

Ewelina Sudra
Uniwersytet Łódzki

Człowiek człowiekowi hejterem

Recenzja książki Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej *Nienawiść w czasach internetu*,
Gdynia: Wydawnictwo Novae Res, 2015, ss. 203.

Everybody loves to HATE („wszyscy kochają nienawidzić”) – tak głosi hasło jednego z portali społecznościowych, który sam siebie nazywa antyspołecznym narzędziem odzwierciedlającym „złą” stronę społecznych sieci. Można tu podzielić się tym, co nas denerwuje, irytuje, złości. Przykłady podobnych stron, ale i sytuacje zaczerpniętych z życia „wirtualnego” dotyczących szykanowania i ubliżania innym, można mnożyć. Autorka książki *Nienawiść w czasach internetu* podejmuje niezwykle istotną problematykę, chociażby ze względu na społeczne i indywidualne konsekwencje, jakie pozostawia po sobie szerząca się nienawiść w sieci.

Alina Naruszewicz-Duchlińska jest profesorem Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, pracuje w Instytucie Filologii Polskiej. Jest autorką monografii, kilkudziesięciu artykułów oraz recenzji, członkinią Senackiej Komisji ds. Dydaktycznych, należy do Polskiego Towarzystwa Językoznawczego, Krakowskiego Towarzystwa Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej Tertium, Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego oraz Internet Society. Interesuje się onomastyką oraz problematyką komunikacji internetowej ze szczególnym uwzględnieniem grup dyskusyjnych. Jej książka o nienawiści w internecie oraz zjawisku tzw. hejtingu, z pewnością należy do jednych z pierwszych tak rozległych publikacji zajmujących się tym zagadnieniem.

Już okładka książki przekazuje istotne informacje o tym, co można znaleźć w środku. Niepokojące emocje wzbudza umieszczona na okładce powiększona komputerowej, czarnej klawiatury, na której w miejscu literki „J” została narysowana na czerwonym tle smutna „buzia” ☹. Klawiatura sygnalizuje, iż opisywane zjawiska „dzieją się” w świecie wirtualnym, zaś smutna buzia na czerwonym tle informuje o poważnym problemie z negatywnym wydźwiękiem. Usytuowany nad rysunkiem napis „NIENAWIŚĆ” z dużymi, białymi literami dodaje powagi tej tematyce.

W dzisiejszych czasach większość ludzi nie wyobraża sobie funkcjonowania bez internetu. Z pewnością ma na to wpływ fakt, iż to medium opanowało niemal całe nasze życie. W 2014 roku około 63% Polaków deklarowało korzystanie z internetu przynajmniej raz w tygodniu, a niemal wszyscy internauci (98%) mają dostęp do sieci w domu (Feliksiak, 2014). Współczesność

charakteryzuje się, między innymi, dynamicznym postępem i rozwojem nowych technologii. Modernizacja, technicyzacja i informatyzacja wkroczyły w niemal każdą sferę aktywności człowieka. Jednak oprócz pozytywnych zmian związanych z internetem, wskazuje się również na wiele zagrożeń. Co za tym idzie, zmienia się również przestrzeń dla badań społecznych – ulega ona znacznemu rozszerzeniu. W związku z tym można stwierdzić, iż dzięki rozpowszechnianiu się internetu pojawiają się nowe możliwości dla badaczy. Nie muszą być oni ograniczeni jedynie do badania respondentów w przestrzeni realnej, lecz mogą również wykorzystać w tym celu przestrzeń wirtualną. „Internet jest najważniejszym nośnikiem zmiany cywilizacyjnej we współczesnym świecie (...). Dzięki internetowi zachodzi radykalna zmiana przestrzeni społecznej i kontekstu społecznego, w którym znajduje się jednostka. (...) Internet stał się najpełniejszym wyrazem ponowoczesnego, sieciowego społeczeństwa informacyjnego” (Batorski, Marody, Nowak 2006, s. 18). Niektórzy badacze twierdzą, iż mamy już do czynienia z nowym trendem w socjologii, tak zwaną cybersocjologią. Zajmuje się ona komunikacją zapośredniczoną przez komputer, jak również działaniami badawczymi dotyczącymi społecznych aspektów internetu (Kubczak 2002, s. 184). W nurt tego typu badań wpisuje się recenzowana książka. Autorka analizując wypowiedzi internautów próbuje zrozumieć podstawy i uwarunkowania komunikacji internetowej, która przekroczyła normy dobrego zachowania. Komunikacja ta, jak się okazuje, wiele czerpie z możliwości, jakie dostarcza użytkownikom internet.

Internet wpływa na zachowania wielu grup społecznych. „Fenomen Internetu polega jednak na tym, że ze społecznego punktu widzenia jest on obecnie czymś znacznie więcej niż jedynie technologią komunikacyjną. Dla wielu grup społecznych stał się naturalnym środowiskiem funkcjonowania społecznego, pozwalającym na zaspokojenie większości społecznych potrzeb i motywacji. Służy nie tylko do poszukiwania informacji, lecz również do zawierania i podtrzymywania znajomości i bliskich związków. Co więcej, sieć jest także środowiskiem tworzenia się nowych społeczności oraz norm społecznych i kulturowych” (Zajac, Krejtz 2007, s. 191). Do tego zestawu zjawisk opisujących fenomen internetu należałoby również dodać poszerzenie społecznego przyzwolenia na obrażanie, wyśmiewanie innych w sieci w coraz bardziej wulgarny i agresywny sposób. Naruszewicz-Duchlińska zwraca uwagę, iż przeciętni internauci, wykorzystując anonimowość oraz brak konsekwencji swoich antyspołecznych zachowań, często wchodzą w rolę krytyka wszystkich i wszystkiego. Wpływają oni na przestrzeń komunikacyjną, w której sami funkcjonują. Nazywa się ich „hejterami”, a całe zjawisko „hejtingiem” (od ang. *hate*). Choć obraźliwe sformułowania w internecie stanowią zaledwie (a może aż) 2,5% wszystkich internetowych wypowiedzi, to jednak, jak słusznie zauważa autorka, mamy do czynienia z inklinacją pozytywną powodującą, że neutralne i pozytywne komentarze pozostają bez echa, a negatywne komunikaty potęgują wzmożoną uwagę i rodzą negatywne emocje na zasadzie kuli śnieżnej.

Celem książki *Nienawiść w sieci* jest wskazanie z perspektywy tekstologicznej oraz aksjologicznej najczęstszych językowych przejawów „hejtingu”, a także zdefiniowanie tego pojęcia. Badaczka próbuje również ustalić jakie czynniki wpływają na występowanie i popularność komunikatów, które zdecydowanie są sprzeczne z zasadami netykiety. Kolejnym założeniem pracy jest przedstawienie skutków działań „nienawistników”. Autorka przedstawia dotychczasowy dorobek badaczy i teoretyków podejmujących omawianą problematykę. Ich refleksje dotyczą zazwyczaj agresywnych aspektów komunikatów, ataków związanych z cyberprzemocą bądź negatywnymi emocjami w sieci, podczas gdy autorka recenzowanej książki odnosi się do zjawiska „hejtingu”.

Struktura książki jest bardzo przejrzysta i dostarcza w sposób wiarygodny odpowiedzi na pytania problemowe. Każdy kolejny rozdział stanowi odniesienie do jednego z pytań problemowych postawionych przez badaczkę. Podejmuje ona próbę ustalenia, czym jest „hejting”, jakie cechy wyróżniają go spośród innych zjawisk, jaka jest jego geneza. Równie ważne są dla niej odpowiedzi na pytania o uwarunkowania oraz przyczyny „hejtingu”. W tym aspekcie interesujące są refleksje na temat przyczyn tego zjawiska – zarówno wewnętrznych (agresja, frustracja), jak i zewnętrznych (zmiany kulturowe, moda medialna). Kolejne pytanie badawcze postawione przez autorkę dotyczy najpopularniejszych obiektów ataków „hejterów”. Do takich obiektów zaliczono nie tylko określone grupy (politycy, przedstawiciele innych narodów), ale również takie właściwości jak przynależność partyjna, polskość, wiejskie pochodzenie. Listę problemów badawczych zamyka pytanie o główne cechy językowe „hejtingu”, niezależne od tematyki i konwencji wypowiedzi.

Badaczka przeanalizowała obszerny zbiór komentarzy internetowych (995) o charakterze reprezentatywnym, dobranych drogą losową. Przedmiotem badań były wypowiedzi, które spełniały określone kryteria ze względu na ich treść, formę i język. Do próby badawczej autorka zakwalifikowała te komentarze, których treść wyrażała negatywny stosunek (np. wyszydzenie, ponizanie, ublizanie, dyskredytowanie, lekceważenie, obrażanie, grożenie), forma wskazywała na ton sarkastyczny, czy ironię oraz ogólnie posiadała negatywny ładunek emocjonalny, a język zawierał wulgaryzmy, groźby, określenia obraźliwe oraz prowokacje. Zatem analizowane przez autorkę wypowiedzi znacznie przekraczały granice kultury, bowiem miały agresywny charakter, a ich celem było zdeprecjonowanie odbiorcy.

Zastosowaną metodą badawczą była jakościowa analiza treści/zawartości. Analizie poddano komentarze z pierwszych artykułów zamieszczonych na stronach internetowych o wymiarze ogólnokrajowym (www.gazeta.pl, www.onet.pl), ale także o zasięgu regionalnym (www.wm.pl). Taki sposób doboru materiału badawczego pokazuje jak szerokim i wieloaspektowym zjawiskiem jest „hejting” oraz jak wszechstronną analizę zrealizowała badaczka.

W pierwszym rozdziale teoretycznym „Hejting – ogólna charakterystyka zjawiska” autorka dokonuje szczegółowej eksploracji nowego fenomenu jakim jest „hejting”. Nie posiada on jeszcze dobrze ugruntowanych założeń teoretycznych w dostępnej literaturze, stąd badaczka charakteryzuje go przy pomocy porównań do innych znanych już pojęć. Na wstępie zostają wyjaśnione różnice między takimi pojęciami, jak „trolling”, „flaming” i „hejting”. Są to pojęcia bardzo zbliżone do siebie, a różnica między nimi polega na celu w jakim podejmowane są określone działania.

W dalszej kolejności, przybliżona zostaje relacja między „hejtingiem” a innymi określeniami dotyczącymi intencjonalnego wyrażania agresji oraz innych negatywnych emocji. W tym kontekście zostają omówione aspekty, cechy „mowy nienawiści”, „języka defaworyzacyjnego”, „dyskursu wykluczenia”, a także „języka wrogości”. Na podstawie dokonanych porównań, autorka wysuwa wniosek, iż „hejting” jest pewnym rodzajem konfliktowych językowych zachowań społecznych, spełnia bowiem kryteria agresji interpersonalnej – prowadzi do cierpienia, bólu, jest intencjonalny, oraz jest przykładem antyspołecznych zachowań. Potwierdzeniem tego jest dalszy opis „hejtingu” w kategorii agresji werbalnej. Jest to bardzo wieloaspektowe i złożone pojęcie, o czym świadczy również porównanie „hejtingu” do „rytualnego chaosu”. Ponadto, autorka zwraca uwagę, że nie każde negatywne wartościowanie stanowi przejaw „hejtingu”, a charakteryzując to zjawisko uwzględnia też funkcje, jakie ono pełni.

Ciekawą częścią tego rozdziału jest zaprezentowanie skategoryzowanych przez badaczkę definicji „hejtera” w rozumieniu internautów. Zostało wyróżnionych aż dziesięć cech definicyjnych, co stanowi kolejny dowód na to, iż jest to zjawisko bardzo złożone. Równie interesującą częścią są wypowiedzi „hejterów” o samych sobie. Dominują pozytywne samooceny, które zostały ujęte w czterech kategoriach. Naruszewicz-Duchlińska wskazuje, że nie można mówić o homogeniczności odniesień do „hejtingu”, ponieważ agresor jest różnie postrzegany i w różny sposób ludzie na niego reagują. Komunikacja, do której przedostał się „hejter” zostaje zaburzona i nie można przywrócić jej merytorycznego charakteru. „Hejterom” zależy bowiem jedynie na wywołaniu chaosu i kłótni, co autorka często powtarza w swoich rozważaniach.

Kolejny rozdział teoretyczny dotyczy uwarunkowań i przyczyn „hejtingu”. Autorka, bazując na teorii przyczyn agresji, poszukuje odpowiedzi na pytanie jakie są uwarunkowania i przyczyny „hejtingu”? Jest to szczegółowa prezentacja stymulantów „hejtingu”, ilustrowana przykładami wypowiedzi internautów, świadczącymi o danej cesze. Naruszewicz-Duchlińska dużo uwagi poświęca psychologicznym uwarunkowaniom zjawiska. Do nich można zaliczyć frustrację oraz dążenie do pozyskania uwagi i szacunku. Do społeczno-kulturowych czynników można włączyć narzekanie, wpisane w konwencję stereotypowego polskiego zachowania, coraz większą zgodę

na obecność agresji i akceptacji wulgaryzmów w sieci, a więc zmianę kulturową oraz różnego rodzaju ideologie wysuwające na pierwszym miejscu niechęć, przemoc, bezprawie. Szczególnie ważne są te uwarunkowania, które wynikają z natury i zalet internetu. Są to: anonimowość i brak konsekwencji z niewłaściwych zachowań, brak tradycyjnej hierarchii, która pomija zwroty grzecznościowe i związany z tym brak poszanowania dla netykiety. Przy tym ostatnim czynnikiem autorka przytacza regulaminy analizowanych witryn internetowych i omawia normy kulturowe. Przytaczane przykłady wzbogacają rozważania teoretyczne oraz dodają wiarygodności podawanym założeniom.

W ostatnich dwóch empirycznych rozdziałach książki, Naruszewicz-Duchlińska prezentuje i omawia wyniki swoich badań. Jest to najobszerniejsza część publikacji. Stanowi ona bogaty zbiór przykładów analizowanych portali ze względu na założone kryteria i kategorie. Jeden z nich, „Najpopularniejsze obiekty ataków”, przedstawia pierwszoplanowe obiekty agresywnych odniesień, stanowiących przedmiot wieloletniej obserwacji prowadzonych przez badaczkę. Zostało utworzonych szesnaście kategorii, w których zaprezentowano przykłady „hejtingu” wraz z komentarzami autorki trafnie opisującymi cechy zjawiska. Wśród tych kategorii najwięcej miejsca zostało poświęcone polityce: przynależność partyjna/popieranie poglądów określonej partii, wyborcy głosujący na danych polityków, bycie politykiem, znani politycy. Pozostałe kategorie to: polskość, „polaczki” i „polactwo”/„polaczkostwo”, emigracja, inne narody, religia, finanse, seksualność, cechy umysłu oponenta/obiektu odniesienia, wiejskie pochodzenie, braki w wykształceniu i błędy językowe, stronniczość i brak profesjonalizmu mediów i dziennikarzy, znane osoby. Wielość przykładów kategorii pokazuje, że każdy temat może stać się obiektem ataków „hejterów”. Prezentacja wyników badania jest bardzo uporządkowana, a przytaczane przykłady wypowiedzi niezwykle trafne. Struktura prezentacji wyników pozwala na łatwe i szybkie odszukanie danego zagadnienia i zrozumienie jego treści.

Drugi z rozdziałów empirycznych, a zarazem ostatni całej książki, dotyczy „Głównych cech językowych”. Badaczka posiłkując się przykładami komunikatów tworzonych przez „hejterów” dokonuje analizy językowej, zebranego materiału badawczego. To, co stanowi podstawę językową „hejterów” to istota potoczności oparta na silnie emocjonalnym wartościowaniu i ocenie ujmowanych faktów, zjawisk, procesów i zdarzeń. Przez komunikowaną treść wyrażane są głównie negatywne emocje. W kontekście komunikowania negatywnych emocji, badaczka analizuje wulgaryzmy oraz pejoratywizujące przekształcenia nazw własnych. „Hejting” charakteryzuje antropocentryzm, rozumiany jako nastawienie na konflikt i walkę z drugim człowiekiem za pomocą potocznego słownictwa. Oprócz badania lingwistycznej strony wypowiedzi nienawistników, w tym rozdziale autorka dokonuje także interesującej analizy polilogu z punktu wzajemnych odniesień tematycznych.

Badanie przeprowadzone przez autorkę pozwala wysnuć wniosek, iż „hejter” nie jest zainteresowany nawiązaniem konstruktywnego dialogu, a możliwość wypowiedzenia się anonimowo, jaką stwarza internet, wykorzystuje on jedynie do upustu swoich negatywnych emocji, w celu wywołania kłótni. Naruszewicz-Duchlińska podkreśla, że „hejter” odrzuca kodeks netykiety i stosuje odwrotny, wykorzystując maksymy niegrzeczności, które zostały przez autorkę scharakteryzowane w „Podsumowaniu”.

Książka „Nienawiść w czasach Internetu” Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej jest interesującą pozycją literaturową. Autorka porusza bardzo istotny i współczesny problem. Publikacja stanowi kompilację najważniejszych problemów dotyczących zjawiska „hejtingu”, w tym jego definicję, uwarunkowania, obiekty agresji oraz język. Badaczka rzetelnie i dokładnie opracowała część merytoryczną oraz empiryczną, wzbogacając obie o liczne trafnie dobrane przykłady wypowiedzi „hejterów”. Z pewnością jest to obowiązkowa lektura dla teoretyków i badaczy komunikowania wirtualnego, w tym form przemocy, agresji, a przede wszystkim „hejtingu”.

Bibliografia

Feliksiak, M. (2014). *Internauci 2014*, Komunikat CBOS, Warszawa.

Batorski D., Marody M., Nowak A. (red.). (2006). *Spoleczna przestrzeń internetu*, Warszawa: Academica.

Kubczak A. (2002). *Cybersocjologia? Internet jako przedmiot zainteresowania socjologów*, [w:] L. Haber (red.), *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, Kraków: Wydział Nauk Społecznych Stosowanych AGH.

Zając J.M., Krejtz K. (2007). *Internet jako przedmiot i obszar badań psychologii społecznej*, „Psychologia Społeczna”, tom 2, 3–4 (5), ss. 191-200.

Ewelina Sudra, ukończyła magisterskie studia socjologiczne w Uniwersytecie Łódzkim w 2011 r. Obecnie jest doktorantką w Katedrze Socjologii Wsi i Miasta na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Píše pracę doktorską na temat postaw przedsiębiorczych młodzieży z obszarów wiejskich. Zainteresowania naukowo-badawcze obejmują zagadnienia z zakresu socjologii obszarów wiejskich i miejskich, socjologii przedsiębiorczości, a także socjologii medycyny. W dorobku naukowym ma około piętnaście artykułów dotyczących problematyki wsi i socjologii medycyny.

Kontakt z autorką: ewelina.m.sudra@gmail.com