

Rhetoric of crisis

Retoryka kryzysu

7 (1) 2020 EDITORS: AGNIESZKA KAMPKA, MARTA RZEPECKA

PAWEŁ SARNA

UNIWERSYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH, INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI MEDIALNEJ

<https://orcid.org/0000-0003-4211-2310>

sarna.p@gmail.com

EWELINA TYC

UNIWERSYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH, INSTYTUT JĘZYKOZNAWSTWA

<https://orcid.org/0000-0002-1191-0347>

ewelina.tyc@us.edu.pl

Śmierć prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza w nagłówkach polskich dzienników i tygodników

The death of Gdansk President Paweł Adamowicz in the headlines of Polish newspapers and weeklies

Abstract

W artykule poddano analizie polskie dzienniki i tygodniki traktujące o śmierci prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza i wydarzeniach z nią związanych. Oglądu materiału prasowego dokonano z perspektywy miejsc strategicznych w tekście prasowym, co pozwoliło ustalić strategie przedstawiania wydarzeń przez różne tytuły, sposób portretowania zmarłego, stopień emocjonalności oraz wskazać elementy retoryki nienawiści w przekazach prasowych. Właściwe analizy zostały poprzedzone obserwacjami dotyczącymi języka agresji i śmierci w mediach.

The article analyses Polish newspapers and weeklies dealing with the death of President Paweł Adamowicz and related events in Gdansk. The press material is viewed from the perspective of strategic places in a press text, which make it possible to determine the strategies of presenting events by various press titles, the manner of portraying the deceased, and the degree of emotionality and to indicate elements of the rhetoric of hatred in press releases. Relevant analyses are preceded by observations regarding hate speech and death in the media.

Key words

rhetoric of hatred, hate speech, death in the media, emotionalization in the media
retoryka nienawiści, mowa nienawiści, śmierć w mediach, emocjonalizacja w mediach

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 3 October 2019 | Accepted: 25 February 2020

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2020.1.1>

PAWEŁ SARNA

UNIwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej

<https://orcid.org/0000-0003-4211-2310>

sarna.p@gmail.com

EWELINA TYC

UNIwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Językoznawstwa

<https://orcid.org/0000-0002-1191-0347>

ewelina.tyc@us.edu.pl

Śmierć prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza w nagłówkach polskich dzienników i tygodników

Wprowadzenie

Wydarzenia z niedzieli 13 stycznia 2019 roku, czyli atak na prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza i w konsekwencji jego śmierć oraz związane z tym tło – rezygnacja Jerzego Owsiaaka ze sprawowania funkcji w fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, a także polityczne konotacje tej sytuacji – wytworzyły warunki do natężenia emocji w komunikatach medialnych. Po śmierci prezydenta Gdańska (14 stycznia) zarówno polskie gazety, jak i czasopisma wydały numery funeralne w całości lub w części poświęcone Pawłowi Adamowiczowi oraz tematom – bezpośrednio lub pośrednio – związanym z jego zabójstwem.

Już w poniedziałek 14 stycznia obszerny artykuł na temat ataku na prezydenta znalazł się na pierwszej stronie w „Dzienniku Zachodnim”, a informacja o tym wydarzeniu w „Gazecie Wyborczej”. Wszystkie trzy badane dzienniki („Dziennik Zachodni” „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”) następnego dnia na pierwszej stronie zamieściły materiał na temat śmierci Pawła Adamowicza. Temat w różny sposób był poruszany nieprzerwanie do końca stycznia, natomiast po tej dacie już nieregularnie. Spośród czasopism tygodnik „Polityka”, który ukazuje się w środy, jako pierwszy w wydaniu z 16 stycznia opublikował artykuły i zdjęcia dotyczące wydarzeń z dnia 13 stycznia, w pozostałych tygodnikach objętych badaniem materiały zaczęły być publikowane w wydaniach od 20 stycznia. W niektórych tytułach temat jeszcze przez kolejny tydzień lub dwa był eksponowany na pierwszych stronach, choć w rozmaity sposób. Relacje były mocno zróżnicowane. Część tytułów od początku eksponowała sylwetkę Pawła Adamowicza, jak również relacje z uroczystości pogrzebowych jako temat główny, z kolei w innych tytułach uwaga była skupiona raczej na mowie nienawiści, portrecie zabójcy i problemie upolitycznienia tych wydarzeń.

Celem autorów artykułu jest analiza przekazów prasowych, przede wszystkim nagłówków związanych tematycznie ze śmiercią Pawła Adamowicza. Tytułom prasowym¹ przypisuje się wielorakie funkcje. Przyciągają one uwagę czytelnika; Walery Pisarek nazwał tę część tekstu prasowego „etykietką” lub „oknem wystawowym wypowiedzi wydrukowanej” (Pisarek 1967, 163). Nagłówek ma także wartość prognostyczną; jak pisze Anna Duszak – „ujawnia zakres i typ znaczeń globalnych w tekście” (Duszak 1998, 129-131). Nie tylko pełni funkcje podstawowe, czyli nazywa tekst i informuje o treści, ale również, co jest związane z możliwością ukierunkowania czytelnika, może pełnić funkcję perswazyjną. Należy przy tym pamiętać, że tytuły w prasie tworzą układy treści, które są zorganizowane hierarchicznie, sekwencyjnie i narracyjnie (Płaneta 2011, 105). Nawet jeżeli perswazja nie jest jawna, komunikat tego typu wyłania się z sumy znaczeń, ze zorganizowanej w pewien sposób struktury. Istotne są przy tym relacje między słowem a jego graficzną reprezentacją (Pacuła 2012, 75; Sarna 2014, 68-69).

Pomimo iż media chętnie przypominają o obiektywizmie jako imperatywie swojej działalności, to jednak posługują się zmienną referencją, co oznacza, że – jak wskazuje Maria Wojtak: „[...] przekazywana wizja świata w mniejszym stopniu zależy od wydarzeń czy faktów, w większym zaś od oczekiwań odbiorców oraz od nastawienia nadawców na bycie oglądanym, słuchanym czy czytany” (Wojtak 2010, 84-85). Wydarzenia związane z zabójstwem prezydenta Adamowicza wyzwołyły spotęgowane emocje i reakcje, które stały się dla mediów pretekstem do promowania własnych interpretacji wydarzeń. Dla przeprowadzenia analizy niezbędne było zatem obszernie ukazanie problematyki emocji granicznych z różnych perspektyw, przede wszystkim retorycznej i lingwistycznej.

Cel badań, charakterystyka materiału i narzędzi badawczych

Przedmiot badań stanowią publikacje gazet i czasopism. Analizą objęto prasę codzienną o zasięgu ogólnopolskim („Gazeta Wyborcza, „Rzeczpospolita”, „Dziennik Zachodni”) oraz tygodniki społeczno-polityczne („Wprost”, „Newsweek”, „Polityka”, „Sieci”, „Do Rzeczy”, „Tygodnik Powszechny”, „Tygodnik Solidarność”). Dobór tytułów był uwarunkowany przede wszystkim wielkością nakładu, a także pozycją w poszczególnych segmentach prasy. Autorzy artykułu kierowali się przy tym zasadą światopoglądowej różnorodności. W związku z celem badań oraz przyjętą metodologią znaczenie profili ideowych tytułów prasowych nie znalazło szerszego rozwinięcia w interpretacji wyników na

1. Nagłówek prasowy definiowany jest najczęściej jako tytuł wypowiedzi wraz z nadtytułami czy podtytułami wypowiedzi, działu, rubryki. Zob. np.: (Pisarek 1964).

korzyść prezentacji strategii perswazyjnych wykorzystywanych przez redakcje. Analizowany materiał obejmuje okres od 13 do 31 stycznia 2019 roku.

Badania, poza celem ogólnym wyznaczonym przez temat, zostały ukierunkowane poprzez cele szczegółowe: a) zdiagnozowanie, czy i w jakim zakresie zachowania agresywne werbalnie stanowią element strategii efektywnej komunikacji w prasie, b) opis strategii językowych i środków perswazyjnych.

W celu wyznaczenia statystycznego rozkładu emocji w analizowanych tekstach, jak również określenia ich funkcji, w pierwszym etapie badań przeprowadzono analizę zawartych w tekście emocji. Analizę przeprowadzono za pomocą automatycznego analizatora wydźwięku CLARIN-PL, który wykorzystuje m.in. skalę emocji Roberta Plutchika². Na podstawie analizy automatycznej otrzymano dane na temat statystycznego rozkładu emocji w tekstach nagłówków prasowych. Narzędzie jest efektem prac związanych zarówno z rozwojem ogólnych narzędzi przetwarzania języka naturalnego, jak i prac ukierunkowanych konkretnie na analizę wydźwięku. Zasób językowy stanowi leksykon wydźwięku (Słowosiec emo 3.0) zbudowany na podstawie polskiego wordnetu (Janz, Kocoń, Piasecki, Zaśko-Zielińska 2017, 189-193). Leksykon zawiera znaczenia opisane anotacjami z polaryzacją, emocjami oraz wartościami fundamentalnymi przypisanymi do znaczeń. Następnie anotacje z leksykonu nanoszone są na analizowany tekst wyliczane są statystyki opisowe dla całego tekstu³.

Na materiał badawczy, który poddano analizie, złożyły się wszystkie nagłówki tematycznie odnoszące się do zabójstwa prezydenta Pawła Adamowicza. Korpus w przypadku tygodników obejmował 41 nagłówków, a dzienników – 103 nagłówki. Analizie automatycznej osobno poddano teksty pochodzące z dzienników oraz tygodników.

W drugim etapie badań, mającym charakter jakościowy, skoncentrowano się na emocjach negatywnych wyrażonych w tytułach. W tej części wskazano ramy uschematyzowanych narracji skoncentrowanych na kreowaniu bohatera i antybohatera (Kövecses 2006, 137-142; Wasilewski 2006, 479-480). Na tym etapie materiały: a) zakwalifikowano według wyróżników retoryki nienawiści zaproponowanych przez Michała Głowińskiego (2007), by stwierdzić, czy zachowania agresywne językowo można zakwalifikować do mowy nienawiści, a jeśli tak, to z którym z jej wyznaczników mamy do czynienia; b) wyłoniono słowa-klucze; c) dokonano analizy językowej nagłówków, ujętych jako jedno z miejsc strategicznych w tekście prasowym (Żydek-Bednarczuk 2005, 170-193), szczególnie pod kątem ich potencjału perswazyjnego.

2. Do emocji podstawowych Plutchik zaliczył: radość, smutek, złość, strach, zaufanie, obrzydzenie, zaskoczenie czymś nieprzewidywanym i czekanie na coś miłego (Zaśko-Zielińska 2018, 12).

3. Więcej informacji na temat użytego narzędzia na stronie konsorcjum naukowego CLARIN-PL: <http://ws.clarin-pl.eu/sentymen.shtml> (dostęp: 06.06.2019).

Część artykułu zawierającą wyniki badań poprzedzono opisem problematyki śmierci, a także emocji w środkach masowego przekazu. Już po wykonaniu badań i z uwagi na ich wyniki znacznie poszerzono temat mowy nienawiści.

Śmierć (polityka) w mediach

Temat śmierci ukazywanej przez mass media ujmowany jest w opracowaniach w kontekście przekształceń w sferze medialnej oraz przekształceń komunikacji społecznej. Osobne miejsce w tych rozważaniach zajmuje śmierć osoby publicznej, w tym polityka, a także emocje, jakie się z tym wydarzeniem wiążą. Polskie uwarunkowania są charakterystyczne z uwagi na katastrofę lotniczą z 10 kwietnia 2010 roku, która odbiła się szerokim echem nie tylko w mediach krajowych, ale i światowych. Według Agnieszki Kampki uroczystości żałobne w intencji ofiar katastrofy smoleńskiej, a także pogrzeb Lecha Kaczyńskiego nie tylko stały się wydarzeniem w mediach na całym świecie, ale były „społecznym rytuałem i wielką manifestacją zbiorowych emocji” (Kampka 2010, 6).

Warto wskazać dwie obszerne monografie na ten temat: Magdaleny Matei *Między newsem a mitem. Prasa wobec śmierci polityka* (2015) oraz Jacka Dziekana *Od rytuału do konfliktu. Mediatyzacja żałoby posmoleńskiej* (2018). Autorzy obu wymienionych prac ze względu na specyfikę komunikowania o śmierci analizowali tematykę w różnych ujęciach – obok medioznawczego także w wymiarze psychologicznym, społeczno-kulturowym czy prawnym (Mateja) oraz antropologicznym (Dziekan). Autorka pierwszej z wymienionych prac wykazała, że media masowe były przestrzenią, w której zarówno wykreowano, jak i rewitalizowano mity (między innymi mit wspólnoty narodowej, pojednania polsko-rosyjskiego, idealnej pary). Jacek Dziekan z kolei podkreślał, że „intensywna mediatyzacja żałoby narodowej [...] sprzyjała transformacji rytuału żałoby w konflikt tożsamościowy” (Dziekan 2018, 18).

Motywy przywoływany przez wielu autorów (Kałużny 2012, 141; Dziekan 2018, 21) jest twierdzenie o paradoksie dotyczącym obecności śmierci w przestrzeni publicznej, w tym mass mediach. Można zauważyć, że współcześnie charakterystyczne jest z jednej strony tabuizowanie śmierci, z drugiej jej nadreprezentacja, przede wszystkim w kulturze popularnej, ale także w mediach newsowych. Warto przyrzeć się na początek problemowi tabuizacji.

Philippe Ariès, autor należący do grupy francuskich tanatologów, stwierdzał, że w połowie XX wieku pojawił się zakaz żałoby we współczesnej kulturze, który był jednym z dowodów na to, że społeczeństwo uprzemysłowionego Zachodu niejako wyrzekło się śmierci: „[...] to, co kazały dawniej czynić wewnętrzne przekonania lub wola ogółu, dziś jest zabronione [...]. Nie wypada już okazywać bólu ani nawet sprawiać wrażenia, że się go odczuwa” (2007, 271). Tymczasem

według tego autora aż do końca XIX wieku, pomimo pierwszych aktów prywatyzacji śmierci i praktyk żałobnych we Francji w drugiej połowie XVII wieku, śmierć miała charakter publiczny:

Umierający powinien być ośrodkiem zgromadzenia [...]. Umierano zawsze publicznie. Stąd głęboki sens słów Pascala, że człowiek umiera samotny, bo w tych czasach, w znaczeniu filozoficznym, w chwili śmierci nigdy nie było się samotnym. Dzisiaj ma to banalne znaczenie, bo właściwie każdy ma wszelkie szanse, że umrze w samotności szpitalnej sali (Ariès 1992: 31-32).

Z kolei Michel Vovelle, drugi obok Arièsa przedstawiciel Szkoły Annales, wymienia cztery źródła tabuizacji śmierci: komercjalizacja śmierci, medykalizacja życia, deprecjacja struktur rodzinnych i sąsiedzkich, desakralizacja sfery publicznej (2004, 651). Tezę o marginalizacji śmierci we współczesnej kulturze stawia także Antonina Ostrowska, uznając, że umieranie i szczegóły z nim związane traktujemy jako temat nie tylko przykry, przy tym bardzo osobisty, ale wręcz wstydlivy (1997, 25; Mateja 2015, 75).

Jak wspomniano, paradoksalnie, obok tabuizacji głosi się tezę o nadreprezentacji śmierci, co dotyczy przestrzeni w kulturze popularnej. Łukasz Kałużny uważa, że „Obecnie coraz częściej głosi się powrót wypartych treści do dyskursu publicznego” – ale interesuje śmierć spektakularna (2012, 142).

Przywołany już Philippe Ariès stwierdza, że tabuizacji nigdy nie podlegała śmierć mężów stanu. Wiadomość o śmierci przywódcy od zawsze zaburzała codzienny rytm wspólnot. Tak dzieje się również współcześnie, mimo iż życie miast dzisiaj toczy się tak, jakby nikt nie umierał: „[...] Społeczeństwo wyгнаło śmierć, z wyjątkiem śmierci wielkich ludzi. W mieście nic nie zdradza, że coś zaszło: dawny czarno-srebrny karawan przeobraził się w zwykłą szarą limuzynę, nie budząc żadnego zamieszania w ulicznym ruchu. Społeczeństwo nie zatrzymuje się w swojej drodze: zniknięcie jednej istoty nie psuje jego ciągłości” (Ariès 1992, 550). Jacek Dziekan zauważa, że obecnie następuje renesans publicznych praktyk żałobnych pod postacią żałoby narodowej. Właściwie coraz częściej żałoba narodowa dotyczy nie tylko mężów stanu, wybitnych i ważnych osobowości, ale też na przykład polityków niższego szczebla, czy też zwykłych obywateli, jak w przypadku katastrof, które wstrząsają opinią publiczną. Warto przypomnieć, że w grudniu 1922 roku nie ogłoszono żałoby narodowej po zamordowanym prezydencie Gabrielu Narutowiczu (Dziekan 2018, 36-41). Charakterystycznym przykładem jest śmierć Wojciecha Korfatego w 1939 roku w niejasnych okolicznościach. Władze centralne, ale też władze województwa śląskiego nie wyraziły wówczas żalu (Lewandowski 2013, 216). Ceremonia pogrzebu, w której uczestniczyły tłumy, stała się wprawdzie wielką manifestacją polityczną, ale nie zmieniła się w rewoltę przeciw władzy. Kondolencje przez wiele dni drukował dziennik Korfatego – „Polonia”. Sięgając po kolejne przykłady, trzeba wspomnieć,

że funeralność była ważnym aspektem polityki i propagandy w okresie PRL-u. Żałobę narodową ogłoszono między innymi po śmierci Józefa Stalina w marcu 1953 roku. W okresie III Rzeczypospolitej nastąpił wzrost liczby zadekretowanych przez władze publicznych praktyk żałobnych. Dziekan podkreśla, że przyczyną powszechności tych praktyk, a nie – jak można byłoby sądzić – skutkiem, jest mediatyzacja (2018, 44).

Żałoba narodowa po śmierci prezydenta Pawła Adamowicza trwała od piątku 18 stycznia (od godziny 17.00) do soboty 19 stycznia (do godziny 19.00).

Od emocjonalizacji do mowy nienawiści

Współczesne komunikaty masowe charakteryzują się wysokim stopniem intensywności (waloryzacja), emocjonalizacją oraz hiperbolizacją przekazu. To zjawisko również może być powodem tworzenia komunikatów, w których używane są negatywne wykładniki językowe, takie jak: przypisywanie szczególnie negatywnych cech, uwłaczająca leksyka, lekceważenie czy unieważnianie rytuałów poważania (Kita 2014, 157). Jak zauważa Jacek Warchala: „Wyrazista i silna polaryzacja społeczeństwa jako wynik wzmagania się i napięć o charakterze politycznym, gospodarczym lub ideologicznym, narastający kryzys i jego efekty – niepokoje społeczne, mają wyraźne oblicze emocjonalne i pokazują, że procesy społeczne nie muszą mieć charakteru racjonalnego [...]” (2017, 107).

Zagadnienie wrogości, nieżyczliwości, agresji wyrażanej w sposób werbalny jest wieloaspektowe i szeroko opisywane przez badaczy od wielu lat. W roku 1965 został opublikowany artykuł Zenona Klemensiewicza pt. „Higiena językowego obcowania”, w którym autor podkreślał, że „Chamstwo językowe jak wszelkie chamstwo nie jest środkiem społecznie skutecznym” (1965, 3). To stwierdzenie sprzed pięćdziesięciu lat pokazuje znaczącą zmianę społeczno-kulturową. Współcześnie, w wielu podręcznikach dotyczących skutecznej komunikacji wskazuje się, że dosadność, dyskredytacja partnera w dialogu, używanie wulgaryzmów i dobitnych określeń wpisuje się w strategię efektywnej komunikacji oraz w budowanie (medialnego) wizerunku (Tyc 2019) w myśl zasady amerykańskiego znawcy marketingu Jacka Trouta „Wyróżnij się albo zgiń”⁴. Dziś zachowania niegrzeczne, niekulturalne nie tylko uchodzą za skuteczne, lecz także coraz częściej, szczególnie w przestrzeni medialnej, za właściwe, na co zwracają uwagę badacze zagadnienia.

Spostrzeżenie na ten temat czyni Monika Kaczor:

We współczesnej polszczyźnie obserwuje się gwałtowny wpływ środków masowego przekazu na kształtowanie się wątpliwych estetycznie językowych zachowań wśród mówiących. Brak poczucia wrażliwości na słowo prowadzi do zniżenia świadomości językowej, do upowszechniania

4. W oryginale brzmi: „Differentiate or Die”.

się nonszalancji werbalnej w codziennych kontaktach międzyludzkich. Estetyczna funkcja języka jest szczególnie pożądana tam, gdzie język komunikacji codziennej przybiera cechy kiczu, jest pozbawiony dobrej jakości [...] a nade wszystko niepokoi chamstwo i chuligaństwo językowe (2009, 66).

Pod wpływem zmian kulturowych została przesunięta granica aksjologiczna, etyczna, estetyczna. To, co jeszcze niedawno jednoznacznie uchodziło za wulgarne, dziś jest postrzegane jako potoczne⁵. Kazimierz Ożóg w 1981 roku w artykule „O współczesnych polskich wyrazach obraźliwych” zwracał uwagę na to, że zdefiniowanie i usystematyzowanie zbioru wyrazów czy środków językowych uważanych za obraźliwe jest

rzeczą bardzo trudną, gdyż w obrębie tej grupy znajduje się wiele wyrazów i zwrotów niejednorodnych, o różnym natężeniu »obraźliwości«, począwszy od wyrazów ironicznych, lekko obraźliwych okazjonalizmów, aż po bardzo obraźliwe wyrazy nieprzyzwoite i wulgarne” (1981, 180).

Trudności związane z precyzyjnym sklasyfikowaniem, nieostrość samej kategorii oraz płynność granic powoduje, że pojęcie mowa/język nienawiści jest przez niektórych badaczy uważane za mętne, a nawet nienaukowe.

Na przełomie XX i XXI wieku w polskojęzycznych badaniach humanistycznych i społecznych pojawiły się publikacje, traktujące zarówno *expressis verbis* o agresji w języku (Puzynina 1997, 76-81; Gajda 2002; Peisert 2004) czy o mowie nienawiści/agresji (Głowiński 2002, Kowalski, Tulli 2003, Bauer 2009), jak i o wartościach (Puzynina 1997) oraz roli języka w przestrzeni społecznej (Grybosiowa 2002). Warto jednak zaznaczyć, że niniejsza problematyka interesowała również badaczy innych dyscyplin naukowych, stąd jest także wiele publikacji o charakterze interdyscyplinarnym (Jurasz-Dudzik 2002, Nijakowski 2008, Wieruszewski i in. 2010). Współcześnie zainteresowanie tym obszarem tematycznym nie maleje, na co wpływają z jednej strony zjawiska właściwe dla przestrzeni internetowej, z drugiej zaś mechanizmy obecne w dyskursie polityczno-społecznym, które są eksponowane, a nawet niezwykle często celowo wykorzystywane w przekazach medialnych. Alina Naruszewicz-Duchlińska zauważa, że dziś tygodniki społeczno-polityczne są swoistym narzędziem walki, w których „sprzedaje się »krew, pot i łzy«” (2018). Dowodów na te dwie motywacje dostarczają liczne publikacje, które z jednej strony dotyczą agresywnych zachowań w nowych mediach i rozmaitych gatunków mowy, w które wpisana jest wrogość, takich jak *flaming/flare wars*, trolling, hejt(ing) (Juza 2015, Bauer 2009, Krejtz 2012, Niepytalska-Osiecka 2014, Naruszewicz-Duchlińska 2015, Skowronek 2017, Witosz 2017, Cymanow-Sosin 2018). Z drugiej zaś zachowań

5. To zjawisko obrazuje popularny w komunikowaniu masowym przymiotnik „zajebisty”, w którym wielu użytkowników nie dostrzega już wulgarne rdzenia.

agresywnych badacze poszukują właśnie w przestrzeni polityczno-społeczno-kulturowej (Peisert 2005, Smereka 2005, Głowiński 2007, Kamińska-Szmaj 2007, Nijakowski 2008, Taras 2013), gdzie poszerza się spektrum oglądu na zagadnienia związane z dyskursem dyskryminacji, wykluczenia oraz profilowaniem kategorii *Innego*, *Swojego* i *Obcego* (Witosz 2010, Ciesek 2018). Wielowymiarowość i interdyscyplinarność tego zagadnienia wpływa na to, że zostało utworzone szerokie pole semantyczne związane z problematyką nienawiści, która w literaturze jest m.in. określana jako przemoc werbalna, agresja językowa, język wrogości, język defaworyzacji, mowa nienawiści, retoryka nienawiści, dyskurs nienawiści czy hejt. Niejednokrotnie zagadnienia dotyczące tego pola tematycznego wiążą się również z emocjonalizacją (Warchala 2017), manipulacją (Karwat 2007) i propagandą (Fras 1999, Kamińska-Szmaj 2001).

Mowa nienawiści w języku angielskim jest określana terminem *hate speech* i definiowana jest jako mowa wyrażająca nienawiść do określonej grupy ludzi (*Webster's Dictionary*), czy mowa lub pismo obraźliwe z groźbami, wyrażające uprzedzenia (*Oxford Dictionary*). W Polsce pojęcie „mowa nienawiści” pojawiło się później jako tłumaczenie. Pierwszym słownikiem, który definiuje ten termin, jest internetowy *Wielki słownik języka polskiego*.

Mimo iż na gruncie polskim badacze wielokrotnie podejmowali próbę określenia, czym jest mowa nienawiści (Czykwin 2007, Nijakowski 2008, Bauer 2009, Krejtz 2012, Dębska 2013), to do dziś nie wypracowano uniwersalnej i kompleksowej definicji, na co zwracają uwagę Ewelina Rogalska i Michał Urbańczyk. Zauważają oni, że jest to zjawisko opisywane przez badaczy z różnych dziedzin, którzy przyjmują różne perspektywy oglądu, używają innych narzędzi metodologicznych czy innego języka. Ponadto trudności upatrują również w tym, że „termin »mowa nienawiści« stał się też narzędziem manipulacji i walki na polu ideologicznym oraz uległ upolitycznieniu” (2017, 118). Termin ten obejmuje: „takie zachowania, jak nawoływanie do nienawiści, groźby czy obelgi o motywacji rasistowskiej bądź ksenofobicznej, język nienawiści i wrogi język czy dyskurs dyskryminacyjny [...] wszelkie formy wypowiedzi, które wzniecają lub inspirują nienawiść rasową, ksenofobię, antysemityzm oraz inne formy nietolerancji, osłabiają bezpieczeństwo demokratyczne, spójność kulturową oraz pluralizm” (Bulandra i in. 2015, 14-16).

Współcześnie, jak pokazują liczne raporty (Bielewicz i in. 2014; Bulandra, Kościółek, Zimnoch 2015; Winiewski i in. 2017)⁶, nasila się dyskurs dyskryminacji. Przyczyn tego natężenia upatruje się w uproszczonych przekazach medialnych,

6. Warto też zasygnalizować, że na stronie „OKO.PRESS” 24.01.2019 r. została opublikowana *Lista hańby. 30 przykładów mowy nienawiści, w których decyzje prokuratury budzą wątpliwości RPO*. <https://oko.press/lista-hanby-30-przykladow-mowy-nienawisci-w-ktorych-decyzje-prokuratury-budza-watpliwosci-rpo/> [dostęp 30.04.2019].

w których wykorzystywane są stereotypy oraz stosuje się emocjonalizację, tabloidyzację i brutalizację komunikatów. Nie bez znaczenia w tych rozważaniach jest również cyfrowy wymiar dzisiejszej komunikacji, gdyż „nowe media to [...] też historycznie nowe sposoby myślenia, czucia i działania w społeczeństwie” (Filiciak i in. 2006, 10). W przestrzeni internetu wytworzył się model komunikowania, który cechuje zarówno dwukierunkowość, bezpośredniość kontaktów, bezceremonialność, jak i poczucie bycia w tłumie, anonimowości, a co za tym idzie bezkarności. Gustave le Bon stwierdził, że siła tłumu stopniowo rośnie, dlatego „epoka, w którą dane nam jest wkroczyć będzie bez wątpienia *epoką tłumów*” (2012, 5-12), także tych tworzących się w internecie, z których wyłania się grupa „surowych krytyków wszystkich i wszystkiego” (Naruszewicz-Duchlińska 2015, 7). Te mechanizmy wpływają na zamieszczane treści oraz kształtują gatunki realizowane w cyfrowej przestrzeni np. blogi hejterskie, w których jest przyzwolenie na agresję, wulgarność, obrażanie innych. We współczesnych mediach widoczny jest również trend osobliwego i nieskrępowanego wyrażania siebie i swoich poglądów oraz wygłaszania dosadnych komentarzy. To zjawisko silnie związane jest z modą na nieszablonowość, łamanie konwencji gatunkowych, negowanie norm etycznych, kulturalnych czy estetycznych, co tworzy złudzenie naturalności i szczerości, a autentyczne zachowanie jest dziś niezwykle cenione szczególnie przez młodych ludzi.

Mowa nienawiści czy też agresji ma także swe źródło w poczuciu krzywdy, frustracji czy też nadmiernej religijności. Nadmierna sakralizacja życia lub silne zakazy rodzą w konsekwencji potrzebę karnawalizacji [...], czyli potrzebę odreagowania przez werbalizację zakazanych pragnień i nazywanie tego, czego nazwać nie wolno. Jest to potrzeba katharsis, zmierzająca do rozładowania emocji [...] (Peisert 2005, 291-292).

Agresja jest także związana z wrodzonymi wzorcami zachowania, które wynikają z prawa doboru naturalnego (więcej Smereka 2005, 73). Kolejnym aspektem jest również problem określania granic wolności słowa (Rogalska, Urbańczyk 2017, 118), tolerancji, poszanowania drugiego człowieka oraz kultury osobistej.

Wielość definicji oraz szerokie pole semantyczne utworzone wokół problematyki związanej z wrogością wynika z tego, że nie zawsze zachowania antagonistyczne motywowane są nienawiścią. Współcześnie „istotną kategorią poznawczą staje się Ja” (Kita 2010, 93), czyli jednostka, która ma prawo „do tożsamości, do samorealizacji, do bycia sobą, stwarzania siebie, autoekspresji” (Kita 2010, 93). W kulturze indywidualizmu rośnie również poczucie własnej wartości, samowystarczalności, zadowolenia z siebie, braku ograniczeń, a w konsekwencji izolowania się od innych, braku empatii, tworzenia podziałów czy barier komunikacyjnych. Poczucie bycia lepszym, mądrzejszym, chęć bycia wzorem dla innych czy też potrzeba unifikacji otoczenia często leży u podstaw obraźliwych wpisów.

Nie można też pominąć potrzeby popularności, wyróżnienia się, zaistnienia w przestrzeni publicznej. Kolejnym motywem jest pogarda, czyli „silna niechęć do jakiejś osoby” (WSJP), wynikająca z rozmaitych przyczyn, m.in. poczucia wyższości, ze strachu, niewiedzy, zazdrości, stereotypów, ortodoksyjnych przekonań itp. Warto też wspomnieć, że czasami bodźcem do obraźliwych wypowiedzi jest zaciętrzewienie i potrzeba bycia zwycięzcą w dialogu. Małgorzata Kita zauważa, że dyskurs nienawiści stał się trwałym składnikiem dyskursu publicznego i języka codzienności (potocznego) (2014, 156-157). Jadwiga Puzynina z kolei już w latach 90. ubiegłego wieku stwierdziła, że w każdej epoce kultura słowa zależy od tego, co się dzieje w polityce, w życiu społecznym i umysłowym kraju (1997, 127).

Emocjonalizacja przekazów

Skrajne emocje

W niniejszym opracowaniu dla rozpoznania emocji oraz określenia ich funkcji wstępnie przeprowadzono analizę zawartych w tekście emocji za pomocą automatycznego analizatora wydźwięku. Analiza wykazała, że wszystkie tytuły prasowe (zarówno tygodniki, jak i dzienniki) niosły przede wszystkim emocje negatywne.

W przypadku tygodników tak zakwalifikowano aż 91,67 proc. wszystkich emocji wyrażonych w tekstach. Spośród nich najważniejszymi były przede wszystkim złość (28 proc.) oraz smutek (25 proc.), a następnie strach (17,8 proc.), jak również wstręt (17,8 proc.). W przypadku emocji definiowanej jako zaskoczenie czymś nieprzewidywanym uzyskano mało istotny wynik (2 proc.). Warto zaznaczyć, że w teorii Roberta Plutchika połączenie pierwotnych emocji skutkuje powstaniem emocji bardziej złożonych. W tym wypadku należy zwrócić uwagę, że mieszaniną złości oraz smutku jest cierpienie (Jasielska 2015, 214).

Również w przypadku **tytułów w dziennikach** dominowały emocje negatywne. Tak zakwalifikowano w sumie 78,9 proc. wszystkich emocji wyrażonych w tekstach. Wśród nich dominującą parą był smutek (26,7 proc.) oraz złość (22,8 proc.), a kolejną parą strach (13,3 proc.), a także wstręt (14,6 proc.). Podobnie jak w przypadku tygodników emocja zaskoczenie czymś nieprzewidywanym odnotowano mało istotny wynik (1,3 proc.).

W przypadku tygodników emocje pozytywne objęły 8,33 proc., w tym radość 3,6 proc., zaufanie 3,6 proc., a cieszenie się na coś oczekiwanego 1 proc. Z kolei w przypadku dzienników emocje pozytywne objęły 21 proc. wszystkich emocji wyrażonych w tekstach, a spośród nich najważniejszymi były radość (11 proc.) oraz zaufanie 6,8 proc., a także cieszenie się na coś oczekiwanego 2,9 proc. Emocje pozytywne związane są przede wszystkim z osobą zmarłego prezydenta (najczęściej pojawiającymi słowami są: „lider”, „niepokorny”).

Odwołując się z kolei do teorii Patricka C. Hogana, można dopatrzeć się tkwiących u podstaw przekazów wyidealizowanych, uschematyzowanych narracji. Hogan uznaje, że niezależnie od kręgu kulturowego istnieją paradygmatyczne historie, które są do siebie podobne. Dzieje się tak dlatego, że są one tworzone przez prototypowe emocje, które są załączkiem uniwersalnych mikronarracji. Jest to bardzo istotne dla budowania narracji medialnych. W odniesieniu do struktury przekazu można definiować poszczególne emocje jako: 1) wiążące (wskazują na przeszkodę: strach, wstręt, gniew, zdziwienie, wesołość; 2) wynikające (odzwierciedlają punkt, w którym dokonuje się oceny emocji wiążących: radość, smutek); 3) podtrzymujące (na nich opiera się akcja: miłość i wytrwałość). Bohaterowie przechodzą przez różne emocje wiążące, aż do momentu, gdy nie dotrą do celu oraz emocji, które wynikają z jego osiągnięcia (Kövecses 2006, 137-142).

Jak wynika z analizy, najważniejsze są emocje wiążące (strach, wstręt, gniew), a spośród emocji wynikających bardzo ważny jest smutek. Wśród narracji związanych z osobą Pawła Adamowicza dostrzec można dwie dominujące. **Pierwsza z nich jest skoncentrowana na motywie śmierci ukochanej osoby, ojca rodziny.** Dramat osnuty zostaje w niej wokół wydarzenia, które zniszczyło jednostkowy prototyp szczęścia, rozłączyło kochających się ludzi, szczęśliwą rodzinę. **Druga narracja skupia się na naruszeniu prototypu społecznego szczęścia – zginął człowiek, który był prawdziwym liderem, miał władzę oraz dobrze z niej korzystał, służył obywatelom i demokracji.** Obie te narracje budują dramat oparty w pierwszym wypadku na odmianie romantycznej, w drugiej na odmianie heroicznej.

Styczniowym wydarzeniom towarzyszyły skrajne emocje. Z jednej strony smutek, żal, rozpacz, a z drugiej złość, gniew, strach. Społeczny, publiczny wymiar żałoby wpłynął na wykreowanie wizerunku bohatera – **Pawła Adamowicza**, co jednoznacznie prezentowały tytuły prasowe na przykład: „Fenomen Adamowicza” (W 21-27.01, 18), „Śmierć wojownika” (NP 21-27.01, 20), „Zabicie dobra” (NP 21-27.01, 34). Istotny był też temat polskiej działalności samorządowej, który został wywołany w kontekście prezentowania sylwetki i dorobku prezydenta Pawła Adamowicza. Piotr Krzystek, prezydent Szczecina: „Społeczeństwo buduje się lokalnie. Politycy w parlamencie powinni zrozumieć, że samorząd nie jest ich wrogiem. A jesteśmy postrzegani, jakbyśmy komuś coś odbierali”. (W 21-27.01, 24). Ten wątek był wzmacniany zarówno jakościowo przez nazwiska prominentnych włodarzy miast, jak i ilościowo, gdyż wedle doniesień medialnych 300 samorządowców uczestniczyło w uroczystościach pogrzebowych. Istotne i symboliczne było to, że trumnę do świątyni wnieśli prezydenci: Sopotu, Gliwic, Lublina, Warszawy, Poznania i Wrocławia (A 27.01, 15).

Na przeciwległym biegunie pojawili się **antybohaterowie**, którzy byli wskazywani wprost lub pośrednio. Jednoznacznie **postacią negatywną był człowiek**,

który dokonał ataku, określano go w tygodnikach „mordercą”, „zabójcą”, „zamaczowcem”, „szaleńcem”. Zwracano uwagę na celowość i premedytację jego działania: „Uderzał celnie, był przygotowany” (NP 21-27.01, 31). Czasami przebijają się również komunikaty werbalno-wizualne, które wskazywały **Jarosława Kaczyńskiego, jako postać negatywną**: „Kaczyńskiemu mogą klaskać, mogą się go bać, ale nigdy nikt nie powie: Jarek jest ok, Jarek jest fajny gość. A Paweł taki był” (NP 21-27.01, 16). W tygodniku „Polityka” został opublikowany rysunek satyryczny, przedstawiający Jarosława Kaczyńskiego, który mówi: „Ale ja życzę ludziom źle tylko teoretycznie” (P 16-22.01, 98). Warto podkreślić, że jest to zabieg tyleż niestandardowy, co niezwykle wymowny, gdyż, jak wskazuje Mateja: „W okresie żałoby narodowej media zwykle rezygnują z prezentowania treści satyrycznych”, gdyż one nie przystają do atmosfery funeralności (2015, 307). Warto jeszcze wspomnieć, że w tygodnikach „Sieci” i „Do rzeczy” wyłonił się jeszcze jeden antybohater – **Jerzy Owsiak**, który zaostrzał konflikt polityczny, co wyrażały tytuły m.in.: „Wielka Orkiestra Szczucia na Prawicę” (DRz 28.01.-3.02, 24-25). W „Gazecie Wyborczej” (22.01) na pierwszej stronie widniał obszerny tekst „Adamowicz na celowniku” zbudowany wokół tezy odpowiedzialności **Telewizji Polskiej** za udział w nagonce medialnej na prezydenta Gdańska.

Jednak to mowa nienawiści oraz związane z nią tło polityczne tworzyły najważniejszą ramę interpretacyjną styczniowych wydarzeń.

Kod nienawiści

Opierając się na przedstawionych wynikach analizy z pierwszego etapu, skupiono się na emocjach negatywnych wyrażonych w tytułach.

Głównym winnym wydarzeń stał się język czy mowa nienawiści, którą niejednokrotnie personifikowano, aby móc stawiać jej zarzuty: „Oskarżona: mowa nienawiści” (W 21-27.01, 27). Jednak pod tą etykietą mowy nienawiści pojawiały się również sugestywne wypowiedzi, prezentowane w nagłówkach, które kierowały oskarżenia w kierunku partii rządzącej: „Bezkarne hejterzy w służbie propagandy. Fabryka nienawiści. Paweł Adamowicz był w minionym roku ponad 100 razy atakowany w programach TVP” (NP 21-27.01, 38), „PiS w pułapce. Obóz rządzący po zabójstwie Pawła Adamowicza znalazł się w takiej sytuacji, że cokolwiek zrobi może się to obrócić przeciwko niemu” (W 21-27.01, 9). „Czego nas uczy tragedia w Gdańsku? Co możemy powiedzieć o przyczynach hańby i jak mogliśmy zapobiec dalszemu osuwaniu się w barbarzyństwo?” (TP 27.01.2019, 12). „Dyktat awatarów. Zginął człowiek. Dlatego powinniśmy spróbować wyrwać się z naszych ról i politycznych uwikłań. Przeciwiczyć się w byciu dociekliwym obywatelem, któremu nie jest wszystko jedno” (TP 27.01.2019, 16).

Wokół tego terminu była budowana narracja przekazów medialnych. Wiele tytułów na okładkach tygodników zawierało leksem „nienawiść” w rozmaitych odmianach oraz zestawieniach:

- 1) Przerwać **nienawiść**. Apelują: Dymna, Bortnowska, o. Oszejca, Staniszkis, Zanussi, Ochojska, Wellman, Krzystek, Janda, Młynarska (W 21-27.01.2019)
- 2) Stop **mowie nienawiści** (Rz 16.01.2019)
- 3) Stop **nienawiści** (GW 17.01.2019)
- 4) Kto sieje **nienawiść** (DRz 21-27.01.2019)

W sumie słowo „nienawiść” wymieniono: w nagłówkach tygodników – 11 razy, a dzienników 18 razy. Tytuły główne, co pokazują powyższe przykłady, były konstruowane w formie apelatywnej (przykład 1 i 2) lub pytającej (przykład nr 4). W trzech początkowych postawiono diagnozę i sformułowano zalecenie, co należy zrobić. Warto podkreślić, że w przykładzie nr 1 apel został wsparty przez znane postaci, dlatego mogła tu zadziałać również „reguła autorytetu” (Cialdini 2011, 248). W czwartym zaś w konstrukcję pytania wpisana jest sugestia wskazania czy też poszukiwania winnego. Do nienawiści odwoływano się także niejednokrotnie w artykułach, w których ten leksem eksponowany był już w samym tytule. Jak zauważa Dorota Hukała „W nagłówkach bardzo wyraźnie odbijają się różnego rodzaju emocje dziennikarzy” (2010, 137):

- 5) Oskarżona: **mowa nienawiści** (W 21-27.01.2019)
- 6) Kto kogo bardziej **nienawidzi** (S 28.01.-3.02.2019)
- 7) **Fabryka nienawiści** (N 21-27.01.2019)
- 8) **Nienawistnicy nienawidzą nienawiści** (Rz 18.01.2019)
- 9) **Nienawiść** po tragedii (S 21-27.01.2019)
- 10) **Nienawistnicy przeciw nienawiści** (S 21-27.01.2019)
- 11) Zasiane ziarno **nienawiści** (GW 15.01.2019)

W powyższych przykładach poprzez liczne zabiegi językowe, takie jak: personifikację (przykład nr 5), metaforę (przykład nr 7, 11), pleonazm (przykład nr 8), pytanie (przykład nr 6) bądź kontrastowe, a nawet przeczące złożenia semantyczne (przykład nr 8, 10) czy też nagromadzenie wyrazów, zaliczających się do gniazda słowotwórczego zbudowanego wokół leksemu nienawiść (przykład nr 8, 10) stworzono efekt hiperbolizujący to zjawisko, a przez to także ekspresję

emocji (Doliński 2002, 351-367). Różne konstrukcje werbalne, w które wpisano nienawiść, tworzą też grę nadawczo-odbiorczą, która konsoliduje bliskość ideologiczną.

Należy nadmienić, że w nagłówkach obok słowa „nienawiść” pojawiało się też słowo „hejt” dla oddzielenia mowy nienawiści pojawiającej się w internecie:

- 12) **Hejt** w internecie nie wyhamował (GW 17.01.2019)
- 13) **Fala hejtu** po śmierci Pawła Adamowicza. Kto się wstydzi za rapera z karabinem pod okiem? (GW 25.01.2019)
- 14) Kapitulujemy wobec **hejtu**. To nie był przypadkowy **atak** (DZ 15.01.2019)
- 15) Władza wypowiedziała **wojnę** internetowym **hejterom** (DZ 17.01.2019)
- 16) Niech **hejterzy** sami zrobią zbiórkę (Rz 24.01.2019)

Co ciekawe, leksem „hejt/hejter” pojawił się tylko w tytułach dzienników – w sumie 10 razy.

Nienawiść była eksponowana we wszystkich strategicznych miejscach gazety (Żydek-Bednarczuk 2005, 170-193), pojawiła się również w lidach:

- 17) Tak jak granicą osobistej wolności jest krzywda drugiego człowieka, tak granicą wolności słowa jest ranienie innych ludzi. **Mowa nienawiści** przekracza tę granicę...(W 21-27.01.2019)
- 18) Nie jesteśmy w Polsce skazani na **spirale słownej** i fizycznej **przemocy**...(W 21-27.01.2019)
- 19) **Mowa nienawiści**, podsycając emocje, przysłania inne grandy PiS oraz ponure problemy społeczne (GW 25.01.2019)
- 20) To nie **słowa nienawiści** zabiły prezydenta mojej młodości (Rz 29.01.2019)

Była też eksponowana w wyimkach:

- 21) **Na sprzecznie wobec nienawiści można wybudować atmosferę walki** z przeciwnikiem politycznym. Czyli mówiąc lapidarnie – **nienawidząc nienawiści, też można nienawidzić innych** (DRz 21-27.01.2019)
- 22) **Twórcy języka nienawiści czują się zupełnie bezkarni**. PiS-owska władza potrzebuje ich tak bardzo, że całkowicie utraciła zdolność ich kontrolowania (N 21-27.01.2019).

Twórcze wykorzystanie wyrazu „nienawiść” nie tylko w różnych figurach stylistyczno-retorycznych, lecz także w rozmaitych kontekstach wywoływało reakcję afektywną, „co skutkuje tym, że nie skupiamy się jedynie na informacji [...], ale raczej stwarzamy pozytywną lub negatywną podstawę do kształtowania się (naszych) przekonań co do danej informacji” (Warchała 2017, 111). Żonglowanie słowem „nienawiść” czy „hejt” wywoływało negatywne emocje, oddziaływało na odbiorców przez wzbudzanie poczucia strachu i sprowokowało dyskusję, a nawet spór. Pod etykietą nienawiści ukryte były metatekstowe wypowiedzi, w których oskarżano konkretne ugrupowania polityczne, grupy społeczne. Byli przecież jacyś ONI, „nienawistnicy”, którzy tą nienawiścią się posługiwali. Ta strategia wpisuje się z kolei w jeden z sześciu wyróżników retoryki nienawiści, zaproponowanych przez Michała Głowińskiego (2007), czyli podziały dychotomiczne na „my-oni” (przykłady nr 4, 8, 10, 14, 15, 16, 21, 22). Elementy retoryki nienawiści widoczne są też w sformułowaniach apelatywnych czy oznajmiających, w których wybrzmiewają racje bezwzględne np. „Twórcy języka nienawiści czują się zupełnie bezkarni”, „Stop mowie nienawiści”. To z kolei pokazuje, że o nienawiści i jej językowych przejawach pisano w sposób, w którym dostrzegalne są przebitki retoryki nienawiści. Nienawiść była definiowana lub redefiniowana w sposób, który profilował to zjawisko według pożądanej strategii narracyjnej. Do jednej z nich obok wspomnianego już wcześniej dychotomicznego podziału świata, należy zaliczyć etykietowanie, które jest „praktyką wykluczającą *Innych/Wrogów* poza granice wspólnoty dyskursywnej, narodowej, patriotycznej i moralnej” (Ciesek 2018, 144), zatem „nienawistnicy” są etykietą odwołującą się do postawy etycznej. Twórcze wykorzystywanie słowa „nienawiść” służyło pośrednio do deprecjacji wertykalnej (Majewska 2005, 59-70) osób/środowisk, które nienawiścią się posługiwały. Stworzyło to szeroką przestrzeń interpretacji, gdyż każdy odbiorca, ze względu na punkt widzenia (Piekot 2006, 212), mógł do tych „gorszych”, „winnych” zaliczyć inną grupę.

Oprócz wypowiedzi bezpośrednich były również takie, w których zwracano uwagę na problem mowy nienawiści nie wprost, na przykład pisząc o tym *à rebours*: „Zważ na język” (TP 20.01.2019), „Ludzi dobrej woli jest więcej” (TP 27.01.2019) lub w sposób antynomiczny: „Mowa miłości” (S 21-27.01.2019) czy też używając konstrukcji opisowych: „Myślę, że było to zwieńczenie **narracji dającej przyzwolenie na wszystko**. To logiczne następstwo tego, z czym mamy do czynienia od paru lat – Andrzej Stasiuk” (N 21-27.01.2019), „Mistrzowie złych uczuć” (S 28.01.-3.02.2019), „Kultura **złych** manier” (RzPM 19-21.01.2019). Wyrażanie negatywnych opinii w sposób pośredni mogło być podyktowane przestrzeganiem normy tabu, jak zauważa Anna Dąbrowska „Przestrzeganie różnorodnych form

zakazu (czyli właśnie tabu) społecznego, politycznego i religijnego powoduje zakaz stosowania pewnych wyrazów, w których miejsce wchodzi ich zastępniki, tj. eufemizmy” (1993, 57).

Zakończenie

Pośmiertny wizerunek Pawła Adamowicza konstruowany w dziennikach i tygodnikach w okresie objętym badaniem był nieomal bez skazy. Przede wszystkim tygodniki przygotowały wydania funeralne, w których oprócz wspomnień, zamieszczone były także artykuły publicystyczne, felietony, sylwetki, eseje oraz nekrologi, kondolencje, pożegnania. Prezentowano w nich Pawła Adamowicza jako człowieka pogodnego, bezpośredniego, mającego dobre relacje z ludźmi, aktywnego społecznika i przede wszystkim jako dobrego męża, ojca, brata, przyjaciela. Wszystkie tygodniki wpisywały się w tabu śmierci, czyli konstruowały pozytywny przekaz. Jednak przypominano także o tym, że życie Pawła Adamowicza nie było bezproblemowe. Charakterystycznym przykładem było jedno zdjęcie, które opublikowano we „Wprost”. Na fotografii znajdował się plakat wyborczy, na którym twarz prezydenta Adamowicza była oblana czerwoną farbą i widniał napis „ZDRAJCA”. Z jednej strony ten obraz wpisywał się w narrację, wedle której do zabójstwa doprowadziła agresja i mowa nienawiści, której manifestacją był zniszczony plakat. Jednak z drugiej strony, to zdjęcie na tle wszystkich pozytywnych zwracało szczególną uwagę. Zadziałał tu mechanizm tzw. inklinacji pozytywnej, powodujący, „że pozytywne komunikaty są uznawane za normę, niezaskakującą na uwagę, a wzmożoną uwagę zyskują informacje negatywne” (Marczewska-Okuniewska, Kurcz 2003, 27 za Naruszewicz-Duchlińska 2015, 8). Zatem to zdjęcie nie tylko wzbudzało konfuzję, lecz także przypominało o problemach wizerunkowych prezydenta Gdańska. W tygodnikach „Sieci” i „Do rzeczy” na plan pierwszy wysunięto to, co w innych było tematem sekundarnym, czyli polaryzację w środowisku politycznym wywołaną śmiercią polityka. Warto zauważyć, że ten aspekt styczniowych wydarzeń również był atrakcyjny dla czytelników, gdyż „działanie w obrębie polityki zawsze zasada się na antagonizmie (Kłosińska 2016, 113), a to z kolei wywołuje silne emocje. Zarówno w dziennikach, jak i tygodnikach, przede wszystkim w „Gazecie Wyborczej” oraz w „Sieci” i „Do Rzeczy”, obok sylwetki prezydenta szybko zaczęto eksponować wątki sensacyjne dotyczące okoliczności zabójstwa. Obok zamachowca byli wskazywani kolejni winni/antybohaterowie, którzy mieli przyczynić się do tragedii. Jak przedstawiono w niniejszym artykule, osobnym motywem przekazów stała się mowa nienawiści, która do dziś jest eksploatowana w przekazach medialnych. Z jednej

strony temat był świadectwem wywiązywania się mediów z misji mierzenia się z ważnymi problemami społecznymi – nietolerancją, agresją werbalną. W tej funkcji media nie wykorzystały jej wystarczająco. Z drugiej strony, mowa nienawiści pełniła rolę etykiety i dzięki niej można było pośrednio wskazywać winnych. W tym wypadku z kolei odegrała swoją rolę z nadatkiem.

Skróty:

TP – Tygodnik Powszechny
TS – Tygodnik Solidarność
W – Wprost
N – Newsweek
Rz – Rzeczpospolita
RzoH – Rzecz o Historii
RzPM – Rzeczpospolita Plus Minus
P – Polityka
S – Sieci
DRz – Do Rzeczy
GW – Gazeta Wyborcza
DZ – Dziennik Zachodni

Bibliografia

- Ariès, Philippe.** 1992. *Człowiek i śmierć*, tłum. Eligia Bąkowska. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Ariès, Philippe.** 2007. *Rozważania o historii śmierci*, tłum. Katarzyna Marczevska. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Bauer, Zbigniew.** 2009. *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści” czy „mowy agresji”?*, W *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek, 46-59. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Bielewicz Michał i in.** 2014. *Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych*. Warszawa. <http://www.ngofund.org.pl/mowa-nienawisci-w-polsce-2014-transmisja-online/> [dostęp 05.05.2019]
- Bon le, Gustave.** 2012. *Psychologia tłumy. Studium powszechnego umysłu*. Gliwice: Sensus.
- Bulandra, Adam, Jakub Kościółek, Mateusz Zimnoch.** 2015. *Mowa nienawiści w przestrzeni publicznej. Raport z badań prasy w 2014 roku*. Kraków: Stowarzyszenie Interkulturalni PL.
- Cialdini, Robert.** 2011. *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Ciesek, Bernadetta.** 2018. *Dyskurs dyskryminacji i tolerancji w przestrzeni publicznej współczesnej Polski (wartości, postawy, strategie)*. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Cymanow-Sosin, Klaudia.** 2018. „Mowa nienawiści – etyczne ramy komunikowania i podmiotowa odpowiedzialność wobec walczących słów”. *Studia Medioznawcze* 3: 117-126.
- Czykwini, Elżbieta.** 2007. *Stygmat społeczny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dąbrowska, Anna.** 1994. *Eufemizmy współczesnego języka polskiego*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

- Dębska, Hanna.** 2013. *Mowa nienawiści a wolność słowa w Internecie – w poszukiwaniu uniwersalnego rozwiązania. Uwagi na marginesie rozważań Jamesa Banksa.* W *Człowiek zalogowany. Od mowy nienawiści do integracji w sieci*, red. Małgorzata Wysocka-Pleczyk, Beata Świeży, 8-17. Kraków: Biblioteka Jagiellońska.
- Doliński, Dariusz.** 2002. *Ekspresja emocji. Emocje podstawowe i pochodne.* W *Psychologia: podręcznik akademicki. T.2, Psychologia ogólna*, red. Jan Strelau. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Duszak, Anna.** 1998. *Tekst, dyskurs, komunikacja językowa.* Warszawa: PWN.
- Dziekan, Jacek.** 2018. *Od rytuału do konfliktu. Mediatyzacja żałoby posmoleńskiej.* Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Filiciak, Mirosław, Michał Danilewicz, Mateusz Halawa, Paweł Mazurek, Agata Nowotny.** 2010. *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS.* Warszawa: SWPS, <http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>. [dostęp 5.05.2019].
- Fras, Janina.** 1999. *Język propagandy politycznej.* W *Teoria i praktyka propagandy*, red. Bogusława Dobek-Ostrowska, Janina Frasz, Beata Ocieпка, 84-110. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Gajda, Stanisław.** 2002. *Agresja językowa w stosunkach międzyludzkich.* W *Język narzędziem myślenia i działania: materiały z konferencji zorganizowanej z okazji 100-lecia „Poradnika Językowego”*, red. Włodzimierz Gruszczyński, 59-66. Warszawa: Elipsa.
- Głowiński, Michał.** 2002. *Mowa agresji.* W *Człowiek i agresja. Głosy o nienawiści i przemocy. Ujęcie interdyscyplinarne*, red. Łada Jurasz-Dudzik, 259-272. Warszawa: Sic!.
- Głowiński, Michał.** 2007. „Retoryka nienawiści”. *Nauka*, 2: 19-27.
- Grybosiova, Antonina.** 2002. *Przełamywanie tradycji kulturowo-językowej w polszczyźnie medialnej.* W *Język w przestrzeni społecznej*, red. Stanisław Gajda, Kazimierz Rymut, Urszula Żydek-Bednarczuk, 75-82. Opole: Uniwersytet Opolski, Opolskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk.
- Hukała, Dorota.** 2010. *Sposoby wyrażania emocji w nagłówkach prasowych w „Fakcie” i „Gazecie Wyborczej”.* W *Od miłości do nienawiści. Językowe mechanizmy kreowania emocji*, red. Wioletta Kochmańska, Bożena Taras. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Janz, Arkadiusz, Jan Kocoń, Maciej Piasecki, Monika Zaśko-Zielińska.** 2017. *plWordNet as a Basis for Large Emotive Lexicons of Polish*, 189-193, https://www.researchgate.net/publication/322684200_plWordNet_as_a_Basis_for_Large_Emotive_Lexicons_of_Polish (dostęp: 06.06.2019).
- Jasielska, Aleksandra.** 2015. „Prototypowy obraz pogardy w narracjach potocznych”. *Socjolingwistyka* 29: 207-218.
- Jurasz-Dudzik, Łada (red.).** 2002. *Człowiek i agresja. Głosy o nienawiści i przemocy. Ujęcie interdyscyplinarne.* Warszawa: Sic!
- Juza, Marta.** 2015. „Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania”. *Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja*, 25: 27-50.
- Kaczor, Monika.** 2009. *Estetyka słowa a kultura języka.* Zielona Góra: Uniwersytet Zielonogórski.
- Kałużny, Łukasz.** 2012. „Pomiędzy tabu a pornografią. Graficzne reprezentacje śmierci w prasie”. *Kultura Popularna*, 4 (34): 140-148.
- Kamińska-Szmaj, Irena.** 2000. *Słowa na wolności: język polityki po 1989 roku: wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw.* Wrocław: Europa.
- Kamińska-Szmaj, Irena.** 2007. *Agresja językowa w życiu publicznym: leksykon inwektyw politycznych 1918-2000.* Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Kampka, Agnieszka.** 2010. „W poszukiwaniu właściwych słów – mowy pogrzebowe po katastrofie smoleńskiej”. *Forum Artis Rhetoricae*, 1-2 (20-21): 6-21.

- Karwat, Mirosław.** 2007. *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kita, Małgorzata.** 2010. *Język w mediach w kontekście kultury indywidualizmu.* W *Styl-dyskurs-media*, red. Barbara Bogołębska, Monika Worsowicz, 93-104. Łódź: Uniwersytet Łódzki.
- Kita, Małgorzata.** 2014. *Szkic o dyskursie nienawiści.* W *Język nasz ojczysty. Zbiór studiów*, red. Bożena Taras, 150-167. Rzeszów: Uniwersytet Rzeszowski, s.150-167.
- Klemensiewicz, Zenon.** 1965. „Higiena językowego obcowania”. *Język Polski*, 45: 1-8.
- Kłosińska, Katarzyna.** 2016. *Opozycja jako podstawowe tworzywo dyskursów politycznych.* W *Dyskurs i jego odmiany*, red. Bożena Witosz, Katarzyna Sujkowska-Sobisz, Ewa Ficek, 113-120. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Kövecses, Zoltán.** 2006. *Język, umysł, kultura. Praktyczne wprowadzenie*, przeł. Anna Kowalcze-Pawlik, Magdalena Buchta. Kraków: Universitas.
- Kowalski, Sergiusz, Magdalena Tulli.** 2003. *Zamiast procesu: raport o mowie nienawiści.* Warszawa: W.A.B.
- Krejtz, Krzysztof.** 2012. *Poziom kultury wypowiedzi internetowych i jego determinanty – wnioski z analizy treści wpisów polskich internautów.* W *Internetowa kultura obrażania?*, red. Krzysztof Krejtz, 23-40. Warszawa: Interactive Advertising Bureau Polska, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Ośrodek Przetwarzania Informacji.
- Lewandowski, Jan. F.** 2013. *Wojciech Korfanty.* Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Majewska, Małgorzata.** 2005. *Akty deprecjonujące siebie i innych. Studium pragmatolingwistyczne.* Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
- Mateja, Magdalena.** 2015. *Między newsem a mitem. Prasa wobec śmierci polityka.* Toruń: Uniwersytet Mikołaja Kopernika.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina.** 2015. *Nienawiść w czasach internetu.* Gdynia: Novae Res.
- Naruszewicz-Duchlińska, Alina.** 2018. *Wykład inauguracyjny na temat problemów języka i komunikacji w internecie, w ramach konferencji z okazji Dnia Bezpiecznego Internetu.* Warszawa <https://www.youtube.com/watch?v=IY22Vnyh07o> [dostęp 18.03.2019].
- Niepytalska-Osiecka Anna.** 2014. „O fejku, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej”. *Język Polski*, 94 (4): 343-352.
- Nijkowski, Lech. M.** 2008. *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu.* W *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, red. Anna Horolets, 113-133. Toruń: Adam Marszałek.
- Ostrowska, Antonina.** 1997. *Śmierć w doświadczeniu jednostki i społeczeństwa.* Warszawa: IFiS PAN.
- Ożóg, Kazimierz.** 1981. „O współczesnych polskich wyrazach obraźliwych”. *Język Polski*, 61 (3-5): 179-187.
- Pacula, Jarosław.** 2012. „Grafizacja i wizualizacja słowa w zapowiedziach medialnych”. *Media i Społeczeństwo*, (2): 74-93.
- Peisert, Maria.** 2004. *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii.* Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Peisert, Maria.** 2005. „Leksyka wartościująca w konfliktowych strategiach komunikacyjnych”. *Język a Kultura*, 17: 289-296.
- Piekot, Tomasz.** 2006. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych.* Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
- Pisarek, Walery.** 1967. *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym.* Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”.
- Pisarek, Walery.** 2002. *Nowa retoryka dziennikarska.* Kraków: Universitas.
- Płaneta, Paweł.** 2011. „Dwie dekady wolności. Obraz Polski na łamach amerykańskich dzienników w latach 1989-2009”. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3-4: 207-208.

- Puzynina, Jadwiga.** 1992. *Język wartości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Puzynina, Jadwiga.** 1997. *Słowo – wartość – kultura*. Lublin: Wydawnictwo Towarzystwa Naukowego Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Rogalska, Ewelina, Michał Urbańczyk.** 2017. „Złożoność zjawiska mowy nienawiści w pozaprawnym aspekcie definicyjnym”. *Studia nad Autorytaryzmem i Totalitaryzmem*, 39 (2) 117-135.
- Sarna, Paweł.** 2014. *Habemus Papam. O języku nagłówków prasowych*. W *Od dziennikarstwa tradycyjnego do mobilnego*, red. Marian Gierula, Marek Jachimowski, 67-76. Sosnowiec: Wyższa Szkoła Humanitas.
- Skowronek, Bogusław.** 2017. *Hejt jako zjawisko lingwistyczno-medialne. Zarys problemu*. W: *Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*, red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura, 181-190. Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej.
- Smereka, Tomasz.** 2005. „Agresja i życzliwość w kontekście zachowań komunikacyjnych”. *Język a Kultura*, 17: 69-80.
- Taras, Bożena.** 2013. *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Tyc, Ewelina.** 2019. *Nieestetyczne zachowania jako technika autoprezentacji w mediach masowych*. W *Zielonogórskie seminaria językoznawcze*, red. Magdalena Steciąg, Monika Kaczor, 151-164. Zielona Góra: Uniwersytet Zielonogórski.
- Vovelle, Michael.** 2004. *Śmierć w cywilizacji Zachodu. Od roku 1300 po współczesność*, tłum. Tomasz Swoboda, Diana Senczyszyn, Magdalena Sawiczewska-Lorkowska. Gdańsk: Słowo/Obraz Terytoria.
- Warchala, Jacek.** 2017. *Emocjonalizacja informacji*. W: *Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*, red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura, 107-130. Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wasilewski, Jacek.** 2006. *Retoryka dominacji*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Wieruszewski, Roman. i in. (red.).** 2010. *Mowa nienawiści a wolność słowa: aspekty prawne i społeczne*, Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Polska.
- Winiewski Mikołaj i in.** 2017. *Mowa nienawiści, mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*. Warszawa: Fundacja Batorego. http://www.batory.org.pl/upload/files/pdf/MOWA_NIENAWISCI_MOWA_POGARDY_INTERNET.pdf [dostęp 10.05.2019 r.].
- Witosz, Bożena.** 2010. „O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej”. *Tekst i dyskurs – Text und Diskurs*, 9-25.
- Witosz, Bożena.** 2017. *Czy „hejt” to problem genologiczny*. W *Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*, red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura, 191-205. Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wojtak, Maria.** 2010. *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*. W *Styl. Dyskurs. Media*, red. Barbara Bogołębska, Monika Worsowicz, 81-91. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Zaśko-Zielińska, Monika.** 2018. „Ocena stabilności ekspresywnej jednostek leksykalnych – propozycja opisu”. *Orbis Linguarum*, 51: 7-15.
- Żydek-Bednarczuk, Urszula.** 2005. *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*. Kraków: Universitas.