

**KATARZYNA KONDZIOLA-PICH**

Uniwersytet Szczeciński, Szczecin

## **CHARAKTERYSTYKA DYREKTYWNYCH AKTÓW MOWY WYSTĘPUJĄCYCH W HEJCIE INTERNETOWYM**

Słowa kluczowe: hejt internetowy, dyrektywne akty mowy, agresja językowa.

### **STRESZCZENIE**

Artykuł prezentuje wyniki badań na temat występowania dyrektywnych aktów mowy w hejcie internetowym. Podstawę materiałową stanowią komentarze znajdujące się pod artykułami zamieszczanymi w jednym z serwisów plotkarskich, w którym publikowane są treści dotyczące życia celebrytów i ludzi ze sfery show biznesu. Przeprowadzona analiza pokazuje, że zachowaniem hejterów nie kieruje jedynie potrzeba wyładowania agresji poprzez deprecjonowanie i obrażanie, ale także chęć wpłynięcia na postawy i zachowania innych ludzi. W tym celu stosują oni strategie, które odpowiadają dyrektywnym aktom żądania, rady, zalecenia, pouczenia, instruowania i grożenia.

### **WPROWADZENIE**

Internet uznaje się za specyficzną przestrzeń komunikacyjną, w ramach której wylaniają się nowe formy integracji społecznej. Internetowe relacje między ludźmi są bardzo podobne do związków tworzonych w kontaktach bezpośrednich, a różnice między komunikacją bezpośrednią i elektroniczną zacierają się (Morreale, Spitzberg, Barge 2008: 260). Wydaje się jednak, że tezie tej zaprzecza aktywność internautów, którzy na licznych forach internetowych tworzą agresywne wypowiedzi i pozbawione merytorycznego uzasadnienia skrajnie negatywne opinie. Do ataków werbalnych o nienawistnym charakterze zachęca panująca w Internecie anonimowość, a komunikacja w sieci często zawiera antyspołeczne postawy, których ilość w znacznej mierze przekracza podobne zachowania w kontaktach bezpośrednich. I mimo tego, że analizy ilościowe dowodzą, iż agresywne, obraźliwe i nienawistne komentarze stanowią zaledwie 1%–2,5% wszystkich wypowiedzi w Internecie (Wajs 2016: 66–67), to siła ich oddziaływania jest znacznie większa i w poważny sposób deformuje prawdziwy obraz stosunków międzyludzkich. Jak przekonuje A. Naruszewicz-Duchlińska,

to złudzenie wynika m.in. z tego, że w zachowaniach społecznych dominuje tzw. inklinacja pozytywna, powodująca, że pozytywne i neutralne komunikaty są uznawane za normę, niezaskłującą na zainteresowanie, a wzmoczoną uwagę zyskują informacje negatywne (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 8).

Celem niniejszego artykułu jest próba przeanalizowania agresywnych komentarzy internetowych pod kątem występowania w nich dyrektywnych aktów mowy. Są to działania językowe o charakterze nakłaniającym, pobudzające adresata do wykonania bądź zaprzestania wykonywania określonych zadań, również o charakterze mentalnym<sup>1</sup>. W klasyfikacji tego typu zachowań językowych jednym z warunków podziału jest wartość pragmatyczna aktów mowy w odniesieniu do konieczności bądź braku konieczności zrealizowania zaproponowanego działania (Komorowska 2008: 27). Zgodnie z tym dyrektywne akty mowy dzielimy na zobowiązujące i niezobowiązujące. W przypadku pierwszych niewykonanie zaproponowanego działania pociąga za sobą określone sankcje. Do tej grupy należą: polecenia, rozkaz, zakaz, nakaz, żądanie. W aktach niezobowiązujących odbiorca może, lecz nie musi, postąpić zgodnie z zaleceniem nadawcy, a odmowa nie wiąże się z żadnymi sankcjami, może jedynie wpłynąć negatywnie na interakcje między interlokutorami w przyszłości. Do tej grupy zaliczamy: prośbę, propozycję, radę, objaśnienie (w tym instrukcję i wskazówkę) oraz zalecenie (Komorowska 2008: 27).

W przypadku komentarzy internetowych zaproponowany podział na dyrektywne akty zobowiązujące i niezobowiązujące przestaje być tak jednoznaczny i łatwy do zaobserwowania. Dzieje się tak dlatego, że anonimowość, która ośmiela internetowych nienawistników, powoduje także zachwianie hierarchii społecznej i zniekształcenie jej obrazu w kontaktach internetowych:

W Internecie nie funkcjonują zwyczajowe hierarchie społeczne, uwarunkowane prestiżem zawodowym, statusem zawodowym czy materialnym. Jest to środowisko egalitarne, co pozbawia jego użytkowników zahamowań płynących z konieczności dostosowania się do określonych schematów komunikacyjnych, nakazujących np. okazywanie szacunku osobom starszym (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 51).

W komunikacji bezpośredniej zobowiązujące akty mowy mogą zaistnieć w kontekście, w którym nadawca znajduje się w hierarchii społecznej ponad odbiorcą (posiada wyższy status społeczny, pełni nadrzędną funkcję, sprawuje nadzór, jest starszy itp.) bądź po prostu w danej sytuacji komunikacyjnej odgrywa ważniejszą rolę (jest bardziej doświadczony, jest znawcą poruszanego tematu itp.). Taki układ społeczny obrazuje na przykład komunikacja pomiędzy rodzicem a dzieckiem, w której rodzic kieruje do dziecka żądanie. Innym przykładem jest rozmowa profesora ze studentem, podczas której profesor udziela studentowi rady.

W komunikacji internetowej wszelkie granice hierarchiczne istniejące w rzeczywistości pozawirtualnej są zatarte, a komentatorzy próbują odtworzyć formę układu społecznego, na czele którego sytuują siebie samych (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 52). Ośmiela ich to do narzucania własnej woli poprzez formułowanie żądań, rad, poleceń, rozkazów, czyli wypowiedzi o charakterze dyrektywnym. W bezpośrednim kontakcie z rozmówcą zapewne nie pozwoliliby sobie na takie zachowania komunikacyjne, ponieważ z punktu widzenia hierarchii społecznej i wynikających z niej uprawnień nie

<sup>1</sup> W tym rozumieniu dyrektywnymi aktami mowy są również wypowiedzi nakłaniające do osiągnięcia określonych stanów psychicznych, np. *Nie bój się!*; *Przestań się przejmować*; *Nie myśl o tym więcej* itp.

byłoby to możliwe. W Internecie natomiast nadają sobie to uprawnienie samodzielnie, przypisując sobie rolę nadrzędną w stosunku do pozostałych internautów.

### HEJT W KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ

W badaniach na temat hejtu internetowego jednoznacznie wskazuje się na pochodzenie tego słowa od angielskiego leksemu *hate* – nienawiść, nienawidzić (Juza 2015: 29, Niepytalska-Osiecka 2014: 345, Gawrol 2016: 305). Jednakże samo słowo *hejt* bywa definiowane na kilka sposobów. U. Podraza twierdzi, że są to agresywne, pozbawione merytorycznych argumentów wypowiedzi online. „Hejt najczęściej kojarzy się z działaniami mającymi innych skrzywdzić lub ośmieszyć złośliwym przedstawianiem osób lub wydarzeń, szerzeniem języka nienawiści” (Podraza 2017: 34). W potocznym rozumieniu hejt bywa traktowany jako synonim *mowy nienawiści* (ang. *hate speech*), jednakże pojęcia te należy rozróżnić. Zakres i znaczenie mowy nienawiści precyzują przepisy Kodeksu karnego, określając ją jako nawoływanie do nienawiści na tle różnic narodowościowych, etnicznych, rasowych albo wyznaniowych (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 16). Jest to poniżanie, wyszydzanie i oskarżanie grupy lub jednostki z powodów po części od niej niezależnych, takich jak płeć, orientacja seksualna, kalectwo, przynależność do grupy społecznej, terytorialnej, do określonego zawodu czy mówienie określonym językiem (Gawrol 2016: 305). Pokrewnym zjawiskiem jest dyskurs wykluczenia, oznaczający dyskryminację określonych grup społecznych poprzez ich wykluczenie i uniemożliwienie im współtworzenia społeczeństwa, do którego przynależą (Witosz 2010: 11).

Na wulgarny i ordynarny język internetowych nienawistników zwraca uwagę M. Juza i charakteryzuje hejt jako

formę dewiacyjnych zachowań podczas publicznych dyskusji internetowych. Polega ono [hejterstwo] na używaniu obelżywego języka, pogardliwej ocenie różnych zjawisk, znieważaniu zarówno rozmówców, jak i różnych innych podmiotów oraz na wyrażaniu agresji i nienawiści pod ich adresem (Juza 2015: 29).

Definicja ta zakłada, że hejter używa obelżywego języka, a tymczasem – jak wskazują inni badacze – nie jest to element obowiązkowy tego zjawiska komunikacyjnego (Wajs 2016: 61).

W niniejszym artykule słowo *hejt* rozumiane jest za A. Niepytalską-Osiecką jako ‘zamieszczona w komentarzu internetowym nienawistna wypowiedź krytykująca jakieś zdarzenie, czyjąś postawę lub jakąś osobę’ (Niepytalska-Osiecka 2014: 345). Jej celem jest wyładowanie agresji (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 16).

Badacze hejtu internetowego wskazują na kilka charakterystycznych cech tego zjawiska. Jedną z nich jest anonimowość i poczucie bycia niewidzialnym (Juza 2015: 38). Przy czym nie chodzi tu o rzeczywistą anonimowość, bowiem jak pokazują liczne sprawy sądowe wytoczone przeciwko internetowym nienawistnikom, zidentyfikowanie anonimowego użytkownika nie jest niemożliwe. Poczucie anonimowości odnosi się

do braku możliwości zidentyfikowania rozmówcy w rzeczywistym czasie internetowej konwersacji, co może prowadzić do wyzbycia się jakichkolwiek zahamowań oraz łamanie norm społecznych i komunikacyjnych. To z kolei doprowadza do radykalizacji wygłaszanych poglądów i przyjmowania bardziej krańcowych postaw. Okazywanie ich nie stanowi dla hejtera żadnego problemu, ponieważ ma on świadomość, że prawdopodobnie nie zostanie zidentyfikowany przez interlokutorów, a więc nie będzie narażony na bezpośrednią z nimi konfrontację.

Anonimowość i efekt polaryzacji to nie jedyne cechy hejtu. Na jego rozprzestrzenianie się mają także wpływ właściciele portali internetowych, dla których wysoki poziom emocji spowodowany agresywnymi zachowaniami internautów pośrednio pełni funkcję marketingową (Naruszewicz-Duchlińska 2015: 111). Nienawistne komentarze nakręcają internetowy kołowrotek, przyczyniając się do większej aktywności użytkowników, a co za tym idzie – większej liczby wyświetleń treści zamieszczanych na tych portalach. Tę zasadę potwierdzają badania przeprowadzone na potrzeby niniejszego artykułu.

Wszystkie omówione przykłady pochodzą z plotkarskiego serwisu internetowego „Pudelek”, w którym publikowane są treści dotyczące życia celebrytów<sup>2</sup> i ludzi ze sfery show biznesu. Przeanalizowano łącznie 2932 komentarze, które zostały zamieszczone pod artykułami o następujących tytułach: *Nergal w tunice pokazuje orla w sądzie* (457 komentarzy); *Kret nęka Tadelę SMS-ami. „Zarzuca jej, że źle wyciskała soki”* (578 komentarzy); *„Gwiazdy” na premierze nowego „Pitbulla”: męska Doda, Edyta Pazura, Roxi Gąska, Angelika Fajcht...* (609 komentarzy); *Muzyk, któremu urodziło się dziecko z Zespołem Downa namawiał żonę do aborcji. „Przeszedłem kryzys człowieczeństwa”* (826 komentarzy); *Gosia i Radek też zafundowali sobie nowe zęby?* (462 komentarze). Wszystkie przykłady zostały przytoczone w oryginalnej formie językowej i graficznej.

Pierwszy etap analizy polegał na wyeliminowaniu spośród wszystkich komentarzy tych, które nie są hejtem. Przyjęto wstępnie, że są to wypowiedzi nieposiadające elementu emocjonalnego i charakteru oceniającego. W grupie prawie trzech tysięcy komentarzy znaleziono jedynie trzy, które spełniały to kryterium: pytanie *Dlaczego nie mogę lajkować?*, zachętę *Proszę wysłać komentarze* oraz komentarz do zdjęć zamieszczonych pod artykułem *Jutro obejrzę*. Dane te, choć nie są bezpośrednim przedmiotem niniejszej analizy, wydają się być dość zaskakujące i z pewnością warto je wyeksponować. Być może przeważająca liczba komentarzy o charakterze oceniająco-emotywnym wiąże się z tym, że zostały one umieszczone w serwisie plotkarskim, nastawionym na sensację oraz ocenę celebrytów – ich wyglądu, sposobu życia, twórczości i zachowań. Takie tematy zawsze wywołują emocje i skłaniają do wyrażania własnych opinii. Nie bez znaczenia jest także charakter samych artykułów. Z pewnością nie są to gatunki informacyjne, a teksty w dużym stopniu subiektywne, oceniające i deprecjonujące. Ich

<sup>2</sup> Słowo *celebryta* (ang. *celebrity*) upowszechniło się w języku polskim wraz ze wzrostem popularności internetowych serwisów plotkarskich i potocznie definiowane jest jako ‘człowiek znany z tego, że jest znany’ (Olczyk 2013: 72). W niniejszym artykule przyjmuje się, że celebryta to ‘znana powszechnie osoba (np. aktor, muzyk, dziennikarz, polityk), której życie prywatne jest obiektem zainteresowania mediów, zwłaszcza plotkarskich; celebryta zwykle sam udostępnia dziennikarzom informacje o sobie, chcąc z tego czerpać korzyści’ (Dobryślownik.pl 2018).

styl i forma narzucają odbiorcom określone interpretacje, często podburzając do wyrażania krytyki i negatywnych ocen.

Kolejnym etapem analizy było wyłonienie komentarzy, które nie zawierały nienawistnych wypowiedzi krytykujących zdarzenia, postawy bądź osoby. Okazało się, że najwięcej komentarzy o pozytywnych treściach otrzymał artykuł o muzyku, któremu urodziło się dziecko z zespołem Downa. Był to jedyny tekst zawierający treści światopoglądowe dotyczące aborcji, rodziny i wiary. Poruszanie tak ważnych etycznie zagadnień spowodowało, że uaktywnili się internauci o skrajnych poglądach dotyczących omawianych kwestii. Nie zabrakło wśród nich zwolenników obrony życia poczętego. Ich komentarze wyrażały podziw i pochwały dla opisywanego muzyka, co odzwierciedlają przytoczone wypowiedzi: *Prawdziwy mężczyzna; Brawo za szczerość i wielkie serce; Miłość zwycięży świat. Dobrego dnia Wam wszystkim; Życie jest bezcenne; To bardzo dobra decyzja. Powodzenia; Szacun człowiek. Mężczyzna z klasą; Piękne świadectwo*. Pod pozostałymi analizowanymi artykułami można było znaleźć tylko pojedyncze komentarze, w których internauci jednoznacznie wyrażali swoje pozytywne oceny, np. *Pani Beatko, Kocham Panią; Fajnie; Gonia jest śliczna; Radek jest w porządku; Bardzo ładnie*.

Zdecydowana większość komentarzy to wypowiedzi o charakterze hejtu. Wyłoniono z nich te, które zawierały cechy dyrektywnych aktów mowy.

#### DYREKTYWNE AKTY MOWY W HEJCIE INTERNETOWYM

Punktem wyjścia analizy był podział dyrektywnych aktów mowy na zobowiązujące i niezobowiązujące, zaproponowany przez E. Komorowską (2008). W przeanalizowanym materiale odnaleziono jednak tylko niektóre akty mowy z klasyfikacji wspomnianej badaczki. Należą do nich: żądanie (akt zobowiązujący) oraz rada, zalecenie, instrukcja i wskazówka (akty niezobowiązujące). Poza tym wyłonione zostały działania językowe, w których zauważa się nie jeden, a dwa aspekty illokucyjne, tj. pouczenie i upomnienie o funkcji dyrektywno-emotywniej oraz groźbę o charakterze dyrektywno-komisywnym. Wydaje się, że choć akty te nie występują w podziale E. Komorowskiej, to w przytaczanych kontekstach należy je traktować jako pobudzające do działania akty dyrektywne. I jako takie również zostały poddane analizie.

#### 1. ŻĄDANIE

Akty żądania bywają różnie charakteryzowane przez badaczy. Zdaniem A. Awdiejewa są one najmocniejszymi aktami nakłaniającymi (Awdiejew 2007: 133), zaś E. Komorowska uważa, że można je uznać za formę przejściową między prośbą a rozkazem i potraktować jako rodzaj kategorycznej prośby (Komorowska 2008: 176). Rozkaz opiera się na różnicy w roli zawodowej między rozmówcami, zaś w żądaniu nadawca nie kieruje się władzą wyznaczoną służbowo, a jedynie własnym przekonaniem, że ma prawo wymagać od rozmówcy określonego w komunikacie działania. Przekonanie to opiera się na indywidualnym poczuciu nadrzędności społecznej. W razie niewypełnienia woli nadawcy, może on

zastosować w stosunku do odbiorcy sankcje praktyczne. Te akty mowy mają zazwyczaj charakter poleceń, które zakładają nadrzędną rolę społeczną żądającego.

W hejcie internetowym warunek nadrzędności społecznej nadawcy nie jest spełniony, ponieważ internauci są dla siebie nawzajem anonimowi. W związku z tym ewentualne nałożenie sankcji na odbiorcę odmawiającego wykonania polecenia jest trudne. Dlatego też nadawca musi zastosować środki o wysokim stopniu kategoryczności. Poza nacechowanym emocjonalnie słownictwem, potoczizmami i wulgaryzmami, są to także:

1. Równoważniki zdań, które nadają dynamiczność i kategoryczny charakter całej wypowiedzi, np.:

- (1) *Do pierdla z gadem.*
- (2) *Nie, pajace do cyrku!*
- (3) *Ruskie trole do Rosji!!!!*
- (4) *Na stos z nim.*
- (5) *ZAMKNAĆ KURWĘ NA ROK TO ZMADRZEJE!*

2. Formy trybu rozkazującego, których użycie sprawia, że znika bariera oficjalności, a nadawca zwraca się do odbiorcy w sposób bezpośredni, jakby znał go osobiście. Takie rozkazy implikują nadrzędność nadawcy względem odbiorcy, np.:

- (6) *satanisto nie łzyj teraz pełne pory;*
- (7) *Pudelek ! Daj nam spokój z majdanami !*
- (8) *dajcie sobie na luz z tymi paszetami i prostakami Stare prostaki i zeroce Dajcie foto fajnej d\*\*ya nie ta dwójke p\*\*\*bow pokazujecie;*

3. Formy opisowe trybu rozkazującego utworzone przy pomocy partykuły *niech* i czasownika w 3 osobie liczby pojedynczej lub mnogiej trybu oznajmującego, np.:

- (9) *Niech trzyma dziób na wodzy.*
- (10) *Niech pojedzie siedzieć to go nauczysz szacunku.*

4. Stosowanie operatorów wzmacniających funkcję żądania, np. *won, koniec, w końcu, wynocha, precz*:

- (11) *won buraku, bo dostaniesz sraczki pod Maczugą Herkulesa!*
- (12) *Rozenek i Majdan VON!!! A czego oni nie mają sztucznego??? Rozrnek to chyba nic naturalnego nie ma . Nawet usta już wykrzywia jak mówi bo ma tak napompowane. Zęby , włosy, piersi, twarz i co eszcze??? a o tym lowelasie Majdanie to już wole sie nie wypowiadać. Oni muszą zdjęcia w dowodach osobistych pozmieniac bo nie przypominaja siebie*
- (13) *Wżywasz się śmieciu na katolikach bo ci się na to pozwala i wiesz że i tak nic z tym nie zrobimy, wynocha do Arabów.*
- (14) *Koniec. Ten człowiek nie zasługuje aby o Nim pisać. DNO !!!!*
- (15) *Precz z debilami skrobać równo to coś.*
- (16) *Skazać go w końcu!*

5. Czasownik performatywny *proszę*, który nie jest stosowany w funkcji prośby, ale jako perswazyjny operator wzmocnienia żądania:

(17) *Nie piszcie o nich chociaż jeden dzień..... Proszę!!!*

(18) *Przerwijcie już, proszę, ten bezwartościowy serial z Tadłą i Kretem w rolach głównych. To ich prywatne sprawy, smsy - także!*

6. Stosowanie pytań retorycznych, które implikują żądanie. Powodują również, że nadawca występuje w roli nadrzędnej, np.:

(19) *ile można o nich pisać!* (znaczenie pragmatyczne to żądanie o treści 'Nie piszcie już o nich!')

(20) *a to kreciku nie masz dwóch zdrowych łapek żeby sobie jajo usmazyc i soczek pocisnąć??????*  
(deprecjonująca wypowiedź o treści pragmatycznej 'sam przygotowuj sobie posiłki').

## 2. RADA, ZALECENIE

Rada i zalecenie to niezobowiązujące akty mowy, w których nadawca pobudza adresata do działania, leżącego, zdaniem nadawcy, w interesie odbiorcy. Zwykle radzi i zaleca ten, kto posiada ku temu kompetencje, tzn. jest bardziej doświadczony, starszy, stoi wyżej w hierarchii społecznej. W hejcie rad udziela użytkownik, który sam uważa się za kompetentnego. Przy czym charakterystyczne jest to, że w swoich wypowiedziach raczej unika bezpośrednich formuł performatywnych *radzę / nie radzę*, a ucieka się do stosowania form typu *powinieneś, lepiej (będzie), trzeba, może* itp.:

(21) *Kret, powinieneś do PiS wstąpić, a tak to się marnujesz. Partia potrzebuje moralnie określonych działaczy. Dostaniesz wytyczne i będziesz działał na rzecz dobrej zmiany. To jest postawa patriotyczna i bardzo oplacalna. Pomyśl.*

(22) *Gośka co sobie jeszcze zmienisz może mózg z resetuj i wymień bo to tylko ci zostało*

(23) *Trzeba wiedzieć komu Dawac. Taka prawda, troche Moze smutna ale to Fakt.*

(24) *Radziu powinien sobie jeszcze nowy tupecik zafundować.*

(25) *powinna jedynki poprawic !!!!!!!!!!! ZLIKWIDOWAC ZAJACA.*

(26) *Byłoby lepiej żebyś zainwestował w rozum, czy może jest Ci niepotrzebny. Nie wygląd i nie szata zdobi człowieka.*

(27) *lepiej niech sobie poprawią....mózgi ( rozum). Żenada.*

(28) *Zamachem w Smoleńsku byśta się zajeli lepi a nie takie tam jakieś!*

W tego typu wypowiedziach często występuje tryb rozkazujący czasownika oraz krótkie formy równoważnikowe. W ten sposób nadawca próbuje budować swoją pozycję w internetowej hierarchii społecznej:

(29) *to nie moda!!!! to kwestia prawidłowego zgryzu!!!! Idz do dentysty i zadbaj o zęby!!!!*

Wypowiedzi hejterów często posiadają strukturę rady, jednak zawierają w sobie ironię. Polega ona na tym, że zamiast radzić na korzyść odbiorcy, udziela się mu zaleceń

na jego niekorzyść. W ten sposób powstaje specyficzny akt mowy, czyli „antyrada”. Występują w niej formy trybu rozkazującego czasownika oraz partykuła *niech*, np.:

(30) *Swoja matke obrazaj buraku. Znany tylko dzięki Dodzie tani skandalista.*

(31) *TO NIECH JEDZIE DO ROSJI BO WYGLADA JAK RUSKI CZARNOKSIEZNIK I NIECH TAM SRA NA FLAGE BO TO NIE POLAK;*

(32) *Człowieku znieważasz godło strasz na krzyż...po kiego c\*\*\*a tu siedzisz? Świat jest tak wielki i czeka na takich jak ty jedz do Izraela albo Arabów i tam obrażaj.*

### 3. POUCZENIE, UPOMINANIE

Pouczenie jest specyficznym aktem mowy, który łączy w sobie funkcję nakłaniającą i wyrażania emocji. Upominając, nadawca manifestuje swoją dezaprobatę wobec określonego zachowania odbiorcy, a jednocześnie chce wpłynąć na zmianę jego postępowania (Trysińska 2015: 88). Pouczanie to przywilej osoby o wyższej randze społecznej, która rości sobie prawo do wytykania błędów innym. W hejcie internetowym nadawca próbuje zamaniifestować swoją wyższość i posiadanie prawa do pouczania innych, dlatego stosuje strategię autorytetu. W przytoczonych przykładach nadawcy wytykają odbiorcy brak kultury osobistej i dobrego wychowania, implikując tym samym, że sami je posiadają:

(33) *Nawet jakby na siebie wlozyli ZLOTE SZATY to i tak zostana najgorsza para SHOW Biznesu. Zadna szata ani nowe zeby nie czynia człowieka popularnym. , tylko zachowanie kultura osobista a to niestety wynosi sie z domu. Niech w koncu znikna bo patrzec na to nie mozna na te wyglupy.*

(34) *ogladalam ten program i Radziu dobrze wypadl ,malgosie ponosily jak zwykle emocje i ty chcvesz prowadzic program leydy to jakies nie porozumienie ...apel do menadzerow producentow ,osoba ktora ma sama braki w zachowaniu nie ma kinder sztuby nie moze prowadzic taki program chyba ze jako uczestniczka*

Autorzy kolejnych wypowiedzi pouczają odbiorców na temat prawidłowego dbania o piękny uśmiech, kreując się na znawców stomatologii estetycznej:

(35) *Kolor zębów powinno się dobierać do białkówki oka i cery, tak jest profesjonalnie i estetycznie. Ale w niektórych gabinetach, szczególnie dla celebrytów, rządzi pacjent i jego kasa. Jak dentysta chce mieć święty spokój, to i do drzwi od lodówki odcień dopasuje. Wedle życzenia! I chodzą później takie typy świecąc kliniczną tytanową bielą z niebieskim reflekssem. :))) Zamiast zatrzymać się na pięknym, naturalnym, lekko kremowym odcieniu B1/B2. Każdemu według potrzeb!*

(36) *Kolor zębów powinien być taki jak kolor białek ocznych.*

(37) *To nie moda a zły dentysta. Zeby powinny być proporcjonalne do wymiarów twarzy, o czym zapominają niektórzy dentyści.*

### 4. GROŹBA

Groźbę można uznać za szczególny typ przekonywania (Trysińska 2015: 79). Z jednej strony jest ona zobowiązaniem się nadawcy do przyszłego działania, więc należy do grupy komisywów, z drugiej zaś ma na celu nakłonienie odbiorcy do działania, czyli



pełni funkcję dyrektywną. W hejcie groźba łączy się z upominaniem i wytykaniem odbiorcom błędów, przybierając jednocześnie dezaprobujący, obelżywy ton:

(38) *Czekaj ty jepany zk\*\*\*synu. Bedziesz miał nawrót choroby to ci nawet moczu nie oddam . Bóg- obraziles Go, honor-nie wiesz co to jest pedale, Ojczyzna -obrazilesś smieciu moją Polskę. Ty s\*\*\*\*\*e.*

### 5. INSTRUKCJA, WSKAZÓWKA

Instrukcja i wskazówka to dyrektywne akty mowy, w których nadawca skłania adresata do wykonania określonej czynności, przy jednoczesnym przestrzeganiu wskazanej kolejności i uwzględnieniu podanych okoliczności. Dobierając środki językowe w tego typu aktach mowy, bierze się pod uwagę indywidualne zależności pomiędzy rozmówcami, tj. kryteria socjalne, stosunki zawodowe, wykształcenie (Komorowska 2008: 164). W hejcie internetowym wskazówki zawierają często równoważniki zdań oraz operatory perswazji, typu *nie ma co, najlepiej*, np.:

(39) *do pudła zasrańca na długie lata. tylko w dobrze dobranej celi z recydywą jak mu wyprostują kichę stolcową wtedy nauczysz się szanować innych.*

(40) *nie ma co czubow wsadzac, najlepiej pojechać po kieszeni , tak żeby zabolalo i bedzie spokoj, propnuje w tym wypadku 100 tysi.*

### UWAGI KOŃCOWE

Na podstawie analizy zebranego materiału można wyciągnąć również pewne ogólne wnioski na temat głównych cech językowych dyrektywnych aktów mowy w hejcie internetowym. Szczególnie zauważalna jest emocjonalność, która wyraża się w krótkich, związanych formach wypowiedzi, zawierających często wulgaryzmy, np.:

(41) *Nie zesraj się;*

(42) *Niech sobie nowe mózgi wpir.....lq;*

(43) *Do pierdla z nim.*

Kolejna cecha to wielokierunkowość agresji. Wypowiedzi o dyrektywnym charakterze, które zawierają negatywny ładunek emocjonalny i nienawistne treści, mogą być kierowane nie tylko do osób, o których mowa w komentowanym artykule, ale również do jego autora i redaktorów portalu, a także pod adresem pozostałych użytkowników Internetu. Obrazują to poniższe przykłady:

- do opisywanych osób:

(44) *Krecie idź się zakop;*

(45) *Pani Beato ignorować gościa nie reagować na zaczepki. Ten facet będzie zawsze sam bo ma wstrętny charakter. Niech wycisnie sobie mózg. Pan Kret musi się leczyć psychicznie;*

(46) *radku, uważaj, bo ci corega tabs popuści;*

- do autorów artykułu i redaktorów serwisu internetowego:

(47) *Kończenie już z nimi bo już ta żenada ludziom bokami wychodzi. Ona jest wcale nie lepsza i jeszcze bardzo mierna jako dziennikarka. Na prawdę nie ma się czym fascynować;*

(48) *Prześcieście już wymyślać głupoty, kto w to uwierzy? Rozeszli się i już, po co takie bzdety wymyślać?;*

(49) *Uwolnijcie ludzi od tych Majdanow.a ta biala rekawiczka to tragedia;*

- do pozostałych użytkowników Internetu:

(50) *Ludzie obudźcie się. Tacka z Kretem to para oszustów. I to się dzieje na zlecenie tej staruszki z Polsatu;*

(51) *Ta choroba jest wada genetyczna i nie ma nic wspólnego z trybem życia. Dowiedz się zanim powiesz taka bzdure;*

(52) *Znacznie gorzej „wyglonda” twoja polszczyzna!!! To już lepiej niech nie „dbajom o zemby” niż, żeby nie potrafili pisać po polsku!*

Charakterystyczne dla dyrektywnych aktów mowy w hejcie internetowym jest także deprecjonowanie poprzez stosowanie potocznego słownictwa, np. *ogarnij się; od godła wara; ćpanie; nie ma co czubów wsadzać; won buraku; luzer; ćwok; prymityw; do ciupy z nim; dziunia; przylansować* itp. Spotyka się również hybrydy językowe, np. *ajwajowanie, gnooj*:

(53) *własnie i to jest to ze byle cymbal , "odpowiedniego" pochodzenia obraza uczucie Polaków znieważa godło Polski / zyd nergal zyd kopacz gówna resortowy powiatowy/ i sa nietykalni jak kasta sedziowska Niech spala koran albo niech gwiazde dawida wsadza w gówno Zobaczycie jakie bedzie ajwajowanie na caly swiet Polaku nie daj sie takim gnidom upokazac Nikgdy wiecej poblażania.*

(54) *S\*\*\*\*\*!!!! Gnooj, wynocha z Polski.*

W komunikacji bezpośredniej większa siła głosu nadawcy wiąże się z prawdopodobieństwem większego wpływu na odbiorcę, dlatego też hejterzy często szukają sposobu na to, aby ich internetowe wypowiedzi zostały odebrane jako krzyk. W tym celu stosują zapis wersalikami, co ma być graficznym odpowiednikiem wysokiego poziomu głośności, np.:

(55) *Dlaczego nie pieszysz Pudelku że dosadził sobie WŁOSY!!!!*

(56) *DO BUDY;*

Stosują także reduplikację liter, demonstrując w ten sposób swoje emocjonalne nastawienie do omawianego tematu i podkreślając oceniający charakter wypowiedzi:

(57) *ja tez mam swoje poglady i nie lubie prania mozgu, ale nie robie tanich skandali pod publiczke. takie prowokacje religijne , narodowe, to jest baaardzo niskich lotow.*

W analizowanych przykładach często pojawiały się graficzne kombinacje liter ze znakami interpunkcyjnymi i diakrytycznymi. Taki zabieg służy ukryciu oczywistego wulgaryzmu, np.:

(58) *wypad k,,,,,,,,,wo na drzewo;*

(59) *P\*\*\*b juz kiedyś mówiłem ze ktoś ryja powinien mu obić najpierw na krzyż teraz na godło co za kolo p\*\*\*b p\*\*\*b p\*\*\*b;*

(60) *Ty sp.....!*

Emocjonalność wypowiedzi hejterów często bywa sygnalizowana i uwypuklana za pomocą multiplikacji znaków interpunkcyjnych, szczególnie w zdaniach wykrzyknikowych i pytajnych:

(61) *Helo!!!! Ladne, zadbane zeby to wizytowka czlowieka!!!!!! Mamy XXI wiek!!!!!! Czemu tak irozujecie????? Wstyd!!!! Stan uzebiecia wiekszosci Polakow znacząco odbiega od sredniej swiatowej!!!!!! Zrobcie news dnia,ze ktos bierze prysznic rano!!! i zmienia bielizne kazdego dnia!!!!!!*

(62) *przyjrzyjcie sie malgoni na tym czarno białym zdjeciu, straszna jest ta kobieta zniekształcona do kwadratu. jak mozna na sile promowac takich pierdli?????????*

Analiza dowiodła również, że celem hejterów nie jest jedynie werbalne wyładowanie agresji, krytyka i deprecjonowanie. Wydaje się bowiem, że internetowi nienawistnicy chcieliby wpływać na innych, nakłaniając ich do konkretnego działania czy narzucając im określony sposób myślenia. W tym celu stosują strategie, które odpowiadają aktom mowy z grupy dyrektywów. Należą do nich m.in.: żądanie, rada (z „antyradą”), zalecenie, pouczenie, upominanie, instrukcja, wskazówka i groźba. Strategie te przybierają zazwyczaj zniekształconą formę, ponieważ opierają się na zdeformowanej hierarchii społecznej panującej w Internecie. Jej główną cechą jest to, że każdy hejter nadaje sobie samemu prawo do kierowania innymi, sytuując siebie na szczycie owej hierarchii.

#### BIBLIOGRAFIA

- Awdziejew A. 2007: *Gramatyka interakcji werbalnej*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Dobry Słownik 2018, [w:] *DobrySłownik.pl*, <<https://dobryslownik.pl/slowo/celebryta/217396/>> [24.03.2018].
- Gawroł K. 2016: Hejt w internecie – analiza zjawiska, *Edukacja – Technika – Informatyka* 4/18, 304–309.
- Juza M. 2015: Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania, *Profilaktyka społeczna i resocjalizacja* 25, 27–50.
- Komorowska E. 2008: *Pragmatyka dyrektywnych aktów mowy w języku polskim*, Szczecin–Rostock: PRINT GROUP Sp. z o.o.
- Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K. 2008: *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, tłum. P. Izdebski, A. Jaworska, D. Kobylińska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Naruszewicz-Duchlińska A. 2015: *Nienawiść w czasach Internetu*, Gdynia: NOVAE RES.

- Niepytalska-Osiecka A. 2014: O fejku, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej, *Język Polski* 4, 343–352.
- Olczyk T. 2013: Teoria i praktyka celebrytyzacji politycznej. *Celebryci polityczni w internetowych serwisach plotkarskich, Środkowoeuropejskie Studia Polityczne* 1, 71–90.
- Podraza U. 2017: Hejt jako zagrożenie wizerunku i pozycji rynkowej firm, *Kultura – Media – Teologia* 29, 33–45.
- Trysińska M. 2015: *Akty mowy jako klucz do interpretacji postaw rodzicielskich*, Warszawa: nakładem Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wajs P. 2016: Zjawisko hejtingu i trollingu na @ponfitex\_pl. Analiza tweetów na przykładzie profilu papieża Franciszka, *Kultura – Media – Teologia* 25, 59–70.
- Witosz B. 2010: O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej, *Tekst i dyskurs – Text und Diskurs* 3, 9–25.

### WYKAZ ŹRÓDEŁ

- „Gwiazdy” na premierze nowego „Pitbulla”: męska Doda, Edyta Pazura, Roxi Gaska, Angelika Fajcht... 2018, [w:] *Pudelek.pl*, <[https://www.pudelek.pl/arttykul/126511/gwiazdy\\_na\\_premierze\\_nowego\\_pitbulla\\_meska\\_doda\\_edyta\\_pazura\\_roxi\\_gaska\\_angelika\\_fajcht\\_zdjecia\\_s/foto\\_1#s1](https://www.pudelek.pl/arttykul/126511/gwiazdy_na_premierze_nowego_pitbulla_meska_doda_edyta_pazura_roxi_gaska_angelika_fajcht_zdjecia_s/foto_1#s1)> [24.03.2018].
- Gosia i Radek też zafundowali sobie nowe zęby? 2018, [w:] *Pudelek.pl*, <[https://www.pudelek.pl/arttykul/126503/gosia\\_i\\_radek\\_tez\\_zafundowali\\_sobie\\_nowe\\_zeby/](https://www.pudelek.pl/arttykul/126503/gosia_i_radek_tez_zafundowali_sobie_nowe_zeby/)> [24.03.2018].
- Kret nęka Tadle SMS-ami. „Zarzuca jej, że źle wyciskała soki” 2018, [w:] *Pudelek.pl*, <[https://www.pudelek.pl/arttykul/126541/kret\\_neka\\_tadle\\_sms-ami\\_zarzuca\\_jej\\_ze\\_zle\\_wyciskala\\_soki/](https://www.pudelek.pl/arttykul/126541/kret_neka_tadle_sms-ami_zarzuca_jej_ze_zle_wyciskala_soki/)> [24.03.2018].
- Muzyk, któremu urodziło się dziecko z Zespołem Downa namawiał żonę do aborcji. „Przeszedłem kryzys człowieczeństwa” 2018, [w:] *Pudelek.pl*, <[https://www.pudelek.pl/arttykul/126800/muzyk\\_ktoemu\\_urodzilo\\_sie\\_dziecko\\_z\\_zespolem\\_downa\\_namawial\\_zone\\_do\\_aborcji\\_przeszedlem\\_kryzys\\_czlowiecznstwa/](https://www.pudelek.pl/arttykul/126800/muzyk_ktoemu_urodzilo_sie_dziecko_z_zespolem_downa_namawial_zone_do_aborcji_przeszedlem_kryzys_czlowiecznstwa/)> [24.03.2018].
- Nergal w tunice pokazuje orla w sądzie 2018, [w:] *Pudelek.pl*, <[https://www.pudelek.pl/arttykul/126806/nergal\\_w\\_tunice\\_pokazuje\\_orla\\_w\\_sadzie\\_zdjecia\\_s/foto\\_1#s1](https://www.pudelek.pl/arttykul/126806/nergal_w_tunice_pokazuje_orla_w_sadzie_zdjecia_s/foto_1#s1)> [24.03.2018].

### ABSTRACT

#### Directive speech acts in the phenomenon of the “hate” on the Internet

Keywords: hate on Internet, directive speech acts, verbal aggression.

The aim of this paper is to analyse the directive speech acts appearing in the phenomenon of hate on the Internet. The research was based on the texts of comments that have been added to the articles published on the webpage dedicated to the stories about celebrities and businessmen. The analysis has shown that it is not only the aggression that makes haters behave in such way but their desire to change other people’s opinions as well. In order to do that various directive speech acts are used among which the advice, the instruction, the admonishment and the threat can be recognized.