

Krystian Styś

FUNKCJE I JĘZYKOWE KREACJE HASHTAGÓW W JĘZYKU RAPERÓW

Uwagi wstępne

Naturalnie język – będąc tworem społecznym – podlega różnym modyfikacjom i różnicuje się wewnętrznie. Skutkiem tego jest powstawanie odmian środowiskowych języka. Co więcej, poszczególne elementy leksykalne niektórych odmian dość swobodnie przenikają do innych. Przykładem takiej interferencji z pewnością jest wpływ języka Internetu na codzienną polszczyznę. Pozytywne i negatywne skutki tego procesu odnotowywane są przez lingwistów od kilkadziesiąt lat, ale określenie Jana Grzeni: „związek między jednym a drugim oparty jest na symbiozie” [Grzenia 2016: 90–97] wydaje się odpowiednim zaczątkiem rozważań w niniejszym artykule.

Jednym z nowszych zjawisk w języku Internetu są hashtagi – elementy słabo jeszcze zbadane i opisane. Celem tego artykułu będzie próba konfrontacji znaczenia tego terminu w odniesieniu do języka Internetu i w odniesieniu do języka jednej z subkultur – rapu. Ważnym elementem będzie zdefiniowanie pojęcia, zbadanie, jakie pełni ono funkcje w kulturze raperów, jak jest oznaczane, jakie elementy życia sygnuje najczęściej, jakie środki językowe są wykorzystywane przy jego kreacji.

Historia hashtagów

Jedną z nowszych form języka internetowego są występujące w jego strukturze *hashtagi*¹. Definicja, którą podaje internetowy słownik języka polskiego, brzmi następująco: „słowo lub fraza poprzedzona znakiem #

¹ Powstała również spolszczona wersja tego słowa – *hashtag*, jednak w tym tekście stosuję oryginalną pisownię.

(hash), ułatwiający znalezienie i grupowanie elementów (zdjęć, tweetów itp.)” [<http://sjp.pl/hashtag>]. Hashtag to pewnego rodzaju komunikat, pewien klucz umożliwiający grupowanie informacji. Został on spopularyzowany przez użytkowników internetowego serwisu Twitter, a następnie „opanował” Instagram i Facebook.

Wyraz *hashtag* składa się z dwóch angielskich słówek: *hash*, które jest nazwą graficznego znaku # (umieszczonego na klawiaturze komputerowej lub telefonicznej) oraz *tag*, tłumaczonego na wiele sposobów, wśród których dominują dwa: ‘znacznik’ i ‘slogan’.

Pierwszych *hashy* używano w językach programowania już od 1970 roku. Najpierw wykorzystywano je w języku assemblera, służącym do opracowywania kodu maszynowego dla procesora pierwszego minikomputera PDP-11 [NN, 2011], a następnie w języku programowania C [Majewski i in. 2010: 32]. Pomijając różnice w działaniu, role, jakie pełniły hashe w obu przypadkach, były podobne. Otóż ich zadaniem było skrócenie i ułatwienie pracy osobie piszącej program. Inne zastosowanie znalazły w najstarszej formie internetowych rozmów w czasie rzeczywistym za pomocą samego tekstu, czyli w Internet Relay Chat. Prototyp programu wymyślił w 1988 roku student uniwersytetu w Oulu – Fin Jarkko Oikarinen. Program polega na tym, że użytkownik ukryty pod pseudonimem (tzw. *nick*) wybiera odpowiadający mu pokój rozmów (tzw. *kanal*). Każdy z tych kanałów ma opis treści dyskusji w nim poruszanych (tzw. *topic*). Temat tej dyskusji sygnalizuje jednak już wcześniej sama nazwa tego kanału, która występuje w postaci kluczowego słowa poprzedzona znakiem #, np. #szczecin, #gry, #gotowanie [Grzenia 2006: 32–35].

Tagi początkowo nie miały nic wspólnego z wirtualną rzeczywistością. Ich historia sięga lat sześćdziesiątych XX w. – wówczas to w Nowym Jorku siedemnastoletni Grek o imieniu Demetrius, pracujący jako kurier, pozostawiał flamastrem w najróżniejszych miejscach te same napisy na ścianach: *TAKI 183*. Zwiększająca się liczba podpisów zainteresowała policję, a także media. Pierwszy do Demetriusa dotarł „The New York Times”, który opublikował z nim wywiad i rozszyfrował tajemniczy skrót. Otóż człon *Taki* to nic innego, jak część zdrobnienia jego imienia *Demetraki*, natomiast liczba *183* jest numerem ulicy na Manhattanie, na której się wychowywał [The New York Times 1971]. Chłopiec, doczekawszy się swoich naśladowców, nieświadomie stał się pionierem całej subkultury graficyarzy, którzy kontynuowali i udoskonalali jego pomysł [ifka 2013].

Znaczniki w serwisach społecznościowych

Jak już wspomniano, ideę oznaczania, podpisywania oraz przekierowywania informacji za pomocą hashtagu upowszechnił Twitter. Serwis ten ma charakter mikrobloga, na którym zamieszcza się wpisy przypominające formą

dziennik internetowy. Wpis, określany mianem *tweet* (z ang. ‘ćwierkać’), to komunikat zawierający maksymalnie 140 znaków. Ograniczenie to wynika z założeń twórców – ideą było powstanie platformy do szybkiej wymiany informacji, przypominającej system SMS [Mistewicz 2015: 19]. Taki limit wymaga od użytkowników lapidarności umieszczanych treści oraz sloganów. Tej skrótości zdecydowanie sprzyjają hashtagi, a korzystanie z nich w obecnej formie zapoczątkował 23 sierpnia 2007 roku jeden z użytkowników Twittera – Amerykanin Chris Messina, publikując post o treści: *how do you feel about using # (pound) for groups. As in #barcamp [msg]?²*. Dzięki temu nasz komunikat zostaje przypisany do określonej grupy dyskusyjnej³. Przypomina to konwencję znaczenia kanałów na IRC, z tym, że tam odbywało się to za pomocą jednego ogólnego wyrazu i miało miejsce przed komunikatem. Natomiast tutaj hashtagów może być kilka, są bardziej szczegółowe stanowią element samego komunikatu. Ponadto tagowanie to tworzenie swojego rodzaju hipertekstu za pomocą *hiperłączy*, gdyż po kliknięciu w wybrany hashtag wyświetlają się wszystkie wpisy zawierające go i w ten sposób nawiązujące tematyką. Stało się tak za sprawą programistów Twittera, którzy w 2009 roku, widząc szerzącą się popularność nowej formy segregowania informacji, połączyli hashtagi z wyszukiwarką słów oznaczonych # na Twitterze [Wikipedia 2016]. Wkrótce znaczniki zawitały do innych popularnych serwisów internetowych, takich jak Instagram (2011) czy Facebook (2013).

Możliwość dotarcia do liczego grona adresatów spowodowała, że hashtag stał się również skutecznym narzędziem marketingowym. Nazwy firm, ich wytworów, a nawet slogany zostały otagowane w celu promowania marki i produktu [Rogała 2016]. Szeroki zasięg, a także duża liczba osób korzystających z hashtagów doprowadziły do stworzenia nowej siły społecznej. Z platformy służącej do demonstrowania swoich spostrzeżeń hashtag szybko przeobraził się w narzędzie oddziaływania na odbiorców, podobne do sloganu. Zwraca na to uwagę m.in. Justyna Przyborowicz, która jako miejsce tego procesu określa głównie przestrzeń związaną z prześladowaniami i terroryzmem (np. po ataku terrorystycznym w 2015 roku na redakcję tygodnika satyrycznego Charlie Hebdo⁴ użytkownicy Twittera masowo zaprotestowali przeciwko zamachowi na wolność słowa za pomocą #JesuisCharlie i #IAmCharlie) [Przyborowicz 2014: 91–98]. Dzięki kontekstowości tweetów i postów na Instagramie hashtagi stały

² W wolnym tłumaczeniu: „A co myślicie o tym, żeby grupować dyskusje, używając znacznika #?”

³ Przykładowo, pisząc *tweeta*, w którym informujemy, że bierzemy udział w pochodach na 11 listopada lub je obserwujemy, oznaczamy swoją wypowiedź: #MarszNiepodleglosci. Innym razem, chcąc wyrazić dumę ze zwycięstwa Kamila Stocha w Pucharze Świata, napiszemy: #Stoch, albo precyzyjniej: #ProudOfKamilStoch (DumaZKamilaStocha) [Chaciński 2016].

⁴ Charlie Hebdo to francuski tygodnik satyryczny powstały w 1970 roku, znany z publikowania karykatur i rysunków satyrycznych uderzających w religie (chrześcijaństwo, islam, judaizm).

się świetnie sprawdzającymi się nośnikami internetowych żartów oraz środkiem do oznaczania ironii i groteski [Chaciński 2016].

Nowy element w języku raperów

Jest jeszcze jedna dziedzina, w której hashtagi odegrały istotną rolę. Chodzi o kulturę hiphopową (tę, której jednym z czterech głównych filarów i elementów składowych jest graffiti, o którego powstaniu była wcześniej mowa). Hashtagi w rapie stały się ważnym elementem językowym, na którym wielu twórców wręcz opiera swoją karierę. Zasada działania tych znaczników różni się na tyle od hashtagów internetowych, że brak jakiegokolwiek naukowej definicji tego terminu⁵, a jego źródło to zazwyczaj czyjeś wypowiedzi, zanotowane np. podczas wywiadów.

Jarosław „Astek” Steciuk podczas wywiadu dla internetowej telewizji *PlenerTV* podał „przepis” na odpowiednie, jego zdaniem, tworzenie „kratek”:

Hashtagi w rapie są sposobem kończenia wersów typu punchline, czyli wers, który uderza ci w twarz. Polega to na tym, że przez dwuwers na ogół, może to być cztero lub trzywers, przygotowujesz pewnego rodzaju wartość semantyczną. Wraz z końcem tego ostatniego wersu zostawiasz kilkadziesiąt milisekund pauzy i uderzasz słowem, który budzi jakieś skojarzenia – jest nawiązaniem, porównaniem. Fajnie, jak jest od czapy i bazujesz tę wartość semantyczną na dwuznaczności [Steciuk, Średziński 2013].

Pomimo że definicja Steciuka i Średzińskiego jest pełna niejasności, należy przyznać, iż to, co zaprezentowali, dość dokładnie oddaje stan faktyczny. Aby jednak przedstawić więcej szczegółów, potrzeba dalszej analizy zjawiska.

Celem odnalezienia prekursora hashtagów w rapie należałoby dotrzeć do miejsca, w którym ta muzyka rozwija się w najszybszym tempie, czyli do Stanów Zjednoczonych. Wszystkie polskie źródła odnoszą się do dwójki twórców, mianowicie Drake’a (Aubrey Drake Graham) oraz Big Sean’a (Sean Anderson). Pewien anglojęzyczny artykuł [Rizoh 2011] dowodzi, że między tą dwójką, a także fanami obu twórców, doszło do miniwojny o pionierstwo nowego zabiegu językowego. W dalszej części tekstu Rizoh godzi obu artystów stwierdzeniem, że żaden z nich tak naprawdę nie był pierwszą osobą, która zastosowała hashtag w swojej twórczości. Jego zdaniem wielu raperów działających wcześniej nieświadomie posługiwało się hashtagami, np. Cam’ron (Cameron Giles) w 2000 roku, P.M. Dawn (Attrell Cordes, Doc G., Jarrett Cordes) w utworze *Set Adrift on Memory Bliss* z 1991 roku oraz Jay-Z (Shawn Corey Carter) w kilku utworach w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Należy jeszcze odnotować, że swojej części chwały domagał się raper Kanye West (Kanye Omari West). W jednym z wywiadów w 2010 roku jako

⁵ Definicja podawana w słowniczku *Antologii polskiego rapu* [Węclawek i in. 2014: 14] zupełnie różni się z istotą zjawiska językowego.

pierwszy użył tej nazwy, argumentując, że pochodzi ona z jego autorskiego utworu *Barry Bonds* z 2007 roku [Mercer 2013].

Jeśli chodzi o polskie środowisko hiphopowe, sprawa ma się bardzo podobnie. Kilku muzyków, zafascynowanych rapem ze Stanów Zjednoczonych, podchwyciło patent na „podsumowywanie wersów” i zastosowało ten zabieg na długo, zanim w ogóle pojawiła się jego nazwa. W 2011 roku VNM (Tomasz Lewandowski) w utworze *Lawa*, nagrany na album *De Nekst Best*, skonstruował swój pierwszy dwuwiersz z hashtagiem:

Depresja od nocy do rana, ta

Dzisiaj jestem ponad tym, ponad tymi stanami #Kanada [https://genius.com/Vnm-lawa-lyrics].

Wyjątkowe jest to, że był on pierwszym wykonawcą, który dokonał tego zabiegu świadomie. Natomiast jeśli chodzi o nieświadome wykorzystanie tego patentu, to najstarszym świadectwem hashtagów w polskim rapie wydaje się dwuwiersz napisany przez Eldo w 2001 roku w utworze *Stres* (album *Opowieść o tym, co tu się dzieje naprawdę*):

Dziś umrę, położę się by uspokoić głowę

Kolejny dzwonek, dla mnie zabójcza broń #Danny Glover [https://genius.com/Eldo-stres-lyrics]

Jesienią roku 2012 można było zaobserwować znaczne nasilenie hashtagu rapu w Polsce. Najpierw we wrześniu ukazał się album Bisza (Jarosław Jaruszewski) pod tytułem *Wilk chodnikowy*, następnie w listopadzie duet Dwa Sławy (w skład którego wchodzi wspomniany wcześniej Jarosław Steciuk) wydał płytę pt. *Nie wiem, nie orientuję się*. Sposoby, w jakie wykorzystali oni hashtagi, do dzisiaj podaje się jako sztandarowe przykłady realizacji tego zabiegu. Obecnie są uznawani, przez wielu krytyków, za mistrzów tego stylu w Polsce.

Metodologia prowadzonych badań

Aby szczegółowo przeanalizować funkcje i sposoby językowej kreacji hashtagów w języku raperów, przeprowadzono badania, w których zastosowano przede wszystkim dwie metody badawcze: analizę socjolingwistyczną oraz analizę językową. Rozważania oparto na wynikach ankiety skierowanej do słuchaczy i twórców rapu oraz dziennikarzy i recenzentów zajmujących się tym gatunkiem muzycznym. Ankieta, zawierająca dziesięć pytań, została stworzona w wersji elektronicznej, a następnie umieszczona na stronie serwisu internetowego *www.ankietaplus.pl*. Wypełnione kwestionariusze zostały automatycznie zebrane i policzone przez podany serwis, który następnie umieścił dane w pliku (z licznymi wykresami) gotowym do pobrania. Czas badania wyniósł tylko 5 dni – od 7 do 12 lutego 2017 roku, gdyż ze względu na dużą popularność sondy, zatrzymano możliwość wypełniania kwestionariuszy wraz z zakończeniem pięćsetnego testu.

Analiza językoznawcza obejmowała sprawdzenie sposobu zapisu danego hashtagu przez twórcę w tekście, interpretację danego fragmentu (z wyjaśnieniem kluczowych pojęć dla zrozumienia treści i intencji autora), a następnie konfrontację efektów z wynikami ankiety.

Oznaczanie, rozlokowanie i zakres hashtagów w tekście

Okazuje się, że charakterystyczny znaczek # nie jest jedynym sposobem na zaznaczanie hashtagów w tekście utworów hiphopowych. Równie często w tej funkcji występuje średnik, np.:

Depresja od nocy do rana, ta

Dzisiaj jestem ponad tym, ponad tymi stanami; Kanada [<https://genius.com/Vnm-lawa-lyrics>].

Różnica w grafii nie zmienia treści danego fragmentu tekstu, dotyczy tylko miejsca występowania danego znaku. Średnik znajduje się przy poprzedzającym wyrazie, co wynika z umownej zasady zapisu tego znaku interpunkcyjnego. Natomiast „kratka” przylega bezpośrednio do hashtagu – jest to najprawdopodobniej kontynuacja sposobu oznaczania hashtagów internetowych w mediach społecznościowych. Wśród tekstów hiphopowych można dostrzec jeszcze jedną metodę na znakowanie hashtagów – pauzę, która występuje jednak stosunkowo rzadko, np.:

Oni brzmią jakby byli ciągle na helu – Madzia Buczek [<https://genius.com/Ten-typ-mes-lepszy-zbik-lyrics>].

Bez względu na rodzaj tego oznaczenia dany raper, pisząc tekst, wykorzystuje „kratkę”, średnik lub pauzę jako narzędzie transkrypcji zabiegu wokalnego. Polega on na zatrzymaniu na ułamek sekundy procesu melorecytowania, by po chwili zaprować jedno słowo, wprowadzające nową wartość semantyczną do treści utworu.

Jeżeli chodzi o umiejscowienie hashtagów w tekście, to w zdecydowanej większości przypadków jest to koniec wersów. Ma to niebagatelne znaczenie, gdyż niemal każdy utwór hiphopowy na końcu swoich wersów ma rymy. Dzięki temu hashtag spełnia podwójną rolę: jest zarówno hashtagiem, jak i słowem, które się rymuje. Najczęstszymi rymami w utworach hiphopowych są asonanse. Wyrazy mające te same samogłoski (lub do siebie zbliżone jak *e – e*), ułożone są w odpowiedniej kolejności w wyrazie i zaprowane z odpowiednią intonacją. Dzięki takiemu zabiegowi dany hashtag rymuje się i staje się bardziej „zapamiętywalny” dla odbiorcy. Przykładowo:

„R**o**bię bit, p**o**tem tekst n**a** t**y**m składam c**a**ły

B**i**ę pasję n**a** dw**a** b**a**ty, mordo, #A**a**dam M**a**ł**y**sz” [<http://genius.com/4905704>].

Oprócz rymów: *bię* – *robię* – *potem* oraz *baty* – *na tym*, rymują się oba słowa hashtagu: *składam* – *na dwa* – *Adam* oraz *cały* – *Małysz*. Mimo zalety, jaką

niewątpliwie jest widoczność, hashtagów na końcu wersu, zdarza się, że twórcy próbują umieszczać je w innych miejscach, na przykład w środku liniiki tekstu:

Nic się nie zgadza; Jason Becker, a nie mówiłem?

Dlatego mam łatwiej zmienić tę scenę w ruinę [<http://genius.com/5107472>]

lub nawet na początku wersu:

best ever

Lubię smak krwi, ból od wyrzeczeń

Hank Schrader; Gubię się w tym na dłuższą metę [<http://genius.com/5113765>].

Niezależnie od pozycji w tekście hashtagi te się rymują. Pokazuje to, iż stosowanie hashtagów na końcu wersów nie jest konieczne, aczkolwiek należy do najczęściej stosowanych zabiegów językowych.

Kolejnym problemem, jaki pojawia się podczas analizy hashtagów, jest ich zakres w tekście, tzn. czy hashtagiem jest tylko wyraz występujący po sygnującym go znaku graficznym, czy również słowa go poprzedzające. Sam hashtag w utworze hipopowym oczywiście niesie jakieś znaczenie (wyrazy są zbudowane z morfemów). Również pozostałe słowa w wersie, w oderwaniu od słowa występującego po „kratce”, przekazują jakąś informację. Trzeba jednak zauważyć, że dopiero po połączeniu obu elementów słowa poprzedzające nabierają nowego znaczenia. Można te dwa składniki określić za pomocą wyrażeń: *definiendum* i *definiens*. Zatem hashtag okazuje się całym fragmentem tekstu, który wprowadza szerszy kontekst, mimo że najczęściej osoby ze środowiska hipopowego określają tę część utworu tylko za pomocą członu definiującego (aby nie cytować dokładnie utworu).

Powstawanie innej płaszczyzny znaczeniowej

Tworzenie hashtagów ściśle powiązane jest ze stosowaniem gier językowych. Pojęcie ‘gry językowej’ wprowadził filozof Ludwig Wittgenstein. Określał on tak metodę badań nad zrozumiałością języka potocznego oraz tworzenie lub wyodrębianie w nim modeli różnych praktyk językowych wynikających z licznych form życia i kierowanych regułami. Do tych modeli należą: mikromodel, makromodel i model „form życia”. Znaczenie słów w mikromodelu gry językowej można odnieść do kogoś/czegoś konkretnego w otaczającym świecie, np. *mały wróbel leci*. W makromodelu człowiek posługuje się w pewnym sensie hipotezami. Odnoszą się one do sfery relacji międzyludzkich oraz człowieka wobec świata np. *chłopiec uwielbia swojego kotka*, a także polegają na wykorzystywaniu w wypowiedziach metafor, np. *podzielić się z kimś wiadomością, odjąć sobie od ust* [Żmudzki 2015].

Przykładem makromodelu gry językowej opartej na metaforze w języku raperów może być wyrażenie *zrobić obroty w branży*. W przypadku próby dosłownej interpretacji wyrażenia jego treść okazałaby się niezrozumiała i absurdalna. Do-

piero znając różne punkty widzenia świata, tutaj biznesowy, można zrozumieć te słowa. I tak oto hashtag:

Moje stopnie w tej lidze – to Ci się marzy, co?

Ja zrobię największe obroty w branży; TonyHawk [<http://genius.com/2887700>]

bazuje na rozumieniu tego makromodelu gry językowej. Przywołana postać Tony’ego Hawka – jednego z najbardziej znanych skateboardzistów, który jako pierwszy na świecie wykonał trick o nazwie „dziewięćsetka”, czyli obrót o 900 stopni (dwa i pół obrotu) [https://pl.wikipedia.org/wiki/Tony_Hawk] – odwołuje się do dosłownego (słownikowego) znaczenia określenia *zrobić obroty w branży*, czyli wykonywać najlepsze ewolucje (a dokładnie obroty) na deskorolce spośród wszystkich zawodników tej dyscypliny (branży). Fragment tekstu bez przywołanej osoby oznacza, iż twórca tego tekstu – Deys – uważa, że osiągnięcie porównywalny sukces do wspomnianego deskorolkarza, np. sprzedając największą liczbę płyt w hiphopowej branży muzycznej.

Jednak nie wszystkie hashtagi można powiązać z makromodelem gry językowej. Duża część z nich, może nawet większość, bazuje na konotacjach i asocjacjach. Konotacja to termin wieloznaczny, jednak na potrzeby tego artykułu wystarczy przyjąć założenie, że obok cech charakterystycznych i typowych dla danego obiektu, istoty czy zjawiska występują także cechy drugorzędne. Są one silnie kojarzone z tym desygnatem i odwołują się do wiedzy, tradycji i kultury osób mówiących o tym obiekcie. Mimo to elementy te nie służą identyfikacji podmiotu, który określają. Stanowią dopełnienie i rozszerzenie znaczenia wyrazu i ujawniają się tylko w określonych kontekstach [Bogdanowicz 2013: 7–17].

Jeszcze inną formą konotacji są asocjacje, czyli tzw. konotacje encyklopedyczne lub ekstralingwistyczne. Są to swobodne, nietypowe i niekiedy odległe skojarzenia myślowe mówiących z omawianymi obiektami. Odnoszą się one do realnych właściwości danego podmiotu, np. *życiowa konieczność wody*. Konotacje te można wywoływać za pomocą słów, ale także obrazów, co często wykorzystywane jest przez autorów tekstów do tworzenia oryginalnych metafor i porównań. Efektem tego jest mnogość możliwości interpretacyjnych odbiorców takich tekstów [Bogdanowicz 2013: 7–17].

Skojarzenia, które wywołują hashtagi, wymagają wydobycia jednej, niepełnie charakterystycznej cechy omawianego obiektu/zjawiska. Doskonale ilustruje to przykład:

Ah, jakie to piękne wszystko jest

Zapiera dech w piersiach; Cyklon B [<http://genius.com/2023564>].

Dzięki konotacji zostało tutaj sformułowane porównanie między dwoma elementami, które na zdrowy rozsądek nie mają nic wspólnego, ale umiejętne operowanie słowem umożliwiło dokonanie powiązania semantycznego.

Grupy tematyczne w hashtagach

W tekstach raperów można spotkać się z najróżniejszymi hashtagami, dotyczącymi różnych zjawisk i rzeczy. Można jednak zauważyć, że pewne motywy pojawiają się tu częściej niż inne, co pozwala wydzielić wśród hashtagów pewne grupy tematyczne:

- a) postacie rzeczywiste – hashtagi mogą przywoływać znane osobistości z różnych dziedzin, żyjące zarówno w minionych dekadach, jak i współcześnie, są wśród nich np. władcy lub przywódcy, politycy, sportowcy, gwiazdy filmu, prezenterzy i dziennikarze telewizyjni, muzycy (nie tylko gatunku rap), celebryci itp. Najczęściej są one przywoływane za pomocą imienia i nazwiska, rzadziej – samego nazwiska lub pseudonimu, np.:

Mówią, że Radek się tu na złe generalnie zmienił

a ja wiem swoje, man, dobrze się zachowałem #Lenin [<https://genius.com/Dwa-sawy-czowiek-sztos-lyrics>]

- b) motywy literacko-filmowe oraz postacie nierzeczywiste z nimi związane – mogą to być wybrane elementy świata przedstawionego w serialu, filmie, utworze literackim oraz wymyślone postacie w nich występujące, np.:

Krzyczę hey better dayz kolo jak u Tupaca

Bo jestem o włos od pierwszego solo #Chewbacca [<https://genius.com/Quebonafide-blockbuster-lyrics>]

- c) sfera religijno-kulturowa oraz jej wytwory – czyli postacie związane z daną religią, ruchem religijnym lub kulturą (np. kulturą Dalekiego Wschodu, kulturą starożytnej Grecji itp.), symbole i motywy religijne (mity, przypowieści, legendy oraz postacie wraz z atrybutami, które są do nich przypisane), wytwory starożytnych kultur, takie jak rzeźba czy malarstwo oraz przedmioty i miejsca ściśle powiązane z obrzędem lub rytuałem religijnym, np.:

Ręka, noga, mózg na ścianie #Pollock

Oni chcą być w mediach? Nie ma sprawy #nekrolog [<https://genius.com/Bisz-pollock-lyrics>]

- d) sfera intymna i erotyczna – określenia związane z praktykami seksualnymi i ich uczestnikami, np.:

Włącz wydarzenia, musisz patrzeć uważnie

i jesteś w centrum wydarzeń; bukkake [<https://genius.com/Dwa-sawy-hate-watching-lyrics>]

Oczywiście, w tej przestrzeni pojawiają się także inne wątki, pojedyncze, niedające się sklasyfikować, należące do różnych dziedzin życia i nauki, np.:

Płaczą się, wyginają wypłowiałe chmury

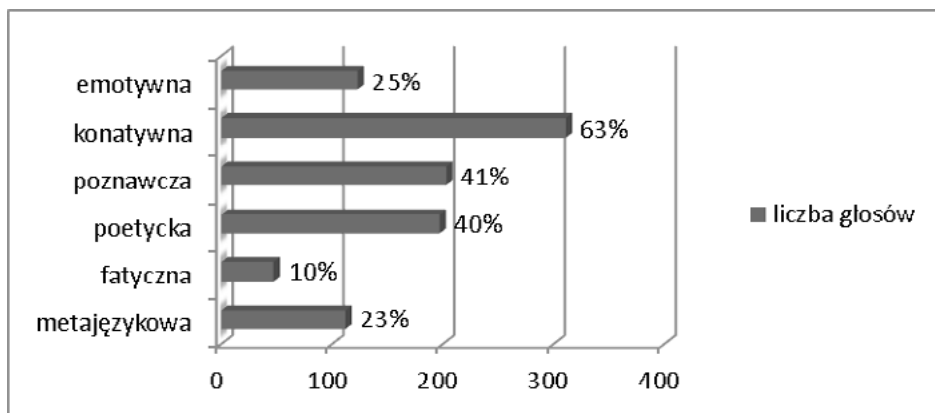
Chcą mi coś powiedzieć

Ale nie wiem co #kalambury [<https://genius.com/Vnm-dym-lyrics>]

Funkcje językowe hashtagów

Istnieje wiele koncepcji dotyczących funkcji języka i jego elementów, ale wydaje się, że w przypadku próby określenia funkcji hashtagów w utworach hip-hopowych najodpowiedniejszy będzie klasyczny już schemat Romana Jacobsona. Badacz, bazując na pracy Karla Ludwiga Bühlera, wprowadził nowy podział funkcji języka. Wymienił sześć składników aktu komunikacji i każdemu z nich przypisał powstanie konkretnej funkcji wypowiedzi: konatywnej, poznawczej, poetyckiej, emotywniej, metajęzykowej, fatycznej [Grzegorzczkowska 2007: 46–50].

Funkcje te przedstawiono osobom ankietowanym i poproszono je o określenie, jakie – ich zdaniem – funkcje pełnią hashtagi w utworach hip-hopowych najczęściej. Wyniki ankiety prezentuje wykres 1.



Wykres 1. Realizacja poszczególnych funkcji języka przez hashtagi według ogółu respondentów

Źródło: badania własne.

Wszystkie grupy badanych dość zgodnie stwierdziły, że hashtagi najczęściej realizują funkcję konatywną (ogółem 63% osób wskazało tę odpowiedź). Składnikiem aktu komunikacji, któremu odpowiada ta funkcja, jest odbiorca – funkcja realizuje się przez wywołanie indywidualnych odczuć oraz zachowań u odbiorcy, pobudzenie jego wyobraźni za pomocą odpowiedniego słownictwa, akcentu, intonacji, iloczasu, inwokacji, wołacza lub trybu rozkazującego [Filipiak 1994: 39–44]. Hashtag z pewnością pełni tę funkcję języka. Różnego typu nieoczywiste gry słowne zmuszają odbiorcę do rozwikłania treści zabiegu stylistycznego. Potrzebna jest do tego nie tylko orientacja, o czym jest mowa w tekście, ale także rozumienie kontekstu i operowanie wiedzą na zasugerowany przez nadawcę temat.

Oczywiście, istnieje możliwość, że słuchacz nie zastanawia się nad treścią tekstu i nie lubi gier intelektualnych. Takiemu pogładowi przeczą jednak odpowiedzi na pytanie o wybór najatrakcyjniejszych przykładów – 80% ankietowanych stwierdziło, że preferuje gry słowne zakwalifikowane jako te o średnim lub wysokim poziomie trudności. Dodatkowo bardzo duża świadomość odbiorców, czym są hashtagi w rapie (90% ankietowanych deklaruje, że wie) i umiejętność odróżniania ich od hashtagów internetowych (74% odróżnia, 21% chyba odróżnia) powodują, że są oni świadomi gry prowadzonej z nimi przez nadawcę.

Za tym, że hashtagi pełnią funkcję poznawczą, opowiedziało się 41% badanych (najwięcej wśród twórców – 47%). Istotą tej funkcji jest informowanie o świecie. Hashtagi są elementem całego tekstu, który ze swej natury niesie jakąś treść. Niekiedy ją rozszerzają, innym razem nawet pozwalają zobrazować ideę, którą artysta chciał przekazać, zatem istotnie pełnią funkcję poznawczą.

Funkcja poetycka ma za zadanie wywołać przeżycia estetyczne u odbiorcy. Realizuje się za pomocą odpowiedniego stylu wypowiedzi, rytmizacji, a także poprzez korzystanie z semantycznych środków wyrazu. Nie ma wątpliwości, że hashtagi spełniają tę funkcję. Ogólnie język raperów, często określany jako niepospolity i innowacyjny, zawiera dużą liczbę potoczizmów, wulgaryzmów oraz słów rozumianych tylko w obrębie hiphopowego slangu. Poza tym sam fakt, że mamy tutaj do czynienia z utworami muzycznymi z gatunku rap, wskazuje na charakterystyczną regularność podkładu muzycznego (tzw. pętle) oraz wokalu wykonawcy. O środkach stylistycznych będzie jeszcze mowa w dalszej części tekstu, niemniej jednak liczne gry słowne i porównania, na których opierają się hashtagi, świadczą o ich nieszablonowości.

W ankiecie na poetyckość hashtagów wskazało 40% badanych. Najwięcej osób wybierających tę odpowiedź wywodziło się spośród twórców (49%) oraz środowiska dziennikarskiego (62%). W tych grupach funkcja poetycka okazała się ważniejsza od funkcji poznawczej.

Funkcję emotywną hashtagów zauważył co czwarty ankietowany. Składnikiem aktu komunikacji, który odpowiada tej funkcji, jest nadawca. Uzewnętrznia on własne stany psychiczne poprzez używanie wyrazów ekspresywnych, wykrzyknień, pytań retorycznych oraz dużej liczby czasowników w pierwszej osobie liczby pojedynczej [Filipiak 1994: 39–44]. Nie można zaprzeczyć, że hashtag posługuje się funkcją emotywną. W rapie dominuje indywidualizm, w zdecydowanej większości utworów podmiotem lirycznym jest sam twórca, dlatego tekst jest uzewnętrznieniem emocji i poglądów rapera, ewentualnie wizją jego spojrzenia na świat. W samych definicjach pojęcia *rap* często spotykane jest słowo ‘ekspresja’, np. ekspresyjna melodeklamacja lub ekspresja wokalna. Dowodzi to faktu, jak ważne w tej muzyce jest wyrażanie siebie oraz uczuć⁶.

⁶ Bardziej widoczne to było kilkanaście lat temu, gdy rap oraz cała kultura hiphopowa stanowiły środek wyrazu niezadowolonego społecznego i buntu wobec nierówności społecznych i ekonomicz-

Funkcja metajęzykowa i fatyczna słusznie uzyskały najmniejszą liczbę głosów. Wprawdzie niemal co czwarty badany (23%) wskazał pierwszą z wymienionych w tym akapicie funkcji, jednak wydaje się, że jest to wynik niezrozumienia pytania przez respondentów lub braku wiedzy specjalistycznej. Wydaje się, że jednak nie jest możliwe mówienie o hashtagach za pomocą samych hashtagów. Co prawda, istnieją hashtagi, których tematem są one same, np.:

Chcą układać Ci życie; pasjans

Biorąc je na skróty; hashtag [<https://genius.com/Gedz-placebo-lyrics>],

jednak należy podkreślić, że z funkcją metajęzykową mamy do czynienia tylko w przypadku konkretnych wyjaśnień i komentarzy na temat języka, natomiast w przykładach hashtagów o hashtagach występuje wręcz odwrotna tendencja, gdyż treść utworu zostaje skomplikowana poprzez stworzenie gry słownej.

Funkcja fatyczna, polegająca na podtrzymaniu kontaktu uczestników aktu komunikacji za pomocą dialogów lub krótkich komunikatów pobudzających uwagę odbiorcy, nie znajduje zastosowania w tworzeniu hashtagów. Wyjątkiem mogą być jedynie koncerty hiphopowe, podczas których dochodzi do dynamizowania widowni. Otóż niekiedy raper umawia się z publicznością, że podczas rapowania tekstu pewne charakterystyczne części, w tym m.in. hashtagi zostaną przez niego przemilczane, natomiast publiczność sama zaśpiewa/wykrzyczy brakujące partie tekstu. W ten sposób „publika” zostaje zmobilizowana przez nadawcę do większej aktywności niż tylko słuchanie.

Językowe kreacje hashtagów

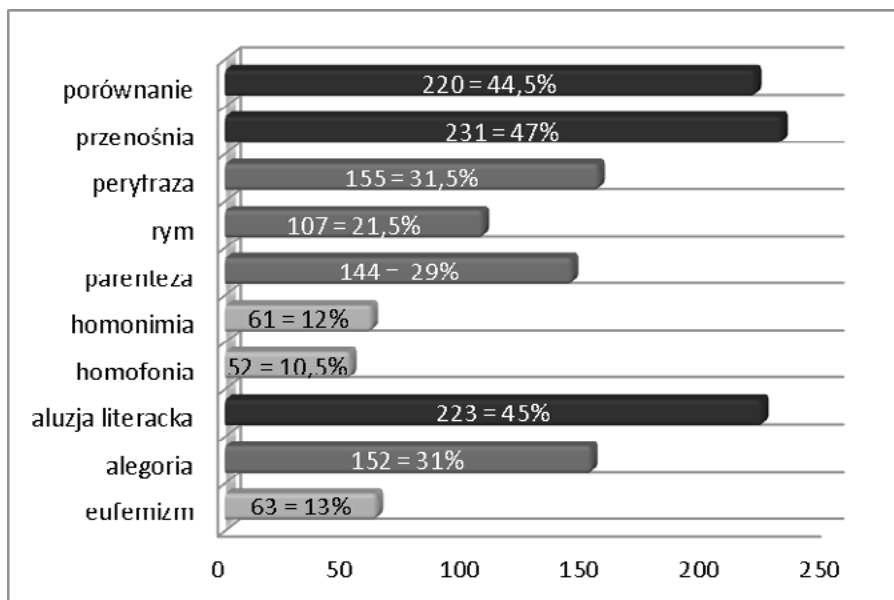
Hashtagi w rozmaity sposób są kreowane w języku. Jako że pojęcie *kreacji językowych* jest wieloznaczne, na potrzeby niniejszych rozważań przyjęto jego następującą eksplikację: „całokształt procesów językowych, stworzonych przez twórcę tekstu, w pewnym celu; tyle, co określony byt fikcyjny, będący częścią wizji świata artysty” [Skubalanka 1997: 20].

Mówiąc o kreacjach językowych hashtagów, należy uwzględnić koncepcję rapera: w jaki sposób tworzy hashtagi i co zamierza nimi osiągnąć. Pomocne w tym będzie zwrócenie uwagi na podobieństwa hashtagów do niektórych środków stylistycznych: ich zasad tworzenia, formy i roli, jaką spełniają. Należy jednak dodać, iż w większości przykładów kilka ze środków stylistycznych może być wykorzystywanych jednocześnie. Zdecydowanie najczęstszym przypadkiem jest hashtag, w którym obecny jest rym. Równie często realizuje się porównanie (bez spójników) oraz podobieństwo lub tożsamość brzmieniowa niektórych wyrazów

nych. Mimo to wykonawcy tej muzyki nadal preferują mówienie w pierwszej osobie lub jako przedstawiciele swojego środowiska.

(homonimia i homofonia). Poza tym hashtagi często przybierają postać metafory/ peryfrazy/alegorii, jednak zasada ich funkcjonowania jest zupełnie odwrotna niż np. w literaturze pięknej. Natomiast identyfikowanie hashtagu z eufemizmem lub parentezą jest nieuzasadnione.

Przeprowadzona wśród twórców i odbiorców rapu ankieta wykazała, że dostrzegają oni różnorodność środków językowych wykorzystywanych w hashtagach. Wyniki tej ankiety przedstawia wykres 2.



Wykres 2. Hashtag jako dany środek stylistyczny w ujęciu ogółu badanych

Źródło: badania własne.

Niestety, okazało się, że metoda wspierania analizy wynikami badania ankietowanego okazała się tylko częściowo słuszna – brak wiedzy z zakresu poetyki dzieła literackiego u ankietowanych spowodował dużą rozbieżność rezultatów ankiety i przeprowadzonej analizy.

a) Przenośnia/metafora/metonimia

Niemal połowa badanych (47%) zaznaczyła, że hashtagi najbardziej zbliżone są do metafory (przenośni). Z pewnością oba zabiegi polegają na wykorzystywaniu zazwyczaj dwóch znaczeń: dosłownego i przenośnego (metaforycznego). Jednak w przypadku jakiegokolwiek rodzaju metafory kierunek przesunięcia znaczenia odbywa się od znaczenia dosłownego do znaczenia metaforycznego, natomiast w przypadku rapu znaczenie dosłowne zostaje zmienione kontekstowo na znacze-

nie przenośne, po czym, poprzez hashtag, następuje chwilowy powrót do znaczenia podstawowego, np.:

Najpierw przejrzymy, a później robujemy rap grę
i możesz trzymać mnie za słowo; Scrabble [<https://genius.com/Quebonafide-x-cywil-x-tomb-nie-banglasz-remix-lyrics>].

Trzymać za słowo (znaczenie dosłowne) → *trzymać za słowo* (znaczenie metaforyczne: liczyć na to, że ktoś spełni swoją obietnicę; w tym przypadku: podmiot liryczny wywiąże się z obietnicy zrobienia widowiska na polskiej scenie muzycznej) → *trzymać za słowo* (znaczenie dosłowne: gra Scrabble polega na układaniu dłońmi słów z liter napisanych na kostkach na specjalnej planszy). Ponadto czynnikiem wywołującym zmianę znaczenia w tradycyjnej przenośni są same słowa tworzące metaforę (np. *złote serce*, czyli *dobry człowiek*), natomiast w przypadku hashtagu treść przekształcana jest na drugim etapie przez słowo występujące po odpowiednim znaku graficznym. Zmiana tego znaczenia nie dotyczy całego hashtagu (członu definiującego, ponieważ gra Scrabble po przesunięciu semantycznym wciąż jest grą planszową), tylko wyrażenia definiowanego (*trzymać kogoś za słowo* po przesunięciu semantycznym oznacza *trzymać kostki z ułożonym słowem*). Zatem pomimo takiego zdecydowania ankietowanych, wynikającego być może ze zbyt pochopnej decyzji lub nieznajomości istoty danych środków stylistycznych, nie należy definiować hashtagu jako metafory, choć pewne podobieństwo z metaforą można tu zaobserwować.

b) Aluzja literacka

Aluzja literacka to znany z innego utworu obraz, postać literacka, pojęcie, rytm lub ukształtowanie wersu [Kulawik 1997: 134–135]. Należy jednak dodać, iż w przypadku rapu aluzja literacka rozumiana jest znacznie szerzej niż w literaturze. W tekstach hip-hopowych aluzją, już nie literacką, może być chociażby odwołanie się m.in. do: innego utworu hip-hopowego (tzw. *follow-up*), jakiegokolwiek wytworu różnych rodzajów sztuki: malarstwa, rzeźby, a w szczególności kina oraz myśli/idei charakterystycznych dla jakiejś osoby lub innego twórcy, czyli do jakiegokolwiek tekstu kultury lub artefaktu, np.:

Wycinam serce na drzewie, złapany strugam wariata; Gepetto [<https://genius.com/Dwa-sawy-niska-szkodliwosc-spoeczna-czynu-lyrics>].

c) Porównanie

Porównanie to trzeci wynik uzyskany w ankiecie (44,5%). Jest ono zestawieniem dwóch zjawisk/przedmiotów, opierającym się na podobieństwie jakiejś ich cechy wspólnej dla obiektów Formalnym wskaźnikiem zestawienia są spójniki lub wyrażenia, m.in.: *jak, tak jak, podobnie jak, jakby* [Kulawik 1997: 95–99].

Istnieją hashtagi, które wyglądają, jakby zostały poddane operacji usunięcia spójnika, np.:

Nienawidzę tłocznych miejsc i z takich pryskam

Wtedy zmierzam do pokoju #pacyfista [<https://genius.com/Dwa-sawy-sun-sie-lyrics>].

Po przekształceniu na: *wtedy zmierzam do pokoju jak pacyfista* treść nie ulega żadnej zmianie (pacyfista również może zmierzać do pokoju poprzez np. działania na rzecz praw człowieka). Występuje tutaj także gra pomiędzy dwuznacznością wyrazu pokój (pomieszczenie – brak wojny), co szerzej zostanie omówione w ostatnim podpunkcie. Natomiast w następnym przykładzie:

a ja najebany se obcinam dupy #hatchback [<https://genius.com/Biaas-hot16challenge-lyrics>]

po dodaniu słówka *jak* treść staje się zaburzona, ponieważ *hatchback* (rodzaj nadwozia) nie *obcina dupy* (spoglądanie na pośladki atrakcyjnych kobiet), tylko ma *obciętą dupę* (samochody hatchback charakteryzuje obcięta/skrócona tylna część nadwozia).

Wydaje się, że wynik procentowy ankiety oddaje różnorodność hashtagów. Niektóre z nich bazują na porównaniach, inne mają tylko cechy wspólne z rzeczą, osobą czy zjawiskiem porównywanym, chociaż nie jest w nich możliwe proste przekształcenie za pomocą spójnika.

d) Peryfraz (omówienie)

Peryfraz jest jednym z rodzajów metafory. Została ona jednak wyodrębniona ze względu na jedną ze swoich cech, mianowicie zastępowanie jakiegoś słowa przez inne, ale dające w efekcie takie samo znaczenie. To omówienie z hashtagiem może łączyć chęć autora do ukrycia bezpośredniego znaczenia, np.:

Nie wszystko złoto co się świeci #AmberGold [<https://genius.com/Bro-pl-efekt-domina-lyrics>].

Peryfraz, będąca jednocześnie przysłowiem *nie wszystko złoto co się świeci*, oznacza, że nie wszystko, co wydaje się idealne, jest takie w realnym świecie. W hashtagu jednak słowo definiujące (w tym przypadku #AmberGold) ponownie odkrywa znaczenie pierwotne. Sytuacja więc wygląda tutaj podobnie jak w przypadku metafory. Hashtag niemal we wszystkich przypadkach odkrywa, a nie ukrywa znaczenie dosłowne, zatem zbliżony jest do peryfrazy, ale nią nie jest, na przekór opinii 31% ankietowanych.

e) Alegoria

Alegoria jest również operacją semantyczną, ale wykonywaną albo na całej wypowiedzi, albo na jej wyodrębnionym fragmencie. Sytuacja jest tutaj więc podobna jak w metaforze i peryfracie, gdyż „alegoria jest chwytem semantycznym, który odbiera wypowiedzi znaczenie dosłowne” [Kulawik 1997: 110–111], a jak

już kilkakrotnie wspomiano, w przypadku hashtagów tendencja jest odwrotna. Hashtag może być alegorią całego utworu, np.

Chcę spłonąć na stosie by odrodzić się z popiołów #feniks [<https://genius.com/Gedz-mga-lyrics>].

W utworze ten na pozór prosty hashtag niesie ze sobą tzw. wielką metaforę, podsumowującą całą zwrotkę, w której jest mowa o porzuceniu tworzenia muzyki (*spłonąć na stosie*) oraz powracania do niej (*odrodzić się z popiołów*). Alegorią tego całego cyklu stał się mityczny Feniks, który wedle literatury podlegał takiemu samemu procesowi.

f) Parenteza

Parenteza to „wyraz bądź grupa wyrazów [...] rozbijające strukturę syntaktyczną innego zdania, w którego obrębie zostało umieszczone [...] nie pozostające z tym zdaniem w związku składniowo-logicznym” [Kulawik 1997: 121–122]. Parenteza w literaturze występuje najczęściej w postaci wtrącenia w nawiasie. Hashtag, pomimo innego oznaczenia graficznego, podobnie do parentezy, wygląda jak przypadkowy dodatek do tekstu. Zaburza również strukturę składniową danego fragmentu. Pomimo tych podobieństw trudno byłoby utożsamiać oba elementy językowe, gdyż słowo definiujące w hashtagu zawsze powiązane jest logicznie ze słowami definiowanymi, choć niekiedy są to bardzo odległe skojarzenia. Natomiast w parentezie nie jest to obligatoryjne, dlatego i w tym przypadku 29% badanych było w błędzie, choć pewne mechanizmy tworzenia hashtagu i parentezy są podobne.

g) Rym

O rymach występujących w rapie była już mowa. W niemal wszystkich przykładach słowo występujące po „krzyżyku” (#) lub średniku (;) rymuje się z innymi wyrazami w tekście. Pozostałe przykłady to absolutne wyjątki. W przypadku dwuwyrzowych hashtagów (najczęściej imienia i nazwiska), zwykle rymuje się nazwisko, troszkę rzadziej oba człony. Trudno wyjaśnić tak mały odsetek odpowiedzi wskazujących na rymy jako środki kreacji hashtagów w ankiecie (tylko co piąty z badanych zaznaczył ten wariant). Mimo tak małego poparcia wśród opiniodawców niezaprzeczalny pozostaje fakt, iż niemal każdy hashtag jest jednocześnie rymem.

h) Eufemizm

Eufemizm – to sformułowanie polegające na zastąpieniu wyrazu nieadekwatnego z różnych powodów innym wyrazem lub peryfrazą. Celem takiego przekształcenia jest złagodzenie znaczenia [Kulawik 1997: 108]. Za tym wariantem opowiedziało się 13% respondentów ankiety. Istotnie, nie wydaje się, żeby eufemizm miał wiele wspólnego z hashtagiem. Sam fakt, że język rapu niekiedy bywa wulgarny, a raperzy lubią szokować odbiorców, niejednokrotnie przekraczając

granice dobrego smaku, świadczy o nieprzywiązywaniu wagi do tabu językowego w tym środowisku, np.:

Biegam sobie obok, no bo widzę że tu nie ma się już o co ścigać
a wyjechałem cię na starcie; okno życia [<https://genius.com/Dwa-sawy-czowiek-sztos-lyrics>].

Można by nawet powiedzieć, że jest zupełnie odwrotnie – mamy tutaj często do czynienia z dysfemizmami.

i) Homonimia i homofonia

Wynik obu tych odpowiedzi okazał się najbardziej zaskakujący z całej ankiety. Otóż homonimia i homofonia otrzymały kolejno 12% i 10,5% ogółu wskazań. Nieco większą wnikliwością wykazali się twórcy (25% i 21%) oraz środowisko dziennikarskie (24% i 11%). Wyniki są tym bardziej zdumiewające, gdyż zarówno homonimy, jak i homofony są bardzo często wykorzystywane w procesie tworzenia hashtagów. Tak niska liczba głosów być może jest efektem trudności w odróżnieniu obu elementów, a prawda jest taka, że w większości przykładów przynajmniej jedno ze słów podlega któremuś z powyższych zabiegów. Niekoniecznie musi być to słowo definiujące, może nim być również jedno ze słów definiowanych przez hashtag, np. homonimia:

Jestem głupiomądry, ej, lecz nie chujogłowy

Pośrodku jest harmonia; autobus dwuczłonowy [<https://genius.com/Bisz-gupiomadry-lyrics>]

oraz homofonia:

Hania urządziła mały bal, świetnie /

Przepyszny melanz, propuszę Hani bal #Lecter [<https://genius.com/Bisz-jestem-bestia-lyrics>].

W pierwszym z przykładów homonimia dotyczy słowa *harmonia* oznaczającego 1. ład, porządek, równowagę lub zgodę, 2. część autobusu przypominającą harmonię, czyli instrument muzyczny zwany również akordeonem. Natomiast homofon Hani bal jest z jednej strony wskazaniem Hani jako gospodarza balu, a z drugiej przywołaniem (za pomocą błędnego zapisu) słynnej fikcyjnej postaci – Hanibala Lectera.

Autorska definicja hashtagu

Przeprowadzenie analiz hashtagów pod względem realizacji funkcji języka, podobieństwa do określonego środka stylistycznego, poruszania wybranej tematyki, wykorzystywania makromodelu gry językowej, konotacji i asocjacji oraz zbadanie formy zewnętrznej hashtagów umożliwiło poszerzenie wiedzy na jego temat i wysunięcie nowych wniosków. Efekty tych badań pozwoliły na stworzenie własnej, autorskiej definicji hashtagów tworzonych przez raperów.

Termin *hashtag* w kulturze hiphopowej należy definiować jako środek stylistyczny wykorzystywany przez raperów w utworach hiphopowych w celu uatrakcyjnienia formy przekazu oraz skłonienia słuchacza/odbiorcy do podjęcia procesu myślowego prowadzącego do rozwikłania przedstawionej gry słownej oraz wywołania przeżyć estetycznych, a także rozszerzenia treści utworu.

Hashtag składa się ze słów definiowanych, których długość zazwyczaj nie przekracza dwu wersów, oraz z jednego bądź dwóch słów definiujących (które się rymują z innymi wyrazami w tekście), występujących po znaku graficznym # lub ; (rzadziej –); słowo definiujące znajduje się najczęściej na końcu wersu. Hashtag polega na zestawieniu ze sobą cech podobnych dwóch obiektów, osób czy zjawisk. Cechy te przedstawione zostają w procesie odkrywania znaczenia dosłownego ze znaczenia metaforycznego, a odbywa się to dzięki makromodelowi gry językowej, konotacji i asocjacji oraz wykorzystywaniu homonimów i homofonów. W procesie werbalizacji hashtag realizuje się poprzez chwilowe zawieszenie głosu rapującego przed słowem definiującym oraz iluzoryczne niepowiązanie słów definiowanych i słowa definiującego związkami składniowo-logicznymi.

Hashtagi występujące w utworach hiphopowych nie powinny być utożsamiane z hashtagami internetowymi w mediach społecznościowych ze względu na swoje odmienne przeznaczenie i zasady działania.

Źródła tekstów⁷

- Białas – #Hot16Challenge
- Bisz – Głupiomądry
- Bisz – Jestem besitą
- Bisz – Pollock
- B.R.O – Efekt domina (prod. B.R.O)
- B.R.O – Perpetuum Mobile (prod. B.R.O)
- Deys – Triki (prod. Foux)
- Dwa Sławy – Bą bą bą
- Dwa Sławy – Hate-watching feat. Bakflip
- Dwa Sławy – Niska szkodliwość społeczna czynu feat. Dj Flip
- Dwa Sławy – Suń się
- Dwa Sławy feat. Quebonafide – Człowiek Sztos (prod. DJ Flip)
- Eldo – Stres
- Gedz – Placebo prod. Robert Dziedowicz
- Gedz feat. Dj Krug – Mgła (Prod. Robert Dziedowicz)
- Małolat – Horyzont
- Quebonafide – Blockbuster (feat.TomB, prod. Foux)
- Quebonafide – Imponderabilia (prod. Soulpete)
- Quebonafide x Cywil x TomB – Nie Banglasz (REMIX, prod. Sir Michu)

⁷ Wszystkie fragmenty tekstów pochodzą ze strony: <https://genius.com>

Quebonafide – Solipsyzm (prod. U137)
 Ten Typ Mes – Lepszy Żbik
 VNM – Dym feat. Marysia Starosta
 VNM – Kanada
 Wizja Lokalna: Warszawa

Literatura

- Bogdanowicz E., 2013, *O pojęciu konotacji w lingwistyce (na przykładach polskich i rosyjskich)*, „Studia Wschodniosłowiańskie”, t. 13, s. 7–17.
- Grzegorzyczkova R., 2007, *Wstęp do językoznawstwa*, Warszawa, s. 46–52.
- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa.
- Grzenia J., 2016, *Co język polski zawdzięcza Internetowi?* [w:] *Język w Internecie: Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice, s. 90–97.
- Filipiak E., 1994, *Funkcje języka*, „Studia Pedagogiczne”, z. 27, s. 39–44.
- Kulawik A., 1997, *Poetyka: wstęp do teorii dzieła literackiego*, Kraków, s. 95–166.
- Mistewicz E., 2015, *Twitter – sukces komunikacji w 140 znakach. Tajemnice narracji dla firm, instytucji i liderów opinii*, Gliwice.
- Przyborowicz J., 2014, *Hashtag a wspólnota medialna w środowisku oporu*, „Zarządzanie Mediami”, t. 2, nr 2, s. 91–98.
- Węclawek D. i in., 2014, *Antologia polskiego rapu – Słowniczek*, Warszawa.

Netografia

- Chaciński B., 2016, *#Hashtag wychodzi z internetu. Słowa za kratkami*, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1575293,1,hashtag-wychodzi-z-internetu.read> [dostęp: styczeń 2017].
- hashtag, www.sjp.pl/hashtag [dostęp: 26.12.2017].
- ifka, 2013, *Graffiti – sztuka czy wandalizm?*, <http://www.rapfundament.pl/2605/graffiti-sztuka-czy-wandalizm/> [dostęp: styczeń 2017].
- Majewski A., Adiblol i in., 2010, *Programowanie w C*, <https://upload.wikimedia.org/wikibooks/pl/6/6a/C.pdf> [dostęp: styczeń 2017].
- Mercer A., 2013, *5 things you didn't know about hashtag rap*, <https://mic.com/articles/45285/5-things-you-didn-t-know-about-hashtag-rap#qjZG4RkU4> [dostęp: marzec 2017].
- NN, 2011, *Assembly Language Programming*, <https://programmer209.wordpress.com/2011/08/03/the-pdp-11-assembly-language/> [dostęp: styczeń 2017].
- Rizoh, 2011, *a brief history of hashtag rap*, <http://www.houstonpress.com/music/a-brief-history-of-hashtag-rap-6529947/2> [dostęp: marzec 2017].
- Rogala D., 2016, *Hashtag czy hashtag?*, <https://www.marketing101.pl/hashtag-czy-hashtag#contents5.1> [dostęp: styczeń 2017].
- Steciuk J., Średziński R., 2013, *DWA SŁAWY w PLENER TV*, Oszejca A., <https://youtu.be/7ncVHqTiz4> [dostęp: marzec 2017].
- The New York Times, 21 July 1971, *'Taki 183' Spawn Pen Pals*, http://www.nytimes.com/1971/07/21/archives/taki-183-spawns-pen-pals.html?_r=4 [dostęp: styczeń 2017].

Tony Hawk, https://pl.wikipedia.org/wiki/Tony_Hawk [dostęp: kwiecień 2017].

Wikipedia, 2016, *Hashtag*, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Hashtag> [dostęp: styczeń 2017].

Żmudzki O., 2015, *Ludwiga Wittgensteina gry językowe*, <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,9832> [dostęp: kwiecień 2017].

LANGUAGE FUNCTIONS AND CREATIONS OF HASHTAGS IN THE RAPER'S LANGUAGE

Summary

This article is going to present the analysis and history of hashtags in the hip-hop music and lyrics, which are – according to the author – appearing also on the Internet. Research material includes collected fragments of tracks and also the results of the questionnaire directed to rap-listeners, rappers and journalists interested in this music genre. Special emphasis has been put on main functions of hashtags and their similarity to selected stylistic measures. Furthermore, grouped subject matter of the presented examples shows variety of rappers' new language element. Conclusion is set to be a new definition of hashtag.

Key words: hashtag, language of rap, language tools