

Streszczenie

Tekstowa komunikacja internetowa jest obecnie jedną z najbardziej rozpowszechnionych środków porozumiewania się na odległość. Niniejsza rozprawa doktorska podejmuje problem komunikacji internetowej z perspektywy psycholingwistycznej, czyli z perspektywy gałęzi językoznawstwa, która zajmuje się procesami zawiadującymi przetwarzaniem języka przez ludzki umysł. W pracy doktorskiej badane są dwa zjawiska związane z interakcją: dopasowanie językowe między rozmówcami (imitacja struktury składniowej i leksyki) oraz reguły zmiany mówców w rozmowie.

Wybór tego medium komunikacji wynika z dwóch powodów. Po pierwsze, badania psycholingwistyczne przeważnie nie skupiają się na badaniu rozumienia i wytwarzania języka w interakcji, podczas gdy "naturalnym" środowiskiem języka jest właśnie rozmowa (Pickering & Garrod, 2004). Po drugie, do tej pory relatywnie niewiele uwagi poświęcono badaniu rozmów tekstowych z perspektywy psycholingwistycznej – głównym przedmiotem badań nadal pozostaje rozumienie i wytwarzanie mowy w izolacji.

Dotychczasowe badania wykorzystujące metody językoznawstwa korpusowego i analizy konwersacyjnej zaobserwowały różnice pomiędzy komunikacją twarzą w twarz a tekstową komunikacją internetową w warstwie językowej (Yates, 1996; Jonsson, 2015) oraz w zakresie reguł zmian mówców (Baron, 2010; Anderson et al., 2010; Tudini, 2015). Do tej pory nie dokonano próby wyjaśnienia owych różnic z perspektywy psycholingwistycznej. W niniejszej pracy stawiana jest hipoteza, że różnice występujące między dwoma wspomnianymi rodzajami rozmów wynikają z cech komunikacji tekstowej, która znacznie ogranicza możliwości przekazywania informacji, a w efekcie rozmówcy mogą starać się obniżyć koszty komunikacji poprzez adaptację językową.

Celem zweryfikowania hipotezy przeprowadzono trzy badania, które wykorzystwały metody badań znane z psycholingwistyki, językoznawstwa korpusowego oraz przetwarzania języka naturalnego. Dwa z nich skupiły się na dopasowaniu językowym, a jedno na regułach zmiany mówcy. Pierwsze dwa badania wykazały, że dopasowanie językowe między rozmówcami występuje w komunikacji internetowej, oraz że jest ono silniejsze (w zakresie struktury składniowej) niż w komunikacji twarzą w twarz, co może być spowodowane chęcią obniżenia kosztów osiągnięcia celu komunikacji. Trzecie z badań wykazało, że strategie utrzymywania tury konwersacyjnej wpływają na przyswajanie informacji przez odbiorcę.

16. 06. 2021
Płocin