

Izabela Domaciuk-Czarny
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7541-6471>
e-mail: izabela.domaciuk-czarny@mail.umcs.pl

Zostań Sarmatą!
**Sposoby przyciągania „obywateli”
do wirtualnych państw**

Become a Sarmatian!
The ways of attracting “citizens” to virtual states

Abstrakt

Artykuł omawia sposoby przyciągania „obywateli” do wirtualnych państw istniejących w sieci. Szczególny nacisk położony jest na funkcję perswazyjną komunikatów (słów i obrazów), dzięki której twórcy wymyślonych krain zapraszają i nakłaniają obserwatorów stron tych państw do uczestniczenia w życiu mikronacji. Budowanie państw i mikrospołeczności sieciowych to rodzaj gier symulacyjnych, opartych na mimetyzmie w formie przedstawieniowej. Ten typ fikcji dotyczy wykreowanej przestrzeni, nawiązującej jednak do realnej rzeczywistości. Na stronach v-państw publikowane są teksty w stylu potocznym, zrozumiałym przez odbiorców, ponadto występuje tu wiele interesujących nazw własnych i pospolitych oraz opisy obiektów, na które te nazwy wskazują. Celem założenia wirtualnego państwa jest przyciągnięcie do niego jak największej liczby „obywateli” – poprzez zwrócenie uwagi internautów na atrakcyjność danej mikronacji. Służą temu rozmaite formy językowe i pozajęzykowe, np. wezwanie do działania (jak w reklamie produktu), wartościowanie leksykalne, tytułatura i swoisty system nagradzania, kreacje onimiczne, humor językowy, wizualna strona projektu, mapy wymyślonych krain itp.

Słowa kluczowe: mikronacje, wirtualne państwa, perswazja w języku, wartościowanie, nazwy własne w v-państwach, mapy w grach komputerowych

Abstract

The article discusses ways of attracting “citizens” to virtual states on the Internet, emphasizing the persuasive function of messages (both words and images) employed by the creators of these imaginary countries. Their goal is to invite and encourage followers to actively engage in the lives of their micronations. The creation of virtual nations and web-based micro-communities can be seen as a form of simulation games built on mimetic representation. This type of fiction primarily focuses on the constructed space, which, nevertheless, maintains ties with reality. The language utilized on these micro-nations’ websites is informal and familiar to the audience, and it includes an interesting selection

of proper and common nouns as well as descriptions of fictional objects these nouns denote. The creators of such virtual countries strive to attract as many “citizens” as possible by capturing the attention of Internet users through the appeal of their micronation. They employ a wide array of linguistic and extralinguistic devices, such as calls to action (reminiscent of commercials), lexical evaluations, titles and distinctive reward systems, onymic wordformation, linguistic humour, the visual aspect of the project, and maps depicting the imaginary lands, etc.

Keywords: micronations, virtual states, linguistic persuasion, evaluation, proper nouns in virtual states, maps in video games

Wirtualna rzeczywistość istniejąca w sieci utwierdza nas w przekonaniu, że współczesny człowiek żyje w światach równoległych. Analizując tę dosyć skomplikowaną egzystencję, odnosimy wrażenie, że on sam dokonuje wyboru, gdzie aktualnie chce przebywać. Niektórym ludziom nie wystarcza już wyłącznie jedna, realna rzeczywistość – dlatego ją poszerzają, rozciągają, powiększają, przenoszą i eksperymentują z jej ontologicznymi właściwościami. Ben Bova słusznie zauważył, że ludzkość na pewnym etapie swojego rozwoju pomyliła się, sądząc, że jutrzejszy dzień będzie podobny do wczorajszego: w obliczu XX-wiecznych skoków technologicznych musiała wreszcie zaakceptować raptowne i radykalne zmiany, które są nieodłączną częścią wszechświata (Bova 1989: 346). Te nagłe technologiczne skoki z powodzeniem przenoszą zainteresowanych w przestrzeń gier wideo, do różnych obszarów poza rzeczywistością, gdzie nie ma prawdziwego życia, lecz tylko symulacja na wzór realnego świata. Obecnie wiele zwłaszcza młodych osób z immersyjności i ucieczki z naszej rzeczywistości uczyniło „sposób na życie” – na żywo bowiem wydaje im się ono nudne, nieefektywne i nieekscytujące.

Spośród wielu możliwości wyrażenia niezadowolenia z przebywania w tej szarej codzienności przyjrzyjmy się sposobom budowania w świecie wirtualnym społeczności, które określają się mianem wirtualnych mikronacji lub państw. W tym miejscu należy jeszcze wyjaśnić kwestie terminologiczne: autor artykułu na stronie *Micropedii* pisze, że polska forma *mikronacja* ma inne znaczenie niż angielska *micronation*, która oznacza „państwo ogłoszone przez jakiegoś entuzjastę, teoretycznie dążące do niepodległości”, jak np. Sealandia, quasi-państwo na platformie na Kanale La Manche – czyli ang. *micronation* (sztuczne państwo istniejące w realnym świecie) można przełożyć jako *quasi-państwo*¹. W języku polskim jednak przestrzeń w sieci, gdzie spotyka się pewna społeczność zgrupowana wokół jakiegoś przywódcy,

¹ Zob. <https://micropedia.fandom.com/wiki/Wirtualne_pa%C5%84stwo>, dostęp: 10.09.2023.

który zazwyczaj jest jednocześnie twórcą wymyślonej krainy, nazywana jest zarówno *mikronacją*, jak i *wirtualnym państwem* (z wariantem graficznym: *v-państwo*).

Przynależność do konkretnej społeczności internetowej określa tożsamość współczesnego człowieka. Sieć i media społecznościowe to nasza druga przestrzeń, w którą przenieśliśmy swoje życie prywatne, polityczne, biznesowe, kulturalne oraz wszelkie inne jego wymiary – także światy całkowicie wymyślone, w których chcemy przebywać. *Homo futurus* z tytułu pracy Very Graaf (Graaf 1975), prowadzący podwójne życie w dwóch wymiarach, dokonuje wyboru według własnych zasad, przekonań, kierując się określonymi priorytetami wybiera dla siebie najlepsze z możliwych środowisk nierzeczywistych, by tam realizować swoje marzenia, przebywać, dyskutować z innymi, przeżywać cenne chwile w przestrzeni *second life*. Nie jest to już tylko „potocznie” rozumiana fantastyka jako „zdarzenia, postaci, sytuacje lub przedmioty niemożliwe, niespotykane w rzeczywistości codziennej, lub wręcz mało prawdopodobne” (Zgorzelski 1980: 14) – jak oceniał tę niemietyczną przestrzeń w utworach science fiction Andrzej Zgorzelski.

Wirtualność, w której użytkownik internetu pragnie przebywać, ma charakter konstruktywistyczny, a światy wirtualne jako miejsca do zamieszkiwania wymagają ich utworzenia przy twórczym współudziale owego użytkownika. Krzysztof M. Maj, zauważa, że obserwujemy dziś w kulturze „wzrost aktywności światotwórczej”, a sama rzeczywistość wirtualna jest epistemologicznym konstruktem o wysokim potencjale poznawczym (Maj 2015: 22). Lisbeth Klastrup, zajmująca się badaniem kultur digitalnych i światów transmedialnych, stawia ponadto śmiało pytanie: „czy światy gier są fikcyjne?” (np. w kontekście fikcyjności w literaturze), zwłaszcza że „realia świata gry przedstawiają się w diametralnie różny sposób od tych znanych z wcześniejszych form fikcji, z wyjątkiem paru istotnych cech wspólnych. Gdy wkraczamy do świata *online*, angażujemy się w «grę w udawanie» (*game of make believe*) – tak samo jak w innych narracjach fikcjonalnych, w których udajemy, że jesteśmy elfami czy trollami, magami czy wojownikami żyjącymi w świecie, gdzie orkowie, poruszające się szkielety i smoki są tak realne, jak i my sami [...]” (Klastrup 2017: 90). „Gorliwe zawieszenie niewiary” można zatem uznać za podstawę praktyki odbiorczej (Klastrup 2017: 91), wspieranej technicznym przenikaniem do świata gry za pomocą logowania się do niej i wychodzeniem poprzez wylogowanie się z gry. Działanie to podtrzymuje granice między światem realnym i przestrzenią wirtualną, ale również sprawia, że świat *online* jest niezwykle wartościowy, ponieważ nie został jeszcze tak dobrze poznany i zbadany jak otaczająca człowieka rzeczywistość i przez to stał się godny wszelkiej eksploracji.

Priorytetem dla potencjalnego obywatela v-państwa jest wejście do danej społeczności mieszkańców wybranej mikronacji i czynne uczestnictwo w jej życiu, przeniesienie się do miejsca alternatywnego, innego, czyli allotopii – „tam, gdzie jest inaczej niż tu” (Maj 2015: 33). Wiele lat temu stan ów Tolkien nazwał ucieczką z więzienia zwanego rzeczywistością (zob. Maj 2015: 32), zaś Umberto Eco świat alternatywny postrzega jako bardziej realny niż świat rzeczywisty (Eco 2012: 235).

Wytyczanie granic wirtualnych państw to jak przekraczanie granic państw realnych, a także granic własnych możliwości. Do podobnej oceny rzeczywistości odniósł się Maciej Grzenkowicz, gdy pisał, że przekraczanie granic jest dla niego aktem magicznym i że z tego powodu interesują go wszystkie państwowe anomalie, państwa-wątpliwości, mikronacje, państwa, których – z różnych powodów – nikt nie uznaje (Grzenkowicz 2021: 9). Nie wszystkie mikronacje znajdują się w obszarze zainteresowań autora książki, niektóre z nich są tylko „ciekawostkami” – tak nazywa te mikropaństwa, które istnieją w internecie, a ich twórcy nie myślą o przebiciu się do świata realnego. Praca Grzenkowicza dotyczy więc (z racji jego zainteresowań) mikronacji zakładanych w świecie realnym, a nie w sieci. Choć trudno pojąć takie państwopodobne organizmy, autor książki w niezwykle ciekawy sposób przybliżył nam stworzenie kilku sztucznych państw na realnie istniejących obszarach rozmaitych autentycznych terytoriów (nie tylko w Europie), np.: Kabuto w Polsce, a poza naszymi granicami Liberland, Królestwo Północnego Sudanu, Christiana, Republika Zarzecha, Ladonia, Imperium Romanowów (Drugąją Rosją), Księstwo Seborgii, Koda. Te mikropaństwa, nieuznawane przez rządy państw istniejących, wyrosły z marzeń ich twórców o władzy, z pragnienia posiadania własnego królestwa, księstwa lub inaczej nazwanego terytorium albo ze sprzeciwu wobec form działalności realnie istniejących struktur administracyjnych, w których zwykłego człowieka postrzega się jako istotę zniewoloną, zmuszaną do wykonywania tego, co rozkazują władze danego kraju (na liście sprzeciwów jest m.in. sprzeciw wobec podatków).

M. Grzenkowicz przybliżył nam historię powstania różnych mikronacji, ze sporym zdziwieniem referując wyniesienie przez Jeremiaha Heatona do godności księżniczki Królestwa Północnego Sudanu swojej córki Emily, która w 2013 r. zapragnęła właśnie zostać księżniczką, a także ze szczegółami przedstawiając Księstwo Sealandii – założone w 1967 r. przez Patricka Roya Batesa na przeciwlotniczej platformie Roughs Tower: „Moment powstania Sealandii rozpoczyna współczesną historię mikronacji. Sukces Sealandii okazał się przełomem, a Bates zainspirował setki innych osób do poszukiwań. Poszukiwań luk prawnych, terytoriów, ludzi. Poszukiwań

swojej drogi. Sealandia wciąż jest najbardziej znaną mikronacją [...], a do tego ta opowieść wciąż trwa, bo Sealandia jest już monarchią dynastyczną” (Grzenkowicz 2021: 10).

Pomimo niezwykle ciekawych historii związanych z powstawaniem mikrospołeczności na określonych realnych terenach, nie zajmujemy się tutaj tego rodzaju mikronacjami. Nasze zainteresowania skupiają się na wirtualnych państwach budowanych w przestrzeni internetowej. Gra w v-państwo to gra symulacyjna. W sieci istnieje wiele mikronacji, które składają się na wirtualny świat, miejscami łudząco przypominający realny. Ten wirtualny ma więc swoje państwa, narody, społeczności – zlokalizowane na konkretnych mapach internetowych o jasno wytyczonych granicach. Twórcy takich v-państw dbają o prezentowanie ciekawych treści na stronach swoich mikronacji, o stworzenie interesujących tekstów na temat gospodarki państwa, jego historii, polityki, oświaty, kultury, zależy im na warstwie wizualnej stron przedstawiających dane państwo oraz innych elementach wpływających na zwrócenie uwagi osób przeglądających portale danych społeczności skupionych w sieciowych organizmach państwowych.

Powstanie wirtualnych państw związane jest z kulturą uczestnictwa, z pragnieniem działania w danej wspólnocie internetowej oraz z pewnym ściśle określonym modelem światotwórczym w tego typu rozrywce. Twórcą mikronacji może zostać każdy, ale nie każda mikronacja ma szansę zaistnieć w wirtualnym świecie. V-państwo musi spełniać określone „warunki”, łączące się z estetyczną i poznawczą funkcją tekstów z opisywanych tu gier symulacyjnych, jednak twórca powinien wziąć pod uwagę także ogólne wytyczne i zasady zakładania takiego sztucznego organizmu polityczno-społecznego. *Lista polskich mikronacji* przed wyszczególnieniem wirtualnych społeczeństw podaje ważną informację dotyczącą charakteru państw: „**Uwaga!** Do listy dodawane są jedynie państwa w pełni **suwerenne**, które istnieją od co najmniej roku i zdążyły się jakoś wyróżnić w mikroświecie. Nie dodawaj tu (ani w oddzielnym artykule) państwa, które nie spełnia tych warunków, gdyż zostanie ono usunięte. Uporczywe dodawanie takiego państwa może skończyć się banem”². Szczegółowe regulaminy i zasady określają cechy i strukturę państw³, wpływają też na ich formę wizualną w sieci.

² <https://micropedia.fandom.com/wiki/Lista_polskich_mikronacji/Mikronacje>, dostęp: 12.09.2023.

³ Na stronie *Micropedii* czytamy: „Warunki określania konkretnych organizacji jako v-państwa są dyskusyjne i niemal zawsze kontrowersyjne. Generalnie najważniejsze wydają się kryteria posiadania określonej władzy, praw, strony internetowej i przynajmniej jednego miejsca publicznej komunikacji – najczęściej jest nim lista dyskusyjna albo forum. Często jest też używane kryterium wielkości, i tu również wymagania są bardzo różne – najniższe

Gry symulacyjne to znany od dawna i popularny obecnie typ gier. Symulacja życia zapisana jest m.in. na płaszczyźnie narracyjnej gry, informacje na temat wirtualnych państw odczytujemy przede wszystkim z tekstów wykreowanych przez twórców gry oraz różnych innych tekstów, których autorami są sami gracze. Społeczeństwo funkcjonujące w sieci w przestrzeni takiej gry nakłaniane jest do zaangażowania w życie państwa. Namawianie do zamieszkania w określonej krainie poniekąd przypomina „Call To Action” (CTA) w wiadomości reklamowej: osoba otwierająca stronę widzi przede wszystkim wyróżnione innym kolorem niż barwy strony startowej miejsca, na które należy kliknąć, by stać się członkiem społeczności wirtualnego państwa. Przyszły uczestnik gry swoim zachowaniem odpowiada więc na pewien typ komunikatu reklamowego z funkcją perswazyjną, klikając na rozkazniki: „Zamieszkaaj!” (Królestwo Dreamlandu), „Zostań Sarmatą!” (Księstwo Sarmacji), „Sprawdź!” (w Państwie Kościelnym Rotria – komunikat po tekście: „Rotria kryje w sobie niezwykle skarby”). Są też inne powszechne wezwania do działania: „Zarejestruj”, „Zaloguj”, „Założ konto”.

Dobrze wykonana strona v-państwa przyciąga wzrok odbiorcy – czcionka, krój i stopień pisma, kolory (dominujące i w tle), herb, logo i inne znaki ikoniczne stanowią istotne elementy wizualne. Państwa w sieci funkcjonują podobnie jak państwa realne, w zasadzie odbijają egzystencję państw rzeczywistych, a zależność tę najlepiej daje się odczytać z treści zamieszczanych na stronie. Między tekstami i wszelkimi obrazami zachodzi korelacja sprzyjająca dobrej ocenie całości przedstawienia krainy, np. onim *Państwo Kościelne Rotria* pomiędzy ostatnimi formami w nazwie własnej zawiera herb z dwoma kluczami (srebrnym i złotym), co jest odbiciem autentycznych herbów papieży z takimi kluczami jako symbolami łączenia i rozwiązywania na ziemi i w niebie. Analizując całą grę w państwo, nie należy więc mówić o wartości nakłaniającej i sile perswazyjnej zawartej tylko w słowach, gdyż tkwi ona także w innych elementach gry (por. Warchała 2019: 268). Istotne są tu słowa i obrazy: „symulacja komputerowa dzięki swoim cechom potrafi imitować nie tylko obraz i dźwięk, ale całą rzeczywistość, ta zaś w sposób kompleksowy łączy elementy, tworząc przestrzeń, w którą można wejść i która pozwala się wręcz namacalnie eksplorować” (Kowalczyk 2020: 95).

Zadaniem twórców gry jest takie jej zaprezentowanie, by odbiorcy chcieli zapoznać się z informacjami ze stron v-państwa, dzięki którym podejmą decyzję, czy stać się obywatelami tego państwa, czy nie. Pierwszym elementem

zaczynają się od 3 aktywnych osób, sięgając czasami 10. Kolejnym kryterium jest nawiązywanie stosunków między-v-narodowych”. Zob. <https://micropedia.fandom.com/wiki/Wirtualne_pa%C5%84stwo>, dostęp: 20.09.2023.

językowym, z którym odbiorcy się zapoznają, jest nazwa własna kraju. Lista polskich mikronacji zawiera niezwykle interesujące choronimy, na wzór form autentycznych identyfikujące i wskazujące państwa za pomocą dwóch wariantów nazw: nieoficjalnego i oficjalnego (por. *Polska* i *Rzeczpospolita Polska*, *Niemcy* i *Republika Federalna Niemiec*). Na wspomnianej liście mikronacji odnotowujemy więc formy w wersji „częściej używanej” w języku potocznym oraz „pełne nazwy”⁴, np.: *Dreamland* i *Królestwo Dreamlandu*, *Wandystan* i *Mandragorat Wandystanu*, *Austro-Węgry* i *Monarchia Austro-Węgierska*, *Rotria* i *Państwo Kościelne Rotria*, *Magnifikat* i *Ludowa Republika Magnifikatu*, *Bialenia* i *Republika Bialeńska*. Czasem nazwa nieoficjalna swą strukturą przypomina typowy etnonim, jak np. *Winkowie* (*Pustkowie Winków*), innym razem odbiorca nie dostrzega różnicy między nazwą nieoficjalną i oficjalną, por. np.: *Trizondal*, *Rzeczpospolita Obojga Narodów*, ale wśród form onimicznych znajdujemy też skrótowce, jak np. *Nupia* – nazwa utworzona od „pełnej nazwy” *Neokontynentalna Unia Państw Integracyjnie Autonomicznych*. Nazewnictwo – sprowadzane nie tylko do choronimów określających dane przestrzenie – jest bardzo ciekawe, nawiązuje do historycznych rodzimych form, czasem autentycznych, w większości przypadków jednak twórcy mikronacji preferują nazwy nieautentyczne, wymyślone dzięki różnym pomysłom skłaniającym się ku leksyce polskiej i obcej⁵. Funkcja perswazyjna przejawia się dodatkowo w ścisłych relacjach tekstów kreowanych na stronach v-państw, w tym pozostałej warstwy onimicznej oraz form ikonicznych, z nazwami własnymi tych państw.

Sprawdźmy wobec tego moc oceniającą słowa oraz jego element wartościujący (zob. Warchala 2019: 268) na tle rozmaitych wypowiedzi rejestrowanych na stronie mikronacji. Dobrym przykładem jest państwo o charakterze monarchii konstytucyjnej, występujące w sieci od 2002 r.: Księstwo Sarmacji. Wirtualna społeczność związana z tym krajem ma swoją dobrze zbudowaną stronę internetową, działa również w mediach społecznościowych. Największym atutem v-państw jest strona główna przyciągająca uwagę odbiorcy, w procesie komunikowania będącego „nastawionym na cel informacyjny – czyli wzrost świadomości i wiedzy, dzielenie się ideami, wyjaśnianie

⁴ Na przykładzie form *Francja* i *Królestwo Francji* Eugeniusz Grodziński wskazuje różnice między imieniem własnym (*Francja*) i deskrypcją jednostkową (*Królestwo Francji*), którą badacz definiuje następująco: „jest to takie wymienienie cech pojedynczego przedmiotu, które pozwala odróżnić go od wszystkich innych przedmiotów w świecie” (Grodziński 1979: 22).

⁵ Nazwy własne państw wirtualnych z polskich stron internetowych (ich funkcje oraz struktura) omówione są w artykule *Nazewnictwo mikronacji w rzeczywistości wirtualnej (na przykładzie polskich stron internetowych)* (zob. I. Domaciuk-Czarny 2010: 91–102).

nowych zjawisk [...]” (Polaczek-Bigaj 2017: 196). Interesujące jest zwłaszcza zjawisko komunikowania perswazyjnego, zdolne do wykształcenia nowych postaw, zachowań, ale też zmiany już istniejących. Choronim *Sarmacja* pełni funkcję perswazyjną, wnosi pozytywne wartościowanie poprzez konotacje z wojowniczymi plemionami irańskimi, zawiera onimiczne nawiązanie do starożytnych Sarmatów oraz kulturowe i ideologiczne do mitu Sarmatów, od których swoje pochodzenie próbuje wywodzić szlachta polska. Księstwo Sarmacji na swej stronie utrwała elementy tej kultury: obraz w tle napisów odpowiadający „epoce dawnej” (ważnym elementem jest duży zamek na wzgórzu), herb z trzema głównymi kolorami i orłem w części centralnej, hasło lub dewiza na środku strony: „Wirtualne państwo – realne emocje!” i – cytowane już wezwanie do akcji – „Zostań Sarmatą!”⁶.

Na stronach niektórych mikronacji występują charakterystyczne teksty powitalne sprzyjające perswazji. Ciekawą językową formę znajdujemy w Dreamlandzie i Scholandii: „Królestwo Dreamlandu i Scholandii jest państwem otwartym na nowe osoby, które chcą wnieść swoje pomysły i idee. Na terenie Królestwa można realizować swoje własne zainteresowania oraz aspiracje. Jako mieszkaniec Dreamlandu i Scholandii masz możliwość eksplorowania oraz współtworzenia takich dziedzin życia jak polityka, dyplomacja, kultura czy historia”⁷.

Zachęcanie użytkowników internetu do przystąpienia do Księstwa Sarmacji (oraz innych krajów w sieci) odbywa się poprzez stopniowe ukazywanie rozbudowanego organizmu państwowego zawierającego wszelkie możliwe znane z realnej rzeczywistości elementy państwowotwórcze, ministerstwa, media, szkolnictwo, instytucje naukowe, sportowe, kulturalne itp. Struktura hipertekstu tej symulacyjnej gry pozwala na zagłębianie się w kolejne strony z tekstami, np.: *Ośrodek Analiz Politycznych* jako instytucja utworzony został przez Dyrektora posługującego się nazwą Pavel van der Gibson, a najważniejszą zasadą Ośrodka jest niezależność rządowa i polityczna, brak zaangażowania w sponsoring, brak własnych pieniędzy instytucji, funkcjonowanie o charakterze non profit itp. Apolityczność, bezstronność, niezależność i jasny obraz dotyczący finansów instytucji na pewno przyczynia się do odpowiedniego odbioru całości tekstu i zawartego w nim stanowiska Dyrektora⁸. Postawa taka uchodzi za pożądaną, zwłaszcza w obecnych czasach dostrzeganej przez polskich obywateli korupcji, niestosownego zachowania czołowych polityków, a także niegasnących sporów politycznych,

⁶ <<https://www.sarmacja.org>>, dostęp: 10.10.2023.

⁷ <<https://dreamland.net.pl>>, dostęp: 10.10.2023.

⁸ Zob. <<https://www.sarmacja.org/instytucja/profil/S00376>>, dostęp: 15.10.2023.

sprzyjających rozłamom i kłótniom wśród osób dyskutujących na różne tematy. Innym zachęcającym do wstąpienia w poczet obywateli Księstwa przykładem może być „*Periodyk Zwykłego Człowieka*”, którego Redaktorem Naczelnym jest Santiago Vilarte von Hippogriff. Ciekawy jest tu zwłaszcza krótki opis czasopisma: „Jest to gazeta dla zwykłych ludzi prowadzona przez zwykłego biskupa czyli normalnego człowieka”⁹. „Zwykły” człowiek (ale też „normalny”) w tym kontekście wartościowany jest pozytywnie, szczególnie ze względu na utożsamianie się owej „zwykłości” i „normalności” z szeroko pojmowanym odbiorcą, który najczęściej chce być uznawany za takiego człowieka. Być może chodzi też o sam proces odbioru treści zamieszczanych w periodykach, które nie zawsze są zrozumiałe dla szerszego grona czytelników. „*Periodyk Zwykłego Człowieka*” wyklucza natomiast wszelkie nieporozumienia i niezrozumienie treści artykułów, na które składają się opowiadania i wiersze osób logujących się na stronę Sarmacji. Poezja i inne próby pisarskie twórców tego działu są łatwe w odbiorze, ponieważ język funkcjonujący w przestrzeni v-państw ma takie cechy, które opisane zostały przez Alinę Naruszewicz-Duchlińską, analizującą kulturę zachowań językowych w sieci: „Dążenie do zrozumiałości i naturalności oraz nastawienie na kontakt są jednymi z przyczyn dominacji w internecie stylu potocznego. Cechuje się on m.in. uniwersalnością, emocjonalnością, spontanicznością oraz luźnym podejściem do oficjalnych norm poprawnościowych [...]” (Naruszewicz-Duchlińska 2019: 31).

Instytucje Sarmacji potwierdzają atrakcyjność tej mikronacji – przejawia się ona zarówno w warstwie onimicznej w ramach chrematonimii społecznościowej (zob. Gałkowski 2008: 129), jak i w tekstach występujących na różnych stronach tych instytucji. Rafał Zimny, zestawiając mechanizmy perswazyjne w języku reklamy, pisze o wartościowaniu uznawanym za warunek konieczny perswazyjności – w myśl intencji nadawców: najłatwiej jest wartościować za pomocą słów, zaś w tekstach należy dobierać środki ze względu na ich zdolność wartościującą (Zimny 2010: 125). Znaczenie ma tu wybrane słownictwo opisowo i konotacyjnie wartościujące. Znajdujemy je np. w ciekawych nazwach instytucji i organizacji o funkcji deskrypcyjnej, por. np.: *Mikronacyjna Liga Kobiet*, *Wydawnictwo Intersarmatia*, *Vienbińska Agencja Medialna*, *Teutoński Instytut Historyczny*, *Sarmacki Ośrodek Badań Opinii Społecznej*, *Sarmacka Liga Piłkarska*, *Fundacja Oliwa Nieżywa Ale Sprawiedliwa*, *Góry Złotego Dzwonu*, *Książęca Komisja Wyborcza* i wiele innych. Formy nazewnicze, jak się wydaje, posiadają tu nieco inny typ wartościowania niż ten opisany przez R. Zimnego, grupujący np. wyrazy

⁹ <<https://www.sarmacja.org/instytucja/profil/S00306>>, dostęp: 13.10.2023.

nazywające pozytywne odczucia zmysłowe (jak: „dotyk”, „ciepło”, „miękki”) lub określenia korzystnych uczuć, czynności i stanów („radość”, „przyjemność”, „szczęście”) (Zimny 2010: 125). Jednym ze środków zastosowanych w celu zainteresowania odbiorcy krainą Sarmacji są nazwy realistyczne, utworzone na podobieństwo nazw autentycznych, a także wyzyskiwanie czytelnych schematów nazwotwórczych w procesie ich tworzenia. Należy jednocześnie wskazać odmienność wykreowanej przestrzeni, opisywanej przez charakterystyczne dla niej nazwy własne, występujące choćby w przymiotnikach odrzeczownikowych wskazujących wymyślane obszary geograficzne (*Vienbińska*, *Teutoński*) lub w humorystycznych zestawieniach wyrazów w deskrypcjach jednostkowych (*Sarmacka Liga Piłkarska*), dodatkowo ze zdeformowanymi frazeologizmami (*Fundacja Oliwa Nieżywa Ale Sprawiedliwa*).

Formy pełniące funkcję semantyczną i ekspresywną przyciągają uwagę obserwatorów. Za przykład niech posłuży inna grupa chrematonimów: nazwy medali i odznaczeń. Wartościowanie leksyki jest tu szczególnie istotne, gdyż za pomocą elementów aksjologicznych twórcy tych nazw uwzględniają w procesie komunikacji wzrost poczucia wartości potencjalnych obywateli państwa. Zarówno faleronimy, jak i teksty wyjaśniające te chrematonimy, są wielką zachętą do przystąpienia do społeczeństwa mikronacyjnego, por.: *Medal Pięciolecia* – „nadawany tym, którzy w latach 2002–2007 działali dla Sarmacji”, *Medal Ofiarodawców Sarmacji* – „nadawany tym, którzy wsparli materialnie księstwo Sarmacji”, *Order Wolności – Krzyż Złoty (kl. I)* – „nadawany za wybitne zasługi położone dla chwały i rozwoju Księstwa Sarmacji”, *Medal Koronacyjny Złoty z Mitrą* – „nadawany obywatelom, którzy w dniu koronacji JKM Tomasza Iva Huga (*sic!*) wnieśli znaczący wkład w organizację koronacji”, *Brazowy Wojskowy Medal Zasługi* – „nadawany za zasługi położone dla Książęcych Sił Zbrojnych”. Nadawanie odznaczeń lub inne formy doceniania konkretnych osób danej społeczności sprzyjają tworzeniu pozytywnych emocji, które wiążą się z mikronacją, kreowaniu optymalnego środowiska do „zamieszkania” w nim z innymi, a także generowaniu stanu zadowolenia odbiorców tekstów, ich dobrego samopoczucia związanego z odnalezieniem odpowiedniego, najlepszego z możliwych miejsca dla siebie: w grupie osób połączonych więzią społeczną, polityczną, militarną, kulturową i wreszcie przestrzenną (wirtualną, w sieci). Te zachęcające do życia w wirtualnej wspólnotie społecznej teksty mobilizują do zmiany statusu internauty z obserwatora strony mikronacji na obywatela zaangażowanego w życie państwa (zwłaszcza posiadającego odpowiedni system wynagradzania).

Przejawy perswazyjności widoczne są także w nazewnictwie związanym z hierarchią społeczną występującą w danym v-państwie oraz z jego ustrojem. Nazwa panującego w księstwie czy królestwie odpowiada bowiem ustrojowi

państwa, np. w Księstwie Sarmacji władcą jest *Jego Książęca Mość Arkadiusz Maksymilian* (też jako *Kanclerz* wchodzi w skład *Rady Ministrów*), zaś jego Dwór tworzą ponadto *Herold Koronny* i *Marszałek Dworu*. W Sarmacji funkcjonuje poza tym *Rada Ministrów*, *Sejm*, *Trybunał Koronny*, *Prefektura Generalna*, *Korpus Administracji Rządowej*, *Senat*, *Służba Dyplomatyczna Jego Książęcej Mości* i *Naczelna Izba Architektury*. Zbiór tych nazw organów państwowości w znacznej mierze jest odbiciem nazewnictwa związanego z realną władzą ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą. Odbiorca zakładki „Władze” ze strony Sarmacji może odnieść wrażenie, że trafił właśnie na praworządne księstwo, w którym panuje ład i porządek oraz rządzą jasne zasady współżycia społecznego. Jego dalsza analiza sytuacji sprowadza się do wniosku, że na jakimś stanowisku może powstać wakat, a on będzie wówczas najodpowiedniejszym kandydatem na to stanowisko. Struktura społeczeństwa i władzy staje się bowiem często przyczyną przystąpienia do wirtualnej wspólnoty.

O tym, jak istotny jest awans społeczny dla mieszkańców Sarmacji, pisze Zbigniew Bierzyński w artykule na temat wyznaczników statusu we wspólnocie wirtualnej na przykładzie profili obywateli tego v-państwa (Bierzyński 2022: 303–319). Autor przytacza obowiązujące w Księstwie tytuły książęce, arystokratyczne (np. diuk-wojewoda, diuczessa-wojewoda, markiz, markiza, hrabia, hrabina) i szlacheckie (baron, baronessa, baronet, baronetessa, kawaler, szlachetna dama) (Bierzyński 2022: 309). Tytuły te nadawane są przez Księcia, sam tytuł natomiast widoczny jest w profilu mieszkańca, a obok niego znajduje się korona rangowa. Sprawdźmy ten układ językowo-obrazowy na konkretnym przykładzie ze strony Księstwa Sarmacji: w zakładce „Mieszkańcy” pojawiają się spisy Mieszkańców, Obywateli, Szlachty i Arystokracji, Lenników, Aktywnych, Wojskowych, Naukowców, Imigrantów i Nowych. Z jednej z grup wybieramy obywatela (np. Avril von Levengothon), otwieramy jego podstronę z różnymi informacjami, m.in. z biogramem stworzonym na potrzeby gry, odczytujemy też aktywność i pozycję społeczną – przede wszystkim z obrazów, na które składają się: rysunek herbu z koroną rangową i podpisem (typu: „Jaśnie Oświecony Avril von Levengothon herbu Jasińczyk, Diuk-Wojewoda Purpurowego Wichru, Testowego Lenna”), a także odznaczenia (kolorowe, ciekawie zaprojektowane wizerunki orderów i medali). Dla potencjalnego mieszkańca v-państwa, ukrytego za wybranym awatarem i nickiem, dwa typy tekstów tutaj omówionych budują strony z atrakcyjną ofertą, dzięki której przystępuje on do wybranej społeczności w sieci.

Pozytywne wartościowanie państwa przejawia się także w sposobie jego prezentacji jako mikronacji długo istniejącej w sieci, np.: „Jedno z najstarszych,

a także największe i najaktywniejsze, istniejące od maja 2002 roku, państwo wirtualne. Wspaniałe miejsce do realizacji swoich marzeń i pomysłów. Pochozimy stąd!” (Księstwo Sarmacji); „Królestwo Dreamlandu i Scholandii to najstarsze państwo wirtualne, założone 1 sierpnia 1998 roku”¹⁰ – dawność mikronacji przemawia za jej potęgą: im starsze państwo, tym trwalsze, silniejsze, mające cechy prawdziwego mocarstwa.

Strony internetowe z „rozmieszczonymi” na nich wirtualnymi społeczeństwami zawierają treści złożone z różnych znaków, których kompilacja wpływa na funkcję perswazyjną analizowanych tekstów. Hipertekst gry ze swoimi ważnymi składnikami zachowuje się podobnie do reklamowanego produktu, dlatego można proces przyciągania obywateli do v-państwa za pomocą słów i obrazów zestawzić z niektórymi fazami komunikatu reklamowego, np. ze wzbudzeniem zainteresowania odbiorcy na początku, następnie ze schematem gry intertekstualnej, wykorzystującym stylizację (na stronach państw wirtualnych też odkrywamy wymyślone przez twórców gry i graczy dokumenty państwowe, pieśni, hymny, biblioteki z dziełami literackimi, opowiadania graczy, czasopisma z artykułami, komunikaty urzędowe, sprawozdania, herby, mapy, odznaczenia, medale itp.), schematem kreowania bohatera zadowolonego z życia (może być to „prototyp” obywatela), z argumentowaniem i zasadą kontekstu perswazyjnego polegającą na zgraniu elementów logicznych i emocjonalnych, a także wywołaniem u odbiorcy chęci posiadania przedmiotu reklamy (tu właściwie chodzi o wejście do społeczności w sieci, bycie obywatelem v-państwa)¹¹.

Należy jeszcze wspomnieć o ikonicznym składniku gry o funkcji ludycznej, bez którego tworzenie sieciowej mikronacji nie miałoby sensu – chodzi o mapy kreowanych krain oraz innych obiektów geograficznych (typu miasta, wioski, części miejscowości, terenów niezamieszkałych itd.). Nie tylko w grach symulacyjnych mapy są najistotniejszym przedsięwzięciem w całym procesie tworzenia takiej rozrywki. Znaczący temat przypomina o pracach kartografów jeszcze przed czasami gier komputerowych, kiedy popularne były gry planszowe, np. *Ryzyko* czy *Boże Igrzysko* (Chądzyńska, Gotlib 2015: 235–244). Obecne gry oraz tworzone na ich potrzeby mapy państw lub kontynentów związane są z technikami komputerowymi. Obraz, grafika, dźwięk i różne typy tekstów językowych tworzą całość w ramach świata przedstawionego gry – jako programu komputerowego. Obserwator

¹⁰ <<https://dreamland.net.pl/podstawowe-informacje>>, dostęp: 25.09.2023.

¹¹ Są to niektóre cechy i fazy reklamowania produktu przedstawione przez Piotra Lewińskiego w rozdziale *Retoryka reklamy* w pracy *Wiedza o reklamie. Od pomysłu do efektu* (zob. Lewiński 2010: 201–205).

takiego tekstu kultury, wybierając konkretną grę, na początku ocenia świat na podstawie jego graficznej reprezentacji, wybiera wreszcie dany model świata, który odzwierciedla w miarę wiernie świat realny (por. mapę USA w *Neuroshimie*) lub odwrotnie – przedstawia świat fantastyczny (por. mapy z gry *Wiedźmin*). Tworzenie map to ważna czynność: ich twórcy wyzyskują „metodykę kartograficzną oraz koncepcję systemów informacji przestrzennej” (Chądzyńska, Gotlib 2015: 242), ponieważ nawet w fantasy kierunki i odległości między punktami naniesionymi na mapę powinny się zgadzać z opowieścią wyrażoną słowami, muszą być logiczne. Mapy polskich mikronacji ewoluują, zmieniają się od 2004 r., a mapę z 2018 r. na stronie *Mikropedii* dostrzegamy jako ostatnią¹². Dodajmy, że takie polskie państwa wirtualne, jak Elderland, Nupia, Solardia, Skytia, Wandystan, Baridas, Scholandia, Dreamland, Sarmacja, Bialenia, Brodria, Samunda, Austro-Węgry i inne, wpisane są w przestrzeń o wymiennie stosowanych nazwach: Mikroświat, Mikronacjoświat, Wirtualny Świat, Wirtualświat lub V-Świat. Potencjalny obywatel ma więc duże pole wyboru przed zalogowaniem się, czyli wejściem, do wybranego królestwa, księstwa czy republiki, a tę ścieżkę wyboru dopełniają dopracowane wizualnie, barwne elementy kartograficzne. A. Naruszewicz-Duchlińska we wspomnianej już pracy na temat języka internetu dostrzega wartość harmonijnego połączenia obrazów (ilustracji) ze słowami, zestawia ponadto zalety takich obrazów, które „urozmaicają przekaz, oddzielają bloki słów i łatwiej budzą emocje, bo są przetwarzane przez mózg szybciej niż tekst” (Naruszewicz-Duchlińska 2019: 76).

Opisane wyżej aspekty światotworzenia to tylko nieliczne formy przyciągania odbiorców do wirtualnych krain. Nie jesteśmy w stanie wskazać wszystkich, ponieważ nie wiemy, na co zwróci uwagę osoba przeglądająca stronę Mikroświata: na mapę, opis krainy, grupę społeczną, możliwość awansu, stworzenie interesującego biogramu, uzyskanie szeregu medali przedstawionych w ciekawych kolorach, na nobliwy tytuł czy jakiś inny element tej przestrzeni. Proces rozpoznania drogi do wirtualnego życia trafnie ocenia Krzysztof M. Maj, pisząc, że gracze mają możliwość współtworzenia własnych narracji i twórczego modyfikowania kodu gry „zgodnie z prosumpcyjnym stylem odbioru typowym dla kultury konwergencji, zachęcającej do emocjonalnego zaangażowania w produkt” (Maj 2017: 196).

Omówione środki językowe spełniają swoją rolę: są w stanie zatrzymać uwagę odbiorcy, a nawet zmienić go w zadowolonego obywatela wybranego

¹² Zmiany polegają głównie na dodawaniu na mapie świata kontynentów z nowymi państwami. Por. <<https://micropedia.fandom.com/wiki/Mikro%C5%9Bwiat#Geografia>>, dostęp: 21.09.2023.

v-państwa. Siła perswazyjna komunikatów na stronach mikronacji tkwi w umiejętnym łączeniu tekstów, obrazów i dźwięków, w ciekawym i urozmaiconym nazewnictwie, dotyczącym światów fantastycznych, zróżnicowanych formach gramatycznych (np. tryb rozkazujący przypominający wezwanie do działania), w elementach języka marketingu (atrakcyjnie przedstawiona oferta, CTA, interesujące teksty reklamowe), wreszcie w stylizacji językowej, odpowiadającej kulturze opisywanej epoki.

Analizowane gry w wirtualne państwa mają „charakter społecznościowy i otwarty na innych użytkowników. W ten sposób umożliwiają one komunikację pomiędzy graczami i dzielenie się informacjami” (Bomba 2014: 226). Wymienione w niniejszej pracy aspekty komunikacyjne, służące odpowiedniemu przedstawieniu tworzonej krainy (za pomocą słów i obrazów), są intencjonalne. Cel komunikatów został pokazany wcześniej, podobnie jak niektóre ze sposobów jego realizacji. Podkreślić należy również interakcyjne umiejętności internautów, aby zrealizować pragnienie przebywania w grupie, a nie wykluczenia. Marta Majorek pisze o redefinicji samego pojęcia obywatela, który „zyskuje możliwości kreacyjne, przekładające się na nadawanie wspomnianej przestrzeni pożądanego kształtu. Staje się to tym bardziej możliwe, że mamy do czynienia z tendencjami do powstawania autonomicznych i samoorganizujących się sieciowych organizacji o charakterze dobrowolnym, radykalnie różniących się od tych rozumianych tradycyjnie” (Majorek 2017: 206–207). Wypada zgodzić się również z szukającym przyczyn wspólnotowości Piotrem Siudą, który przekonuje, że uczestnikom takich grup nie chodzi o więź terytorialną, lecz o „podobieństwo zainteresowań, poglądów lub wartości”, doskonale środowisko cyberprzestrzeni, intencjonalność społeczności wirtualnych, w których członkowie uczestniczą „z własnej woli, mając całkowitą swobodę i wolność wyboru niespotykaną w żadnych społecznościach organicznych” (Siuda 2006: 183). Twórcy mikronacji i osoby zarządzające treściami w tekstach pojawiających się na stronach państw w sieci dostrzegli możliwości tkwiące w życiu *online* owych społeczności, w angażowaniu obywateli v-państw w różne formy działalności, dlatego ich priorytetem jest zarządzanie państwem, które pręźnie się rozwija i ma wielu obywateli. Aby ich zdobyć, kreatorzy hipertekstów naszej formy rozrywki łączą artyzm wpisany w szatę graficzną tworzonych stron z jakością tekstów na nich publikowanych, co się składa na wartość danego v-państwa, a dalej – na liczbę jego mieszkańców.

Literatura

- Bierzyński Z. (2022): *Język i obraz jako wyznaczniki statusu we wspólnocie wirtualnej na przykładzie profili obywateli i obywaterek Księstwa Sarmacji*. „Tekst i Dyskurs = Text und Diskurs” 16, s. 303–319.
- Bomba R. (2014): *Gry komputerowe w perspektywie antropologii codzienności*. Toruń.
- Bova B. (1989): *Rola science fiction*. [W:] *Spór o SF. Antologia szkiców i esejów o science fiction*. Wybór R. Handke, L. Jęczynek, B. Okólska. Poznań, s. 342–347.
- Chądzyńska D., Gotlib D. (2015): *Mapy w grach komputerowych – spektrum zastosowań*. „Polski Przegląd Kartograficzny” 47/3, s. 235–244.
- Domaciuk-Czarny I. (2010): *Nazewnictwo mikronacji w rzeczywistości wirtualnej (na przykładzie polskich stron internetowych)*. [W:] *W świecie nazw. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Czesławowi Kosyłowi*. Red. H. Pelcowa. Lublin, s. 91–102.
- Eco U. (2012): *Po drugiej stronie lustra i inne eseje. Znak, reprezentacja, iluzja, obraz*. Przekład J. Wajs. Warszawa.
- Gałkowski A. (2008): *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*. Łódź.
- Graaf V. (1975): *Homo futurus. Analiza współczesnej science fiction*. Przekład Z. Fonferko. Warszawa.
- Grodziński E. (1979): *Imiona własne, imiona pospolite a deskrypcje jednostkowe*. „Poradnik Językowy” 1, s. 19–23.
- Grzenkowicz M. (2021): *Tycipaństwa. Książniczki, bitcoiny i kraje wymyślone*. Poznań.
- Klastrup L. (2017): *Światowość EverQuestu: odkrywając dwudziestopięciowieczną fikcję*. „Teksty Drugie” 3, s. 87–115.
- Kowalczyk K. (2020): *Edukacyjne cechy gamingu*. „Homo Ludens” 1(13), s. 90–102.
- Lewiński P. (2010): *Retoryka reklamy*. [W:] *Wiedza o reklamie. Od pomysłu do efektu*. Red. K. Janiszewska i in. Warszawa–Bielsko-Biała, s. 177–215.
- Maj K.M. (2015): *Allotopie. Topografia światów fikcyjnych*. Kraków.
- Maj K.M. (2017): *Słowo gra znaczy świat. Przestrzeń gry wideo w kognitywnej teorii narracji*. „Teksty Drugie” 3, s. 192–209.
- Majorek M. (rec.) (2017): *Justyna Wojniak: Obywatel w Społeczeństwie sieci. Warunki i narzędzia społecznej partycypacji w ponowoczesnym świecie [Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2016, 227 s.]*. „Państwo i Społeczeństwo” 3, s. 205–207.
- Naruszewicz-Duchlińska A. (2019): *Kultura zachowań językowych w internecie*. Warszawa.
- Polaczek-Bigaj M. (2017): *Rola odbiorcy we współczesnym przekazie medialnym*. „Państwo i Społeczeństwo” 3, s. 191–202.
- Siuda P. (2006): *Społeczności wirtualne. O wspólnotowości w społeczeństwie sieciowym*. [W:] *Oblicza Internetu, Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*. Red. M. Sokołowski. Elbląg, s. 179–186.
- Warchała J. (2019): *Formy perswazji*. Katowice.
- Zgorzelski A. (1980): *Fantastyka, utopia, science fiction*. Warszawa.
- Zimny R. (2010): *Język reklamy*. [W:] *Wiedza o reklamie. Od pomysłu do efektu*. Red. K. Janiszewska i in. Warszawa–Bielsko-Biała, s. 103–146.

