

Alina Naruszewicz-Duchlińska

Instytut Polonistyki i Logopedii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego
w Olsztynie

Antroponimy w hejcie

Mianem hejtu (ang. *hate* ‘nienawidzić, nienawiść’) określa się internetowe wypowiedzi, których głównym celem jest deprecjacja kogoś lub czegoś poprzez wyrażenie na jego temat negatywnej, prowokacyjnej opinii, ostentacyjnie nacechowanej złą wolą¹. W przeciwieństwie do konstruktywnej krytyki hejt zawiera nie merytoryczne uwagi, ale subiektywne osądy, które można sprowadzić do formuły *nie podoba mi się, bo tak*. Rządzą nim złośliwość i emocje, nie racjonalność i rzeczowe argumenty². Nienawistnicy ignorują *savoir-vivre* i netykiety, obowiązujące w danych gremiach regulaminy oraz zasady prawa, znieważając wybrane osoby lub grupy społeczne. Nie ma tematu, na który nie mieliby czegoś do powiedzenia. Nie istnieje dla nich tabu i nie liczą się z uczuciami innych, np. w odniesieniu do wypadków czy przestępstw obiektem agresji bywa zarówno sprawca, jak i jego ofiara.

Ze względu na to, że hejt zdecydowanie częściej jest *ad personam* niż *ad rem*, wykorzystuje się w nim głównie nazwy osobowe³. Należą do nich: identyfikujące deprecjonowane jednostki pseudonimy internetowe (*nicknames*),

1 „Napastnicy dążą do uzyskania efektu perlokucyjnego – nie wystarczy obrażać, ktoś powinien poczuć się urażony (bezpośrednio przez odniesienie do jego osoby lub pośrednio np. przez negację cenionych przez niego wartości)” [Naruszewicz-Duchlińska 2015a: 13–14].

2 Demonstrowane uczucia oczywiście nie muszą być tożsame z rzeczywiście przeżywanymi. Przyczyną hejtu bywają także nuda i bezmyślność, prowokacje słowne mogą również być formą poprawy własnego samopoczucia przez pogorszenie nastroju kogoś innego: „[w]ygłaszanie negatywnych sądów o innych to przecież forma budowania własnej samooceny. Forma, owszem, prymitywna, ale jakże powszechna” [Witkowski 2006: 66–67].

3 W badanym materiale oprócz antroponimów pojawiały się nazwy partii, określenia *Polska* i *Polacy* (także w nacechowanych pejoratywnie modyfikacjach, np. *Polaczki*, *Polactwo*,

imiona i nazwiska oraz ich różnorodne przekształcenia. Celem artykułu jest omówienie ich funkcji w hejcie oraz wskazanie na często stosowane przez internetowych agresorów perswazyjne zabiegi językowe. Egzemplifikację materiałow^ą zaczerpnięto z serwisów internetowych Twitter, wm.pl i natemat.pl. Odgrywa ona rolę uzupełniającą, ponieważ głównym zamierzeniem jest przedstawienie wniosków płynących z analizy jakościowej, a nie zestawienia statystyczne.

Hejterzy są antropocentryczni w przewrotny sposób. Główny cel ich ataków stanowi inny człowiek. Inny w różnych sensach, czyli: niehejter, ale też każdy odbiegający od średniej, „za” – za biedny, za bogaty, za niski, za wysoki, za mądry, za głupi itd. oraz obcy, innego koloru skóry, wyznający inną religię, pochodzący z innego kraju, miasta czy dzielnicy. Nawet najmniejsza odmienność bywa powodem napaści słownej, tym bardziej gdy agresor żywi złudne przekonanie o tym, że jest anonimowy i nie poniesie żadnych negatywnych konsekwencji swoich działań. Obcość nie jest dla nienawistników czymś, „co samo w sobie jest interesujące, atrakcyjne, a nawet fascynujące, właśnie ze względu na swoją odmienność” [Bartmiński 2007: 45–46]. Wręcz przeciwnie, obcość trzeba zdyskredytować, a najlepiej zniszczyć.

Analizując komunikaty internetowe omawianego typu, można wyróżnić kilka kategorii opozycji:

swoi ↔ obcy
tacy sami ↔ inni
przeciętni ↔ wyróżniający się na korzyść lub niekorzyść
większość ↔ mniejszość lub indywidualność.

W wypowiedziach hejterów te przeciwstawienia mają charakter nie skalarny, ale rozłączny. Mamy do czynienia z dwiema sytuacjami, również antynomicznymi. W pierwszej z nich nadawcy sytuują siebie w gronie osób takich jak większość, normalnych – w odróżnieniu od tych innych, których odmienność piętnują. W drugiej obsadzają siebie w roli wybitnych jednostek, lepszych od reszty, mających prawo i podstawy do upokarzania innych.

Nazwy osobowe są często używane przez hejterów jako formy adresatywne. W serwisach społecznościowych wyróżnienie konkretnego odbiorcy sprawia, że – jeśli nie wykluczył takiej opcji w ustawieniach konta – zostanie

Polaki-cebulaki) oraz nazwy miejscowości i inne toponimy. Etonimom, ideonimom i toponimom w hejcie zamierzam poświęcić odrębny tekst.

on automatycznie poinformowany o tym, że ktoś go oznaczył⁴ w swoim poście. Ten zabieg pełni jednak nie tylko funkcję identyfikacyjną. Użycie nazwiska indywidualizuje obelgę, np. „Jesteś głupszy niż twoje wydaliny, Potapowiczu”⁵. Ekspresję zwiększa użycie wołacza zamiast mianownika. Nazwisko nie jest poprzedzone formą grzecznościową *Panie*. Hejter, pomijając ją, podkreśla swoją nadrzędną pozycję i lekceważenie konwenansów oraz niewątpliwie okazuje brak szacunku. Ma to osłabić oponenta – akt dyskredytacji „jest zarazem próbą demobilizacji: człowiek dotknięty wyzwiskiem, upokorzony okazaną mu pogardą lub odrazą bądź zawaha się przed daniem odporu, bądź przeciwstawi się napaści z zachwianą wiarą w skuteczność tego procesu” [Karwat 2007: 72].

Zwracając się do kogoś bezpośrednio, agresor wyodrębnia go z grupy. Niejako wyznacza na ofiarę. Tym samym ogranicza siłę potencjalnego kontrataku. Nie odnosi się przecież do wszystkich dyskutantów, tylko do jednej osoby, analogicznie do dawnego wyzwania na pojedynek, więc kiedy ktoś inny staje w obronie zaatakowanego i próbuje dołączyć do wymiany postów, bywa zbywany tym, że nie jest to jego sprawa i niepotrzebnie się wtrąca. Ponadto niewymienieni wprost jako odbiorcy⁶ uczestnicy polilogu mogą czuć się chronieni przed napaścią słowną, gdy uwaga hejtera skupia się na kimś innym. Nienawistnicy wpływają destrukcyjnie na poczucie zbiorowości i zakłócają funkcjonowanie danego gremium.

Odwrotnym zabiegiem jest poszerzenie grona konkretnych, indywidualnych odbiorców. Wówczas w wymianie komunikatów do pierwotnego adresata dołącza się kolejne osoby, np.:

@SOlechnowicz aborcja, inVitro, eutanazja = nazistowska eugenika. Rozumiem że z zamiłowania jest pani Nazistką wyznawczynią nauk Hitlera :)

@ SOlechnowicz @Palikot_Janusz Kobieto – już się zabij – unikniesz wielu problemów i nieprzyjemności – zmarszczki menopauza osteoporoza itp. itd.⁷

W powyższym przykładzie nie dostosowano postu treściowo i gramatycznie do kolejnego, wskazanego imiennie oponenta. Jego personalia zostały

4 Poprzedzenie antroponimu znakiem @ automatycznie tworzy odsyłacz do danej osoby w serwisie społecznościowym.

5 https://twitter.com/S_Potapowicz/status/1011611587835322369 [dostęp: 9 stycznia 2019].

6 Jeśli konwersacja nie odbywa się na kanale prywatnym o ograniczonym dostępie, to wszyscy obserwatorzy danego wątku stanowią domyślnych adresatów.

7 <https://twitter.com/solechnowicz/status/714772747784757248> [dostęp: 9 stycznia 2019].
Cytaty przytaczam z zachowaniem oryginalnej pisowni i interpunkcji.

dodane przypuszczalnie tylko po to, aby zwiększyć zainteresowanie słownym atakiem, dzięki zamieszczeniu w nim nazwiska kontrowersyjnego polityka. Użycie nazwy jako formy adresatywnej jest pozorowanym działaniem, nie chodzi bowiem o bezpośredni zwrot do Janusza Palikota, ale przyciągnięcie uwagi użytkowników Twittera śledzących wypowiedzi odnoszące się do tego polityka. Pozorna apostrofa w rzeczywistości pełni funkcję chwytu reklamowego.

Należy nadmienić także o przypadkach, kiedy hejt pojawia się w mediach społecznościowych w oficjalnych, podpisanych prawdziwymi personaliami wypowiedziach osób sprawujących funkcje publiczne. Trudno ocenić, czy ma się do czynienia z brawurą, czy lekkomyślnością. Przykładem tego jest tweet prawnicowego radnego. Polityk w odpowiedzi na wpis dotyczący wiecu narodowców, podczas którego na atrapach szubienic zawisły zdjęcia europosłów Platformy Obywatelskiej, stwierdził: „Zgadzam się z tym. Potrzebna reakcja. Dostawić szubienice i powiesić całe PO”⁸. Wprawdzie post został szybko usunięty, a jego twórca tłumaczył się, że miał na myśli wieszanie zdjęć, nie ludzi, jednak pierwotna wypowiedź została powielona wielokrotnie i uwieczniona na licznych stronach internetowych. Wyjaśnienia wzbudziły znacznie mniejsze zainteresowanie. Personalia stały się więc rodzajem etykiety: X = hejter nawołujący do linczu. Jeden nieprzemyślany komunikat wystarczył, aby pozostałe działania autora poszły w niepamięć. Nie wiadomo, jakim radnym jest X. Zasłynął jako autor kontrowersyjnego postu na Twitterze i przypuszczalnie niełatwo będzie mu się od tego skojarzenia uwolnić.

Używany identyfikator (imię i nazwisko, pseudonim, adres e-mail) stanowi w internecie ważny składnik marki osobistej i wyznacznik tożsamości. Nazwa ≈ osoba. Podszywanie się pod kogoś to jedno z najcięższych wykroczeń przeciw internetowym zasadom właściwego zachowania się, czyli netykiecie. Piętnuje to również prawo cywilne. Ofiary kradzieży tożsamości, w tym stałego pseudonimu internetowego, używanego m.in. w serwisach aukcyjnych, mogą ubiegać się o odszkodowanie za naruszenie dóbr osobistych⁹.

Warto wspomnieć tutaj o zbliżonym do hejtu, ze względu na wyraźne i rozmyślne dążenie do wyrządzenia komuś krzywdy, zakładaniu fałszywych profili lub włamywaniu się na konta w portalach społecznościowych w celu zamieszczania kłamliwych i szkodliwych informacji w imieniu właściciela. Na przykład w 2018 roku „przyjaciółka” podszyła się pod mieszkankę Barto-

8 <https://twitter.com/AndrzejSzaja/status/934907840820588544/photo/1> [dostęp: 9 stycznia 2019].

9 Zob. <https://prawo.gazetaprawna.pl/artykuly/890768,kradziez-tozsamosci-w-internecie-karalna-wyrzadzenie-szkody.html> [dostęp: 10 stycznia 2019]. Więcej na temat kradzieży tożsamości zob. Lach 2012.

szyc i zamieściła ofertę sprzedaży jej dzieci, którą szybko zainteresowała się policja i opieka społeczna¹⁰. Personalalia skrzywdzonej osoby stały się podstawą manipulacji i elementem uwiarygodnienia kłamstwa. Takie oszustwa bazują na powszechnym założeniu, że skoro wiadomość jest zamieszczona na profilu X, to X jest jej autorem i odpowiada za swoje słowa. Wykorzystanie cudzych personaliów służy zatem niszczeniu pozytywnego wizerunku danej osoby, co jest jednym z głównych celów hejterów.

Onim bywa również wykorzystywany jako informacja kontekstowa, odnosząca się do jego nosiciela, np. dziennikarz, autor m.in. słynnego artykułu *Trotyl na wraku tupolewa*, wkomponował fragment tytułu w swoje personalia i funkcjonuje na Twitterze jako Cezary „Trotyl” Gmyz. Rozbudowa antroponimu stała się rodzajem deklaracji tematyczno-światopoglądowej oraz prowokacyjnym przejawem dystansu wobec osób niepodzielających spiskowych teorii na temat katastrofy smoleńskiej.

Pseudonimy internetowe bywają także formą demonstracji hejterskiego nastawienia wobec określonych aspektów rzeczywistości, poszczególnych osób czy grup społecznych, np.: *Stop wsiunom w BMW*, *SAME POPIER-DOLCE* (zapis wielkimi literami jest w internecie odpowiednikiem krzyku), *same ubeckie i ormowskie ryje w pampersach*, *Car Wszechpolski Jarosław I Mściwy*, *Betonowicz ta kur...a* (pominięcie jednej z liter wulgaryzmu nie zakłóca jego deszyfracji, za to pozwala na oszukanie algorytmów filtrujących treści), *Lolekpedalekrowerowyztrójmiastanapomožuuxddd* (łączny zapis sprawia, że twórcy onimu udało się zamieścić w nim więcej znaków, niż gdyby robił odstęp między wyrazami), *PO-SRAŃCÓW* (nawiązanie do Platformy Obywatelskiej). Nazwy tego typu służą wprawdzie denotacji, ale to ich drugorzędne zadanie. Są przede wszystkim „mikrokomunikatami, dostarczającymi bezpośrednich i pośrednich informacji o swoich autorach, ale też o cenionych wartościach, nastrojach społecznych czy kodzie kulturowym” [Naruszewicz-Duchlińska 2015b: 447]. Mniej lub bardziej jawnie sugerują, czego można spodziewać się po komunikacie treściowo i stylistycznie. Wpływają na to, czy poprzedzająca je wypowiedź zostanie odczytana, czy pominięta przy przeglądaniu forum.

Hejterzy, zwykle zachowując wobec siebie samych powagę, w odniesieniu do innych osób chętnie posługują się ironią. W komunikatach analizowanego typu pozornie pochlebne nawiązanie do cenionych postaci jest w istocie obelgą, np. w wymianie postów między dziennikarzem a politykiem:

10 Więcej na ten temat zob.: <http://olsztyn.wyborcza.pl/olsztyn/7,48726,23544876,zemsta-na-kolezance-ogloszenie-o-sprzedazy-dzieci.html> [dostęp: 10 stycznia 2019].

- Chcesz na solo? Zapraszam.
- Chcę.
- Z Tobą bezrobotny leszczu.
- Przyjmuję „zaproszenie” i zrobię Ci jesień średniowiecza.
- Gdzie? Zgadnij **Einsteinie**¹¹ [wyróżn. – A.N.D.].

Deprecjację obiektu odniesienia osiąga się także dzięki innym środkom językowym, w których dominuje funkcja perswazyjna, a referencyjna odgrywa drugorzędną rolę, czyli m.in.:

a) zdrobnieniom, np. *Donald Tusk* → *Donek/Donaldzik Tusk*. Służą one umniejszeniu znaczenia danej osoby, jej „udziecinnieniu”. Z *Donaldem* należy się liczyć, do *Donka* czy *Donaldzika* można podejść protekcyjnie;

b) użyciu form liczby mnogiej, np. *Misiewicz* → *Misiewiczze*. Mianem *Misiewiczów* określa się osoby, które według opinii publicznej uzyskały intratne posady ze względu na powiązania polityczne¹². Takie sformułowania stają się metonimiami typu „idealny przedstawiciel kategorii za kategorię” [zob. Góralczyk 2016: 58], a wartość konotacyjna nazwy przeważa nad jej wartością denotacyjną [zob. Rutkowski 2007: 157];

c) odpodmiotowaniu → dehumanizacji, np.

I **jaruzelskie gówno** [wyróżn. – A.N.D] zdechło. Można by powiedzieć, że w sumie fajnie ale tak naprawdę to smutne, że kolejny zdrajca odszedł sobie z przysłowiowej starości a my do końca płaciliśmy mu wybujaną emeryturkę w podziękowaniu za to, że tak ładnie nas gnoił do spółki z radzieckim okupantem¹³.

Odczłowieczenie jest najwyższym stopniem deprecjacji, w przytoczonym przykładzie dochodzi do niego w pejoratywnej metonimii: osoba → fekalia;

d) wykorzystaniu nazwy jako formy obelgi, np. „Ty Misiewiczzu!”. Dotyczy to tylko znanych ludzi, których nazwisko budzi głównie negatywne skojarzenia. Kiedy utrwali się ujemne nacechowanie nazwy, to niemożliwe jest jej użycie jako komplementu, np. „Istny z Ciebie Misiewicz” jest ewidentną obrazą;

e) kontaminacji: *Kaczyński* + *Kadafi* → *Kaczafi*. Przekształcenia nazwisk polityków mogą rozbawić odbiorcę, ale ich prymarną funkcją jest wyrażenie

11 <https://twitter.com/hashtag/zatka%C5%82o> [dostęp: 19 stycznia 2019].

12 Zob. np. serwis: <https://misiewiczze.pl/> [dostęp: 22 stycznia 2019].

13 <https://natemat.pl/148035,nie-tylko-o-dominiku-pisano-dobrze-ze-zdechl-hejt-nazmarlych-to-polska-codziennosc> [dostęp: 19 stycznia 2019].

nie negatywnych uczuć wobec wyszydzanych działaczy [por. Naruszewicz-Duchlińska 2007: 133];

f) obraźliwej adideacji: *Baltroczyk + belkotać* → *Belkoczyk*. W przypadku antroponimów powstałych przez połączenie części nazwy z wyrazem pospolitym „ich użycia są silnie, najczęściej negatywnie, wartościujące, a znaczenia ekspresywne dominują nad innymi wartościami semantycznymi aktualizowanymi przez poszczególne jednostki” [Góralczyk 2016: 56]. Funkcja ludyczna jest wtórna i o ograniczonym zasięgu. Nazwa ma głównie obrażać, a przy okazji może śmieszyć swego kreatora i osoby dzielące jego punkt widzenia na daną osobę czy zjawisko;

g) sięganiu do podstawy nazw i zestawianiu antroponimów z apelatywami mającymi negatywne konotacje, np. w odniesieniu do dziennikarza Tomasza Lisa: „Świństwo! Posadę dają mi wyborcy. Otrzymałem jeden z najlepszych wyników w PL-nie z jedyńki. **Lis to hiena** [wyróżn. – A.N.D.] i ściek”¹⁴. Daje to możliwość jednoczesnej interpretacji onimicznej i apelatywnej [zob. więcej Gibka, Rutkowski 2015: 183].

W odniesieniu do często atakowanych osób bywają używane różne formy intencjonalnie deprecjonujących antroponimów, np. prezydent Olsztyna Piotr Grzymowicz w krytycznych komentarzach widnieje jako: *Grzym/Grzymo* (skrót nazwiska), *Grzyb/Grzybowicz* (reifikujące adideacje), *pan beton* (zapis małą literą), *Piotr Betonowicz-Korkowicz*, *Grzybo-beton* (nawiązanie do betonowania znacznych części przestrzeni miejskich), *Piotr Wielki Grzymowicz* (ironia), *Piotr G.* (inicjał zamiast nazwiska, nawiązanie do sposobu podawania personaliów osób podejrzanym lub oskarżonym o przestępstwa).

Powyżej wspomniane zabiegi nie są nowością w dyskursie medialnym i innych płaszczyznach manipulacji. Podobnie jak zniekształcanie nazw w celach perswazyjnych, negatywne odniesienia do innych występowały już wcześniej, przed rozwojem komunikacji sieciowej¹⁵. Hejt jednak się od nich różni. Ze względu na upowszechnienie internetu i wielość zamieszczanych tam tekstów trudno nie mieć z nim do czynienia. Wystarczy poczytać jakiegokolwiek otwarte forum. Nie oznacza to, rzecz jasna, że hejt dominuje ilościowo, ale ze względu na jego silne nacechowanie emocjonalne jest łatwo zauważalny.

14 <https://twitter.com/patrykjami/status/777246173514067968> [dostęp: 21 stycznia 2019].

15 Na przykład w nowomowie, w której, podobnie jak w hejcie, „najistotniejsze jest nieustanne narzucanie wartości – już na poziomie języka. W jej obrębie wszystko ma być oznaczone znakiem wartościującym, dodatnim lub ujemnym, zawsze jednak wyrazistym i jednoznacznym” [Głowiński 1990: 24].

Hejterzy chcą „zaistnieć”, wyróżnić się z grona internautów, osiągnąć pożądany efekt przy niewielkim nakładzie sił i bez konieczności wykazywania się wiedzą czy umiejętnościami. Budowanie pozytywnej marki osobistej w internecie wymaga zaangażowania, zasobu wiadomości i kompetencji medialnej na wysokim poziomie. Negatywną opinię wytwarza się o wiele szybciej i łatwiej, czego dowodzi choćby wspomniany powyżej *casus* jednego z radnych. Co paradoksalne, złe wrażenie miewa pozytywne konsekwencje (oczywiście nie dla wszystkich). Niektórzy hejterzy stają się sławni wśród internautów, np. Testoviron. Są anonimowi, ukrywając swoje imię i nazwisko, ale jednocześnie znani pod wybranym przez siebie pseudonimem. Stanowi on ich identyfikator, a zarazem wskazuje, czego można się spodziewać po ich wypowiedziach. I to, że niczego dobrego, bywa dla amatorów tego typu komunikatów zaletą.

Bibliografia

- Bartmiński Jerzy (2007), *Opozycja swój/obcy a problem językowego obrazu świata*, „Etnolingwistyka”, t. 19, s. 35–59.
- Gibka Martyna, Rutkowski Mariusz (2015), *Funkcja humorystyczna nazw osobowych w oryginale i w przekładzie „Feet of Clay” (Na glinianych nogach) Terry’ego Pratchetta*, w: *Funkcje nazw własnych w kulturze i komunikacji*, red. Irena Sarnowska-Giefing, Mieczysław Balowski, Magdalena Graf, Instytut Naukowo-Wydawniczy „Maiuscula”, Poznań, s. 181–193.
- Głowiński Michał (1990), *Nowomowa po polsku*, Wydawnictwo PEN, Warszawa.
- Góralczyk Iwona (2016), Prezes Wszystko-mogę Kaczyński. *Sekundarne użycia antroponimów w przedwyborczym dyskursie politycznym*, „Prace Językoznawcze”, t. XVIII/3, s. 55–64.
- Karwat Mirosław (2007), *Teoria prowokacji. Analiza politologiczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lach Arkadiusz (2012), *Kradzież tożsamości*, „Prokuratura i Prawo”, nr 3, s. 29–39.
- Naruszewicz-Duchlińska Alina (2007), *Dzień Ziobry – czyli o humorystycznym wykorzystaniu nazw własnych w Internecie*, „Ling Varia” II, nr 1 (3), s. 129–134.
- Naruszewicz-Duchlińska Alina (2015a), *Nienawiść w czasach Internetu*, Novae Res, Gdynia.
- Naruszewicz-Duchlińska Alina (2015b), *Pseudonimy internetowe (nicknames) jako forma autocharakterystyki*, w: *Funkcje nazw własnych w kulturze i komunikacji*, red. Irena Sarnowska-Giefing, Mieczysław Balowski, Magdalena Graf, Instytut Naukowo-Wydawniczy „Maiuscula”, Poznań, s. 439–448.

Rutkowski Mariusz (2007), *Nazwy własne i ich denotacje w rzeczywistości medialnej*, w: *Kreowanie świata w języku mediów*, red. Paweł Nowak, Ryszard Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin, s. 155–170.

Witkowski Tomasz (2006), *Psychomanipulacje. Jak je rozpoznawać i jak sobie z nimi poradzić*, Moderator, Taszów.

Alina Naruszewicz-Duchlińska

Anthroponyms in hate

Hate refers to online posts aimed at depreciating someone or something by expressing a provocative negative opinion about them. This article discusses the function and place of anthroponyms in such posts. Its goal is to present the observations and conclusions concerning the role of anthroponyms and their usage by haters. The study material was collected from Facebook, Twitter and wm.pl and subjected to qualitative analysis.

KEYWORDS: hate, haters, anthroponyms, Internet communication.

dr hab. Alina Naruszewicz-Duchlińska, prof. UWM – Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Wydział Humanistyczny, Instytut Polonistyki i Logopedii; zainteresowania naukowe: komunikacja internetowa, onomastyka, genologia lingwistyczna.