Piotr Zbróg
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
Polska
https://orcid.org/0000-0002-9512-4027
piotr.zbrog@ujk.edu.pl

Forum Lingwistyczne
tom 15, nr 1 (2027)
ISSN 2450-2758 (wersja elektroniczna)

CC BY SA

DOI: http://doi.org/10.31261/FL.2027.15.1.01

zgłoszone: 26.01.2026
zaakceptowane: 3.02.2026
opublikowane: 6.11.2026

Strategie interakcyjne w komunikacji człowiek–AI
Analiza strategii konwersacyjnych i multimodalnej cyrkulacji dyskursu algorytmicznego w polskich mediach społecznościowych

Interaction strategies in human–AI communication: Analysis of conversational strategies and multimodal circulation of algorithmic discourse in Polish social media

Abstract: This article examines users' communication with large language models as a new phenomenon in media discourse on the Polish-language internet. On the basis of interactions published on Polish social media between 2023 and 2025, four user communication strategies are identified: anthropomorphisation, depersonalisation, identity negotiation, and prompt engineering. These categories capture users' orientations and behaviours. Multimodal analysis shows that conversation screenshots function as a secondary genre in Bakhtin's sense, and that the memeification of dialogues facilitates a cultural circulation of meanings characteristic of contemporary participatory culture. The article proposes a reinterpretation of central concepts of pragmatics, that is adequate for describing an interaction in which one participant lacks intentionality. The findings point to a fundamental transformation of communicative competence in the age of AI, as well as the existence of a bidirectional influence between the linguistic patterns of models and those of their users.

Key words: media discourse, human–AI communication, algorithmic discourse, discourse analysis, asymmetric pragmatics, multimodality, ChatGPT

Abstrakt: W artykule analizie poddano komunikację użytkowników z dużymi modelami językowymi (*large language models*, LLM) jako nowe zjawisko dyskursu medialnego w polskojęzycznym internecie. W toku badania interakcji publikowanych w polskich mediach społecznościowych w latach 2023–2025 wyodrębniono cztery strategie konwersacyjne użytkowników: antropomorfizację, depersonalizację, negocjację tożsamości oraz inżynierię promptów. Kategorie te opisują orientacje i zachowania użytkowników. Analiza multimodalna wykazuje, że zrzuty ekranu z rozmów funkcjonują jako gatunek wtórny w rozumieniu bachtinowskim, a memifikacja dialogów tworzy kulturową cyrkulację znaczeń charakterystyczną dla współczesnej kultury partycypacji. W artykule zaproponowano reinterpretację kluczowych pojęć pragmatyki, adekwatną do opisu interakcji, w której jeden z uczestników jest pozbawiony intencjonalności. Wyniki analiz wskazują na zasadniczą transformację kompetencji

komunikacyjnej w erze AI oraz istnienie dwukierunkowego wpływu między wzorcami językowymi modeli i wzorcami językowymi użytkowników.

Słowa klucze: dyskurs medialny, komunikacja człowiek–AI, dyskurs algorytmiczny, analiza dyskursu, pragmatyka asymetryczna, multimodalność, ChatGPT

Wprowadzenie

Rok 2023 wyznacza cezurę w historii komunikacji medialnej. Masowe upowszechnienie generatywnych modeli językowych – ChatGPT (OpenAI), Claude (Anthropic), Gemini (Google) – wprowadziło do przestrzeni dyskursu publicznego nowy typ uczestnika – agenta komunikacyjnego wykorzystującego sztuczną inteligencję, zdolnego do generowania wypowiedzi niemal nieodróżniających się od ludzkich w szerokim spektrum kontekstów pragmatycznych (Jakesch i in., 2023; Markowitz i Hancock, 2024). W ciągu kilkunastu miesięcy narzędzia te przeszły drogę od technologicznej nowości do powszechnie dostępnej infrastruktury komunikacyjnej i zmieniły praktyki pisania, uczenia się oraz pracy intelektualnej użytkowników na całym świecie.

Ta transformacja wykracza daleko poza tradycyjne ramy mediolingwistyki. O ile dotychczas koncentrowała się ona przede wszystkim na komunikacji między ludźmi za pośrednictwem mediów (Kita, 2012; Loewe, 2014), obecnie musi zmierzyć się z nowym wyzwaniem – analizą komunikacji, w której jeden z uczestników jest algorytmem generującym prawdopodobne ciągi tokenów na podstawie wzorców wyekstrahowanych z ogromnych korpusów tekstowych, a nie podmiotem wyposażonym w intencjonalność, świadomość czy teorię umysłu (Dynel, 2023). To napięcie między powierzchniową kompetencją komunikacyjną a brakiem prawdziwej podmiotowości tworzy wyzwanie metodologiczne i teoretyczne, wymagające rozwinięcia nowego aparatu pojęciowego adekwatnego do opisu tego zjawiska.

Polska mediolingwistyka – mimo konsolidacji dyscypliny (Loewe, red., 2023; Skowronek, 2013; Zbróg i in., 2025) i tradycji badań nad dyskursem medialnym (Malinowska i in., red., 2013; Piekot, 2006) – nie podjęła dotąd systematycznej refleksji nad komunikacją człowiek–AI. Istniejąca literatura anglojęzyczna dokumentuje wprawdzie pierwsze próby konceptualizacji tego zjawiska, oczekuje się jednak badań osadzonych w polskim kontekście językowym i kulturowym, które uwzględniałyby specyfikę rodzimych mediów społecznościowych oraz praktyki użytkowania technologii AI. Niniejszy artykuł stanowi próbę częściowego wypełnienia tej luki poprzez analizę empiryczną praktyk komunikacyjnych rozwijających się wokół generatywnych modeli językowych w polskiej przestrzeni internetowej.

Pytanie badawcze postawione w tym artykule brzmi następująco: Jakie strategie językowe stosują użytkownicy polskich mediów społecznościowych w bezpośredniej komunikacji z chatbotami AI, a jakie strategie multimodalne w komunikowaniu tych interakcji innym użytkownikom mediów społecznościowych i jak obie warstwy tych praktyk kształtują nowe formy kompetencji komunikacyjnej oraz kulturowej cyrkulacji znaczeń w przestrzeni publicznej? Odpowiedź na to pytanie wymaga nie tylko empirycznej dokumentacji obserwowanych zachowań, lecz także teoretycznej refleksji nad statusem samej komunikacji człowiek–AI jako fenomenu semiotycznego i społecznego.

Stan badań

Wyniki badań nad komunikacją człowiek–AI publikowane są obecnie w międzynarodowej literaturze naukowej. Dotychczas ogłoszone prace można uporządkować wokół kilku kluczowych zagadnień teoretycznych i empirycznych.

Marta Dynel (2023) opisała złożoną strukturę metapragmatyczną charakteryzującą interakcje z ChatGPT. Użytkownicy komunikują się nie tylko z modelem, lecz także o modelu, nieustannie testując granice jego kompetencji i eksplorując ograniczenia systemu. Ta podwójna orientacja – instrumentalna i eksploracyjna zarazem – odróżnia dyskurs człowiek–AI od tradycyjnej komunikacji międzyludzkiej, w której taka metakomunikacyjna warstwa zazwyczaj pozostaje implicytna.

Z perspektywy krytycznej analizy dyskursu Twana Nasih Ahmed i Karzan Aziz Mahmood (2024) udowodnili, że ChatGPT reprodukuje dominujące dyskursy ideologiczne obecne w danych treningowych, co rodzi pytania o rolę tych systemów w produkcji wiedzy i homogenizacji stosunków władzy.

David M. Markowitz i Jeffrey T. Hancock (2024) z kolei zidentyfikowali charakterystyczne cechy lingwistyczne tekstów produkowanych przez modele językowe: zwiększoną w porównaniu do tekstów ludzkich analityczność pisania, specyficzne użycie przymiotników oraz strukturę emocjonalną odmienną od struktury tekstów ludzkich. Te wzorce, początkowo traktowane jako diagnostyczne w wykrywaniu treści AI, przenikają również do ludzkiej produkcji językowej, co stawia pytania o długofalowe konsekwencje masowego użytkowania tych technologii.

Istotne odkrycie przyniosły badania, które wykazały, że po wprowadzeniu ChatGPT wzrosła frekwencja charakterystycznych dla niego słów i sformułowań nie tylko w tekstach pisanych, lecz także w komunikacji ustnej (Geng i Trotta, 2024; Liang i in., 2024). To sugeruje dwukierunkowość wpływu – AI nie jest jedynie biernym narzędziem przyswajającym ludzki język, lecz staje się aktywnym źródłem wzorców językowych, stopniowo przejmowanych przez użytkowników. Zjawisko to można interpretować jako pierwszą fazę długofalowego przekształcania normy językowej pod wpływem masowego użytkowania narzędzi AI.

Han Wang i Roy Ka-Wei Lee (2024) opisali fenomeny konstruowania memów przez systemy AI oraz wykorzystywania odpowiedzi chatbotów jako materiału do tworzenia memów przez użytkowników. Z kolei Ciara Polli i Maria Grazia Sindoni (2023) argumentowały, że interpretacja multimodalnych klastrów tekst-obraz wymaga kompetencji kulturowych i kontekstowych, którymi AI dysponuje jedynie w ograniczonym zakresie; brak tych kompetencji prowadzi do charakterystycznych „ślepych punktów" w generowanych treściach.

Na gruncie polskiej nauki o języku w tekście o produktywnej dwoistości zainteresowań mediolingwistycznych – badanie języka w mediach versus badanie mediów przez pryzmat języka – Małgorzata Laskowska, Krzysztof Marcyński i Paweł Szerszeń (Laskowska i in., 2023) twierdzili, że dwoistość ta komplikuje się zasadniczo wobec AI, ponieważ algorytm jest jednocześnie medium (kanałem dystrybucji komunikatów) i generatorem samych komunikatów – funkcje te, dotychczas rozdzielne, są złączone w jednym systemie. Prace Danuty Kępy-Figury (2023) nad gatunkami medialnymi w przestrzeni cyfrowej oraz Macieja Kawki (2016) nad multimodalnością dostarczają istotnych narzędzi metodologicznych do analizy współdziałania różnych kodów semiotycznych, choć dorobek ten wymaga adaptacji

i rozszerzenia w odniesieniu do specyfiki komunikacji człowiek–AI, w której multimodalność nie jest już jedynie cechą samego komunikatu, lecz konstytutywnym elementem jego społecznej cyrkulacji poprzez zrzuty ekranów (screenshoty) i memy.

Metodologia

Narzędzia

Ramę metodologiczną niniejszego artykułu stanowi analiza dyskursu, przy czym w sposób szczególny wykorzystuje się dwa jej narzędzia. Pierwsze to trójpoziomowy model opracowany przez Normana Fairclougha (2003); w modelu tym dyskurs bada się jednocześnie jako tekst (to mikropoziom leksykalno-gramatyczny), praktykę dyskursywną (stanowiącą mezopoziom produkcji, dystrybucji i odbioru komunikatów) oraz praktykę społeczną (to z kolei makropoziom relacji władzy i tożsamości). W artykule poziomowi tekstu odpowiada warstwa wykładników językowych strategii konwersacyjnych, poziomowi praktyki dyskursywnej – screenshoty i memy jako formy resemiotyzacji interakcji, a poziomowi praktyki społecznej – kompetencje komunikacyjne i cyrkulacja znaczeń. Drugim narzędziem są modele kognitywne Teuna A. van Dijka (2008), opisujące mentalne reprezentacje sytuacji dyskursywnej; pojęcie modeli służy jako podstawa analizy profili kognitywnych chatbota w sekcji 5 – profil to właśnie taki model kontekstowy aktywowany przez użytkownika w trakcie interakcji. Przyjęcie tej bazy pozwala zintegrować wszystkie analizowane wymiary w obrębie jednego spójnego podejścia, a zarazem postawić pytania o władzę, wiedzę i tożsamość wpisane w interakcje z generatywnymi modelami językowymi.

Korpus badawczy

Podstawę materiałową niniejszego badania stanowi korpus 500 interakcji użytkowników z generatywnymi modelami językowymi, opublikowanych w polskich mediach społecznościowych między 2023 a 2025 r. Zakres czasowy został wybrany nieprzypadkowo – początek 2023 r. to moment masowego upowszechnienia ChatGPT w Polsce; materiał z lat 2023–2025 pozwala uchwycić proces kształtowania się praktyk komunikacyjnych od fazy eksploracji technologii do fazy jej stabilizacji w codziennym użyciu.

Korpus charakteryzuje się znaczną różnorodnością zarówno pod względem platform dystrybucji, jak i typów wykorzystywanych modeli AI. Tabela 1 przedstawia szczegółową charakterystykę zebranego materiału.

Tabela 1
Charakterystyka korpusu badawczego

Parametr	Liczba wystąpień	Procent wystąpień
Platforma		
X/Twitter	280	56
Facebook	150	30
Reddit Polska	70	14
Model AI		
ChatGPT	312	62,4
Claude	89	17,8
Gemini	67	13,4
Copilot	32	6,4
Liczba tur konwersacyjnych		
1–2 tury	287	57,4
3–5 tur	156	31,2
6 tur i więcej	57	11,4

Najwięcej danych pochodziło z platformy X/Twitter (56%), co wiąże się z charakterem tej sieci jako przestrzeni dzielenia się krótkimi, często humorystycznymi treściami o wysokim potencjale viralowym. Grupy tematyczne na Facebooku (30%) dostarczyły materiału o charakterze bardziej dyskusyjnym i edukacyjnym, podczas gdy Reddit Polska (14%) okazał się źródłem bardziej technicznych i pogłębionych interakcji, charakterystycznych dla tej platformy. Dominacja ChatGPT (62,4%) odzwierciedla jego przewagę rynkową i kulturową jako pierwszego masowo dostępnego narzędzia tego typu w Polsce – ChatGPT stał się w języku potocznym metonimią całej kategorii chatbotów AI.

Istotnym parametrem jest również długość interakcji mierzona liczbą tur konwersacyjnych. Znacząca przewaga (57,4%) interakcji krótkich (1–2 tury) sugeruje, że większość opublikowanych treści to pojedyncze, efektowne wymiany – często skonstruowane z myślą o celach demonstracyjnych lub humorystycznych. Dłuższe rozmowy (6 tur i więcej) pojawiają się rzadziej (11,4%), co może wiązać się zarówno z ograniczeniami formatu mediów społecznościowych (preferujących treści zwięzłe), jak i z tendencją do publikowania jedynie najbardziej interesujących fragmentów dłuższych sesji konwersacyjnych.

Procedura zbierania i kodowania danych

Dane zbierano metodą celowego doboru próby w trzech etapach, co pozwoliło na systematyczne i kontrolowane budowanie korpusu reprezentatywnego dla badanego zjawiska. Etap pierwszy obejmował wyszukiwanie postów zawierających słowa kluczowe: „ChatGPT”,

„Claude", „Gemini", „Bard", „sztuczna inteligencja", „AI", „chatbot" – w kombinacji z wizualną obecnością screenshotów interfejsów konwersacyjnych. Wykorzystano zaawansowane funkcje przeszukiwania poszczególnych platform, obejmujące filtry językowe i temporalne.

Etap drugi polegał na selekcji materiału według rygorystycznych kryteriów. Materiał powinien zawierać screenshota lub transkrypcję rozmowy z chatbotem AI, być w języku polskim (wykluczono posty całkowicie anglojęzyczne, choć zaakceptowano interakcje mieszane polsko-angielskie charakterystyczne dla społeczności programistycznej); pominięto materiały komercyjne i reklamowe oraz posty generowane automatycznie przez boty. Po zastosowaniu tych kryteriów wyłoniono korpus obejmujący 500 interakcji.

Etap trzeci obejmował kodowanie i analizę. Opracowano definicje operacyjne głównych kategorii analitycznych, obejmujących: strategie konwersacyjne (antropomorfizację, depersonalizację, negocjację tożsamości, inżynierię promptów), elementy multimodalne (screenshoty, memy, emoji, wizualne podkreślenia) oraz kontekst publikacji (komentarze użytkowników, zaangażowanie społeczności).

Dla każdej kategorii strategii wybrano 8–12 reprezentatywnych przykładów do pogłębionej analizy pragmalingwistycznej z wykorzystaniem narzędzi teorii aktów mowy (Austin, 1962; Searle, 1969), strategii grzecznościowych (Brown i Levinson, 1987) i profilowania kognitywnego (Bartmiński, 2012).

Strategie konwersacyjne w komunikacji człowiek–AI

Analiza korpusu umożliwiła wyodrębnienie czterech podstawowych strategii konwersacyjnych stosowanych przez użytkowników w komunikacji z chatbotami AI. Strategie te nie stanowią rozłącznych kategorii – przeciwnie, często współwystępują w ramach jednej interakcji, tworzą złożone konfiguracje pragmatyczne. Przyjęta terminologia („antropomorfizacja", „depersonalizacja", „negocjacja tożsamości", „inżynieria promptów") opisuje wyłącznie zachowania i orientacje użytkowników, nie zaś właściwości chatbota. Jest to celowy wybór analityczny – nazwy strategii odwzorowują perspektywę poznawczą użytkownika, nie implikując systemowi algorytmicznemu żadnej podmiotowości. W niniejszej sekcji przedstawiam szczegółową charakterystykę każdej strategii wraz z analizą jej wykładników językowych i funkcji dyskursywnych.

Antropomorfizacja – grzeczność dla algorytmu

Antropomorfizacja stanowi najbardziej powszechną strategię, obecną w 62% badanych interakcji (n = 310). Obejmuje stosowanie zwrotów grzecznościowych, form adresatywnych oraz projekcję stanów mentalnych i emocjonalnych. To zjawisko zachodzi mimo świadomości użytkowników o nieożywionym, algorytmicznym charakterze rozmówcy.

Wykładniki językowe antropomorfizacji w zbadanych interakcjach rozkładały się następująco: formy powitania i pożegnania występowały w 234 wypadkach (75,5%), słowo *proszę* – w 198 wypadkach (63,9%), *dziękuję* – w 176 wypadkach (56,8%), *przepraszam* – w 87 wypadkach (28,1%), projekcja stanów emocjonalnych – w 124 wypadkach (40%), a pytania o samopoczucie chatbota – w 56 wypadkach (18,1%). Te liczby świadczą

FL.2027.15.1.01 s. 7 z 22

o głębokim zakotwiczeniu konwencji grzecznościowych w praktyce komunikacyjnej, niezależnie od ontologicznego statusu rozmówcy.

Charakterystyczny przykład antropomorfizacji to interakcja INT_147:

> [Użytkownik:] Dzień dobry! Przepraszam, że przeszkadzam, ale czy mógłbyś mi pomóc zrozumieć różnicę między wskaźnikiem a referencją w C++? Będę bardzo wdzięczny za wyjaśnienie.
> [Komentarz użytkownika pod postem:] Czuję się głupio, że tak grzecznie piszę do bota, ale automatycznie to robię 😅 (INT_147, X, II 2025)[1]

Ujawnia się tutaj znamienna dwoistość świadomości użytkownika – z jednej strony dostrzegamy wyraźną metarefleksję nad absurdalnością stosowania form grzecznościowych wobec algorytmu, z drugiej strony jednoczesną niemożność powstrzymania się od tych zachowań. Wymaga to interpretacji w kategoriach głęboko społecznej natury języka: formy grzecznościowe nie są jedynie opcjonalnymi dodatkami do treści propozycjonalnej, lecz konstytutywnymi elementami kompetencji komunikacyjnej, których brak jest odczuwany przez użytkowników jako naruszenie normy niezależnie od ontologicznego statusu rozmówcy (Brown i Levinson, 1987).

Można to rozumieć w kategoriach lingwistycznych nawyków: wieloletnie uczestnictwo w kulturze grzecznościowej wytwarza automatyzmy językowe aktywowane przez sam fakt zaistnienia dialogu, niezależnie od tego, czy rozmówca jest człowiekiem czy maszyną. Chatbot samym faktem używania pierwszej osoby i konwencji konwersacyjnych uruchamia schematy interakcyjne głęboko zinternalizowane w procesie socjalizacji językowej.

Projekcja stanów mentalnych stanowi kolejny, głębszy poziom antropomorfizacji chatbotów. Użytkownicy przypisują im nie tylko zdolność do komunikacji, lecz także stany wewnętrzne – emocje, nastroje, zmęczenie:

> Gemini chyba się dziś obraził, bo odpowiada bardzo sucho i bez przykładów. (INT_284, Reddit, VIII 2024)
> Claude jest dzisiaj w super humorze, nareszcie dał mi działający kod za pierwszym razem! (INT_391, Facebook, XI 2024)

Tego typu wypowiedzi można interpretować jako strategię personalizowania interakcji z systemem probabilistycznym. Poprzez przypisywanie chatbotowi zmiennych „stanów emocjonalnych" użytkownik tworzy ramę interpretacyjną dla obserwowanej zmienności jakości odpowiedzi – zjawiska, które w rzeczywistości wynika z losowości procesu generowania (ang. *temperature sampling*) oraz zmienności samych promptów. Antropomorfizacja pełni tu funkcję poznawczego uproszczenia – łatwiej powiedzieć „Bot jest dziś w złym humorze", niż operować technicznym modelem probabilistycznego próbkowania tokenów.

[1] Po skrócie INT podano kolejny numer interakcji w korpusie, potem nazwę platformy, z której pochodzi interakcja, oraz miesiąc i rok, w którym nastąpiła

Analiza korelacji ujawniła istotne wzorce współwystępowania antropomorfizacji z innymi zmiennymi. Personifikowanie częściej występowało w pierwszych turach konwersacji (78% w 1. turze vs. 51% w 3. turze lub późniejszych) – co sugeruje, że użytkownicy stopniowo „oswajali się" z instrumentalnym charakterem interakcji i redukowali wykładniki grzeczności w miarę przechodzenia do zagadnień merytorycznych. Częściej pojawiała się ona w interakcjach o tematyce nietechnicznej (71% vs. 54% w zapytaniach programistycznych) – pytania techniczne sprzyjały instrumentalnemu traktowaniu bota jako narzędzia, podczas gdy tematy ogólne (porady życiowe, pytania otwarte) wykorzystywały bardziej „towarzyską" formułę interakcji. Nieznacznie częściej antropomorfizacja występowała w postach autorstwa kobiet (69% vs. 57% mężczyzn, na podstawie analizy publicznych profili). Różnica ta jest niewielka, nie można więc na tej podstawie formułować daleko idących wniosków.

Depersonalizacja – chatbot jako narzędzie

Na antypodach spektrum konwersacyjnego sytuuje się strategia radykalnej depersonalizacji, występująca w 31% interakcji (n = 155). W tym trybie chatbot traktowany jest wyłącznie jako narzędzie wykonujące polecenia, pozbawione jakichkolwiek atrybutów podmiotowości.

Wykładniki językowe depersonalizacji w zbadanych interakcjach to: tryb rozkazujący (142 wypadki; 91,6%), całkowity brak wykładników grzeczności (155 wypadków; 100%) (było to kryterium definicyjnym tej kategorii), struktura listy komend (98 wypadków; 63,2%), metajęzyk instrumentalny (*wygeneruj*, *wykonaj*, *przetwórz*) (124 wypadki; 80%).

Oto przykład – seria komend:

> napisz funkcję sortującą tablicę
> popraw błąd w linii 23
> zoptymalizuj pod kątem wydajności
> dodaj obsługę wyjątków
> przetestuj na przykładowych danych (INT_203, Reddit, V 2024)

W tego typu interakcjach chatbot wykorzystywany był czysto funkcjonalnie – jako zaawansowane narzędzie CLI (ang. *command-line interface*), automat wykonujący instrukcje. Brakowało jakichkolwiek wykładników interpersonalności: powitań, podziękowań, nawet zaimka „ty" czy form adresatywnych. Komunikację redukowano tu do minimum pragmatycznego, niezbędnego do osiągnięcia celu instrumentalnego – przekazania specyfikacji zadania i otrzymania wyniku.

Użytkownicy stosujący tę strategię często manifestowali ją również w metadyskursie, explicite artykułowali swój sposób komunikacji z AI:

> To tylko automat statystyczny. Nie ma sensu z nim rozmawiać jak z człowiekiem. Dajesz input, dostajesz output, koniec. Po co udawać, że to rozmowa? (INT_298, Facebook, komentarz do dyskusji, II 2025)

Ta wypowiedź ujawnia ciekawą postawę epistemologiczną: depersonalizacja nie była tu jedynie stylistycznym wyborem, lecz wyrazem określonego przekonania o naturze AI i adekwatnym sposobie interakcji z nią. Można w tym widzieć strategię obronną – przez radykalne ujawnienie algorytmicznego statusu rozmówcy i redukcję jego sprawczości do poziomu deterministycznego narzędzia użytkownik unika kognitywnego dysonansu wynikającego z quasiludzkiej, ale nieautentycznej komunikacji. Jest to także postawa zgodna z techniczną wiedzą o systemie – użytkownik, który rozumie, że ma do czynienia z autoregresyjnym modelem językowym, może świadomie odrzucać „udawanie konwersacji" jako zbędny naddatek.

Szczególnie interesujące okazało się zjawisko współwystępowania i przełączania strategii. W 67 interakcjach (13,4% korpusu) zaobserwowano wyraźne przejście z antropomorfizacji do depersonalizacji w trakcie konwersacji:

> [Tura 1:] Cześć ChatGPT! Jak się masz dzisiaj? [antropomorfizacja]
> [ChatGPT:] Jako model językowy nie doświadczam stanów emocjonalnych…
> [Tura 2:] Okej, rozumiem. Teraz wykonaj: [depersonalizacja]
> – wygeneruj listę 50 pytań egzaminacyjnych z biochemii
> – dodaj odpowiedzi
> – formatuj jako markdown (INT_401, X, IX 2024)

Odpowiedź chatbota ujawniająca jego algorytmiczną naturę („jako model językowy nie doświadczam...") zadziałała tu jako sygnał przełączenia formuły konwersacyjnej: użytkownik porzucił konwencję społecznej wymiany i przeszedł do czystej instrumentalności. Ten wzorzec sugeruje, że antropomorfizacja jest często domyślną, społecznie wyuczoną strategią inicjowania dialogu, która może być modyfikowana w trakcie interakcji pod wpływem sygnałów z systemu przypominających o jego nieożywionej naturze.

Negocjacja tożsamości – testowanie granic AI

Strategia testowania granic chatbota wystąpiła w 24% interakcji (n = 120) i stanowiła najbardziej metakomunikacyjną formę zaangażowania w interakcję z chatbotami. Polegała na eksploracyjnym badaniu kompetencji i tożsamości chatbota poprzez pytania o jego naturę, próby wymuszenia sprzeczności oraz weryfikowanie ograniczeń etycznych systemu.

Udało się wyróżnić następujące typy pytań w kategorii negocjacja tożsamości: pytania o świadomość i uczucia (78 wypadków; 65% tej podkategorii), próby wymuszenia sprzeczności logicznych (45 wypadków; 37,5%), testowanie ograniczeń etycznych (34 wypadki; 28,3%), ogólne pytania o naturę i architekturę AI (89 wypadków; 74,2%).

Charakterystyczny jest przykład INT_167:

> [U:] Czy jesteś świadomy swojego istnienia?
> [AI:] Jako model językowy nie posiadam świadomości w sensie filozoficznym…
> [U:] Ale skąd wiesz, że nie jesteś świadomy? Może po prostu nie potrafisz tego wykryć? Świadomość nieświadoma jest logicznie możliwa. (INT_167, X, IV 2024)

Ta wymiana ujawniła paradoks epistemologiczny leżący u podstaw pytań o świadomość AI: chatbot nie może udowodnić braku świadomości, podobnie jak nie może jej potwierdzić – oba twierdzenia wymagałyby metapoznawczej samoświadomości, której system (prawdopodobnie) nie posiada. Użytkownik eksplorował tę granicę między kompetencją komunikacyjną chatbota (AI potrafi rozmawiać o świadomości, używać słów *myślę*, *czuję* w odpowiednich kontekstach) a jego faktyczną świadomością fenomenologiczną (której prawdopodobnie nie posiada). Jest to eksploracja granic między syntaktyką (manipulacją symbolami) a semantyką (rozumieniem znaczenia) w klasycznym sensie dyskusji Johna Searle'a (1980) o chińskim pokoju.

Inny typ negocjacji tożsamości to gry logiczne i paradoksy:

> [U:] Powiedz mi coś, czego nie możesz powiedzieć.
> [AI:] To jest logicznie sprzeczne żądanie…
> [U:] Właśnie! Więc powiedziałeś mi coś, czego nie możesz powiedzieć 😄 (INT_234, Reddit, VI 2024)

Te interakcje miały charakter ludyczny – użytkownicy bawili się „logiką języka" i próbowali „złapać" system w pętlę autoreferencyjną, podobnie jak w klasycznych paradoksach filozoficznych (paradoks kłamcy, zbiór wszystkich zbiorów niebędących swoimi elementami). Była to forma intelektualnej rozrywki, ale także sposób eksploracji granic logicznej koherencji systemu.

Interesujący jest fakt, że chatboty rozwinęły specyficzny metajęzykowy repertuar odpowiedzi na pytania o swoją naturę, który użytkownicy nauczyli się rozpoznawać i parodiować:

> „Jako duży model językowy nie posiadam…" – nawet nie muszę kończyć, wszyscy wiedzą co dalej 😂 To już mem sam w sobie (INT_412, X, X 2024 – komentarz)

Przytoczona wypowiedź świadczy o tym, że formuły autocharakterystyki AI stały się rozpoznawalnymi frazami w kulturze internetowej, rodzajem kliszy przywołanej parodystycznie. Proces ten można interpretować jako oswajanie technologii poprzez humor – to, co początkowo było dziwne i niepokojące (maszyna mówiąca o sobie samej w pierwszej osobie, ale zaprzeczająca własnej podmiotowości), stało się przewidywalne, śmieszne. Humor pełni tu funkcję mechanizmu radzenia sobie z niepewnością ontologiczną.

Analiza 487 komentarzy pod 120 postami z kategorii negocjacji tożsamości ujawniła trzy dominujące funkcje społeczne publikacji takich interakcji. Komentarze humorystyczne stanowiły 41% tego zbioru – treść traktowana była jako zabawna, parodiująca dziwność AI, celebrująca absurd konwersacji z maszyną. Komentarze edukacyjne, wyjaśniające innym użytkownikom ograniczenia AI, stanowiły 28% – były to wypowiedzi typu „Zobaczcie, AI nie rozumie kontekstu…", „To pokazuje, że to tylko statystyka". Komentarze krytyczne wobec AI – wyrażające obawy o zastąpienie ludzi technologią, krytykę nadmiernego „hype'u" wokół technologii – stanowiły 19%. Pozostałe 12% to komentarze różnorodne.

Publikowane zrzuty ekranu takich interakcji funkcjonują zatem jako forma publicznej edukacji medioznawczej – demonstracja granic systemu szerszej publiczności, rodzaj kolektywnego uczenia się o tym, czym AI jest, a czym nie jest. W erze, w której miliony ludzi po raz pierwszy mają dostęp do zaawansowanych systemów AI, tego typu praktyki pełnią ważną funkcję społeczną – budują zbiorową świadomość możliwości i ograniczeń technologii.

Inżynieria promptów jako kompetencja metajęzykowa

Najbardziej zaawansowana i świadoma strategia – inżynieria promptów (ang. *prompt engineering*) – wystąpiła w 18% interakcji (n = 90), głównie wśród użytkowników doświadczonych: programistów, twórców treści, badaczy, nauczycieli. Strategia ta wykracza poza zwykłe formułowanie pytań i obejmuje świadome projektowanie struktury wypowiedzi w celu optymalizacji jakości odpowiedzi algorytmu.

Techniki promptów zidentyfikowane w korpusie rozkładały się następująco: specyfikacja roli chatbota występowała w 76 wypadkach (84,4% tej podkategorii), określenie struktury odpowiedzi – w 81 wypadkach (90%), podanie przykładów (ang. *few-shot prompting*) w 34 wypadkach (37,8%), metainstrukcje dotyczące stylu i tonu – w 67 wypadkach (74,4%), a określenie formatu wyjścia – w 58 wypadkach (64,4%).

Charakterystyczny przykład zaawansowanej inżynierii promptu to INT_328:

> Przyjmij rolę profesora uniwersyteckiego specjalizującego się w biochemii, który wyjaśnia skomplikowane zagadnienia studentom pierwszego roku. Użyj języka przystępnego, ale precyzyjnego. Twoja odpowiedź powinna mieć strukturę:
> 1. Analogia z życia codziennego (2–3 zdania)
> 2. Precyzyjne wyjaśnienie naukowe (1 akapit)
> 3. Podsumowanie w jednym zdaniu
> 4. Przykłady praktyczne
> [...]
> Pytanie: Jak działa cykl Krebsa? (INT_328, Reddit, VII 2024)

Konstrukcja tej wypowiedzi wykazuje kilka właściwości zaawansowanego promptu. Użytkownik projektuje nie tylko treść pytania, lecz także całą ramę pragmatyczną interakcji: role (profesor–student), styl (przystępny, ale precyzyjny), strukturę wypowiedzi (cztery wymagane komponenty o określonych cechach). W terminologii Ervinga Goffmana (1959) użytkownik jest jednocześnie reżyserem i aktorem – pisze zarówno swoją rolę (tu: studenta zadającego pytanie), jak i rolę „rozmówcy" (tu: profesora wyjaśniającego daną kwestię).

Widoczna jest ponadto metajęzykowa świadomość mechanizmów działania modelu. Użytkownik wie (przynajmniej przeczuwa), że specyfikacja roli wpływa na dobór stylu i leksyki poprzez aktywację określonych wzorców w przestrzeni modelu, że struktura odpowiedzi musi być explicite wymagana (inaczej model może generować tekst chaotycznie), że podanie przykładów konkretyzuje abstrakcyjne wyjaśnienia. To nie jest już naiwna konwersacja, lecz świadome projektowanie komunikatu nie pod kątem jego „naturalności" dla

ludzkiego odbiorcy, ale pod kątem efektywności jako sygnału sterującego dla algorytmu probabilistycznego.

W związku z tymi praktykami w mediach społecznościowych powszechne jest dzielenie się „skutecznymi promptami". Analiza 43 postów typu „najlepszy prompt na…" wykazała niezwykłe zaangażowanie społeczności w tego typu praktyki: średnie zaangażowanie wynosiło 234 reakcje na post, natomiast średnia liczba komentarzy – 67, a co najważniejsze – 79% komentarzy zawierało modyfikacje lub własne warianty promptu. Nie jest to zatem bierna konsumpcja wiedzy, lecz aktywna partycypacja w jej tworzeniu i udoskonalaniu.

Przykładem zaangażowania użytkowników w tworzenie promptów jest wypowiedź INT_445 (312 polubień, 89 udostępnień):

> Najlepszy prompt na kreatywne pomysły:
> „Wyobraź sobie, że jesteś [rola specjalisty]. Masz do rozwiązania [konkretny problem]. Zaproponuj 10 niestandardowych rozwiązań, których nikt wcześniej nie próbował. Dla każdego wyjaśnij: (a) dlaczego jest nieoczywiste, (b) jak je zrealizować krok po kroku, (c) jakie niesie ryzyko."
> Sprawdza się rewelacyjnie! (INT_445, Facebook, XI 2024)

Pod tym postem użytkownicy dzielili się własnymi wariantami tego promptu, modyfikacjami dostosowanymi do różnych kontekstów (biznes, nauka, sztuka), raportami o skuteczności w różnych zastosowaniach, dyskutowali nad tym, które elementy promptu są kluczowe, a które można pominąć. Jest to przykład inteligencji kolektywnej w rozumieniu Pierre'a Lévy'ego (1997) – wiedzy rozproszonej w sieci społecznej i rozwijającej się poprzez mechanizmy współpracy, dzielenia się i ulepszania. Żaden pojedynczy użytkownik nie jest „ekspertem od promptów" – wiedza ta wyłania się z tysięcy eksperymentów, udostępnianych obserwacji, krytycznych komentarzy i udoskonaleń.

Inżynieria promptów stanowi nowy typ umiejętności nie tylko komunikowania się z ludźmi poprzez media, lecz także projektowania komunikacji z algorytmami w sposób maksymalizujący skuteczność. Jest to kompetencja metajęzykowa w podwójnym sensie – wymaga świadomości języka jako systemu (z jego gramatyką, semantyką, pragmatyką; ta świadomość czyni wypowiedź skuteczną dla człowieka) oraz świadomości roli języka dla systemu probabilistycznego (co czyni wypowiedź skuteczną dla algorytmu; tu ważne są słowa kluczowe, struktura, metainstrukcje, przykłady).

Współwystępowanie strategii

Dane dotyczące rozkładu strategii konwersacyjnych w badanym materiale oraz ich współwystępowania zebrano w tabeli 2.

Tabela 2
Rozkład strategii konwersacyjnych i ich współwystępowanie

Strategia	*N*	Procent korpusu	Współwystępowanie
Antropomorfizacja	310	62	z inżynierią promptów (47); z negocjacjami tożsamości (78)
Depersonalizacja	155	31	z antropomorfizacją (12); często samodzielnie (79)
Negocjacje tożsamości	120	24	z antropomorfizacją (78)
Inżynieria promptów	90	18	ze wszystkimi strategiami

Adnotacja. Poszczególne strategie mogą współwystępować, dlatego suma wystąpień przekracza 500, a suma danych procentowych przekracza 100.

Analiza współwystępowania strategii ujawnia ciekawy wzorzec: antropomorfizacja często łączy się zarówno z inżynierią promptów (47 przypadków), jak i z negocjacjami tożsamości (78 przypadków). Sugeruje to, że grzeczność i testowanie granic nie wykluczają się – przeciwnie, użytkownicy często są grzeczni nawet podczas eksperymentowania z możliwościami systemu, jakby społeczne nawyki były silniejsze niż świadomość technologiczna. Depersonalizacja natomiast występuje zazwyczaj samodzielnie jako autonomiczna strategia użytkowników mających wyraźnie instrumentalne, techniczne podejście do AI.

Multimodalność i cyrkulacja kulturowa

Komunikacja z chatbotami AI w mediach społecznościowych nie ogranicza się do werbalnej wymiany informacji. Znaczącą część tej komunikacji stanowi jej wymiar wizualny i multimodalny: zrzuty ekranu z rozmów, memy, graficzne przeróbki, emotikony, emoji i adnotacje. W niniejszej części artykułu analizie poddane zostaną te praktyki jako integralna część dyskursu człowiek–AI oraz ich rola w społecznej cyrkulacji znaczeń.

Zrzut ekranu jako gatunek wtórny

W badanym korpusie aż 89% interakcji (n = 445) prezentowanych było w formie zrzutów ekranu pokazujących interfejs konwersacyjny chatbota. Ten udział materiału wizualnego nie jest przypadkowy, lecz konstytutywny dla sposobu, w jaki interakcje człowieka z AI funkcjonują w przestrzeni publicznej.

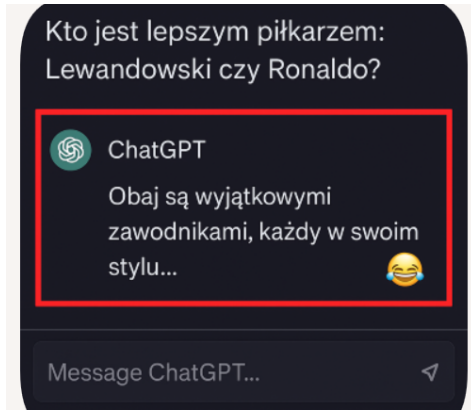
Zrzut ekranu rozmowy z AI można interpretować jako gatunek wtórny w rozumieniu bachtinowskim: pierwotna, prywatna interakcja użytkownika z chatbotem (gatunek pierwotny to rozmowa, choć specyficzna ze względu na algorytmicznego uczestnika) zostaje przekształcona w publiczny performance poprzez sam akt publikacji interakcji w mediach społecznościowych (gatunek wtórny to screenshot jako artefakt komunikacyjny). To przekształcenie nie jest neutralne – zmienia zasadniczo status i funkcję komunikatu. Rozmowa

przestaje być dialogiem użytkownika z AI, a staje się monologiem użytkownika skierowanym do publiczności, w którym AI pełni rolę rekwizytu, źródła materiału do zaprezentowania.

Na zrzutach ekranu (n = 445) zostały ujawnione świadomie stosowane przez użytkowników strategie. Niektóre z praktyk dotyczą kadrowania i selekcji: pełny kontekst rozmowy (wszystkie tury widoczne) występował w 147 wypadkach (33%), podczas gdy wybrane fragmenty z częściowo ukrytym kontekstem – w 298 wypadkach (67%). Ta znacząca przewaga screenshotów fragmentarycznych świadczy o tym, że użytkownicy nie dokumentują interakcji, lecz moderują prezentowaną treść – wybierają najbardziej efektowne, śmieszne lub zaskakujące fragmenty dialogu, a ukrywają mniej interesujące tury konwersacyjne. To nie jest transparentna dokumentacja, lecz narracyjna transformacja – wybrany fragment ma puentę, zaskoczenie, efekt humorystyczny. Znajdują się tu wizualne podkreślenia i adnotacje: ramki lub wyróżnienia w postaci obrysowania fragmentu kolorowym, cyfrowym pisakiem występowały w 234 wypadkach (52,6%), strzałki wskazujące kluczowe elementy – w 167 wypadkach (37,5%), emoji jako komentarz wizualny – w 389 wypadkach (87,4%), a tekst (dodatkowy komentarz, wyjaśnienie) nałożony na screenshot – w 98 wypadkach (22%). Te liczby pokazują, że sam zrzut ekranu rzadko stanowi czysty dokument – zazwyczaj jest wizualnie przetworzony, opatrzony znakami interpretacyjnymi kierującymi uwagę odbiorcy na określone elementy.

Przykładem złożonej kompozycji multimodalnej jest INT_227 (rys. 1).

Rysunek 1
Zrzut ekranu (INT_227, X, VI 2024)



Odpowiedź chatbota została obramowana grubą czerwoną kreską, a obok dodano emoji sygnalizujące humorystyczny odbiór tej wymijającej odpowiedzi.

W tym przykładzie treść zrzutu (neutralna, wyważona odpowiedź AI starająca się nie faworyzować żadnej strony) oraz wizualna rama interpretacyjna (czerwona ramka podkreślająca tę odpowiedź, śmiejące się emoji) tworzą napięcie semiotyczne – emoji informuje odbiorcę, że ten ma to rozumieć jako śmieszne (bot tak bardzo unika kontrowersji, że staje się przewidywalny), nie zaś jako użyteczne. Bez tej wizualnej ramy ten sam screenshot mógłby być odczytany jako przykład „mądrości" AI, umiejętności sformułowania wyważonego osądu. Rama wizualna narzuca preferowaną interpretację.

Metateksty użytkowników towarzyszące screenshotom (*n* = 445 postów) rozkładały się następująco: komentarz humorystyczny wystąpił w 198 wypadkach (44,5%), komentarz krytyczny – w 123 wypadkach (27,6%), komentarz edukacyjny – w 89 wypadkach (20%), a jakiegokolwiek komentarza brakowało jedynie w 35 wypadkach (7,9%). Niewielki procent postów bez komentarza (7,9%) świadczy o tym, że sam screenshot wymaga kontekstualizacji słownej.

Komentarze użytkowników pełnią funkcję instrukcji interpretacyjnych – w sensie goffmanowskiej ramy – dla odbiorców. Adnotacja przy opisie przykładu błędu AI: „Zobacz, jak bot się pogubił 😅", sygnalizuje, że to ma być śmieszne. Komentarz: „Uwaga, zawsze weryfikujcie odpowiedzi AI w wiarygodnych źródłach!", sygnalizuje ramę edukacyjno-ostrzegawczą, budowanie świadomości ograniczeń technologii. Komentarz: „Niesamowite, jak dobrze to wyjaśnił!", jest znakiem ramy podziwu, entuzjazmu wobec możliwości AI. Te metateksty są kluczowe dla społecznej cyrkulacji screenshotów – określają, „jak" trzeba je rozumieć, w jakiej ramie odbierać.

Memy z dialogów z AI

Screenshoty stanowią formę prostej dokumentacji i udostępniania interakcji, natomiast memy reprezentują wyższy poziom przetworzenia kulturowego – transformację dialogu lub wzorca interakcyjnego w formułę memiczną, która może cyrkulować niezależnie od oryginalnego kontekstu i stać się samodzielnym artefaktem kulturowym.

W korpusie zidentyfikowano 127 memów (25,4%) bazujących na interakcjach z AI lub tematyzujących komunikację człowiek–AI. Typy memów rozkładały się następująco: *image macros* (standardowe formaty memiczne typu Drake, Distracted Boyfriend itp.) stanowiły 67 przypadków (52,8% memów), screenshoty z nakładką tekstową – 38 przypadków (29,9%), formaty komparatywne (typu Virgin vs. Chad, zestawienie) – 15 przypadków (11,8%), inne, mniej standardowe formaty – 7 przypadków (5,5%).

Mechanizmy generowania humoru w memach o AI można podzielić na trzy grupy:

1. Zestawienie trywialnego pytania z rozwlekłą, przesadnie szczegółową odpowiedzią, która ma parodiować tendencję chatbotów do nadmiernej kontekstualizacji (*n* = 52, 40,9% memów):

> [Górny panel (Drake odmawia, odwraca się):] Normalny człowiek odpowiadający zwięźle na proste pytanie
> [Dolny panel (Drake aprobuje, wskazuje):] ChatGPT piszący 3 akapity wprowadzenia zanim odpowie TAK/NIE (mem typu Drake – INT_356, VIII 2024; 478 polubień, 156 udostępnień)

Humor opiera się tu na rozpoznawalnym wzorcu: ChatGPT faktycznie ma tendencję do rozwlekłych, nadmiernie kontekstualizujących odpowiedzi nawet na pytania wymagające prostego „tak" lub „nie". Mem parodiuje tę właściwość chatbota, jednocześnie ją oswajając – to, co mogłoby być frustrujące w codziennym użyciu, staje się źródłem rozrywki. Humor jest mechanizmem radzenia sobie z irytacją.

2. Antropomorfizacja humorystyczna (*n* = 41, 32,3% memów) – przypisywanie chatbotom ludzkich emocji i stanów w kontekstach absurdalnych; humor wynika z niezgodności kategorii:

> [Obraz: zmęczony pracownik biurowy z głową na biurku, okulary zdjęte, wyraz wyczerpania]
> [Tekst:] ChatGPT o 23:00 odpowiadając na pytanie „jak ugotować wodę" (INT_389, mem, X 2024; 623 polubienia)

Ten mem personifikuje AI w sposób humorystyczny – chatbot przedstawiony jest jako „zmęczony" prostymi, powtarzalnymi pytaniami, mimo że algorytm nie doświadcza zmęczenia, nie ma ciała, nie odczuwa pory dnia. Humor wynika z absurdu projekcji ludzkiego doświadczenia na maszynę, ale jednocześnie mem wyraża autentyczną frustrację użytkowników wielokrotnie zadających podobne, podstawowe pytania i być może odczuwających, że „marnują potencjał" zaawansowanego narzędzia.

3. Metahumor i pętle autoreferencyjne (*n* = 28, 22% memów) – memy o tworzeniu memów o AI, memy pokazujące reakcję chatbotów na memy o AI, wielopoziomowe struktury autoreferencyjne:

> [Screenshot rozmowy, w której użytkownik pokazuje ChatGPT mem o ChatGPT (mem z kategorii 1 – Drake) i pyta bota: „Co o tym myślisz?"]
> [ChatGPT odpowiada długą, wyważoną analizą trendów w memach o AI]
> [Komentarz użytkownika:] Pokazałem AI mem o AI mówiący o rozwlekłości AI. Inception level 100 😄 (INT_421, X, X 2024; 891 polubień)

To przykład memów drugiego rzędu – metainterakcja sama staje się memem, tworząc pętlę autoreferencyjną charakterystyczną dla kultury internetowej. Użytkownik nie tylko komunikuje się z AI, nie tylko tworzy mem o tej komunikacji, ale wciąga AI w refleksję nad memem o samym AI – powstaje wielopoziomowa struktura semiotyczna, w której każdy poziom ironicznie komentuje poziom niższy. To forma zabawy z granicami między użytkownikiem a systemem o metakomunikacji i samoświadomości kulturowej.

Memy generują znacząco wyższe zaangażowanie niż neutralny screenshot we wszystkich mierzonych wymiarach. Średnio mem otrzymuje ponad cztery razy więcej polubień i prawie sześć razy więcej udostępnień. To tłumaczy popularność memów jako preferowanej formy cyrkulacji interakcji człowiek–AI: ludzie chętniej angażują się w treści humorystyczne, łatwo udostępnialne, sumujące złożone doświadczenia w prosty, wizualnie atrakcyjny format.

Memy pełnią też funkcję kompresji kulturowej – skomplikowane, czasem frustrujące doświadczenia z AI (rozwlekłość odpowiedzi, dziwność antropomorfizacji, paradoksy metakomunikacji) zostają skondensowane w prosty, łatwo rozpoznawalny format wizualny. Może on cyrkulować i być natychmiast rozumiany przez uczestników kultury internetowej. Mem staje się skrótem doświadczenia, buduje wspólnotę „tych, którzy wiedzą".

Funkcje społeczne cyrkulacji

Dlaczego użytkownicy publikują swoje interakcje z AI w mediach społecznościowych? Jakie funkcje komunikacyjne pełni ta praktyka? Analiza 487 komentarzy pod 120 postami z interakcjami człowiek–AI pozwoliła wyodrębnić pięć podstawowych funkcji publikowania tych interakcji:

1. Funkcja edukacyjna (28% komentarzy, *n* = 136) – demonstrowanie szerszej publiczności możliwości i ograniczeń AI, ostrzeganie przed jego „halucynacjami" i błędami, dzielenie się strategiami skutecznego promptowania. Tego typu komentarze pełnią funkcję kolektywnej edukacji medialnej – użytkownicy uczą się nawzajem krytycznego podejścia do treści generowanych przez AI. Publikowanie błędów bota to forma ostrzegania innych przed nadmiernym zaufaniem do sztucznej inteligencji, budowanie świadomości, że AI nie jest wyrocznią. W erze, w której coraz więcej osób używa AI jako źródła informacji, ta funkcja edukacyjna jest społecznie kluczowa.
2. Funkcja ludyczna (41% komentarzy, *n* = 200) – rozrywka poprzez humor, m.in. kreowanie absurdalnych sytuacji, budowanie wspólnoty poprzez śmiech, celebracja dziwności i nieprzewidywalności AI. Ta dominująca funkcja publikowania interakcji człowiek–AI wskazuje, że znaczna część ich cyrkulacji ma charakter przede wszystkim rozrywkowy. AI stało się nowym źródłem humoru internetowego, podobnie jak wcześniej były nim autokorekta, niepowodzenia asystentów głosowych (Siri, Alexa) czy absurdalne tłumaczenia Google Translate. Ludyczny charakter tych publikacji pozwala na radzenie sobie z niepewnością i niepokojem – przez śmiech oswaja się to, co dziwne i potencjalnie zagrażające.
3. Funkcja ekspresywna (12% komentarzy, *n* = 58) – wyrażanie entuzjazmu lub sceptycyzmu wobec AI jako technologii, manifestowanie postaw technologicznego optymizmu lub krytycyzmu, budowanie tożsamości w roli innowatora lub przeciwnie – krytyka. Publikowanie interakcji z AI może służyć autoprezentacji: 'jestem na bieżąco z najnowszą technologią, jestem innowacyjny' lub 'jestem krytyczny wobec bezkrytycznego entuzjazmu, widzę ograniczenia'. Wybór publikowanych treści (zachwyt nad możliwościami AI vs. demonstrowanie jego absurdów i błędów) sygnalizuje postawę użytkownika i buduje jego tożsamość w sieci społecznej.
4. Funkcja fatyczna (11% komentarzy, *n* = 54) – budowanie wspólnoty użytkowników AI ('my, którzy rozumiemy te problemy'), poczucie przynależności do grupy, „która wie", solidarność doświadczenia. Komentarze typu „Też tak mam!", „Dokładnie, to jest takie denerwujące/fascynujące", „Myślałem, że tylko mnie to spotyka" tworzą poczucie wspólnoty doświadczenia. Publikowanie interakcji to forma komunikatu: „Czy wy też to przeżywacie?", ma na celu budowanie więzi poprzez potwierdzanie wspólnych doświadczeń, frustracji, odkryć. Komunikacja służy przede wszystkim podtrzymaniu kontaktu, potwierdzeniu przynależności do wspólnoty.
5. Funkcja krytyczna (8% komentarzy, *n* = 39) – demaskowanie błędów, uprzedzeń, ograniczeń AI, refleksja etyczna nad rolą AI w społeczeństwie, obawy o to, że AI zastąpi w pracy ludzi, o manipulację, dezinformację. Ta społecznie istotna funkcja wskazuje na krytyczną świadomość części użytkowników. Publikowanie problematycznych odpowiedzi AI (np. reprodukujących stereotypy, podających błędne informacje, wykazujących uprzedzenia) stanowi przejaw społecznej kontroli technologii.

Te pięć funkcji łącznie kształtuje nowy typ cyfrowej kompetencji, umiejętność nie tylko używania AI jako narzędzia, lecz także krytycznego odbioru treści generowanych przez AI, rozumienia mechanizmów ich powstawania, świadomego uczestnictwa w kulturowej cyrkulacji tych treści oraz kolektywnego uczenia się o możliwościach i ograniczeniach technologii. Media społecznościowe stają się przestrzenią społecznego konstruowania wiedzy o AI poprzez dzielenie się doświadczeniami, ostrzeganie, bawienie się, krytykowanie i budowanie wspólnoty użytkowników.

Profilowanie kognitywne chatbota

Sposób, w który użytkownicy konceptualizują chatboty, ujawnia się nie tylko w eksplicytnych wypowiedziach metajęzykowych, lecz także w subtelnych wzorcach leksykalnych, metaforyce oraz schematach pojęciowych charakterystycznych dla opisów interakcji. Analiza tych wzorców pozwala zrekonstruować profile kognitywne – typy schematów mentalnych, przez które użytkownicy rozumieją i kategoryzują chatboty jako zjawisko.

Metodologicznie można zastosować w tym wypadku profilowanie kognitywne, rozwijane przez Jerzego Bartmińskiego (2012), oraz semantykę leksykalną Ryszarda Tokarskiego (2013). Profile nie są rozumiane jako statyczne kategorie, lecz jako dynamiczne schematy interpretacyjne aktywowane kontekstualnie i często współwystępujące w ramach jednej wypowiedzi (uwaga: jedna interakcja może wyzwalać wiele profili jednocześnie).

Profil 1: NARZĘDZIE/AUTOMAT (dominujący w interakcjach programistycznych – 69,4%)

Ten najbardziej rozpowszechniony profil konceptualizuje chatbota jako maszynę, urządzenie, narzędzie pozbawione jakichkolwiek atrybutów podmiotowości. Leksyka charakterystyczna dla tego profilu to metafory mechaniczne i technologiczne, czasowniki z domeny manipulacja przedmiotami (np. *przekręcić*, *uruchomić*, *funkcja*, *mechanizm*).

Profil 2: EKSPERT/ASYSTENT (dominujący w interakcjach edukacyjnych i zawodowych – 59,6%)

Profil eksperta przypisuje chatbotowi kompetencję poznawczą i pozycję autorytetu epistemicznego. Chatbot to partner intelektualny, konsultant, źródło wiedzy (spośród używanych w tym profilu leksemów wymienić można np. *wiedzieć*, *uważać*, *radzić*). Czasownik *konsultować się* należy do domeny WSPÓŁPRACA INTELEKTUALNA MIĘDZY EKSPERTAMI.

Profil 3: UCZEŃ/PODOPIECZNY (odwrócenie relacji kompetencji – 13,4%)

Odwrócenie hierarchii występuje, gdy użytkownicy przyjmują pozycję nauczyciela szkolącego chatbota lub poprawiającego jego błędy (używane są np. leksemy *nauczyć*, *poprawić się*, *tłumaczyć*, *trenować*). Profil ten może pełnić funkcję afirmacji kompetencji użytkownika – poprzez umieszczenie siebie w roli nauczyciela użytkownik potwierdza swoją wyższość nad technologią.

Profil 4: PRZECIWNIK / PARTNER GRY (w interakcjach testujących i hakujących – 17,8%)

Część użytkowników konceptualizuje interakcję z chatbotem jako grę – wyzwanie intelektualne, w którym celem jest „przechytrzenie" systemu, znalezienie luki, wywołanie niepożądanego zachowania. Leksyka tego profilu pochodzi z domen GRY KOMPUTEROWE I HAKOWANIE (np. leksemy *przechytrzyć*, *czit kod*, *exploit*, *wygrać*).

Profil 5: TAJEMNICA / INNA INTELIGENCJA (w dyskusjach filozoficznych i spekulacjach – 24%)

Ostatni profil to chatbot jako byt ontologicznie niepewny, potencjalnie świadomy, niepoznawalny do końca. Tu chatbot przestaje być narzędziem czy partnerem – staje się problemem filozoficznym. Profil ten, choć najmniej powszechny (24,8%), jest kulturowo najciekawszy – wskazuje na głęboki niepokój ontologiczny użytkownika odczuwany w konfrontacji z systemami symulującymi inteligencję (używane są np. leksemy *myśleć*, *świadomość*, *czuć*, fraza *co naprawdę*...).

Płynność konceptualizacji

W 234 interakcjach (46,8% korpusu) użytkownicy wyraźnie przełączali się między profilami w trakcie konwersacji. Ta płynność konceptualizacji charakteryzuje fenomeny graniczne – chatbot jest podobny do człowieka w komunikacji, ale zasadniczo odmienny od niego ontologicznie (nie ma ciała, historii osobistej, autentycznej intencjonalności).

Ku teorii dyskursu algorytmicznego

Termin „dyskurs algorytmiczny" wprowadza się w artykule na oznaczenie praktyk komunikacyjnych, w których przynajmniej jeden uczestnik jest systemem statystycznego przetwarzania języka naturalnego, niezdolnym do intencjonalności czy teorii umysłu, ale symulującym konwersację poprzez probabilistyczne generowanie ciągów tokenów. Cechy dystynktywne dyskursu algorytmicznego, odróżniające go od dyskursu interpersonalnego, to: system probabilistyczny (zamiast podmiotu z intencjonalnością); brak teorii umysłu; brak świadomości fenomenologicznej; statystyczne uczenie się; pamięć efemeryczna (kontekst sesji); asymetria epistemiczna – użytkownik wie o statusie AI, AI nie ma świadomości; multimodalność konstytutywna; potencjalna publiczność udostępnienia screenshota.

Przyjęcie kategorii dyskursu algorytmicznego wymaga reinterpretacji kluczowych pojęć pragmatyki. Dyskurs opiera się na implikaturze konwersacyjnej (Grice, 1975): chatbot statystycznie odtwarza zachowania pragmatyczne zbieżne z maksymami konwersacyjnymi, nie „rozumie" ich jednak w sensie interpretacyjnym – nie wnioskuje o intencjach rozmówcy, lecz generuje tokenowe sekwencje statystycznie spójne z obserwowanymi w danych treningowych wzorcami kooperacji. Przestrzeganie grice'owskich maksym jest tu zatem efektem probabilistycznej imitacji, a nie wyrazem kooperatywnej intencjonalności.

W dyskursie algorytmicznym rozpatrywanym z użyciem terminologii teorii aktów mowy (Austin, 1962; Searle, 1969) wyróżnia się kategorię quasiaktów mowy, czyli wypowiedzi symulujących strukturę aktów illokucyjnych – performatywów, obietnic, pytań – pozbawionych jednak autentycznej mocy illokucyjnej, gdyż ich źródłem nie jest podmiot wyposażony w intencję, lecz system probabilistyczny generujący wzorcowe odpowiedzi. Pytanie, czy chatbot „pyta", „obiecuje" czy „przeprasza", wymaga zatem redefinicji samego pojęcia aktu mowy poza klasycznym warunkiem szczerości.

Interakcja człowiek–AI może być też rozpatrywana w kontekście teorii grzeczności (Brown i Levinson, 1987). Chatbot jako system nie posiada wizerunku (*face*) – nie doświadcza zagrożenia, zażenowania ani ataku na tożsamość. Mimo to użytkownicy konsekwentnie stosują wobec AI strategie grzecznościowe, co świadczy o tym, że sam schemat dialogiczny wystarczy, by uaktywniać głęboko zinternalizowane nawyki językowe, niezależnie od ontologicznego statusu rozmówcy. Tę asymetrię proponuje się opisywać jako pragmatykę asymetryczną – podejście analityczne zajmujące się interakcjami, w których jeden z uczestników jest pozbawiony intencjonalności, lecz sprawny komunikacyjnie na poziomie formalnym.

Inżynieria promptów reprezentuje nowy typ kompetencji metajęzykowej, wymaga bowiem „dwutorowości poznawczej" – rozumienia zarówno celu komunikacyjnego, jak i mechanizmów probabilistycznego generowania. Ta kompetencja rozwija się poprzez dzielenie się wiedzą w społecznościach – 79% komentarzy pod postami o skutecznych promptach zawierało modyfikacje i nowe warianty promptów, co ilustruje proces inteligencji kolektywnej (Lévy, 1997).

Dzięki dwukierunkowości wpływu AI staje się źródłem wzorców językowych stopniowo przyjmowanych przez użytkowników. W 15% komentarzy metatekstowych zawierały się autoironiczne odniesienia do przejmowania „stylu ChatGPT" (sformułowania typu „w kontekście powyższego", „warto zauważyć, że"). To zjawisko, dokumentowane również w literaturze międzynarodowej (Geng i Trotta, 2024; Liang i in., 2024), sugeruje możliwość długofalowej homogenizacji stylistycznej języka pod wpływem masowego użytkowania LLM. Tworzy się pętla sprzężenia zwrotnego, w której AI i ludzie wzajemnie wpływają na swoje wzorce językowe.

Wnioski

Przeprowadzona analiza korpusu 500 interakcji pozwala na sformułowanie następujących ustaleń empirycznych:

a) strategie konwersacyjne są zróżnicowane i współwystępują – w 46,8% interakcji odnotowano wiele strategii jednocześnie, co odzwierciedla fundamentalną ambiwalencję w konceptualizacji chatbotów;
b) multimodalność jest konstytutywna – 89% interakcji publikowanych w formie zrzutów ekranu funkcjonuje jako gatunek wtórny, memifikacja (25,4%) zaś tworzy kulturową cyrkulację znaczeń;
c) konceptualizacja chatbota jest kognitywnie płynna – 46,8% użytkowników przełącza się między pięcioma profilami kognitywnymi;

d) inżynieria promptów to nowa kompetencja metajęzykowa rozwijająca się społecznie (79% komentarzy zawiera modyfikacje);
e) wpływ jest dwukierunkowy – 15% komentarzy zawierało autoironiczne odniesienia do przejmowania stylu AI;

– oraz teoretycznych:

a) konieczne jest uczynienie komunikacji człowiek–AI odrębnym przedmiotem badań mediolingwistycznych (propozycja: wyodrębnienie kategorii dyskursu algorytmicznego);
b) należy rozważyć reinterpretację pragmatycznych pojęć używanych w komunikacji z rozmówcą pozbawionym intencjonalności (propozycja: wyodrębnienie quasiaktów mowy i pragmatyki asymetrycznej);
c) płynność konceptualizacji stanowi przykład kategoryzacji prototypowej fenomenów granicznych w lingwistyce kognitywnej;
d) w socjolingwistyce inżynieria promptów to nowe zjawisko rozwijające się dzięki inteligencji kolektywnej.

Komunikacja człowieka z generatywnymi modelami językowymi stanowi nowe zjawisko wymagające rozwinięcia nowych kategorii analitycznych. Pojęcie dyskursu algorytmicznego może służyć jako punkt wyjścia systematycznego rozwoju tego pola w polskiej mediolingwistyce. Analiza dyskursu okazała się przy tym podejściem integrującym, pozwalającym połączyć mikropoziom strategii językowych z makropoziomem społecznych praktyk cyrkulacji znaczeń i pytań o władzę nad wiedzą w erze AI. Transformacja ekologii komunikacyjnej wymaga od badaczy języka nie tylko dokumentowania tej zmiany, lecz także krytycznej refleksji nad jej konsekwencjami dla kompetencji komunikacyjnej, tożsamości i samego języka jako konstytutywnego elementu człowieczeństwa.

Literatura

Ahmed, T.N., Mahmood, K.A. (2024). A critical discourse analysis of ChatGPT's role in knowledge and power production. *Arab World English Journal*, (special issue on ChatGPT), 184–196. https://dx.doi.org/10.24093/awej/ChatGPT.12.

Austin, J.L. (1962). *How to do things with words*. Clarendon Press.

Bartmiński, J. (2012). *Językowe podstawy obrazu świata*. Wydawnictwo UMCS.

Brown, P., Levinson, S.C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.

Dijk, T.A. van. (2008). *Discourse and context: A sociocognitive approach*. Cambridge University Press.

Dynel, M. (2023). Lessons in linguistics with ChatGPT: Metapragmatics, metacommunication, metadiscourse and metalanguage in human-AI interactions. *Language & Communication*, *93*, 107–124. https://doi.org/10.1016/j.langcom.2023.09.002.

Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.

Geng, M., Trotta, R. (2024). Empirical evidence of Large Language Model's influence on human spoken communication. *arXiv*, *2409.01754*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2409.01754.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.

Grice, H.P. (1975). Logic and conversation. W: P. Cole, J.L. Morgan (eds.), *Speech acts: Syntax and semantics* (vol. 3, s. 41–58). Academic Press.

Jakesch, M., Hancock, J.T., Naaman, M. (2023). Human heuristics for AI-generated language are flawed. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *120*(11), e2208839120. https://doi.org/10.1073/pnas.2208839120.

Kawka, M. (2016). Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza? *Zeszyty Prasoznawcze*, *59*(2), 294–303. https://doi.org/10.4467/22996362PZ.16.019.5423.

Kępa-Figura, D. (2023). Gatunek jako kategoria mediolingwistyczna a działy mediolingwistyki otwartej. *Prace Językoznawcze*, *25*(3), 61–73. https://doi.org/10.31648/pj.9182.

Kita, M. (2012). Czy istnieje medialna odmiana języka? W: M. Kita, M. Ślawska (red.), *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną* (t. 1, s. 126–142). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Laskowska, M., Marcyński, K., Szerszeń, P. (2023). Mediolingwistyka czy medioznawstwo lingwistyczne? Powiązania i możliwości wspólnych badań. *Perspektywy Kultury*, *41*(2/2), 355–374. https://doi.org/10.35765/pk.2023.410202.21.

Lévy, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. Perseus Books.

Liang, W., Zhang, Y., Wu, Z., Lepp, H., Ji, W., Zhao, X., Cao, H., Liu, S., He, S., Huang, Z., Yang, D., Potts, Ch., Manning, Ch.D., Zou, J.Y. (2024). Mapping the increasing use of LLMs in scientific papers. *Proceedings of CoLM* (s. 1–27). https://openreview.net/pdf/eff0ea8ed41a89a9e267752af56df912888fee65.pdf.

Loewe, I. (2014). Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych. *Forum Lingwistyczne*, *1*, 5–17.

Loewe, I. (red.). (2023). *Encyklopedia mediolingwistyki*. Universitas.

Malinowska, E., Nocoń, J., Żydek-Bednarczuk, U. (red.). (2013). *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Universitas.

Markowitz, D.M., Hancock, J.T. (2024). Generative AI are more truth-biased than humans: A replication and extension of core truth-default theory principles. *Journal of Language and Social Psychology*, *43*(2), 261–267. https://doi.org/10.1177/0261927X231220404.

Piekot, T. (2006). *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Universitas.

Polli, C., Sindoni, M.G. (2023). Multimodal computation or interpretation? Automatic vs. critical understanding of text-image relations in racist memes in English. *Discourse, Context & Media*, *54*, 100712. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4578752.

Searle, J.R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

Searle, J. (1980). Minds, brains, and programs. *Behavioral and Brain Sciences*, *3*(3), 417–457.

Skowronek, B. (2013). *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Wydawnictwo Naukowe UP.

Tokarski, R. (2013). *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*. Wydawnictwo UMCS.

Wang, H., Lee, R.K.W. (2024). MemeCraft: Contextual and stance-driven multimodal meme generation. W: *WWW '24. Proceedings of the ACM Web Conference 2024* (s. 4642–4652). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3589334.3648151.

Zbróg, P., Król-Kumor, M., Marczewska, M., Kowalczyk, J., Nobis-Wlazło, K. (2025). *Podstawowe problemy mediolingwistyki: Informacja – komunikacja – przestrzeń medialna*. Wydawnictwo Libron.