

Elżbieta Laskowska*

Kilka uwag o wartościowaniu w komentarzach internetowych

Nowe media, w tym internet, spowodowały zaistnienie nowych sytuacji komunikacyjnych. W tradycyjnych mediach (prasa, radio, telewizja) role interakcyjne są podzielone: aktywny nadawca oraz pasywny odbiorca. Czytelnik, radiosłuchacz i telewidz może wprawdzie napisać lub zadzwonić do redakcji i wypowiedzieć się na temat odebranego przekazu, przekaz medialny ma jednak głównie charakter jednostronny. W internecie jest inaczej. Każdy może być nadawcą. Na portalach internetowych, np. Onet, Interia, Wirtualna Polska, internauta może czytać wiadomości – podobnie jak w prasie, ale równocześnie bez większych trudności ma możliwość komentowania przeczytanych treści. Obserwacja wymienionych tu przykładowo portali internetowych wskazuje na to, że komentowane są – i to bardzo licznie – wszystkie niemal wiadomości. Zauważyć też można, że internauci wartościują wszelkie zjawiska, do których się odnoszą. Ponieważ komentować może każdy, spodziewać by się można, że wartościowanie w komentarzach internetowych podobne będzie do wartościowania w języku potocznym¹. Nie ma tu jednak kontaktu *face to face*, nadawca jest odbiorcy nieznanym, a odbiorca jest najczęściej wirtualnym.

Komentarz jako gatunek tekstu jest wypowiedzią publicystyczną². Analizując komentarze internetowe, dostrzec można, że występują w nich zarówno cechy publicystyczne, jak i potoczne³. Mają więc charakter mieszany, a ich najistotniejsze cechy to ekspresywność i spontaniczność.

Szczegółowej obserwacji poddałam wybrane komentarze z jednego dnia: 1 lutego 2016 roku zamieszczone na portalu Onet.pl. Z komentarzy dotyczących wszystkich zamieszczonych tego dnia wiadomości wybrałam po

* Prof. dr hab., e-mail: laskowskae@poczta.onet.pl; Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, ul. Chodkiewicza 30, 85-064 Bydgoszcz.

¹ Zob. E. Laskowska, *Wartościowanie w języku potocznym*, Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy, Bydgoszcz 1993.

² Zob. A. Awdiejew, G. Habrajska, *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask 2006, s. 270 i nn.

³ E. Laskowska, *Styl(e) komentarzy internetowych* [w druku].

kilka (3–5). Próbką ta pozwoli na dokonanie kilku spostrzeżeń, które mogą stać się podstawą dla dalszych badań nad wartościowaniem w komentarzach internetowych.

Wartościowanie pozytywne i negatywne

W języku potocznym częściej wartościuje się pozytywnie, czego przejawem jest np. wyższa frekwencja wyrazu **dobry** i jego derywatów niż frekwencja wyrazu **zły** i jego derywatów⁴. W komentarzach internetowych dominuje wartościowanie negatywne – wartościowania pozytywnego jest tylko około 10%. Oto jeden z przykładów:

(1) Żyje jak chce, w dobrym zdrowiu [...]

Tak internauta pisze o swoim dziadku, podkreślając jego zaradność i zadowolenie z życia, mimo braku bogactwa.

Często jednak wartościowanie pozytywne jest tłem do wartościowania negatywnego:

(2) Tylko tego nie wie i nie zrozumie osoba **bogata** lub taka, która miała więcej **szczęścia** w życiu, znajomych na stołkach i **dobrze** ustawiona.

Internauta krytykuje brak wiedzy autorki reportażu na temat sytuacji życiowej swoich bohaterów. Słowa wartościujące użyte w tekście charakteryzują sytuację życiową autorki, ale główną intencją internauty jest negatywna ocena postawy poznawczej reportażystki.

W badanych komentarzach sporo jest wartościowania ekonomicznego⁵. Oto przykłady:

(3) Pewnie te pieniądze, które on ma teraz, będziecie spłacać do emerytury, a później ta wymarzona emerytura. **Głodowa** w porównaniu do tej, którą on teraz dostaje.

(4) Pracowałam (oczywiście na stażu – a jakże!) w Urzędzie Skarbowym, to wierz mi, dziennie (a był to jeden tylko urząd dzielnicowy) wyrejstrowywało się 17, 20 małych polskich firm, bo **nie dawały rady z obciążeniami finansowymi!**

⁴ E. Laskowska, *Wartościowanie...*, s. 73–74. Od 1992 r. mogło to oczywiście ulec zmianie.

⁵ Wyróżniam następujące typy wartości: pragmatyczne, ekonomiczne, hedonistyczne, witalne, odczuć, perfekcjonistyczne, społeczne, estetyczne, poznawcze, etyczne, sakralne. Zob. tamże, s. 14. O innych typologiach wartości pisze J. Puzynina w pracy *Język wartości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1992, s. 29–43. Zob. też J. Warchała, *Kategoria potoczności w języku*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2003, s. 30–31.

Innym typem wartości, przywoływanym w analizowanym materiale, są wartości etyczne. Internauci wypowiadają się krytycznie o postawach osób lub ugrupowań. Często są to politycy i ugrupowania polityczne. Na przykład:

(5) **Szkoda**, że **brakuje** panu zwykłej pokory i **przyzwoitości** w wyrażanych opiniach. W PO strasznie się pan zmanierował.....; **szkoda**

(6) Polska to już jest kraina zagranicznych montowni, zagranicznego handlu, **szwindlu**, zagranicznych banków i **rozdętej, skorumpowanej sfory urzędasów**, sędziów, prokuratorów i wszelkich **mundurkowców**.

(7) Internet jest dzisiaj tym, czym kiedyś było dla Polaków radio Wolna Europa – odtrutka na **zakłamaną** rządową propagandę.

(8) Tak więc teraz różni **kapusie** mogą opowiadać u TW Stokrotki o swojej walce z komuną – bo wiedzą, że ich papiery „zaginęły”.

W przykładzie (5) nadawca zwraca się do wymienionego z nazwiska polityka. Przykład (6) dotyczy grupy, która ma wpływ na życie publiczne w Polsce. Przykład (7) ocenia postawę rządu, przy czym mamy tu równocześnie pozytywne wartościowanie istnienia internetu. Przykład (8) wyraża opinię na temat osób, które mają niechlubną przeszłość, ale nie ma na to dowodów, więc mogą udawać zasłużonych w zabieganiu o zmianę ustrojową. Tego typu negatywnych ocen jest w badanym materiale najwięcej. Ocenom etycznym, społecznym i innym towarzyszy często wyrażanie odczuć. Tak było w przykładzie (6). Oto inne przykłady:

(9) To już jest **przeגיעie!!** Nagroda za walkę o niepodległość????? Walkę??? **Gdzie** Kaczyński walczył? **Gdzie??**

(10) Wy naprawdę już nic nie umiecie i nie potraficie znaleźć innego sposobu na życie niż **trwanie przy korycie? Nie macie honoru?** Powinniście się pogodzić się z przegraną, a wy wciąż **kwiczycie, skamlecie, płaczecie...** **żał** mi was, **głupie ciule**.

(11) Apel do tych **świń oderwanych od koryta**. Do **sfrustrowanych frajerów** którzy skaczą na marszach KOD **jak psychiczni**. Także do tych **kapuścianych łbów**, którzy właśnie **trzęsą portami** ze strachu, bo TVN powiedział im, że pod rządami PIS wszystko się zawali.

W przykładzie (9) nadawca negatywnie ocenia przypisywanie zasług osobie, która – jego zdaniem – zasługuje. Tej opinii towarzyszy wyrażanie emocji wskazanych za pomocą interpunkcji, leksemu oraz środka składniowo-leksykalnego. Środki prozodyczne (wskazane za pomocą interpunkcji) oraz składniowe i leksykalne nadają wypowiedzi (10) nacechowanie emocjonalne. Nadawca tego tekstu wyraża negatywne emocje wobec postawy przeciwników politycznych, nazywa ich obraźliwymi słowami, wyrażając równocześnie współczucie.

Przykład (11) roi się od nacechowanych negatywnie i zarazem obraźliwych słów. Ten sposób wyrażania emocji jest w komentarzach internetowych dość częsty.

Środki wartościujące

W badanym materiale funkcję wartościującą pełnią wszystkie środki językowe. Wśród nich znajdują się przede wszystkim środki leksykalno-frazeologiczne, których przykłady zawarte są w wypowiedziach dotąd omawianych. Środki, o których mowa, mają niską frekwencję, większość występuje w materiale tylko raz. Jest ich jednak sporo. Są wśród nich nazwy cech:

(12) Żydzi, wykorzystując **naiwność** Polaków i przy ich pomocy, opanowali obecnie całkowicie wszystkie najważniejsze dziedziny życia w Polsce.

(13) Nowy rząd musi mieć wroga, na którego zrzuca się odpowiedzialność za **nieudolność** tego rządu.

Podkreślone wyrazy w przykładach (12) i (13) nazywają wartości przypisywane obiektom (Polacy, rząd). Nadawcy przywołują wartości poznawcze (12) i perfekcjonistyczne (13). Często nazwy cech są wzmocnione nacechowaniem emocjonalnym:

(14) A TV karmi nas w **debilnych** serialach obrazkami jak to młoda TYPOWA polska rodzinka mieszka w warszawce, mają nowy, duży jednorodzinny dom.

(15) Taki dobrobyt jest w tym **parszywym** kraju.

Przykład (14) przywołuje wartości poznawcze, odnosi się bowiem do normy, ale słowo **debilny** jest także oceną emocjonalną. W przykładzie (15) wskazane słowo nie odnosi się do normy, wyraża jedynie negatywne odczucia. Nazwy cech zyskują niekiedy nacechowanie w kontekście:

(16) Polska wtedy będzie zajmowała należne Jej miejsce, gdy polityka prowadzona przez Jej władze będzie dążyła do dbania o **polskie** a nie **obce** – niemieckie interesy!

(17) Komuna upadła, bo taka decyzja zapadła w Nowym Jorku, w gabinecie Rockefellerera przy współudziale tajnej **żydo-masońskiej** loży [...].

Przykład (16) zawiera przeciwstawienie **polski** – **obcy**, przy czym kontekst wskazuje na to, że pierwsza nazwa cechy ma nacechowanie pozytywne, a dru-

ga negatywne⁶. Przykład (17) wyraża przekonanie o negatywnej roli żydo-masońskiej loży, przez co podkreślony przymiotnik pełni rolę negatywnej nazwy wartości. Takie wykorzystanie nazw cech w funkcji wartościującej jest częste w różnych odmianach języka. Swoistością badanych komentarzy jest nacechowanie ksenofobią.

Liczne są także w materiale nazwy obiektów. Ponieważ nazwy te pełnią ważną funkcję wartościującą w wielu wypowiedziach różnych odmian, zwrócę uwagę tylko na te, które są charakterystyczne dla współczesnego komunikowania się ludzi. Na przykład:

(18) Cały ten **hejt** na temat OFE miał na celu jedynie dyskredytację rządu i obronę obcych interesów [...].

Podkreślone słowo charakteryzuje sposób posługiwania się językiem w internecie i budzi negatywne skojarzenia. Inny przykład:

(19) Już wcześniej FSB informowało że ślady zamachu prowadzą do Turcji i namierzyło 6 **terrorystów** oraz ich lokalizacje.

O terroryzmie i terrorystach mówi się w różnych mediach, nic dziwnego, że temat ten pojawił się w komentarzach internetowych. Dla współczesnego życia społeczno-politycznego w Polsce charakterystyczne jest też słowo **układ**:

(20) W Polsce jak nie masz znajomości i **układów** to klepiesz biedę całe życie i tu wcale nie chodzi, że ktoś jest mało zaradny – nieprawda. Jest niewidoczny mur, którego człowiek nie przebije, chociażby nie wiem jak się starał.

Słowo to w ustach zwolenników jednej z opcji politycznych nabiera bardziej szczegółowego znaczenia:

(21) Dziś już praktycznie wszyscy wiedzą że okrągły stół to **układ!!!**

I jeszcze jedno wyrażenie, które staje się coraz powszechniejsze:

(22) Oczywiście sterowane przez byle W.S.I i obsadzone przez **resortowe dzieci** pro-układowe media będą bronić status quo.

⁶ Interesujące rozważania na temat wartościowania w komentarzach internetowych zawiera książka Mariusza Jakosza *Wartościowanie w internetowych komentarzach do artykułów prasowych dotyczących stosunków niemiecko-polskich*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2016, zwłaszcza rozdział 4.4.4.

Używanie określenia **resortowe dzieci** zdradza przekonanie o istnieniu tego, co nazywane bywa **układem**.

Słowotwórcze środki wartościujące polegają niekiedy na używaniu zdrobnień jako wykładników ironii⁷:

(23) [...] polska rodzinka mieszka w warszawce [...]

Zdrobnienie nazwy polskiej stolicy sygnalizuje negatywne emocje wobec środowiska przez nią reprezentowanego. Dodatkowym wykładnikiem negatywnych emocji jest też zapewne zapis małą literą (choć nie można wykluczyć zwykłej pomyłki). W innej wypowiedzi swoistemu zdrobieniu ulega nazwisko:

(24) Koniec Świata, Kalinosiu!!!

W ten sposób internauta wyraża brak zgody z opinią autora wypowiedzi, który nosi nazwisko **Kalinowski**. Przykłady (23) i (24) są charakterystyczne dla wypowiedzi potocznych. Podobny charakter ma również następujący przykład:

(25) [...] media założone po okrągłym stole w celach utrzymywania propagandy i układu tegoż stołu kiszczaka i **jaruzela** [...]

Mamy tu do czynienia ze skróceniem nazwiska, co – wespół z kontekstem – wyraża negatywne emocje, wzmocnione (tu także) przez zapis małą literą zarówno skrótu utworzonego od nazwiska **Jaruzelski**, jak i innego nazwiska (**Kiszczak**). Są również w materiale afiksy mające charakter wartościujący:

(26) Ten „strateg” w tym rozdaniu raz wyszedł przed szereg i po **pseudo-ekspose** pani „premier” wygłosił swoje expose w skrócie „pamiętajcie – JA TU RZĄDZĘ”.

W przykładzie (26) negatywnie wartościowane jest exposé pani premier, wartościowanie to wzmocnione jest przez użycie cudzysłowów. **Strategiem** nazywa internauta Jarosława Kaczyńskiego, który budzi w nadawcy wypowiedzi negatywne emocje, co zaznaczone jest przez użycie cudzysłowu, negatywnie nacechowanego określenia **wyjąć przed szereg** oraz przypisywanie aktantowi słów niezbyt dobrze o nim świadczących. Stosunkowo niewiele jest w materiale form augmentatywnych. Oto jeden z przykładów:

⁷ Zob. S. Grabias, *O ekspresywności języka*, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1981, s. 173.

(27) Dodatkowo **Komuchy** do **Solidaruchów** weisnęli tysiące swoich agentów (przykład UKŁAD WROCLAWSKI), którzy zaczęliby mieszać, gdyby **Solidaruchy** zaczęli się buntować.

Konstrukcje **komuchy** i **solidaruchy** są obecne w tekstach potocznych. W badanym materiale pojawiła się jeszcze jedna konstrukcja używana w języku potocznym: jest to dodanie formantu augmentatywnego do skrótu nazwy partii:

(28) [...] **pisiorom** jest potrzebny zamach pod Smoleńskiem.

Jak już była o tym mowa, w komentarzach internetowych wykorzystane są wszystkie środki językowe w funkcji wartościującej⁸. W języku mówionym funkcję wartościującą pełnią często środki prozodyczne. W komentarzach zastępowane są one przez interpunkcję (znaki zapytania, wykrzykniki, często zwielokrotnione, wielokropki), a także wielkie litery. Wszystkie te sposoby można było zaobserwować w dotychczas omówionych przykładach. Ponadto używane są emotikony, o których badacze komunikowania w internecie sporo już napisali⁹. W analizowanym przeze mnie materiale również sporadycznie emotikony się pojawiały. Oto jeden z przykładów:

(29) Przeczytaj swój post. Jedna wielka kumulacja nienawiści :) Berserk, który zarzuca innym porywczość :))

Przykład (29) jest reakcją na wypowiedź innego internauty.

W języku polskim możliwe jest wartościowanie za pomocą form fleksyjnych. Taki sposób wartościowania występuje w języku potocznym¹⁰. W badanych komentarzach wartościowanie fleksyjne również się pojawiło:

(30) **Ruskie** są b. niewiarygodne. To oszuści i mordercy. Polska jest nimi zapaskudzona. Jest tego u nas 1 milion. Niech te **Ruskie** wracają do Kijowa. Nie są w UE. Nie mają prawa tu być. Pracują nielegalnie.

(31) **turki** to jak na tureckim bazarze, kto da więcej jest w nim, tak samo jak unia, tusk, Cameron, kto da więcej, morał z tego dawaj więcej d..., będziesz dalej.

W podanych przykładach formy rodzaju niemęskoosobowego zastosowano w nazwach narodowości. Innych sposobów wartościowania fleksyjnego nie

⁸ O środkach wartościujących w języku zob. J. Puzynina, dz. cyt., rozdział VI.

⁹ Zob. np. G. Habrajska, *Język w Internecie*, [w:] *Internet a relacje międzyludzkie*, red. E. Laskowska, M. Kuciński, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2010, s. 142–159.

¹⁰ Zob. E. Laskowska, *Wartościowanie...*, s. 86.

odnalazłam. W przykładach (30) i (31) mamy do czynienia z agresją i ksenofobią¹¹.

Mówiąc o środkach wartościowania w analizowanych tekstach, chcę zwrócić uwagę na niektóre sposoby wartościowania tekstowego¹². Oto przykład swoistej organizacji tekstu w funkcji wartościującej:

(32) Bo już się wycofali z niektórych obietnic, czyniąc je zwykłymi kłamstwami wyborczymi. Miało być 500 zł na KAŻDE dziecko. Miały być bezpłatne leki dla emerytów. Teraz zmienili, że tylko po 75 roku życia, tylko dla niektórych emerytów, tylko na niektóre choroby i tylko niektóre leki. Innych kłamstw wyborczych po prostu nie da się spełnić. Na przykład „nie zamknjemy ani jednej kopalni i nie zwolnimy ani jednego górnika”. Już to kłamstwo zmienili „Ale pod warunkiem że te kopalnie będą dochodowe”. A gdzie wcześniejsze kłamstwo wyborcze Kaczyńskiego o przekopaniu Mierzei Wiślanej?

W przykładzie (32) jest wprawdzie leksem wartościujący (**kłamstwo** – kilkakrotnie powtórzony) i ocenia on postawę rządzących. Cała wypowiedź (32) polega na porównaniu obietnic wyborczych z faktami i nawet gdyby nie użyto tu słowa **kłamstwo**, wypowiedź i tak byłaby wartościująca, ponieważ realizuje model ‘miało być Y, jest X, a to źle’. Podstawą wartościowania jest wiedza o świecie wspólna nadawcy i odbiorcy. A oto inny przykład wartościowania za pomocą różnych środków, w tym za pomocą organizacji tekstu:

(33) Gdybym był okupantem z podszywającymi się pod Polaków agentami ze zmienionymi nazwiskami i chciał zniszczyć naród polski, to wyganiałbym młodych, mądrych ludzi za granicę za chlebem. Podnosiłbym podatki i wprowadzałbym nowe, przyznawał podwyżki i kolejne przywileje resortom siłowym, stawiałbym setki nowych radarów oraz wzmacniałbym inwigilację obywateli. Likwidowałbym państwowe szkolnictwo i służbę zdrowia oraz ograniczałbym do nich dostęp. Oddałbym banki, media i handel obcym i wrogom Polski. Wyśmiewałbym polskie wartości i religię, skłócałbym młodych ze starszymi, aby przez odwróconą hipotekę przejąć za bezcen ich mieszkania i domy, zachęcałbym ich kobiety do feminizmu, prostytucji i aborcji, aby nie nadawały się na dobre matki i żony. Zadłużałbym ich bezpośrednio oraz pośrednio przez państwo i gminy, tak aby nie mogli się temu sprzeciwić. Likwidowałbym ich przemysł, a w zamian budowałbym ogromne stadiony na kredyt, aby przynosiły straty, dopuszczaliśmy do sejmu złodziei i degeneratów itd.

¹¹ O agresji pisze m.in. Bożena Taras w pracy *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Wydawnictwo URz, Rzeszów 2013. Autorka omawia m.in. agresję w wypowiedziach publicznych.

¹² Wartościowaniem tekstowym nazywam takie sposoby wartościowania, które wymagają od odbiorcy odczytania implikatury, która wypełnia jedną z formuł: I to dobrze/źle lub Co świadczy o tym, że X jest dobry/źły. Zob. E. Laskowska, *Wartościowanie...*, s. 115 i nn.

W przykładzie (33) występują nazwy wartości (np. **mądry, dobry**) i nazwy obiektów (np. **okupant, inwigilacja**). Nazwy te jednak mają charakter pomocniczy. Nadawca używa trybu przypuszczającego według modelu ‘gdybym robił źle, robiłbym X’, przy czym X, czyli obiektem wartościowania, są różne czynności, które nadawca przypisuje poprzedniej władzy. Na podstawie przyjętych w naszym społeczeństwie standardów, np. ‘wyganiać młodych, mądrych ludzi za granicę za chlebem jest źle’, ‘podnosić podatki jest źle’ itd. można odczytać przykład (33) jako realizujący formułę ‘Co świadczy o tym, że X jest źle’. Obiektem wartościowania są poczynania władzy PO-PSL.

Próba podsumowania

Analiza próbki komentarzy internetowych pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1) W wypowiedziach zdecydowanie dominuje wartościowanie negatywne. Wiele wypowiedzi ma silne nacechowanie emocjonalne. Wśród nich są sformułowania agresywne, obraźliwe, ksenofobiczne, a nawet wulgarne¹³.

2) Internauci posługują się wszystkimi środkami językowymi w funkcji wartościującej, podobnie jak dzieje się to w języku potocznym. Niektóre sposoby wartościowania są bliższe publicystyce, o czym świadczą wypowiedzi wartościujące za pomocą organizacji tekstu.

Takie, a nie inne właściwości wypowiedzi związane są z tematyką tychże wypowiedzi, a ta z kolei – w przypadku zaprezentowanych badań – wynika z tekstów, które stały się podstawą do komentowania. Badania podjęte w innym czasie różniłyby się od omówionych tematyką. Wydaje się jednak, że dwie przedstawione wyżej cechy pozostałyby aktualne. Posługiwanie się wszystkimi środkami w celu wartościowania można zaobserwować przy analizie wypowiedzi o różnej tematyce. Jeśli zaś chodzi o wartościowanie negatywne, wyrażane nieraz za pomocą agresji, wynika – w pewnym stopniu – z anonimowości nadawcy internetowego.

Bibliografia

- Awdiejew A., Habrajska G., *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask 2006.
- Grabias S., *O ekspresywności języka*, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1981.
- Habrajska G., 2010, *Język w Internecie*, [w:] *Internet a relacje międzyludzkie*, red. E. Laskowska, M. Kuciński, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2010, s. 142–159.

¹³ Cechami tymi charakteryzują się nie tylko wypowiedzi internetowe – zob. B. Taras, dz. cyt.

- Jakosz M., *Wartościowanie w internetowych komentarzach do artykułów prasowych dotyczących stosunków niemiecko-polskich*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2016.
- Laskowska E., *Wartościowanie w języku potocznym*, Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy, Bydgoszcz 1993.
- Puzynina J., *Język wartości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1992.
- Taras B., *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Wydawnictwo URz, Rzeszów 2013.
- Warchala J., *Kategoria potoczności w języku*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2003.

Elżbieta Laskowska

Some remarks on evaluation in Internet comments

(Summary)

Based on a sample of comments gleaned from the Onet.pl portal, the author discusses positive and negative evaluations (axiological charge) found in internet language, and she examines some of the language devices used in such evaluations. In internet comments, it is definitely negative evaluation that prevails, and the positive evaluation of a single object creates only a background for a negative object. Samples which encode aggression and insults can also be found in the data. In the material under inspection, Internet users employ all sorts of language devices used in an evaluative function; most of them are illustrative of economic, social and ethical values. Along with these values, emotions are also frequently expressed. Internet users resort to all sorts of language devices to signal evaluative functions, a number of them are marked and illustrate a colloquial style.

Keywords: evaluation, axiological charge, comments, Internet.