

*Marta Juza*<sup>1</sup>

## **HEJTERSTWO W KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ: CHARAKTERYSTYKA ZJAWISKA, PRZYCZYNY I SPOSOBY PRZECIWDZIAŁANIA**

### **Streszczenie**

Hejterstwo internetowe to stosunkowo nowa forma dewiacyjnych zachowań podczas publicznych dyskusji internetowych polegająca na używaniu obelżywego języka, pogardliwej ocenie różnych zjawisk, obrażaniu zarówno rozmówców jak i różnych innych podmiotów, wyrażaniu agresji i nienawiści pod ich adresem. Jest to zjawisko ograniczone do sfery Internetu i wyraża się wyłącznie w postaci werbalnej. Zawsze jest też ukierunkowane na inne osoby bądź grupy. Zachowania określane tym mianem naruszają zarówno powszechnie przyjęte w społeczeństwie normy nieformalne dotyczące grzeczności, jak i normy prawne, które chronią godność człowieka. Pozostają zazwyczaj także w sprzeczności z netykietami, czyli kodyfikacjami norm formułowanymi dla Internetu jako całości lub dla poszczególnych form komunikacji internetowej.

Przyczyn tego zjawiska można szukać zarówno w zjawiskach pozainternetowych (np. powodujących frustrację, która przekłada się następnie na agresywne zachowania w Internecie), jak i w uwarunkowaniach samej komunikacji internetowej, które mogą prowokować agresję rozmówców. Można spotkać się również z opiniami, że hejterstwo jest inspirowane przez właścicieli platform, na których odbywają się dyskusje, ponieważ nienawistne komentarze napędzają dyskusję i zwiększają zyski organizatorów. Pojawiają się również opinie, że hejterstwo jest szczególnie nasilone w polskojęzycznym Internecie. Kwestie takie wymagają weryfikacji.

Przeciwdziałanie temu zjawisku jest niezwykle trudne. W pewnych przypadkach, naruszających wyraźnie dobra chronione prawem państwowym, można odwoływać się do or-

---

<sup>1</sup> Dr Marta Juza jest adiunktem w Instytucie Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie. Adres e-mail: socjonetka@up.krakow.pl

ganów władzy, jednak nie zawsze jest to możliwe, nie zawsze też jest skuteczne. Innym sposobem jest wyraźne formułowanie zasad zachowania dla pewnych fragmentów komunikacji internetowej oraz ustanowienie oddolnych organów kontroli społecznej (moderacja) i ewentualnych sankcji. Można również rozważyć sprawowanie kontroli przez wszystkich użytkowników danego fragmentu komunikacji internetowej i stosowanie sankcji nieformalnych bądź ignorowanie hejterów, jednak skuteczność takich metod jest ograniczona. Tak czy inaczej powstrzymanie internetowego hejterstwa jest jednak istotna kwestia, ponieważ dotyczy ważnego sposobu prowadzenia debaty publicznej, co w społeczeństwach demokratycznych jest sprawą kluczowej wagi.

**Słowa kluczowe:** hejterstwo, agresja, dewiacja, Internet, nienawiść

### **Hate Acts in Internet Communication: Features, Causes and Preventive Measures Abstract**

Hate acts in Internet are a relatively new form of deviant behaviour in Internet public debates. They are marked by the use of insulting language, scornful judgments of various phenomena, an offensive attitude towards co-participants and other individuals, and the expression of aggression and hatred towards them. Such hate acts are limited to Internet, take solely verbal forms, and always target other individuals or groups. Behaviours qualified under the name of hate acts violate commonly accepted informal social norms of courtesy and legal norms established to protect human dignity. They usually contradict netiquettes, i.e. codes of conduct dedicated to Internet as a whole or to specific Internet communication forms.

The root causes of Internet hate acts may be found outside the Internet space (e.g. triggers of frustration which next translates into aggressive behaviours on the Internet), and in the very nature of Internet communication which may prompt aggression of participants. Some opinions are voiced that such hate is inspired by the owners of discussion platforms, as hateful comments fuel the debate and boost their income. Others would claim that such hate acts are particularly acute on the Polish-speaking Internet. Such assumptions require further verification.

It is highly difficult to counteract Internet hate. In cases which overtly violate rights protected by public legislations, authorities could be requested to act upon. This option is not always available, and if available, not always effective. Explicit definition of codes of conduct for specific segments of Internet communication may be another solution, together with the establishment of bottom-up social control entities (moderators), with ensuing sanctions. It may also be envisaged to introduce control mechanisms exerted by all users of a specific Internet communication segment, and to apply informal sanctions or ignore "haters"; however, such measures are of limited effectiveness. In any case, putting a halt to Internet hate acts is vital, as it touches upon an important mode of public debate, of key importance in democratic societies.

**Key words:** hate, aggression, deviance, Internet, hatred

## Wprowadzenie — czym jest hejterstwo w komunikacji internetowej

Hejterstwo (od ang. *hate* — nienawiść, nienawidzić)<sup>2</sup> to forma dewiacyjnych zachowań podczas publicznych dyskusji internetowych. Polega ono na używaniu obelżywego języka, pogardliwej ocenie różnych zjawisk, znieważaniu zarówno rozmówców jak i różnych innych podmiotów oraz na wyrażaniu agresji i nienawiści pod ich adresem. Hejterskie komentarze nie niosą ze sobą żadnej merytorycznej treści ani nie wnoszą do dyskusji niczego poza agresją ukierunkowaną na inne osoby bądź grupy. Zjawisko tego typu zachowań w komunikacji internetowej jest wprawdzie prawie tak stare jak sam Internet, jednak dopiero od niedawna bywa ono określane mianem hejterstwa. Trudno wskazać jednoznacznie moment, kiedy słowo to pojawiło się po raz pierwszy, jednak wydaje się, że zaczęło ono być popularne na początku drugiej dekady XXI wieku, w szczególności w potocznych wypowiedziach publikowanych w Internecie.

Wypowiedzi internetowe przepełnione agresją i nienawiścią od dawna były przedmiotem zainteresowania badaczy Internetu jako część powiązanych z Internetem zachowań łamiących normy społeczne. We wczesnym okresie upowszechnienia Internetu obserwowano bowiem, jak w tym nowym obszarze działań komunikacyjnych użytkownicy radzą sobie ze stanowieniem i egzekwowaniem norm, w tym także z reagowaniem na praktyki, które dziś określilibyśmy jako hejterskie. Z czasem jednak zjawisko to przestało być tylko wewnętrzną sprawą niewielkiej społeczności skupionej wokół nowego środka komunikowania, a zaczęło być postrzegane jako istotny problem społeczny. Nastąpiło to z chwilą, gdy Internet zaczął się upowszechniać w społeczeństwie i tym samym liczyć jako ważną płaszczyznę publicznej debaty. Sieć internetowa zaczęła być wówczas naturalną częścią codziennego życia coraz większej liczby zwykłych ludzi (por. Wellman, Haythornthwaite 2002). Stało się to możliwe dzięki temu, że korzystanie z Internetu było coraz łatwiejsze i bardziej przystępne dla każdego użytkownika bez względu na jego kompetencje, zarówno techniczne jak i kulturowe. Z czasem użytkownicy zyskiwali też coraz więcej możliwości publikowania w Internecie własnych treści. Coraz większą

---

<sup>2</sup>Innymi słowami używanymi w różnego rodzaju publikacjach na określenie tego samego zjawiska są także „hejt”, „hejting”, „hejtowanie”, „hejtować” i inne, w których morfemem jest człon „hejt”. W niniejszym artykule dla zachowania spójności są używane jedynie rzeczowniki „hejterstwo” i „hejter”, czasownik „hejtować” i przymiotnik „hejterski”.

popularność zyskiwały serwisy, które były ukierunkowane na prezentację treści umieszczanych tam przez zwykłych użytkowników. Początkowo były to powiązane z portalami internetowymi fora, czaty, platformy blogowe, z czasem także serwisy społecznościowe i mikroblogowe (ze szczególnym uwzględnieniem Facebooka i Twittera)<sup>3</sup>.

Dostrzeżono wówczas, że liczne komentarze przesyłane agresją i nienawiścią to ważna część prowadzonej publicznie i powszechnie dostępnej dyskusji. Niepokój zaczęła też budzić skala internetowej nienawiści. Okazało się, że publiczne dyskusje internetowe to prawdziwa rzeka wypowiedzi radykalnych, kategoriycznych, fanatycznych, obraźliwych i formułowanych bez żadnych merytorycznych uzasadnień. W jednym z wielu artykułów prasowych na ten temat Piotr Stasiak (2009: 30) napisał: „Kto po raz pierwszy postanawia wsłuchać się w głos opinii publicznej w internecie, przeżyć musi olbrzymi szok. (...) internetowe fora dyskusyjne wręcz kipią złością, nienawiścią, ksenofobią, brakiem tolerancji na innych i ich poglądy”. Zauważono również, że tego typu zachowania naruszają nie tylko prozaiczne normy dobrego wychowania, ale również normy prawne i mogą być w związku z tym ścigane na podstawie kodeksu cywilnego lub karnego.

Być może nowa sytuacja, polegająca na pojawianiu się w przestrzeni publicznej coraz liczniejszych agresywnych i wrogich wypowiedzi, potrzebowała nowej nazwy. Określenia pochodzące od słowa „hejt” były jednak do niedawna rzadko stosowane w dyskursie naukowym i publicystycznym, być może ze względu na ich kolokwializm i niejednoznaczność. Językoznawcy proponowali niekiedy, aby w omówieniach tego tematu używać polskich słów „nienawiść” czy „nienawistnik”, jednak wydaje się, że nie odpowiadają one do końca desygnatom pojęć „hejt” czy „hejter”. Badacze i publicyści zajmujący się takimi zjawiskami używali z kolei takich pojęć jak np. agresja elektroniczna (Pyżalski 2012), mowa nienawiści, mowa agresji (Bauer 2009), język wrogości (Kuźmiński 2012), wredna mowa (Janicki, Władysław 2014) czy po prostu chamstwo internetowe. Takie określenia są jednak dość wieloznaczne, ponadto obejmują zazwyczaj dużo szerszą klasę zjawisk niż te będące przedmiotem niniejszego artykułu, który koncentru-

---

<sup>3</sup>Ten fenomen oddolnego generowania i organizowania treści w Internecie nazywany jest zwykle zaproponowanym przez wydawcę Tima O'Reilly'ego (2007) określeniem Web 2.0.

je się wyłącznie na agresji werbalnej wyrażanej przez Internet. Pojęcie „hejterstwo” może wprawdzie razić językowych purystów, ale wydaje się ono znajdować tu zastosowanie ze względu na wspomniane wyżej zawężenie tematyczne oraz na internetową właśnie proveniencję tego słowa.

### **Normy społeczne i kontrola społeczna w komunikacji internetowej**

Jak wynika z klasycznej koncepcji filozoficznej Thomasa Hobbesa (2009), jednostki w zbiorowościach ludzkich nie mogą działać w pełni swobodnie; jeśli mają żyć w przewidywalnym i bezpiecznym otoczeniu, muszą zrzec się części swojej wolności na rzecz suwerena zwanego przez autora Lewiatanem, „Bogiem śmiertelnym”, który w zamian zapewni im ład, porządek i bezpieczeństwo. Wynika z tego, że bez władzy, która stoi na straży określonego systemu norm nie może funkcjonować żadna ludzka zbiorowość, bez nich bowiem szybko załamałaby się pod ciężarem egoistycznych dążeń poszczególnych jednostek.

Podobne podejście było również charakterystyczne dla socjologii, zwłaszcza we wczesnym okresie jej rozwoju. Wedle klasycznej koncepcji Émile’a Durkheima (2011), fakty społeczne, czyli pewne sposoby działania, są przez jednostkę odbierane jako przymusowe i narzucone z zewnątrz. Siłą, która je ustanawia i która zmusza ludzi do ich przestrzegania, jest zaś społeczeństwo; to ono wywiera na jednostki zewnętrzną presję skłaniającą do podejmowania lub niepodejmowania określonych działań. Służy temu system kontroli społecznej określający sankcje za pewne zachowania jednostek oraz wskazujący instytucje, które mogą te sankcje przyznawać. W ten sposób powstaje ład społeczny. Społeczeństwo jest więc niczym Lewiatan, który potrafi narzucić jednostkom normatywne ograniczenia. Nie bez powodu Stanisław Ossowski (1983) pisał w tym kontekście o „wielogłowym Lewiatanie”.

Te koncepcje znajdują zastosowanie także wobec opisu zbiorowości osób kontaktujących się ze sobą za pośrednictwem Internetu, początkowo niewielkiej, dziś obejmującej ponad dwa miliardy ludzi z całego świata. W tym obszarze działań ludzkich pojawiły się nowe, swoiste dlań, fakty społeczne. Jeśli Internet miał być dla ludzi użytecznym sposobem porozumiewania się i utrzymywania kontaktów, to na potrzeby tego nowego obszaru komunikacyjnego musiał powstać jakiś system norm regulują-

cych zachowania użytkowników oraz system władzy, który by egzekwował przestrzeganie tych norm.

Potrzeba ta stała się wyraźnie widoczna w momencie, gdy Internet przestał być nowinką dostępną w wąskim gronie naukowców i informatyków, a zaczął stawać się narzędziem używanym na co dzień przez coraz większą liczbę ludzi. Stopniowo wypracowywano wówczas reguły, instytucje, obyczaje i wzory zachowań dotyczące interakcji zapośredniczonych przez sieć komputerową. Wiele z tych reguł było kodyfikowanych przez rozmaite netykiety, których celem było usprawnienie komunikacji oraz zapewnienie wzajemnego poszanowania się internautów.

Netykieta (od ang. *net etiquette*; etykieta sieci) to swoisty kodeks etyczny Internetu i zarazem jego *savoir-vivre*. Można ją uznać za fragment — używając terminologii Floriana Znanieckiego (1971: 511) — systemu aksjonormatywnego dotyczący tego szczególnego przejawu życia społecznego, jakim jest Internet. Jest to spis zachowań, które są w sieci właściwe i niewłaściwe, pożądane i niepożądane, dobre i złe (Pręgowski 2012: 45). W takim rozumieniu używa się tego pojęcia w liczbie pojedynczej, natomiast netykiety — w liczbie mnogiej — oznaczają różnorodne dokumenty kodyfikujące reguły zachowań dla poszczególnych „miejsc” w sieci, wycinków komunikacji internetowej. Choć takich netykiet było i jest bardzo wiele, różnią się one zakresem, szczegółowością czy formułą regulacji, to łączy je wspólny trzon normatywny: odwołują się one do tego samego zbioru najbardziej zgeneralizowanych zasad współżycia społecznego w sieci (Pręgowski 2012: 46). Z pewnością nie ma jednak jednego uniwersalnego zbioru norm obowiązujących we wszystkich możliwych sytuacjach interakcyjnych w Internecie; zbyt różnorodne są bowiem zarówno te sytuacje, jak i zaangażowane w nie podmioty.

Pierwsze netykiety zaczęły powstawać na początku lat 90<sup>4</sup>, kiedy to w Internecie opanowanym do tej pory przez przedstawicieli akademickich elit zaczynały pojawiać się nowe osoby, nie posiadające kompetencji technicznych ani kulturowych, jakie cechowały dotychczasowych użytkowników. Można założyć, iż wcześniej żadne regulacje nie były potrzeb-

---

<sup>4</sup>Pierwszą kodyfikację netykiety stworzyła w 1992 r. Arlene Rinaldi; w Polsce pierwsza netykieta autorstwa Marcina Dębowskiego powstała w 1996 r. Należy jednak podkreślić, że wiele netykiet nie było formalnie kodyfikowanych, ponieważ milcząco zakładano, że są one zbiorem reguł, które każdy dobrze wychowany człowiek powinien stosować bezrefleksyjnie; z drugiej zaś strony powstawało wiele rozmaitych „oddolnych” poradników.

ne, gdyż użytkownicy Internetu przyjmowali i realizowali pewne zasady postępowania bezrefleksyjnie, jako element świadomości praktycznej. Ponadto, we wcześniejszym okresie rozwoju Internetu dużo mniejszy był zakres anonimowości poszczególnych użytkowników, ponieważ w niewielkim internetowym środowisku niemal wszyscy się znali (przynajmniej w kręgach regionalnych). Zwiększenie zakresu anonimowości w Internecie implikowało pozbycie się zahamowań i mniejszą skłonność do przestrzegania normalnych społecznych restrykcji nakładanych na zachowanie (Wallace 2003: 17).

Sytuacja ta przywodzi na myśl znany od dawna w socjologii problem dotyczący konieczności pojawienia się sformalizowanego prawa i takiegoż systemu kontroli społecznej w sytuacji powiększania się ludzkich zbiorowości i zwiększenia stopnia anonimowości jednostek, gdy przestaje być skuteczna kontrola sprawowana przez całą społeczność oraz ewentualna sankcja ostracyzmu społecznego (por. np. Tönnies 1988; Thomas, Znaniecki 1976; Ossowski 1983). Takim sformalizowanym prawem stały się w Internecie netykiety, które miały jasno określić, co jest akceptowane, a co zdecydowanie niedozwolone. Odwołując się do koncepcji ładu społecznego sformułowanej przez Ossowskiego, można powiedzieć, że „pierwotny” ład przedstawień zbiorowych, w którym życie społeczne oparte jest na wspólności wzorów i norm utrwalonych w psychicznych dyspozycjach ludzi, ustąpił porządkowi monocentrycznemu, w którym życie społeczne regulowane było przez decyzje podejmowane odgórnie (przynajmniej na szczeblach regionalnych).

Adresatem pojawiających się netykiet byli nowi użytkownicy, dla których pewne normy zachowań nie były oczywiste; natomiast twórcami tych kodyfikacji byli zazwyczaj sieciowi weterani. Tak było wówczas, gdy dominującymi w Internecie sposobami komunikowania się były poczta elektroniczna i związane z nią listy dyskusyjne, IRC oraz grupy dyskusyjne Usenet. Kontrolę, zresztą pozbawioną oficjalnej legitymizacji, spełniali wtedy administratorzy serwerów udostępniających te usługi. To oni byli centralnym ośrodkiem decyzyjnym w panującym wówczas w Internecie porządku monocentrycznym. Sytuacja ta jednak zmieniła się wraz ze stopniowym zwiększaniem się liczby użytkowników Internetu i pojawianiem się nowych ofert komunikacyjnych, takich jak czaty, fora i serwisy społecznościowe. Dość szybko okazało się, że „nowych” internautów jest znacznie więcej niż internetowych pionierów. Ponadto, konkretne przepisy zawarte w dawnych netykietach rychło zaczęły ulegać dezaktualizacji

cji zarówno ze względów technicznych, jak i ze względu na zmieniającą się strukturę społeczną zbiorowości internautów. Upowszechniła się zatem praktyka, zgodnie z którą grupa użytkowników poszczególnych usług dostępnych w Internecie tworzy regulacje sama dla siebie; w ten sposób mogą powstawać np. kodyfikacje reguł postępowania na poszczególnych forach internetowych. Współcześnie jednak regulacje zachowań powstają najczęściej nie tyle z inicjatywy samych użytkowników, ile są formułowane przez podmioty udostępniające narzędzia do organizowania interakcji internetowych, np. dany serwis społecznościowy. Reguły postępowania tworzy bowiem ten, kto ma wystarczającą siłę, aby móc je narzucić i wyegzekwować (por. Becker 2009: 19–22). Dawne usługi praktycznie całkiem przestały być używane, sieciowi weterani stracili zatem wpływ na zachowania użytkowników. Władzę stanowienia reguł przejęli natomiast właściciele internetowych platform komunikacyjnych, najczęściej są to podmioty komercyjne. Odwołując się ponownie do koncepcji Ossowskiego, możemy uznać, że w Internecie zapanował porządek policentryczny, w którym nad indywidualnymi, nieskoordynowanymi działaniami jednostek sprawują kontrolę różne ośrodki decyzyjne.

W podobny sposób, jak ustalane są regulacje dla określonych wycinków komunikacji internetowej, powoływany jest właściwy dla nich system kontroli społecznej, czy też — mówiąc językiem Hobbesa — odpowiedni dla nich „Lewiatan”. Trudno natomiast wyobrazić sobie w dzisiejszych realiach porządek monocentryczny — jedną instytucję władzy dla całego Internetu, podobnie jak trudno przypuszczać, by dla wszelkich sytuacji komunikacyjnych w sieci mogła istnieć jedna uniwersalna netykieta. „Lewiatanem” mogą być zatem różni moderatorzy czy administratorzy, czasami wybierani przez samych użytkowników danej formy komunikacyjnej (np. forum), obecnie jednak coraz częściej narzucani przez właściciela serwisu, w którym odbywa się komunikacja. W gestii „Lewiatana” pozostają sankcje społeczne: reprimendy, ostrzeżenia, usuwanie postów naruszających dane regulacje, wreszcie zakaz dalszego wypowiedania się (ban) i usunięcie konta użytkownika łamiącego ustanowione reguły. Można jednak powątpiewać w skuteczność tych represji, zwłaszcza gdy obecność w danej grupie komunikacyjnej nie jest dla użytkownika ważna i gdy może on stosunkowo łatwo uzyskać gdzie indziej podobne profity, choćby zainteresowanie.

Warto wspomnieć również o tym, jak często obecnie w roli użytkowników, zarówno tych łamiących reguły, jak i sprawujących kontrolę wy-



stępują automaty. I tak, na dużych forach dyskusyjnych posty zawierające zwroty uznane za wulgarne są automatycznie kasowane, z drugiej strony powszechne wykroczeniem przeciwko normom różnych netykiet jest rozsyłanie spamu, czyli reklam i innych niepożądanych wiadomości, co również jest zazwyczaj dziełem automatów. Okazuje się zatem, że funkcjonowanie systemu normatywnego jest w dużej mierze uzależnione od maszyn i ich interakcji z ludźmi. Takie spostrzeżenie koresponduje z tzw. Actor-Network Theory (ANT), wedle której podmiotami mającymi swój udział w konstruowaniu kultury są nie tylko ludzie czy instytucje społeczne, ale również przedmioty, maszyny i inne „nie-ludzkie” obiekty (por. np. Latour 2010).

Ochrona godności i dobrego imienia różnych osób jest jedną z najważniejszych wartości od początku obecnych w netykietach. Obelgi, wyzwiska, zniewagi, przekleństwa, czyli wszystko to, co dziś jest typową bronią hejterów, zawsze było uznawane za poważne wykroczenie przeciw netykietcie i karane, na ile to było możliwe. We wczesnej fazie rozwoju Internetu hejterstwo (jeszcze nie nazywane w ten sposób) nie było jednak poważnym problemem, na co złożyło się kilka przyczyn. Dostęp do Internetu był wówczas dobrem zastrzeżonym dla nielicznych. Hipotetyczna kara polegająca na utracie możliwości korzystania z Internetu, czy choćby jednej z — bardzo przecież nielicznych — usług dostępnych w sieci, wydawała się zatem bardzo dotkliwa. Ponadto, użytkownicy rekrutowali się z szeroko rozumianych akademickich elit i zazwyczaj nie mieli powodów do zachowywania się w sieci w sposób niestosowny. Konformizm wynikał również z rozpoznawalności użytkownika; w tej sytuacji skuteczna była sankcja ostracyzmu ze strony innych użytkowników. Z tych względów wiele grup dyskusyjnych nie było w ogóle moderowanych. Zdarzały się na nich wprawdzie tzw. *flame*'y, czyli kłótnie, ale raczej były one pozbawione wulgarnej agresji, która charakteryzuje współczesne hejterstwo, a z kłótlwym użytkownikiem radzono sobie skutecznie wydając techniczne polecenie, aby jego wypowiedzi nie pokazywały się tym użytkownikom, którzy sobie tego nie życzą.

Nie należy zapominać również o tym, że komunikacja zapośredniczona internetowo jest częścią szeroko rozumianego życia społecznego, podlega zatem także ogólnospołecznemu systemowi aksjonormatywnemu, na który składają się m.in. moralność i prawo. Hejterskie praktyki mogą spotkać się zatem z moralnym potępieniem, co ma jednak stosunkowo małe znaczenie zważywszy na to, że zwykle są one dokonywane ano-

nimowo, jednak mogą też podlegać sankcjom prawnym. I tak, w Polsce hejterzy mogą odpowiadać przed sądem za nawoływanie do popełnienia przestępstwa, propagowanie ideologii totalitarnych, a także za znieważenie lub zniesławienie. Należy jednak zauważyć, iż sądowa walka z tym procederem nie zawsze jest skuteczna. Po pierwsze, trudno postawić precyzyjną granicę pomiędzy intencjonalnym znieważaniem a dopuszczalną krytyką, skazywanie za wypowiedzi może budzić zatem obawy związane z wprowadzaniem cenzury. Po drugie, z Internetu właściwie nie da się wymazać inkryminowanych wypowiedzi, czyli cofnąć szkodliwych efektów przestępczego działania, ponieważ łatwość kopiowania, zamieszczania i archiwizowania treści w Internecie sprawia, że wszystko, co znajdzie się w sieci, jest praktycznie nieusuwalne.

### **Przyczyny i możliwe konsekwencje „hejterstwa” internetowego**

Hejterstwo jest jednym z wielu przejawów dysfunkcyjnego zachowania w komunikacji internetowej. Nie jest ono ukierunkowane na dyskusję, wyczerpuje się w jednorazowych wypowiedziach skierowanych przeciwko komuś lub czemuś. Hejter może obyć się bez odpowiedzi, tym różni się od tzw. trolla, który również łamie normy regulujące komunikację internetową i w pewnym sensie uniemożliwia dalszą dyskusję. Celem trolla jest jednak wywołanie reakcji pozostałych użytkowników<sup>5</sup>, dla hejtera ta kwestia jest drugorzędna. Można jednak przypuszczać, że przynajmniej niektórzy z nich pragną wywołać w czytelnikach (a także w swych ofiarach) określone emocje, a być może nawet zachowania. Zdaniem publicysty Bartka Chacińskiego (2010: 111) hejterstwo wymaga dużego zaangażowania, włożenia całych sił i inwencji w to, żeby kogoś pogrążyć. Jednakże, nawet jeśli hejterskie wypowiedzi są szczegółowo przemyślane, to sprawiają wrażenie spontanicznych i impulsywnych. Celem hejterów może stać się każdy: mogą to być osoby znajome, przypadkowi rozmówcy w dyskusjach internetowych, osoby znane z mediów (np. celebryci, politycy), a także idee, instytucje czy grupy ludzi (zwłaszcza odmiennych

---

<sup>5</sup> Termin „trolling” pochodzi od ang. *Trolling for fish* — łowienie ryb, ponieważ troll „zarzuca haczyk”, poruszając kontrowersyjny temat, aby wywołać kłótnię. Wykorzystując grę słów użytkowników uprawiających trolling nazwano trollami (od stworów z mitologii nordyckich).

pod jakimś względem, np. etnicznym czy religijnym) (por. Pyżalski 2012: 157–162). Nic nie wskazuje natomiast na to, aby hejterzy tworzyli spójną społeczność opartą na swoistych (anty)normach i poczuciu wspólnoty. „Nie oczekujcie solidarności po środowisku opartym na negatywnych emocjach” — pisze Bartek Chaciński (2010: 112).

Intuicyjnie wydaje się, że hejterstwo musi być powiązane z agresją, którą „hejterzy” pragną wyrazić w swych wypowiedziach, a skądinąd wiadomo, że komunikowanie się za pośrednictwem Internetu może wzmacniać agresję (por. Wallace 2003: 147–176). W istocie jednak jest jasne, czy wypowiedzi przesycane nienawiścią zostały naprawdę sformułowane przez kogoś, kto odczuwał realnie złość i gniew. Wydaje się, że tworzenie hejterskich wypowiedzi, dla niektórych przynajmniej użytkowników, może być nie tyle sposobem na wyrażanie negatywnych emocji, ile rodzajem rozrywki. Potwierdza to np. założona na Facebooku grupa o znamiennej nazwie „Hejtuję, bo lubię”. Taki wydzźwięk zdaje się mieć w szczególności hejterstwo ukierunkowane na celebrytów, którzy także są kojarzeni z przemysłem rozrywkowym; w tym przypadku nie może też wchodzić w grę pragnienie dokonania słownego odwetu za doznane krzywdy, które często jest motywem tworzenia hejterskich komunikatów. Bartek Chaciński (2010: 112) określa też hejterów w ogóle jako antyfanów, ponieważ znajdują przyjemność w wyklinaniu danego elementu kultury, podobnie jak fani znajdują ją w wyrażaniu dla niego swojego uwielbienia. Wydaje się, że funkcję ludyczną pełnią dla niektórych użytkowników również fora dyskusyjne, które z założenia są pozbawione moderacji i na których każdy może napisać absolutnie wszystko, choćby słynne forum 4chan (<http://4chan.org>), które zresztą przywołuje na myśl Hobbesowski „stan natury” pozbawiony jakiegokolwiek władzy i regulacji zachowań (jedynym ograniczeniem jest tam zakaz publikowania pornografii dziecięcej). Być może hejterskie praktyki nie muszą być zatem zawsze dewiantyczne, ponieważ użytkownicy postępujący w ten sposób zachowują się zgodnie z panującymi tam nieformalnymi regułami, które stanowią, że należy formułować komunikaty obraźliwe i nienawistne. Dewiantem w takich grupach byłby raczej ktoś wypowiadający się w sposób elegancki i wyważony. Potwierdza to znana tezę mówiącą, że dewiacją jest to, co w danej grupie jest uznawane za dewiację, i że można być konformistą w jednej grupie będąc dewiantem w innej (por. Becker 2009: 12–13). Można zatem doszukać się w takich przypadkach różnych emocji i motywacji uczestników wobec hejterskich aktyw-

ności, ale z pewnością nie zawsze muszą być one koniecznie powiązane z agresją.

Potocznie często uznaje się hejterstwo i inne formy dewiacyjnych zachowań w komunikacji internetowej za efekt panującej w sieci anonimowości. Pełna anonimowość w Internecie często jest jednak pozorna, ponieważ, jak wskazują liczne sprawy sądowe, w których internauci byli z różnych względów pociągani do odpowiedzialności, zidentyfikowanie użytkownika nie jest z technicznego punktu widzenia rzeczą trudną. Kluczowe jest jednak to, że w przypadku wielu internetowych usług komunikacyjnych łamiąca normy osoba nie jest identyfikowalna dla innych użytkowników w momencie rozgrywania się komunikacji (por. Mazurek 2006). Liczy się tutaj nie tyle faktyczna anonimowość, co wrażenie, że jest się anonimowym. Taka sytuacja sprzyja zmniejszeniu się zahamowań przed łamaniem norm społecznych. Efekt zmniejszonych zahamowań (*disinhibition*) wiąże się przede wszystkim z redukcją niepokoju przed oceną ze strony innych ludzi. Ludzie są wówczas bardziej skłonni do łamania norm społecznych, w tym także do zachowań, które mogą pociągać za sobą czyjąś krzywdę. Za przyczynę tego efektu uznaje się deindywiduację i specyficzną depersonalizację, poczucie rozmywania się własnej tożsamości w tłumie internautów. Z tego powodu słowne ataki zdarzają się częściej w grupach dyskusyjnych niż w komunikacji spersonalizowanej (por. Joinson 2009). Można też dodać, że są również częstsze w dużych grupach, w których użytkownicy wypowiadają się okazjonalnie, a nie w małych, na których przewija się niewielka liczba wciąż tych samych użytkowników. Wówczas reputacja (lub jej brak) odnosi się nie do osoby znanej z twarzy i nazwiska, ale do tożsamości, którą użytkownik wypracował na potrzeby danej formy komunikacji internetowej; zaś obawa przed jej utratą może skutecznie powstrzymać użytkownika przed dewiacyjnymi zachowaniami.

Wyzbyciu się zahamowań sprzyjają także inne cechy charakteryzujące komunikację zapośredniczoną internetowo: efekt polaryzacji, czyli uskrajniania się poglądów (Wallace 2003: 105–109) oraz brak fizycznej obecności innych ludzi i poczucia, że jest się przez nich widzianym. Są to czynniki, które również zmniejszają wyraźnie stopień konformizmu wobec norm społecznych (Wallace 2003: 85). Z drugiej strony, oznacza to także, że nie widać również ofiary hejterskich komentarzy i jej ewentualnego cierpienia, jeśli czytałaby te wypowiedzi; trudno zatem oczekiwać, że u hejterów ma szansę pojawić się współczucie i empatia. W literaturze

zjawisko to nazywane jest efektem kabiny pilota (*cockpit effect*), ponieważ sprawcy internetowych ataków nie widzą swoich ofiar tak samo jak nie widzą ich piloci samolotów bombardujących siedziby ludzkie (Walrave, Heirman 2009).

Wiele wskazuje na to, że obecny w komunikacji internetowej efekt zmniejszonych zahamowań oraz mniejszy stopień konformizmu wobec reguł występują także wtedy, gdy użytkownicy nie są anonimowi. Nienawistne komentarze zdarzają się bowiem (choć faktycznie znacznie rzadziej i z mniejszym natężeniem wulgarności) także podczas dyskusji w serwisach społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter, gdzie użytkownicy powinni zalogować się pod własnym nazwiskiem (i rzeczywiście zwykle to robią), a także wtedy, kiedy użytkownicy logują się na publiczne fora poprzez swoje konto z któregoś z tych serwisów. Kluczowe dla wyjaśnienia zjawiska hejterstwa wydaje się zatem psychologiczne oddziaływanie internetowej sytuacji komunikacyjnej, a nie anonimowość użytkowników. Być może pewne znaczenie odgrywa również dość powszechne przekonanie, że „w Internecie wolno więcej”, którego przyczyną jest brak natychmiastowej identyfikowalności użytkowników łamiących reguły i zmniejszony z tego powodu wpływ kontroli społecznej; przy czym przekonanie to utrzymuje się, nawet gdy zmieniają się warunki, które je wywołały. Utrwala się w ten sposób przekonanie, że na użytek komunikacji internetowej obowiązują inne normy zachowań, mniej restrykcyjne niż te, które regulują działania w interakcjach poza Internetem.

Zaistnieniu takiego przekonania sprzyja również specyficzna postawa podmiotów, które umożliwiają użytkownikom publikowanie swoich wypowiedzi. Każdy użytkownik jest dla nich cennym klientem, który „płaci i wymaga”, czy raczej odnosząc to do internetowych realiów — „ogląda reklamy i może pisać, co chce”. Portale (i inne tego typu podmioty komercyjne) utrzymują się z reklam, których jest tym więcej, im częściej wyświetlają się strony portalu. Aktywni autorzy są pożądanymi, ponieważ sami są odbiorcami reklam, ale przede wszystkim dlatego, że generują treści oglądane następnie przez kolejnych użytkowników, czym przyczyniają się do dalszego zwiększenia popularności portalu. Agresywne komentarze mają przy tym szczególną moc przyciągania kolejnych odbiorców; negatywne emocje napędzają dyskusję bardziej niż pozytywne. Łatwo zatem zrozumieć, że ograniczanie hejterstwa nie leży w interesie komercyjnych pośredników. Jak podsumowuje tę sytuację Jacek Żakowski (2009): „eliminacja chamstwa i prostactwa zniechęciłaby chamów i prostaków do ko-

rzystania z portali czy stron przestrzegających zasad kulturalnej rozmowy i naraziłaby właścicieli na straty”, bo przecież „każde kliknięcie to jakiś ułamek grosika w cenie reklam i wartości portalu”.

W świetle wszystkich przedstawionych powyżej danych staje się zrozumiałe, dlaczego hejterstwo jest bolączką przede wszystkim dużych, publicznie dostępnych forów dyskusyjnych (por. Krejtz 2012). Tę obserwację potwierdzają również międzynarodowe badania Cyberemotions, z których wynika także, iż tego typu zachowania są prawie nieobecne w serwisach specjalistycznych poświęconych konkretnemu zagadnieniu. Najwięcej wypowiedzi utrzymanych w agresywnym tonie pojawia się podczas poruszania tematów światopoglądowych, dotyczących traumy społecznej i polityki (Krejtz 2012). Duże fora dyskusyjne sprzyjają deindywidualizacji użytkownika i rozmywaniu się jego indywidualnej odpowiedzialności za słowa. Wśród niezmiernie licznych wypowiedzi najwyraźniej dostrzegane są te, które są wyraziste ze względu na swój agresywny ton. Właściciele tych witryn raczej nie są też zainteresowani ściganiem użytkowników naruszających normy obyczajowe czy nawet prawne, co również ośmiela do hejterskiej aktywności. Często nie są tym zainteresowani także sami użytkownicy. Utarło się bowiem przekonanie, że niektóre wycinki komunikacji internetowej służą głównie wyrażaniu agresji i nienawiści (w Polsce takim niemal przysłowiowym miejscem jest portal Onet). Takie miejsca mogą też przyciągać użytkowników, dla których pisanie hejterskich komentarzy jest rodzajem zabawy. Inaczej jest natomiast w serwisach specjalistycznych, w których dominuje merytoryczna dyskusja, a zainteresowani przestrzeganiem porządku są sami użytkownicy.

Należy jednak podkreślić, że nie wszystkie przyczyny hejterstwa związane są z warunkami komunikacyjnymi stworzonymi przez Internet. Może on sprzyjać wyrażaniu pewnych postaw w określony sposób, ale czynnik, który te postawy wywołuje, nie jest zazwyczaj związany z Internetem. Nie jest tak, jak twierdził Hobbes, że tylko Lewiatan jest w stanie powstrzymać ludzi przed dewiacyjnymi zachowaniami. Zdecydowana większość użytkowników nie tworzy hejterskich komunikatów, choć przecież warunki komunikacyjne — w tym ewentualny brak „Lewiatana” — są jednakowe dla wszystkich zainteresowanych danym wycinkiem komunikacji internetowej. Przyczyny tego, że jedni tworzą hejterskie komentarze, a inni nie, kryją się zatem przede wszystkim w motywacji jednostek, która może być ukształtowana przez czynniki psychiczne bądź społeczne. Kluczową kwestią wydaje się tu indywidualny kapitał kulturowy (w rozumie-

niu Pierre'a Bourdieu; por. np. Bourdieu 1986) posiadany przez użytkowników, ukształtowany w środowiskach, w których przebiegała ich socjalizacja, zarówno w skali makro (naród, klasa społeczna), jak i w skali mikro (rodzina, szkoła, społeczność lokalna, grupa rówieśnicza). Ukształtowane w tych warunkach potrzeby, przekonania, kultura osobista i kompetencje społeczne decydują o tym, kto jest bardziej skłonny do hejterstwa, a kto mniej.

Warto przypomnieć w tym kontekście, że — jak wskazują liczne badania użytkowania Internetu (por. np. Batorski 2013) — im bardziej popularyzował się Internet, tym bardziej zbiorowość jego użytkowników stawała się bardziej zróżnicowana pod względem różnych zmiennych społeczno-demograficznych. Oznacza to, że wśród użytkowników Internetu sukcesywnie przybywało osób młodszych, gorzej wykształconych, z mniejszych ośrodków, z niższych klas społecznych itp. Innymi słowy, elitarny z początku Internet coraz bardziej podlegał umasowieniu (por. też Juza 2006). Można z tym faktem powiązać obniżający się poziom wypowiedzi w Internecie, w tym coraz większe natężenie wypowiedzi obcesowych, agresywnych, nienawistnych.

Można niekiedy spotkać się z przekonaniem, że hejterstwo jest w przeważającej mierze dziełem „dzieciaków”, czyli odpowiadają za nie osoby młode i bardzo młode. Rzeczywiście istnieją pewne przesłanki, które potwierdzają taką tezę. Wedle badań „Diagnozy społecznej” z 2013 r. z Internetu korzystają niemal wszystkie osoby w grupie wiekowej 16–24 lata (96,6%) (Batorski 2013). Można też przypuszczać, że odsetek użytkowników w młodszych grupach jest równie wysoki, choćby ze względu na konieczność korzystania z Internetu w ramach zajęć szkolnych. Młodzi ludzie zaczęli korzystać z Internetu, gdy korzystanie z niego stało się stosunkowo proste, czyli w czasach komercjalizacji i intensywnej popularyzacji tego medium. Wcześniej, w pionierskim okresie funkcjonowania Internetu w życiu społecznym, dzieci i młodzież były prawie nieobecne w cyberprzestrzeni. Rosnący udział młodych ludzi w publicznych dyskusjach budził dużą niechęć starszych użytkowników, których raził ich wulgarny i nieporadny język, niewielki poziom wiedzy o świecie i słowne utarczki typowe dla dzieci i nastolatków. W Polsce przyjęło się nazywać tę grupę użytkowników najpierw „dziećmi Neostrady”, a później „gimbusami” czy „gimbazą”.

Obecnie natomiast Internet jest dla młodych ludzi bodaj najważniejszym obszarem własnej ekspresji i utrzymywania kontaktów społecznych.

Doświadczenia związane z Internetem są dla nich po prostu częścią rzeczywistości. Dzieci i nastolatki powszechnie korzystają w tym celu z portali społecznościowych oraz z serwisów i aplikacji w Internecie mobilnym, które umożliwiają rozpowszechnianie i publikowanie własnych treści (zdjęć, filmów, wypowiedzi). Taka aktywność ma jednak również swoją ciemną stronę. Jest nią nie tylko hejterstwo wobec obcych osób czy grup społecznych, ale również wykorzystywanie Internetu w celu dręczenia, nękania i prześladowania swoich znajomych rówieśników, co określane jest zwykle mianem cyberbullyingu. Z badań Jacka Pyżalskiego (2012) wynika, że szeroko rozumiane akty cyberbullyingu (np. obraźliwe komentarze na temat czyichś wypowiedzi lub profili w serwisach społecznościowych, umieszczanie w Internecie kompromitujących materiałów na czyjś temat, podszywanie się pod inną osobę w celu jej ośmieszenia) nie należą wśród młodych ludzi do rzadkości, ale też nie są bardzo powszechne (na pytania o różne rodzaje tej agresji od ok. 50% do ok. 90% badanych odpowiadało, że nie było sprawcą czy ofiarą takich praktyk). Z kolei z badań Fundacji Dzieci Niczyje przeprowadzonych w 2013 roku w ramach projektu EU NET ADB 40% nastolatków w wieku 14–17 lat spotkało się w Internecie z przejawami mowy nienawiści, a co piąty badany stał się ofiarą cyberprzemocy (por. Włodarczyk 2013: 64). Może ona prowadzić do zaburzeń psychicznych, uzależnień, a nawet do samobójstw. Krótko mówiąc, dzieci i młodzież są szczególnie narażeni na hejterstwo, zarówno jako jego sprawcy jak i ofiary, i na negatywne konsekwencje tej aktywności. Być może nasilenie zjawiska agresji internetowej i pojawienie się samego określenia „hejterstwo”, o czym była mowa na początku artykułu, należy wiązać z coraz intensywniejszym używaniem Internetu przez młodych ludzi.

Należy także pamiętać, że ludzie w bardzo młodym wieku nie osiągnęli jeszcze w swym rozwoju moralnym stadium autonomicznego; źródłem norm są dla nich inni ludzie, a przestrzeganie norm zależy, w większym stopniu aniżeli w przypadku dorosłych, od wyraźnie widocznej obecności kontroli społecznej (por. Włodarski, Matczak 1992). W warunkach zmniejszonej kontroli, jakie panują w Internecie (co wynika w dużej mierze z tego, że zazwyczaj innych ludzi się nie widzi i nie jest się przez nich widzianym), młodzi ludzie mają niewielką motywację do przestrzegania norm. Poza tym naturalną cechą tego etapu rozwojowego jest sprawdzanie, na co można sobie pozwolić, gdzie przebiega granica między zachowaniami jeszcze akceptowalnymi i takimi już nie do przyjęcia. W In-



ternecie nikt tym eksperymentom często nie stawia tamy, stąd wrażenie, że można napisać wszystko i nie ponieść z tego tytułu żadnych konsekwencji.

Pojawiają się także opinie, że hejterstwo (i ogólnie niska jakość internetowych rozmów) stanowi typowo polską specyfikę. Potwierdza to np. zamieszczona kilka lat temu w miesięczniku „Press” analiza, w której wykazano, że wypowiedzi polskich internautów na ten sam temat są dużo bardziej napastliwe, agresywne i ordynarne niż wypowiedzi internautów francuskich czy niemieckich. Zachodni internauci rzadziej wypowiadali krytyczne uwagi pod adresem innych osób, a jeśli już, to robili to dużo grzeczniej i spokojniej, przy użyciu bardziej kulturalnego słownictwa (Jaroszyńska 2009). Na ten problem zwraca też uwagę Jacek Żakowski, pisząc, iż właśnie w Polsce przyjęło się traktować Internet jako obszar, w którym dozwolone są zachowania, w innych obszarach życia społecznego nie przyjmowane: „dominacja chamstwa, agresji i prostactwa w najważniejszej publicznej przestrzeni, jaką stał się internet, jest zjawiskiem, które radykalnie odróżnia (...) Polskę od cywilizowanych krajów. Idiotyzy, na których wypisywanie stosunkowo nieliczna grupa troglodytów uzyskała powszechne przyzwolenie, i prostacka agresja, którą się posługuje, nigdy nie znajdowały miejsca w żadnym choć trochę szanującym się tradycyjnym medium”. Podobnego zdania jest również redaktor „Tygodnika Powszechnego” Michał Kuźmiński (2012), który pisze: „Pobieżna lektura dowolnego forum pozostawia wrażenie, jakby polscy internauci tworzyli szwadrony schowanych za monitorami, sfrustrowanych nienawistników”.

Polscy internauci wypowiadający się na forach sprawiają też wrażenie dużo bardziej zakompleksionych i niezadowolonych. Nie bez znaczenia jest tu zapewne wyjątkowo głęboko zakorzeniona w kulturze polskiej skłonność do narzekania (por. np. Wojciszke, Baryła 2001). Problem może mieć jednak bardziej złożone przyczyny. Często zwraca się uwagę na to, że polskie społeczeństwo wciąż odczuwa skutki transformacji ustrojowej (por. Sztompka 2000). Wiele osób boryka się z trudnościami ekonomicznymi i nie jest pewnych swojej pozycji społecznej. Z drugiej strony, nie brakuje osób, którym się w nowych warunkach powiodło, a porównywanie się z nimi może wywoływać zawiść i frustrację pozostałych, zwłaszcza jeśli ich realne osiągnięcia znacznie rozciągają się z aspiracjami. Nierówności społeczne są zawsze zarzewiem konfliktów, a ilustracją tego zjawiska możemy odnaleźć między innymi w obyczajach panujących w polskim Internecie. Prawdopodobnie właśnie frustracja i kompleksy leżą u podłoża popularnego zjawiska hejterstwa wobec celebrytów czy generalnie osób

pojawiających się w mediach, zwłaszcza jeśli internauci mogą mieć uzasadnione poczucie, że osoby te nie odznaczają się szczególnymi przymiotami uzasadniającymi ich sławę i powodzenie. Internetowy dyskurs odzwierciedla też wyjątkowo niski poziom zaufania obecny w polskim społeczeństwie. Prawdopodobnie nie bez powodu znaczna część hejterskich wypowiedzi jest skrajnie populistyczna i wyraża nienawiść wobec wszystkich „możnych tego świata”, czy będą to politycy, duchowni, lekarze, naukowcy, czy celebryci i gwiazdy aktualnych produkcji telewizyjnych. Niezmiernie często internetowe wypowiedzi wyrażają też wiarę w spiski, zakulisowe knowania i nieczne zamiary wszelkiego rodzaju „onych”.

W powszechnej opinii hejterskie wypowiedzi są zjawiskiem nagminnie występującym w Internecie. Takie przekonanie wyrażają choćby cytowani w niniejszej pracy autorzy publikacji prasowych. W taki sposób postrzegają internetowy dyskurs również sami użytkownicy sieci (Jonak 2012). Tymczasem badania wskazują, że nienawistne wypowiedzi stanowią niewielki odsetek wszystkich wypowiedzi pojawiających się w Internecie. Według badań „Raport mniejszości” Fundacji Wiedza Lokalna i Collegium Civitas z 2012 roku wypowiedzi noszących znamiona mowy nienawiści jest w Internecie ok. 2%<sup>6</sup>, natomiast wedle badań prowadzonych przez SWPS wypowiedzi obraźliwe i przekraczające granice kultury stanowią 2,5% wszystkich komentarzy (Jonak 2012). Obserwacje te mogą prowadzić jednak do niejednoznacznych wniosków. Z jednej strony wydaje się, iż nie jest to dużo i że tezy o powszechnej nienawiści i zdziczeniu obyczajów w komunikacji internetowej nie są prawdziwe. Z drugiej jednak strony 0,6% z badań „Raport mniejszości” to w liczbach bezwzględnych 86 tysięcy wypowiedzi zawierających mowę nienawiści. Co więcej, hejterskie wypowiedzi koncentrują się zwykle w wybranych punktach internetowej przestrzeni komunikacyjnej, co oznacza, że osoby wyrażające nienawistne poglądy łatwiej mogą się kontaktować i organizować. Wypowiadają się oni zazwyczaj na tematy najbardziej drażliwe i kontrowersyjne, które przyciągają największą uwagę. Ta zdecydowana większość wypowiedzi pozbawionych agresji pojawia się natomiast w miejscach, gdzie zagląda znacznie mniejsza liczba użytkowników.

W efekcie pojawia się nie tylko wyrażane często przekonanie, że w komunikacji internetowej agresja i chamstwo występują powszechnie.

---

<sup>6</sup><http://www.mowanienawisci.info/post/raport-mniejszosci/> [dostęp: 11.03.2015]

Poglądy wyrażane przez mniejszość przez swoją wyrazistość i szeroki odbiór mogą znacząco wpływać na postawy ludzi, umacniać negatywne stereotypy i wzmacniać przekonanie, że hejterskie opinie są nie tylko „normalne” i możliwe do zaakceptowania, ale wręcz pożądane. Przyczynia się to do stopienia wrażliwości na drastyczne treści i nawoływanie do przemocy. Osobną kwestią jest, czy hejterstwo przekłada się na agresję fizyczną. Z pewnością nie jest tak, że hejterzy są w stanie namówić przeciętnych odbiorców swoich wypowiedzi do fizycznych ataków, ani też tak, że sami są gotowi do nich ruszyć, ale przyczyniają się do stworzenia atmosfery przyzwolenia na agresję fizyczną. W tym sensie ignorowanie hejterskich treści „odwracanie się plecami”, jak określa to Zbigniew Bauer (2009), nie jest korzystne z ogólnospołecznego punktu widzenia. Konieczne jest zatem poszukiwanie skutecznego sposobu na walkę z tym procederem.

### **Sposoby zapobiegania i przeciwdziałania hejterstwu**

Jak wynika z koncepcji kontroli społecznej sformułowanej przez Talcotta Parsonsa (2009) (który zresztą odwoływał się do Hobbesowskiej koncepcji ładu społecznego), na system kontroli składają się sankcje oraz oddziaływanie na zmianę postaw jednostek. Aby zapewnić ład społeczny, należy zatem odpowiednio stosować sankcje oraz socjalizować jednostki tak, aby miały wewnętrzne przekonanie, że łamanie reguł jest złe i że robić tego nie należy. Takie też są najczęstsze pomysły na zapewnienie porządku w interakcjach internetowych. Problem hejterstwa wydaje się na tyle poważny, że coraz częściej pojawiają się postulaty, aby zajęła się nim władza sądownicza, która miałaby poprzez instrumenty prawne zmusić użytkowników do przestrzegania norm społecznych w toku komunikacji internetowej (por. Mucharski, Ślusarczyk 2012). Zwraca się przy tym uwagę na niebezpieczną pobłażliwość organów ścigania wobec mowy nienawiści w Internecie wynikającą w dużej mierze z nieaktualnego już przekonania, że Internet jest swoistą niszą skupiającą garstkę ludzi o dziwnych przyzwyczajeniach, w której reguły prawa państwowego nie mają zastosowania. Z drugiej strony zwraca się uwagę na to, że ściganie hejterstwa jest na tyle czasochłonne i kosztowne, że rezygnacja z niego bywa najbardziej racjonalnym rozwiązaniem, tym bardziej że nie zawsze jest ono postrzegane jako priorytetowy problem społeczny (Dębska 2013: 11). Niezależnie od tego, czy taka teza jest uprawniona, próby wykorzystania reguł

prawnych w walce z hejterstwem napotykać na różne trudności, o czym już wspomniano we wcześniejszej części artykułu. Jednym z czynników utrudniających egzekwowanie prawa państwowego jest także globalny wymiar Internetu i trudności w ustaleniu, pod czyją jurysdykcją znajduje się serwer, na którym umieszczone są problematyczne treści. Ponadto, treści te można łatwo kopiować i przenosić w inne miejsce. Prawo państw zdaje się nieadekwatne wobec treści, które mogą być opublikowane na fizycznych nośnikach znajdujących się w innych krajach i mogących być łatwo przenoszone z miejsca na miejsce. Z kolei odmienne unormowanie prawne dotyczące publikowania treści w różnych państwach uniemożliwiają stworzenie międzynarodowych regulacji, które mogłyby położyć kres internetowej mowie nienawiści.

Wobec trudności z zastosowaniem prawa państwowego rolę „Lewiatana” mogą przejąć inne podmioty, np. dostawcy usług internetowych, którzy mogą usuwać ze swoich serwerów hejterskie treści. Można (i być może należy) wrócić też do odpowiedzialności internetowych pośredników za treści publikowane przez użytkowników na ich stronach. W tym sensie przełomowy w polskich warunkach był wyrok Sądu Najwyższego z początku 2014 roku obciążający odpowiedzialnością wydawców portalu za wpisy na ich forum. Wnioskodawcami byli Radosław Sikorski, który zwracał uwagę na wpisy antysemickie w internetowym wydaniu gazety „Fakt”, oraz Roman Giertych, który domagał się usunięcia wulgaryzmów i oszczerczych wpisów na swój temat z tego samego portalu. Być może wyrok ten skłoni wydawców do wprowadzenia bardziej stanowczej moderacji, która od początku popularności Internetu była ważnym instrumentem dyscyplinowania bardziej krewkich użytkowników. Jak zauważyła Patricia Wallace (2003: 96) sama świadomość istnienia jakiejś władzy wpływa na użytkowników uspokajająco i upewnia ich w przekonaniu, że istnieją instytucjonalne środki rozwiązywania ewentualnych konfliktów. W komercyjnych portalach oferujących fora dyskusyjne moderatorzy są oczywiście obecni, ale nie są bardzo stanowczy w egzekwowaniu reguł, co wynika z dwóch powodów. Po pierwsze, jak zostało wcześniej wspomniane, usuwanie hejterskich treści czy wykluczanie ich autorów z dalszej dyskusji nie leży w interesie wydawców; a po drugie, utrzymywanie rozbudowanego systemu moderacji jest kosztowne i pracochłonne. Nie jest jednak wykluczone, że w niedalekiej przyszłości wydawcy zostaną zmuszeni do przykładania większej uwagi do sprawnej moderacji.

Należy jednak pamiętać, że dewiacyjnym zachowaniom można przeciwdziałać nie tylko poprzez ich ściganie i penalizowanie, ale również poprzez przekonywanie członków społeczeństwa, że pewne praktyki są złe. W ramach takich działań mieszczą się kampanie społeczne uwrażliwiające ludzi na problem sieciowego hejterstwa, wyrabianie wrażliwych na mowę nienawiści postaw u dzieci od najwcześniejszych poziomów edukacji oraz działania organów państwowych i mechanizmów prawnych mających na celu przeciwdziałanie hejterskim praktykom. W Polsce przeprowadzono taką akcję z inicjatywy przedsiębiorców internetowych w 2012 roku, jej hasło przewodnie brzmiało „Komentuj, nie obrażaj”<sup>7</sup>. Na początku 2015 roku pojawiła się z kolei kampania „Dodaj znajomego”<sup>8</sup> Fundacji Dzieci Niczyje i Disney Polska uświadamiająca negatywne skutki hejterstwa i promująca większą życzliwość wobec innych użytkowników sieci. Kampania przekazuje także młodym ludziom „zasady antyhejtowe” podpowiadające, jak posługiwać się Internetem, aby nikogo nie krzywdzić.

Zważywszy na skalę i specyfikę używania Internetu przez dzieci i nastolatków, wydaje się, że szczególne znaczenie mają praktyki edukacyjne i wychowawcze, które muszą być realizowane przez rodziny i szkoły. Być może najważniejsze zadanie, jakie stoi w tej kwestii przed starszymi pokoleniami polega na uświadomieniu sobie skali zagrożeń. Wciąż bowiem cyberbullying i agresja internetowa spotykają się z lekceważeniem jako coś, co dzieje się tylko „wirtualnie” i jest w związku z tym mało istotne. Ważną rolę pełni też szeroko rozumiana edukacja medialna, w tym uświadamianie młodym ludziom, jak dewastujące mogą być skutki internetowego dręczenia rówieśników<sup>9</sup>, oraz uwrażliwianie ich na mowę nienawiści. Warto też pamiętać, że naśladowanie dorosłych przez dzieci jest jednym ze sposobów dokonywania się socjalizacji. Chodzi nie tylko o to, że młodzi naśladowują starszych, którzy również hejtują. Ze wspomnianych wcześniej badań „Raport mniejszości” wynika, że znaczna część aktów hejterstwa dokonywanych przez małoletnich zawierała wątki skierowane wobec tych grup, których dotyczą także uprzedzenia wykazywane wśród starszych pokoleń (Rosjanie, Niemcy, muzułmanie, Żydzi, czarnoskórzy, homoseksualiści). Można przypuszczać zatem, że młodzi ludzie powta-

---

<sup>7</sup> <http://www.komentujnieobrazaj.pl/> [dostęp: 20.02.2015].

<sup>8</sup> <http://addfriend.disney.pl/> [dostęp: 20.02.2015].

<sup>9</sup> Pomocy dla ofiar cyberprzemocy można szukać m.in. na stronie stworzonej przez Fundację Dzieci Niczyje: <http://www.helpline.org.pl/> [dostęp: 20.02.2015].

rzają w Internecie to, co usłyszeli od starszych. Do podobnych wniosków prowadzą również badania „Internet bez nienawiści” Fundacji Dzieci Niczyje z końca 2014 roku (por. Włodarczyk 2014).

Hejterstwo jest obecnie uważane w Polsce za poważny problem społeczny i jako taki budzi niepokój i reakcje różnych podmiotów. Zwraca się uwagę różne jego przyczyny i proponuje się adekwatne do nich sposoby przeciwdziałania. Potrzebna jest tu nie tylko zdecydowana reakcja organów ścigania, ale również szeroko zakrojona akcja edukacyjna i uświadamiająca problem, zarówno wśród młodzieży jak i dorosłych. Wydaje się, że zjawisku hejterstwa mogą przeciwdziałać jedynie wspólne wysiłki rządów, przedsiębiorców, mediów, fundacji, ośrodków akademickich i — *last but not least* — zwykłych użytkowników Internetu.

### Bibliografia

- Batorski, Dominik (2013) *Polacy wobec technologii cyfrowych — uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania*. [w:] Janusz Czapiński, Tomasz Panek, red., *Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków 2013*. www.diagnoza.com, dostęp 28.03.2014.
- Bauer, Zbigniew (2009) *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści” czy „mowy agresji”?*. [w:] Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek, red., *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*. Warszawa: WAIp, s. 46–57.
- Becker, Howard S. (2009) *Outsiderzy. Studia z socjologii dewiacji*. Warszawa: PWN.
- Bourdieu, Pierre (1986) *The forms of capital*. [w:] John G. Richardson, red., *Handbook of theory and research for sociology of education*. New York: Greenwood Press, s. 241–258.
- Chaciński, Bartek (2010) *Wyż nisz. Od alterglobalistów do zośkarzy. 55 małych kultur*. Kraków: Znak.
- Dębska, Hanna (2013) *Mowa nienawiści a wolność słowa w Internecie – w poszukiwaniu uniwersalnego rozwiązania. Uwagi na marginesie rozważań Jamesa Banksa* [w:] Małgorzata Wysocka-Pleczyk, Beata Świeży, red., *Człowiek zalogowany. Od mowy nienawiści do integracji w sieci*. Kraków: Biblioteka Jagiellońska, s. 8–17.
- Durkheim, Émile (2011) *Zasady metody socjologicznej*. Warszawa: PWN.
- Hobbes, Thomas (2009) *Lewiatan, czyli materia, forma i władza państwa kościelnego i świeckiego*. Warszawa: Aletheia.
- Janicki, Marcin, Wiesław Władysław (2014) *Wredna mowa*. „Polityka” 8: 14–16.

- Jaroszyńska, Katarzyna (2009). *Polskie bagno*. „Press” 2. <http://www.press.pl/platny-dostep/archiwum-platne/pokaz/316317>, dostęp 09.03.2015.
- Joinson, Adam (2009) *Przyczyny i skutki rozhamowanego zachowania w Internecie*. [w:] Władysław Jacek Paluchowski, red., *Internet a psychologia. Możliwości i zagrożenia*. Warszawa: PWN, s. 135–157.
- Jonak, Łukasz (2012) *Dlaczego boimy się jednego procenta? O braku agresji w internecie*. [w:] Krzysztof Krejtz, red., *Internetowa kultura obrażania?* Warszawa: SWPS: s. 57–66.
- Juza, Marta (2006) *Elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystania internetu*. [w:] Łukasz Jonak, Paweł Mazurek, Anna Przybylska, Alek Tarkowski, Jan Mateusz Zając, red., *Re:internet — społeczne aspekty medium. Polskie konteksty i interpretacje*. Warszawa: WAIp, s. 43–76.
- Krejtz, Krzysztof (2012) *W jaki sposób badać kulturę wypowiedzi w internecie*. [w:] Krzysztof Krejtz, red., *Internetowa kultura obrażania?* Warszawa: SWPS: s. 25–56.
- Kuźmiński, Michał (2012) *Hejt.net*. „Tygodnik Powszechny” 31 lipca 2012. <http://tygodnik.onet.pl/kraj/hejt-net/9wfln>, dostęp 27.03.2014.
- Latour, Bruno (2010) *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Mazurek, Paweł (2006) *Anatomia internetowej anonimowości*. [w:] Dominik Batorski, Mirosława Marody, Andrzej Nowak, red., *Społeczna przestrzeń internetu*. Warszawa: Academica SWPS, s. 79–90.
- Mucharski, Piotr, Jacek Ślusarczyk (2012) *Stop nienawiści w sieci*. „Tygodnik Powszechny”, 24 lipca 2012, <http://tygodnik.onet.pl/kraj/stop-nienawisci-w-sieci/k7wev>, dostęp 28.03.2014.
- O’Reilly, Tim (2007) *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. “Communications & Strategies” 65: 17–37.
- Ossowski, Stanisław (1983) *O osobliwościach nauk społecznych*. Warszawa: PWN.
- Parsons, Talcott (2009) *System społeczny*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Pręgowski, Michał Piotr (2012) *Zarys aksjologii internetu. Netykieta jako system norm i wartości sieci*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Pyżalski, Jacek (2012) *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*. Kraków: Impuls.
- Thomas, Wiliam, Florian Znaniecki (1976) *Chłop polski w Europie i Ameryce*. Warszawa: PWN.
- Tönnies, Ferdinand (1988) *Wspólnota i stowarzyszenie. Rozprawa o komunizmie i socjalizmie jako empirycznych formach kultury*. Warszawa: PWN.
- Stasiak, Piotr (2009) *Ch@mowo*. „Polityka” 31: 28–32.
- Sztompka, Piotr (2000) *Trauma wielkiej zmiany. Społeczne koszty transformacji*. Warszawa: Instytut Studiów Politycznych PAN.

- Wallace, Patricia (2003) *Psychologia Internetu*. Poznań: Rebis.
- Walrave, Michel, Wannas Heirman (2009) *Skutki cyberbullyingu — oskarżenie czy obrona technologii?* „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 8 (1): 27–46.
- Wellman, Barry, Caroline Haythornthwaite (2002) *Moving the Internet out of Cyberspace*. [w:] Barry Wellman, Caroline Haythornthwaite, red., *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell.
- Włodarczyk, Joanna (2013) *Zagrożenia związane z używaniem internetu przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB*. „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 12 (1): 49–68.
- Włodarczyk, Joanna (2014) *Mowa nienawiści w internecie w doświadczeniu polskiej młodzieży*. „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 13 (2): 1–31.
- Włodarski, Ziemowit, Anna Matczak (1992). *Wprowadzenie do psychologii*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Wojciszke, Bogdan, Wiesław Baryła (2001) *Kultura narzekania i jej psychologiczne konsekwencje*. [w:] Jerzy Bralczyk, Katarzyna Mosiołek-Kłosińska, red., *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*. Warszawa: Rada Języka Polskiego, s. 45–63.
- Znanięcki, Florian (1971) *Nauki o kulturze*. Warszawa: PWN.
- Żakowski, Jacek (2009) *Chamstwo hula w Internecie*. „Gazeta Wyborcza”, 10 sierpnia 2009. [http://wyborcza.pl/1,75968,6910142,Chamstwo\\_hula\\_w\\_internecie.html](http://wyborcza.pl/1,75968,6910142,Chamstwo_hula_w_internecie.html), dostęp 09.03.2015.