

„YOU HAVE 0 FRIENDS“ ALEBO ZMENY V DISKURZE POČÍTAČOM SPROSTREDKOVANEJ KOMUNIKÁCIE A JEHO REFLEXIA V POPKULTÚRNYCH ARTEFAKTOCH

Barbora Mochňacká

Abstrakt

Príspevok stručne načrtáva históriu počítačom sprostredkovanej komunikácie, predovšetkým chatu, jej včlenenie do sociálnych sietí ako Facebook a Popec. Poukazuje na posuny v diskurze počítačom sprostredkovanej komunikácie: v jazyku (jednotlivé jazykové roviny v súvislosti s konštrukciou komunikačného kódu a globálnou organizáciou rozhovoru), v online správaní (konštrukcia identity, pozicioning). Vnímanie tohto diskurzu v súčasnosti odrážajú aj popkultúrne artefakty – seriály a sitkomy (*Futurama*, *South Park*, *IT Crowd* atď.), krátke videá z obsahových komunit (YouTube) – parodizácia e-komunikácie, neustála konfrontácia so skutočnosťou svedčí o tom, že hoci sa počítačom sprostredkovaná komunikácia už stala súčasťou nášho života, dualistický pohľad na rôznych úrovniach (skutočnosť – virtuálna realita, nerd – geek) pretrváva, je zdrojom zmien a, nakoniec, prispieva i k jej postmodernému charakteru.

Kľúčové slová

diskurz – chat – instant messaging – komunikačný kód – popkultúra – seriál – sociálne siete

1 LET'S GO, LET'S CHAT

Boom chatmánie, nickmánie a príspevkománie je za nami. Klasické instantmessagingové programy (ďalej len IM programy) ako Skype a ICQ zaznamenali zostup, konverzácia sa presunula na sociálne siete, v ktorých plní sekundárnu funkciu. Tento posun je prirodzené, predmetom záujmu nielen lingvistov skúmajúcich elektronickú komunikáciu. Doba, v ktorej participanti i skúmatelia virtuálneho dialógu obdivovali prvé slangové názvy, akronymy a skratky, už pominula. Dnes niet pochybností o význame základného emotikonu :-) a vo verejnej chatovej miestnosti (chatroome) nie je oslovenie potenciálneho komunikačného partnera slovom „popíšeš?“ preferované. Každá internetová komunikačná situácia má v súčasnosti k dispozícii základnú bázu znakov a pravidiel na ich používanie. Aj v textoch, ktoré sú súčasťou mediálnych produktov, možno badať zložky tohto systému; emotikony, ktoré sa snažia preklenúť hranicu odstupu, využívajúc neformálnosť elektronického jazyka, skratkovitosť, používanie bodky na oddeľovanie slov, nepoužívanie interpunkcie a veľkých písmen, kombinácie s rôznymi znakmi klávesnice, číslami, kde sa využíva ich vizuálna podobnosť alebo anglická výslovnosť. Všetky prvky sú ovplyvnené komunikačno-pragmatickými zvyklosťami a skúsenosťami

prvých „internautov“.¹ Hoci teda bola počítačom sprostredkovaná komunikácia (CMC; *Computer-Mediated Communication*), jej diskurzu (CMD; *Computer-Mediated Discourse*)² spočiatku prisudzovaná chaotickosť a neschopnosť vytvorenia trvanlivejšieho komunikačného kódu a Patráš v roku 2006 (s. 44) uvažuje o návrate k „textovej prapodstate“, o ukončení hrovej éry, môžeme konštatovať, že obrysy komunikačného kódu v rámci rôznych komunikačných foriem sú zreteľnejšie viac než kedykoľvek predtým, ba dochádza k ustáleniu na formálnej i obsahovej rovine: z hľadiska globálnej organizácie rozhovoru (manažovanie striedania replík, tzv. *turn-taking*), lexikálnej paradigmy, ale aj diskurzívnych praktík. Iste, aj tu funguje princíp pružnej stability. Stabilita sa prejavuje napr. vo vyčlenení samostatného „štýlu“ pre „nástročných“ chatistov (zamietanie konsonantov v – w, k – q, striedanie malých a veľkých písmen, nadužívanie emotikonov, hviezdičiek, interpunkcie) a vo vyčlenení vulgarizmov pre „flamerov“. Pružnosť sa zasa prejavuje v neustálom kreovaní, primiešavaní nových prvkov – okazionalizmov (*vycikuskana*) a anglicizmov (*testoff*), ich kombinácií (všetko s rešpektovaním jazykového systému – idem *testoff, joinnúť sa*).

Pružnosť v jazyku a v konštruovaní diskurzu CMD najlepšie vidieť na úvodných osloveniach s fatickou funkciou zameranou na nadviazanie kontaktu, kde môžeme sledovať široký diapazón výpovedí, od úplne jednoduchých pozdravov až po originálne výpovede:

Ukážka č. 1: úryvky z chatu Pokec.sk

(15:20:15 Alinka30) príjemné popoludnie pri kávičke
(15:41:45 chipfeeder) drahi veriaci, je to v rici

Fatickú funkciu plnia aj výpovede obsahujúce názov práve počúvanej hudobnej skladby, prípadne prezeraného videoklipu:

Ukážka č. 2: úryvky z chatu Pokec.sk

(15:48:07 z-axis) TYPE O NEGATIVE – OCTOBER RUST

Keďže stabilita v e-jazyku (teda kooperácia sústavy znakov a pravidiel na ich používanie) je už, postupným vývinom, dosiahnutá, komunikanti hľadajú ďalší priestor na hru v konštruovaní virtuálnej identity a jej prezentácii.

¹ Termín *internaut* použil vo svojej práci Patráš (2006, s. 44).

² Viac o CMC a CMD pozri Herring, 2001; Herring, 1999.

2 VŠETCI SÚ NA POKECI?

Komunikácia sprostredkovaná počítačom sa, v nadväznosti na rozvoj technológie, neustále vyvíja. Napriek tomu, že nové prostredia, v ktorých sa komunikácia odohráva, bývajú modifikované aj niekoľkokrát v priebehu roka (narážame tu na zmenu dizajnu, funkcie či fungovanie pod sociálnou sieťou), reakciu na tieto zmeny vidieť v tendenčných posunoch, v existencii dvoch spôsobov komunikácie: v prvom spôsobe prevažuje stabilita – ako v jazyku, tak aj v online správaní, dominujú typické, očakávané témy, typická lexika a globálna organizácia rozhovoru (spôsob striedania replík). Nezriedka sa tento spôsob viaže i na konkrétny typ komunikačného média. Príkladom môže byť program IRC, vytvorený v roku 1988 Jarkkom Oikarinnenom, ktorý funguje v rovnakej grafickej podobe až dodnes. Tento program predstavuje unikátny exemplár „konzervovaných“ diskurzívnych praktík – komunikanti, možno v úcte k programu, možno preto, že väčšina z nich na ňom „vyrástla“, zachovávajú tradičný spôsob komunikácie. Napriek tomu, že ide o verejnú komunikáciu, nedominujú tu experimenty s jazykom a identitou, netiketa je dodržiavaná. Podobne je to v IM programoch ako ICQ, Skype, kde nedochádza k výraznejším zmenám v komunikácii. Nazdávame sa, že v jednom i druhom type komunikačných programov je to spôsobené skutočnosťou, že medzi sebou komunikujú ľudia, ktorí sa navzájom poznajú, niet tu teda miesta na pretváрку či konštruovanie falošných identít.

Pri druhom spôsobe komunikácie ostáva stabilita jazyka viac-menej zachovaná, no, ako sme už naznačili, komunikanti hľadajú priestor na experimenty najmä v súvislosti s identitou a „prepínaním“ individuálnych personálnych štýlov, ktoré sa s danou identitou spájajú. V ktorom slovenskom portáli možno nájsť takéto prostredie plné bizarných postáv, s vlastnými diskurzívnymi a sociálnymi praktikami?

Portál Pokec sa pýši prívlastkom (zobrazuje ho ako súčasť svojho titulu v záhlaví prehliadača) „chat, kde je vždy najviac ľudí“. Preto sa od októbra 2007 snaží „bojovať“ s konkurenčným Facebookom a vdýchnuť svojmu portálu komunitný charakter – napr. položkou „zverejniť priateľov“ (Vozárová, 2007), alebo možnosťou označiť nevhodné príspevky (prvok z diskusných fór, ktorý napomáhal administrátorom vo funkcii „gatekeepera“). Posledné úpravy z februára a mája 2009 už temer kopírujú lídra v e-komunikácii úplným redizajnom v oblasti štruktúry, navigácie a grafiky (zmenou fon-tu loga, vytvorením *profilu* používateľa, možnosťou zmeniť *skin* – farebný vzhľad profilu; pozri Vozárová, 2009a, 2009b).

Ako teda vyzerá nový komunikačný priestor na Pokeci? Predovšetkým ide o zvýšený obsah reklamy, inzercie rôznych firiem, ale aj súkromných osôb. Takisto, jav done-dávna vídaný najmä na zahraničných chatových portáloch, kde sa predstavujú aj zástupcovia sexuálnych menšín, subkultúr: homosexuáli, bisexuáli a fetišisti. Výpovede komunikantov ponúkajúce i hľadajúce potenciálnych sexuálnych partnerov s rôznymi požiadavkami (klasický sex, *bondage* sex, sex v trojici) sa nezriedka spájajú s finančnou

odmenou. Vzťah, klasický alebo iba sexuálny sa tu stáva komoditou s dôvetkom „seriózne!“:

Ukážka č. 3: ukážka z portálu Pokec.sk

(15:44:14 dnesny69) TO PE BN a okolie - prajem dobry den, najde sa diskretna priateľka pre solventneho??? RP TO PE BN a okolie - prajem dobry den, najde sa diskretna priateľka pre solventneho??? RP

V bežnom komunikačnom diskurze, ako sme spomínali, dochádza k experimentom: už nie lingvisti,³ ale samotní participanti sa stávajú výskumníkmi – vo virtuálnej realite si vytvárajú viaceré identity, ktoré medzi sebou komunikujú, majú medzi sebou úzke vzťahy (inak povedané: jeden komunikant je schopný manažovať komunikáciu medzi dvoma „virtuálnymi identitami“ prostredníctvom dvoch nickov). Ide teda o špecifický prípad „trollingu“,⁴ kde je zinscenovaný dialóg medzi dvoma zdanlivo reálnymi ľuďmi. Potešenie takéhoto komunikanta z vlastného emocionálneho uspokojenia vyvolaného „predvádzaním“ fiktívneho vzťahu pred ostatnými, zatiaľ čo sleduje reakcie ďalších participantov, predstavuje nový spôsob konštruovania komunikačného diskurzu, ktorý na portáli Pokec začína dominovať.

Ako reflektujú zmeny, ktoré priniesol web 2.0, produkty popkultúry, ktoré sú teraz vďaka internetu bližšie ako kedykoľvek predtým? Zamerali sme sa na niekoľko vybraných seriálov a sitkomov, ktoré sa tematicky venovali práve problematike prieniku CMC do bežného života.

3 YOU HAVE 0 FRIENDS

„You have 0 friends“, znie názov jednej z epizód popkultúrneho seriálu *South Park*. Alebo inak: „ak nie si na Facebooku, neexistuješ“. Už od začiatku existencie elektronickej komunikácie a jej reality sa (nielen) v popkultúrnych artefaktoch venuje najväčšia pozornosť najmä konfrontácii s objektívnou realitou, s dôrazom na jej riziká a negatívny dosah na realitu človeka: nami vybrané 3 epizódy popkultúrnych seriálov a sitkomov, ktoré sa dotýkajú problematiky e-komunikácie, pochádzajú z rozmedzí rokov 2000 –

³ Skeptici vravia o častom zneužívaní anonymity na internete, dokumentuje to aj štúdia Stonovej (Stone, 1991, in Kendrick, 1996, s. 155) o príbehu psychiatra v stredných rokoch, ktorý na internete vystupoval pod menom Júlia. Júlia prezentovala samu seba ako staršiu osamelú a chromú ženu, a tým si počas troch rokov v internetovej komunite získala značnú dôveru žien poskytovaním rád, ktoré „... zmenili ich život“ (ibid., s. 83; vlastný preklad). Až tak, že sa jej zverovali aj s intímnymi problémami, kým nedošlo k odhaleniu: precitnutie ženského publika sa rovnalo pocitu znásilnenia.

⁴ Troll má za úlohu pobaviť autora a zainteresovaných nezmyselným alebo provokačným obsahom, zameraným na vyvolanie rozruchu a senzácie, tvári sa však ako celkom nevinné znejúca správa (<http://www.netlingo.com/word/troll.php>).

2010: *South Park* (14. séria, 4. epizóda, dátum odvysielania: 7. apríla 2010), *Futurama* (2. séria, 13. epizóda, dátum odvysielania: 19. marca 2000), *IT Crowd* (3. séria, 5. epizóda, dátum odvysielania: 19. decembra 2008). „Popkultúru,“ ako tvrdí Juraj Malíček, „pokladáme za relatívne autonómny estetický obraz prítomnosti, ale aj za jeden z možných spôsobov, ako prítomnosť reflektovať“ (2008, s. 17). Vybrané ukážky popkultúrnych artefaktov, no i krátke videá z obsahovej komunity YouTube (napr. pod názvom *If Instant Messaging Were Real* alebo *Facebook in Reality*; odkazy na umiestnenie videí pozri v zozname zdrojov) to dosahujú predovšetkým prostredníctvom metafory, plnej sarkazmu, irónie a parodizácie – čo odráža jednak praktické skúsenosti, jednak diskurzívne a sociálne praktiky využívané participantmi virtuálnych dialógov. Vtipné tu však nie je parodizované, ale paródia sama o sebe:

Ukážka č. 4: ukážka zo sitkomu *IT Crowd*

„Co je Friendface? Friendface je skvělá nová seznamovací stránka! Jak to funguje? Friendface funguje na stejném principu jako rýma nebo mor, ale nejsou to bakterie, co Friendface šíří, je to přátelství. Každá stránka Friendface je jako Petriho miska naplněná přátelskými bakteriemi. Když strčíte svůj obličej do misky, možná skončíte s miliony lidí přilepenými k vašemu obličej! Je to tak, v podstatě jde o nakažovou tvář přátelství. Jen se zaregistrujte na Friendface, dejte nám všechny své osobní informace a my vám zařídíme internetovou stránku, kde můžete potkat nové přátele, pokecat se starými anebo třeba najít někoho mimořádného. Teď už nemyslete na bakterie, ta analogie je za námi. Teď už jde jen o lásku, přátelství a všechno bude v pohodě. Vlastníme vše, co vložíte na Friendface, tak je to řečeno v Podmínkách, ale netrapte se s tím, nepoužijeme to na nic špatného, slibujeme. Jen myslíte na lásku a přátelství a všechno bude v pohodě. Friendface. Friendface. Friendface.“

4 METODOLÓGIA

Z uvedených epizód popkultúrnych seriálov sme si vybrali dve pasáže, na ktoré sme aplikovali teóriu pozicioningu. Dvojica autorov – Rom Harré a Grant Gillett (2001, s. 60) v nej predstavujú prekonanie tradičnej dichotómie *rola – pravidlo* a namiesto nej dávajú do pozornosti pružnejšiu koncepciu *pozície hovoriaceho a naratívnych konvencií* ako akýchsi gramatických noriem jazyka, „ktoré sú imanentne obsiahnuté v konverzačných postupoch“ (ibid., s. 60). Pozícia, na rozdiel od roly, známej zo sociálnej psychológie, je chápaná ako „dynamickejšia alternatíva statického pojmu roly“ (Davies – Harré, 1990, in Boxer, 2003, s. 50; vlastný preklad), umožňuje neustále re/pozicionovanie subjektu, ktoré je vždy diskurzívnym konštruktom (Bočák, 2008, s. 239).

Pozicioning môže mať dvojakú podobu: buď osoba pozicionuje samu seba, vlastným prehovorom (*reflexívny pozicioning*), alebo je pozicionovaná inou osobou (*interakčný pozicioning*).

Pri aplikácii tejto teórie na vybrané epizódy sme za východisko analýzy považovali najmä titulky v českom preklade (hoci neobsahovali úplne všetky výpovede), keďže text predstavuje najhmatateľnejšiu, najkonkrétnejšiu informáciu. Ide však o audiovizuálne diskurzívne situovanie sa a je dôležité brať do úvahy interakciu oboch znakových sústav – videa i zvuku (Bočák, 2008, s. 240). Pri prepise vybraných ukážok sme teda kódovali text (označenie t – text) i vizuálnu zložku (označenie v – video) každej výpovede, pričom sme sa zamerali na pozicionovanie reflexívne a interakčné, teda na umiestňovanie subjektu do istej pozície ním samým a umiestňovanie iných osôb do určitej pozície subjektom. Predstavme si krátko popkultúrne seriály, z ktorých sme vybrané pasáže analyzovali.

5 ŽENSKÁ! JÁ SE BOJÍM! (FUTURAMA)

Kultový animovaný televízny seriál od tvorcov *Simpsonovcov* rozvíja príbeh smoliara a strokotanca Philipa J. Frya, ktorý sa omylom nechá zmraziť na tisíc rokov a po prebudení začne pracovať v transportnej spoločnosti svojho synovca spolu s ďalšími bizarnými postavami. Hlavné postavy tohto seriálu sa v nami vybranej epizóde prenesú prostredníctvom online pripojenia a kyberoblekov do virtuálneho sveta internetu. Hneď na začiatku sa na nich metaforicky „vrhajú“ reklamy, pričom v pozadí znie symfónia Richarda Straussa *Tak riekol Zarathursta*, známa z filmu *2001: Vesmírna odysea*. Po zdaní neústupčivých reklám sa ponárajú hlbšie do kyberologického „veľkomesta“. Tu navštívia chatové miestnosti pre dospelých.⁵ Jedna z hrdinov, mutantka Leela, vchádza do miestnosti s označením „filthy chatroom“ (neslušná chatová miestnosť), ktorá je preplnená mužmi:

Muž 1t: Haló, jsou tady vůbec nějaký ženský?

Muž 1v: Stojí v preplnenej miestnosti, prudko gestikuluje, pôsobí frustrované.

Muž 2t: Jo, přiveďte nadržžený kočky pro nadržženýho hřebce!

Muž 2v: Hrdo vypína hrud', ukazuje na seba palcom.

Leela 3t: Já jsem žena, jestli jsi myslel tohle.

Leela 3v: Sebavedome vystúpi z radu mužov, ukazuje na seba.

Leela 4t: Na nic si nehraju a říkám rovnou – jsem kyklop, kapitán kosmické lodě, jsem jediná svého druhu a chci se seznámit s mužem.

Leela 4v: Rozhliada sa po miestnosti, gestikuluje, vyratúva na ruke, okolo nej vidieť prekvapené tváre mužov s otvorenými ústami.

⁵ Autori tu opäť vtipne poukazujú na skutočnosť, že hoci sú miestnosti prístupné používateľom nad 18 rokov, virtuálna identita prezentovaná nickom/profilom má moc nad reálnou: obraz hlavy batofaťa s cumlíkom akoby pripelenej k telu dospelého v obleku vchádza do jednej z chatových miestností.

Muž 5t: Ženská! Já se bojím!

Muž 5v: Krčí sa uprostred ostatných mužov, dlane drží zovreté na hrudi akoby na obranu.

Ukážka reflektuje sociálne a diskurzívne praktiky (spôsoby vyjadrovania sa o javoch istými osobami za istých podmienok a spôsoby, akými sa niečo robí v spoločnosti) v chatových miestnostiach, ako aj stereotypizáciu ich vnímania – oslovenia mužov (Muž 1t, Muž 2t) nekorešpondujú ani s Leelinou replikou, ani ich odpoveďou na ňu. Je zrejmé, že spôsob komunikácie (označenia *nadržaný žrebec, kočka, ženská*) predstavuje vo virtuálnom svete najfrekvencovanejší jav, keďže je možné ukryť sa za nick, prezývku. Muži v ukážke manifestujú svoju heterosexuálnu len sami pred svojím pohlavím, s čím sú spojené aj očakávania viažuce sa na rolu „muža“, do ktorej sa pozicionujú. Leela sa zasa sama pozicionuje svojím prehovorom v 3. replike (*Já jsem žena, jestli jsi myslel tohle.*) aj tým, že odhalí stereotyp v oslovení *ženská* alebo *nadržaná kočka*. Skutočnú identitu prepája s virtuálnou, udáva objektívne fakty, dáva najavo svoju orientáciu i záujem; preferovanou verbálnou akciou zo strany ostatných participantov (mužov) je rovnako ladená odpoveď, založená na úprimnosti a dôvere, bez pretvácky (odhalením stereotypu). Odpoveď však naznačuje zmenu pozície – reflexívne re-pozicionovanie v piatej replike (Muž 5t: *Ženská! Já se bojím!*), čo už odkazuje na stereotypné správanie a vnímanie. Epizóda bola vysielaná v roku 2000, v r. 2007 už Mark Penn (2007, in Šifra, 2008) konštatuje, že tzv. kockáči (*geekovia*), ktorí boli v ukážke identifikovaní na základe spôsobu komunikácie, v pravom zmysle slova dnes neexistujú: technologicky zdatní ľudia sú extrovertní a zvyknutí spoločensky konverzovať – ako „na skle“, tak aj v reálnom živote. V ukážke šlo teda iba o zobrazenie stereotypu, ktorý pretrváva pri vnímaní participantov CMC dialógov, nepriamo ovplyvňujúceho reálny život.

6 FAKT EXISTUJOU LIDI BEZ JEDINÝHO PŘÍTELE NA FACEBOOKU? TO JE ŠPATNÝ. (SOUTH PARK)

Ďalší známy o niečo starší netradičný animovaný TV seriál reflektuje aktuálne spoločenské javy (pričom žiadna téma pre tvorcov nie je tabu) cez prežívanie a pohľad štvorice osemročných chlapcov z Colorada. Vybraná epizóda z apríla tohto roku sa venuje vplyvu Facebooku na životy ľudí, ide o parodizáciu, v závere epizódy o pastiš CMC diskurzu.⁶ Zo štvorice kamarátov si iba jediný z nich, Stan, nechce založiť konto na Facebooku, no založia mu ho kamaráti. Sleduje zmeny správania na ostatných, ich pripútanosť k sociálnej sieti, ktorá je vykreslená najmä v scéne, keď Kyle príde za Stanom, pretože mu klesá počet priateľov:

Kyle 1t: Promiň, mám v tom zmatek. Potřebuju teď přítele.

⁶ Pastiš – „Aby popkultúrny artefakt mohol byť pastišom, musí na rozdiel od paródie obstať aj sám za seba, bez konfrontácie z archetextom, ktorého je pastišom“ (Malíček, 2008, s. 75).

Kyle 1v: Stojí otočený chrbtom k Stanovi, pozerá do zeme, v očiach má slzy.

Stan 2t: Dobře, jsem tu pro tebe.

Stan 2v: Prekvapene pozerá na Kyla, ktorý je k nemu otočený chrbtom.

Kyle 3t: Tak běž na Facebook a pohnoj mi plodiny.

Kyle 3v: Otáča sa k Stanovi, má zdvihnuté obočie a slzy v očiach. V tvári má výraz očakávania, nádeje.

Stan 4t: Ne.

Stan 4v: Vraští obočie.

Kyle 5t: Prosím. Moje farma se už tři dny nerozrůstá.

Kyle 5v: Prudko gestikuluje, spína ruky, má slzy v očiach.

Stan 6t: Už jsem si musel přidat všechny přátelé Wendy a mojí babičky. Nechci začít farmařit. Nenechám se tím pohltit.

Stan 6v: Prudko gestikuluje, obočie má stále zvráštené. V tvári má výraz hnevu.

Kyle 7t: To tě nepohlí! Vůbec tě to nepohlí! Prosím!

Kyle 7v: Pribehne k Stanovi, kľakne si a ťahá ho za bundu, plače.

Stan 8t: Kurva!

Stan 8v: V tvári má výraz prekvapenia, potom hnevu, ktorú naznačuje ešte viac zvráštené obočie.

V ukážke vidíme reflexívne pozicionovanie sa subjektov (Kyle 1t, Stan 2t), z ktorých vychádza interakčný pozicioning Kyla v tretej výpovedi (*Tak běž na Facebook a pohnoj mi plodiny*). Ako uvádza Patráš (2009, s. 31), elektronické médium, teda aj elektronický dialóg, vníma komunikant v procese ako sprostredkovateľa, uvedomujúc si jeho, takpovediac, „nereálnosť“, virtuálnosť, no „prežíva či precítiuje ho ako takmer fyzické virtuálne priblíženie voči komunikačnému partnerovi. Na tento rozpor reaguje prirodzene až pudovo“. Pudovosť a absurdnosť situácie je prítomná v siedmej výpovedi: *To tě nepohlí! Vůbec tě to nepohlí! Prosím!* Konflikt vychádzajúci zo zastávania dvoch protichodných pozícií (závislosť – 7. výpoveď verzus nezávislosť – 6. výpoveď) tak nepoukazuje na konštrukciu identity v kyberpriestore, ale pomocou hyperboly na skutočné problémy mimo virtuálnej reality (napr. aj šiestou výpoveďou Stana, ktorý vraví, že Facebooku podľahla už aj jeho babička, ktorá je, mimochodom, v tom čase v nemocnici – čo je v epizóde spomenuté v predchádzajúcich scénach).

ZÁVER

Hoci sa počítačom sprostredkovaná komunikácia už stala súčasťou nášho života, negatíva a pozitíva sú všeobecne známe, z pohľadu popkultúry (v rámci analyzovaných ukážok) je stále vnímaná ako médium, ktoré má negatívny dosah na objektívnu realitu človeka. Uvedomujeme si, že náš príspevok nepodal vyčerpávajúci opis ani podrobnú analýzu – do skúmania sme nezahrnuli všetky situácie z vybraných epizód, rovnako nemožno považovať skúmanie dvoch epizód za relevantné. Naším cieľom bolo predstaviť východisko pre reflexiu súčasného komunikačného diskurzu na internete aj prostredníctvom jeho zobrazenia v popkultúrnych artefaktoch. Tie sa sústreďujú na zachytenie a potvrdenie aktuálnych stereotypov produkovaných v tomto type diskurzu – prostredníctvom metafory, parodizácie, ale aj pastišu. Aké stereotypy však uvidíme v nasledujúcich popkultúrnych artefaktoch, zostáva otázkou.

ZDROJE

- Bočák, M.: Kto je kto: positioning v televíznom spravodajstve. In: Magál, S. – Mistrík, M. – Solík, M. (eds.): *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave 2008, s. 239 – 245.
- Boxer, L. J.: Using positioning theory to understand how CEOs deal with sustainability issues. [Dissertation Thesis]. Melbourne: Royal Melbourne Institute of Technology 2003. 200 s. <http://intergon.net/phd/> [21. 8. 2008].
- Davies, B. – Harré, R.: Positioning: The Discursive Production of Selves. <http://www.massey.ac.nz/~alock/virtual/discuss.htm> [21. 8. 2008].
- Facebook. <http://www.facebook.com/> [21. 9. 2010].
- Facebook in reality. In: Youtube. <http://www.youtube.com/watch?v=nrlSkU0TFLs> [10. 10. 2010].
- Harré, R. – Gillett, G. R.: *Diskurz a myseľ. Úvod do diskurzívnej psychológie*. Bratislava: Iris, 2001. 215 s.
- Herring, S. C.: Computer-Mediated Discourse. In: Tannen, D. – Schiffrin, D. – Hamilton, H. (eds.): *Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Wiley-Blackwell 2001, s. 612 – 634.
- Herring, S. C.: Interactional Coherence in CMC. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1999, 4, č. 4. <http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue4/herring.html> [28. 3. 2008].
- Herring, S. C.: Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In: Barab, S. A. – Kling, R. – Gray, J. H. (eds.): *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. New York: Cambridge University Press 2004, s. 338 – 376.
- If instant messaging were real. Youtube.com. <http://www.youtube.com/watch?v=q5HCkQXS-AQ> [10. 10. 2010].
- Malíček, J.: *Vademecum popkultúry*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre 2008.
- Patráš, V.: E-ziny: Hra, či e-štýl? In: Jaklová, A. (ed.): *Komunikace – styl – text*. České Budějovice: Jihočeská univerzita 2006. s. 41 – 48.
- Patráš, V.: Sociolingvistické aspekty elektronicky podmienenej komunikácie. Karviná: Slezská univerzita v Opavě 2009. 149 s.
- Pokec.sk. <http://www.pokec.azet.sk> [10. 10. 2010].
- Stone, A. R.: Will the real body please stand up?: boundary stories about virtual cultures. In: Benedikt, M. (ed.): *Cyberspace: first steps*. Cambridge: MIT Press 1991, s. 81 – 118.

- Šifra, J.: Čierny Google zachraňuje svet. Polopravdami. Mediálne.sk, 27. 11. 2007. <http://medialne.etrend.sk/internet/clanok.php?clanok=4044> [23. 3. 2008].
- Troll. In: Netlingo. Online dictionary. <http://www.netlingo.com/word/troll.php> [20. 10. 2010].
- Vozárová, Eva: Azet si osvojuje náznaky social networkingu. Mediálne.sk, 16. 11. 2007. <http://medialne.etrend.sk/internet/sprava.php?sprava=5555> [16. 11. 2007].
- Vozárová, Eva: Pokec sa hrá na Facebook. Promuje profily celebrit. Mediálne.sk, 25. 2. 2009a. <http://medialne.etrend.sk/internet/sprava.php?sprava=10485> [10. 3. 2009].
- Vozárová, Eva: Pokec.sk po redizajne: viac profil, menej chat. Pozrite sa, ako to bude vyzerať. Mediálne.sk, 13. 5. 2009b. <http://medialne.etrend.sk/internet/sprava.php?sprava=11328> [13. 5. 2009].

ZOZNAM INTERPRETOVANÝCH SERIÁLOV

- Městěčko South Park (South Park, USA, 1997 – doposiaľ, a. Trey Parker, Matt Stone).
- Futurama (Futurama, USA, 1999 – doposiaľ, a. Matt Groening).
- Ajtáci (The IT Crowd, Veľká Británia, 2006 – 2010, a. Graham Linehan).

„You have 0 friends“ or Changes in the Discourse of Computer-Mediated Communication and Its Reflection in Popcultural Artefacts

Abstract

The paper briefly concerns with history of computer-mediated communication, mostly of chat and its integration into social networks as global *Facebook* or Slovak *Pokec* (i.e. chat). Paper points out the shifts in computer-mediated discourse: in language (partial language planes in connection with construction of communication code and with global conversational management), in online behaviour (identity construction, positioning). Reception of this discourse is actually reflected in popular artefacts – TV series and sitcoms (*Futurama*, *South Park*, *IT Crowd* etc.), short videos from content communities (*YouTube*) – they show the parodization of e-communication and its ongoing confrontation with reality indicates that despite computer-mediated communication is a part of our life, dualistic view in different levels (reality – virtual reality, nerd – geek) still remains there, being the source of changes and, finally, contributes to its postmodern character.

Keywords

discourse – chat – instant messaging – communication code – pop culture – TV serie – social networks

Barbora Mochňacká (1983) je odborná asistentka na Inštitúte slovakistiky, všeobecnej jazykovedy a masmediálnych štúdií Filozofickej fakulty Prešovskej univerzity v Prešove. Vyučuje slovakistické predmety (praktická morfológia, praktická lexikológia, ortografia a ortoepia); vedeckovýskumne sa orientuje na oblasť počítačom sprostredkovanej komunikácie (Computer-Mediated Communication).

Mgr. Barbora Mochňacká, PhD.

Inštitút slovakistiky, všeobecnej jazykovedy a masmediálnych štúdií
Filozofická fakulta
Prešovská univerzita v Prešove
17. novembra 1
080 78 Prešov
Slovenská republika

mochnackab@gmail.com

barboramochnacka.weebly.com

Štúdiá je súčasťou výskumu v rámci grantu VEGA č. 1/0671/08
Semiotické a sociokultúrne dimenzie fungovania mediálneho textu.