

## **Agresja werbalna w komentarzach internetowych**

### **Verbal aggression in the Internet comments**

*Kamila Zasada, Victoria Kamasa*

WYDZIAŁ NEOFILOLOGII, UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA  
AL. NIEPODLEGŁOŚCI 4, 61-874 POZNAŃ

vkamasa@amu.edu.pl

#### **Abstract**

The steadily growing popularity of the Internet leads to many new social phenomena including verbal aggression on the Internet called cyberbullying or flaming. This study aims to describe verbal aggression in the comments on the Polish Internet. Such comments on various subjects and from websites with different levels of anonymity were analysed. The data showed among others, that the percentage of aggressive comments is proportional to the level of anonymity provided on specific websites and that users prefer to express aggression by using offensive, but not vulgar, language.

## **1 Wprowadzenie**

W ciągu kilkunastu ostatnich lat można zaobserwować niezwykle intensywny rozwój Internetu. Statystyki z 10.2015 wykazały, że od roku 2000 liczba użytkowników Internetu zwiększyła się o ponad 800%. Oznacza to, że blisko 46% ludności świata korzystała obecnie z usług internetowych (Miniwatts Marketing Group 2015). Znacząca jest również popularność portali społecznościowych, na przykład portal Twitter.com miał w grudniu 2011 ponad 100 milionów aktywnych użytkowników (Curran i in. 2012), a portal Facebook.com był 2011 roku drugą najczęściej odwiedzaną stroną internetową na świecie (Curran i in. 2012). Internet stał się więc atrakcyjnym środkiem komunikacji międzyludzkiej.

Na kształt tej komunikacji mogą wpływać specyficzne cechy tego medium takie jak interaktywność (Grzenia 2007), możliwość komunikacji na poziomie globalnym (Grzenia 2007), czy, w przypadku portali społecznościowych, również publiczna natura odbywającej się tam komunikacji (Curran i in. 2012). Dodatkowo, komunikacja pisana, stanowiąca najpopularniejszą formę komunikacji internetowej, pozwala w wielu przypadkach zachować nadawcy pełną anonimowość. Użytkownik ma możliwość ukrycia swojej tożsamości i kreowania swojego wizerunku bez względu na to, kim jest w rzeczywistości (Grzenia 2007). Przeważnie to właśnie wysokiego poziomu anonimowości przypisuje się fakt, że komunikacja internetowa często przybiera formę agresywną. Jest to zjawisko na tyle powszechne, że stworzone zostały

pojęcia takie jak trolling, flaming, cyberbullying, czy cyberstalking które odnoszą się do specyficznych zachowań agresywnych w Internecie.

Zjawisku agresji w Internecie wiele uwagi poświęcili pedagodzy. Szeroką monografię problemu przedstawia na przykład Jacek Pyżalski (2012) opierając się na badaniach własnych prowadzonych zarówno wśród gimnazjalistów, jak i ich nauczycieli, a także wśród studentów. W przedstawionych badaniach brane są pod uwagę między innymi takie czynniki jak: częstotliwość zachowań agresywnych, tożsamość sprawcy i ofiary, a także sposób postrzegania agresji internetowej wśród uczniów i nauczycieli. Jak zauważa Pyżalski (2012), zjawiska bullyingu w świecie realnym i w świecie wirtualnym są ze sobą ściśle powiązane: agresja wśród uczniów, mająca miejsce w świecie realnym, często ma swoje następstwo w postaci agresji internetowej. Dużo rzadsze są przypadki sytuacji odwrotnej, to jest takiej, w której cyberbullying przechodzi do postaci prześladowań i dręczenia w świecie realnym (Pyżalski 2012). Można więc wnioskować, że medium komunikacji, jakim jest Internet, samo w sobie rzadko jest źródłem zachowań agresywnych. Anonimowość i towarzyszące jej poczucie bezkarności sprawców może mieć natomiast wpływ na częstotliwość występowania aktów agresji w Internecie. Należy mieć jednak na uwadze, że znacząca liczba sprawców agresji internetowej nie ukrywa swojej tożsamości. Według przywołanych przez Pyżalskiego (2012) badań, uczniowie gimnazjum wyrażają zazwyczaj przekonanie, że skutki agresji online są o wiele mniej poważne niż skutki agresji mającej miejsce w świecie realnym (Pyżalski 2012). Może to powodować, że agresorzy nie będą odczuwali potrzeby ukrycia swojej tożsamości. Poczucie bezkarności sprawcy będzie się więc wiązało nie z zachowaniem anonimowości, ale z przekonaniem, że wymierzona kara będzie mniej surowa, bądź też w ogóle nie będzie miała miejsca.

Z kolei Małgorzata Krajewska (2010) skupia się na psychologicznych uwarunkowaniach i skutkach występowania przemocy cyfrowej w kontaktach rówieśniczych. Również Krajewska (2010) zauważa, że akty przemocy internetowej zazwyczaj występują razem z aktami przemocy w świecie realnym. Ofiary agresji w Internecie zazwyczaj odczuwają wstyd, że są prześladowane. Obniża się ich poczucie własnej wartości, mogą mieć problemy ze skupieniem uwagi oraz myśli samobójcze. Sprawcami mogą być natomiast osoby mające problemy z porozumiewaniem się z rówieśnikami, które poprzez dokonywanie aktów agresji pragną zdobyć aprobatę innych (Krajewska 2010). Pozostając w przestrzeni szkolnej Anna Borkowska i Dorota Macander (2009) sugerują sposoby radzenia sobie z tego typu zjawiskiem. Za istotne zostaje uznane nie tylko ukaranie sprawcy i skłonienie go do refleksji nad swoim zachowaniem, ale także zapewnienie dostatecznej ochrony i wsparcia ofiarom agresji.

Stosunkowo niewiele uwagi poświęcono natomiast analizie problemu z perspektywy językoznawczej. Na szczególną uwagę zasługuje tutaj praca Marii Peisert z 2004 oferująca nie tylko przegląd literatury poświęconej agresji werbalnej, ale także rozbudowaną analizę tego zjawiska z perspektywy lingwistycznej. Również monograficzny, choć przyjmujący nieco inną perspektywę charakter ma praca Bożeny Taras (2013) **AGRESJA. STUDIUM SEMANTYCZNO-PRAGMATYCZNE**, w której autorka przeprowadza najpierw analizę semantyczną samego pojęcia agresji, a następnie obudowuje ją przykładami pochodzącymi z prasy, telewizji oraz Internetu. Na tym ostatnim źródle skupiają się również Sebastian Przybyszewski i Mariusz Rutkowski (2006) analizując przejawy tego zjawiska w komentarzach internetowych oraz Alina Naruszewicz-Duchlińska (2009) badająca konflikty w internetowych

grupach dyskusyjnych. Wszystkie opisywane prace mają jednak charakter przede wszystkim jakościowy.

Prezentowane badania wpisują się w ten kierunek analiz, skupiając się na perspektywie ilościowej. Przedstawimy więc dane dotyczące obecności agresji werbalnej na portalach umożliwiających współtworzenie treści przez odbiorców (w postaci komentarzy). Przyjrzymy się także typom tej agresji i osobom, do których jest adresowana. Szczególną uwagę poświęcimy ustaleniu, w jakim stopniu anonimowość użytkowników wpływa na częstotliwość występowania aktów agresji werbalnej w Internecie i czy różnorodność komunikatów agresywnych jest rezultatem różnych stopni oferowanej anonimowości. Zbadamy również wpływ zróżnicowanych sfer tematycznych na poziom i typy pojawiającej się w związku z nimi agresji werbalnej.

## **2. Metody**

### **1.1 Materiał badawczy**

Materiał badawczy pracy stanowią komentarze zamieszczone na następujących portalach internetowych umożliwiających użytkownikom współtworzenie ich treści przez zamieszczanie komentarzy: Onet.pl [ON], Facebook.com [FB], Youtube.com [YT] i dotyczące trzech pól tematycznych: polityki [POL], sportu [SP] i rozrywki [ROZ]. W wyborze portali kierowano się poziomem anonimowości oferowanym użytkownikom. I tak na portalu Onet.pl założenie konta przed zamieszczeniem komentarza nie jest wymagane, zapewnia on więc największą anonimowość. Z kolei użytkownik, który chce zamieścić komentarz na portalu Youtube.com, musi mieć założone konto, które rzadko jest związane z jego imieniem i nazwiskiem, natomiast umożliwia bezpośredni kontakt z nim poprzez wiadomości od innych użytkowników. Najmniej anonimowe pozostają osoby zostawiające komentarze na portalu Facebook.com: w tym przypadku konieczne jest stworzenie konta, które z reguły zarejestrowane pod imieniem i nazwiskiem użytkownika.

W następnym etapie dokonano wyboru samych komentarzy do dalszej analizy. Rozpoczęto od wyboru jednego artykułu z każdego pola tematycznego na portalu Onet.pl<sup>1</sup>. Następnie na portalach Youtube.com i Facebook.com odnaleziono strony o zbliżonej tematyce<sup>2</sup>. Spośród komentarzy zamieszczonych na powyższych stronach wybrano 100 najnowszych na każdej stronie. Pod uwagę brano tylko takie komentarze, które były w języku polskim, oraz których treść miała charakter tekstowy i które dotyczyły tematu danego artykułu, filmu, bądź strony. Nie były więc brane pod uwagę komentarze typu spam<sup>3</sup>. Materiał zebrano w kwietniu i maju 2014 roku. Przyjęte kryteria pozwoliły na zebranie 900 komentarzy, po 300 dla każdego z wybranych portali i po 300 dla każdego z badanych pól semantycznych.

### **1.2 Metody analizy**

Analizę materiału badawczego rozpoczęto od identyfikacji komentarzy agresywnych. Przy ich identyfikacji posłużono się wyróżnionymi przez Marię Peisert (2004) sposobami wyrażania agresji werbalnej. Zwrócono więc uwagę na to, czy dany

---

<sup>1</sup> Wybrane artykuły zostały opublikowane w 2014 roku i miały co najmniej 100 komentarzy.

<sup>2</sup> W przypadku, gdy niemożliwe było całkowite pokrycie się tematów, wybierano takie filmy i strony, których tematy były jak najbardziej powiązane z tematami wybranych artykułów. Jeżeli na przykład na portalu Facebook.com nie istniała strona poświęcona opisanemu w wybranym artykule wydarzeniu, to wybrano stronę dotyczącą jednego z uczestników tego zdarzenia.

<sup>3</sup> Dokładną listę analizowanych portali znaleźć można w aneksie.

komentarz zawierał obelgę (słownictwo obraźliwe używane, by ubliżyć adresatowi), krytykę (reprimenda wyrażająca niechęć do adresata) lub sarkazm (forma przypominająca pochwałę przy kontekście wskazującym na prześmiewczy charakter).

W drugim etapie analizy wyróżniono dwa główne typy agresji werbalnej, upraszczając przy tym na potrzeby pracy podział przedstawiony przez Marię Peisert (2004):

- agresja jawna (bezpośrednie wyrażenie emocje przy użyciu słownictwa o nacechowaniu negatywnym) z dwoma podtypami:
  - agresja jawna wulgarna
  - agresja jawna niewulgarna (obelgi, w których nie znaleziono wulgaryzmów<sup>4</sup>).

W przypadku, gdy dany komentarz zawierał zarówno słownictwo wulgarnie jak i słownictwo obraźliwe niewulgarnie, uznano go za przykład agresji jawnej wulgarnej. Jeżeli natomiast dany komentarz zawierał słownictwo wulgarnie, które zostało poddane cenzurze (np. poprzez użycie znaku graficznego \*), to uznano go za przykład agresji jawnej niewulgarnej.

- agresja niejawna (brak słownictwa obraźliwego, agresja wyrażana pośrednio przez sarkazm, wyśmianie bądź krytykę).

W kolejnych dwóch krokach sprawdzono wpływ założonych zmiennych (poziom anonimowości, zakres tematyczny) na rozkład typów komentarzy. Istotność różnic zbadano przy pomocy testu chi kwadrat. Przyjęto poziom istotności  $\alpha=0,05$ . Rozkłady przedstawiono również na wykresach.

Zebrane komentarze agresywne zostały następnie podzielone ze względu na adresata wypowiedzi agresywnej. Podczas analizy zebranego materiału wyróżniono trzy typy adresata agresji:

- adresat bezpośredni (autor wyrażając się negatywnie używał drugiej osoby liczby pojedynczej lub mnogiej tworząc w ten sposób dialog lub początek dialogu);
- adresat – osoba trzecia (komentarz negatywny dotyczył osoby nieuczestniczącej bezpośrednio w dialogu i był wyrażany w trzeciej osobie liczby pojedynczej lub mnogiej<sup>5</sup>);
- adresat implikowany (adresat agresji w wypowiedzi określano na podstawie komentarzy innych użytkowników lub komentowanej treści).

Podobnie jak w przypadku typów agresji, zanalizowano także wpływ poziomu anonimowości poszczególnych portali i zakresu tematycznego, którego dotyczyły komentarze. Posłużono się tu tym samym sposobem działania.

## **2 Wyniki**

### **2.1 Przegląd wyników**

Na podstawie przyjętych kryteriów wyróżniono 399 komentarzy agresywnych. Stosunkowo bogaty materiał badawczy pozwolił na zaobserwowanie różnorodnych

---

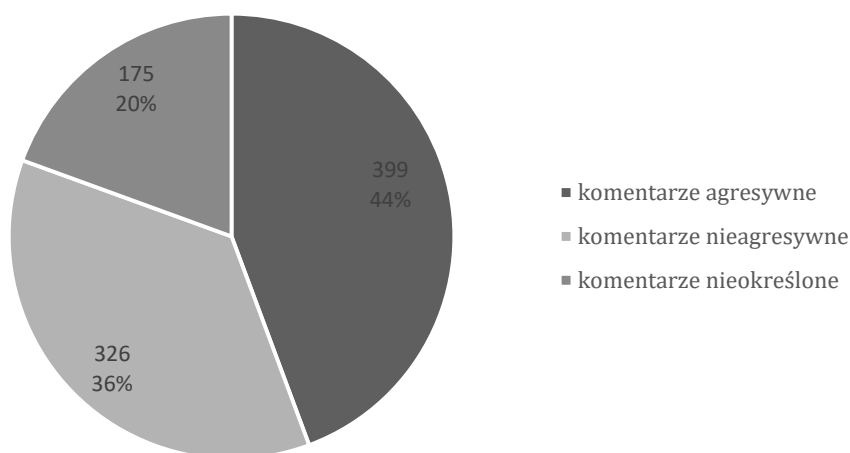
<sup>4</sup> W odróżnieniu słownictwa wulgarnego od słownictwa niewulgarnego wspomagano się Słownikiem polskich przekleństw i wulgaryzmów Macieja Grochowskiego (2008).

<sup>5</sup> Jeżeli w badanym komentarzu znajdowała się wypowiedź agresywna skierowana zarówno do adresata bezpośredniego, jak i adresata osoby trzeciej, to taki komentarz przypisywany był do obu typów, przez co liczono go dwukrotnie.

rodzajów agresji słownej. I tak w badanym materiale znaleziono obelgi: «i tepaki dalej na tuska głosują»<sup>6</sup>[FB, POL], agresywną krytykę: «Halina Mlynkova - zalosna, krzyz powieszony a dekold prawie do pepka. Niech sobie tez na kole krzyzyk powiesi. Jak ktos nosi krzyzyk to niech to robi z szacunkiem» [ON, ROZ], a także sarkazm: «ale gwiazdor, ni ma co»[YT, SP]. W analizowanym materiale znaleziono też liczne wypowiedzi nieagresywne, jak na przykład: «Jurek mnie nie musisz przepaszac jako polki tak jak twierdzi pan Tomaszewski ,nastepnym razem tak sie nie denerwuj zachowaj nerwy na mecze,ktorych jeszcze duzo wygrasz»[FB, SP].

Nie we wszystkich przypadkach jednak rozróżnienie obu grup komentarzy było jednoznaczne. I tak na przykład sama forma komentarza niekoniecznie świadczyła o jego agresji. Komentarz «MÓWI PRAWDE DO KURWY NĘDZY !», choć zawiera wulgaryzm, który mógłby wskazywać na obecność agresji, nie został uznany za agresywny. Analiza kontekstu wypowiedzi wskazała bowiem, że był to wyraz aprobaty, nie zaś frustracji czy pogardy. W takich i podobnych wypadkach za komentarze agresywne uznawano takie, co do których na podstawie kontekstu można było przypuszczać, że ich celem było poniżenie bądź ośmieszenie pojedynczej osoby lub grupy osób, przy równoczesnym wyrażeniu w ten sposób negatywnych emocji nadawcy. Ograniczeniem takiej analizy jest brak możliwości jednoznacznego określenia zarówno domniemanego celu wypowiedzi, jak i stanu emocjonalnego nadawcy wyłącznie na podstawie formy wypowiedzi i jej kontekstu. Skutkiem takiego ograniczenia były trudności w jednoznacznym ustaleniu charakteru niektórych komentarzy. Z tego powodu na potrzeby pracy wyróżniono następujące grupy komentarzy: komentarze agresywne, nieagresywne i nieokreślone. Komentarze nieokreślone to takie, których nie udało się z całą pewnością uznać za agresywne bądź nieagresywne.

Po uwzględnieniu powyższych czynników rozkład komentarzy w całym badanym materiale wygląda następująco:

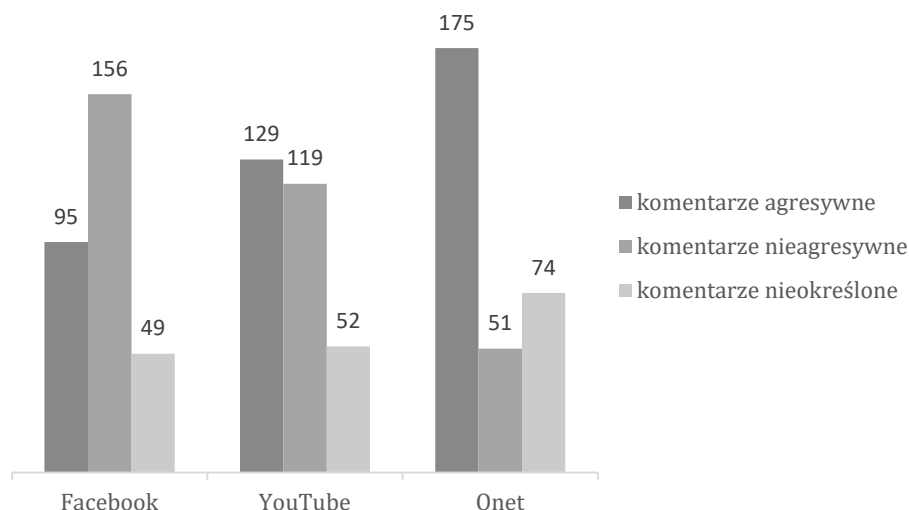


*Wykres 1 Rozkład komentarzy w badanym materiale*

<sup>6</sup> W przypadku wszystkich komentarzy zachowano oryginalną pisownię i interpunkcję.

Wśród komentarzy o jednoznacznym statusie nieznacznie przeważają więc komentarze o charakterze agresywnym, jednak żaden z typów nie stanowi większości w badanym materiale.

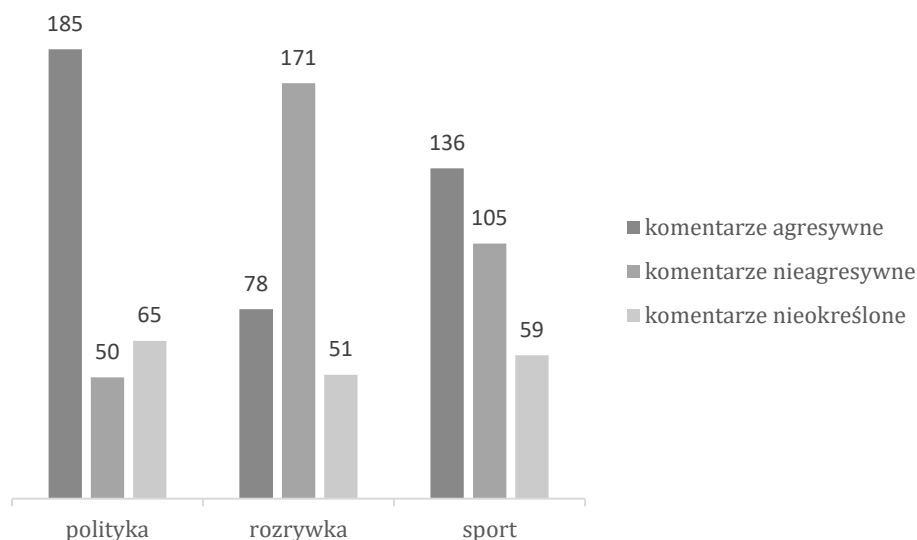
Zgodnie z przyjętym pytaniem badawczym sprawdzono również rozkład poszczególnych typów komentarzy ze względu na typ portalu:



*Wykres 2 Rozkład typów komentarzy ze względu na typ portalu*

Na portalu Facebook.com niewiele ponad połowa komentarzy (52%, 156 przypadków) miała charakter nieagresywny. Na portalu Youtube.com niewielką przewagę miały komentarze agresywne (43%, 129 przypadków), jednak liczba ta tylko nieznacznie różni się od liczby komentarzy nieagresywnych (40%, 119 przypadków). Z kolei wśród komentarzy zamieszczonych na portalu Onet.pl znacząca liczba ma charakter agresywny: aż 58% (175 przypadków) komentarzy zostało uznane za agresywne, a jedynie 17% (51 przypadków) za nieagresywne. Statystyczną istotność zależności między tymi zmiennymi potwierdza również test chi kwadrat ( $\chi^2=82,8$ ,  $p<0,001$ ). Uzyskany wynik stanowi więc przesłankę do uznania wpływu poziomu anonimowości autorów komentarzy na stopień agresji werbalnej pojawiającej się w tych komentarzach.

Również w przypadku podziału na sfery tematyczne zaobserwowano istotne różnice ( $\chi^2=112,4$ ,  $p<0,001$ ):

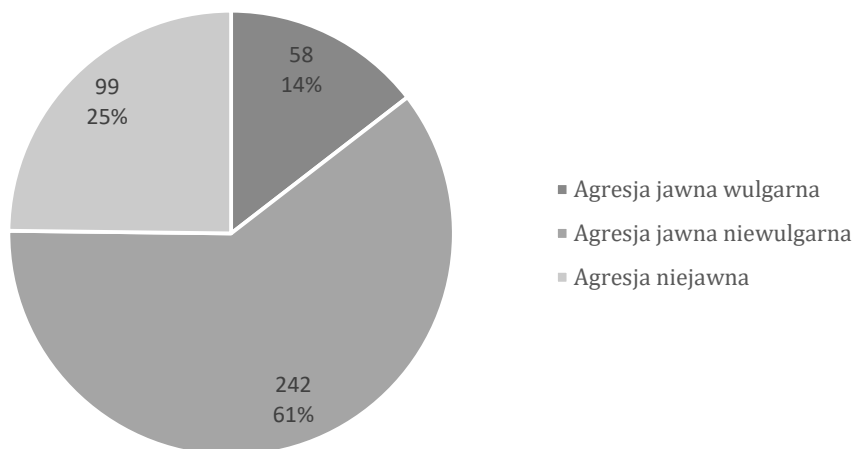


*Wykres 3 Rozkład typów komentarzy ze względu na sferę tematyczną*

Największa liczba komentarzy agresywnych charakteryzuje wypowiedzi związane z polityką (61%, 185 przypadków). Również w komentarzach związanych ze sportem przeważały komentarze agresywne (45%, 136 przypadków), lecz w tym wypadku ta przewaga była mniej znacząca (35%, 105 komentarzy nieagresywnych). Natomiast w przypadku tematu dotyczącego rozrywki ponad połowa komentarzy miała charakter nieagresywny (51%, 171 przypadków). Przytoczone dane mogłyby potwierdzać relację między tematem, którego dotyczy wirtualna dyskusja a poziomem pojawiającej się w niej agresji werbalnej. Jednak ze względu na ograniczony materiał (dla każdej sfery tematycznej zanalizowano jedno wydarzenie) należy zachować daleko idącą ostrożność w stawianiu takiej tezy: zaobserwowana różnica może być też związana z różnym poziomem nasycenia emocjami tematów poddanych analizie w badaniu nie zaś całych sfer tematycznych.

## 2.2 Typy agresji werbalnej

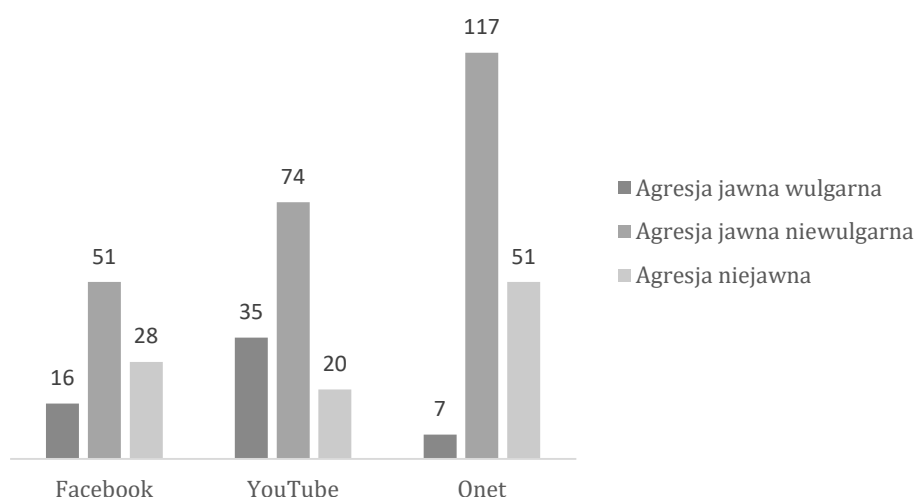
W badanym materiale znaleziono przykłady wszystkich typów agresji pojawiających się w uproszczonym na potrzeby niniejszego badania podziale Marii Peisert (2004). I tak za przykład jawnej agresji wulgarnej uznano: «Jakaś chujowa ta piosenka. Prosto w stronę słońca było spoko, aż wpadałem w pozytywny nastrój, a to gówno to nie wiem jakieś pierdolenie o niczym.» [YT, ROZ]. Z kolei użycie nacechowanego w tym kontekście negatywnie, ale niewulgarnego określenia «pajac» spowodowało zaliczenie komentarza «Głodujących nakarmcie dzieci z głodu umierają a wy pajace co robicie wchodźcie na stolki chudzi jak tyczki a ze stolka schodźcie jak opasy» [FB, SP] do grupy komentarzy zawierających agresję jawną niewulgarą. Natomiast komentarze zawierające sarkazm i oskarżenia klasyfikowano jako agresję niejawną jak w przypadku następującego stwierdzenia: «A po co PO wykupować szpitale ??? Wszak długi szpitale już dawno wykupili politycy PiS-u Kaczyńskiego licząc na zarobek !!! » [ON, POL]. W zebranym materiale zaobserwowano także istotne różnice ilościowe ( $\chi^2=140,3$ ,  $p<0,001$ ) dotyczące wstępowania poszczególnych typów komentarzy:



*Wykres 4 Rozkład typów agresji*

Wśród wszystkich komentarzy zdecydowanie przeważają komentarze zawierające agresję jawną niewulgarną (61%, 242 przypadki), jedną czwartą stanowią zaś te zawierające agresję niejawną (25%, 99 przypadków). Najrzadziej zaś w badanym materiale występowała jawna agresja wulgarna (14%, 58 przypadków). Taki rozkład typów agresji pozwala przypuszczać, że o ile wśród osób komentujących przełamane zostało tabu bezpośredniej krytyki, o tyle nadal w znaczącym stopniu przestrzegana jest norma nie pozwalająca na użycie wulgaryzmów w odniesieniu do innych uczestników komunikacji.

Opisana powyżej ogólna tendencja znajduje odzwierciedlenie także na poszczególnych portalach ( $\chi^2=111,5$ ,  $p<0,001$ ):

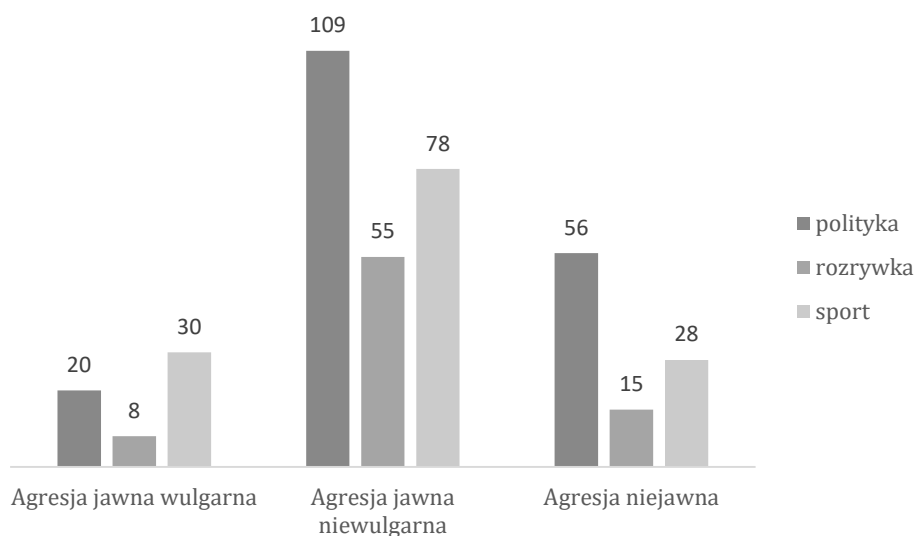


*Wykres 5 Rozkład typów agresji ze względu na typ portalu*



Przytoczone dane mogą sugerować, że stopień anonimowości na poszczególnych portalach nie ma wpływu na występowanie na nich agresji werbalnej wulgarnej: na portalu Youtube.com wulgarnie agresywny był co trzeci komentarz (27%, 35 przypadków), na portalu Facebook.com – co szósty (17%, 16 przypadków), zaś na portalu Onet.pl co dwudziesty (4%, 7 przypadków). Wynik ten można uznać za wynik zaskakujący, zwłaszcza w świetle omówionego już powyżej wyraźnego wpływu anonimowości na występowanie agresji w ogóle. Może to sugerować, że użycie wulgaryzmu ma wyróżniony status wśród innych werbalnych zachowań agresywnych.

Z kolei podział typów agresji ze względu na sferę tematyczną pozwala przypuszczać, że zachodzi między nimi pewien stopień powiązania ( $\chi^2=87,7$ ,  $p<0,001$ ):



*Wykres 6 Rozkład typów agresji ze względu na sferę tematyczną*

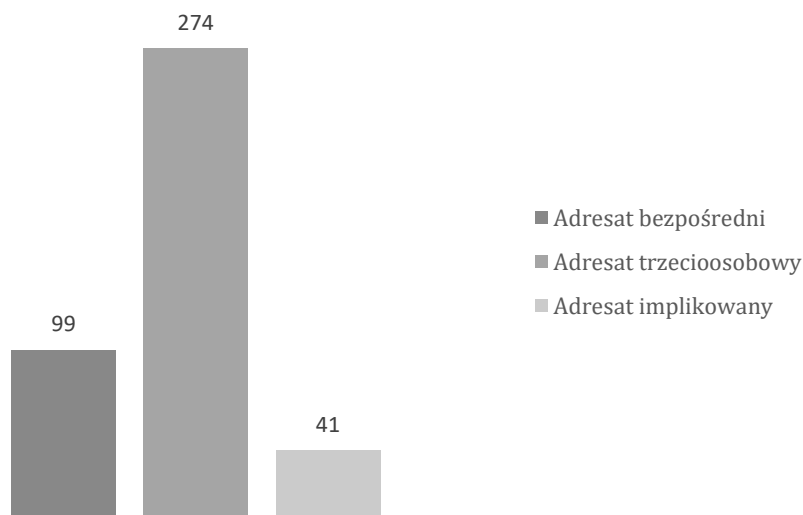
Jeśli przyjąć by, że poszczególne typy agresji stanowią pewne kontinuum pod względem nasycenia emocjonalnego, przytoczone powyżej dane wskazują, że również w przypadku badanych sfer tematycznych możemy zaobserwować to kontinuum. I wśród najbardziej jak się wydaje nasyconych emocjami komentarzy zawierający agresję jawną wulgarną dominują te związane ze sportem (52%, 30 przypadków). Komentarze zawierające znajdującą się w środku wspomnianego kontinuum agresję jawną niewulgarną są stosunkowo równo rozłożone na poszczególne sfery tematyczne: polityka – 45% (109 przypadków), rozrywka – 23% (55 przypadków), sport – 32% (78 przypadków). Wśród komentarzy zawierających przypuszczalnie najbardziej umiarkowaną agresję niejawną dominują te związane z polityką (57%, 56 przypadków).

### **2.3 Adresat agresji w wypowiedzi**

W badanym materiale znaleziono przykłady wszystkich założonych typów adresatów agresji. Adresata bezpośredniego odnaleźć można na przykład w komentarzu: «Sam jesteś słaby psychicznie, co widać po Twoim komentarzu.» [YT, SP]. Z kolei agresję werbalną zwróconą do osoby trzeciej odnaleźć można w następującym stwierdzeniu «Prowadzące to porażka... ten głupi śmiech Pakosińskiej to nie na festiwal tylko do kabaretu, zawsze było dostojnie i elegancko a ona popsuła wszystko»

[ON, ROZ]. Wśród komentarzy pojawiały się również takie, w których adresatem była równocześnie adresat komentarza i osoba trzecia: «Po tej wypowiedzi potwierdzenie znajduje fakt, iż elektorat PiS-owski to głównie elektorat osób z wykształceniem podstawowym. P.S. Tak, to jest sztuka chłopczyku, a sztuka ma wzbudzać kontrowersje. Równie dobrze niech PiS poda do sądu da Vinci, bo ten zaokrąglając kształty Mony Lisy sprofanował obraz kobiet.» [FB, POL], a także takie, w których ci adresaci się różnili: «Brawo Jurek! Powiedziałeś tym dziennikarskim pieskom, co są wari. To sfera słuchająca swojego pana za pieniądze, którą może poszczuć na każdego, a oni w mig wypełnią rozkaz warując z nosem przy ziemi.» [ON, SP]. Z kolei w komentarzu «fajny filmik 2 minutowy „od przedszoła do opola”» [YT, POL] adresat – polski rząd – może zostać rozpoznany jedynie po zapoznaniu się z filmem, którego dotyczyła wypowiedź, jest to więc przykład adresata implikowanego.

Wśród zebranych komentarzy zdecydowanie dominują te, w których agresja zwrócona jest do osoby trzeciej, nie uczestniczącej bezpośrednio w konwersacji, ale równocześnie określanej wprost:

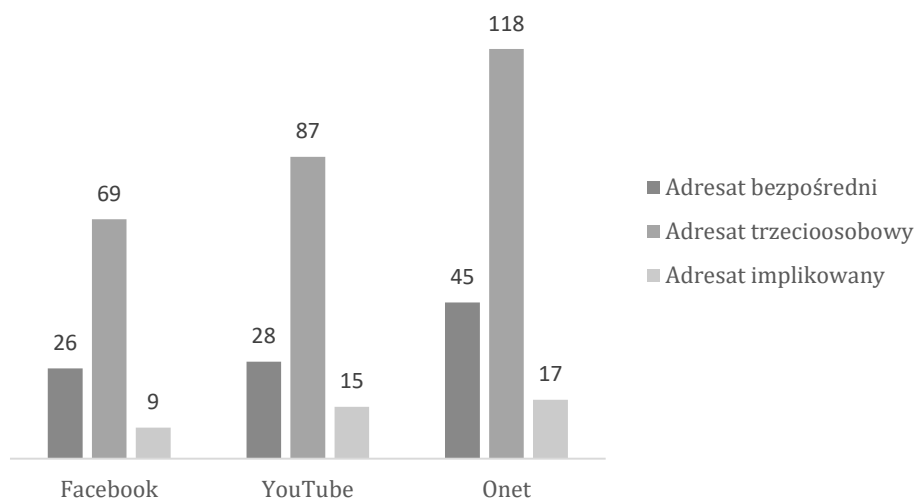


*Wykres 7 Rozkład komentarzy ze względu na adresata agresji*

Blisko trzykrotna przewaga liczebna komentarzy<sup>7</sup>, w których agresja zwrócona jest do osoby trzeciej nad tymi, w których adresatem jest uczestnik konwersacji, może wskazywać, że także w środowisku internetowym względnie utrzymana zostaje norma unikania bezpośredniego atakowania interlokutorów.

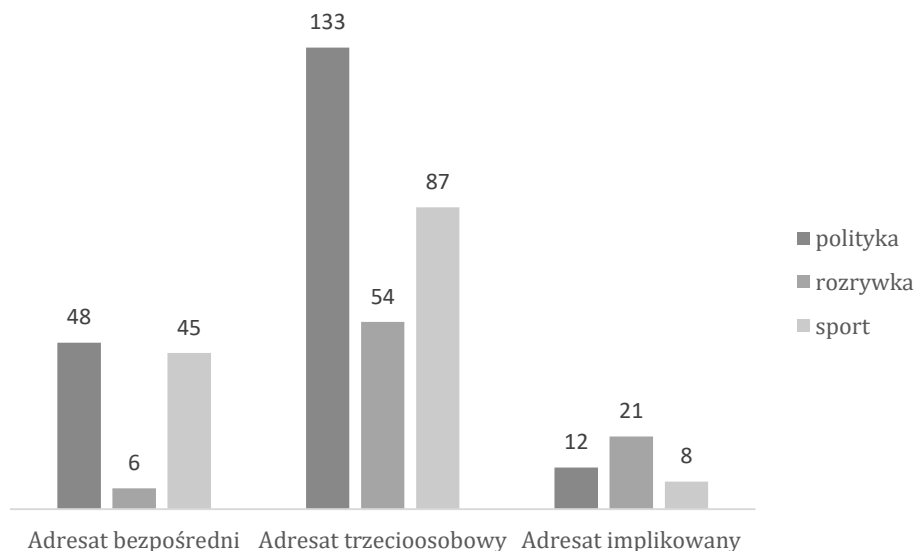
Na typ adresata znikomy wpływ wydaje się także mieć poziom anonimowości oferowany użytkownikom na poszczególnych portalach. Proporcje trzech wyróżnionych typów komentarzy są bardzo zbliżone na wszystkich badanych portalach:

<sup>7</sup> Ze względu na przyjęty w metodologii sposób klasyfikowania komentarzy (jeden komentarz mógł być zaliczony do więcej niż jednej grupy) nie jest możliwe podanie procentowego rozkładu komentarzy.



*Wykres 8 Rozkład typów adresatów agresji ze względu na typ portalu*

Z kolei rozkład poszczególnych typów adresatów agresji w badanych sferach tematycznych stanowi kolejną przesłankę wskazującą na istnienie kontinuum nasycenia emocjonalnego w badanych sferach tematycznych:



*Wykres 9 Rozkład typów adresatów agresji ze względu na sferę tematyczną*

Wśród komentarzy zwróconych bezpośrednio do interlokutorów, a więc jak się wydaje charakteryzujących się największym poziomem nasycenia emocjonalnego jedynie 6 (z 99) pojawiło się w konwersacji dotyczącej rozrywki, pozostałe komentarze zaś równo rozłożyły się między dyskusje dotyczące sportu i polityki. Wśród komentarzy zwróconych przeciwko konkretnej osobie lub grupie osób, która jednak nie uczestniczy w rozmowie (a więc charakteryzujących się prawdopodobnie średnim poziomem nasycenia emocjonalnego) dominowały te dotyczące polityki (133 z 274 komentarzy). Zaś agresja adresowana pośrednio (przypuszczalnie najmniejszy poziom nasycenia emocjami) pojawiała się najczęściej wśród komentarzy dotyczących

rozrywki. Istotność opisanych różnic potwierdza test chi kwadrat ( $\chi^2=149,6$ ,  $p<0,001$ ).

### **3 Podsumowanie**

Przedstawiona powyżej analiza pozwala przede wszystkim stwierdzić, że agresja werbalna na polskojęzycznych portalach umożliwiających użytkownikom współtworzenie treści jest zjawiskiem stosunkowo zróżnicowanym. Niejednorodne pozostają zarówno sposoby jej wyrażania – od wulgaryzmów przez obelgi aż do sarkazmu i ironii, a także adresata – od bezpośredniego zwrotu do innego uczestnika konwersacji, przez agresję kierowaną do osób trzecich, aż po unikanie określania wprost osoby, do której zwrócone jest zachowanie agresywne. Szczególnie interesująca wydaje się tendencja większości użytkowników do kierowania swojej agresji do osoby trzeciej. Takie zachowanie można interpretować w kategoriach próby rozładowania napięcia i frustracji (Dollardi in. 1980 za Żygulski 1998) przy jednoczesnym unikaniu otwartego konfliktu z innymi uczestnikami komunikacji.

Potocznie wyrażane przypuszczenie, że poziom agresji w środowisku internetowym jest związany z jego dużą anonimowością znajduje częściowe potwierdzenia w zebranych danych. O ile wpływa ona na liczbę zachowań agresywnych, to wpływ ten nie dotyczy zarówno sposobu wyrażania agresji, jak i osób, do których jest ona adresowana. Można to sugerować, że użytkownicy są bardziej skłonni do wyrażania swoich emocji i opinii w sposób agresywny, jeżeli ryzyko poniesienia konsekwencji (zwłaszcza w świecie realnym) za pozostawioną wypowiedź jest mniejsze. Z kolei zaobserwowane relacje między liczbą komentarzy agresywnych, komentarzy określonego typu a poszczególnymi sferami tematycznymi może sugerować leżące u podłoża tej relacji kontinuum nasycenia emocjonalnego.

Wobec powyższych ustaleń należy jednak poczynić pewne zastrzeżenia. Pierwsze z nich dotyczy wspomnianego już problemu braku wewnętrznego zróżnicowania w poszczególnych sferach tematycznych. Aby potwierdzić stawiane tu hipotezy należałoby uwzględnić w badaniu większą liczbę tematów z każdej ze sfer, tak aby wykluczyć wpływ szczególnego charakteru badanego tematu na uzyskiwane wyniki. Z kolei analiza większej liczby portali o podobnym poziomie anonimowości mogłaby zwiększyć wiarygodność wniosków w tym zakresie. Dodatkowo w badaniu nie wzięto pod uwagę czynników socjodemograficznych takich jak płeć, wiek czy pochodzenie autorów komentarzy, które mogą mieć pewien wpływ na uzyskiwane wyniki (np. przewaga jednej z płci w określonej sferze tematycznej). Uwzględnienie tych czynników wydaje się jednak niemożliwe w badaniu agresji w świecie wirtualnym (ograniczony dostęp do tego typu danych na poszczególnych portalach, a także brak możliwości ich ostatecznej weryfikacji). Mamy jednak nadzieję, że pomimo powyższych ograniczeń, zaprezentowane wyniki mogą stanowić przyczynek do bardziej ogólnej refleksji, czy to nad sposobami wyrażania agresji w polszczyźnie, czy też nad wybranymi aspektami komunikacji w polskojęzycznym Internecie.

## **Bibliografia**

- Borkowska A., Macander D. 2009. System reagowania w szkole na ujawnienie cyberprzemocy. *Dziecko Krzywdzone*, Vol. 8 Nr 1, pp. 131-140
- Curran J., Fenton N., Freedman D. 2012. *Misunderstanding the Internet*. London: Routledge.
- Dollard M., Doob L.W., Miller N. E. 1980. *Frustration and aggression*. Santa Barbara: Praeger.
- Grochowski M. 2008. *Słownik polskich przekleństw i wulgaryzmów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grzenia J. 2007. *Komunikacja językowa w Internecie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Krajewska M. 2010. Cyberprzemoc w kontaktach rówieśniczych. *Opieka, Wychowanie, Terapia*, Vol. 1/2, pp. 12-19.
- Miniwatts Marketing Group 2015. Internet Usage Statistics. The Internet Big Picture. World Internet Users and 2015 Population Stats (online: [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm), dostęp 22 stycznia 2016)
- Naruszewicz-Duchlińska A., Rutkowski M. (red.) 2006. *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*. Olsztyn: Zakład Poligraficzny Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Naruszewicz-Duchlińska A. 2009. *Flame war* czy zaledwie iskra? Kilka uwag o konfliktach w internetowych grupach dyskusyjnych. *Паланістыка. – Полоністыка – Polonistyka*, pp. 71-82.
- Peisert M. 2004. *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Pyżalski J. 2012. *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Przybyszewski S., Rutkowski M. 2006. Agresja werbalna w komentarzach internetowych (zarys problematyki), w: Naruszewicz-Duchlińska A., Rutkowski M., (red.). *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, Olsztyn: Zakład Poligraficzny Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Szewczuk W. (red.) 1998. *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Fundacja Innowacja.
- Szpunar M. 2009. Flaming i trolling jako formy agresji werbalnej w Internecie. *Kwartalnik Pedagogiczny*, Vol. 2009/4, pp. 67-80.
- Taras B. 2013. *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Żygulski, K. 1998: Agresja. w: Szewczuk, W. (red.): *Encyklopedia psychologii*. Warszawa: Fundacja Innowacja.

## **Źródła badanych komentarzy:**

### **Polityka**

Onet.pl: <http://wiadomosci.onet.pl/forum/tusk-zarzuca-pis-klamstwo-kaczynski-po-to-partia-o,2,1068018,0,czytaj-najnowsze.html> z 24.01.2014; artykuł opisujący obrady sejmu, podczas których premier Donald Tusk zarzuca politykom PiS kłamstwo, w odpowiedzi na co prezes PiS Jarosław Kaczyński obraża partię PO

Youtube.com: <http://www.youtube.com/watch?v=GroeGfOijWI> z 25.01.2014; krótki filmik z opisanych w artykule na portal Onet.pl obrad sejmu, koniec wypowiedzi Donalda Tuska i odpowiedź Jarosława Kaczyńskiego

Facebook.com: <https://www.facebook.com/kppis?nr> oficjalna strona partii politycznej Prawo i Sprawiedliwość

### **Sport**

Onet.pl: <http://eurosport.onet.pl/forum/jerzy-janowicz-zyjemy-w-kraju-bez-perspektyw,2,1122440,0,czytaj-najnowsze.html> z 6.04.2014; krótki filmik z konferencji prasowej, podczas której tenisista Jerzy Janowicz po nieudanym meczu stwierdza, że Polska jest krajem bez perspektyw

Youtube.com: <http://www.youtube.com/watch?v=SapOVExy4LE> z 6.04.2014; krótki filmik z tej samej konferencji prasowej. Tenisista Jerzy Janowicz reaguje złością na zarzuty dziennikarzy

<https://www.facebook.com/janowiczofficial> oficjalna strona poświęcona Jerzemu Janowiczowi

### **Rozrywka**

Onet.pl: <http://muzyka.onet.pl/forum/opole-2014-superpremiery-halina-mlynkova-ewelina-1,2,1174359,0,czytaj-najnowsze.html> z 07.06.2014; krótki artykuł ze zdjęciami dotyczący 51. Krajowego Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu, wspominający o przyznaniu nagród, w tym nagrody Onetu

Youtube.com: <http://www.youtube.com/watch?v=DsbzfaP-ySM> z 30.05.2014; teledysk piosenki Eweliny Lisowskiej, zwyciężczyni nagrody Onetu

Facebook.com: <https://www.facebook.com/Lisowska.Ewelina> oficjalna strona Eweliny Lisowskiej

### **Wykaz stosowanych skrótów:**

[ON] – Onet.pl

[FB] – Facebook.com

[YT] – Youtube.com

[POL] – komentarze do publikacji dotyczących polityki

[SP] – komentarze do publikacji dotyczących sportu

[ROZ] – komentarze do publikacji dotyczących rozrywki