

*Alina Naruszewicz-Duchlińska*  
(Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn)

## **TYPY MANIPULACJI JĘZYKOWYCH STOSOWANYCH W SPAMIE**

### **WSTĘP**

Jako spam (*junk e-mail, unsolicited commercial e-mail*) [Sipior, Ward, Bonner 2004, 59] określa się niechciane i niezamawiane wiadomości, rozsyłane na indywidualne adresy poczty elektronicznej lub umieszczane w grupach dyskusyjnych czy na forach internetowych [diachroniczny aspekt spamu szczegółowo przedstawia Brunton 2013].

Należące do tej kategorii listy elektroniczne służą realizacji ukrytych zamiarów nadawcy, czyli: reklamie i sprzedaży określonego produktu lub usługi, wyłudzeniom, pozyskaniu danych osobowych, uzyskaniu dostępu do komputera, np. w celu zawirusowania go [szeroko charakteryzują to Nagamalai, Dhinakaran, Lee 2008], albo włączenia bez wiedzy właściciela w skład sieci, wykorzystywanej w nielegalnych celach.

Treść i forma komunikatu mają jak najskuteczniej zatrzeć związki z jego prawdziwymi celami. Spam jest jawnie perswazyjny, ale – jak wskazano powyżej – rzeczywiste intencje nadawcy odbiegają od wyrażanych bezpośrednio w tekście. Jest formą mistyfikacji, należąca do grupy kłamstw opierających się na mechanizmie uwiarygodniania fałszywych faktów [Witkowski 2006, 187].

Celem artykułu jest przedstawienie typów stosowanych zabiegów manipulacyjnych. Do tej pory w polskich pracach językoznawczych nie dokonano kategoryzacji tej grupy listów elektronicznych, artykuł przedstawia więc nowy element lingwistycznych badań komunikacji internetowej.

Źródłem analizowanego materiału jest 150 postów (korpus tworzą wiadomości tekstowe bez załączników) otrzymanych na jedno z kont poczty elektronicznej autorki artykułu od VI 2012 do VI 2014. Wszystkie wyimki przytacza się z zachowaniem oryginalnej pisowni i interpunkcji oraz stosowanych zabiegów edycyjnych (użycie wersalików, pogrubienia, podkreślenia wskazujące na odnośnik do strony internetowej). Ze względu na ochronę danych osobowych nazwy własne zastąpiono literami X, Y. Na podstawie analizy jakościowej i ilościowej zawartości przekazów wyróżniono 9 najpopularniejszych kategorii spamu i stosowanych zabiegów manipulacyjnych.

## TYPY SPAMU

### 1. Informacja o okazji

W wyekscerpowanej grupie tekstów popularne jest podkreślanie tego, że adresatowi trafiła się wyjątkowa sposobność – został wybrany on lub jego konto pocztowe, np.:

(1) **Witaj,**

**gratulacje! Twój adres został wybrany, udało się – wytypowano Cię do końcowego losowania!**

Wytypowano Cię do promocji (...)

**Zagraj teraz klikając tutaj**

Jesteś jedną z niewielu osób, które zostały wybrane. Masz ogromną szansę na wygraną!

Rejestracja w promocji dla wybranych osób jest możliwa tylko do **05.07.2012, do godziny 23.59**. Nieodebrane nagrody zostaną jeszcze raz rozlosowane.

Miłej zabawy i życzymy sukcesu!

Nagroda jest prawie pewna (*Masz ogromną szansę na wygraną!*), wystarczy tylko wykonać jakąś prostą czynność, np. skorzystać z odsyłacza do wskazanej strony internetowej (*Zagraj teraz klikając tutaj*) czy podać dane osobowe (*rejestracja w promocji*). Podkreśla się walor ekskluzywności. Oferta nie jest dostępna dla wszystkich. Pojawia się motyw szczęścia (*udało się*). Skoro zostaliśmy wybrani (*jesteś jedną z niewielu*) przez los lub tajemniczych decydentów (*wytypowano cię*), to prawdopodobnie przypadnie nam nagroda, oczywiście wyjątkowa, z mniej lub bardziej jawną supozycją: przeznaczona dla wyjątkowej osoby.

Wyjątkowości towarzyszy niedostępność. Wirtualny los jest ważny do określonego dnia i godziny. Z okazji, udostępnianej nam przez życzliwych (*zyczymy sukcesu!*), skorzysta ktoś inny, jeśli po nią w porę nie sięgniemy itd. Takie same mechanizmy wykorzystuje jawna reklama, odnosząc się do limitowanej ilościowo lub czasowo oferty, przeznaczonej dla „ekskluzywnego grona odbiorców”, „koneserów”, „prawdziwych znawców” itd. Siłę perswazji zwiększa powtarzanie określeń *wybrany / wytypowano* i ich odpowiedników.

### 2. Rzekome dopełnienie formalności

Autorzy kolejnej analizowanej kategorii listów stwarzają wrażenie, że ich komunikaty służą finalizacji spraw, którymi zajmowali się wcześniej odbiorcy wiadomości, np.:

(2) Drodzy Państwo,

Uprzejmie proszę o potwierdzenie danych do odbioru bonu na Państwa wycieczkę.

Proszę wejść pod ten adres i sprawdzić poprawność danych: **Potwierdzenie nr 76**.

Prośba o potwierdzenie danych i ich sprawdzenie sugeruje, że adresat sam udostępnił informacje na swój temat. Nadawca liczy na to, że

osoba korzystająca często z Internetu nie zawsze pamięta, jakie formularze wypełniała. Może też zakładać, że ktoś wie o tym, że nie ubiegał się o darmową wycieczkę, ale uzna, że zaszła korzystna dla niego pomyłka. Potencjalną nieufność ogranicza to, że wymagana jest tylko drobna czynność – sprawdzenie i ewentualna korekta danych, a nie wspomina się o żadnych oczekiwanych opłatach.

Oprócz pozytywnej motywacji (nadziei na darmowe uzyskanie czegoś cennego materialnie) wykorzystuje się także łatwość wzbudzania obaw przez pisma urzędowe. Lęk, zgodnie z uwarunkowaniami ewolucyjnymi, prowadzi często do mało przemyślanego, szybkiego działania. Świadomi tego spamerzy podszywają się pod kancelarie prawne czy firmy windykacyjne, np.:

(3) ZAWIADOMIENIE

**W CELU WYJAŚNIENIA SPRAWY PROSIMY O POBRANIE APLIKACJI I WYPEŁNIENIE FORMULARZA ZE STRONY**

Szanowny Panie!

W związku z brakiem reakcji z Pana strony na prośbę X, w sprawie przesłania dokumentu potwierdzenia wpłaty wobec Wierzyciela Y w kwocie 446.96 zł informujemy, że Pana dług jest aktualny (...).

W celu uwiarygodnienia oszustwa wykorzystuje się: sformułowania typowe dla języka jurystycznego (np. temat listu brzmiał: *Przesądowe [sic!] wezwanie do zapłaty*), fałszywe dane (konkretna suma, numer sprawy, daty zawarcia umowy, telefony kontaktowe, NIP, REGON i wpis do KRS „podmiotu gospodarczego”, który funkcjonuje jako oficjalny nadawca, sygnatury *menadżera zespołu operacyjnego i prowadzącej sprawę*). Próbuje się też wzbudzać poczucie winy i niepewności, sugerując wcześniejsze zlekceważenie problemu (*W związku z brakiem reakcji z Pana strony*).

Warto podkreślić, że autor listu podaje różne, wiarygodnie wyglądające szczegóły, np. konkretną sumę rzekomego zobowiązania, ale pomija personalia odbiorcy, których pozyskanie jest jego rzeczywistym celem. Strasząc (*będziemy kontynuować Pana sprawę lub skierujemy ją na dalszy etap postępowania*), jednocześnie daje nadzieję. Do rozwiązania kłopotu wystarczy zainstalowanie zalecanej aplikacji i udostępnienie danych osobowych. Bez wyjaśnienia pozostaje, dlaczego firma windykacyjna miałaby potrzebować zdalnego dostępu do komputera klienta.

Innym wariantem próby doprowadzenia do określonych zachowań, sugerowanych jako kontynuacja właściwego postępowania, jest udawanie administratora poczty, np.:

(4) Wypełnij formularz poniżej, aby zweryfikować konto.

Uzupełnij wymagane poniżej i wyślij e-mail do poniższego :

1. E-mail:
2. Nazwa użytkownika:
3. Hasło:

4. Potwierdz hasło:  
dziekuje  
administrator systemu

Oficjalnym nadawcą listu, wymienionym w nagłówku, jest *WEBMASTER*, temat to: *Administrator systemu*. Nie jest podane, kto i jakim systemem zarządza oraz dlaczego nie widzi danych, dostępnych z jego poziomu (na co jasno wskazuje określenie funkcji), ale musi prosić o nie użytkownika. Autor e-maila zakłada, że odbiorca ma małą wiedzę na temat zasad funkcjonowania poczty elektronicznej i potraktuje wezwanie poważnie, chcąc zachować dostęp do swojego konta.

### 3. Udawana kontynuacja kontaktu

Podobną kategorię manipulacji stanowią odpowiedzi na kwestie rzekomo wcześniej poruszane w korespondencji elektronicznej lub innej formie komunikowania się (np. rozmowie telefonicznej). Oprócz odniesień w tekście listu do nieistniejącej znajomości sugeruje się ją już w temacie, np. *RE: Twój e-mail z dnia 19.07 (RE:/Re: oznacza odpowiedź < Response/Reply)*. Wykorzystywane są gramatyczne środki perswazji, m.in. kategoria drugiej osoby liczby pojedynczej zaimka osobowego lub dzierżawczego [por. Matuszczyk, Stanulewicz 2002, 158]. Próbuje się także wskazywać na bezpośrednie relacje, przedstawiając fikcyjne elementy konsytuacji:

(5) Temat: W nawiązaniu do rozmowy telefonicznej...

Witam serdecznie,  
Podaję link do strony wraz z ofertą PDF, który wcześniej obiecałam.  
Kilka miesięcy temu nasi znajomi (...)  
Pozdrawiam  
X

(6) Temat: RE: Co słyhać?

Witam Cię serdecznie,  
Musiałem do Ciebie napisać, ponieważ mam coś ważnego dla Ciebie, jest to DARMOWY Raport, który jest prawdziwym szokiem dla pracujących ludzi. (...). Te informacje są naprawdę cenne. Jest to prezent ode mnie (...);  
Pozdrawiam Cię serdecznie i życzę sukcesów.  
X

PS: Przy okazji, mój znajomy prowadzi badania statystyczne i poprosił o pomoc, więc jeżeli nie sprawi Ci to kłopotu, to wypełnij tę króciutką ANONIMOWĄ ankietę, do której link jest poniżej, a naprawdę bardzo przysłużyysz się nauce.

Takie listy wykorzystują regułę wzajemności [zob. Cialdini 2007, 36–40]. Grzeczność zobowiązuje do zainteresowania się tym, co poleca ktoś znany (*W nawiązaniu do rozmowy telefonicznej...*). Otrzymanie *DARMOWEGO Raportu* też powinno skutkować wdzięcznością za ten niespodziewany, bezpłatny dar (*prawdziwy szok dla pracujących ludzi*), którą można wyrazić poprzez wypełnienie ankiety. To, według deklaracji nadawcy, pomoże zarówno jego znajomemu, jak i rozwojowi wiedzy. Z wypowiedzi wynika, że bez zbytniego zaangażowania (ankieta jest za-

powiadana jako *króciutka*) możemy wyświadczyć wartościową, użyteczną społecznie (*bardzo przysłużysz się nauce*) uprzejmość. Praktycznie zaś ryzykujemy. Grozi nam zainfekowanie komputera złowrogim oprogramowaniem (*malware*) i udostępnienie danych osobowych bez kontroli nad ich późniejszym wykorzystaniem.

#### 4. Nieprawdziwe propozycje pracy

Popularne są także fikcyjne propozycje pracy, w których obiecywane korzyści (wysokie zarobki, pakiet ubezpieczeń, szkolenia zagraniczne, elastyczność czasu pracy itd.) są odwrotnie proporcjonalne do skromnych wymogów, np.:

- (7) T: Kariera w dużej firmie — Wakat ID: 419903  
Zawód: Kredytowy Agent Wydziałowy  
Konieczność przesiedlenia do: Unia Europejska  
Firma firmy, aktualnie zbiera podania dotyczące wakatu w dziale Platności w EU.  
(...)  
Nasze wymagania obejmują:  
– Aktualizowanie informacji odnosnie oferowanych usług  
– Umiejetnosc wykonywania zadan bez nadzoru  
– Planowanie, ustalanie priorytetow i zarzadzanie wlasnymi, codziennymi zadaniami  
– Nastawienie na klienta,  
– Utrzymywanie wysokiego poziomu integralności i etyki.

Od potencjalnego pracownika nie oczekuje się żadnych konkretnych umiejętności ani profesjonalnej wiedzy. Może być więc nim każdy. Żeby ubiegać się o stanowisko *Kredytowego Agenta Wydziałowego* w firmie *firm*, wystarczy udostępnić komplet informacji na swój temat. Ofertę perswazyjnie wzmacniają, funkcjonujące w dobie znacznego bezrobocia jako „słowa magnesy”, określenia: *wakat*, *kariera*. Uprawdopodobnia zaś podanie numeru ID oraz dołączony do głównej części listu zestaw spreparowanych informacji na temat jego rzekomego nadawcy (podobnie jak w wypadku fałszywych wezwań do zapłaty).

#### 5. Fikcyjne oferty towarzyskie

Spamerzy również chętnie wykorzystują tendencję do poszukiwania znajomości w sieci, np.:

- (8) Witam drodzy, Jak się czujesz dzisiaj? Mam nadzieję, że dobrze, mój nazwa jest tęsknić Dominiom, szukam na dobre przyjaciół z zaufania i jestem jedno i Nigdy nie żonaty i chcieliby wiesz więcej. Odpowiedz mi, więcej wprowadzenia, tak, że mogę dać Ci moje zdjęcia również.  
twój nowy przyjaciel Dominiom

Zwraca uwagę brak dbałości o formę wypowiedzi. Przypuszczalnie robot spamujący przepuścił wyjściową treść wiadomości przez automatyczny translator, dopasowując język do nazwy domeny, w której odbiorca

ma konto, np. *pl* = Polska (automatyczne tłumaczenia są bardzo popularne w analizowanej kategorii tekstów). Pomimo wynikających z maszynowego przekładu zniekształceń komunikatu zauważalna jest jego stylizacja na ogłoszenie towarzyskie, podkreślające zalety *Dominioma*: jest zainteresowany adresatem / adresatką (*Jak się czujesz dzisiaj?, Odpowiedz mi*), uczuciowy (*mój nazwa jest tęsknić*), wolny i przypuszczalnie przystojny (inaczej nie proponowałby fotografii) oraz ma dobre intencje (*twój nowy przyjaciel*). Nadawca stara się kreować obraz osoby, która wzbudzi jak największe zainteresowanie, a tym samym zwiększa szansę nawiązania kontaktu.

## 6. „Prywatne” wiadomości

Ze względu na to, że ludzie interesują informacje bezpośrednio ich dotyczące, duży potencjał manipulacyjny ma odnośnienie się do opinii innych osób na temat adresata listu, np.:

- (9) Ktoś cię obgadywał, zobacz co mówił o tobie.  
Sprawdź na naszej stronie.

**Kliknij tutaj aby wejść i się przekonać**

Podobnie działa zapowiedź wiadomości od mniej lub bardziej tajemniczego znajomego:

- (10) Cześć,  
X napisał/-a Ci wiadomość  
Możesz odczytać wiadomość na IQ Elite — serwisie testów osobowości i inteligencji, które są naukowe a jednocześnie zabawne! Aby przejść do wiadomości, kliknij na link:  
Przeczytaj wiadomość >

Odsyłacze są zapisane pogrubioną, często jaskrawą czcionką, co podkreśla ich ważność oraz wyróżnia graficznie i potencjalnie zwiększa szansę na ich kliknięcie. W roli identyfikatorów osobowych wykorzystuje się popularne antropimimy, zakładając, że zachodzi duże prawdopodobieństwo tego, że adresat zna kogoś o danym imieniu lub nazwisku i uwierzy, że ta osoba mogła zostawić mu informację w którymś z serwisów społecznościowych. W większości analizowanych tekstów nie wymienia się za to personaliów samego adresata, co pozwala zarówno na wysyłanie korespondencji zbiorowej, bez konieczności różnicowania zwrotów do odbiorców, jak i wyklucza mogące budzić podejrzliwość błędne formy, np. sformułowania *witaj Jan Kowalski itp.*

## 7. Listy budzące niepokój

W kolejnej kategorii werbalnych oszustw apeluje się do negatywnych emocji, np. poczucia zagrożenia:

- (11) Związek!!! Sprawdź w jakim żyjesz

Badania wykazują że coraz więc związku rozpada się z blażej przyczyny lub niedomowień. Czy w 100% ufasz swojemu partnerowi lub partnerce?  
ZRÓB TEST ZANIM BĘDZIE ZA PÓŹNO — ZMIENŃ SWOJE ŻYCIE  
Sprawdź to na WWW.TESTNAZWIAZEK.PL  
Kampania realizowana przez Inleria

Używa się przy tym wykładników ekspresywności (multiplikacja wykrzykników) i impresywności (imperatywne *Sprawdź, ZRÓB TEST ZANIM BĘDZIE ZA PÓŹNO — ZMIENŃ SWOJE ŻYCIE*). Wywołuje się wątpliwości: *Czy w 100% ufasz swojemu partnerowi lub partnerce?* oraz udaje racjonalne argumenty (*Badania wykazują...*), ale jakie badania, kogo i czego dotyczące, tego już się nie określa. Powagi ma dodać także sformułowanie *Kampania* i podszyć się pod znaną firmę (*Inleria*) poprzez wykorzystanie podobnej, różniacej się jedną, podobnego kształtu literą, nazwy *Inleria*. Wiarygodność przekazu osłabia zaś błąd ortograficzny (*niedomowień*).

## 8. Uprowadzenie podejrzeń

Twórcy następnej analizowanej grupy spamu starają się *a priori* zapobiec ewentualnym wątpliwościom odbiorcy co do szczerości ich intencji oraz prawdziwości przekazywanych treści, np.:

- (12) Witaj,  
Zapewne zastanawiasz się dlaczego dostałeś tą wiadomość i o co dokładnie chodzi — już wyjaśniam. Nazywam się **X** i chciałbym Ci coś przekazać (...) Zastanawiasz się dlaczego akurat Tobie? Najprawdopodobniej jesteś użytkownikiem któregoś z zaufanych portali z których korzystam (...).
- (13) Kiedy ludzie otrzymują zaproszenie do udziału w losowaniu nagród — tak jak teraz ty — często myślą: „I tak nic nie wygram”. To prawda, jeżeli nie odbierzesz przyznanego Ci biletu, na pewno nic nie wygrasz! Nie dopuść do tego i **kliknij tu**, a skorzystasz z szansy wygrania Nagrody Głównej!

Już we wstępie wypowiedzi nadawcy podkreślają, że znają mechanizmy mentalne (*Zapewne zastanawiasz się..., Kiedy ludzie otrzymują zaproszenie (...) często myślą*) i są w stanie wyjaśnić, dlaczego ich propozycja różni się od innych i warto z niej skorzystać. To metałamstwo, w którym podkreśla się, że kłamstwem nie jest.

## 9. Obietnice zysków finansowych

### a) Obopólna korzyść

Spamerzy starają się przedstawić wzajemne pożytki (*będą z ogromną korzyścią dla nas obu*), jakie przyniesie nielegalna, ale niebywale zyskowna, transakcja:

- (14) Jestem dr Owen Szef Gilbert (...) Piszę wam o propozycji biznesowych, które będą z ogromną korzyścią dla nas obu. W moim departamencie, jako kierownika Biura Regionalnego, odkryłem kwoty £ 16,5 miliona (szesnaście milionów pięćset tysięcy Sterling Pounds). (...) To będzie wypłacane lub udostępniane w tych procentów, 60% do 40%, mnie i dla Ciebie (...).

Ewentualne wyrzuty sumienia i podejrzenia ma zmniejszyć zamieszczona w dalszej części listu opowieść o tym, że pieniądze pochodzą z konta miliardera, który zginął w wypadku helikoptera, *również w chopper w chwili katastrofy była jego żona, ich syn Abrahama i jego córka-in-law. Pilot też był martwy*, a spadkobierców nie udało się odnaleźć. Wbrew oficjalnie deklarowanej woli obrabowania swego pracodawcy (*dr Owen Szeff Gilbert* przedstawia się jako ceniony bankowiec) nadawca listu gwarantuje, że *będzie to wykonane zgodnie z prawem rozwiązanie*. Jedyne, czego potrzebuje, to dane adresata, żeby wystawić mu stosowne pełnomocnictwa do odbioru środków. W innym wariantcie tego typu oszustwa jest się proszonym o wpłatę określonej kwoty *a conto* kosztów manipulacyjnych. Szczegółowe informacje (opis sytuacji, miejsc, daty itd.) mają uwiarygodnić przekaz.

#### b) Dramatyczna historia

Inną odmianą oszustw werbalnych jest przedstawianie opowieści o śmierci osób, noszących to samo nazwisko co adresat listu (onim łatwo jest pozyskać z firmowych adresów poczty elektronicznej). Rzekomym nadawcą jest adwokat z innego kraju (położonego w Afryce, Ameryce Południowej lub Północnej, nigdy w Europie, przypuszczalnie z powodu większej łatwości sprawdzenia przedstawianych wydarzeń), który z poświęceniem szuka spadkobierców (dziedzictwo zawsze jest znaczne, teoretycznie warte udostępnienia danych osobowych dla potwierdzenia praw do spadku), np.:

(15) Witaj X,

Niestety w tym zdziwieniu otrzymaniu tego maila ode mnie, to jest na podstawie okoliczności towarzyszących mi, że zmusiła mnie do korzystania z tego medium komunikacji. Ja jestem Pan Norbert H. Degraft, adwokat do końca pana Alexander X, mój klient, późno obywatel kraju, który zginął w wypadku samochodowym wraz z rodziną w 2003 roku (...).

#### c) Powoływanie się na więzi religijne

Spamerzy nawiązują także do wspólnoty doświadczeń i cech kulturowych. Znalazienie wspólnych cech nadawcy i odbiorcy zwiększa moc perswazyjną komunikatu i jest jedną z podstawowych technik manipulacyjnych. W odniesieniu do Polaków jako domniemany element podobieństwa wykorzystuje się religię katolicką. Odwołania do niej, np. poprzez używanie słownictwa sakralnego czy odniesienia do Boga, jednocześnie wzmacniają wiarygodność rzekomego nadawcy – skoro jest chrześcijaninem, to powinien zachowywać się w sposób uczciwy, np.:

(16) Drodzy w Panu,

Pozdrawiam was szczególnie w imię Pana naszego Jezusa Chrystusa, naszego Pana jestem pani Rose Torres z Republiki Kuwejt, jestem żonaty pan John Torres, którzy pracowali z Kuwejt Ambasady w Wybrzeże Kosci Sloniowej na dzieciec lat przed smiercia w 2006 roku, (...) Zmarł po krótkiej chorobie, ze trwał tylko cztery dni. Przed smiercia oboje narodzić się ponownie Christian (...)



W dalszej części listu nadawca prosi o wskazanie konta, na którym mógłby ulokować spadek, by przeznaczyć go z pomocą odbiorcy (którego szczegółowe dane przedstawia jako do tego transferu niezbędne) na cele równie szlachetne co fikcyjne: *sierocinca, szkoły, kościoły*.

## ZAKOŃCZENIE

Analizowana kategoria komunikatów różni się od listów elektronicznych *bona fide*, utrzymanych w neutralnym tonie i podporządkowanych funkcji informacyjnej. Twórcy spamu posługują się sposobami manipulacji, identycznymi jak w oszustwach i reklamie, m.in. z wykorzystaniem reguły wzajemności czy podkreślaniem wyjątkowości oferty oraz jej ograniczonego zasięgu ilościowego i czasowego. Odwołują się zarówno do emocji pozytywnych, wiążących się z wygraną czy nawiązaniem interesującej relacji interpersonalnej, jak i negatywnych. Próbuja wzbudzać, mające prowadzić do nieprzemyślanych działań, poczucie niepewności i strachu, np. przed konsekwencjami prawnymi czy ujawnieniem prywatnych sekretów. Kreują przy tym fałszywy kontekst językowy (np. nawiązanie do rzekomej wcześniejszej korespondencji) i pozajęzykowy (np. informacje o zamożnych krewnych).

Potencjał manipulacyjny zostaje zwiększony poprzez wykorzystanie dialogiczności. W analizowanych tekstach dominuje kategoria drugiej osoby liczby pojedynczej, a bezpośrednie zwroty do adresata, mniej lub bardziej imperatywne, realizują jawnie funkcję impresywną przekazu. Stosowane są także wykładniki ekspresji, np. multiplikacja znaków przestankowych. Przemyślanej treści spamu nie zawsze towarzyszy jednak dbałość o jego formę. Choć wykorzystuje się graficzne środki wyróżniania wybranych elementów (np. zapis całych wyrazów wielkimi literami), to często popełniane są błędy językowe różnego typu, zmniejszające wiarygodność komunikatu.

Jak wskazano w niniejszym tekście, spam jest formą potencjalnie szkodliwego zakłócenia komunikacyjnego. Internauci nie są jednak wobec niego bezbronni. Ważną rolę pełnią filtry antyspamowe, selekcjonujące przekazy m.in. na podstawie adresów nadawców. Skuteczną metodą ograniczania liczby niechcianych listów jest też „korekta” adresów poczty elektronicznej. Poddaje się je modyfikacjom, których deszyfracja przekracza potencjał programów wyłapujących dane z sieci (np. szukających zapisów ze znakiem @). Automatyczne spamowanie utrudniają formuły typu *usun to*, dodanie słów nieistniejących w prawdziwym adresie, zapis e-maila w sposób parafonetyczny i inne formy denotacji niż przyjęta konwencja (czyli wybrany identyfikator, tzw. małpa, nazwa domeny), np. *X(ten\_smieszny\_znaczek)aster.pl*.

Istotne znaczenie we właściwym zakwalifikowaniu otrzymywanych drogą elektroniczną komunikatów oraz decyzji co do sposobu reakcji ma

również kompetencja komunikacyjna. Żeby uniknąć negatywnych konsekwencji działań spamerów, warto umieć oddzielić wartościową korespondencję od listów, stanowiących zagrożenie dla odbiorcy. W artykule przedstawiono zarys typologii stosowanych zabiegów manipulacyjnych, mogący ułatwić to odróżnienie.

### **Bibliografia**

- F. Brunton, 2013, *Spam: A Shadow History From the Internet*, Cambridge.
- R.B. Cialdini, 2007, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. B. Wojciszke, Gdańsk.
- B. Matuszczyk, D. Stanulewicz, 2002, *O strukturze internetowych listów reklamowych i informacyjnych* [w:] K. Michalewski (red.), *Tekst w mediach*, Łódź, s. 156–162.
- D. Nagamalai, B.C. Dhinakaran, J.K. Lee, 2008, *An In-depth Analysis of Spam and Spammers*, „International Journal of Security and its Applications” 2(2), s. 9–22.
- C.J. Sipior, T.B. Ward, P.G. Bonner, 2004, *Should Spam Be on the Menu?*, „Communications of the ACM” 47(6), s. 59–63.
- T. Witkowski, 2006, *Psychologia kłamstwa*, Taszów.

### ***Types of linguistic manipulations used in e-mail spam***

#### Summary

The aim of this paper is to present the types of manipulation used by spammers. Polish studies of linguistics have not made attempts at categorising this group of electronic mail to date and therefore this paper presents a new element of linguistic research on specific aspects of online communication. The knowledge of the presented typology could help separate the useful correspondence from malicious messages. Nine spam categories were distinguished: information about a bargain, alleged formalities to be completed, pretended continuation of a contact, fake job offers, fictitious personal advertisements, “private” messages, alarming messages, anticipation of suspicions, promises of financial profit. The source of the material was 150 e-mails, which were examined with the use of the qualitative and quantitative analysis of the contents of the messages.

Trans. Monika Czarnecka