

Wirtualny nadawca w sieci. Wstępna kategoryzacja

ABSTRACT. Kaźmierczak Marek, *Wirtualny nadawca w sieci. Wstępna kategoryzacja* [Virtual Sender on the Net. An initial Categorization]. „Przestrzenie Teorii” 5, Poznań 2005, Adam Mickiewicz University Press, pp. 213-241. ISBN 83-232-1605-3. ISSN 1644-6763.

In the result of the emergence of the new media we are faced with unpredictable consequences for the textual communication. Contemporary metaphor of these “unpredictable consequences” is the World Wide Web (www). In this article – titled “Virtual Sender” – I am trying to describe the strong impact of the www exerted on the textual communication. The main issue of this article is the semiological status of the sender in the www. I am interpreting this category in three aspects: syntactic, semantic and pragmatic. Each of these aspects has a prevailing characteristic: for syntactic is an autopoietic function; for the semantic it is non-scaling function and for pragmatic aspect it is an autotheological function.

Using these three aspects I am describing a very important relationship between the tools of communication and the subject of the communication. This article shows the main problem area connected with semiological status of the sender.

Wprowadzenie

Określenie nadawcy „wirtualnym” pełni podwójną funkcję. Z jednej strony odnosi się bowiem do wirtualnego medium, jakim są komputery podłączone do sieci World Wide Web, natomiast z drugiej implikuje potencjalność, możliwość tworzenia i nadawania znaczeń.

W treści artykułu ukryte są pytania dotyczące ontologicznego statusu nadawcy wraz z rozważaniem kwestii: nadawca w perspektywie przedmiotowej czy nadawca w perspektywie podmiotowej, czyli nadawca jako zbiór kompetencji umożliwiających kreację przekazu kanalizowanych w różnych mediach, czy też nadawca jako mniej lub bardziej aktywne realne „ja”. Czy nadawca jest idealnym bytem, aczasowym, amedialnym, a więc i aprzestrzennym, czy też może procesem, w którym zbiegają się jedynie kompetencje umożliwiające kreację znaczeń i jednokierunkowy ich przekaz? W jakiej skali ogłoszenie – najpierw śmierci podmiotu, a następnie śmierci autora¹ – determinować ma śmierć nadawcy?

Michel Foucault pisze, że biblioteka staje się natchnieniem twórcy, że pisarz zapośrednicza akt kreacji we wcześniejszych dziełach – wcześniejszych, czyli już stworzonych – autor okazuje się odbiorcą tych dzieł

¹ R. Barthes, *Śmierć autora*, tłum. M.P. Markowski, „Teksty Drugie” 1999, nr 1-2.

i następnie majstrem – (prze)twórcą². Medium staje się protezą epistemologiczną – metaforą poznawczą uobecnianego poprzez nie tekstu, aby ostatecznie odbiorca doskonał się w kreacji znaczeń przezeń zastanych³. Socjologia literatury prowadziła badania w zakresie społecznego komunikowania się i wynikających stąd dla komunikacji tekstowej konsekwencji.

Pytaniem, które dało asumpt do rozwijanych w niniejszym artykule analiz i interpretacji jest pytanie o to, na ile nowe medium zrewolucjonizowało – zdawałoby się, że stary – porządek w relacji nadawca-przekaz-odbiorca⁴.

Pokorę poznawczą implikuje zagadnienie ewolucji nadawcy – czy ewoluuje on ze względu na definiujące go środki przekazu i reorganizowane tym samym sposoby komunikacji, czy też ewoluuje jedynie w języku rozpraw naukowych, natomiast w perspektywie doświadczeń komunikacyjnych jest niezmienny?

Zagadnienie wirtualnego nadawcy zamierzam rozwijać w perspektywie komunikacji tekstowej⁵, której zapleczem medialnym jest sieć stron internetowych WWW⁶. Pojęcia odbiorcy i przekazu nie są bezpośrednio przedmiotem rozważań w niniejszym artykule, choć są stale obecnym kontekstem dla prezentowanego zagadnienia.

W kolejnych etapach zamierzam przeanalizować zagadnienie wzajemnej relacji między cyberprzestrzenią a nadawcą, uwzględniając możliwości, właściwości komunikacyjne sieci. Definiując pojęcie wirtualnego nadawcy, postaram się wykazać, że jego głównymi kategoriami są: autopoietyczność, bezskalowość oraz teleologiczność. Rozwijając zaś zagadnienie wirtualnego nadawcy, przeanalizuję jego obecność oraz aktywność na trzech poziomach sieciowego przejawiania się: syntaktycznym, semantycznym oraz pragmatycznym.

² M. Foucault, *Biblioteka i wyobraźnia*, w: tegoż, *Powiedziane, napisane. Szaleństwo i literatura*, tłum. M.P. Markowski, Warszawa 1999, s. 100.

³ Pojęcie metafory poznawczej zapożyczam od Neila Postmana, który medium określa właśnie jako metaforę epistemologiczną – protezę poznawczą podmiotu. N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, tłum. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa 1995, s. 14-35; M. McLuhan, *Galaktyka Gutenberga*, w: tegoż, *Wybór pism*, tłum. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001.

⁴ J. Lalewicz, *Socjologia komunikacji literackiej. Problemy rozpowszechniania i odbioru literatury*, Wrocław 1985; S. Zólkiewski, *Wiedza o kulturze literackiej. Główne pojęcia*, Warszawa 1985.

⁵ M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa 2003, s. 218-219.

⁶ W dalszej części artykułu następujące pojęcia traktuję synonimicznie: cyberprzestrzeń, World Wide Web (WWW), internet oraz sieć.

Zagadnienie wirtualnego nadawcy jest bardzo złożone. Dlatego badam problem nadawcy jedynie w perspektywie tekstowej stron WWW; tym samym rozumienie nadawcy zostaje przeze mnie silnie zredukowane. Objętość artykułu uniemożliwia szerszy ogląd zjawiska.

1. Przedstawienie problemu – nadawca i medium

W historii mediów wyróżnia się przede wszystkim medium oralne, medium pisma, dalej druku, media audiowizualne i wreszcie poprzez połączenie komputerów osobistych – medium internetu⁷. Wraz z rozwojem mediów zmieniają się formy komunikacji, sposoby uobecniania się nadawcy i odbiorcy, a także ich determinanty kontekstowe, czyli najogólniej – sytuacje kulturowe, w obszarze których owe formy nabierają znaczeń. Każde z wyżej wyróżnionych mediów implikuje napięcia nadawczo-odbiorcze, a wraz z tymi także tworzenie, przetwarzanie oraz odtwarzanie treści. Pojawiające się nowe medium nie prowadzi do zaniku medium dotychczas dominującego („starego”), lecz jedynie częściowo przejmując jego kompetencje, dodając nowe jakości komunikacyjne⁸. Kiedy pojawiła się kolorowa fotografia, to nie zanikła fotografia czarno-biała, lecz jedynie zmieniła częściowo swoje funkcje – z wiernego odtwarzania rzeczywistości stała się narzędziem do tworzenia abstrakcyjnych wizerunków rzeczywistości; użytkowe funkcje zostały zastąpione artystycznymi, nie eliminując tych pierwszych⁹. Proces zastępowania środków przekazu przez inne, a więc i przekształcania ich właściwości, David Jay Bolter określił mianem „remediacji”¹⁰.

Proces remediacji właściwy jest nie tylko ewoluującym mediom, ale i ich użytkownikom. Opisane przez Boltera zjawisko remediacji interpretować można przez analogię do ewolucji biologicznej, z tą jednak różnicą, że ewolucja mediów, czy w konkretnej perspektywie ewolucja nadawcy i ewolucja odbiorcy, nie muszą prowadzić do ich udoskonalania. W tym

⁷ Literatura przedmiotu jest bogata: M. McLuhan, *Wybór pism*, op. cit.; W.J. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Lublin 1992; P. Levinson, *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 1999; M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne*, op. cit.; E. Wilk, *Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych*, Kraków 2000; J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press 2002.

⁸ M. McLuhan, *Zrozumieć media*, w: tegoż, op. cit., s. 140.

⁹ Proces przemiany funkcji społecznej fotografii opisuje P. Levinson w książce pt. *Miękkie ostrze*, op. cit., s. 160-165.

¹⁰ J.D. Bolter, op. cit., s. 7-35.

miejscu rozważań wkrada się złożony problem kompetencji merytorycznych oraz epistemologiczno-estetycznych uczestników komunikacji. Silny wpływ na status ontologiczny oraz na status semiologiczny nadawcy ma zjawisko remediacji. Wraz ze zmianą medium zmienia się więc sposób jego użytkowania, a zatem i sposób zapośredniczenia się w nim uczestników komunikacji. Dominacja medium werbalnego w komunikowaniu się determinowała inne zachowania odbiorcy i nadawcy, niż działo się to np. w XIX w. po rozpowszechnieniu mediów masowych¹¹. Zarówno w porządku symbolicznym, jak i fizycznym, zmieniały się układy relacji między uczestnikami komunikacji. Medium słowa wymagało zarówno od nadawcy, jak i od odbiorcy, obecności we wspólnym czasie i wspólnym miejscu. Natomiast w porządku symbolicznym kreowany w ten sposób przekaz religijny, artystyczny czy polityczny stwarzał rzeczywistość, a jego przekaziciel lub twórca (nadawca) stawał się kimś w rodzaju pomaźańca, proroka czy demiurga; często też nim był¹². Do dziś w wielu kulturach słowo mówione nadal pełni funkcje performatywne, np. w obrzędach religijnych („Ja ciebie chrzczę”, „działaj przeze mnie”).

Rozwijająca się za sprawą ewolucji środków przekazu kultura czyni z nadawcy kogoś uzależnionego od grona wydawców, czytelników, tłumaczy. W porządku fizycznym komunikacji wspólne czas i przestrzeń ulegają rozproszeniu, rozszerzeniu. Zapis słowa, jego audiowizualizacja różnicują relacje nadawczo-odbiorcze¹³. Wraz z rozwojem mediów komplikują się procesy komunikacji, także komunikacji tekstowej. Kolejne etapy remediacji umożliwiają osmozę postaw nadawczych i odbiorczych¹⁴.

Historycznie nawarstwiające się teksty i ich przekazy pozwalają otaczającą człowieka rzeczywistość traktować także jako tekst dający się interpretować¹⁵. Rzeczywistość traktowana jako zbiór tekstów wzmaga

¹¹ J. Lalewicz, *Socjologia komunikacji literackiej*, op. cit.; M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne*, op. cit.

¹² E. Zwolski, *Choreia. Muza i bóstwo w religii greckiej*, Warszawa 1978, s. 5-40; J. W. Ong, *Oralność i piśmienność*, op. cit.; J. Lalewicz, *Problemy rekonstrukcji historycznej w historii nauki. Przykład historii językoznawstwa*, „Kwartalnik Historii Nauki i Techniki” 1974, nr 2, cyt. za: M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne*, op. cit.; T. Goban-Klass, *Modele procesu komunikowania: przegląd i analiza*, „Przekazy i Opinie” 1976, nr 4.

¹³ Por.: A.W. Mikołajczak, M. Kaźmierczak, *Ku cyfrowym metamorfozom. Tradycja antyczna w cyberprzestrzeni*, „Przestrzenie Teorii” 2003, nr 2, s. 159-178.

¹⁴ Będę o tym pisał więcej w części poświęconej różnym sposobom definiowania nadawcy.

¹⁵ W. Kalaga, *Mgławice dyskursu. Podmiot, tekst, interpretacja*, Kraków 2001, s. 19-126; Derrida, *O gramatologii*, tłum. B. Banasiak, Warszawa 2001, s. 217-225; R. Nycz, *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Kraków 2000, s. 33-79; M. Dąbrowski, *Postmodernizm: myśl i tekst*, Kraków 2000, s. 64-76.

w człowieku potrzebę dostrzegania aktywnej obecności jej twórców, kreatorów, nadawców. Stąd w wielu współczesnych dyskursach mówi się o tym (często banalizując pierwotne założenia poznawcze), że „wszystko jest tekstem”¹⁶ (bez względu na to jak owo „wszystko” i „tekst” są rozumiane) lub że ze względu na wydarzenia historyczne wyczerpały się „wielkie narracje” (narracja historii)¹⁷, co znaczy, że po wyczerpaniu się owych narracji pojawiają się inne (nie-wielkie?) narracje lub że rzeczywistość (rozumiana szeroko) staje się „symulakrum”¹⁸ w jego kolejnej inkarnacji. Uczestnicy owej rzeczywistości stają się jej prawodawcami, interpretatorami, uczestnikami, twórcami, konsumentami, przechodniami czy też tłumaczami¹⁹.

Sieć komputerowa, implikująca nowe postawy komunikacyjne na bazie dotychczasowych, czyli właściwych wcześniejszym mediom, wcześniejszym etapom ewolucji triady nadawca-przekaz-odbiorca, wpisuje się w wyżej scharakteryzowane zjawiska jako narzędzie komunikacji oraz jako środowisko społeczne.

Inwazja technologii komputerowych w domenę komunikacji tekstowej przeobraża jej teoretyczne podstawy, reguły tworzenia i przetwarzania samych tekstów, a tym samym przetwarza status nadawczo-odbiorczy uczestników owej komunikacji. W humanistyce właściwości sieci internetowej sprowadza się do „hipertekstowości”, „interaktywności” oraz „hipermedialności”.

1.1. Hipertekstowość

Paul Levinson pisze o strukturach umożliwiających nawigowanie po tekstach *on-line* działających jednocześnie jako spisy treści i indeksy w książkach oraz jako systemy klasyfikacji w bibliotekach i księgarniach, dokonujących połączeń między książkami. „Tekst *on-line* jest nie tylko książką, ale i księgarnią”²⁰. Książki drukowane są, jak określa to

¹⁶ R. Nycz, op. cit., s. 59.

¹⁷ J.-F. Lyotard, *Kondycja postmodernistyczna*, tłum. A. Taborska, „Literatura na Świecie” nr 8-9 (205), 1988, s. 281.

¹⁸ J. Baudrillard, *Precesja symulaków*, tłum. T. Komendant, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1997, s. 181.

¹⁹ Wymienione w zdaniu zakończonym dziesiętnastym przypisem epitety określające podmiotową obecność i uczestnictwo we współczesności brzmią niczym kakofoniczne echo lektur, esencja bibliotek i bibliografii, co w perspektywie rozwijanych w niniejszym artykule analiz tym silniej wydaje się wyraźnym znakiem nieustannej potrzeby pytania o nadawcę. Podanie do każdego z tych epitetów bibliografii jest odsłoną adresów do kolejnych bibliografii.

²⁰ P. Levinson, op. cit., s. 209.

w innym miejscu Levinson – „tępe”²¹, gdyż nie zachodzi między nimi na poziomie fizycznym żadna wymiana informacji; trwają obok siebie.

Hipertekst określa się jako aktywnie zaprogramowany²² zbiór słów-kluczy, zwrotów i ich połączeń, przejrzystych lub sugerowanych, z innymi słowami-kluczami i zwrotami: „jest to podlegająca nieustannej rewizji mapa ich znaczeń i skojarzeń”²³. Powyższa uproszczona definicja hipertekstu doskonale pasuje do hipertekstu w sieci, którego przeznaczeniem jest odczytywanie literackie lub metaliterackie²⁴. W dalszych rozważaniach hipertekst będę rozumiał jednak szerzej.

Od momentu wprowadzenia protokołu umożliwiającego indywidualne korzystanie z sieci oraz języka hipertekstowego²⁵ pojawiła się w internecie możliwość gromadzenia i przetwarzania baz danych, w większości przypadków²⁶ dostępnych użytkownikowi.

²¹ Tamże, s. 210.

²² We wczesnych latach 90. nastąpił przełom w internecie – sieci. Wiąże się to z powstaniem protokołu *HyperText Transfer Protocol* (HTTP) umożliwiającym indywidualny dostęp do informacji w sieci. W 1989 r. Tim Bernes-Lee stworzył *HyperText Markup Language* (HTML), dzięki któremu HTTP stał się bardziej dynamiczny. HTML (obecnie częściej jako alternatywa stosowany jest język XML [*eXtensible Markup Language*]) jest językiem (HTML – dalej nazywany będzie: językiem hipertekstowym) przeznaczonym do tworzenia stron WWW, jednakże nie jest językiem służącym do programowania, a jedynie pewnym systemem zapisu znaczników, które można zastosować do tekstu, grafiki, dźwięku oraz innych form utrwalania informacji. Można go używać zarówno do formatowania, jak i łączenia dokumentów, bez względu na typ komputera, w którym pierwotnie został stworzony plik. D. Hayes, *HTML 4 w 10 minut*, tłum. J. Bukowski, Warszawa 2000, s. 2-3.

²³ P. Levinson, op. cit., s. 212.

²⁴ Przykładową stroną, na której znaleźć można hipertekst literacki, a dokładnie powieść hipertekstualną, jest strona: <http://www.ryman-novel.com>. Inną formą hipertekstu są np. teksty, do których można przejść np. ze strony internetowej: www.techsty.art.pl lub też artykuły, które zawierają słowa-linki do innych tekstów lub stron internetowych. Dla przykładu strona internetowa – na której umieszczony jest tekst Nicholasa Negroponte pt. *Bity kontra atomy. Sześć fragmentów książki „Being digital”*, tłum. A. Stefański, <http://www.cyberforum.edu.pl> – ma linki do innych stron w sieci – m.in. fraza z omawianego tekstu – *Hayes Corporation* – jest jednocześnie linkiem łączącym dany tekst ze stroną korporacji (<http://www.hayes.com>), natomiast fraza MIT jest linkiem łączącym dany tekst ze stroną instytutu naukowego w Massachusetts (<http://web.mit.edu>).

²⁵ O języku hipertekstowym pisał będę więcej w części dotyczącej uobecnianiu się nadawcy na poziomie syntaktycznym.

²⁶ Piszę: „w większości przypadków”, gdyż problem z dostępem do danych jest o wiele bardziej złożony. Obecnie dostęp do danych zależy m.in. od czynnika komercyjnego w sieci, a ten znów jest coraz częściej powiązany z liczącymi się, ze względu na wielkość i zasięg, portalami i wyszukiwarkami; czy wreszcie od doskonałości narzędzi, za pomocą których użytkownik usiłuje organizować nabywane przez siebie informacje. Bliższych informacji na temat możliwości dostępu do danych w sieci można poszukać w artykule

Możliwość wyboru niesekwencyjnie uszeregowanych leksji nie jest wynalazkiem najnowszych technologii. Eksperymentów z linearnym odczytaniem tekstu dokonywano już dużo wcześniej. Jako wzorcowy przykład literatury hipertekstowej podać można *Grę w klasy* Julio Cortáзара czy *Cent mille milliards de poems* Raymonda Queneau.

Metaforą przestrzenną hipertekstu jest nawigacja, metaforą czasową – pojedyncza sesja lekturowa²⁷. Wydawać się może, że hipertekst – ten raczej „czasownik niż rzeczownik”²⁸ – jest lekturą indeterministycznie organizowaną. Deterministyczna perspektywa kreowania tekstu *implicite* zakładała chronologię – napisanie, a potem odczytywanie całości tekstu – przesył komunikatu od nadawcy do odbiorcy. W deterministyczne rozumienie relacji nadawca-przekaz-odbiorca wpisany był autorytet twórcy – demiurga oraz aksjologiczne hierarchie z tak uporządkowanych relacji wynikające. Hipertekst na poziomie języka jest transgresywny, przechodzi z cudzego wnętrza w swoje zewnątrz²⁹. Im bowiem silniej tekst staje się zależny od pojedynczej sesji lekturowej hipertekstu, tym bardziej odrywa się od tradycyjnie rozumianego nadawcy, a więc tym bardziej jest niepowtarzalny. Niepowtarzalność wydaje się ważną cechą, która ogniskuje relacje między tekstem, nadawcą i odbiorcą. Do tej cechy powrócę przy rozważaniach o wirtualnym nadawcy. W tym miejscu można jedynie zauważyć, że hipertekst próbuje oderwać się od procesu historycznoliterackiego. Odczytanie staje się niepowtarzalne, powtarzalne są leksje. Chyba, że odczytanie jako pewną koniunkcję odczytań zapiszemy na stronie WWW, a wtedy – na poziomie ontycznym odczytanie stanie się kolejnym tekstem – z wielu możliwych do odczytania i do połączenia się. Deterministyczny porządek linearnego odczytania tekstu w sieci zostaje zakłócony także ze względu na zależność organizacji hipertekstu od warunków początkowych (arbitralność odpowiedzi np. wyszukiwarki internetowej na tak, a nie inaczej zadaną frazę, liczba linków na stronie do innych stron WWW, możliwości technologiczne transmisji danych użytkowanego komputera itp.) sytuacji komunikacyjnej, w trakcie której hipertekst się wyłania.

Justyny Hofmokl i Alka Tarkowskiego pt. *Wyszukiwarki i ich rola w kształtowaniu Internetu*, http://terminal.n17.waw.pl/stable/pliki/hofmokl_tarkowski_wyszukiwarki.pdf

²⁷ M. Pisarski, *Powieść jako zwierciadło umysłu. Szkic do poetyki hipertekstu na podstawie klasyki gatunku: afternoon. a story, Patchwork Girl, A Further Xanadu*, w: *Liternet. Literatura i internet*, red. P. Marecki, Kraków 2002, s. 138.

²⁸ M. Filiciak, *Druk kontra piksele. Hipertekst w literaturze*, w: *Liternet...*, op. cit., s. 122.

²⁹ M. Foucault, *Mysł zewnętrzna*, w: tegoż, *Powiedziane, napisane...*, op. cit., s. 173-199.

1.2. Hipermedialność

Terminem hipermedialność określa się połączenie technologicznych możliwości mediów cyfrowych w ich interakcji ze środowiskiem użytkownika. Hipermedialność najczęściej definiuje się (na stronach internetowych polsko- i angielskojęzycznych) jako hipertekst rozszerzony o obiekty przekazujące informację przy użyciu multimedialnych środków przekazu takich jak dźwięk, ilustracje, wideo lub animacje. Za najbardziej znany, a przy tym w najszerszym rozumieniu istniejący system hipermedialny uważa się World Wide Web (WWW)³⁰. Hipermedialność, rozumianą jako możliwość wykorzystania więcej niż jednego środka przekazu do przesyłu informacji podaje się jako nieodłączną cechę cyberprzestrzeni. O hipermedialności mówi się także jako o posługiwaniu się połączeniem w jednym audiowizualnym przekazie wielu typów informacji, które są efektem jednoczesnego stosowania tych środków³¹.

W hipermediach słowo pisane występuje nadal, ale zmienia się zasadniczo kontekst, który pozwala na odtwarzanie „różnicowanych materiałowo tekstów kultury: pisanych i mówionych, audialnych i wizualnych, audiowizualnych”³².

Badacze historii mediów wyróżniają dwa ważne momenty w rozwoju mediów. Moment przejścia od sfery liczb do dziedziny słów, czyli od sfery sygnałów do dziedziny sensów³³, oraz drugi moment – moment digitalizacji, binaryzacji obrazu i dźwięku, który otworzył sferę audiowizualną na technologiczne możliwości komputerów.

Kiedy w połowie lat sześćdziesiątych *Time* relacjonował misję na Mariner IV w kierunku Marsa, kamera telewizyjna pokazywała pierwsze obrazy powierzchni Czerwonej Planety. Komentarze były następujące:

³⁰ <http://webstyle.pl>; <http://nevillon.pac.pl>; <http://data.georgetown.edu>; <http://eyphrates.wpunj.edu>

³¹ Wiele informacji na ten temat można znaleźć m.in. na stronach internetowych: www.komputerswiat.com.pl; www.wiem.onet.pl; www.art.techsty.pl

Od momentu wprowadzenia protokołu HTTP i języka HTML pojawiła się w internecie możliwość lokowania baz danych (stron internetowych, witryn) interaktywnie dostępnych każdemu odbiorcy. Na stronie utworzonej w języku HTML i JavaScript (język skryptowy dla dokumentów internetowych; skrypty napisane w tym języku można bezpośrednio ulokować na stronach HTML) umieszczać możemy dźwięki zapisane np. w plikach MP3 (format skompresowanych plików dźwiękowych), obraz utrwalony w plikach AVI lub MPEG (format skompresowanych plików wideo).

³² M. Hopfinger, op. cit., s. 140.

³³ U. Eco, *Nieobecna struktura*, tłum. A. Weinsberg i P. Bravo, Warszawa 2003, s. 35-77.

Każdy obraz był zrobiony z 200 linii – w porównaniu z 525 liniami na ekranach telewizyjnych. Każda linia była zrobiona z 200 kropek. Transmitowane obrazy były trzymane w przewodzie przez 25 sekund, wtedy też były skanowane przez promienie elektronowe, które odpowiadały na stopień intensywności światła każdej kropki. Następnie było to transmitowane w numerycznym kodzie ze wskaźnikami cieniowania liczącymi od 0 dla białego koloru do 63 dla najciemniejszej czerni. Numery cieniowanych kropek były zapisywane w kodzie binarnym, czyli w języku komputerów. Tak więc kolorem białym (0) było 000000, czarnym (63) zaś 111111. Każdy obraz – 40 000 małych kropek zakodowanych w postaci 240 000 bitów binarnego kodowania – był gromadzony na magnetycznej taśmie na potrzeby transmisji na Ziemię po tym, jak Mariner IV przeleciał obok Marsa³⁴.

Dla porównania, współczesne komputery mogą generować obrazy składające się z milionów pikseli („małych kropek”) w milionach kolorów, wymagając do tego sto razy więcej bitów binarnego kodowania. Zdolność najnowszych komputerów do manipulowania obrazem i dźwiękiem stała się głównym powodem niezwykle dynamicznego rozwoju cyberprzestrzeni.

Hipermedialność jest wielopasmowym przesyłem informacji, który umożliwia przenoszenie użytkownika w dowolnym czasie do odrębnych form artykulacji tekstu, form mogących się wzajemnie dopełniać. Cyberprzestrzeń stała się popularna dzięki otwarciu jej na różne formy przekazu informacji, co doprowadziło do rozszerzania grona użytkowników sieci, a także do silnego różnicowania się ich oczekiwań. Hipermedialność czyni medium WWW transparentnym, hipertekstowość zaś czyni dostęp do danych światowych bezpośrednim³⁵. Świat informacji stał się widzialny i niemal dotykalny, rzeczywisty dla użytkownika; w tym samym momencie nadawca zaczął przenikać się z medium, którego organizacja naśladuje możliwości myślenia i postrzegania rzeczy przez odbiorcę, by tym samym uprzyjemnić mu użytkowanie sieci. Ważnymi cechami charakteryzującymi triadę nadawca-przekaz-odbiorca, obok wyróżnionej wcześniej „niepowtarzalności”, są „transparentność” (cecha przestrzenna) oraz „bezpośredniość” (cecha czasowa).

1.3. Interaktywność

Interaktywność jest pojęciem oznaczającym wiele rzeczy – od sztuki internetowej po komputery pytające użytkownika, czy chce się wylogować z sieci; od interaktywnych schodów (windy) po strony internetowe,

³⁴ Cyt. za: P. Codognet, *The Semiotics of the Web*, <http://pauillac.inria.fr/~codognet/web.html>

³⁵ J.D. Bolter, op. cit., s. 32.

na których można zdobywać nowych przyjaciół, uśmiechając się do ich awatarów³⁶. W wymiarze ogólnym termin interaktywność odsyła „ku złożonemu kompleksowi zjawisk, których wspólną właściwością jest obustronnie aktywna komunikacja i wynikające z niej współdziałanie pomiędzy człowiekiem a elektroniczną maszyną obdarzoną (w mniejszym lub większym stopniu) sztuczną inteligencją”³⁷.

W analizach interaktywnej komunikacji w sieciowym środowisku komputerowym wyróżnia się przede wszystkim interakcję osobową, umożliwiającą dwustronną, symetryczną komunikację między osobami za pośrednictwem środowiska komputerowego, oraz interakcję techniczną, umożliwiającą wzajemne oddziaływanie człowieka z komputerem³⁸. Interaktywność techniczna definiowana jest jako „zdolność urządzenia (zwłaszcza audiowizualnego) do ustanawiania i podtrzymywania relacji z użytkownikiem”³⁹. Prefiks „inter-”, zdaniem Margaret Morse, oznacza łączenie tego, co z natury rzeczy jest względem siebie obce, różne. Prefiks ów wyraża tym samym koniunkcję między umysłem, ciałem i maszyną, koniunkcję między światem fizycznym i alternatywnym względem niego światem wirtualnym. Kontakt między tymi wymiarami możliwy jest przy odpowiednim oprogramowaniu oraz odpowiedniej technologii, tak by zachowania odbiorcy dały się przekładać na zapis cyfrowy, i tak, by zapis cyfrowy był dostępny dla użytkownika⁴⁰.

Ryszard W. Kluszczyński, pisząc wielokrotnie o interaktywności, głosi, że autor tworzy już nie tyle teksty, co konteksty, z których użytkownik generuje własny niepowtarzalny odbiór. Przyznać należy, że takie rozumienie interaktywności jest może wierne sztuce internetowej i multimedialnej, jednakże w komunikacji tekstowej problem jest inny. Pozostaje bowiem nadawca komunikatu, który nie tyle jest twórcą kontekstu, co jego wewnętrznym elementem. Poza tym nie każdy (początkowo!) tekst, także literacki, jest *a priori* przeznaczony do tego, ażeby być hipertekstem hipermedialnym i interaktywnym.

W części poświęconej hipertekstowości starałem się pokazać, że o ostatecznym znaczeniu sytuacji tekstowej decyduje już nie tyle twórca, także jako nadawca, ale użytkownik – odbiorca. W tym miejscu rozważań można się wstępnie zgodzić z Ryszardem Kluszczyńskim, że „artysta –

³⁶ Przykładowymi stronami, na których użytkownik może funkcjonować w wirtualnym, interaktywnym środowisku, są: www.there.com; www.activeworlds.com

³⁷ R.W. Kluszczyński, *Spoleczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimediu*, Kraków 2001, s. 100.

³⁸ www.sfera.net.pl

³⁹ Z. Wałaszewski, *Interaktywność gier komputerowych*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 404.

⁴⁰ M. Morse, *The Poetics of Interactivity*, <http://switch.sjsu.edu>

twórca artefaktu przestaje być twórcą bezpośredniego znaczenia dzieła; znaczenie to jest bowiem tworzone, tak jak dzieło, przez odbiorcę w procesie interakcji [...] Odbiorca nie jest więc już zaledwie interpretatorem gotowego, czekającego na odkrycie znaczenia, ani też eksploratorem, który w pasywny jedynie sposób doświadcza skończonego dzieła. Struktura (estetycznego) doświadczenia dzieła interaktywnego jest bowiem w dużym stopniu uzależniona od aktywności odbiorcy⁴¹.

Przyjemność interakcji bierze się stąd, że uczestnik komunikacji, dążąc do kontaktu i komunikacji, czerpie przyjemność z ingerencji w środowisko tekstowe, zakłócając ewentualny linearny przebieg lektury tekstu. Czas, także jako szybkość dostępu do danych, za sprawą interakcji staje się ważnym kryterium organizacji komunikacji tekstowej.

Obecne interfejsy, okna są na ekranie wielorakie, złożone. Nie jest niczym nadzwyczajnym dla użytkownika posiadanie licznie otwartych, zachodzących na siebie lub zagnieżdżonych okien w tym samym czasie. To użytkownik decyduje, które okna rozwinie, na których się będzie dalej koncentrował, a które zostaną przez niego zwinięte. Przyjemność interakcji w sieci polega na możliwości dokonywania wyborów, które czynią z odbiorcy w perspektywie czasu nielinearnego (do pewnego stopnia) nadawcę. Różnorodne reprezentacje wewnątrz okien (tekst, grafika, wideo, dźwięk) tworzą złożoną przestrzeń, „jakby miały współzawodniczyć o użytkownika. Ikony, narzędzia i menu dodają następne warstwy znaczeń wizualnych i werbalnych⁴².

2. Definicje nadawcy

Na gruncie literaturoznawstwa trudno dziś pogodzić się z tym, że tradycyjnie rozumiany autor coraz częściej traci swą uprzywilejowaną pozycję. W sieci tym bardziej literatura popada w paradoksalną sytuację. Z jednej strony chce nadal być tym, czym była zawsze – uporządkowanym sposobem porozumiewania się osób: witryny internetowe, na których można tradycyjnie czytać „kanoniczne” utwory literackie, jak i te, które zrodziły się dopiero w cyberprzestrzeni⁴³. Natomiast z drugiej strony użytkownik interaktywnie generuje niepowtarzalny hipertekst,

⁴¹ R.W. Kluszczyński, *Komunikowanie w sztuce interaktywnej*, w: *Kultura i sztuka u progu XXI wieku*, red. S. Krzemień-Ojak, Białystok 1997, s. 222-225.

⁴² J.D. Bolter, op. cit., s. 32.

⁴³ Jeśli są nimi blogi, to jednak obecność nadawcy jest w tym miejscu wyraźna, „tradycyjnie” sugestywna i chronologicznie prymarna, pomimo że są blogi, na których to uczestnik komunikacji może sam dopisywać kolejne fragmenty lub komentarze do przeczytanych tekstów: www.blog.pl/; <http://blog.art.pl/>; <http://komix.blog.pl/>

często o zapleczu hipermedialnym, nie myśląc przy tym, czy wybrana leksja jest przez kogoś tłumaczona, że fragment tekstu mógł być wielokrotnie przerabiany i zmieniany przez innych użytkowników, że często przypadkowo znajduje się teksty w sieci, które poprzez zawarte w nich linki albo poprzez arbitralnie ustalone bliskie sąsiedztwo z innymi, np. za pomocą robota wyszukiwarki lub katalogu internetowego. Użytkownik nie myśli także ani o autorach stron, na których owe teksty są obecne, ani tym bardziej o elastyczności algorytmów oprogramowania dających pozorną swobodę w użytkowaniu sieci, kierując się jedynie czasem użytkowania i przeznaczeniem – wtedy użytkownik zawiesza funkcję nadawcy, gdyż to jego aktywność będąca wypadkową kompetencji oraz oczekiwań kreuje nowy tekst. Pojawiają się teoretyczne próby rozwiązania owej paradoksalnej sytuacji⁴⁴. W kolejnej części rozważań interesuje mnie przede wszystkim drugi aspekt komunikacji tekstowej – „nietradycyjny”.

Pozornie naiwne utożsamienie autora z nadawcą na tym poziomie refleksji wynika z tego, że rozdzielałam nadawcę wewnętrznego tekstu od nadawcy zewnętrznego, którego utożsamiałem właśnie z autorem. Najczęściej będę utożsamiał autora z nadawcą, gdy analizowane będą te aspekty komunikacji tekstowej, w których istotne będzie uwzględnianie domeny narzędziowej dla kreowania owych sytuacji komunikacyjnych. Nadawcę traktował będę zaś, co zresztą zacznie się wyłaniać w trakcie kolejnych analiz, jako zespół postaw nadawczych, kompetencji. Tak rozumiany nadawca niekoniecznie jest tożsamy z autorem, jest bowiem w porządku wyższym niż np. w przypadku powieści narrator – jest raczej w porządku podmiotu generującego tekst. Wszelkie różnice między tymi aspektami wyłonią się podczas rozwijania koncepcji wirtualnego nadawcy.

2.1. Nadawca jako metodologiczne zagadnienie

Aleksandra Okopień-Sławińska pisała, że w komunikacji literackiej skomplikowane są relacje między nadawcą istniejącym w tekście i poprzez tekst a nadawcą zewnętrznym wobec tekstu. Skomplikowanie owych relacji zależy od liczby mówiących osób oraz od hierarchicznej

⁴⁴ *Liternet. Literatura i internet*, red. P. Marecki, Kraków 2002; R.W. Kluszczyński, *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimediów*, Kraków 2001; *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2001; P. Sitarski, *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*, Kraków 2002.

zależności między ich wypowiedziami⁴⁵. Analizy badaczki dotyczące różnych aspektów komunikacji literackiej wydają się cenne przy ekstrapolacji tego zagadnienia przenieszonego na grunt medium internetowego. Jednakże zmieniają się już nie tylko same zależności między nadawcą wewnętrznym i zewnętrznym, ale także komplikuje się status ontologiczny oraz komunikacyjny generowanych w sieci tekstów oraz ich użytkowników.

Współczesny stan badań nad rozumieniem instancji nadawczej bardzo często odnosi się do pojmowania jej albo w perspektywie płaszczyzny komunikacyjnej dotyczącej autora i odbiorcy, albo w płaszczyźnie nowej, obejmującej działanie wszelkich instancji pośredniczących – występujących w roli wydawcy, redaktora, tłumacza itp. – określając wtedy instancję nadawczą mianem „nadawcy instytucjonalnego”⁴⁶ lub nazywając ją odpowiednio „dominantą ekspresji” i „dominantą sytuacji”⁴⁷, lub też określając instancję nadawczą w szerokim sensie jako „instytucjonalną całość kontroli społecznej upośredniczającej generowanie literackiego procesu komunikacyjnego”⁴⁸.

Instancję nadawczą pojmował będę w interaktywnym, hipertekstowym i hipermedialnym środowisku internetowym potrójnie. Dotychczasowe poszukiwania instancji nadawczej przez literaturoznawców analizowały ten problem w podwójnej perspektywie: w porządku nadawczym wewnątrz tekstu oraz w porządku wobec tekstu zewnętrznym. W sieci binarna opozycja rozmywa się ze względu na to, że często autor tekstu nie jest autorem strony, która wyrażona w języku hipertekstowym determinuje miejsce i funkcje owego tekstu. Rodzi się również kwestia, czy nadawca tekstu jest pojedynczy czy wielokrotny. Odpowiedź przestaje być oczywista, gdy uzna się ścisłą zależność między niepowtarzalnością interaktywnie generowanego tekstu a indywidualnością realizowanego tym samym aktu komunikacji tekstowej.

Kolejnym etapem potrójnie traktowanej przeze mnie w sieci instancji nadawczej jest uwzględnienie instancji nadawczej w aspekcie syntaktycznym, semantycznym oraz pragmatycznym. W trakcie analiz wyłaniać się będą tak zasadnicze problemy jak pojawienie się wielu nadawców, obecność naczelnej instancji nadawczej w organizacji hipertekstu czy też udostępnianie wstępnej materii narzędziowo-tekstowej przy pełnym niwelowaniu jednoznacznej modalności nadawczej. Nim jednak

⁴⁵ A. Okopień-Sławińska, *Semantyka wypowiedzi poetyckiej. (Preliminaria)*, Kraków 2001, s. 102-116.

⁴⁶ P. Sitarski, op. cit., s. 75-79.

⁴⁷ Takie rozróżnienie wprowadza Pierre Schaeffer. Cyt. za: J. Lalewicz, op. cit., Wrocław 1985, s. 40-47.

⁴⁸ S. Żółkiewski, op. cit., s. 104.

przejdę do powyżej zapowiedzianych analiz, pozwolę sobie w kolejnych dwóch częściach przytoczyć dotychczasowe interpretacje relacji między nadawcą i odbiorcą w nowych mediach.

2.2. Transmisja, negocjacja, kreacja

Pisząc o komunikacji tekstowej, zakładam, że akty komunikacyjne nie muszą zachodzić interpersonalnie. Często bowiem praktyką tak rozumianej komunikacji jest przełączanie intersemiotyczne realnego użytkownika na wirtualnego nadawcę. W dwóch modelach komunikacyjnych – modelu transmisji oraz interakcji, które poniżej zaprezentuję – występuje właśnie przekonanie o interpersonalnym charakterze komunikowania⁴⁹.

Pierwszy spośród owych modeli to model przedstawiający komunikowanie jako jednokierunkową transmisję, w ramach którego nadawca wywiera wpływ na odbiorcę. Najistotniejsze aspekty tego modelu można sformułować za pomocą kilku pytań: kto mówi?, co?, w jakim kanale?, do kogo?, z jakim skutkiem?⁵⁰ Zdaniem Kluszczyńskiego ten rodzaj komunikowania ma strukturę monologu i uznawany jest za typowy dla mediów masowych. W tym modelu komunikowania zachowany jest porządek chronologiczny aktu komunikacyjnego, gdyż nadawca jest aktualnym uczestnikiem realizowanych aktów komunikacji, natomiast odbiorca jest tych aktów uczestnikiem wirtualnym. Jeśli rozszerzy się rozumienie owego modelu z mediów masowych na komunikację literacką, to okaże się, że nadawca determinuje postawy odbiorcze, że dookreśla cel komunikacji, narzucając rozumienie kodów i znaczeń.

Dla przykładu, jako realizację modelu transmisyjnego komunikacji można przeanalizować wspomnianą przeze mnie stronę z tekstem Nicholasa Negroponte pt. *Bity kontra atomy*, dostępnym w sieci na stronie www.cyberforum.edu.pl. Powyżej pisałem, że artykuł Negropontego dostępny jest w formie hipertekstu. Nadawca rozumiany w modelu komunikacji transmisyjnej nie jest jednoznacznie utożsamiany z autorem tekstu, ale na pewno z podmiotem mówiącym na przykład, że „jednym z powodów, dla których gadające samochody nie stały się popularne, to fakt, że mają one mniej rozwiniętą osobowość niż przeciętny konik morski”⁵¹. Zgodnie z założeniami omawianego modelu odbiorca komunikatu

⁴⁹ R.W. Kluszczyński, *Komunikowanie w sztuce interaktywnej...*, op. cit., s. 227.

⁵⁰ Tamże, s. 226.

⁵¹ N. Negroponte, *Bity kontra atomy*, <http://www.cyberforum.edu.pl>

zawartego w zacytowanym zdaniu powinien się zgodzić z tym dość swobodnym założeniem. W porządku kodu odbiorca nastawiony jest na odczytanie tego tekstu jako eseju (ze względu na swobodny styl rozważań) oraz niespełnianie postulatów stawianych tekstom uważanym za naukowe. Określona przez nadawcę poetyka tekstu determinuje pośrednio jego wykorzystanie. Na tym poziomie komunikacji odbiorca jest biernym, często wirtualnym podmiotem zachodzącego aktu komunikacji, jest jedynie powodem, dla którego jakikolwiek sens ma rozpowszechnienie tego tekstu. Medium sieci nie zmienia porządku relacji nadawca-odbiorca w modelu komunikacji transmisyjnej.

Drugim modelem komunikacji jest model komunikacji interaktywnej⁵². Komunikowanie rozumiane jako interakcja ma strukturę dialogiczną i tworzyć ma relacje sprzężone między jej uczestnikami. W tej perspektywie jest ono postrzegane jako negocjacja oraz wymiana poglądów i idei, która prowadzić ma do ustanowienia znaczenia oraz (lub) interpretacji⁵³. Zgadzam się w tym miejscu z Kluszczyńskim, że przy tak rozumianej komunikacji interakcja nie musi następować jedynie dzięki realnemu kontaktowi między podmiotami uwikłanymi w proces komunikowania. Wyróżniona w ten sposób przestrzeń komunikacyjna na komunikowanie interaktywne nakłada dwa inne aspekty komunikowania się – komunikowanie się quasi-bezpośrednie i niebezpośrednie⁵⁴. W każdym z tych wymiarów komunikowanie się zostaje tak rozszerzone, że niemożliwe jest już komunikowanie się twarzą w twarz. Jednakże w komunikowaniu quasi-bezpośrednim następuje komunikowanie zapośredniczone w medium, w którym zachodzi realna komunikacja między jej uczestnikami; na przykład komunikacja e-meilowa. Natomiast niebezpośrednia komunikacja zachodzi wtedy, gdy zmediatyzowany kontakt nie jest realny między uczestnikami komunikacji; przykładem może być użytkowanie hipermedialnej strony WWW. W omawianym tekście Nicholasa Negroponte mamy do czynienia z niebezpośrednią interaktywną komunikacją, gdy dokonujemy na tym tekście różnych praktyk edytorskich – od kopiowania go po wklejanie do innych tekstów, a także, gdy korzystamy z sugerowanych pogrubieniem przez nadawcę tekstu (nie wiemy, czy odpowiedzialny jest za to autor tekstu, czy jego tłumacz, czy może autor strony) linków i przechodzimy do innych stron w sieci, które otwierają przed odbiorcą tekstu różne możliwości interpretacyjno-komunikacyjne. Na tym poziomie rozważań nie wydaje się, by nadawca ulegał

⁵² R.W. Kluszczyński, *Komunikowanie w sztuce interaktywnej...*, op. cit., s. 227.

⁵³ Tamże. Wszelkie informacje o twórcach owych modeli można znaleźć na stronach cytowanego przeze mnie artykułu oraz w książce Kluszczyńskiego pt. *Spoleczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialności*, op. cit.

⁵⁴ Tamże, s. 229.

wpływowi medium oraz oczekiwaniom odbiorcy, gdyż nadal to nadawca sugeruje poprzez linki miejsca tekstu, którego wizję całości zasugerował swoimi poprzednimi działaniami. Jednakże nadawca, układając linki w analizowanym tekście do innych stron (tekstów), nie ma już wpływu na to, co po przekroczeniu porządku lektury uczyni z jego „tekstem” odbiorca; odbiorca w sieci wymyka się nadawcy.

W przedstawionych powyżej ogólnych modelach komunikacji zmediatyzowanej wyróżnić można trzy różne jej etapy. Etap transmisji w aktach komunikacji, gdy dominantą racjonalizacji przekazu (w naszym rozumieniu – tekstu) jest nadawca, gdyż to on decyduje o przekazywanych znaczeniach. Następnie etap negocjacji, w którym oczekiwania i zakresy kompetencji komunikacyjnych między nadawcą i odbiorcą są podobne i zbieżne, a generowane przez nich znaczenia stanowią w obszarach wspólnych kodów rezultat „po-rozumienia”. Wreszcie etap trzeci – etap kreacji, w którym dominantą racjonalizacji przekazu jest odbiorca, generujący z kontekstu WWW (hiper)tekst, któremu naddaje jego immanentny *telos* – nadrzędne znaczenie. Każdy z tych trzech etapów jest innym stopniem zapośredniczenia komunikacji tekstowej, a tym samym uprzedmiotowienia pierwotnie personalnych relacji nadawczo-odbiorczych. Powyższe etapy zmediatyzowania komunikacji nie są względem siebie rozłączne, gdyż ich postać zależy od *telosu*, ze względu na który następuje proces komunikacji – w naszym przypadku komunikacji tekstowej.

2.3. Nadawca i autor

„Wraz z pojawieniem się bazy danych, przestrzeni nawigacji, symulacji i interaktywności, pionierskie formy kulturowe – których istnienie stało się możliwe właśnie dzięki nowym mediom – zawarły w sobie innowacyjne wzory komunikacji społecznej”⁵⁵.

Sieć internetowa umożliwiła współpracę w czasie rzeczywistym lub nierzeczywistym pomiędzy szeroko rozumianymi użytkownikami globalnego medium. Częstym wynikiem współpracy w internecie, na przykład artystów, jest powstanie utworu *performance* – wydarzenia. Tworzony w ten sposób przekaz prowadził do semiotycznej substytucji „podmiotu sieciowego”⁵⁶ – nadawcy (wirtualnego) na miejsce wielu autorów. Na-

⁵⁵ L. Manovich, *Kim jest autor? Modele autorstwa w nowych mediach*, <http://www.cyberforum.edu.pl> lub wersja angielska tego samego autora pt. *Models of Authorship in New Media*, <http://switch.sjsu.edu>

⁵⁶ Inspirowany cennymi podziałami dotyczącymi różnicującej się kategorii podmiotowości opisanymi przez Lwa Wygotskiego, wprowadzam w tym miejscu kategorię podmiotu

dawca niepowtarzalnego projektu determinuje postawy twórcze, czyli, ze względu na artystycznie zakładany teleologiczny porządek *performance*, autor znika w sieci równolegle do uobecniania się nadawcy tworzonego przezeń przekazu. Przebieg współpracy zostaje utrudniony między innymi dlatego, że autor i użytkownik, z reguły będący obcymi sobie osobami, uobecniają się w sieci poprzez różne kody. W realizowanym przez nich celu komunikacji (tekstowej) kreuje się we wspólnym przekazie wewnętrzny podmiot sieciowy – nadawca wirtualny.

Zdaniem wielu badaczy, problem relacji autorzy – nadawcy w sieci WWW komplikuje się w trakcie tworzenia profesjonalnie wyglądającego tekstu przez wybieranie funkcji z opcji *menu*⁵⁷. Jaki jest bowiem status nadawcy w komunikacji tekstowej, gdy uwzględnimy wzajemne oczekiwania między producentami produktów internetowych (programy, gry, wyszukiwarki, katalogi, domeny internetowe, itp.) a użytkownikami tych produktów? Bardzo częstym problemem jest relacja rynkowego sprzężenia zwrotnego, gdy to użytkownicy determinują formę i zakres usług sieciowych. W tym miejscu należy jednak przyznać, że porozumienie między tak różnorodnymi środowiskami uczestników, szeroko w tym miejscu rozumianej komunikacji, możliwe jest ze względu na konwergencję ich postaw nadawczych. Wszak każda postać zaprojektowanego programu, czy kreowanego za jego pomocą tekstu, umożliwia wybór pewnych operacji twórczych i sposobów myślenia, równocześnie odrzucając inne.

Opisywany proces zachodzi w sieci nie tylko w sferze sztuki. Nie jest też tak, jakoby to właśnie sieć rozwinęła dopiero taką możliwość. Już bowiem w średniowiecznej katedrze – twórców jej „tekstu” – autorów było wielu, ale nadawca jeden – Bóg.

Remiksowanie, cytowanie, przetwarzanie, apropriacja, *sampling*, *Open Source*⁵⁸, hipertekstowość, interaktywność, hipermedialność – wszystkie

sieciowego, umożliwiające przy różnych kodach twórców sieci, przy różnych formach ich obecności w tekście (twórca programu, autor strony, nadawca, odbiorca) wspólny, racjonalny przekaz. Inspiracje czerpię z książki: L. Wygotski, *Myślenie i mowa*, tłum. J. Brzeziński, Warszawa 1989, s. 317-403.

⁵⁷ L. Manovich, op. cit.; J.D. Bolter, op. cit., s. 23-57.

⁵⁸ Podstawowa idea *Open Source* polega na tym, że osoba lub grupa osób pisze kod programu, który może być modyfikowany przez innego użytkownika; rezultat tych modyfikacji może być przekształcany przez następnych. Wśród projektów kulturowych *Open Source* wyróżnia się ze względu na sposób traktowania kwestii autorstwa. Projekt ten został opracowany w celu umożliwienia wieloosobowej współpracy kulturalnej w środowisku internetowym. Główne informacje na temat kolektywnego projektu OPUS można znaleźć na stronie: <http://www.opus-commons.net/main.php>

Na gruncie komunikacji literackiej, w innym aspekcie, abstrahując w tym miejscu od „humanistycznej biblioteki” dzieł i ich strawionych postaci – przypisów, podobnie funkcjo-

te terminy będące metaforami różnych postaw komunikacyjnych – w sieci wydają się zwiastować zapośredniczenie nadawcy w medium oraz zapośredniczenie w odbiorcy; wydają się zwiastować śmierć nadawcy.

W następnej części artykułu postaram się udowodnić tezę, mówiącą o tym, że nadawca, zapośredniczając się w środku przekazu, staje się procesualną wiązką kompetencji i zachowań. Jednoznaczna tożsamość nadawcy „wyciera się” w tak rozumianej komunikacji tekstowej, nie zanika natomiast nadawca jako zbiór n-kompetencji.

3. Trzy aspekty wirtualnego nadawcy

Wirtualny nadawca jest funkcją dynamicznej struktury, którą tworzy sieć WWW, jej użytkownicy oraz zasoby jej baz danych. Zależny jest od wzajemnej relacji między narzędziem komunikacji-medium a podmiotem (nadawca-odbiorca) komunikacji-uczestnikiem. Na podstawie analiz badań nad obecnością tekstów w sieci można wstępnie założyć zależność między nadawcą, medium i odbiorcą. Nadawca z intencyjnie zwartej całości organizującej porządek komunikacji (przestrzeń), jej przebieg (czas) oraz sposób rozumienia, zapośredniczając się w medium, staje się zbiorem kompetencji do pewnego zakresu dostępnych odbiorcy, którego „proteżą komunikacyjną” jest również medium. W postaci głównych zależności komunikacyjnych powyższe założenia wyglądają następująco⁵⁹:

| Aspekty nadawcze | Dominujące relacje |
|---|---------------------------------|
| aspekt syntaktyczny (autopoietyczny) | narzędzie – narzędzie |
| aspekt semantyczny (bezskałowy) | narzędzie – podmiot – narzędzie |
| aspekt pragmatyczny (teleologiczny) | podmiot – narzędzie – podmiot |

Wcześniej zapowiadane przeze mnie trzy aspekty: syntaktyczny, semantyczny oraz pragmatyczny, są perspektywami porządkującymi ogląd i namysł nad pojęciem wirtualnego nadawcy. W każdej z tych perspektyw wirtualny nadawca wpisuje się w trzy główne, właściwe tym aspek-

nował eksperyment literacki realizowany przez Jerzego Pilcha dla „Polityki” wg hasła: „wspólne pisanie powieści”. Każdy zaakceptowany przez Pilcha, różnego autorstwa, fragment powieści – przy zachowaniu nazwisk pierwotnych autorów – stawał się częścią poprzednich i kolejnych etapów w kreowanej powieści.

⁵⁹ W toku kolejnych rozważań przeanalizuję zasadność poszczególnych relacji.

tom kategorii: dla aspektu syntaktycznego jest to jako dominanta nadawcza – kategoria autopoietyczności, w aspekcie semantycznym jest to kategoria bezskalowości, natomiast w aspekcie pragmatycznym jest to kategoria teleologiczności. Każda z wyżej wymienionych kategorii występuje w pozostałych aspektach, jednakże wyszczególnione przeze mnie kategorie na danym poziomie są dominujące, nadrzędne.

3.1. Aspekt syntaktyczny

Trudno utrzymywać opozycję między informacją stematyzowaną w znaczeniach użytych słów i zdań a informacją implikowaną przez reguły mówienia, odsłaniającą w tekście informację o mówiących postaciach (tak jak opisuje sytuację nadawczą w przypadku komunikacji literackiej Aleksandra Okopień-Sławińska)⁶⁰, uwzględniając zapośredniczenie tychże w środowisku komunikacyjnym WWW. Cyberprzestrzeń ogarnia nadawcę we wszystkich znaczeniach tego pojęcia.

Przez syntaktykę w sieci rozumie się rozmaite reguły technologii tworzenia aplikacji WWW, które pozwalają dokumentom przenikać do internetu, uobecniać się w nim, a także komunikować się między sobą. Formami przejawiania się syntaktyki w sieci są hipertekstowość, hipermedialność oraz interaktywność. Nadawca w aspekcie syntaktycznym zostaje zdefiniowany⁶¹ przez sieć – narzędzie komunikacji.

W aspekcie syntaktycznym upowszechnia się, czyli udostępnia w cyberprzestrzeni teksty, artykułowane w języku hipertekstowym. Większość stron WWW została utworzona w HTML-u (*HyperText Markup Language*), hipertekstowym języku służącym do tworzenia dokumentów w internecie. Dowolny tekst drukowany, mówiony, pisany, przeniesiony do sieci, staje się składnikiem aplikacji hipertekstowej, co oznacza, że teksty, ich zawartości stają się czynnym, aktywnym elementem sieci – zaczynają siebie „nadawać”, przeznaczać do różnych poziomów użytkowania poprzez cyberprzestrzeń. Tekst zostaje uwikłany w sieć różnorodnych tagów, które mogą zmieniać w dowolny sposób jego wygląd, a więc i jego znaczenia, by wreszcie determinować układy sytuacji komunikacyjnych. Skrajnym przykładem może tu być tekst naukowy, który nieumiejętnie sformułowany przez autora strony nie będzie widziany przez sieć w jej strukturze powierzchniowej, a więc nie będzie widoczny (dostępny) dla innych uczonych. Dla przykładu – w wyświetlanej przez wy-

⁶⁰ A. Okopień-Sławińska, op. cit., s. 103.

⁶¹ J.D. Bolter, *Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w dobie komputera*, tłum. T. Go-ban-Klass, Warszawa 1990, s. 40-41.

szukiwarkę klasyfikacji stron zawierających różne teksty – teksty cenne merytorycznie mogą znajdować się na końcu rankingu. Nie każdy użytkownik jest wystarczająco cierpliwy, by przeglądać strony zhierarchizowane przez wyszukiwarkę – kolejno od pierwszej do n-tej odpowiedzi. Każdy tekst zaczyna być aktywny już nie tylko interpretacyjnie (symbolicznie), ale i fizycznie, jako element aplikacji internetowej.

Kod języka hipertekstowego składa się z dwóch zasadniczych części, tzw. tagów (każdy z nich rozpoczyna się znakiem „<” a kończy znakiem „>”): z nagłówka strony (**head**) oraz z właściwej części strony (**body**). Właściwa treść dokumentu (tekst i grafika), ułożonego w odpowiednią strukturę i sformatowanego, zawiera się w elemencie <body>, który nie ma bezpośredniego wpływu na wygląd strony. Zostaje on przeformułowany w sieć różnorodnych tagów, które mogą zmieniać w dowolny sposób jego wygląd, czyniąc go np. interaktywnym. Nad treścią nadbudowany jest nagłówek, który zawiera podstawowe informacje na temat strony oraz pozwala dokumentowi uzyskać wysokie miejsce w rankingach wyszukiwania⁶². Najważniejszymi częściami nagłówka jest tag tytułu (<title></title>) i metatagi, dostarczające przeglądarce informacji o sposobie wyświetlania strony (metatagi z rozszerzeniem „**http-equiv**”) oraz informujące roboty wyszukiwarek o zawartości dokumentu (metatagi z rozszerzeniem „**name**”). Dla tekstu wikłającego się w sieci połączeń najważniejsze stają się metatagi, które opisują jego treść (metatag „**description**”) oraz w postaci słów kluczowych przedstawiają jego podstawowe zagadnienia (metatag „**keywords**”). W ten sposób tekst zaczyna istnieć dzięki słowom (kluczom) i opisowi strony. Bez nagłówka dokument staje się niejako nieobecny – trudno dostępny; nie posiada tytułu, jako jeden z ostatnich zostaje uwzględniony przez wyszukiwarki internetowe. Można by zatem rzec, że dokument taki nie istnieje dla użytkownika, pomimo że zawiera przecież określoną treść. Nie widzi się natomiast elementów, które przetwarzane są przez przeglądarkę (cały nagłówek dokumentu). Przeglądarka analizuje cały dokument⁶³.

Zastanawiająca jest zdolność łączenia się ze sobą stron, a więc i różnych form obecności nadawców. Tekst definiowany jest w sensie syntaktycznym przez nagłówek dokumentu w języku hipertekstowym (metatagi **keywords** i **description, tag title**), przez słowa z adresu URL oraz przez odnośniki (linki). Tworzą one strukturę, odpowiedzialną za łączenie się stron i treści w WWW.

⁶² http://www.searchengines.com/intro_optimize.html

⁶³ A.W. Mikołajczak, K. Dominas, M. Kaźmierczak, *Problemy ontologiczne antyku w cyberprzestrzeni. Ku modelowaniu małych światów*, „Images” 2004, vol. 2, nr 3-4 (w druku).

Nadrzędną kategorią charakteryzującą wirtualnego nadawcę w aspekcie syntaktycznym jest kategoria „autopoietyczna”⁶⁴. Kategoria ta, zaproponowana przez biologów Maturanę i Varełę dla wyjaśnienia mechanizmów organizowania się „żywych systemów”, jest w niniejszym eseju jedynie metaforą, opisującą zachowania „organizmów” (tekstów) zawartych na stronach WWW, a budujących w cyberprzestrzeni sieci różnych relacji i powiązań. Dzieje się tak dlatego, że teksty są w odmienny sposób artykułowane w języku hipertekstowym. Cenne merytorycznie teksty, jeśli zostaną nieumiejętnie wprowadzone do sieci, będą w niej obecne i nieobecne jednocześnie. Obecne dlatego, że wprowadzone do sieci, a nieobecne dlatego, że w niej niewidoczne. Odnoszę jednak wrażenie, że w aspekcie syntaktycznym teksty stają się aktywnymi elementami złożonej struktury globalnej sieci, a więc samostabilizują się jako dynamiczne systemy organizujące autonomiczną wewnątrznie, dynamiczną tożsa-

⁶⁴ Teoria *autopoiesis* (*auto* z gr. oznacza: przez samego siebie, *poiesis* zaś z gr. oznacza: produkować, tworzyć) została stworzona przez dwóch biologów Humberto Maturanę i Francisco J. Varełę. Rdzeniem jej jest opisanie procesu określanego jako *autopoiesis*. Teoria ta dotyczy dynamiki żywych systemów (biologicznych), starając się odpowiedzieć na pytanie: „co stanowi o charakterystycznej organizacji żywych systemów?”. Proces *autopoiesis* jest rdzeniem odpowiedzi na to pytanie. Maturanie bowiem nie wystarczało wyliczanie cech właściwych żywym systemom. Zależało mu na uchwyceniu niezmiennych cech pośród różnych żywych systemów określanych jako „żyjące maszyny”. Teoria ta traktuje nie tyle o wyposażeniu i konstytucji owych systemów, co raczej o dynamice relacji i powiązań między jej elementami. Teoria *autopoiesis* opisuje mechanizm podtrzymywania stałej organizacji procesów w systemie żywym, opisuje relacje między samoodnoszącymi się do siebie, samostabilizującymi się systemami – poszukuje w nich i między nimi „równowagi dynamicznej”, tzn. „zrównoważenia w zadanych granicach progowych”. Stan uzyskiwanej równowagi zawsze dokonywany jest jako momentalne ustanowienie się procesu na określonym poziomie, jako zbudowanie wewnętrznej tożsamości między pojawiającymi się elementami. Teoria *autopoiesis* jest jedynie doskonałą metaforą poznawczą obrazującą mechanizm, na podstawie którego pojawiające się w sieci teksty (elementy systemów) autonomicznie zaczynają poszukiwać samostabilizacji – tożsamości, na mocy której pewne elementy łączą się z jednymi i nie łączą się w systemy z innymi. W sieci można to w sposób najbardziej dosłowny zobrazować na relacji między stronami naukowymi, które nie odnoszą się (automatycznie) ze względu na swą zawartość merytoryczną do stron o charakterze komercyjnym, ludycznym. Strony naukowe widzą przede wszystkim inne strony naukowe – i to z nimi budują sieci samozwrotnych relacji. Omawiana teoria nie da się zastosować do wszystkiego, chociażby dlatego, że została wymyślona do wyjaśniania mechanizmów zachowań w systemach żywych organizmów; sieć „żyje” inaczej niż żywe organizmy.

Bliższych informacji na temat teorii *autopoiesis* można zasięgnąć m.in. na następujących stronach internetowych: <http://www.cs.ucl.ac.uk/staff/t.quick/autopoiesis.html#term;> <http://pespmc1.vub.ac.be/ASC/AUTOPOIESIS.html>, natomiast z zastosowaniem owej teorii można zapoznać się np. w artykule: A. Skibiński, *Umysł jako system autoreferencyjny*, www.ifispan.waw.pl/~rpilat/teksty/rtf/a_skibinski.rtf.

mość; bez względu na to czy owe struktury są widoczne dla użytkownika czy robota wyszukiwarki.

Kategoria autopoietyczności charakteryzuje wirtualnego nadawcę. Odsłania jego kompetencje, które umożliwiają mu selekcję i transformację znaczeń udostępnianych odbiorcy (-om). Wirtualny nadawca poprzez teksty wyartykułowane w języku hipertekstowym nie jest pewnym dyskursem czy rodzajem zapisu, ale raczej sposobem interpretowania – tym, co on robi w wymiarze sensu jego działań. Parafrazując w tym miejscu słowa Martina Heideggera, można stwierdzić, że każdy wirtualny nadawca ma swój styl organizowania znaczeń, to znaczy swój własny tekstowy świat⁶⁵.

Wyłaniający się w ten sposób porządek tworzy pierwszy etap konstruowania się wirtualnego nadawcy jako niewidocznej dla użytkowników struktury, pozostającej w tle powiązań wprowadzanych przez użytkowników, a także ustanawianych przez specyfikę narzędziową World Wide Web.

Strona www.hayes.com, do której jest link w polskiej wersji omawianego artykułu Nicholasa Negroponte, choć nie ma odnośnika do strony www.cyberforum.edu.pl, to jest połączona na poziomie syntaktycznym z tą stroną. Wprowadzając do wyszukiwarki Google frazę „hayes” i wybierając opcję: „tylko na polskich stronach WWW” – już jako pierwszy adres otrzymuję adres do strony www.cyberforum.edu.pl, zawierającej tekst Nicholasa Negroponte pt. *Bity kontra atomy*. Ukazuje to paradoks obustronnie nie powiązanych ze sobą stron (strona www.cyberforum.edu.pl cytuje stronę www.hayes.com, ale nie odwrotnie), będących razem w potencjalnie wspólnym systemie.

Poniżej przedstawiam główne elementy omawianego przeze mnie aspektu syntaktycznego oraz podsumowanie analizy źródła obydwu omawianych stron wraz z przedstawionymi powyżej zależnościami i charakterystykami głównych, hipertekstowych elementów aspektu syntaktycznego.

1. Źródło strony <http://www.hayes.com/>, do której odnosi się hiperłącze w tekście Nicholasa Negroponte:

<head>

<META HTTP-EQUIV=„Keyword” NAME=„Keyword” CONTENT=„Modem, Modem Sales, Modems, Cisco, Hayes, Multi-Tech, Cisco Routers, Motorola, US Robotics, Sun Microsystems, Modem Repair, Network Equipment, Codex, Cardinal, Partical Peripherals, Racal, Racal Vadic, Racal Milgo, Micom, Microcom”>

⁶⁵ Cyt. za. M.R. Mayenowa, *Poetyka teoretyczna. Zagadnienia języka*, Wrocław 1984, s. 38.

```

<title>Modem Express</title>
</head>
<frameset rows=„82,585*” cols=„*” frameborder=„NO” border=„0” framespacing=„0”>
  <frame src=„/index1.html” name=„frame1” marginwidth=„0” marginheight=„0”
  noresize frameborder=„NO” scrolling=„NO”>
  <frameset cols=„189,818*” rows=„*” frameborder=„NO” border=„0” framespa-
  cing=„0”>
    <frame src=„/index2.asp” name=„frame2” scrolling=„AUTO” noresize framebor-
    der=„NO” marginwidth=„0” marginheight=„0”>
    <frame src=„/index4.html” name=„main” scrolling=„AUTO” frameborder=„NO”
    noresize>
  </frameset>
</frameset>
</noframes>
</noframes>

```

2. Źródło strony, na której występuje tekst Nicholasa Negroponte: „Bity kontra atomy”: <http://www.cyberforum.edu.pl/teksty.php3?ITEM=9>:

```

<!DOCTYPE HTML PUBLIC „-//W3C//DTD HTML 4.0 Transiti-
nal//EN”><html><head><title>Teksty. CyberForum.edu.pl</title><BASE href=
”http://www.cyberforum.edu.pl”><META name=„description” content=„Publikacje
naukowe, artykuły, fragmenty prac magisterskich i doktorskich w serwisie CyberFo-
rum.edu.pl „><META name=„keywords” content=„ filozofia, film, media, psycholo-
gia, socjologia, teoria kultury, literatura, gender, sztuka, religioznawstwo, historia,
politologia, publikacje, naukowcy, profesor, magister, uczelnia, szkoła wyższa, praca
magisterska, praca doktorska, Godzic, Burszta, Wałaszewski, Sitarski, Filiciak,
Kamrowska, Kletowski, Teszner, Paglia, Eco, Negroponte, Baudrillard, Fukuyama,
guy debord, foucault, lacan, teksty, nauka, edukacja, humanistyka, teoria, nauki
społeczne, toffler”><META http-equiv=„content-type” content=„text/html; char-
set=ISO-8859-2”><META name=„author” content=„E-Budokan”><META na-
me=„owner” content=„CyberForum.edu.pl”><META name=„revisit-after” content=„7
days”><META name=„copyright” content=„CyberForum.edu.pl”><META name
=„robots” content=„ALL”><META name=„rating” content=„general”><LINK
href=„_s/style002.css” type=text/css rel=stylesheet></head><body MARGINWID-
TH=0 LEFTMARGIN=0 TOPMARGIN=0 MARGINHEIGHT=0 bgcolor=„#ffffff”
text=„#000000” link=„#FFFFFF” vlink=„#ffffff” alink=„#ffffff” ><a name=
”top”></a><table border=0 cellspacing=0 cellpadding=0 height=100% width
=780><tr><td valign=top><table border=0 cellspacing=0 cellpadding=0 width
=100%>
<tr>
<td width=137 bgcolor=„#073A55”><img src=„_p/0.gif” width=137 height=20 alt=„”
border=0></td>
<!--<td width=1 bgcolor=„#9fa7aa”><img src=„_p/0.gif” width=1 height=2 alt=„”

```

```
border=0></td>-->
<td bgcolor="#073A55" align=left width=760 valign=bottom><a
href="index.php3"></a></td>
...(wycięty fragment źródła)
</table>
</td>
</tr><tr><td></td></tr></table><table border=0 cellspacing=0 cellpadding=0
width=100%><tr><td class=a2 align=left><span class=t>Bity kontra atomy. Sześć
fragmentów książki<i> Being digital</i> </span><BR><br><span class=av2b>Nicholas Negroponte
</span><BR><br><span
class=at><center>I</center><BR>
<center>Osobowość cyfrowa</center><BR>
<BR>
```

Jednym z powodów, dla których gadające samochody nie stały się popularne, to fakt że mają one mniej rozwiniętą osobowość niż przeciętny konik morski.

 Ogólnie rzecz biorąc, opinie na temat charakterów komputerów za podstawę mają wszystkie te wypadki, kiedy komputery coś zrobią do niczego. Na marginesie, możliwe są też sytuacje odwrotne. Zdarzyło mi się raz umierać ze śmiechu, gdy program słownikowy sprawdzając błędy w moim tekście natrafił na dyslektyczną literówkę „aslo” zamiast „also” („także”) i z dumą zaproponował właściwą pisownię: „asshole”, czyli „dupiek”.

Ale pomalą komputery zyskują osobowość. Mało znaczącym, ale bardzo starym, przykładem jest przygotowany przez <A HREF=„<http://www.haves.com/>”>Haves Corporation< – jeden z linków w analizowanym tekście.

Po wprowadzeniu do wyszukiwarki Google frazy: „Bity kontra atomy”, będącej tytułem eseju Nicholasa Negroponte – już jako pierwszą odpowiedź uzyskuje się omawiany artykuł Negropontego⁶⁶. Pośród uzyskanych odpowiedzi w światowej WWW w artykule Negropontego nie znalazł się żaden link do strony cytowanej jako hiperłącze *Hayes Corporation*. Natomiast w wyszukiwarce Google wyszukującej odpowiedzi na zadaną frazę *Hayes Corporation* jedynie na polskich stronach internetowych – już jako dziesiątą stronę znaleźliśmy omawianą przez nas stronę www.cyberforum.edu.pl z artykułem Negropontego⁶⁷. Strona korporacji *Hayes Corporation* nie cytuje w żaden sposób Nicholasa Negroponte. Sprawdzić to można, zadając zawartej na tej stronie wyszukiwarce frazy: „Nicholas Negroponte”, „Bity kontra atomy”, „Digital being”.

⁶⁶ Wyniki 1 – 4 spośród około 6 w języku polskim dla zapytania „bity kontra atomy”. Znalaziono w 0,45 sek.

⁶⁷ Wyniki 1 – 10 spośród około 200 w języku polskim dla zapytania: *Hayes Corporation*. Znalaziono w 0.59 sek.

Okazuje się zatem, że relacja narzędzie-narzędzie na poziomie syntaktycznym reguluje sytuacje nadawcze, przejmując kompetencje nadawcy. Zapośrednicza także uczestników komunikacji, którzy stają się elementami wirtualnego nadawcy w aspektach semantycznym oraz pragmatycznym.

3.2. Aspekt semantyczny

Aspekt semantyczny jest ogniwem pośrednim między aspektem syntaktycznym a pragmatycznym, co determinuje silne uzależnienie wirtualnego nadawcy od narzędzia komunikacji. Tenże aspekt ukazuje ontologiczne zależności między *telosem* a autopoietycznością i jest pośrednio definiowany przez kategorię bezskalowości. Przejawami syntaktyki w sieci są hipertekstowość, hipermedialność oraz interaktywność. Każdy z tych przejawów wydaje się odbierać nadawcy kolejno kompetencje: hipertekstowość – odbiera porządek czasowy i przestrzenny przekazywanego tekstu, hipermedialność – odbiera nakładany przez nadawcę poznawczo-percepcyjny porządek komunikacji. Natomiast interaktywność w komunikacji tekstowej umożliwia odbiorcy negocjowanie znaczeń z nadawcą, a wreszcie zakłóciwszy porządek czasowości lektury (niwelując jej początek i koniec), prowadzi do kreacji własnego, transparentnego tekstu.

W części poświęconej hipertekstowości, hipermedialności oraz interaktywności wskazywałem na te cechy tekstu, za pomocą których można charakteryzować obecność i zakres aktywności nadawcy. Transparentność, niepowtarzalność, bezpośredniość są cechami, nie jedynymi, generowanych w sieci tekstów, a więc i możliwościami przejawiania się poprzez nie samego nadawcy, ewoluującego w relacji nadawczo-odbiorczej od perswazji poprzez negocjację do kreacji znaczeń.

Opisując w perspektywie semantycznej relację: narzędzie-podmiot-narzędzie, koncentruję się na dominującej kategorii „bezskalowości”⁶⁸.

⁶⁸ Pojęcie bezskalowości zapożyczam z teorii sieci, traktując je, podobnie jak wcześniej uczyniłem to z pojęciem autopoietyczności, jedynie jako poznawczą metaforę odsłaniającą bardzo ważną zasadę w relacji między nadawcą i odbiorcą. Efekt bezskalowości sieci, internet jest przykładem sieci bezskalowej, oznacza, że bez względu na wielkość sieci – średnia droga z jednego jej wierzchołka do drugiego nie wzrasta proporcjonalnie do jej wielkości, tylko wolniej. Dzieje się tak dlatego, że owe złożone sieci nie są losowe. Można ustalić porządek, według którego one się organizują. Pomimo bowiem wielkiego ich rozmiaru mają bardzo małe łańcuchy powiązań między poszczególnymi obiektami. Cyt. za: D.J. Watts, *Small Worlds. The Dynamics of Networks Between Order and Randomness*, Princeton 1999, s. 5-50; http://www.legendmud.org/raph/gaming/smallworlds_files/frame.htm

Przez kategorię bezskalowości w relacji między nadawcą i odbiorcą rozumieniem niemożliwość przeniknięcia się – a właściwie jednoznacznego utożsamienia się nadawcy i odbiorcy za sprawą sieciowego medium. Jest bowiem tak, że do pewnego momentu odbiorca nabywa kompetencje nadawcze proporcjonalnie do ich tracenia przez nadawcę – zapośredniczonych w komunikacji tekstowej w WWW. Nie jest jednak tak, że nadawca staje się kiedykolwiek tożsamy z odbiorcą⁶⁹. Kategoria bezskalowości, jako metafora poznawcza, wyraża ową niemożliwość. Wzrost kompetencji nadawczych u odbiorcy możliwy jest tylko do pewnego stopnia. Relacja między nadawcą a odbiorcą nie będzie w tym aspekcie nigdy relacją identyczności, uwzględniając czynnik czasowy, medialny, znaczeniowy oraz podmiotowy. Czas determinuje bezskalowość jako charakterystykę relacji między nadawcą i odbiorcą, gdyż w takim rozumieniu odbiorca jest wtórnym czasowo (oraz ideologicznie) nadawcą, napotykanym uprzednio ustanowiony porządek rozumienia.

Aspekt semantyczny obejmuje nie tyle poziom narzędziowej artykulacji tekstów oraz organizowanych tym samym sytuacji komunikacyjnych (język hipertekstowy, aspekt syntaktyczny), ale raczej poziom zawartości treściowej stron. Zapśredniczone w sieci WWW teksty stają się dynamiczne i interaktywne poprzez strukturalne ukształtowanie informacji i znaczeń łączących w sobie różne formy ich przekazywania: grafiki, dźwięku, zapisu, animacji. Tak obecne teksty komunikują zarazem, kim są ich nadawcy, determinują krąg potencjalnych odbiorców, a w aspekcie pragmatycznym wskazują, jak powinni oni rozumieć i wykorzystywać ich zawartość.

W aspekcie semantycznym nadawca wirtualny jest skończonym zbiorem kompetencji komunikacyjnych, który w perspektywie znaczeniowo-informacyjnej uobecnia się w sieci poprzez zawartość elementu `<body>/</body>`. Zgodnie bowiem z tym, co pisałem powyżej, właściwa treść dokumentu (tekst, grafika), ułożonego w odpowiednią strukturę i sformatowanego, zawiera się w elemencie `<body>`, który nie ma bezpośredniego wpływu na wygląd strony. Zostaje on przeformułowany w sieć różnorodnych tagów, które mogą zmieniać w dowolny sposób jego wygląd, czyniąc go np. interaktywnym. Tekst definiowany jest w aspekcie semantycznym przez najczęściej pojawiające się w dokumentach frazy (n-gramy, wyrażenia regularne), występujące właśnie w elemencie *body* aplikacji internetowej. Zróznicowany poprzez liczne przeformułowania tekst wpisuje wirtualnego nadawcę w relację narzędzie-podmiot-narzędzie. Narzędzie – zawartość elementu *body*, sytuacja nadawcza jest zdeterminowana przez sieć. Następnie podmiot – odczytywanie zawarto-

⁶⁹ Por. A.W. Mikołajczak, M. Kaźmierczak, *Ku cyfrowym metamorfozom. Tradycja antyczna w cyberprzestrzeni*, „Przestrzenie Teorii” 2003, nr 2, s. 159-178.

ści wyrażane poprzez uczestników sytuacji komunikacyjnej (kompetencje nadawcze są przejmowane przez odbiorcę, który użytkując sieć, kreując teksty – powołuje do zaistnienia także układy powiązań między nimi). Pierwotna instancja nadawcza rozmyła się poprzez zapośredniczenie jej w cyfrowym medium.

Wreszcie trzeci etap relacji – aktywność wirtualnego nadawcy przeniknęła do sieci, została przez sieć zauważona. Bezskalowość zaś w tym układzie oznacza częściowe przejmowanie kompetencji nadawczych już nie tyle przez narzędzie (na poziomie artykulacji syntaktycznej nie traktuję instancji nadawczej podmiotowo, lecz narzędziowo, ze względu na przyjęte założenia dotyczące relacji między siecią, nadawcą a tekstem; ktoś znacząco wprowadza znaczące teksty na strony WWW), co przez podmiot. W aspekcie semantycznym nadawca wirtualny obok wymiaru narzędziowego zyskuje wymiar podmiotowy. Zmiana wymiaru nadawczego nie czyni jednak nadawcy nieobecny, dlatego drugą ważną kategorią przy opisie wirtualnego nadawcy jest kategoria bezskalowości. Kategoria autopoietyczności obrazuje, że teksty w sieci „widzą” siebie i, samoorganizując się, potwierdzają swą tożsamość. Natomiast kategoria bezskalowości oznacza, że teksty mogą być zrozumiane ze względu na to, że instancja nadawcza zostaje na poziomie komunikacyjnym zachowana jako układ relacji, kompetencji nadawczych (niekiedy fizycznie uchwytnych). Na poziomie komunikacji literackiej zjawisko bezskalowości można scharakteryzować słowami Aleksandry Okopień-Sławińskiej: „Żaden konkretny czytelnik nie dysponuje taką prywatną świadomością kodu, która pozwoliłaby mu ujawnić wszystkie możliwe sensy dzieła. Owa ogarniająca wszelkie sensy dzieła świadomość istnieje więc tylko jako zjawisko potencjalne i ponadindywidualne, aktualizujące się w określonej sytuacji historycznej na obszarze wyznaczonym rozpiętością niepełnych odczytań jednostkowych”⁷⁰.

3.3. Aspekt pragmatyczny

W aspekcie pragmatycznym kategorią porządkującą sytuację nadawczą jest kategoria teleologiczności. Dialogiczne granice sytuacji nadawczej kreśli bowiem relacja podmiot-narzędzie-podmiot, czyli relacja między człowiekiem (użytkownikiem) jako odbiorcą o kompetencjach nadawczych a organizowanym w sieci tekstem⁷¹. Nawet u fenomenologów

⁷⁰ A. Okopień-Sławińska, op. cit., s. 116.

⁷¹ Adaptuję w tym miejscu lotmanowskie rozumienie relacji pragmatycznej jako relacji między tekstem a człowiekiem. J. Lotman, *Tekst w tekście*, tłum. J. Faryno, „Literatura na Świecie” 1985, z. 3, s. 331.

wyróżnienie dzieła sztuki literackiej miało charakter pragmatyczny – oni, jak Ingarden, stawiali się w roli odbiorcy⁷².

Przekonaniem powtarzającym się w dorywczych, metodologicznie różnych, analizach tekstu jest koncepcja tekstu jako zorganizowanej racjonalnie całości⁷³. Natura wirtualnego nadawcy w postaci podmiotowej jest dialogiczna – domaga się poprzez medium (narzędzie) głosu innego podmiotu. W aspekcie pragmatycznym wirtualny nadawca uobecnia się zatem w podmiotowej relacji komunikacji tekstowej. Tym, co determinuje komunikację tekstową, a co czyni wszelką aktywność na każdym poziomie (syntaktycznym, semantycznym, a szczególnie pragmatycznym) sensowym, jest *telos*. Wojciech Kalaga, pisząc o *telosie*, podkreśla, że tekst organizowany jest przez podmiot ze względu na cel, a także, że ów cel jest ciągle przed owym podmiotem, że nieustannie mu się wymyka⁷⁴. Uważam, że wirtualny nadawca, upodmiotawiając się w sytuacjach nadawczych, kreuje tekst jako racjonalną całość, wpisując weń – jako nadrzędny – porządek teleologiczny. Jest bowiem tak, że *telos* czyni wszelkie działania tekstowe, czy szerzej komunikacyjne, sensownymi oraz że motywuje do dalszego uobecniania tekstów w sieci jako głosów niepoliczalnej, różnorodnej instancji nadawczej. W aspekcie pragmatycznym *telos* stale przenika wirtualnego nadawcę i należy doń jako określająca jego obecność kategoria. Bez *telosu* bezpośredni, transparentny, niepowtarzalny tekst w sieci nie może być rozumiany.

W aspekcie pragmatycznym dokonuje się sprzężenie zwrotne uobecniania tekstów w sieci, a tym samym sprzężenie zwrotne w uaktywnianiu wirtualnego nadawcy. Rodzące się na tym poziomie „wspólnoty interpretacyjne” (grupy użytkowników sieci) dokonują „rozliczenia” z tym, co sieć im oferuje jako macierz tekstowa. Wspólnoty interpretacyjne – naukowo, hobbistycznie, marketingowo, ludycznie, itp. korzystające z sieci, postulują bowiem strategie artykulacji, oznaczania i stosowania tekstów, a tym samym *implicite* determinują przemiany wirtualnego nadawcy w aspekcie zarówno syntaktycznym, jak i semantycznym. Ze względu na cel i sposób korzystania z zasobów tekstowych w sieci tworzą one dynamiczne konstelacje skupiające się wokół symulowanych przez siebie postaw nadawczo-odbiorczych. W ten sposób mogą każdorazowo stykać się z pragmatycznie wyznaczanym zakresem komunikacji tekstowej, mającym swe odniesienia np. w typologii stron WWW.

⁷² Cyt. za: M.R. Mayenowa, op. cit., s. 46. Właściwie, kontynuując wątek fenomenologów, można zaryzykować stwierdzenie, że im bardziej przy analizach tekstu jako całości dominuje perspektywa odbiorcza, to tym samym umiera nadawca i jego narracje.

⁷³ W podobny sposób piszą o tym m.in.: M.R. Mayenowa, op. cit.; A. Okopień-Sławińska, op. cit.; S. Żółkiewski, op. cit.; R. Nycz, op. cit.; J. Łotman, op. cit.; W. Kalaga, op. cit.

⁷⁴ Tamże, s. 175-195.

Zakończenie

Tomasz Goban-Klass pisał, że typowe dla nauk humanistycznych są konstrukcje pojęciowe o niewielkim stopniu sformalizowania i niewielkich walorach prognostycznych, lecz za to pewnej wartości opisowo-objaśniającej. Nazywa te modele teoretycznymi, mówiąc, że „są one uproszczonym, czasami bardzo uproszczonym obrazem badanych zjawisk i w żadnym razie nie mogą być rozpatrywane w ich zastępstwie”⁷⁵. Mogę się zgodzić z zacytowaną powyżej opinią. Uważam jednak, że walor prognostyczny owych modeli spełnia się na poziomie krystalizującego się języka naukowego, dającego narzędzia do opisu i eksplanacji zjawisk, z którymi mamy do czynienia w sieci w perspektywie komunikacji tekstowej.

Koncepcja wirtualnego nadawcy przeanalizowana została przeze mnie w trzech aspektach. W aspekcie syntaktycznym analizowałem jako dominującą kategorię autopoietyczną. Następnie w aspekcie semantycznym opisywałem kategorię bezskalowości oraz w aspekcie pragmatycznym kategorię teleologiczną. Wyróżnione przeze mnie kategorie stanowią ontologiczną charakterystykę wirtualnego nadawcy. W każdym z wyróżnionych aspektów uobecniania się wirtualnego nadawcy można doszukać się obecności dwóch pozostałych kategorii.

Uważam, że zagadnienie wirtualnego nadawcy wymaga dalszych, gruntownych analiz. W wyniku moich rozważań jeden fakt jest pewny – nadawca nie umarł.

⁷⁵ T. Goban-Klass, op. cit., s. 6.