, tak jak stylu nie da się definiować bez autora (Foucault 1999: 205).

Rzecz jasna, w roli obiektów tekstu jako składowych hipertekstu mogą wystąpić – w praktyce bardzo częste – również jednorodne, spójne jednostki tekstowe. Mamy przecież elektroniczne wersje tekstów publicystycznych, aktów prawnych i innych przepisów, prac naukowych, dzieł literackich, wreszcie – generowane pod kątem trwania wyłącznie internetowe dyskusje, czaty i komentarze o formie zbliżonej do codziennych rozmów. Stylistycznie są one zróżnicowane: od stylu publicystycznego, przez kancelaryjno-urzędniczy, naukowy, artystyczny, aż po najczęstszy chyba – potoczny. Z tej konstatacji mogłyby się wyłaniać dwie, ciekawe z punktu widzenia niniejszych rozważań, perspektywy: wspomniane wcześniej „style odbiorcze” hipertekstu jako aktualizowanych połączeń między gotowymi strukturami (jednolitymi pod względem stylu bądź też nie), a także style wypowiedzi *stricte* internetowych. Te ostatnie, jako najwyraźniej zdeterminowane istnieniem nowego medium, intuicyjnie zadają się stanowić jądro kategorii *styl hipertekstu*.

4. Krótko o języku (w) sieci

Temat ten – specyfika językowego ukształtowania wypowiedzi internetowej – doczekał się sporej literatury, także lingwistycznej, nie ma więc w tym sensu dokładnie tym kwestiom się przyglądać. Dość powiedzieć, że

⁵ Na ten temat por np. Mrozowski (1987).

poczynione obserwacje są zbieżne w jednym zasadniczym punkcie: zalewie potocznościami, wulgaryzmami i anglicyzmami, a także operowaniu językiem w zakresie mocno ograniczonym (nawet przy pewnym naciągnięciu Bernsteinowskiej dychotomii kodu rozbudowanego i ograniczonego). Takie gatunki internetowe, jak blog, grupa dyskusyjna czy forum posiadają wiele cech świadczących o swobodnym stosunku użytkowników do normy językowej i reguł komunikacyjnych w ogóle. Jako zewnętrzne wskaźniki tak pojętej „lekkości” językowej wymienia się zazwyczaj niestosowanie polskich znaków diakrytycznych, powszechne ignorowanie zasad ortograficznych i interpunkcyjnych (pomijanie wielkich liter, stosowanie nowatorstwa interpunkcyjnego), używanie emotikonów i symboli niealfabetycznych (np. cyfr w funkcji grupy literowej), usterki gramatyczne, ubóstwo leksykalne i ogólną niedbałość o zewnętrzną stronę wypowiedzi. W efekcie mówi się o internetowym „języku polskawym”, który znamionują przede wszystkim tendencja do ikonizacji czy wręcz hieroglifizacji pisma i spontaniczności o wyraźnych rysach niechlujstwa, a także tworzenia miękkich reguł komunikacyjnych tworzonych wewnątrz *ad hoc* w miejsce sztywnych i regulowanych mocą zewnętrznie usankcjonowanych autorytetów (Godzic 2000: 183). Z ostrożnością należy jednak się wypowiadać w kwestii, czy układ wymienionych i im podobnych wskaźników użycia języka w sieci daje podstawy do mówienia o nowym stylu. Pamiętać trzeba o heterogenicznej, a w wielu przypadkach – wręcz wirtualnej postaci autora, nie dającej się nie tylko wskazać i zidentyfikować, ale nawet odróżnić w potoku hipertekstowej postaci słowa (Wenz 2008: 114–115; Grusin 2008)⁶.

Częstokroć też w opisach językoznawczych formułowana jest teza o zacieraniu granicy między językiem mówionym i pisanym (Godzic 2000: 183; Witosz 2005: 192) – szczególnie dla nas interesująca i warta rozważenia w kontekście wartości stylistycznych hipertekstów internetowych.

5. Hipertekst jako nośnik „wtórnej oralności”

Stylistyka operuje w ogromnej większości na polu słowa pisanego. Wynalazek piśmienności jako technologicznego przetrzucenia słowa ze zmysłu słyszenia do zmysłu widzenia (słynne McLuhanowskie „oko zamiast ucha”) skutkowało, jak wiadomo, wieloma nie zawsze dziś uświadamianymi (bo oczywistymi) konsekwencjami. Jednym z nich było właśnie ustanowie-

⁶ Ilustracją tej nowej sytuacji autora/autorstwa może być opinia M. Foucault o nowym dyskursie, który rozwija się w kierunku „beziemnego mamrotania” (Foucault 1999: 219).

nie autorytetu autora. W kulturach oralnych słowo i odtwarzany w rytuałach słownych tekst był własnością wszystkich, był w sensie tożsamościowym tworem autotelicznym, nadto – związanym z żywym człowiekiem, który jednakże był jedynie odtwarzaczem (a więc: medium), nie zaś autorem w naszym rozumieniu. Paradoksalnie zaś pismo, a w szczególności druk, odrywając słowo od żywego (mówiącego, ale pośredniczącego) człowieka, wiąże tekst z człowiekiem-autorem, ustanawia autora – do tego stopnia, że w konsekwencji odrywa go od rzeczywistej, fizycznej postaci i ustanawia jego nowy rodzaj trwania jako idei („autor jest produktem świata druku, jest wyzbytym cielesnej powłoki nazwiskiem” – Wenz 2008: 115). Posttypograficzna, hipertekstowa forma przejawiania się słowa jest natomiast, jak wyżej powiedziano, nieautorska, odczłowieczona, a samo słowo – uspołecznione, staje się „własnością” wszystkich⁷. Zmiana funkcji autora mogłaby więc stanowić pierwszy wyraźny symptom odrotu od kultury pisma w kierunku (wstecznym?) typowym dla oralnego etapu operowania słowem.

Drugim, bezpośrednio z nim związanym, wskaźnikiem „wtórnej oralności” jest sam sposób „materializowania się” hipertekstu. Przypomnijmy – jest on tworem potencjalnym, aktualizowanym jedynie w trakcie uaktywniania linków i trwającym jedynie do zakończenia sesji (pomijam możliwość wtórnego utrwalenia w postaci wydruku, traci on bowiem wówczas walor *hiper-*, stając się martwym, skończonym, zamkniętym i statycznym – tekstem). Czyż nie podobne były także własności tekstu oralnego? „Słowa są dźwiękami. Można je przywołać – »przypomnieć«. Nie można ich jednak nigdzie odszukać. Nie mają ani siedliska, ani śladu (ta wizualna metafora wskazuje na uzależnienie do pisma), ani nawet trajektorii. Są zdarzeniami” (Ong 2003: 191). Efemeryczne z natury słowo oralne jest w tym względzie podobne do słowa hipertekstowego, podobnie będącego zdarzeniem – znikającym jednak nie po wypowiedzeniu, lecz gasnącym wraz z wyłączeniem ostatniej, wskazanej zaktualizowanym linkiem jednostki treści. Różnica znów dotyczy jedynie technologii: nie cisza, lecz czerń ekranu jest wyrazistym markerem końca trwania słowa.

Idąc tym tropem, natrafiamy na kolejne wskaźniki wtórnej oralności języka hipertekstowego. Cechą podstawową, gwarantującą ciągłość porozumienia mówiącego i słuchacza, była redundancja, realizowana często przez powtórzenia (Ong 2003: 196). Rola powtórzeń w hipertekście jawi się jako swego rodzaju naturalne spoiwo treści, rozdzielonych przestrzennie, a łączo-

⁷ „Autor i przypisywany mu autorytet zostają zdezonizowane” (Wenz 2008: 114).

nych jedynie doraźnie za pomocą linków. Innym, bardziej wyrazistym jego wymiarem jest sama natura linków-nagłówków w strukturze portali internetowych⁸. Są one zapowiedzią, ale też początkiem tego, co dalej, co ukryte, ale do potencjalnego wydobycia. Powtarzanie w takiej sytuacji pewnych określeń czy fraz jest oczywistością – choć funkcją nie jest już (jak w oralności pierwotnej) ułatwienie zrozumienia i zapamiętania.

Oto przykład redundantnej konstrukcji hipertekstu⁹:

(1) *link na portalu (gazeta.pl):*

Olechowski nie musiał, ale ujawnił majątek: dwa domy, pięć mieszkań, dwa auta... W sumie 18 mln zł

aktywacja linku – odsłona strony:

(1a) → *nagłówek:*

Wybory 2010. Olechowski ujawnia swój majątek. Wart co najmniej 17 mln zł

(1b) → *lead:*

Dwa domy, pięć mieszkań i dwa samochody. Do tego inwestycje w papierach wartościowych, funduszach inwestycyjnych oraz lokaty bankowe w sumie na ponad 10 milionów złotych. To majątek Andrzeja Olechowskiego.

(1c) → *tekst główny:*

Kandydat na prezydenta ujawnił swój majątek na swoich stronach internetowych. Nie miał takiego obowiązku, ale jak tłumaczy Olechowski postanowił to zrobić, bo "przejrzystość majątkowa jest podstawowym warunkiem przeciwdziałania zjawisku korupcji i bogacenia się na pełniących urządach oraz odpowiada uzasadnionym oczekiwaniom obywateli".

Co ujawnił Olechowski?

Andrzej Olechowski wylicza, że w Warszawie posiada jeden dom i pięć mieszkań. Ale poza samą stolicą jeszcze dom w gminie Kościelisko i jest współwłaścicielem połowy domu w gminie Buczkowice. Szacuje, że wszystkie nieruchomości warte są w sumie ok. 6,5 mln złotych. W jego garażu stoją dwa samochody – Volvo XC70 i Mercedes A150. Nie podał jednak ani, jaka jest ich wartość, ani jaki mają rok produkcji.

Do tego Olechowski zainwestował w papiery wartościowe oraz fundusze inwestycyjne. Tu ma zgromadzonych ok. 7, 5 mln zł. Z kolei na lokatach bankowych posiada niemal 2,7 mln zł.

Kandydat na prezydenta dodaje, że 10 maja zawiesił prowadzenie działalności gospodarczej

Szczególna jest tu oczywiście sama kolejność tworzenia/powstawania linku w stosunku do głównej jednostki treści – jest on wtórny, rodzi się na

⁸ Przypominają one zresztą bardziej tradycyjny układ *nagłówek-lead-tekst artykułu* w prasie.

⁹ Wiadomość na portalu gazeta.pl, dostępna 19.05.2010 r.

skutek wyboru znaczących (lub takich, które do tej roli podnosi ten, kto tworzy dany link) fragmentów treści i ich „olinkowanie” w sposób najprostszy z możliwych: przez proste przeniesienie. Redundancja jest więc wynikiem technologicznej prostoty techniki „wytnij-i-wklej”, nie zaś – podporządkowanym mnemotechnice sposobem wysublimowanego konstruowania przekazu ustnego, uwarunkowanym dodatkowo sytuacją fizyczną (Ong 2003: 197).

Cechą charakterystyczną wypowiedzi oralnej jest jej addytywność, a więc układ formowany na stopniowym dodawaniu nowych elementów do już istniejących, skutkujący wypowiedzią „rozkwitającą”. Taki układ mają zazwyczaj wypowiedzi na blogach, zwłaszcza pisanych systematycznie, czy na Twitterze. Jest to jednak nie tyle właściwość samego języka, co wymogów technologicznych bądź przyjętej konwencji, dotyczy ponadto nie tyle struktury zdania (jak u Onga), co większych fragmentów tekstowych. W kulturach oralnych styl addytywny był wymuszony samą pragmatyką wygłaszania, gdzie kontekst zastępował nieznane jeszcze nastawienie na składniowe (pisemne) opracowanie tekstu¹⁰.

Rzecz kolejna to stosowanie zsyntetyzowanych określeń, stałych połączeń mających walor poznawczy (i jednocześnie często – wartościujący). Miejsce baśniowych „pięknych królewn”, „potężnych dębów” czy „dzielnych żołnierzy” zajęły w hipertekście – podobnie jak w innych tekstach medialnych – określenia w rodzaju „czeczeńscy terroryści”, „afgańscy talibowie”, „somalijscy piraci”, „efekt cieplarniany”, „zdrowa żywność”, „żywność ekologiczna”, „spekulacje finansowe”. Trwałość owych zbitek słownych, które w kulturach oralnych nie podlegały kwestionowaniu jako pewne nośniki „wiedzy zastanej” czy „wiedzy międzypokoleniowej”, nie jest w hipertekście tak dogmatyczną wartością. Ma raczej walor wartościujący, czy nawet – perswazyjny. Powtarzanie w wielu miejscach tych samych określeń jeszcze bardziej je stabilizuje i wzmacnia bezrefleksyjne powielanie/kopiowanie. Niektóre z tych wyrażen funkcjonują jak tarany, burzące każdy potencjalny opór racjonalizmu i skutkujące automatyczną niemal aprobatą w dyskursie – nie tak łatwo przecież poddać analizie ich rzeczywiste odniesienia i stosowność (np. „energooszczędne żarówki”, „ekologiczne samochody”, „żywność modyfikowana”).

Także zawartość tematyczna hipertekstu – choć niezmiernie zróżnicowanego, heterogenicznego – zdradza pewne związki z tradycyjnym słowem mówionym. „Oralność, zanurzona w świecie doświadczenia życiowego, sytuuje wiedzę w kontekście ludzkich zmagania” (Ong 2003: 199). Pobieżny prze-

¹⁰ Jako przykład takiego zorganizowania tekstu podaje się często biblijną Księgę Rodzaju – por. Ong (2003: 194–195).

gląd najpopularniejszych portali byłby niemal udosłownieniem powyższego sądu: wojny i konflikty istnieją nie tylko w pierwotnym, realnym sensie, ale ustanawiają swego rodzaju metadyskurs. Każda niemal dziedzina rzeczywistości jest interpretowana przez pryzmat rywalizacji – czyż sondaż i ranking nie są najważniejszymi fetyszami komunikacyjnymi współczesnego świata? Ongowskie „zabarwienie agonistyczne” nie ma jednak bezpośredniego i czytelnego związku z samą naturą hipertekstu, jest raczej w nim wtórnie usytuowana jako pewna osnova współczesnego, mediatyzowanego dyskursu. Podobnie rzecz się przedstawia z kolejną cechą: konkretyzacją i epatowaniem detalem, szczegółem, a także – podejmowaniem tematów „bliskich ludzkiego świata”.

Cechy te wskazują na trafność obserwacji, podkreślających obecne w nowych mediach nawiązania do oralnego etapu kultury słowa (co na poziomie języka uwidacznia się we wskazywaniu na zmniejszanie dystansu między „pisanym” a „mówionym”, czy też na ekspansji potoczności). Postulowanie „wtórnej oralności”¹¹ wydaje się poręczne i niezwykle intrygujące, bowiem pokazuje nie tyle nawrót do starego, co raczej pewne nawiązania użytkowników języka na wskroś przesiąkniętych nie tylko kulturą pisma, ale i druku i związanego z nim uporządkowaniem, a także – pozycją społeczną tekstu. To, co wydrukowane, jest bardziej „poważane”, stoi za nim autorytet instytucji i procedur medialnych. Hipertekst, ale i słowo cyfrowe, porządek ten burzą.

Proste przyłożenie pojęcia stylu i metod jego opisu do nowej jakości, jaką stanowi hipertekst wydaje się zatem zadaniem karkołomnym. Potęgując ową karkołomność fakt tekstologicznego nachylenia w badaniach stylistycznych, gdzie podstawą był zapis, tekst w rozumieniu tradycyjnym, ze swoim zamknięciem, gotowością, stabilnością, izolacją i autorem. Samo stwierdzenie, że mamy do czynienia z wtórną oralnością nie wystarcza – ustna forma języka od dawna była także przedmiotem opisów stylistycznych¹², lecz i one

¹¹ Podkreślanie wtórności wydaje się tu, także w świetle dyskusji podjętej na konferencji, wciąż konieczne. Nie idzie tu o nawrót do ongowskiej pierwotnej oralności, a jedynie o nasilenie w dyskursie medialnym pewnych cech wspólnych z ową kulturą pierwotną. Można tu jednak mówić jedynie o pewnych nawiązaniach wtórnych, bo dokonywanych w umysłach użytkowników języka ukształtowanych w ramach kultury pisma i druku, użytkowników na wskroś przesiąkniętych właściwościami słowa drukowanego.

¹² Badania te wiążą się z jednej strony z rozwojem socjolingwistyki i są nastawione na różnicowanie społeczne mówionej odmiany języka, a z drugiej nawiązują do opisów kategorii potoczności (styl potoczny, język potoczny czy potoczna odmiana polszczyzny jako terminy niemal synonimiczne). Por. np. Abramowicz, Bartmiński (red. 1989), Wilkoń (1979; 1982), z nowszych prac: Warchala (2003).

nie dają wystarczających narzędzi do postawienia hipotezy o stylu hipertekstu. Sama wtórna oralność czy zbliżenie do formy mówionej nie oddaje istoty rzeczy – natura hipertekstu jest w równym stopniu determinowana drugim czynnikiem: cyfrową jakością słowa. Dopiero sprzężenie tych dwóch elementów, ich wzajemne rozpoznanie daje podstawy do badania natury słowa w hipertekście. Być może zresztą żaden nowy styl się nie wyłoni i prawdziwa okaże się wstępna hipoteza Lahnama, iż „[...] czcionka pikselowa kwestionuje podstawowe stylistyczne „decorum”, a najlepszym stylem jest ten, którego nie widać” (Lahnam 1993: 25).

Literatura

- Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, 2003, red. G. Godlewski, A. Mencel, R. Sulima, Warszawa.
- Delany P., Landow G.P., 2008, *Zarządzanie cyfrowym słowem: tekst w epoce reprodukcji elektronicznej*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Warszawa, s. 75–101.
- Dovey, J. 2008, *Uwagi na temat hipertekstualnej teorii narracji*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Warszawa, s. 157–172.
- Foucault M., 1999, *Kim jest autor?* [w:] Foucault M., *Powiedziane, napisane. Szaleństwo i literatura*, wyb. i opr. T. Komendant, Warszawa, s. 199–219.
- Gajda S., 1996, *Wstęp* [w:] *Styl a tekst*, red. S. Gajda, M. Balowski, Opole.
- Głowiński M., 1977, *Style odbioru. Szkice o komunikacji literackiej*, Kraków.
- Godzic W., 2000, *Język w Internecie. Czy piszemy to, co myślimy?*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa, s. 176–185.
- Grusin R., 2008, *Kim jest elektroniczny autor? Teoria i technologiczny fałsz*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Warszawa, s. 173–191.
- Gwóźdź A. (red.), 2008, *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, Warszawa.
- Lahnam R., 1993, *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*, Chicago.
- Levinson P., 2003, *Od tekstu do hipertekstu*, [w:] *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa, s. 643–656.
- Mrozowski M., 1987, *Podjęcie użytkowania i korzyści w badaniach komunikowania masowego. Podstawowe zagadnienia*, „Przekazy i Opinie” 3/4, s. 78–95.
- Ong W. J., 2003, *Psychodynamika oralności*, [w:] *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa, s. 191–202.
- Ratzan L. 2000, *Making sense of the Web: a metaphorical approach*, „Information Research”, 6, 1.
- Skubalanka T., 2000, *Wprowadzenie do gramatyki stylistycznej języka polskiego*, Lublin.

Tekst ustny – texte oral. Struktura i pragmatyka – problemy systematyki – ustność w literaturze, 1989, red. M. Abramowicz, J. Bartmiński, Wrocław.

Warchala J., 2003, *Kategoria potoczności w języku*, Katowice.

Wenz K., 2008, *Tekst w dobie jego reprodukcji elektronicznej*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Warszawa, s. 103–117.

Wilkoń A., 1979, *O odmianach współczesnej polszczyzny mówionej*, „Opuscula Polono-Slavica”, s. 408–410.

Wilkoń A., 1982, *Język mówiony a pisany*, „Socjolingwistyka” 4, s. 19–33.

Witosz B., 2005, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Katowice.

Hypertext versus style

Summary

The paper verifies a preliminary thesis on technological determination of all media. Taken from McLuhan's theory of technological determinism, it is a starting point for a discussion on the influence of the Internet technology on the style of a message. A hypertext, being a peculiar form of a word's appearance on the Net, serves as a basic characteristic of that technology. Detailed questions are discussed, such as: the problem of a text's authorship, linguistic properties of the Internet word, and on this basis – the place and role of a style in shaping verbal communication in the hypertext structure. In conclusion, the author mentions many features showing an affinity between hypertext information and an oral text, and suggests approaching it as a part of an already familiar concept of secondary orality. Final conclusions cannot be drawn because the hypertext structure is additionally overlapped with a digital nature of a word, being in and of itself a vital technological *novum*.