

JIŘÍ HOMOLÁČ, PETR MAREŠ, JANA HOFFMANNOVÁ, LUCIE JÍLKOVÁ, JAKUB KOPECKÝ, KAMILA MRÁZKOVÁ, MÍŠENÍ ŽÁNŘŮ, STYLŮ A DISKURZŮ V INTERNETOVÉ KOMUNIKACI, Praha: Academia, 2022, 375 s.

Jiří Homoláč, Petr Mareš, Jana Hoffmannová, Lucie Jílková, Jakub Kopecký, Kamila Mrázková, *Mixing of genres, styles and discourses in internet communication*

Książka będąca przedmiotem recenzji dotyczy zjawiska mieszania się gatunków, stylów i dyskursów w komunikacji internetowej – procesu, który w ostatnich latach zarówno w Polsce, jak i za granicą często stanowił i nadal stanowi przedmiot zainteresowania wielu badaczy z różnych dziedzin (takich jak językoznawstwo, medioznawstwo czy komunikacja społeczna). Powstałe dotychczas publikacje prezentują różnorodne podejścia do analizy tego zjawiska – od podstaw teoretycznych po przykłady praktyczne. Dostarczają one narzędzi i teorii niezbędnych do zrozumienia, w jaki sposób różne formy komunikacji mieszają się i rozwijają w Internecie (por. Crystal 2004; McCulloch 2017).

Opis wybranych aspektów komunikacji internetowej w czeskim kontekście zawiera recenzowana monografia zbiorowa. Jej sześciu współautorów jest znanymi wybitnymi czeskimi lingwistami związanymi z Uniwersytetem Karola w Pradze. Publikacja obejmuje wstęp oraz sześć rozdziałów poświęconych różnorodnym kwestiom związanym z cechami i środkami komunikacji inter-



netowej. Zawierają one m.in. badania nad recenzjami i komentarzami filmów, komentarzami sportowymi, profilami czeskich instytucji, formułami grzecznościowymi na czeskim Twitterze czy vlogami o sprawach publicznych. Obszerne zestawienie internetowych adresów stron, z których pochodzą cytowane teksty i na których pojawiają się użyte w pracy obrazki, znajduje się we wszystkich rozdziałach. Po nim umieszczono alfabetyczny spis publikacji wykorzystanych w całej monografii i wykaz artykułów, w których została opublikowana pierwotna wersja niektórych części książki. Na końcu znaleźć można streszczenie tomu w języku angielskim, indeks rzeczowy i imienny z odniesieniem do stron, na których porusza się dane zagadnienia i cytowani są autorzy. Dodatki te stanowią niewątpliwie wygodne narzędzie dla czytelników zainteresowanych konkretnymi zagadnieniami, publikacjami lub badaczami.

Monografię otwiera obejmujący 6 stron *Wstęp* autorstwa Petra Mareša. Badacz, wykorzystując liczne źródła, zaznacza, że media elektroniczne (zwane też cyfrowymi, digitalnymi, sieciowymi, online) przynoszą nowe możliwości komunikacji międzyludzkiej i prowadzą do istotnych zmian jej form. Zauważa przy tym, że przedstawione określenia tego typu komunikacji, choć się w znacznej mierze pokrywają, nie są używane zupełnie w tym samym znaczeniu. Komunikacja elektroniczna i cyfrowa skupia się przede wszystkim na numerycznej technologii kodowania danych i obejmuje także esemesy czy e-maile. Nie stanowią one jednak przedmiotu prezentowanych w pracy badań. Wykorzystanie określeń „sietciowe” czy „online” podkreśla przestrzeń komunikacyjną Internetu. Mareš rozumie go jako wzajemną sieć umożliwiającą połączenie nieograniczonej liczby komputerów.

Autor we *Wstępie* skupia się na kilku kwestiach. Rozpoczyna od tego, że mamy do czynienia z niezwykle wielką i stale poszerzającą się liczbą prac naukowych, monografii czy publikacji zbiorowych dotyczących mediów elektronicznych. Choć koncentruje się on na analizowanych kwestiach językowych, zaznacza, że od kilku dziesięcioleci przedmiotem zainteresowania są nie tylko zagadnienia lingwistyczne, lecz także badania prowadzone w obszarze teorii komunikacji, teorii mediów, socjologii, psychologii i innych dyscyplin. Odwołując się do poszczególnych badaczy, ogólnie opisuje prowadzone dotychczas analizy różnych aspektów tego typu komunikacji. Zaznacza, że choć badania Internetu mają swe początki w środowisku anglojęzycznym, rozwinęły się w takim stopniu, że utworzyły bardzo szeroki prąd, którego częścią stali się badacze z wielu krajów świata. Przytacza liczne niemieckie, rosyjskie,

fińskie publikacje. Warto podkreślić, że badania nad komunikacją elektroniczną są także bardzo istotną kwestią dla polskich badaczy (m.in. Grzenia 2007; Kita, Loewe 2016; Kołodziejek, Sidorowicz 2017).

Po opisie stanu badań na świecie autor skupia się na pracach czeskich badaczy. Od lat 90. XX wieku zajmowali i zajmują się oni m.in. wieloma aspektami komunikacji elektronicznej – jej cechami, gatunkami, wyróżnikami stylowymi. Autor cytuje m.in. liczne publikacje Jany Hoffmannovej, Lucie Jílkovej, Světlý Čmejrkovej, Jiřicho Homoláča i wielu innych.

Po przedstawieniu stanu badań autor przechodzi do opisu tendencji w komunikacji elektronicznej. Zaznacza, że środowisko internetowe wspiera i stymuluje różnorodne innowacje w zakresie sposobu używania języka i elementów związanych z multimodalnością, budową tekstów i charakterystyką procesu komunikacyjnego. Poszerzają się wcześniej ustalone hierarchie i opozycje, którymi są m.in.: publiczność – prywatność, oficjalność (instytucjonalność) – codzienność i indywidualność. Zmienia się pozycja autorów i odbiorców, słabnie dystans między nimi i pojawia się kontakt. Dochodzi do rozluźnienia norm gatunkowych, mieszania istniejących gatunków i powstawania nowych. W tekstach łączą się rysy spontaniczności i wcześniejszego przygotowania, języka mówionego i pisanego, formalności i nieformalności. Autor zaznacza, że twórcy przedstawianej monografii chcą zbadać, jak i w jakim stopniu te cechy przejawiają się w czeskich tekstach internetowych, oraz przechodzi do zamykającej wstęp krótkiej charakterystyki zawartości poszczególnych rozdziałów pracy.

Rozdział zatytułowany *Internetová komunikace: charakteristické rysy a prostředky* (*Komunikacja internetowa: charakterystyczne cechy i środki*<sup>1</sup>) jest największą częścią monografii (107 stron). Jej twórcami są wszyscy współautorzy i stanowi ona swoiste wprowadzenie teoretyczne i tło dla kolejnych części pracy. Zawiera opis środków i procesów zidentyfikowanych w trakcie analizy obszernego zestawu danych internetowych zebranych w trakcie projektu (teksty z lat 2018–2021 z kilkoma wyjątkami). Dane i przykłady pochodzą z sieci społecznościowych Twitter, Facebook i Instagram, recenzji filmów oraz komentarzy opublikowanych w drukowanych i internetowych czasopi-smach filmowych na stronie Česko-Slovenská filmová databáze, z komentarzy sportowych online i dyskusji o nich, z dyskusji na portalu eMimo.cz i pod nagraniami wideo na portalu YouTube.

---

<sup>1</sup> Wszystkie tłumaczenia tytułów na język polski pochodzą od autorki recenzji.

Początkowo autorzy koncentrują się na podstawowych cechach komunikacji online (hipertekstowość, interaktywność, multimodalność) oraz na tym, jak wpływają one na sposoby wykorzystywania języka naturalnego i innych kodów znaczeniowych w Internecie. Kolejne części rozdziału przedstawiają różnorodność i zmienność środków ekspresji obecnych w zebranych danych, jak również czynników stojących za tymi wyborami. Analiza koncentruje się na tym, w jaki sposób badane teksty pokazują ich niejednoznaczną pozycję pomiędzy: językiem pisanym a językiem mówionym, prezentacją siebie a nawiązywaniem i utrzymywaniem relacji z innymi użytkownikami, tym, co publiczne, i tym, co prywatne.

Autorzy za pomocą licznych przykładów wykazują, że zebrany materiał zawiera wiele cech typowych dla języka mówionego (np. niestandardowe wersje słów, składnia, ekspresywność leksykalna itd.), które współwystępują (w różnym stopniu) z tymi typowymi dla języka pisanego (cechy formalne i formy hiperpoprawne) oraz tymi, których nie znajdziemy nigdzie poza komunikacją internetową (np. akronimy). Zwracają także uwagę na wielojęzyczność i mieszanie się języków.

Zauważają, że piszący prezentują siebie m.in. poprzez relacje ich stanu psychicznego i emocjonalnego (lub – jak to często bywa – ostentację emocji), ocenę innych ludzi i rzeczy, zdarzeń zewnętrznych i kreatywne użycie komunikacji językowej (gra słów, żarty, wiersze itd.). Używają też różnych sposobów nawiązywania kontaktu z innymi użytkownikami, które obejmują formy zwracania się do odbiorcy i inne środki językowe, wyrażone pośrednio lub bezpośrednio. Są to m.in. odniesienia do wspólnych doświadczeń życiowych, wspólnej wiedzy, znajomości aktualnego kontekstu społecznego i/lub wspólnych opinii i postaw, odniesienia do wspólnego tła kulturowego (cytaty i aluzje), odrzucenie odmiennych postaw, doświadczeń i wreszcie zwracanie się do obserwujących jak do starych znajomych.

Kwestią interesującą badaczy jest także opozycja prywatne *versus* publiczne w komunikacji internetowej. Zasadniczo jest ona publiczna – obejmuje teksty, które są dostępne nawet dla nieupoważnionych odbiorców, a postęp technologiczny umożliwia łatwe przeniesienie tych tekstów w inne konteksty, często bez wiedzy autora. Różni użytkownicy mają różne sposoby rozumienia opozycji prywatne – publiczne w komunikacji internetowej. To, w jakim stopniu wpis w mediach społecznościowych jest prywatny czy publiczny, jest nie tylko definiowane przez jego temat, lecz także wynika z synergii

różnorodnych czynników, w szczególności statusu społecznego autora i liczby obserwujących, jak również natury ich komunikacji (stopień niejawności, używanie/nieuzywanie wyrazów ekspresywnych i słów tabu itd.).

Ten obszerny rozdział zamyka identyfikacja ważnych cech komunikacji internetowej, mianowicie preferowania języka pośredniego (*implicite*), mieszania się języków, gatunków, stylów, dyskursów i zróżnicowania komunikacji, które wynika z różnicy pokoleniowej między użytkownikami sieci społecznościowych.

Pięć kolejnych rozdziałów zawiera kompleksową analizę wybranych aspektów komunikacji internetowej. Zebrany materiał, który pochodzi od autentycznych autorów, został wykorzystany, by wyjaśnić, co sprawia, że Internet jest nowy i specyficzny, oraz jakie tendencje rozwojowe można w nim zaobserwować.

Pierwsza z części analitycznych autorstwa Petra Mareša zatytułowana *Recenze a komentáře. Texty o filmu v digitální éře* (*Recenzje i komentarze. Teksty o filmie w erze cyfrowej*) (47 stron) przedstawia analizy recenzji – gatunku, który dotychczas występował przede wszystkim w dziennikarstwie drukowanym, a w ostatnim czasie przeniósł się do Internetu. Ta nowa forma przekazu umożliwiła o wiele większej niż kiedykolwiek wcześniej liczbie autorów opublikowanie opinii o filmach.

Jak twierdzi Mareš, doprowadziło to do kryzysu pozycji krytyki filmowej jako instytucji kulturalnej i rozróżnienia pomiędzy krytyką autorów zajmujących się tym zawodowo a krytyką fanów, a także do ożywionych dyskusji o kryzysie krytyki i jej demokratyzacji. Warto zaznaczyć, że zwracają na to uwagę również polscy badacze. Teza o zmierzchu krytyki powraca od końca lat 90. XX wieku, czyli od zmiany paradygmatu kultury z analogowego na cyfrowy, która doprowadziła też do zmian w obiegu krytycznym na rzecz elektronicznego i amatorskiego, co odbyło się kosztem obiegu tradycyjnego (prasowego) i elitarności zawodu krytyka. Przedstawienie obecnego stanu krytyki literackiej, filmowej i teatralnej zawiera publikacja *Śmierć krytyka. Kultura uczestnictwa a przemiany* (Górska, Janiak, Jędrasiak 2022).

Po wprowadzeniu obejmującym charakterystykę gatunku z uwzględnieniem badań zarówno czeskich, jak i innych językoznawców<sup>2</sup> Mareš dokonuje porównania recenzji filmowych opublikowanych online z recenzjami publikowanymi

---

<sup>2</sup> Warto tutaj dodać, że wzorcem gatunkowym recenzji zajmowali się również polscy badacze, m.in. Maria Wojtak (2004, 2008).

w mediach drukowanych. Zebrany materiał pokazuje, że gatunek został zmodyfikowany, na co miało wpływ wiele czynników, m.in. fakt, że elektroniczny środek przekazu stwarza autorom znacznie większe możliwości (hipertekstowość, interaktywność, multimodalność). Nie ma jednak dowodów na wyraźną opozycję pomiędzy tekstami drukowanymi i umieszczonymi w Internecie. Recenzje zawarte w prasie przede wszystkim przedstawiają opis i interpretację filmu, natomiast recenzje internetowe mają tendencję do kładzenia większego nacisku na faktyczną ocenę filmu, często o charakterze silnie subiektywnym, i opierają się na emocjonalnych doświadczeniach autora. Istotne jest w ich przypadku nawiązanie kontaktu z odbiorcą – można zauważyć wyraźną tendencję do używania języka nieformalnego, często ekspresywnego.

Czwarty rozdział zatytułowany *Žánr online sportovních přenosů (Internetowe komentarze sportowe jako gatunek)*, opracowany przez Janę Hoffmannovou (44 strony), charakteryzuje specyficzny gatunek medialny, który mógł powstać dopiero w środowisku internetowym. Decydując się zająć tym tematem, badaczka starała się zwrócić uwagę na językoznawstwo sportowe / lingwistykę sportu – dyscyplinę, która jest ostatnio szeroko eksplorowana przez językoznawców czeskich i zagranicznych. Jest to dziedzina, która w ostatnim czasie wzbudziła spore zainteresowanie także polskich lingwistów (zob. m.in. Czapla, Koper 2016; Grochala 2021). Najczęściej podejmowanym tematem były różnorodne analizy komentarzy sportowych – m.in. zawartego w nich komizmu, frazeologii, metafor czy kwestia przestrzegania normy językowej przez komentatorów (por. Faron 2015; Grochala 2022).

Internetowe transmisje sportowe zawierają teksty pisane tworzone przez komentatorów podczas oglądania meczu sportowego, którzy prezentują je na bieżąco kawałek po kawałku każdemu zainteresowanemu (fani). Takie komentarze mieszczą się na granicy sfery sportowej i medialnej. Jak pisze Hoffmannová, gatunek ten oscyluje pomiędzy komentarzem, reportażem i informacją. Nazywany bywa przez badaczy komentarzem pisanym czy komentarzem tekstowym. Lingwistka wielopłaszczyznowo analizuje poszczególne elementy językowe, stylowe i pragmatyczne, starając się dokonać charakterystyki tego nowo powstałego gatunku, i zauważa, że ma on charakter heterogeniczny. Spełnia funkcję zarówno rozrywkową, jak i informacyjną. Transmisje sportowe różnych autorów prezentowane na poszczególnych serwerach różnią się stopniem emocjonalności i stopniem, w jakim koncentrują się na ocenie wydarzenia sportowego. Inną kolejną cechą typową dla Internetu, na którą

zwraca uwagę autorka, jest mieszanie się transmisji sportowych z reakcjami fanów umieszczanymi na towarzyszących przekazom forach dyskusyjnych. W porównaniu z komentarzami reakcje te są znacznie bardziej subiektywne, spontaniczne, emocjonalne i coraz bardziej zbliżają się formą do komunikacji mówionej.

W piątym rozdziale monografii zatytułowanym *Twitterové profily českých institucí (Profile českých institucí na Twitterze)* (59 stron) Kamila Mrázková i Jiří Homoláč przedstawiają analizy wpisów opublikowanych na twitterowych profilach 80 czeskich instytucji. Analiza profili pokazuje, że publikowane na nich teksty (tweets) używane są jako narzędzie komunikacji instytucjonalnej jako takiej (np. by podawać informacje, polecać, przypominać itd.), a także do komunikacji *public relations*, której celem jest zaprezentowanie instytucji jako efektywnej, przyjaznej klientom, pomocnej itd. Komunikacja ta zwykle przybiera tradycyjne formy (np. zaproszenia na wydarzenia), czasami jednak wykorzystuje sposoby i środki typowe dla reklamy i marketingu politycznego oraz częściowo dostosowuje się do norm komunikacji w mediach społecznościowych.

Odrębną, nietradycyjną formą są tzw. profile autorskie – zindywidualizowane profile z wyraźnym naciskiem na funkcję rozrywkową i fatyczną. Dążą one do zbudowania społeczności obserwujących, którzy stale śledzą tweets i na nie reagują. Ten zindywidualizowany styl tweetowania koncentruje się wokół autora, choć jego rola może kolidować ze stanowiskiem i interesami instytucji. Jak zauważają autorzy, to mieszanie się komunikacji instytucjonalnej, marketingowej i komunikacji typowej dla mediów społecznościowych można tylko częściowo interpretować jako należące do procesu określonego jako *conversationalization* przez Normana Fairclougha (1992) – komunikacji instytucjonalnej przejmującej cechy swobodnych i nieformalnych sytuacji komunikacyjnych. Niektóre z analizowanych przykładów pokazały, że forma komunikacji instytucjonalnej na Twitterze jest także ukształtowana przez samą naturę sieci społecznościowych, a konkretnie – przez udostępniane przez nie funkcjonalności, jak również przez fakt, że przynajmniej niektórzy odbiorcy profili instytucjonalnych (autorzy profili w szczególności) mają oczekiwania różne od tych, które mają jako uczestnicy w komunikacji instytucjonalnej poza mediami społecznościowymi.

Komunikacja na Twitterze jest także analizowana w kolejnym rozdziale *Zdvořilostní normy na českém Twitteru (Formuły grzecznościowe na českim*



*Twitterze*) (16 stron), którego autorką jest Kamila Mrázková. Przedmiotem uwagi staje się tutaj grzeczność, która przez badaczkę jest rozumiana wąsko jako oparte na normach działanie (Watts 2003: 14)<sup>3</sup>. Analizuje ona profile 10 czeskich polityków i dziennikarzy, a także ich obserwujących, by odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób są negocjowane i konstruowane w komunikacji na *Twitterze* normy regulujące formalne (*vykáni*), nieformalne (*tykáni*) i nominalne formy adresowania. Analiza materiału pokazała, że kilka norm miesza się w komunikacji na tym portalu społecznościowym. Z jednej strony jego użytkownicy zdają się dostrzegać rozróżnienie pomiędzy komunikacją offline i online. Normę online negocjują w komunikacji z innymi użytkownikami i tworzą ją w taki sposób, by szanować m.in. status adresata. Na przykład autorzy postów uważają za odpowiednie używanie bardziej formalnych wyrażań podczas zwracania się do osoby publicznej i nieznanej im osobiście, czyli tak jak w przypadku normy offline. Z drugiej jednak strony względna anonimowość, którą oferuje *Twitter*, może być przyczyną tego, że użytkownicy mogą się poczuć mniej zobowiązani szanować normy offline. Natura *Twittera* i przestrzeganie na nim norm grzecznościowych są także kształtowane przez fakt, że użytkownicy mediów społecznościowych wolą treść i użytkowników, których poglądy, doświadczenie życiowe itd. podzielają, podczas gdy odrzucają inne, np. nieformalny sposób adresowania pełni inne funkcje i jest postrzegany inaczej, kiedy zostaje użyty wśród członków względnie homogenicznej grupy, niż kiedy zostaje użyty przez kogoś spoza niej.

Ostatni rozdział pt. *Youtuberi jako publicisté: Vlogy o veřejném dění* (*Youtuberzy jako publicyści: vlogi o sprawach publicznych*) (19 stron) autorstwa Jakuba Kopeckiego bada *YouTube*, jedną z najbardziej popularnych stron internetowych – platformę udostępniania wideo i sieć społecznościową. Badania koncentrowały się na vlogach (wideoblogach) o sprawach publicznych, tj. filmach wideo, których autorzy mówią do kamery, prezentując i komentując aktualne problemy polityczne i społeczne. Analiza zawiera łącznie 61 vlogów stworzonych przez pięciu popularnych youtuberów. Analiza koncentruje się na językowych, komunikacyjnych i semiotycznych cechach tego typu vlogów, biorąc pod uwagę elementy zarówno werbalne, jak i wizualne. Wynika z niej,

---

<sup>3</sup> Różni się to od teorii, które wykorzystuje w swoich badaniach Małgorzata Marcjanik. Integruje ona ramy teoretyczne stworzone przez Ervinga Goffmana, Penelope Brown i Stephena Levinsona, Geoffreya Leecha i Robin Lakoff, aby zrozumieć i opisać specyfikę grzeczności językowej w języku polskim, zarówno w kontekście tradycyjnych form komunikacji, jak i w nowych mediach (Marcjanik 2008).



że vlogi nie pozostają w bezpośredniej opozycji do tradycyjnego medialnego dziennikarstwa zorientowanego na poglądy, lecz raczej dostosowują tradycyjne procedury i gatunki do środowiska YouTube i oczekiwań młodszych odbiorców. Język i inne zachowania mówiących są dalece nieformalne, z silnym naciskiem na nawiązanie kontaktu z odbiorcami. Pomimo bardzo zabawnego charakteru vlogi cechują się synergią funkcji informacyjnych, edukacyjnych i apelatywnych (z apelami do odbiorców o przyjęcie określonych postaw oraz schematów działania).

Podsumowując, należy stwierdzić, że publikacja *Mišení žánrů, stylů a diskurzů v internetové komunikaci* jest ważnym i cennym źródłem dla badaczy interesujących się mieszaniami gatunków, stylów i dyskursów w komunikacji internetowej. Autorzy przyglądają się zjawisku mieszanienia form komunikacyjnych w Internecie, zwracając uwagę na ewolucję gatunków medialnych, zmiany w stylach komunikacyjnych oraz wpływ tych zmian na dyskursy internetowe. Książka oferuje zarówno podstawy teoretyczne badań, jak i wiele konkretnych, ogromnie interesujących i eksplikatywnych analiz przypadków z różnych obszarów komunikacji online. Na uwagę zasługuje niezwykle owocna postawa metodologiczna – szerokokątne widzenie zjawisk w ich kontekście technologicznym, kulturowym, społecznym, psychologicznym i in., dzięki czemu badacze docierają zarówno do właściwości komunikacji internetowej, jak i do wielorakich fenomenów, które je motywują i wyjaśniają. Podkreślić również trzeba, że czescy autorzy wykorzystują bardzo bogatą bibliografię obejmującą literaturę światową. Jest to zatem dzieło o dużym ciężarze gatunkowym i wielkiej wartości poznawczej.

MONIKA KRZEMPEK\*

## Literatura

- Crystal D., 2004, *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Czapla A., Koper M. (red.), 2016, *Język i sport*, Lublin: Wydawnictwo Fotopia.
- Fairclough N., 1992, *Discourse and Social Change*, Cambridge: Polity Press.
- Faron D., 2015, Nowe tendencje w komentarzu sportowym, „*Security, Economy & Law*”, 4, s. 86–95.

---

\* <https://orcid.org/0000-0003-1117-5714>, Uniwersytet Opolski, Opole, Polska, [mkrzempek@uni.opole.pl](mailto:mkrzempek@uni.opole.pl)

- Górska A., Janiak E., Jędrasiak K. (red.), 2022, *Śmierć krytyka. Kultura uczestnictwa a przemiany*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Grochala B., 2021, Język sportu w perspektywie mediolingwistycznej, „*Poradnik Językowy*”, 4, s. 7–18.
- Grochala B., 2022, Internetowy dyskurs sportowy a norma językowa, „*Acta Universitatis Lodzensis. Folia Linguistica*”, 56, s. 227–237.
- Grzenia J., 2007, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kita M., Loewe I. (red.), 2016, *Język w internecie. Antologia*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kołodziejek E., Sidorowicz R., 2017, *Internet jako przedmiot badań językoznawczych*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Marcjanik M., 2008, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- McCulloch G., 2017, *Because Internet: Understanding the New Rules of Language*, New York: Riverhead Books.
- Watts R.J., 2003, *Politeness*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wojtak M., 2008, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.