


**ALEKSANDRA KLIMKIEWICZ** <https://orcid.org/0000-0001-8606-4475>

Uniwersytet Gdański

#ROSJATOSTANUMYSŁU #60KOPIEJEKZAWPIS: STEREOTYPY ETNICZNE ZAKŁĘTE W HASZTAGACH

#ROSJATOSTANUMYSŁU #60KOPIEJEKZAWPIS: ETHNIC STEREOTYPES ENCHANTED IN HASHTAGS

The text presents the issue of evaluating and updating ethnic stereotypes about Russia and Russians (ruski, ruscy, ruskie) implemented in internet communication using folksonomy (social categorization of content). The research area is the Polish website wykop.pl, the materials of which have been used for the contextual analysis of contemporary implementations of linguistic ethnic stereotypes manifested by objects such as tags. The operator #rosja (#russia), together with the excerpted tags, creates collocations, opening the way to renegotiating the image of stereotypes Russia and the Russian. The last part of the article presents linguistic implementations of ethnic stereotypes Russia and the Russian in tags used for discrediting and polarization in public unofficial social discourse.

Keywords: stereotype, foreign, text, folksonomy, tag, #rosja, enemy, discredit

1. WARTOŚCIOWANIE KATEGORII OBCOŚCI W STEREOTYPACH ETNICZNYCH O ROSJI I ROSJANACH

Kategoria obcości wyrażana w języku poprzez określanie przedmiotów, zjawisk, relacji, osób jako „zagranicznych”, znajdujących się poza swojskością w kontekstach tożsamościowych i kulturowych posiada niewystarczający potencjał dla budowania obrazu obcokrajowców i wartościowania swoich relacji z cudzoziemcami. Aleksander Kiklewicz zwraca uwagę na to, że „największy potencjał wartościujący w języku posiadają stereotypy etniczne”¹. Ryszard Tokarski wskazuje, że „zgodnie z teorią etnolingwistyki wartościowanie stanowi jeden

¹ A. Kiklewicz, *Polska – Rosja: wzajemne wartościowanie (na podstawie analizy korpusowej)*, „Przegląd Wschodnioeuropejski” 2017, VIII/2, s. 343–357.

z elementów językowego obrazu świata”². W językowym obrazie świata stereotypy są sekwencją interpretacyjną, która pozwala na porządkowanie zbiorowego doświadczenia i jednocześnie ogranicza możliwości kognitywne poprzez dostarczenie gotowego wzorca myślenia i postrzegania.

Jak wiadomo, stereotypy to uproszczone obrazy grup, obiektów, zjawisk, osób zawierające ustalone treści intelektualne o określonych konotacjach wartościujących, niosące ładunek emocjonalny³. Jako gotowe sądy podzielane są przez członków wspólnoty i chociaż mają charakter przekazów wtórnych, nie opartych na doświadczeniu, to pełnią bardzo ważną funkcję: „treść stereotypów jest wyrazem generalizujących praktyk występujących w myśleniu potocznym”⁴.

Stereotypy etniczne powstałe w wyniku bliskiego sąsiedztwa i wielowiekowej wspólnej historii, jak w przypadku Polski i Rosji, mają znaczący wpływ na panujące relacje i wzajemne stosunki. Stereotypowe obrazy zapisane w świadomości zbiorowej Polaków są odzwierciedleniem uprzedzeń, rezultatem odrzucania inności i wynikają z konieczności oznaczania obcości w wymiarze narodowym i tożsamościowym. Głęboko zakorzenione stereotypy etniczne trudno zmienić. Ida Kurcz, zabierając głos w dyskusji o żywotności tych jednostek, podkreśla, że „stereotypów nie da się zlikwidować, możemy jedynie mówić o ich zmianie”⁵. Każda epoka historyczno-kulturowa wnosi modyfikacje w interpretacji świata, nowe treści i wartości aksjologiczne, które uzupełniają, renegeocjują i przystosowują obraz stereotypów do panujących warunków historycznych, politycznych, kulturowych i społecznych⁶.

Wraz z upływem czasu stereotypy etniczne o naszych rosyjskich sąsiadach powstawały w oparciu o obserwacje, porównania języków,

² R. Tokarski, *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995, s. 8.

³ Por. A. Schaff, *Stereotypy a działanie ludzkie*, Książka i Wiedza, Warszawa 1981, s. 37–40.

⁴ A. Kłoskowska, *Kultury narodowe u korzeni*, PWN, Warszawa 1996, s. 93.

⁵ I. Kurcz, *Zmiana stereotypów: jej mechanizmy i granice*, w: M. Kofta, A. Jasińska-Kanie (red.), *Stereotypy i uprzedzenia: uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, Scholar, Warszawa 2001, s. 17.

⁶ Zob. W. Cynarski, *Kulturowy archetyp i etos a postrzeganie charakteru narodowego*, w: A. Andrusiewicz (red.), *Polska i jej wschodni sąsiedzi*, t. 5, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2005; A. Kikiewicz, *Polska – Rosja: wzajemne wartościowanie (na podstawie analizy korpusowej)*, „Przegląd Wschodnioeuropejski” 2017, VIII/2; A. Zbirański, *Barbarzyńca ze Wschodu. Od stereotypizacji do mitologizacji Rosjan*, „Nowa Polityka Wschodnia” 2019, nr 1(20).

doświadczenia wspólnych dziejów historycznych, rywalizację, podboje, zabory, wiarę, wzajemne stosunki, konflikty zbrojne, różnice systemów politycznych, różnice matryc kulturowych i in. W sytuacji Polski wielowiekowa tradycja pielęgnowania obcości wobec wschodnich sąsiadów jest stanem pożądanym. Jak twierdzi Umberto Eco,

posiadanie wroga jest potrzebne każdemu narodowi w celu zachowania wewnętrznej jedności i samookreślenia jako członka wspólnoty zewnętrznie zagrożonej przez niecnego wroga, który zawsze posiada pewne cechy: inność – utożsamiana z zagrożeniem, brzydota, smród, niższość rozumiana wedle aktualnych kryteriów społeczno-kulturowych⁷.

Zoja Nowożenowa, pisząc o kształtowaniu się archetypowej kategorii obcości stanowiącej podstawę negatywnego wartościowania i modelowania stereotypów etnicznych o Rosji i Rosjanach w polskich realiach, podkreśla, że

jej profilowanie przebiega na kilku liniach: swój–obcy, postępowy–zacfany/regresywny, prawidłowy–nieprawidłowy, dobry–zły, Zachód–Wschód, Europa–Rosja, demokracja–totalitaryzm i in. Jednym z głównych obrazów stereotypów jest identyfikowanie rosyjskiego i radzieckiego, a także stawianie znaku równości między takimi pojęciami jak Rosja i Imperium⁸.

Autorka zwraca także uwagę na wszechobecność rosyjskiej leksyki i wtrętów w języku polskiej debaty politycznej i mediach. Takie słowa, jak *pionierka*, *wierchuszka*, *naczalstwo*, *prikaz*, *poputczyk*, *czerezwyuczajka*, *psychuszka*, *aparaczyk* czy *bolszewik* są jednostkami akceptowanymi w odbiorze społecznym, leksyka jest w pełni zrozumiała, jednoznacznie negatywnie kategoryzowana i chętnie wykorzystywana jako narzędzie perswazyjne w polskim dyskursie politycznym, medialnym, społecznym⁹. Również Michał Sarnowski koncentruje uwagę na aspekcie językowym stereotypów.

Polacy w wyniku wielowiekowych kontaktów językowych i kulturowych z Rosją i Rosjanami wykształcili w swoich strukturach mentalnych szereg wyobrażeń

⁷ U. Eco, *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe*. Przeł. A. Gołębiowska, T. Kwiecień, Rebis, Poznań 2012, s. 9–34.

⁸ З.Л. Новоженова, *Иноязычные вкрапления как дискурсивное явление: русское слово в чужом тексте*, „Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта”. Серия, Филологические науки. Калининград: БФУ им. И. Канта, 2012, nr 8, s. 37–42 [przeł. A.K.].

⁹ Przykłady zaczerpnięto: З.Л. Новоженова, *Иноязычные вкрапления...*, s. 40.

o ich języku, które, w oparciu o właściwą empirię, mogą być przedstawione w postaci stereotypowych obrazów. Kolekcja takich stereotypowych obrazów składa się na potoczną, nienaukową wiedzę językoznawczą, której subjektem jest uśredniony obywatel, swoisty „badacz z ulicy”¹⁰.

W ramach niniejszego tekstu nie sposób przedstawić wszystkich opracowań naukowych dotyczących stereotypów o Rosji i Rosjanach. Pozostaje odwołać się do faktu, że tematyka stereotypów etnicznych na przestrzeni wspólnych dziejów w polskiej nauce została zaprezentowana w wielu pracach językoznawczych¹¹, opracowaniach socjologicznych¹², rozprawach historycznych¹³, studiach politologicznych¹⁴. Szczególne miejsce w opracowaniach dotyczących polsko-rosyjskich stereotypów zajmują prace Andrzeja de Lazariego i jego współpracowników¹⁵.

W ciągu ostatnich ostatnich lat retoryka dyskursu politycznego w Polsce zaostrza się. Skrupulatnie eksploatuje się potencjał perswazyjny i manipulacyjny rosyjskiej odmienności narodowo-kulturowej

¹⁰ M. Sarnowski, „...z polska — po rosyjsku”, czyli o tym, jak Polacy używają ruszczyzny, „Studia Rossica Posnaniensia” 2017, vol. XLII, s. 260.

¹¹ Na przykład J. Bartmiński, J. Panasiuk, *Stereotypy językowe*, w: J. Bartmiński (red.), *Współczesny język polski*, Wiedza o kulturze, Wrocław 1993; J. Bartmiński, I. Lappo, U. Majer-Baranowska, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka” 2002, nr 14; M. Głuszkowski, *Satyryczna funkcja stereotypów na przykładzie analizy porównawczej polskich i rosyjskich anegdot i dowcipów*, w: K. Dębska, M. Głuszkowski (red.), *Rosja w dialogu kultur*, t. 1, Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2015; A. Kiklewicz, *Polska — Rosja...*; M. Marczevska, *Stereotypy etniczne we współczesnym polskim dyskursie publicznym*, „Res Historica” 2018, nr 46.

¹² Na przykład J. Błuszkowski, *Przemiany stereotypów narodowych w procesie transformacji systemowej w Polsce*, „Studia Politologiczne” 2007, vol. 11; Ł. Łoćki, „Obcość” jako kategoria analityczna stosunków międzynarodowych. „Stosunki Międzynarodowe” 2010, nr 1/2; S. Grabias, *Analityczne kategorie obcości*, „Studia Socjologiczne” 2013, nr 1.

¹³ Na przykład I. Sakowicz-Tebinka, *Imperium Barbarzyńców. Rosja Aleksandra II w brytyjskich opiniach prasowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010; A. Leinwand, *Rosja w propagandzie polskich powstań narodowych 1768–1864. Wybrane zagadnienia*, „Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej” 2013, XLVIII.

¹⁴ Na przykład J. Dzwonczyk, R. Jakimowicz, *Stereotypy w stosunkach polsko-rosyjskich*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” 2002, nr 16; A. Zbirański, *Barbarzyńca ze Wschodu...*

¹⁵ Zob. A. de Lazari (red.), *Идеи в России/Ideas in Russia/Idee w Rosji*, t. 1–9, Ibidem, Łódź 1999–2015.

na własnym gruncie w celu etykietowania konkretnych osób lub grup, marginalizowania zjawisk i wykluczania oponentów¹⁶. Ta strategia wpisuje się w twierdzenie Aleksandra Zbirańskiego, który uważa, że „stereotypy są wykorzystywane w polityce oraz kreowane i renegocjowane zgodnie z jej bieżącymi potrzebami”¹⁷. Zjawiska zachodzące w dyskursie publicznym naturalnie wpływają na utrwalanie stereotypów i wzbogacanie aktualizowanymi treściami schematów myślowych w świadomości zbiorowej.

W zakresie zainteresowań językoznawców znajduje się opis językowej postaci stereotypu, który może być wyrażony w formie gotowego schematu myślowego, sądu, frazeologizmów, związków wyrazowych i takich nowych formacji, jak tagi¹⁸.

2. PRZESTRZEŃ WIRTUALNA: CECHY KOMUNIKACJI I FUNKCJE TAGOWANIA

Przestrzeń wirtualna jest przestrzenią społeczną, rozumianą jako układy komunikacyjne istniejące w ramach systemów narodowych. Jej kreatorami i architektami są sami użytkownicy, kształtuje się ona oddolnie, a sposoby jej ekspresji dynamicznie ewoluują. Pod wpływem zmian społecznych, kulturowych, technicznych językowe praktyki komunikacyjne uległy zmianom — również z powodu wzajemnego przenikania się komunikacji online i offline. Marina W. Konowałowa uważa, że „przestrzeń wirtualna to kontynuacja konceptualizowania świata, która ma większe możliwości i szerszy zestaw narzędzi”¹⁹. Komunikowanie sieciowe to proces kreatywny, ponieważ za jego pośrednictwem nie tylko transmitowana i przyswajana jest wiedza o świecie, ale konstruowane są nowe pojęcia. Jest to także proces symboliczny,

¹⁶ Na przykład M. Sarnowski, *O jednym ze sposobów bytowania „rossików” w języku i kulturze polskiej*, „Acta Polono-Ruthenica” 2009, nr 14; tegoż, „...a polska — po rosyjsku”...; Z. Nowożenowa, A. Klimkiewicz, *Иноязычное слово в разных типах дискурсов: прагматика vs. семантика*, „Przegląd Rusycystyczny” 2018, nr 4.

¹⁷ A. Zbirański, *Barbarzyńca ze Wschodu...*, s. 115.

¹⁸ Tag, hasztag, znacznik, operator w niniejszym tekście ze względów stylistycznych występują jako synonimy.

¹⁹ М. В. Коновалова, *Виртуальное пространство и виртуальный гештальт*, „Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение” 2013, nr 24 (315), Вып. 82. s. 97.

gdyż bez znajomości wspólnego indeksu semantycznego i semiotycznego w komunikacji proces ten ulega zaburzeniom.

Współczesną komunikację sieciową charakteryzuje wymiar tekstowy, w którym prymarność zyskał pisemny wariant języka potocznego oraz anonimowość, dająca użytkownikom możliwość tworzenia dowolnych tożsamości internetowych. Ważnym aspektem komunikacji sieciowej jest różnorodność społeczna i kulturowa, które uwalniają jej uczestników od przypisanych ról społecznych i statusowych oraz bezpośredniość w kontakcie, przejawiająca się w pomijaniu form grzecznościowych i etykiety językowej. Znaczącą cechą komunikacji sieciowej jest potrzeba komunikowania się z innymi użytkownikami i komunikowania o sobie, manifestowania własnych postaw i potrzeb. Komunikacja sieciowa jest atemporalna i temporalna, przy czym na uwagę zasługuje aspekt konsekwentności, czyli naprzemienienie następujących akcji i reakcji. Charakteryzuje ją również multi-konwersacyjność rozumiana jako komunikacja synchroniczna z różnymi użytkownikami.

Fundamentalne znaczenie we współczesnej komunikacji internetowej ma hipertekstowość, czyli organizacja konstrukcji tekstu sieciowego, przełamująca jego linearność i strukturę poprzez umieszczanie w nim hiperłączy przekierowujących do innych tekstów bez zdefiniowanej kolejności czytania tekstu lub komunikowanie za pomocą samych hiperlinków (stosowanie w funkcji odsyłacza do informacji). W hipertekstowej strukturze tekstu istotne miejsce zajmuje folksonomia, czyli oddolne społeczne indeksowanie materiałów sieciowych, kategoryzowanie treści, które tworzy model informacji w ramach serwisów, blogów, sieci społecznościowych i wspólnot internetowych. Celem grupowania treści za pomocą znaczników # jest porządkowanie materiałów, ułatwienie dostępności do wiedzy w obszarach wyznaczonej kategorii. Kategoryzowanie treści odbywa się za pomocą podstawowych jednostek, jakimi są użytkownik (@nickname), tag (#znacznik) i zasoby (materiały). W ujęciu funkcjonalnym tagowanie jest procesem semantycznym, w którym użytkownicy samodzielnie nadają obiektom nazwy i nowe znaczenia za pomocą niekontrolowanych słów kluczy. Opierając się na sile semantycznej słowa grupują i wizualizują metadane, stając się „ekspertami znaczeń”. Oprócz tego proces tagowania określa kierunki interakcji między użytkownikami ponieważ poza funkcją łączenia wątków tematycznych tagi opisują obiekty elektroniczne, wirtualne i realne, przybierają różną postać i zakres tematyczny. Poza tym

hasztagi realizują kreatywną funkcję języka, są kluczami do wiedzy o najważniejszych wydarzeniach teraźniejszości, rozumienia świata i skutecznej komunikacji. Należy je również rozpatrywać jako kryterium zachowań kulturowych, bezpośrednio wpływające na aktualizowanie językowego obrazu świata użytkowników określonej wspólnoty internetowej.

W ujęciu aksjologicznym tagi transmitują wartości, postawy, poglądy, potrzeby, cele, przeżycia i in. Ponadto folksonomia jako hipertekst może służyć do wzmacniania świadomości zbiorowej i narodowej.

Polskie tagi, które z zasady pozbawione są znaków diakrytycznych, nierzadko występują w połączeniu ze znacznikami w języku angielskim, co ma na celu zwiększenie ich zasięgu w globalnych systemach wyszukiwania. Tagi pisane są zawsze łącznie ze znacznikiem #, co zapewnia ich widoczność algorytmom wyszukiującym treści. Nie należy ich rozdzielać znakami interpunkcyjnymi, ponieważ takie zabiegi prowadzą do załamania struktury hipertekstu i utraty łącza. Mogą one występować jako jednostki jednowyrazowe lub wielowyrazowe, w tym przypadku pisane są łącznie (np.: #tekstinternetowy), a dla zwiększenia ich czytelności dopuszczalne jest stosowanie dużych liter w funkcji rozdzielającej (np.: #TekstInternetowy). Tagami najczęściej są rzeczowniki i przymiotniki, które nie podlegają deklinacji, zazwyczaj występują w mianowniku, nawet, gdy są używane w środku zdania.

3. CHARAKTERYSTYKA PRZESTRZENI BADAWCZEJ

Miejszem badania jest polski serwis internetowy wykop.pl kategoryzowany jako social news. Serwis powstał w 2005 roku i według badania Gemius/PBI dla „Wirtualnych Mediów” jest piątym co do popularności serwisem w Polsce zrzeszającym 4,6 miliona użytkowników²⁰. Pod względem popularności wyprzedzają go jedynie globalne amerykańskie serwisy (w kolejności: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest). Jak pisze Natalia Gawrońska, „gromadzi się tam nieufna społeczność,

²⁰ Por.: *Czołowe serwisy społecznościowe w kwietniu 2021*, Wirtualne Media (badanie Mediapanel, badanie Gemius/PBI) <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/juz-3-8-mln-polakow-na-tiktoku-twitter-i-pinterest-w-dol-wykop-ze-wzrostem-top10> (20.01.2022).

która nie życzy sobie obecności marek”²¹. Według danych zebranych na potrzeby tego badania użytkownicy serwisu to osoby w przedziale wiekowym 18–45 lat.

Ideą serwisu wykop.pl jest wyszukiwanie interesujących informacji w globalnym internecie (informacje tekstowe, graficzne, audio, video) i przedstawianie ich treści innym użytkownikom do oceny. Dodawana przez użytkownika informacja to „znalezisko”, które poddawane jest wartościowaniu przez innych użytkowników za pomocą znaków + i –. Znalezisko ukazuje się najpierw w „wykopalisku” i po uzyskaniu odpowiedniej liczby głosów („wykopów”) ukazuje się na głównej stronie, gdzie podlega ocenie całej społeczności. Jeśli znalezisko nie zbierze wymaganej wartości liczonej z głosów dodatnich i ujemnych w przeciągu 24 godzin od jego dodania, nie jest publikowane na stronie głównej i zostaje uznane za bezwartościowe („zakopane”). Obowiązkiem każdego użytkownika dodającego informację jest jej otagowanie. W ten sposób społeczność hierarchizuje treści według priorytetu ważności i łączy w wątki tematyczne. Najpopularniejsze tagi prezentowane są w chmurze tagów na stronie głównej serwisu i podstronie prezentującej znaczniki miesiąca (<https://www.wykop.pl/tagi/>). Inną częścią serwisu jest mikroblog oparty na systemie hashtagów, które można subskrybować. Środowisko użytkowników wytworzyło swój socjolekt²² i własny system znaków semiotycznych (emotikony spoza przyjętego standardu). Użytkownicy serwisu podejmują dyskusje wokół poważnych tematów z „przymrużeniem oka”, co nadaje publikowanym w serwisie treściom charakter satyryczny.

Za pomocą umieszczonej w serwisie wyszukiwarki z wykorzystaniem ścieżki ‘alias tag’: wyekscerpowano materiał empiryczny za lata 2005–2022 w postaci tagu głównego #rosja. Ustalono, że znacznik #rosja wchodzi w stałe, okresowe i okolicznościowe kolokacje z innymi operatorami, tworząc rozbudowane pola leksykalno-semantyczne – formacje będące ciągami hashtagów, które odzwierciedlają realizacje językowe stereotypów etnicznych w komunikatach pisemnych użytkowników. W materiale badawczym wyekscerpowano 37 jednostek wchodzących w kolokacje ze znacznikiem #rosja, które przedstawiono w chmurze tagów (Rys. 1.).

²¹ N. Gawrońska, *Jaka jest społeczność Wykopu i JoeMonstera? Nowy marketing 2015*, <https://nowymarketing.pl/a/6789,jaka-jest-spolcznosc-wykopu-i-joemonstera> (20.01.2022).

²² Zob. O. Rak, *Mirkomowa dla początkujących – słownik Wykopowiczów*, 2019, <https://oscarrak.pl/blog/slownik-wykopu/> (07.02.2022).



Rysunek 1. Chmura tagów tworząca kolokacje ze znacznikiem #rosja

W badaniu brano pod uwagę datę powstania tagu i jego żywotność, istnieją bowiem znaczniki okresowe i okolicznościowe, powstające z okazji ważnych wydarzeń i wraz z ich dezaktualizacją tracącą aktywność (np. #rosja2018²³). Na podstawie analizy korpusu stałych kolokacji z tagiem #rosja zostaną przedstawione stereotypy etniczne dotyczące Rosji i Rosjan. W kolejnej części tekstu znajdują się stereotypy etniczne o Rosji i Rosjanach wyrażone w operatorach i używane jako narzędzie dyskredytacji wewnątrz wspólnoty serwisu.

3.1. #ROSJA: KOLOKACJE, KONTEKSTY, ZNACZENIA AKTUALIZUJĄCE STEREOTYPY ETNICZNE

Tag główny #rosja w serwisie należy do najbardziej popularnych i jednocześnie najstarszych operatorów, powstał w kwietniu 2006 i jest aktywny do chwili obecnej. W styczniu 2022 roku zajął 11²⁴ miejsce wśród wszystkich tagów serwisu. W okresie od 30 grudnia 2021 do 30 stycznia 2022 za jego pomocą oznaczono 3278 materiałów, co pokazuje, że w komunikacji używano go średnio około 110 razy na dobę.

Wszystkie wiadomości oznaczone tagiem #rosja są grupowane wraz z materiałami na podstronie o nazwie „Informacje z Rosji”. Tagi zamieszczone na stronie określają pola tematyczne i kontekstowe, których oś wyznaczają treści publikowanych w serwisie doniesień

²³ Znacznik #rosja2018 powstał z okazji XXI Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Euro 2018, organizowanych w Rosji i był aktywny w okresie trwania przedsięwzięcia (14 czerwca – 15 lipca 2018).

²⁴ Wzmogona aktywność tagu w okresie od 30.12.2021 do 30.01.2022 r. związana była z zaostrzającą się sytuacją wokół Ukrainy i nieporozumieniami na linii Rosja – USA.

medialnych pochodzących z całego świata²⁵, materiały z sieci społecznościowych (Telegram, Twitter, Facebook, Instagramm, YouTube i in) oraz komentarze i informacje zamieszczane przez użytkowników na mikroblogu.



Rysunek 2. Kolokacje znacznika #rosja.
Dane z dn. 30.01.2022. Grafika: wykop.pl

Kolokacje, w których pojawia się znacznik #rosja w tym segmencie serwisu określają następujące tagi (por. Rys. 2. Liczby w nawiasach oznaczają liczbę kolokacji z tagiem #rosja): #ukraina (2255), #wojna (1622), #geopolityka (310), #polska (294), #europa (270), #polityka (238), #heheszki (222), #swiat (208), #bialorus (193).

W polskiej świadomości zbiorowej sposób myślenia o Rosji jest nierozzerwalnie związany ze sferą polityczną i militarną. Negatywne wartościowanie tagu #rosja wynika z nadanego mu historycznie obrazu wiecznego wroga, najeźdźcy, zagrożenia, agresora. Nominacje określone w operatorach w połączeniu z tagiem głównym #rosja pozwalają odczytać niepokój, zagrożenie, atmosferę wojny o zasięgu ukraińskim, polskim, europejskim i światowym. Wokół leksemu #rosja grupowane są jednostki leksykalne nadbudowujące znaczenia i konkretyzujące konteksty:

²⁵ W publikacjach znajdują się informacje z dostępnych w globalnej sieci materiałów medialnych, m.in.: bloomberg.com, euronews.com, reuters.com, foxnews.com, dailymail.co.uk, bielst.eu, nationalreview.com, news.sky.com, rt.com, pl.sputniknews.com, onet.pl, czaswschodni.pl, rp.pl, biznes.alert.pl, bussinesinsider.com.pl, pap.pl, dw.com, polskatimes.pl, rt.com i in.

1) #rosja #ukraina #polska #wojna — wskazanie na wątek uczestnictwa Polski (wróg Polski); 2) #rosja #ukraina #ruskimir #wojna — lokalizowanie konfliktu pomiędzy Rosją i Ukrainą (wróg Ukrainy/wróg Polski i Ukrainy), lub 3) wskazanie geopolitycznego wymiaru konfliktu za pomocą ciągu operatorów: #rosja #ukraina #usa #wojna #donbaswar #geopolityka #swiat lub #swiat #wydarzenia #syria #wojna #rosja #usa #aleppo #rosjawsyrii (wróg innych państw/wróg Polski i całego świata).

Stereotyp wroga przejawia się w umieszczaniu z tagiem głównym leksyki konkretyzującej kontekst publikowanego materiału (w serwisie głównym) lub komunikatu (wypowiedzi pisemne użytkowników w mikroblogu). Z analizy kontentu wynika, że #rosja w badanej przestrzeni komunikacyjnej, to: #komunizm #bolszewia #imperium #socjalizm #autorytaryzm #totalitaryzm #putin #putia #putio #interesimperium #ruskapropaganda. W ramy pojęciowe wroga w znaczniku #rosja wpisują się także współczesne wydarzenia aktualizujące stereotyp, należą do nich: 1) wydarzenia historyczne: #rosja #polska #katyn #zbrodniakatynska #iiwojnaswiatowa #zbrodnia #związekradziecki #cccp #stalin lub #rosja #polska #smolensk #tupolew #tu154 #kaczynski #prezydent #kreml #zamach #katastrofa i in.; 2) wydarzenia związane z wystąpieniami przeciw władzy: #rosja #putin #kreml #chodorkowski #nawalny #wiezienie #opozycja czy *performanse* #pussy #riot #prowokacja #wiezienie #opozycja i in.; 3) kryzys energetyczny: #rosja #kryzys #gaz #gazprom #putin i in.; 4) kryzys polityczny: #rosja #wyboryusa #podsluch #putin #inwigilacja i in.; 5) kryzys cybernetyczny: #rosja #technologia #internet #blogosfera #media #szpiegostwo #ruskietrolle #60kopiejkzawpis i in.

Tag #rosja jako stereotyp wroga obrasta konotacjami współczesności, wśród których dominują pojęcia: #wojna #zbrodnia #kryzys #szpiegostwo #putin i in.

Przytoczone przykłady wskazują na to, że obrazy Rosji i Rosjan jako wroga/wrogów w wyobrażeniach użytkowników serwisu są stale obecne, utwierdzone i aktualizowane. W stereotypie wrogości wyrażanej w operatorze #rosja mieści się również historyczne odrzucenie działań, koncepcji, tradycji, zachowań jej obywateli i mieszkańców. Powodem tego typu wrogości jest opozycja wobec własnego obrazu świata i matrycy kulturowej, które nie pozwalają akceptować wrogiej inności społecznej, mentalnej, kulturowej.

Główny tag #rosja tworzy stale kolokacje z hasztagami: #rosjazdjęcia (341), #rosjawstajezkolan (625), #rosjatostanumysłu (1351),

#rosjanki (333), #ruskaagentura (136), które napełniają stereotypy współczesnymi obrazami i treściami. Wybór tych operatorów uzasadnia ich stała obecność w serwisie (powyżej pięciu lat) oraz liczba otagowań przekraczająca 100 zastosowań. Analiza znaczników zostanie przedstawiona w tabeli ze wskazaniem następujących parametrów: żywotność tagu, określenie kontekstu w jakim jest on umieszczany, tworzenie związku z innymi operatorami w serwisie, wartościowanie i stereotyp etniczny oraz źródła pochodzenia tagowanych materiałów.

#rosjajzdjencia (tag dwukontekstowy, konteksty oznaczone 1), 2)	
Żywotność	8 lat, powstał w grudniu 2014, aktywny do chwili obecnej.
Kontekst	1) Zdjęcia rosyjskich miast: Moskwa, Petersburg, Murmańsk, Workuta, a także Syberia jako kraina geograficzna z jeziorem Bajkał. 2) Fotografie z rosyjskich portali społecznościowych (vk.com, odnoklassniki.ru, lj.com, serwis picabu.ru i in.) np.: dziewczyna jedząca makaron z sedesu, małżeństwo karmiące niedźwiedzia, mężczyźni spożywający alkohol w towarzystwie konia.
Związki z innymi operatorami	1) #rosja #ocieplaniewizerunkurosji #fotografia #foto #ciekawostki #geografia #podroze #rosjatakapiekna #syberia. 2) #rosja #ruskajulka #bekazpodludzi #heheszki #rosjajzdjencia #humorobrazkowy #dzikikraj #odpady #smieci #putinapproves.
Wartościowanie	1) Pozytywne (+). 2) Negatywne (-).
Stereotyp	1) Główne ośrodki miejskie określane jako piękne. Fascynująca dziewicza przyroda Syberii. 2) Upośledzenie umysłowe, bieda, zaniedbania, alkoholizm.
Źródło	1) Fotografie z rosyjskich serwisów internetowych i sieci społecznościowych wykonywane artystycznie w słoneczne dni lub przy wieczornym oświetleniu obiektów. 2) Fotografie z rosyjskich sieci społecznościowych.
#rosjawstajezkolan (tag wielokontekstowy, konteksty oznaczone od 1) do 4)	
Żywotność	6 lat, powstał we wrześniu 2016, aktywny do chwili obecnej.
Kontekst	Znacznik wielokontekstowy, który grupuje materiały związane z: 1) Tematyką militarną (głównie sprzęt wojskowy z okresu ZSSR). 2) Problematyką operacji plastycznych przywódcy Rosji. 3) Wybrane problemy dotyczące ochrony zdrowia. 4) Kwestie porządku na ulicach miast.

Związki z innymi operatorami	1) #rosja #rosjawstajekolan #europa #wojna #zsrr #czołgi #militaria #lotnictwo #kosmos #samochody. 2) #rosja #rosjawstajekolan #rosja #botoks #chirurgiaplastyczna #putin. 3) #rosja #rosjawstajekolan #koronawirus #szczepienia #europa #sputnikv #hiv #aids #przegryw. 4) #rosja #rosjawstajekolan #architektura #brutalizm #syf #patologia #smrud.
Wartościowanie	Negatywny (-)
Stereotyp	1) Tematyka militarna: zacofanie techniczne; 2) Operacje plastyczne: śmieszność władzy. 3) Opieka zdrowotna: słaba lub brak; zagrożenie nieuleczalnymi chorobami. 4) Porządek w miastach: brud, bieda, zaniedbania.
Źródło	Fotografie z rosyjskich serwisów internetowych i sieci społecznościowych, materiały wizualne z serwisu YouTube.
#rosjanki	
Żywotność	12 lat, powstał w grudniu 2010, aktywny do chwili obecnej.
Kontekst	Fotografie kobiet i ich osiągnięć: Miss Rosja, zawodniczki uprawiające łucznictwo, karate, taniec sportowy i in., wokalistki różnych gatunków muzycznych, zdjęcia influencerów z serwisów społecznościowych.
Związki z innymi operatorami	#rosja #ladnapani #zdrowakobita #szerokiebiodra #cycki #rosjanka #ukrainka #bialorus #ruskiedziewoje #ruskiedupy #ruskiecycki #tinder #insta #allabruletova
Wartościowanie	Pozytywne (+)
Stereotyp	Piękna kobieta, dobra żona, obiekt pożądania.
Źródło	Materiały serwisów społecznościowych.
#rosjatostanumyslu (tag wielokontekstowy, konteksty oznaczone od 1) do 5)	
Żywotność	10 lat, powstał w listopadzie 2012, aktywny do chwili obecnej.
Kontekst	Znacznik wielokontekstowy, który grupuje następujące materiały: 1) Zdjęcia i filmiki z wypadków komunikacyjnych, nagrania z kamer umieszczonych w samochodach, które prezentują niewłaściwe zachowania kierowców lub pieszych w ruchu drogowym. 2) Podwórkowe bójki i awantury. 3) Spożywanie alkoholu. 4) Wystrój wnętrz. 5) Niskiej jakości odzież, stroje, jedzenie, muzyka popularna i in.

Związki z innymi operatorami	1) #rosja #rosjatostanumyslu #rosjanie #motoryzacja #samochody #ruskiedrogi #motobieda. 2) #rosja #zima #mroz #ekshibicjonizm. 3) #rosja #alkohol #patola #rosjaajakzebyinaczej #humorobrazkowy. 4) #rosja #bieda #heheszki #dywany #ruskietrendy. 5) #rosja #ruskiedisco #ruskadyskoteka #ruskiegowno #ruskafantastyka #ruskiememy #rosjaniezyjawepocekam ienialupanego.
Wartościowanie	Negatywne (-)
Stereotyp	Hub – koncentrator stereotypów: upośledzenie umysłowe, bieda, słaba jakość produktów, patologie, zacofanie, regres technologiczny, awanturnictwo.
Źródło	Filmy z serwisu YouTube i rosyjskich sieci społecznościowych.
#ruskaagentura (tag dwukontekstowy, konteksty oznaczone 1), 2)	
Żywotność	8 lat, powstał w kwietniu 2014, aktywny do chwili obecnej.
Kontekst	1) Zagrożenie ze strony rosyjskich informacji i informacji o Rosji w mediach: RT, Sputnik, RTR, Fox News, Bloomberg i in. 2) Tag charakteryzujący działania na polskiej scenie politycznej, kierowany przeciwko wszystkim partiom i klubom, których programy są nieakceptowane przez wspólnotę oraz w mikroblogu przeciwko użytkownikom o innym światopoglądzie.
Związki z innymi operatorami	1) #rosja #ruskaagentura #ruskitroll #6okopiejekzawpis #6orublizawpis #ruskieinfo #rosyjskiemediaopolsce #ruskaarmia #ruscyatakują #ruskietrole #ruskapropaganda #ruskaagentura #ruscytoskurwiele. 2) #rosja #ruskaagentura #sejm #korwin #prawaki #lewaki #pis #komuna #ruskieonuce #ruskapropaganda #ruscyagenci #ruscyatakują #ruskietrole #ruskietrolezbiorka #6ogroszyzawpis 6o#groszyzauzytkownika.
Wartościowanie	Negatywne (-)
Stereotyp	1) Stereotyp Rosjanin – szpieg. 2) Stereotyp Polak – zdrajca.

Tab. 1. Analiza kontekstowa tagów #rosjazdjęcia (341), #rosjawstajejkolan (625), #rosjatostanumyslu (1351), #rosjanki (333), #ruskaagentura (136) (oprac. wł.).

Na podstawie analizy kontekstowej można stwierdzić, że Rosja pozostaje krajem z cudowną dziewiczą przyrodą Syberii. Analiza kontentu grupowanego wokół znacznika #rosjazdjecia wskazuje na to, że wartościowanie w obrębie stereotypu nie zawsze jest negatywne

i wraz ze zmieniającym się wektorem diachronicznym ulega przekształceniom. Pod wpływem zmieniających się kontekstów pokoleniowego i kulturowego można zaobserwować stopniową regresję obcości na korzyść inności. Tak się dzieje w przypadku rosyjskich miast, które funkcjonowały w uproszczonym schemacie myślenia jako niebezpieczne, zacofane, brudne. Obecnie rosyjskie miasta zyskują status akceptowalnej inności, odmienności, są atrakcyjne wizualnie i turystycznie.

Stereotyp wyrażony w znaczniku #rosjanki wskazuje, w świadomości polskich mężczyzn Rosjanka (ale również Ukrainka, Białorusinka) pozostaje ideałem kobiecego piękna, obiektem pożądania, dobrą żoną.

W grupie najpopularniejszych znaczników tworzących kolokacje z tagiem głównym #rosja pojawia się również znacznik #heheszki (222), będący onomatopeicznym określeniem śmiechu. Materiały oznaczane za pomocą humorystycznych tagów występują najczęściej z operatorami #rosja #rozrywka #heheszki i dalej z tagami konkretyzującymi konteksty: #rosjazdjecia #rosjawstajekzolan²⁶ #rosjatostanumysłu. Mają one charakter wyszydający i ośmieszający, mieszczą się w polach semantycznych budujących negatywne stereotypy etniczne o Rosji i Rosjanach: bieda, zapaść cywilizacyjna, regres technologiczny, zaniedbania, upośledzenie umysłowe, brak gustu, patologia, alkoholizm. Obcość kultury wschodniej w stosunku do cywilizacji zachodniej wyrażana w stereotypach białych niedźwiedzi na ulicach miast, dzikiego kraju, kufajki i walonek jest rekonstruowana w wielokontekstowym obrazie #rosjatostanumysłu, niezwykle bogato ilustrowanym sieciowymi fotografiami, filmikami i komentarzami użytkowników serwisu.

Różnice kulturowe, socjalne i mentalne obejmujące pojęcie niedostatecznych możliwości intelektualnych, zacofania lub postrzegania obcej rzeczywistości generalizowane są w znaczniku #podludzie, oznaczającym niższy cywilizacyjnie typ człowieka. Podobnie jest w przypadku stereotypów dotyczących zacofania cywilizacyjnego, które w operatorach przejawiają się w realizacjach językowych: #rosjaniezyjawepocekamienialupanego czy #ruskiedrogi. Stereotyp związany z brakiem gustu i niskiej jakości produktami w badanej przestrzeni komunikacyjnej łączy się z realizacjami językowymi

²⁶ Tag oparty na haśle politycznym #polskawstajekzolan, które zostało wyszydzone przez użytkowników jako szkodliwe, nietrafione, fałszywe, śmieszne. Po reinterpretacji semantycznej służy do opisu i klasyfikowania wydarzeń w Rosji.

#ROSJATOSTANUMYSLU #60KOPIEJEKZAWPIS...

w kontekście muzyki i odzieży: #ruskiedisco #ruskadyskoteka #ruskipop #ruskiegowno i in. Ponadto negatywne wartościowanie znacznika #rosja jako wroga i niebezpieczeństwa aktualizują takie operatory, jak: #ruscyagenci #ruskitroll #60kopiesjekzawpis #60rublizawpis #ruskieinfo #ruscyatakują #ruskietrole #ruskapropaganda i in.

3.2. #ROSJA: STEREOTYPY ETNICZNE JAKO NARZĘDZIE DYSKREDYTACJI WEWNĄTRZ WSPÓLNOTY INTERNETOWEJ

Stereotypy manifestowane za pomocą tagu #rosja rozszerzają perspektywę analizy operatorów na analizę ich funkcji w nieoficjalnym dyskursie społecznym. W mikroblogu serwisu negatywnie wartościowane znaczniki: #rosja #ruskapropaganda #60kopiesjekzawpis #trole #ruskitroll i in. służą do etykietowania i dyskredytowania użytkowników jako obcych — Rosjan, wrogów, szpiegów, zdrajców. Wyraźnie widoczny jest proces polaryzacji społecznej w dyskusjach i komentarzach, w których można zaobserwować tworzenie kontekstu wrogości. Kontekst ten powstaje na skutek stosowania strategii kierowanych do grupy osób lub indywidualnych użytkowników poprzez kwestionowanie ich wiarygodności, poszukiwanie inności, wskazywanie osób, którym nie wolno ufać. Nadawanie cech obcości odbywa się zwykle z pozycji arbitra, który z własnego punktu widzenia ocenia rzeczywistość, publikowane przez użytkowników materiały i ich wypowiedzi. Użytkownik atakuje nickname na forum, nadaje etykiety w formie hasztagów, wskazuje na powiązania z Rosją, przypisując atakowanemu wrogie działania lub zachowania. W przykładach zachowano oryginalną pisownię i znaki semiotyczne:

[@nickname]²⁷: Jak już towarzyszu kopiujesz ode mnie doniesienia to rób to porządnie, jakieś krótkie, treściwe podsumowanie po Polsku, potem niżej ewentualnie wycinek treści po rosyjsku a na koniec link do źródła (°_°)
#ruskapropaganda #usunkonto #60kopiesjekzawpis (20.15.2018)

[@nickname]: Ukraińcy to pijacy, mordercy, bandyci, banderowcy. Amerykanie to idioci sterowani przez Żydów, a Putin jest spoko bo gra na fortepianie. Ro-

²⁷ Nickname użytkowników mogą być uznane za dane osoby możliwe do zidentyfikowania i „podlegają ochronie prawnej na takiej podstawie, na jakiej ochronie podlega nazwisko, pseudonim lub firma, pod którą osoba fizyczna prowadzi działalność gospodarczą” (Por. wyrok Sądu Najwyższego z dn. 11 marca 2008 r. (II CSK 539/2007), <https://sip.lex.pl/orzeczenia-i-pisma-urzedowe/orzeczenia-sadow/ii-csk-539-07-wyrok-sadu-najwyzszego-520502124> (30.01.2022).

syjskie linie lotnicze najbardziej punktualne na świecie itp. Tego mogliśmy się dowiedzieć przez 8 miesięcy od założenia konta przez @nickname (°_°_°)
#afera#moderacjacontent #6okopiejkzawpis #rosja (27.11.2018)

[@nickname]: proszę was aby takie osoby oznaczać tagiem #ruskitroll aby przerwać tą spirale i pokazać im, że trolowanie na Polaków nie jest skuteczną bronią...
#usunkonto #ruskapropaganda #wykopefekt (15.08.2019)

Intencjonalne i świadome nadawanie obcości w grupie „swoich–innych” rozumiane jest jako szlachetny gest demaskowania wroga poprzez przypisywanie działań szpiegowskich na rzecz obcego państwa (#rosja #ruskitroll #6okopiejkzawpis #6orublizawpis i in.), piętnowanie zaangażowania użytkowników na rodzimej scenie społeczno-politycznej (#6ogroszyzawpis #6ogroszyzaglos #6ogroszyzauzytkownika i in.), szerzenie propagandy (#ruskapropaganda #ruskieinfo) oraz wywieranie presji i przymusu opuszczenia wspólnoty (#usunkonto).

Stereotypizowanie i stygmatyzowanie uczestników komunikacji przez nadawanie obcości w konsekwencji stawia użytkownika przed wyborem strategii obrony, zachowania dobrego imienia lub opuszczenia wspólnoty internetowej.

[@nickname]: od kiedy płatne rosyjskie trolle to prawacy?
[@nickname]: No a kto jak nie oni?
[@nickname]: Tak się robi ruską propagandę moi mili :)
#trolle #ruscy #komunizm #wypowiedzi #specjalistow (20.08.2011)
[@nickname]: słuchaj ziomuś, tak sobie przeanalizowałem Twoje komentarze i widzę kilka prawidłowości:
- chwalisz sowietów
- jak ktoś ma inne zdanie to piszesz, żeby poszedł do pracy.
- często piszesz w liczbie mnogiej „powiedz coś czego nie wiemy”, „gratulujemy”.
Ostatecznie się zdekonspirowałeś komentarzem dzisiaj pod moją wypowiedzią, która świadczy, że nie znasz polskiego.
#6okopiejkzawpis #6orublizawpis #ruskitroll (14.09.2019).

Dyskusje przybierają burzliwy charakter, gromadzą zwolenników i przeciwników, na pewien czas dezintegrują wspólnotę. Z czasem ulegają one wygaszeniu ze względu na utratę zainteresowania lub przedawnienie wydarzenia.

Idee i programy niezależnie od upodobań politycznych oznaczane są w serwisie przez użytkowników za pomocą tagów wskazujących na obcość i wrogość światopoglądu oraz prezentowanych strategii (np.: #konfederacja #korwin #6okopiejkzawpis; #pis #bolszewia #ruscy

#komunizm i in). Tagi te nawiązują do nieakceptowalnych radzieckich doktryn politycznych:

[@nickname]: Patowborcy PiS: Napluć wam na ryje, to mało.
<https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/orlen-kupuje-polska-press-wydawnictwo>

#pis #polskapress #bolszewia (07.12.2020)

[@nickname]: Morawieckiemu sie oczy otworza jak nam sie zamkna.

#socjalizm #komunizm #bolszewicy (29.03.2021)

[@nickname]: Stara rosyjska metoda - super atrakcyjna kobieta wybrana jako ważna osoba promująca naszą sprawę

#ordoiuris #rosja (30.02.2022)

Stosowanie znacznika #rosja z jego stałymi kolokacjami w nieoficjalnym dyskursie społecznym ma na celu etykietowanie uczestników komunikacji, piętnowanie, blokowanie komunikacji z wybranymi uczestnikami, przestrzeganie przed dezinformacją, określanie własnego światopoglądu i in. Operatory wykorzystywane są jako inwektywy, budujące stereotypy obcych, zdrajców, szpiegów, pełnią w ten sposób funkcję narzędzia wewnętrznej dyskredytacji i polaryzacji.

ZAKOŃCZENIE

Pomimo satyrycznego wydźwięku przestrzeni badawczej tag #rosja z przedstawionymi stałymi kolokacjami wyraża negatywne stereotypy etniczne, które tworzą niekorzystny model informacji o Rosji i Rosjanach. Negatywne stereotypy wyrażane w znacznikach są jednostkami atrakcyjnymi dla użytkowników, zaspokajają społeczne potrzeby integracji wspólnoty, wzmacniania tożsamości kulturowo-narodowej, dowartościowania, samookreślenia i in. Jak pokazuje przedstawiona analiza kontekstowa znaczników wchodzących w stałe kolokacje z tagiem #rosja, negatywne wartościowanie obrazu Rosji i Rosjan odbywa się pod wpływem orientacji pragmatycznych i diachronicznych przez utwierdzanie starych stereotypów i nasycanie ich uwspółcześnionymi treściami i znaczeniami. Operatory dotyczące Rosji i Rosjan ugruntowują przede wszystkim stereotyp wroga: państwa wrogiego militarnie, nieprzyjacielskiej ideologii, złowrogiej propagandy, obcej cywilizacji i mentalności. Utrwalanie wielu stereotypów etnicznych bytujących w świadomości Polaków realizowane jest w wieloznaczeniowym hasztagu #rosjatostanumyslu, szczególnego rodzaju hubie stereotypów etnicznych o Rosji i Rosjanach, konkretyzującym stereo-

typy upośledzenia umysłowego, biedy, słabej jakości produktów, patologii, zacofania, regresu technologicznego, awanturnictwa i in. Nie odnotowano zmian w stereotypie postrzegania Rosjanki jako pięknej kobiety, kandydatki na żonę, partnerki. W świadomości użytkowników wartościowanie stereotypu wyrażonego w znaczniku #rosjanki pozostaje pozytywne. Za ciekawe zjawisko należy uznać pozytywne wartościowanie operatora #rosjazdjęcia (kontekst 1). W polu znaczeniowym tego tagu zarejestrowano jednostki semantyczne świadczące o atrakcyjności geograficznej Rosji i europejskości jej miast. Pozytywne wartościowanie tagu, pozwala sądzić, że mamy do czynienia ze zmianą funkcjonowania poznawczego w ramach badanej wspólnoty i stopniową regresją obcości na korzyść inności. Akceptowalność tej inności wynika ze zmian cywilizacyjnych, kulturowych i pokoleniowych takich, jak globalizacja, powszechność dostępu do wiedzy, otwarcie na nowe kultury.

REFERENCES

- Bartmiński Jerzy, at al. "Stereotypy językowe." *Współczesny język polski*. Bartmiński, Jerzy (Ed.). Wrocław: Wiedza o kulturze, 1993.
- Bartmiński, Jerzy, and Lappo, Irina, and Majer-Baranowska, Urszula. "Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie." *Etnolingwistyka* 2002, no. 14: 106–151.
- Błuszkowski, Jan. "Przemiany stereotypów narodowych w procesie transformacji systemowej w Polsce." *Studia Politolologiczne* 2007, vol. 11: 132–141.
- Cynarski, Wojciech. "Kulturowy archetyp i etos a postrzeganie charakteru narodowego." *Polska i jej wschodni sąsiedzi*. T. 5, Andrusiewicz, Andrzej (Ed.). Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2005.
- Dzwończyk, Joanna, and Jakimowicz Robert. "Stereotypy w stosunkach polsko-rosyjskich." *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie* 2002, no 16: 103–116.
- Eco, Umberto. *Wymyślanie wrogów i inne teksty okolicznościowe*. Transl. Gołębiowska, Agnieszka, and Kwieciński, Tomasz. Poznań: Rebis, 2012.
- Gawrońska, Natalia. "Jaka jest społeczność Wykopu i JoeMonstera?" *Nowy marketing*, 2015 <<https://nowymarketing.pl/a/6789,jaka-jest-spolecznos-wykopu-i-joemonstera>>.
- Głuszkowski, Michał. "Satyryczna funkcja stereotypów na przykładzie analizy porównawczej polskich i rosyjskich anegdot i dowcipów." *Rosja w dialogu kultur*. T. 1. Dembska, Katarzyna and Głuszkowski, Michał (Eds.). Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 2015: 393–404.
- Grabias, Sławomir. "Analityczne kategorie obcości." *Studia Socjologiczne* 2013, no 1: 1–22.
- Hantov Vladimir, and Kananowicz, Tatiana, and Nowożenowa, Zoja. "'Swój' i 'obcy' w języku, tekście i kulturze: szkice o uniwersalnej kategorii lingwistyczno-kul-

- turowej.” *Oblicza lingwistyki XXI wieku: obiekty, metody, interpretacje*. T. 3. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2021.
- Kiklewicz, Aleksander. “Polska — Rosja: wzajemne wartościowanie (na podstawie analizy korpusowej).” *Przegląd Wschodnioeuropejski* 2017, VIII/2: 343–357.
- Kłoskowska, Antonina. *Kultury narodowe u korzeni*. Warszawa: PWN, 1996.
- Konovalova, Mariya Vladimirovna. “Virtual’noye prostranstvo i virtual’nyy geshtal’t.” *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, Filologiya. Iskusstvovedeniye* 2013, вып. 82, no. 24 (315): 97–100 [Коновалова, Мария Владимировна. “Виртуальное пространство и виртуальный гештальт.” *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение* 2013, вып. 82, no. 24 (315): 97–100.]
- Kurcz, Ida. “Zmiana stereotypów: jej mechanizmy i granice.” *Stereotypy i uprzedzenia: uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*. Kofta, Mirosław, and Jasińska-Kania Aleksandra (Eds.). Warszawa: Scholar, 2001.
- Ideu w Roscii/Ideas in Russia/ Idee w Rosji*. Lazari, Andrzej de (red.), T. 1–9, Ibidem, Łódź 1999–2015.
- Leinwand, Aleksandra. “Rosja w propagandzie polskich powstań narodowych 1768–1864. Wybrane zagadnienia.” *Studia z Dziejów Rosji i Europy Środkowo-Wschodniej* 2013, XLVIII: 5–25.
- Łotocki, Łukasz. “‘Obcość’ jako kategoria analityczna stosunków międzynarodowych.” *Stosunki Międzynarodowe* 2010, no. 1/2: 31–52.
- Marczewska, Marzena. “Stereotypy etniczne we współczesnym polskim dyskursie publicznym.” *Res Historica* 2018, no 46: 283–300.
- Novozhenova, Zoya Leonidovna. “Inoyazychnyye vkrapleniya kak diskursivnoye yavleniye: russkoye slovo v chuzhom tekste.” *Vestnik Baltijskogo federal’nogo universiteta” Seriya, Filologicheskiye nauki* 2012, no. 8: 37–42 [Новоженова, Зоя Леонидовна. “Иноязычные вкрапления как дискурсивное явление: русское слово в чужом тексте.” *Вестник Балтийского федерального университета. Серия, Филологические науки* 2012, no. 8: 37–42].
- Nowożenowa, Zoja, and Klimkiewicz, Aleksandra. “Иноязычное слово в разных типах дискурсов: прагматика vs. семантика.” *Przegląd Rusycystyczny* 2018, no 4 (40): 9–27.
- Rak, Oskar. “Mirkomowa dla początkujących — słownik Wykopowiczów.” <<https://oscarrak.pl/blog/sloownik-wykopu/>>.
- Sakowicz-Tebinka, Iwona. *Imperium Barbarzyńców. Rosja Aleksandra II w brytyjskich opiniach prasowych*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2010.
- Sarnowski, Michał. “O jednym ze sposobów bytowania ‘rossików’ w języku i kulturze polskiej.” *Acta Polono-Ruthenica* 2009, no. 14: 487–496.
- Sarnowski, Michał. “...z polska — po rosyjsku’, czyli o tym, jak Polacy używają ruszczyzny.” *Studia Rossica Posnaniensia* 2017, vol. XLII: 259–272.
- Schaff, Adam. *Stereotypy a działanie ludzkie*. Warszawa: Książka i Wiedza, 1981.
- Tokarski, Ryszard. *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 1995.
- Wykop.pl*, www.wykop.pl.
- Zbirański, Aleksander. “Barbarzyńca ze Wschodu. Od stereotypizacji do mitologizacji Rosjan.” *Nowa Polityka Wschodnia* 2019, no 1(20): 107–119.