

Elżbieta SZCZEPAŃSKA  
Kraków

## Procesy językowe w komunikacji internetowej jako przejaw globalizacji języka

Problemami komunikacji międzyludzkiej w ostatnich latach zajmują się – i to bardzo intensywnie – nie tylko pracownicy naukowi i językoznawcy, ale niemal wszyscy którym bliskie są sprawy kultury szeroko rozumianej. Tego wzmożonego zainteresowania dowodzą liczne monografie naukowe, programy wielu konferencji krajowych i zagranicznych, itp. Wszyscy widzimy, że w dziedzinie komunikacji międzyludzkiej coś się dzieje w skali globalnej, że jest ona inna niż przed kilkunastu laty.

Także czescy lingwiści badają i opisują zjawiska licznie występujące w komunikacji językowej. Coraz częściej pojawiają się opinie, że wraz z postępującym procesem globalizacji kultury, postępuje także globalizacja komunikacji (por. np. M. Hrdlička 2004). Autor ten zauważa, że różne są opinie na ten temat: od pesymistycznych do bardziej optymistycznych, które uważają dzisiejszy stan komunikacji za określony etap rozwoju owej komunikacji i nie widzą najmniejszego powodu do pesymizmu. Prymarnym i najważniejszym sposobem komunikacji międzyludzkiej jest komunikacja werbalna, dlatego też ów typ komunikacji staje się najczęściej przedmiotem dyskusji.

Szczegółowe analizy tego zagadnienia pojawiają się na łamach artykułów i szerszych opracowań. Na fali globalizacji komunikacji daje się zauważyć masowy napływ nowych słów i połączeń słownych – niekiedy są to nawet całe kalki syntaktyczne. Wpływ globalizacji przejawia się także w innym podziale języka na poszczególne frazy, i w jego przyspieszeniu wirtualnym. W środkach masowego przekazu dochodzi w związku z owym przyspieszeniem także do zagęszczania

informacji, ponieważ poszczególne informacje nie są wyraźnie odzielane, często zlewają się ze sobą. Informacje z kraju i ze świata ulegają w znacznym stopniu procesowi standaryzacji (co jest wygodne w przypadku tłumaczeń, ponieważ są na swój sposób przewidywalne). Problem poprawności językowej schodzi na dalszy plan. Można zaobserwować przesunięcie akcentu ze słowa pisanego i drukowanego na informację wizualną (zwłaszcza wśród młodego pokolenia). Do tendencji globalizacyjnych można też zaliczyć wybór przez użytkowników niektórych określonych słów. Nadawca sygnalizuje w ten sposób swoją przynależność do określonej grupy społecznej.

Jednym z następstw a zarazem symptomów globalizacji są też teksty internetowe oraz SMS-y i ich specyficzny charakter. Trudno byłoby je, zdaniem M. Hrdličky (2004), zakwalifikować do którejsz z dotychczasowych grup czy typów tekstów, ponieważ wyróżniają się sprzecznymi cechami. Ich charakter pisany i publiczny jest bowiem poniekąd niezgodny z ich familiarnością. Nie można ich także uważać za przygotowane wcześniej, tak jak to było zazwyczaj do tej pory w przypadku pisanych tekstów. Różnią się jednak dość wyraźnie od form klasycznych listów, jakie pisaliśmy wszyscy jeszcze stosunkowo niedawno. Mało tego, autorzy tekstów internetowych niekiedy przekraczają granice zasad dobrego wychowania (i stosownego kształtu językowego), nie unikając wulgaryzmów czy zamierzonych „błędów” ortograficznych. W budowie syntaktycznej dominuje spontaniczność, co daje się odczuć zwłaszcza wskutek ich modalności, rozczłonkowania i frekwencji użycia konstrukcji ekspresywnych. Można by zatem powiedzieć, twierdzi Hrdlička (2004), że w ramach „komunikacji internetowej” rodzi się nowe zjawisko komunikacyjno-tekstowe. Język komunikacji internetowej jest zjawiskiem specyficznym, tworzonym permanentnie przez internautów zwanych też *netterami* czy też *netizenami* (czyli ‘mieszkańcami sieci’). W. Burszta (2003) określa ów język jako instant, do którego – jak do zupy w proszku – wystarczy dodać wrzątku, zamieszać i gotowe. Ponieważ zasada tworzenia żargonu internetowego jest identyczna we wszystkich prawie językach – także i efekt jest podobny albo nawet identyczny.

Tak jest na pewno w języku polskim i czeskim, gdzie podstawowy trzon słownictwa języka internetu tworzą wyrazy angielskie często spolszczone lub szcieszzone: por. pol. *(za)logować się* / czes. *(při)logovat se* = ‘wejść do sieci komputerowej jako jej użytkownik’; pol. *zasejnować* / czes. *zasejnovat* = ‘wpisać coś na twardy dysk’ itp. Charakterystyczną cechą owego żargonu komputerowego jest także dążenie do skrótu, stąd słowa *komputer* oraz *internet* jako zbyt długie ulegają dezintegracji i powstają w efekcie identyczne w czeskim i polskim języku skróty *komp* oraz *net*. Dezintegracja połączona z sufiksacją tworzy od stosunkowo długiego słowa *procesor* – w pol. wyraz *procek* a w czes. *pročák*<sup>1</sup>.

Identyczne czesko-polskie przykłady to m.in. *apdejt* ‘aktualizacja strony internetowej’, *request* ‘prośba’ czy *reminder* ‘przypomnienie’, *upgrade* ‘aktualizować, podnosić poziom’, *flop* ‘floppy disc’. Nieznacznie tylko różnią się następujące wyrazy: pol. *forwardnąć* / czes. *forwardnout* ‘przesłać maila do kolejnej osoby’; pol. *browsować* / czes. *browsovat* ‘przeglądać strony internetowe’; pol. *ssać, zasysać* / czes. *sosnout* ‘ściągać pliki z internetu’; pol. *wypalić płytę* / czes. *vypalit* ‘nagrać coś na płytę’.

Komunikacja w sieci pozbawiona jest – jak łatwo można się domyślić – audio wizualnych efektów, jakie w normalnych warunkach towarzyszą rozmowie: mimika, gestykulacja, intonacja itp. Nie znaczy to jednak, że rozmowy przez Internet pozbawione są aspektu emocjonalnego, którego siła tkwi w skracaniu. Skracanie to jakby rodzaj swoistej gry, skutek której rozmowy internetowe przypominają niekiedy pismo obrazkowe. Takie pismo obrazkowe to akronimy i emotikony, ułatwiające przekazywanie emocji w sieci niejako w pigułce.

Jedną z najbardziej charakterystycznych cech komunikacji SMS-owej – jak przypomina L. Hašová (2002) – jest ograniczenie

---

<sup>1</sup> Większość zamieszczonych tu przykładów pochodzi z napisanych pod moim kierunkiem dwóch prac magisterskich: Karoliny Chmielowskiej *Wpływy kształtujące innowacje leksykalne w czeskim i polskim slangu młodzieżowym* (2007 r.) oraz Katarzyny Krawczyk *Skracanie i skróty w systemie języka czeskiego i polskiego* (2008 r.)

długości tekstu odpowiednią ilością znaków. Znaków w *esemesowej* informacji może być maksymalnie 160, włączając w to odstępy między wyrazami i znakami interpunkcyjnymi. Rozmiarami przypomina SMS niewielkie formy literackie bądź dziennikarskie, jak np. aforyzm czy glosa (ale podobieństwo to dotyczy tutaj tak naprawdę tylko i wyłącznie długości tekstu); podobnych rozmiarów są też slogany reklamowe, z którymi spotykamy się dziś na każdym niemal kroku.

Polski SMS zapisywany już coraz częściej jako *esemes* (w slangu młodzieżowym funkcjonujący jako *esesman, es, mes, eska, ska* lub *sesemes*) oscyluje także na granicy dwóch odmian językowych, a mianowicie języka pisanego i mówionego. Hašová zwraca też uwagę na to, że SMS-y przecież piszemy, ale w tekście zamieszczamy w rzeczywistości cały szereg cech języka mówionego, które szczególnie wyraziście zaznaczają się na gruncie języka czeskiego (np. *neska* (zamiast *dneska*), *nepudu* (zamiast *nepůjdu*), *dyš, gdyš* (zamiast *kdy*), *jak sem rek* (jak jsem řekl) itp. W polszczyźnie są to raczej uproszczenia składni oraz celowe „błędy” ortograficzne będące niekiedy następstwem zapisu fonetycznego (por. pol. *mogom* – zamiast *mogą* czy *nie kce mi siem* – zamiast *nie chce mi się*, czes. *čtu fšechno* – zamiast *čtu všechno*), a także ekspresywne lub wulgarne słownictwo. Ogólnie rzecz biorąc, język SMS-ów nie stosuje znaków diakrytycznych (specjalny system kodowania liter za pomocą systemu Pidgin, czyli zapisu tekstu alfabetem łac.). Brak znaków diakrytycznych silniej odczuwa się w czeszczyźnie, ale i w języku polskim ich pominięcie może wywoływać całkiem zabawne sytuacje komunikacyjne bądź nieporozumienia.

Ograniczona ilość znaków jednego SMS-a, zmusza jego autora do wymyślania całej strategii, jak przechytryć małą przestrzeń i wcisnąć doń jak najwięcej informacji. W internecie można nawet znaleźć czeskie tzw. *Zasady oszczędnej pisowni SMS-ów* (czyli *Pravidla o úspoře místa při psaní esemesek*), gdzie autorzy radzą np. pisanie bez odstępów, jeśli nie zakłóca to rozumienia tekstu. Granicę wyrazów w takim tekście można zaznaczyć za pomocą dużych liter na początku każdego wyrazu (niektóre urządzenia nie rozróżniają jednak dużych i małych

liter), jeśli zaś pojawiają się znaki interpunkcyjne, nie robi się między nimi odstępów. Wśród polskich (zwłaszcza młodych) autorów tego „gatunku” stosuje się identyczne zasady. Ważne jest jednak, aby przy stosowaniu w ten sposób kod językowy był zrozumiały dla obu stron, to znaczy dla piszącego i odbiorcy.

W długich czeskich wyrazach wyrzuca się niektóre głoski, najczęściej samogłoski, tak że np. słowo *kdekoliv* można napisać jako *kdklv* albo *kdeklv*, słowo *proto e* jako *poe*, *tam* jako *tm*, *tady* jako *td* itp., dni tygodnia oznaczane są dwiema pierwszymi literami (*po*, *ut*, *st*, *ct*, *pa*, *so*, *ne*), nazwy miesięcy trzema literami (*led*, *uno*, *bre*, *dub*, *kve*, *crv*, *crn*, *srp*, *zar*, *rij*, *lis*, *pro*). Analogiczne polskie skróty to np. *cze* zamiast *cześć*; *dozo* zamiast *do zobaczenia* i *nara* zamiast *na razie*, *w porzo* zamiast *w porządku*, *powo* zamiast *powodzenia* itp. Popularne są też skróty nazw miast typu pol. *Krak* (Kraków), *Wawa* (Warszawa), *Wrocek*, *Wro* (Wrocław), *Biel* (Bielsko-Biała) oraz czes. *Ova* (Ostrava), *Li ák* (Litoměřice), *Olmik* (Olomouc) itp.

Dążenie do maksymalnej oszczędności uzupełniane jest często przenikaniem anglicyzmów do SMS-ów. Zjawisko to jest także połączone z oszczędnością i globalizacją, ponieważ – jak można się domyślić – często te same pożyczki obsługują kilka języków-biorców. Już samo słowo *SMS* (czes. *esemeska*) pochodzi z ang. (*SMS* to skrót od *Short Message Service*, czyli jakby ‘serwis krótkich wiadomości’). W SMS-ach spotykamy wiele angielskich wyrazów, których czeskie ekwiwalenty są dłuższe, a zatem zabierają więcej znaków spośród 160 do tego celu przeznaczonych, dlatego (przynajmniej niektórzy) piszący dają im pierwszeństwo, np. *if* (*pokud, jestli*), *hi* (*ahoj*), *I* (*já*), niektóre wyrazy skracane są przy pomocy wspomnianego już usuwania samogłosek, np. *pls* (*please* ‘prosim’); spotykamy się tu ze skrótami typu *BTW* (*by the way* ‘mimoходом’), *IMHO* (*in my humble opinion* ‘podle mého skromného názoru’), *ASAP* (*as soon as possible* ‘co nejdříve’), *OT* (*off topic* ‘mimo téma hovoru’). Te ostatnie to liczne akronimy czyli skrótownice utworzone od pierwszych liter angielskich wyrazów – popularne zarówno wśród młodzieży czeskiej jak i polskiej także w komunikacji SMS-owej. Jest ich bardzo wiele, są popu-

larne, ale z powodów technicznych możemy przytoczyć tylko niektóre z nich, np.: *ADN* (*any Day now* ‘lada dzień’), *ATM* (*at the Moment* ‘w tej chwili’), *BB* (*bye bye* ‘pa pa’), *BBL* (*be back later* ‘wracam później’), *BRB* (*be right back* ‘wracaj zaraz’), *GL* (*good luck* ‘powodzenia’), *GJ* (*good Job* ‘świetna robota’), *HAGN* (*have a good Night* ‘dobranoc’), *JK* (*just kidding* ‘tylko żartowałem’), *IC* (*I see* ‘rozumiem’), *IRL* (*in real Life* ‘w realu, w prawdziwym życiu’), *LOL* (*laughing out loud* ‘śmieję się do rozpuku’), *MOF* (*Male or Female* ‘mężczyzna czy kobieta’), *NP* (*no Problem* ‘żaden problem’), *OIC* (*Oh, I see* ‘ach, rozumiem’), *OMG* (*Oh my God* ‘o mój Boże’), *WB* (*welcome back* ‘witaj ponownie’).

Polacy i Czesi nie mają w rodzimym repertuarze „esemesowym” aż tak wielu akronimów, ale niektóre skróty tego rodzaju już się upowszechniły głównie w języku młodzieży, por. pol. *APO* ‘a przy okazji’, *ATSD* ‘a tak swoją drogą’, *BP* ‘bardzo przepraszam’ *CHOTP* ‘chcesz o tym porozmawiać’, *MSZ* ‘moim skromnym zdaniem’ *MNTSZ* ‘moim nie tak skromnym zdaniem’, *OMR* ‘oczywiście masz rację’ *ZTCP* ‘z tego co pamiętam’, *ZTCW* ‘z tego co wiem’, *ZW* ‘zaraz wracam’; czes. *CTJ* ‘co to je’, *DMSN* ‘dle mého skromného názoru’, *DD* ‘dobry den’, *JJ* ‘jo jo/ jasně’, *JJPT* ‘jo, jo, přesně tak’, *JXVD* ‘jak se vede?’, *MT* ‘miluju tě’, *MTMR* ‘mám tě moc rád(a)’, *NJN* ‘no jo no’, *NN* ‘ne ne’, *NZ* ‘není zač’, *TJN* – to je nic, *ZPP* – zatím pa pa oraz nieco już przekształcone: *DCL* ‘docela’, *MMCH* ‘mimoходом’, *TYVE* ‘ty vole’, *VBC* ‘vůbec’, *VOE* ‘vole’ itp.

Następnie spotykamy specjalne „wyrazy” składające się z liter i cyfr, np. anglicyzmy: *CUL8R* (*see you later* ‘uvidíme se později’ czyli ‘zobaczymy się później’), *GR8* (*great* ‘skvěle’ czyli ‘wspaniale’), *DNTBL8* (*don’t be late* ‘přijď včas’, czyli ‘przyjdź punktualnie’), *4U* (*for you* ‘pro Tebe’ czyli ‘dla ciebie’), *U2* (*you too*, ‘Ty také’ czyli ‘ty też’), *ILU2* (*I love you too* ‘také Tě miluji’ czyli ‘też cię kocham’), *F2F* (*face-to-face* ‘tvář v tvář’; ‘twarzą w twarz’), w podobny sposób oszczędne mogą być też czeskie wyrazy lub całe zdania, np. *nejldussi* (*nejjednodušší*), *jsem o5 z5* (*jsem opět zpět*), *jdeme na Pe3n* (*jdeme na Petřín*), powszechne jest upraszczanie grup spółgłoskowych *ks* i *ky*,

np. *jaxe mas (jak se máš)*, *qasnice (kvasnice)*, *qetina (květina)*, znajdujemy różne pomysłowe oszczędne czesko-angielskie kombinacje wyrazów, np *neska to nego (dneska to nejde)*, *taxory (tak sorry)*.

Główną przyczyną stosowania zaprezentowanych powyżej skrótów jest dążenie do jak najszybszego przekazu informacji, która dodatkowo w komunikacji internetowej przebiega synchronicznie. Używanie skrótów podkreśla także przynależność do różnych grup dyskusyjnych, forów internetowych, czatów oraz sygnalizuje znajomość obowiązujących tam zasad komunikowania się a także odrębność czy nawet wyjątkowość ich użytkowników.

Dodatkowo jeszcze niektóre akronimy pełnią niejako funkcję kryptonomów, „za pomocą których można obejść pewne przepisy netykiety (czyli zbioru zasad właściwego zachowania w sieci), te mianowicie, które zakazują stosowania wulgaryzmów, por. np. NFW – *no fucking way*”, por. Gruszczyński. Oczywiście wadą tych skrótów – jak zawsze w przypadku ich stosowania – jest ich niezrozumiałość wśród odbiorców. Na forach internetowych zdarzają się prośby o wyjaśnienie danego skrótu, co stawia pod znakiem zapytania ekonomiczność wypowiedzi a tym samym ich funkcjonalność. To co w założeniu miało upraszczać i ułatwiać komunikację – w rzeczywistości utrudnia ją i blokuje. Nadal więc sprawdza się także w komunikacji internetowej stwierdzenie J. Młodyńskiego (1981), że umiejętne korzystanie ze skrótów może się przyczynić do pogodzenia dwóch na pozór sprzecznych tendencji – do precyzji wypowiedzi i do ekonomii językowej.

Kolejnym, wspomnianym już wcześniej elementem komunikacji esemesowej i internetowej, są *emotikony* czyli umowne znaki graficzne wyrażające emocje i uczucia (nazwa również z ang. *emoticon*). Polskie nazwy tych znaków to *buźki*, *uśmieszki*, *smajlsy* (również z ang. *smileys*), *emotikonki*, a w czeskim spotykamy *smajlíky*, *obličejíky*, *ksichtíky* bądź *xichtíky*. Mogą one zastępować pojedyncze słowa, wyrażenia lub całe zdania, którym towarzyszy określony ładunek emocjonalny (ironia, radość, oburzenie, zdziwienie itp.). Ogólnie rzecz biorąc są to kombinacje znaków interpunkcyjnych (dwukropek, nawias, przecinek, myślnik), matematycznych (np. > lub <, lub =) cza-

sem też liter. Pojawiają się najczęściej na końcu wypowiedzi, ale mogą też stanowić integralną część wiadomości, np.: *-)bdlay (happy birthday)*. Jest to (najczęściej) niewerbalna forma ekspresji, zjawisko ulokowane na styku słowa i znaku i mimo że nie posiadają kształtu słowa, posiadają jego bogactwo znaczeniowe. Jak twierdzi E. Lubina (2005), spełniają też kryteria nowoczesnego języka – szybkość i nośność informacyjną. Z drugiej zaś strony odsyłają do rzeczywistości pozajęzykowej, rekompensując brak subkodów języka mówionego takich jak subkod prozodyczny i kinetyczny (por. Libura 2006). Ich lista jest bardzo długa, więc z konieczności zamieszczamy poniżej tylko wybrane przykłady (obowiązujące w komunikacji internetowej nie tylko czeskich i polskich użytkowników):

- radość:
  - :-) lub :) lub :=) lub :] – uśmiech, zadowolenie
  - ;-) lub ;) – puszczenie oczka, uśmiech z przymrużeniem oka
  - :))))))))) – uśmiech od ucha do ucha
- smutek:
  - :-( lub :( – smutek, dezaprobata
  - :((((((((((( – wybitny smutek
  - :’( lub :’-( – płacz
  - T\_T – łzy jak grochy
- miłość:
  - :\* lub :-\* – całus
  - :-@ – duży całus
  - { } lub [ ] lub – uścisk
  - @-‘-,— – róża
  - @^\_^@ – rumieniec

– inne:	
X	– trzymam kciuki
?-)	– blondynka
:-9	– mniam, mniam
(:-I	– jest mi łyso
8-O	– jestem zszokowany
:% lub :&	– język mi się zaplątał
C\_/_	– herbatka

Jak widać, emotikonki można by czasem nazwać piktogramami, tak trafnie ilustrują stany emocjonalne bądź konkretne przedmioty. Kreatywność i oryginalność tych elementów związana jest z faktem, że najczęściej posługują się nimi ludzie bardzo młodzi – tak jak i komunikatami internetowymi.

W dość zasadniczy sposób zmienia się też ostatnio w określonych warunkach (o których dalej) przekaz naukowy i specjalistyczny, gdzie – m. in. pod wpływem literatury przekładowej – często przenika niekonwencjonalny, subiektywny a niekiedy i polemiczny styl (por. Hrdlička 2004). W zawodowej i specjalistycznej komunikacji nie chodzi już li-tylko o precyzję znaczenia ale też o bezpośrednie kształtowanie opinii słuchaczy. Powstaje nowy typ przekazu. Można by powiedzieć, że podczas gdy dawniej niepisany kryterium wartości tekstu naukowego była jego trudność i złożoność, dziś wychodzą na czołowy plan jego elementy pragmatyczne, uwzględniany jest także jego określony kontekst socjalno-społeczny. Ponadto rozwój techniczny ostatnich lat umożliwia prezentację wyników badań naukowych za pomocą obrazu, który następnie można jedynie komentować (w formie pisanej lub ustnej). Dzięki elektronicznym środkom przekazu stają się sobie zatem coraz bliższe i coraz mniej się różnią warianty pisane i mówione tekstów naukowych. W tekstach takich pojawiają się często liczne pasaże o charakterze eseistycznym.

Globalizacji świata i kultury towarzyszy więc globalizacja komunikacji. Rozwój współpracy międzynarodowej, głównie w dziedzinach zawodowych i specjalistycznych, stwarza konieczność szybkiej komunikacji między specjalistami w najróżniejszych dziedzinach. W efekcie tego stosuje się tutaj wyrazy specjalistyczne używane w najbardziej rozwiniętych krajach, przede wszystkim chodzi tutaj o anglicyzmy i amerykańizmy. Prowadzi to do procesów unifikacyjnych w dziedzinie porozumiewania się w większości języków. Język angielski jest językiem rodzimym dla 380 mln ludzi, a dla kolejnych 250 mln jest to drugi w kolejności używany język. Językiem angielskim posługują się członkowie większości wykształconych narodowości. O sile jego ekspansji świadczy fakt, że przezwyciężył on nawet wielowiekowy czeski puryzm językowy i zdominował także czeski system językowy już od lat dziewięćdziesiątych XX wieku. W dużej mierze spowodowane to było kultem angielszczyzny zwłaszcza wśród ludzi młodych, którzy chętnie i łatwo przyjmowali i przyjmują w leksyce to, co nowe, oryginalne – nawet jeśli nie istnieje konieczność tworzenia nowego nazewnictwa. Widać to w codziennych rozmowach tej grupy użytkowników języka, w których funkcjonują często wtręty angielskie typu: *sorry, hallo, cool, trendy* itp. Zapożyczenia angielskie stają się podstawami słowotwórczymi nowych wyrazów z rodzimymi już sufiksami np. *lama/lamus/lamer* (z ang. *lame* slang. ‘leszcz, sierota, ktoś nie orientujący się w danym temacie’), w pol. ‘ktoś nie znający się na komputerach’, lub *sofciara* (ang. *soft* ‘miękki’) ‘dziewczyna psychicznie nieodporna’. Powstają w ten sposób całe rodziny słowotwórcze, por. pol. *hardkor* (z ang. *hard core* ‘twardy, ciężki rodzaj muzyki rockowej’), od którego mamy w slangu młodzieżowym: *hardkorowiec, hardkorowy, hardkorzyć, przehardkorzyć, rozhardkorzyć*. Angielski przeniknął do wielu dziedzin: ekonomii, polityki, techniki obliczeniowej, turystyki. (Z drugiej strony trzeba wiedzieć, że ekspansja angielskiego ma też swoich przeciwników.)

Wymienione tutaj z konieczności tylko pokrótce i omówione zjawiska wpisują się w proces globalizacji komunikacji, o której wspomniano na wstępie. Znacznie więcej jest zresztą takich zjawisk, które moglibyśmy tutaj wymienić. Wystarczy wspomnieć niektóre z nich (nieco starsze może) takie jak: internacjonalizacja, intelektualizacja, uniwerbizacja, wulgaryzacja itd. Mało tego – analogiczne są również sposoby i schematy oraz reguły i zasady, zgodnie z którymi przebiegają owe zjawiska, ale to jest już temat na osobny artykuł. Niewątpliwie jednak komunikacja internetowa będzie intensyfikować procesy globalizacyjne w wielu dziedzinach – w tym również w języku i jest to chyba nieuniknione. Istnieje też obawa, czy gwałtowne przyspieszenie tychże procesów nie będzie prowadzić do „zaśmiecania” języka elementami obcymi lub niepożądanymi.

#### Literatura

- Burszta W., 2003, *Internetowa polis w trzech krótkich odślonach*, [w:] *Ekran, mit, rzeczywistość*, red. W. Burszta, Warszawa.
- Gruszczyński W., *Czy normy językowe obowiązują w internecie?*, [w:] *Współczesna polszczyzna – wybór opracowań*, t. 2., Warianty języka, Warszawa.
- Hašová L., 2002, *Lásky jedné esemesky*, NŘ 85, s. 207–212.
- Hrdlička M., 2004, *Chcete být v češtině »in«?*, [w:] *Konstanty a proměny v českém jazyce a literatuře XX století*, red. M. Balowski, J. Svoboda, Wałbrzych–Ostrava, s. 109–114.
- Libura A., 2006, *Internet – wielokulturowość a globalizacja kultury*, [w:] *Język a kultura*, t. 18, Wrocław.
- Lubina E., 2005, *Ewolucja języka edukacji zdalnej*, „E-mentor” 4 (czasopismo internetowe SGH w Warszawie).
- Młodyński J., 1981, *Skrótowce we współczesnym języku polskim*, [w:] *Współczesna polszczyzna*, red. H. Kurkowska, Warszawa.

#### Summary

The phenomena enumerated and discussed in the paper fall under the process of globalization of communication, which has been present in the language sphere for some time, similarly as the globalization processes in other walks of life. These phenomena include both the older processes (internationalisation, intellectualization, univervation) and the relatively new ones, as e.g. the expansion of Anglicisms, a parti-

cular type of abbreviations, emoticons, etc. The latter are mainly present in the Internet communication, which will probably intensify the globalization processes not only in language. Observation of such phenomena should also go hand in hand with the care for proper moderation of use in this sphere.