

## Oblicza agresji językowej w dyskursie publicznym. Próba uporządkowania pojęć

Zarówno naukowe, jak i potoczne obserwacje współczesnego dyskursu publicznego pozwalają wskazać przynajmniej trzy istotne z punktu widzenia etyki komunikacji zjawiska, które negatywnie wpływają na jego kształt.

Po pierwsze, obserwowany w dyskursie politycznym problem bezkrytycznego powielania komunikatów zgodnych z tym, co obowiązuje w danej grupie odniesienia. Przeciętny obserwator debaty publicznej jest w stanie z niemal stuprocentową pewnością przewidzieć, jakie stanowisko w dyskusji zaprezentuje nie tylko dany polityk, ale też dziennikarz i ekspert. O ile w przypadku polityków nie jest to nic nadzwyczajnego, o tyle w przypadku dziennikarzy i ekspertów prowadzi to do manipulacji, wynikającej z braku obiektywizmu i stronniczości<sup>1</sup>. Po drugie, problem preparowania informacji, czyli funkcjonowanie w mediach, zwłaszcza w internecie, tzw. *fake newsów*. Fałszywe informacje służą dezinformacji odbiorców, a za jeden podstawowych problemów należy w tym wypadku uznać brak kompetencji po stronie odbiorców, by ocenić, co jest prawdą, a co jest informacją sfabrykowaną. Po trzecie, problemem współczesnej komunikacji publicznej jest brutalizacja języka. W tym kontekście zarówno w debacie publicznej, jak i dyskursie naukowym pojawia się kilka terminów o nie zawsze ostrych znaczeniach, co nie ułatwia zarówno opisu i analizy zjawiska przemocy w komunikacji, jak i podejmowania działań mających na celu przeciwdziałanie mu. Te terminy to: agresja językowa/werbalna, hejt, mowa nienawiści, mowa pogardy czy język wrogości. Nierzadko są one używane zamiennie, traktowane synonimicznie, bez uwzględniania różnicy w ich znaczeniach, co w dyskursie naukowym w najlepszym razie prowadzi do niejasności, ale w debacie publicznej często jest wykorzystywane jako środek emocjonalizacji przekazu i narzędzie manipulacji.

Biorąc pod uwagę to, że definiowanie ma nie tylko funkcję opisowo-poznawczą, lecz także praktyczną: z jednej strony, w sytuacji wieloznaczności i nieprecyzyjności pozwala uniknąć niezrozumienia i błędów wynikających z interpretacji, z drugiej jednak, może być też

---

<sup>1</sup> Zob. F. A. Gołębiowski, *Media pod lupą. Analiza przekazów medialnych z roku 2018*, Toruń 2018; [http://indid.pl/wp-content/uploads/2019/04/Media\\_Pod\\_Lup%C4%85\\_Analiza\\_przekaz%C3%B3w\\_medialnych\\_z\\_roku\\_2018.pdf](http://indid.pl/wp-content/uploads/2019/04/Media_Pod_Lup%C4%85_Analiza_przekaz%C3%B3w_medialnych_z_roku_2018.pdf) (dostęp: 10.01.2020).

używane do celów perswazyjnych, wskazane jest uporządkowanie i zdefiniowanie pojęć związanych z zagadnieniem przemocy w komunikacji językowej.

Najszerze znaczenie w analizowanym kontekście ma wyrażenie **agresja językowa/werbalna**. Agresja językowa jest doskonale opisana w literaturze przedmiotu<sup>2</sup> i zdefiniowana jako: działania językowe i parajęzykowe, na które składają się (z punktu widzenia pragmatyki) w przeważającej części ekspresywy, wyrażające negatywny stan uczuciowy nadawcy, formułowane z intencją zdeprecjonowania odbiorcy, poniżenia go, sprawienia mu przykrości<sup>3</sup>. Aktami agresji słownej mogą być też deklaratywy lub dyrektywy, np. akty złorzeczenia, przeklinania kogoś, klątwy. Napaść językowa może mieć różne formy: od jawnych z użyciem słownictwa znieważającego lub podlegającego tabu, przez implikujące domniemaną agresję (np. zrządzenie, wścibstwo, pouczanie, wątpienie w czyjś wybór, nieproszone rady, stereotypowe klasyfikowanie) po formy zakamuflowane (np. podejrzenie, posądzenie, pomówienie, oszczerstwo, plotka, zdrada, donos, dowcip, ironia)<sup>4</sup>. Na forum publicznym agresywne zachowania językowe mogą mieć formy m.in. aktów kompromitowania, oskarżania, podżegania czy szyderstwa<sup>5</sup>.

Agresja językowa to termin, który funkcjonuje w nauce, jednak w debacie publicznej rzadko się pojawia. Można natomiast powiedzieć, że swoistą karierę robią dwa inne: **mowa nienawiści i hejt**.

Oba – jako terminy o nie do końca ustalonym i sprecyzowanym zakresie pojęciowym, ale nacechowane, wartościujące negatywnie – są chętnie wykorzystywane w debatach publicznych w celach manipulacyjnych. Bardzo łatwo można bowiem zdyskredytować czyjąś wypowiedź, określając ją mianem mowy nienawiści czy hejtu (co jest typowym chwytem erystycznym, nazwanym przez Schopenhauera zaliczeniem do nienawistnej kategorii pojęć). Określenia te

---

<sup>2</sup> Wśród publikacji analizujących zagadnienie agresji językowej wymienić należy m.in. M. Peisert, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław 2004; B. Taras, *Agresja. Studium pragmatyczno-semantyczne*, Rzeszów 2013; I. Kamińska-Szmaj, *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918-2000*, Wrocław 2007; A. Dąbrowska, A. Nowakowska, red., *Język a kultura, t.17: Życzliwość i agresja w języku i kulturze*, Wrocław 2005; M. Majewska, *Akty deprecjonujące siebie i innych. Studium pragmatyngwistyczne*, Kraków 2005; M. Sarnowski, *Przestrzeń komunikacji negatywnej w języku polskim i rosyjskim. Klótnia jako specyficzna sytuacja komunikacji werbalnej*, Wrocław 1999; S. Przybyszewski S., M. Rutkowski, *Agresja werbalna w komentarzach internetowych (zarys problematyki)*, [w:] *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, red. A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski, Olsztyn 2006; A. Grzegorzczkowska, *Obelga jako akt mowy*, „Poradnik Językowy” 1991, nr 5-6, s.196-201.

<sup>3</sup> Zob. M. Peisert, *Formy i funkcje agresji werbalnej...*, s. 39.

<sup>4</sup> Tamże, s. 41-136.

<sup>5</sup> Tamże, s. 136-143.

stały się tak nośne, że dochodzi do sytuacji, w których każdą krytykę, która nie jest po myśli adresata – a tak jest zazwyczaj – można nazwać hejtem albo mową nienawiści i w ten sposób ją unieważnić.

Definiowanie mowy nienawiści i hejtu to problem nie tylko dyskursu publicznego, lecz także nauki, co widoczne jest zwłaszcza w pracach socjologów, kulturoznawców<sup>6</sup> i językoznawców. Wśród tych ostatnich próbę taką podejmowali m.in. Bogusław Skowronek<sup>7</sup>, Anna Cegieła<sup>8</sup>, Anna Niepytalska-Osiecka<sup>9</sup> czy Bożena Witosz<sup>10</sup>. W tym zakresie znajdziemy przynajmniej dwie propozycje.

Po pierwsze, hejt i mowa nienawiści są rozumiane synonimicznie i stosowane wymiennie<sup>11</sup>. Takie stanowisko może być motywowane tym, że słowo *hejt* jest częścią angielskiego wyrażenia *hate speech*, które tłumaczymy na język polski jako *mowa nienawiści*, mielibyśmy tutaj więc do czynienia ze swoistą redukcją na poziomie nominalnym.

Po drugie, i takie stanowisko wydaje się najbardziej rozpowszechnione i uzasadnione, badacze próbują te pojęcia rozróżnić, co zdecydowanie ułatwia opis różnych przejawów agresji werbalnej.

**Mowę nienawiści** definiuje się więc jako:

„wszelkie formy wyrazu, które rozpowszechniają, podburzają, propagują lub uzasadniają nienawiść rasową, ksenofobię, antysemityzm czy inne formy nienawiści oparte na nietolerancji, w tym nietolerancję wyrażaną przez agresywny nacjonalizm, etnocentryzm, dyskryminację i wrogość wobec mniejszości, imigrantów i osób obcego pochodzenia”<sup>12</sup>.

Jest to definicja zapisana w Zaleceniu Komitetu Ministrów Rady Europy z 1997 r. Zalecenie to miało na celu zachęcenie państw członkowskich Rady Europy do piętnowania

<sup>6</sup> Zob. np. *Hejterstwo. Nowa praktyka kulturowa? Geneza, przypadki, diagnozy*, red. J. Dynkowska, N. Lemann, M. Wróblewski, A. Zatora, Łódź 2017.

<sup>7</sup> B. Skowronek, *Hejt jako zjawisko lingwistyczno-medialne. Zarys problemu*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kepa-Figura, Lublin 2017, s. 181-190.

<sup>8</sup> A. Cegieła, *Czym jest mowa nienawiści*, „Poradnik Językowy” 2014, z. 1, s. 7-17.

<sup>9</sup> A. Niepytalska-Osiecka, *O fejku, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej*, „Język Polski” 2014, z. 4, s. 343-352.

<sup>10</sup> B. Witosz, *Czy hejt to problem genologiczny?*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach...*, s. 191-205.

<sup>11</sup> Zob. M. Strońska, G. Drzazga, *Polski hejt. Przyczyny i społeczne skutki mowy nienawiści*; [https://www.academia.edu/34361224/Stroinska\\_and\\_Drzazga.\\_Polski\\_hejt.\\_Przyczyny\\_i\\_spo%C5%82eczne\\_skutki\\_mowy\\_nienawi%C5%9Bci](https://www.academia.edu/34361224/Stroinska_and_Drzazga._Polski_hejt._Przyczyny_i_spo%C5%82eczne_skutki_mowy_nienawi%C5%9Bci) (dostęp: 10.01.2020).

<sup>12</sup> Zob. broszura *Hate Speech Explained. A toolkit: Recommendation No. R(97)20 of the Council of Europe Committee of Ministers on “Hate Speech,” 30 October 1997*, <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680505d5b> (dostęp: 30.05.2019).

zachowań nawołujących do przemocy na tle rasowym czy etnicznym i powstało na gruncie badań nad dyskryminacją i wykluczeniem społecznym. Polska jako państwo członkowskie Rady Europy i sygnatariusz Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności przyjęła i stosuje zalecenie Komitetu Ministrów.

Warto zwrócić uwagę na istotne wyróżniki tak rozumianej mowy nienawiści:

- 1) adresowana jest ona do zbiorowości, a nie jednostek (jeśli uderza w jednostkę to jako przedstawiciela określonej grupy i w rzeczywistości podmiotem atakowanym jest grupa, którą ta jednostka ma reprezentować),
- 2) skierowana jest przeciw zbiorowościom szczególnego rodzaju – są to grupy naturalne, w których udział determinowany jest biologicznie (kolor skóry, płeć, preferencje seksualne, przynależność etniczna, kalectwo) lub społecznie (język, obywatelstwo, religia)<sup>13</sup>,
- 3) ma ona swoiste zaplecze ideologiczne – zawsze znajduje uzasadnienie w jakiejś ideologii, choćby najbardziej prymitywnej, na którą może się składać bardzo zdawkowy zestaw poglądów<sup>14</sup>.

Należy zaznaczyć, że definicję tę przyjmują także m.in. takie organizacje i instytucje, jak Amnesty International, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Międzynarodowy Komitet do Spraw Eliminacji Dyskryminacji Rasowej, Centrum Badań nad Uprzedzeniami, Rzecznik Praw Obywatelskich, organizacje pozarządowe monitorujące problem agresji werbalnej w debacie publicznej i przygotowujące raporty o mowie nienawiści<sup>15</sup>, a także Facebook. Tak rozumianą mowę nienawiści penalizuje też polski kodeks karny (w art. 257 czytamy: „Kto publicznie znieważa grupę ludności albo poszczególną osobę z powodu jej przynależności narodowej, etnicznej, rasowej, wyznaniowej albo z powodu jej bezwyznaniowości lub z takich powodów narusza nietykalność cielesną innej osoby, podlega karze pozbawienia wolności do lat 3”<sup>16</sup>).

<sup>13</sup> Zob. M. Tulli, S. Kowalski, *Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści*, Warszawa 2003, s. 21-23.

<sup>14</sup> Por. A. Olczyk, *Czym jest hejt? Kilka słów o werbalnej nienawiści*, [w:] *Hejterstwo. Nowa praktyka kulturowa?*..., s. 33-35.

<sup>15</sup> Zob. *Kontrapubliczności atakowanych innych. Mowa nienawiści i strategie oporu we współczesnej Polsce – Raport z projektu*, red. E. Majewska, Warszawa 2019 (raport przygotowany pod patronatem Stowarzyszenia Otwarta Rzeczpospolita razem z Rzecznikiem Praw Obywatelskich, Kampanii Przeciw Homofobii, Lambdy Warszawa, Stowarzyszenia Nigdy Więcej oraz Praktyki Teoretycznej); M. Winiewski, K. Hansen, M. Bilewicz, W. Soral, A. Świdorska, D. Bulska, *Mowa nienawiści. Mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*, Warszawa 2017 (raport przygotowany pod patronatem Fundacji Batorego i Centrum Badań nad Uprzedzeniami UW).

<sup>16</sup> Art. 257, kodeks karny z dnia 6 czerwca 1997, Dz.U.97.88.553.

Wśród wyznaczników mowy nienawiści wymienić można: przypisywanie negatywnych cech, nadmierne uogólnianie negatywnych cech, dehumanizację, posługiwanie się uwłaczającą leksyką, lekceważenie<sup>17</sup>. Dla rozpoznania przejawów mowy nienawiści istotne są jednak nie tylko charakteryzujące ją cechy strukturalne czy treściowe, ale też kontekst społeczny – często rozstrzygający. Nieraz neutralny tekst w jednym kontekście, w innym nabiera zupełnie innego znaczenia. Na przykład formy mowy nienawiści przybierają z pozoru niewinne żarty wymierzone w jakieś grupy wyznaniowe (np. dowcipy o Żydach albo Arabach, karykatury Mahometa). Przejawem mowy nienawiści będzie np. „Lista Żydów” opublikowana w internecie. Mowa nienawiści może mieć też charakter ukryty, np. gdy pozostawia się niedopowiedzenia, które odbiorcy łatwo wypełniają (np. wyrażenie *wiadome grupy*) albo gdy do działania nie wzywa się wprost, ale takie wezwanie może wynikać z kontekstu (np. hasło *Muzułmanie chcą nas zniszczyć*)<sup>18</sup>.

Warto w tym miejscu przytoczyć stanowisko psychologów badających zjawisko agresji werbalnej. Zwracają oni uwagę na to, że mowa nienawiści (rozumiana jak wyżej) jest zwerbalizowanym wyrazem uprzedzeń i ważnym psychologicznym komponentem tak ujmowanej mowy nienawiści jest pogarda żywiona wobec obcych grup. Pogarda i nienawiść są zbliżonymi emocjami, ale pogarda, inaczej niż nienawiść, zawiera w sobie element poczucia wyższości (nienawidzić z kolei można też tych, których postrzega się jako lepszych od siebie, tych, którzy np. odnieśli sukces). Pogarda wynika z oceny danej grupy obcej jako mało kompetentnej, niezaradnej, nieinteligentnej, ale też niesympatycznej, nieprzyjaznej czy gorszej. Jak wynika z badań, to najpewniej reakcje emocjonalne bliskie pogardzie (wstręt, gniew) prowadzą do stosowania tego, co nazywamy mową nienawiści. Dlatego psychologowie w swoich najnowszych opracowaniach proponują – jako bardziej adekwatne dla opisywanego zjawiska – posługiwanie się pojęciem **mowy pogardy**, a nie mowy nienawiści<sup>19</sup>.

Z kolei dla niektórych socjologów mowa nienawiści jest odmianą **języka wrogości**. Marek Czyżewski za język wrogości uznaje ten wycinek dyskursu publicznego, w którym

---

<sup>17</sup> L. Nijakowski, *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu*, [w:] *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, red. A. Horolets, Toruń 2008, s. 117-127.

<sup>18</sup> Tamże, s. 127-129.

<sup>19</sup> Zob. M. Bilewicz, W. Soral, M. Winiewski, M. Skrodzka, *Psychologia mowy nienawiści*, [w:] *Obcy i moi. Psychologiczna natura stosunków międzyludzkich*, red. J. Brzeziński, Poznań 2017, s. 88-90; zob. też. M. Bilewicz, O. Kamińska, M. Winiewski, W. Soral, *From disgust to contempt-speech: The nature of contempt on the map of prejudicial emotions*, “Behavioral and Brain Sciences” 2017, vol. 40; M. Winiewski, K. Hansen, M. Bilewicz, W. Soral, A. Świdorska, D. Bulska, *Mowa nienawiści. Mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*, Warszawa 2017.

budowana jest negatywnie nacechowana relacja „my–oni”. Za jego podstawowe cechy uznaje on agresję i brutalność. Natomiast wśród jego odmian wymienia: chamstwo; mowę nienawiści; język obcości; konfrontacyjne prowadzenie rozmów; binarny dyskurs społeczeństwa obywatelskiego (podział na obywatelskie i antyobywatelskie motywy, relacje, instytucje); techniki retoryczne (takie jak stygmatyzacja czy złośliwa dyskredytacja) czy dyskursy problematyzujące<sup>20</sup>.

Jak zostało powiedziane, mowa nienawiści znajduje zawsze uzasadnienie w jakiejś ideologii, a jej obiektem jest zbiorowość lub jednostka jako przedstawiciel jakiejś zbiorowości, w której udział jest niezależny od niej i zdeterminowany biologicznie lub społecznie. *Hejt* ma szersze znaczenie w tym sensie, że nie odnosi się tylko do zachowań rasistowskich, ksenofobicznych czy antysemickich, ale obiektem hejtu może być każdy; jednocześnie jednak węższy jest zakres użycia określenia *hejt*, które najczęściej stosuje się w odniesieniu do aktów komunikacji internetowej.

**Hejt** definiowany jest bowiem jako zamieszczona w komentarzu internetowym nienawistna wypowiedź mająca na celu różnie rozumianą negację lub unicestwienie obiektu będącego jej przedmiotem<sup>21</sup>. Jest to świadomy, intencjonalny akt. Może on przybierać różne formy: najczęściej pisemne (w postaci komentarzy, postów w mediach społecznościowych, na forach i stronach internetowych), ale też wizualne (np. memy). Hejt polega na pogardliwej ocenie zjawisk, zdezwuowaniu czegoś, obrażaniu zarówno rozmówców, jak i innych podmiotów, okazywaniu im agresji i nienawiści poprzez:

- a) wyzywanie, wyszydzanie, poniżanie, ubliżanie za pomocą obraźliwych słów (np. *człowiek pasztet; co to za aktorka o głosie rozjechanej żaby*<sup>22</sup>);
- b) uruchamianie stereotypów (np. *A ty jesteś Mongołem, co widać, słyszać i czuć*);
- c) nieuzasadnioną generalizację (np. o nauczycielach: *Socjalistyczne darmozjady. Pracują najmniej spośród krajów OECD a zarabiać chcą tyle samo*);
- d) oceniające wykrzyknienia i apele (np. *Debila wyrzucić z Polski!*);

---

<sup>20</sup> M. Czyżewski, „Język wrogości” oraz spór o III i IV RP w perspektywie analizy dyskursu publicznego. Wybrane rezultaty projektu badawczego oraz uwagi metodologiczne, [w:] *Język IV Rzeczypospolitej*, red. M. Czerwiński, P. Nowak, R. Przybylska, Lublin 2010, s. 47–61; zob. też: *To oni są wszystkimu winni... Język wrogości w polskim dyskursie publicznym*, red. X. Bukowska, B. Markowska, Warszawa 2013.

<sup>21</sup> A. Niepytalska-Osiecka, *O fejku, lajku i hejcie ...*, dz.cyt., s. 345; M. Stroińska, G. Drzazga, *Polski hejt. Przyczyny i społeczne skutki mowy nienawiści*, [https://www.academia.edu/34361224/Stroinska\\_and\\_Drzazga.\\_Polski\\_hejt.\\_Przyczyny\\_i\\_spo%C5%82eczne\\_skutki\\_mowy\\_nienawi%C5%9Bci](https://www.academia.edu/34361224/Stroinska_and_Drzazga._Polski_hejt._Przyczyny_i_spo%C5%82eczne_skutki_mowy_nienawi%C5%9Bci) [dostęp: 30.05.2019], s. 8.

<sup>22</sup> Przykłady pochodzą ze stron: onet.pl; wp.pl; pudelek.pl, Twitter.

e) wykorzystywanie zaklinających formuł (np. *żeby cię obesrało, żebyś spuchł zaprząncu, żeby cię wszy zeżarły*)<sup>23</sup>.

Hejt ustanawia między uczestnikami komunikacji relacje w porządku hierarchicznym: lepszy – gorszy, cywilizowany – niecywilizowany, ładny – brzydki, mądry – głupi itd. Obiektem hejtu może być niemal wszystko: pojedyncze osoby – publiczne i prywatne, ale też narody i zbiorowości (np. przedstawiciele określonych zawodów), instytucje (rząd, stacje telewizyjne, wydawcy prasowi), wytwory artystyczne (filmy, piosenki, programy), a nawet przedmioty – np. produkty określonych marek (według specjalistów od *employer branding* internetowy hejt jest jednym z największych zagrożeń dla przedsiębiorców. Opinie o firmach dostępne nawet na przypadkowych forach w internecie często wpływają na to, jak potencjalny klient oceni daną firmę i czy finalnie zdecyduje się na nabycie jej produktów lub usług).

Uznaje się, że hejt to zjawisko prymarnie monomedialne – internetowe<sup>24</sup>, o czym decydują uwarunkowania komunikacyjne konieczne do zaistnienia hejtu: dialogowość, nastawienie na kontakt, powszechność, ogólnodostępność, demokratyzacja nadawczo-odbiorcza i anonimowość. Istotna wydaje się tu zwłaszcza anonimowość. Jeśli chodzi o komunikację medialną, to wyraźnie określony nadawca w prasie czy telewizji, którego można pociągnąć do odpowiedzialności prawnej za naruszenie dobrego imienia, eliminuje w dużym stopniu typowe dla hejtu oszczerstwa, obelgi czy wulgaryzmy formułowane wprost pod czyjś adres. Natomiast, jeśli chcielibyśmy upatrywać hejtu w sferze pozamedialnej, to za taki można by (biorąc pod uwagę warunek anonimowości) uznać akty formułowane pod czyjś adres, ale „za jego plecami”, a więc obelgi, obmowy czy plotki albo różnego rodzaju pisemne obraźliwe inskrypcje istniejące w przestrzeni publicznej – napisy na murach, płotach, ścianach<sup>25</sup>.

<sup>23</sup> Zob. B. Sobczak, *Komu służy hejt?*, „Akcent” 2019, nr 3, s. 10-17; M. Juza, *Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” 2015, nr 25, s. 27-50; A. Olczyk, *Czym jest hejt?*..., s. 27; S. Stasiewicz, *Hejt – zło odwieczne czy kulturowy nowotwór?*, [w:] *Hejterstwo jako nowa praktyka kulturowa...*, s. 21; A. Niepytalska-Osiecka, *O fejku, lajku i hejcie...*, s. 347-348.

<sup>24</sup> Warto podkreślić, że zanim upowszechniło się określenie *hejt*, zarówno w nauce, jak i publicystyce, pojawiały się takie nazwy, jak: *agresja elektroniczna* (J. Pyżalski, *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*, Kraków 2012), *mowa agresji* (Z. Bauer, *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści” czy „mowy agresji”?*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych – język, edukacja, semiotyka*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009), *wredna mowa* (M. Janicki, W. Władysław, *Wredna mowa*, „Polityka” 2014, nr 8, s. 14-16).

<sup>25</sup> B. Skowronek, *Hejt jako zjawisko lingwistyczno-medialne...*, s. 183.

Należy podkreślić, że hejt może mieć dwojaki charakter. Może być **samorzutny**, czyli spontaniczny, podejmowany z własnej inicjatywy, niepowodowany czynnikami zewnętrznymi, wynikający z przekonań, i **sterowany**, a więc w jakiś sposób moderowany, realizowany w czyimś interesie.

Do kategorii hejtu sterowanego zaliczyć należy działania trolli i botów. Trolle to osoby, które na forach internetowych w sposób zamierzony wpływają na innych użytkowników poprzez ich ośmieszenie lub kierowane pod ich adresem wyzwisk, co ma prowadzić między innymi do wywołania kłótni, ale najczęściej chodzi o dyskredytację kogoś lub czegoś. Trolle opłacani są przez korporacje, partie polityczne, a nawet rządy państw, jest to więc zjawisko produkowania hejtu (politycznego lub gospodarczego) na zamówienie.

Warto zauważyć, że dla przeciętnego użytkownika internetu działalność hejterska trolli jest nieweryfikowalna. Nie jest on w stanie rozpoznać, kto z jakich pobudek działa. Rozpoznać działania trolla można tylko wówczas, gdy ktoś popełni błąd i w sieci pojawi się zbyt dużo identycznych wypowiedzi, które najpewniej zostały spreparowane przez pracowników jakiejś agencji PR. Zazwyczaj jednak kulisy takich działań odsłaniają dziennikarze albo osoby, które pracowały czy pracują jako trolle.

Z kolei boty, a więc specjalnie wytworzone programy, które naśladują ludzi i ludzkie zachowania, służą dyfuzji i nadzorowaniu informacji na portalach internetowych oraz są wykorzystywane do tworzenia treści viralowych. Oddziaływanie botów oparte jest na kształtowaniu społecznego dowodu słuszności. Ludzie bowiem chętniej popierają to, w co angażują się inni i co ma duże poparcie, dlatego że wzmacnia to ich poczucie przynależności<sup>26</sup>.

Hejt to wypowiedzi, które w jednoznaczny sposób chcą obrazić adresata czy sprawić mu przykrość i zakłada się, że jest to ich najważniejsza intencja, ale wydaje się, że można wskazać też inne cele, dla których realizowane są takie akty.

Po pierwsze, hejt jest wyrazem psychologicznych potrzeb nadawców: z jednej strony, pozwala wyładować negatywne emocje – gniew, złość, rozdrażnienie, ale też frustracje wynikające np. z niższego statusu materialnego czy społecznego. Z drugiej strony, istotnym celem agresywnych zachowań w internecie jest chęć zwrócenia na siebie uwagi, zaspokojenie pragnienia pokazania się, „zaistnienia”. Zważywszy na to, że nierzadko największą liczbę

---

<sup>26</sup> Szacuje się, że w 2017 roku ok. 9-15% kont na Twitterze było prowadzonych przez boty, a w 2014 roku boty generowały około 55% całego twitterowego ruchu. Zob. Jan Kreft, *Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka*, Kraków 2019, s. 227-236 i 251-252.

polubień (tzw. lajków) otrzymują najbardziej bolesne komentarze, są tacy, którym opłaca się być hejterami w internecie.

Po drugie, hejt służy rozrywce. W badaniach przeprowadzonych w 2016 roku, mających na celu określenie zachowania w internecie młodzieży w wieku 12-24 lat, 10% respondentów uznało hejtowanie (rozumiane jako umieszczanie w internecie obraźliwych komentarzy) za formę rozrywki<sup>27</sup>.

Po trzecie, hejt jest narzędziem walki w wojnach kulturowych, światopoglądowych, czy ideologicznych. W wojnach tych internauci chętnie przyjmują rolę „wojowników” walczących w słusznej sprawie, a ich orężem jest hejt. To nie tylko wzmacnia ich poczucie własnej wartości i sprawczości, ale też wyznacza cel: walkę z wrogiem politycznym lub ideologicznym. A ponieważ biorą oni udział w walce, agresja przestaje być czymś zakazanym. Na wojnie bowiem wszystkie chwytły są dozwolone, a „cel uświęca środki”.

W końcu, hejt może służyć działaniom marketingowym i z tego punktu widzenia jest – przynajmniej w pewnym zakresie – pożądanym przez niektóre podmioty, o czym wprost mówią ci, którzy czerpią z niego profity, a więc przede wszystkim właściciele portali internetowych. Portalom i innym podmiotom komercyjnym, utrzymującym się z reklam (których jest tym więcej, im częściej wyświetlają się ich strony), potrzebni są aktywni, czyli komentujący autorzy, a hejt służy podtrzymaniu dyskusji, dlatego że pobudza emocjonalnie i prowokuje do odpowiedzi. Chodzi o generowanie jak największej klikalności<sup>28</sup>. W efekcie duże portale ogólnoinformacyjne, ale też tabloidowe i lifestylowe, czerpiąc korzyści z hejtu, dokonują jego swoistej promocji.

Niewątpliwie zdefiniowanie pojęć i operacjonalizacja, a więc propozycja wskaźników i instrumentów pozwalających rozstrzygnąć, czy dany tekst należy uznać za przejaw mowy nienawiści albo hejtu, to tylko punkt wyjścia dla działań, które należy podjąć, by przeciwdziałać agresji językowej w przestrzeni publicznej. Działania te powinny polegać na edukacji i kontroli obywatelskiej. Edukacja, a więc uświadamianie ludziom mechanizmów agresji i dawanie im narzędzi do rozpoznawania przejawów agresji w komunikacji, jest w tym kontekście kluczowa, ponieważ – jak pokazują badania – ludzie nie tylko nie identyfikują wielu wypowiedzi jako przejawów mowy nienawiści czy hejtu, ale też kontakt z nimi działa na nich

---

<sup>27</sup> Wilki i owce w internecie, czyli raport na temat hejtu wśród młodzieży. IQS na zlecenie MediaCAP, Global Dignity Poland 25.10.2016, [http://brpd.gov.pl/sites/default/files/iqs\\_raport\\_z\\_badania.pdf](http://brpd.gov.pl/sites/default/files/iqs_raport_z_badania.pdf) (dostęp 10.05.2019).

<sup>28</sup> Więcej na temat celów hejtu zob. B. Sobczak, *Komu służy hejt? ...*, dz.cyt.

odwrażliwiająco. Prowadzi do ich akceptacji i stosowania, a także – jak ma to miejsce w przypadku mowy nienawiści – do wzrostu uprzedzeń wobec grup, których dotyczą obraźliwe treści<sup>29</sup>. Edukacja powinna odbywać się poprzez kampanie społeczne<sup>30</sup>, programy edukacyjne dla szkół<sup>31</sup>, ale też debaty z udziałem ekspertów (psychologów, socjologów, językoznawców). Kontrola obywatelska z kolei możliwa jest tylko wtedy, gdy odbiorcy będą świadomi istniejących zagrożeń i będą umieli rozpoznawać agresywne zachowania językowe.

---

<sup>29</sup> M. Bilewicz, W. Soral, M. Winiewski, M. Skrodzka, *Psychologia mowy nienawiści...*, s. 79.

<sup>30</sup> Kampanie zorganizowane w Polsce w latach 2019-2020 to np.: „Ja nie hejtuję, ja rock’n’rolluję!” (Fundacja Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy), „Dodaj do znajomego. Nie hejtuj!” (Fundacja Dzieci Niczyje i Disney+), „Lubię #niehejtuję!” (marka odzieżowa Reporter young).

<sup>31</sup> Na przykład: „Nie dla hejtu” ([edu.fdds.pl](http://edu.fdds.pl)); „Zamiast hejtu!” (scenariusze zajęć, Fundacja im. S. Batorego, Fundacja Dzieci Niczyje, Disney Channel); „Silence hate” (program dla szkół, Amnesty International).