

Patricia Guevara-Woźniak

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

ORCID 0000-0001-8775-138X

DOI: [10.35464/1642-672X.PS.2020.3.05](https://doi.org/10.35464/1642-672X.PS.2020.3.05)

Jak tworzyć dobre wzorce w komunikowaniu? Działania profilaktyczne przeciw mowie nienawiści

How to create good communication patterns? Preventive measures against hate speech

ABSTRACT: In my reflections on communication patterns in the media, I will start with a perverse example that aims to highlight, perhaps even exaggerate, the complicated relationship that occurs in the media sphere between people who are both senders and recipients of messages. Surely almost all of us know the novel "The Sorrows of Young Werther" by J. W. Goethe, which for contemporary youth is basically an example of a somewhat dusty epistolary novel, and sometimes simply an example of the terribly boring exaltation of the young protagonist – Werther. However, when the novel was published in 1774, the young protagonist of the novel attracted a multitude of followers, not only with his bizarre outfit and exaltation, but ultimately with his suicidal attitude. In the twentieth century, American sociologist David Philips described this phenomenon as "the Werther effect", which includes all imitative behaviors, in this case – suicidal. Mass media have the power to affect the perception of reality. If we give the media space the possibility of pathological content to emerge, then in principle we should be 100% sure that this content will find its followers, just as many young people imitated Werther. And since the viewer sees the "truth", they start to put the Werther effect into practice, hence the short way to the seemingly incomprehensible popularity of pathostreams and, what is worse, quite a number of followers of this way of being. The research conducted indicates that these changes have a significant impact on the formation of young people's attitudes, their worldview, values and beliefs, etc. The features which characterize an increasing part of the population of young people, such as the spread of consumer attitudes and a frustrating sense of wealth stratification, are a cause for concern. This is manifested by increasing violence, criminal behaviors, alcohol and drug abuse and risky sexual behaviors. There has also been a significant increase in the number of families in which parents devote much more time

to work than to the children themselves in order to ensure their children's social status. This situation causes children, especially teenagers, to shift their mental and emotional needs from family to peer groups, where risky behaviors may prevail. The new economic and social conditions also force young people to reorient their lifestyles, which are expected to be (effectively and not always ethically) self-confident in terms of "accelerated adulthood". One of the possible ways of solving this problem is shown by "Remedium", which, due to its specificity, has an easier task. "Remedium" is an interdisciplinary magazine addressed to a wide audience of many specialties. The monthly magazine aims to increase knowledge and develop the mental prophylaxis skills of teachers, educators, parents/guardians, other people working with children and young people and their families. The published materials provide these people with the necessary psycho-educational tools, the use of which contributes to minimizing risk factors and increasing knowledge about protective factors. It also points out ways to skillfully use modern media to protect children, young people and ultimately entire families. The questions are: why cannot communication be more careful in the more mainstream media? Are institutional solutions for these issues possible? How to consciously build mass media pedagogy? I would like to point out some ready-made possible solutions. The World Health Organization together with the Polish Suicidological Society has published the "Poradnik dla pracowników mediów: Zapobieganie samobójstwom" ("Guide for Media Workers: Suicide Prevention"). What is particularly important is that this guide, in a very simplified form, shows how a media worker, editorial staff should act in specific situations, what they can publish, in what form the publication is safe for the community. What is more, in this case, what appears in the media is monitored very intensively, communicating with the editors in case of inappropriate information. Hate is also a tracing paper of a specific behavior that can be influenced by breaking the chain with appropriate methods, perhaps introducing a mandatory communication guide would be a way to partially solve this problem.

KEYWORDS: mass media, communication, the Werther effect, hate, hate speech, guide, media.

STRESZCZENIE: Swoje rozważania na temat komunikacyjnych wzorców w mediach rozpocznę od pewnego przewrotnego przykładu, którego zadaniem jest uwypuklenie, być może nawet przerysowanie, pewnej skomplikowanej relacji jaka zachodzi w sferze medialnej pomiędzy ludźmi, którzy są zarówno nadawcami komunikatów jak i ich odbiorcami. Któż z Państwa nie zna powieści „Cierpienia młodego Wertera” J.W. Goethego, który dla współczesnej młodzieży jest w zasadzie okazem nieco zakurzonej powieści epistolarnej, a czasem po prostu przykładem przeraźliwie nudnej egzaltacji młodego bohatera Wertera. Jednak w momencie, gdy powieść została wydana w 1774 roku, młody bohater powieści pociągnął za sobą rzeszę naśladowców nie tylko swoim dziwnym strojem, egzaltacją, ale i ostatecznie swoją suicydalną postawą. W XX wieku amerykański socjolog David Phillips określił to zjawisko mianem „efektu Wertera”, które obejmuje wszelkie zachowania naśladowcze, w tym wypadku samobójcze. Massmedia mają siłę kształtującą odbieranie rzeczywistości. Jeśli w przestrzeni medialnej dajemy możliwość zaistnienia patotreściom to w zasadzie powinniśmy być w stu procentach pewni, że znajdują one swoich naśladowców, tak samo jak wielu młodych ludzi naśladowało Wertera. A skoro odbiorca widzi „prawdę”, to zaczyna wcielać w życie werterowski efekt, stąd już krótka droga do, wydawałoby się niezrozumiałej, popularności patostreamów, i co gorsza całkiem sporej rzeszy naśladowców takiego sposobu bycia. Prowadzone badania wskazują, iż zmiany te mają istotny wpływ na kształtowanie się postaw młodych ludzi, ich światopoglądu, wartości i przekonań. Niepokój budzą cechy, które charakteryzują coraz większą część populacji ludzi młodych, jak m.in. upowszechnienie się postaw konsumpcyjnych oraz frustrujące poczucie rozwarstwienia majątkowego. Przejawem tego jest narastająca przemoc, zachowania przestępcze, nadużywanie alkoholu i narkotyków, ryzykowne zachowania seksualne. Zwiększyła się też znacząco liczba rodzin, w których rodzice chcą zapewnić swoim dzieciom odpowiedni status społeczny, poświęcając pracy znacznie więcej czasu niż im samym. Sytuacja ta sprawia, że dzieci, a szczególnie nastolatki, przenoszą swoje potrzeby psychiczne, emocjonalne z rodziny na grupy rówieśnicze, w których dominować mogą zachowania ryzykowne. Nowe warunki ekonomiczno-społeczne zmuszają również młodzież do reorientacji stylu życia, od której oczekuje się (skutecznej i nie zawsze etycznej) samosterowności w zakresie „przyspieszonej dorosłości”. Jedną z możliwych dróg rozwiązania tego problemu pokazuje właśnie „Remedium”, które ze względu na swoją

specyfikę ma ułatwione zadanie. „Remedium” jest czasopismem interdyscyplinarnym kierowanym do szerokiej grupy odbiorców wielu specjalności. Miesięcznik ma na celu zwiększanie wiedzy i rozwijanie umiejętności psychoprophylaktycznych nauczycieli, pedagogów, rodziców / opiekunów, innych osób pracujących z dziećmi i młodzieżą oraz ich rodzinami. Publikowane materiały dostarczają niezbędnych narzędzi psychoedukacyjnych, których stosowanie przyczynia się do minimalizowania czynników ryzyka i wzrostu wiedzy na temat czynników chroniących. Wskazuje też sposoby na umiejętne, świadome korzystanie z nowoczesnych mediów po to, aby chronić dzieci, młodzież i ostatecznie całe rodziny. Pytania są takie: dlaczego w mediach bardziej mainstreamowych nie da się być ostrożniejszym w sposobie komunikowania? Czy są możliwe instytucjonalne rozwiązania tych kwestii? Jak świadomie budować pedagogikę massmediów? Chciałabym wskazać na pewne gotowe możliwe rozwiązania. Światowa Organizacja Zdrowia wraz z Polskim Towarzystwem Suicydologicznym wydało „Poradnik dla pracowników mediów: Zapobieganie samobójstwom”. Co jest szczególnie ważne, poradnik ten w bardzo uproszczonej formie wskazuje jak pracownik mediów, redakcje powinny postępować w określonych sytuacjach, co mogą publikować, w jakiej formie publikacja jest bezpieczna dla społeczności. Mało tego, w tym przypadku bardzo intensywnie monitoruje się to, co ukazuje się w mediach, komunikując się z redakcjami w razie nieodpowiednio zbudowanej informacji. Hejt jest również kłaką określonego zachowania, na które można wpłynąć poprzez przerwanie łańcucha odpowiednimi metodami. Być może wprowadzenia obowiązkowego poradnika komunikacyjnego byłoby sposobem na częściowe rozwiązanie tego problemu.

SŁOWA KLUCZOWE: mass media, komunikacja, efekt Wertera, hejt, mowa nienawiści, poradnik, media.

W kontekście różnych negatywnych zjawisk społecznych związanych ze współczesnymi mediami mówi się bardzo wiele na temat zjawiska określanego mianem „hejtu”. Termin ten pochodzi od angielskiego słowa *hate* oznaczającego nienawiść, i jak dotąd nie znalazł on odpowiedniego określenia w języku polskim. To co jest dla mnie istotne w tych rozważaniach, to przede wszystkim to, że nowe media okazały się doskonałym miejscem do wyrażania nienawiści wobec wszystkiego, co otacza „hejtującego” człowieka, a aura anonimowości towarzysząca Internetowi zdaje się być silnym katalizatorem dla tego typu zachowań społecznych. Ma też na to istotny wpływ pewna postawa społeczna ogólnie przyjęta w mediach, w której wszechobecną nienawiść traktuje się jako pewną sytuację zastaną, a nie świadomie kształtowaną polegającą na pobłażliwości wobec hejtujących ludzi, w myśl zasady niech mówią wszystko jedno co, byle mówili, a przy okazji może się uda jeszcze coś sprzedać.

Jeśli mówimy o „hejcie”, to o czym właściwie mówimy? Dla potrzeb niniejszego artykułu przyjmę definicję, że hejt to jest wszelka forma wypowiedzi, która szerzy, propaguje czy usprawiedliwia nienawiść wobec wszystkiego co inne. Nie jest to tylko nienawiść rasowa, ksenofobia, antysemityzm, ale i inne formy nienawiści bazujące na nietolerancji definiowane w ten sposób przez Radę Europejską (Recommendation No. R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on „hate speech, 1997). Bardzo istotne jest to, że są to zachowania silnie nacechowane agresją, i w związku z tym nie można ich bagatelizować. Jako kolejną przyczynę można wskazać również to, że treści w Internecie można bardzo łatwo tworzyć, a ilość umieszczanych w sie-

ci treści przekracza możliwości kontrolowania instytucjonalnego. W Raporcie dotyczącym patotreści z 2019 roku czytamy, że patologiczne treści prezentowane w sieci przez indywidualnych nadawców, jakkolwiek kojarzone głównie z patostreamerami, nie ograniczają się do tej formy przekazu. Do grona patonadawców zaliczyć należy również osoby prezentujące szkodliwe materiały w serwisach społecznościowych w postaci filmów, ale także zdjęć i tekstów. Patologiczne treści prezentowane są również przez pseudoartystów, promujących w swoich utworach, głównie w piosenkach, takie zachowania, jak: przemocowy seks, zażywanie narkotyków czy upijanie się (Patotreści w Internecie, Raport o problemie, Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę we współpracy z Rzecznikiem Praw Obywatelskich, Warszawa 2019).

Chciałabym rozpocząć swoją refleksję od pewnego przewrotnego przykładu. Ale jest to z mojej strony przemyślany zabieg, którego zadaniem jest uwypuklenie, być może nawet przerysowanie pewnej skomplikowanej relacji jaka zachodzi w sferze medialnej pomiędzy ludźmi, którzy są zarówno nadawcami komunikatów jak i ich odbiorcami. Któż nie zna powieści *Cierpienia młodego Wertera* J.W. Goethego, który dla współczesnej młodzieży jest w zasadzie okazem nieco zakurzonej powieści epistolarnej, a czasem po prostu przykładem przeraźliwie nudnej egzaltacji młodego bohatera – Wertera. Jednak w momencie, gdy powieść została wydana w 1774 roku, młody bohater pociągnął za sobą rzeszę naśladowców, nie tylko swoim dziwacznym strojem, egzaltacją, ale i ostatecznie swoją suicydalną postawą. W dwudziestym wieku amerykański socjolog David Philips (*Poradnik dla pracowników mediów*, 2002) określił to zjawisko mianem *efektu Wertera*, które obejmuje wszelkie zachowania naśladowcze, w kontekście tego co poruszam, oczywiście samobójcze. Dlaczego o tym mówię? Ponieważ David Philips wyraźnie wskazał na pewną relację pomiędzy tym co się widzi i co się „podoba” a naśladowaniem tego, co się „podoba” w życiu realnym. I jakby na to nie patrzeć, przestrzenią w której się wytwarza to, co się „podoba” są szeroko rozumiane media, które mają siłę kształtującą odbieranie rzeczywistości. Jeśli w przestrzeni medialnej dajemy możliwość zaistnienia patotreściom, to w zasadzie powinniśmy być w stu procentach pewni, że treści te znajdą swoich naśladowców, tak samo jak wielu młodych ludzi naśladowało Wertera. Odwołam się tutaj do słów prof. Bartosza Łoży kierownika Kliniki Psychiatrii Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, który w wywiadzie dla portalu Polityka.pl udzielonego Joannie Cieśli mówił:

Większość z nas bez głębszej refleksji wchłania papkę newsową, którą przekazują nam media, zwłaszcza te szybkie, operujące skrótami. Działa tu mechanizm modelowania – mamy podaną całą gotową historię – o prawdziwym człowieku, prawdziwym życiu, prawdziwych decyzjach, z początkiem i koń-

cem. Nie musimy wkładać żadnego wysiłku w to, żeby ją śledzić, siedzimy w fotelu, a ona jest nam opowiadana. Staje się szczególnie wiarygodna dzięki wykorzystaniu takich technik jak nakręcone drżącą ręką filmy przysłane przez widzów, relacje i amatorskie zdjęcia internautów. To wszystko potwierdza, że to prawda, nie jakaś kreacja.

A skoro odbiorca widzi „prawdę”, to zaczyna wcielać w życie werterowski efekt, stąd już krótka droga do wydawałoby się niezrozumiałej popularności patostreamów (Kmieciak-Goławska, 2019), i co gorsza całkiem sporej rzeszy naśladowców takiego sposobu bycia. Nie chciałabym jednak, żeby wydźwięk mojej wypowiedzi pozostał wyłącznie piętnujący. Jestem człowiekiem mediów i przez lata mam przyjemność przyglądania się ich mocom sprawczym. Mocno wierzę w to, że ten werterowski mechanizm można odwrócić. W jaki sposób? Zaraz do tego wrócę.

Odwołam się teraz do badań CBOS przeprowadzonych we współpracy z Krajowym Biurem ds. Przeciwdziałania Narkomanii, które nazywały się „Młodzież 2016”. Badania te były kontynuacją badań prowadzonych od ponad dekady. Monitorowanie życia i zachowań młodzieży pozwala określić zmiany jakie zachodzą w tej określonej grupie społecznej. Badanie obejmowało uczniów 82 losowo wybranych szkół (próba 1724). Respondentami byli uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych. Należy podkreślić, że projekt „Młodzież” ma charakter unikalny – pozostaje jednym z nielicznych projektów badawczych, które są realizowane cyklicznie przez tak długi czas, z zastosowaniem tej samej metody i wspólnego rdzenia kwestionariuszy. Tworzy to unikalną możliwość śledzenia trendów (Jarmuszkiewicz, 2017). Raport z 2016 r. dotyczył kwestii: zainteresowania i aktywności on-line, domu rodzinnego, rówieśników; warunków materialnych, w których żyje młodzież; szkolnych relacji; planów życiowych, stosunku do polityki itd. To co jednak będzie nas tutaj interesowało, to kwestia młodzieży w sieci. Jak wskazuje to badanie, aż 99% badanej młodzieży ma dostęp do komputera w domu, a 97% korzysta z Internetu za pomocą urządzeń mobilnych. W badaniu widać, że w porównaniu z rokiem 2013, kiedy badani deklarowali, że spędzają przeciętnie 3 godziny na surfowaniu po sieci, w roku 2016 ten czas zwiększył się do ponad 4 godzin. Chłopcy spędzają w sieci więcej czasu (4,17 h), podczas gdy dziewczęta nieco mniej niż 4 godziny (3,84 h). Najczęściej podejmowane aktywności w Internecie to: chłopcy – ściąganie i słuchanie muzyki (72%) oraz kontakt ze znajomymi (68%). U dziewcząt jest odwrotnie: kontakty z przyjaciółmi (88%) słuchanie muzyki (74%).

Badanie pokazało, że aktywność on-line młodzieży w znacznym stopniu jest zdeterminowana przez płeć. Chłopcy częściej grają w gry sieciowe i hazard-

dowe, przeglądają strony poświęcone swoim hobby i pasjom, natomiast dziewczęta skupiają uwagę na kontaktach towarzyskich, nauce, odwiedzaniu sklepów internetowych i śledzeniu blogów, a także oglądaniu filmów i seriali on-line. Chłopcy częściej prowadzą kanały YouTube oraz zawierają nowe znajomości za pośrednictwem Internetu (Jarmuszkiewicz, 2017).

Według innych badań, które przeprowadził NASK – Państwowy Instytut Badawczy – pt. „Nastolatki 3.0” z 2017 roku, aż 43% uczniów twierdzi, że jest w sieci non stop, a tylko 0,7% nie korzysta z niej wcale (<https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html>). W tych samych badaniach aż 60% badanych nastolatków przyznało, że ich znajomi byli w sieci poniżani. Przytoczyłam te dane liczbowe, żeby jak najbardziej uwypuklić problem, który dotyczy, czy chcemy, czy też nie chcemy, nas wszystkich. Wyobraźmy sobie, że na sto osób sześćdziesiąt doświadcza jakiejś formy agresji słownej, czyli właśnie mowy nienawiści. Dane pochodzą z lat 2016 i 2017, oraz dotyczyły bardzo ograniczonej grupy badawczej. Trzeba zatem założyć, że te wyniki mogą być niemiarodajne względem całego społeczeństwa, ale wystarczy na chwilę „zajrzeć” do Internetu, do komentarzy pod artykułami na popularnych portalach Internetowych, żeby przekonać się o tym, z jak dużym zasięgiem hejtu się zmierzamy, i że nie jest to wyłącznie problem ludzi młodych. Innym aspektem, na który należy zwrócić uwagę jest fakt jak wielu młodych ludzi korzysta z Internetu. Na podstawie badania CBSU z 2016 roku można powiedzieć, że pod wpływem oddziaływania Internetu jako medium komunikacyjnego pozostaje 72% chłopców i około 88% dziewcząt. To jest ta grupa społeczna, która bardzo silnie ulega wpływom otoczenia, i to jest ta grupa społeczna, która mówi, że około 60% z nich doświadczyła mowy nienawiści. Na ludziach dorosłych tworzących rzeczywistość medialną, spoczywa obowiązek, by ograniczać możliwość pojawiania się mowy nienawiści w przestrzeni publicznej przede wszystkim odpowiednią postawą. Mam tu na myśli dojrzały i przemyślany sposób komunikowania się. Problem polega też na tym, że tę przestrzeń nie tworzą wyłącznie ludzie mediów, ale tworzy ją każdy, kto ma dostęp do sieci. I tutaj pojawiają się ogromne braki w edukacji medialnej, która nie jest wprowadzona na żadnym z poziomów edukacyjnych, ani w szkołach podstawowych, ani w szkołach średnich. Szybko rozwijająca się sieć komunikacyjna nie daje też możliwości na naturalne, wielopokoleniowe tworzenie jakiegoś systemu bezpieczeństwa, nazwijmy to bezpieczeństwo rodzinnego przed mediami. Współczesny człowiek jest wydany, wręcz rzucony w przestrzeń massmediów.

Na podstawie kilkunastu wydań miesięcznika *Remedium* współtworzonego przez specjalistów różnych dziedzin, który mam przyjemność współtworzyć

i być redaktorem naczelnym, dokonałam krótkiej, i mam świadomość, że mocno uogólnionej analizy przyczyn powstania mechanizmu „mowy nienawiści”. To jest ten grunt, na którym według autorów piszących na łamach *Remedium*, rośnie mowa nienawiści. Oto wnioski: wielu nauczycieli oraz profilaktyków zajmujących się dziećmi i młodzieżą uważa, że zachodzące zmiany społeczne destabilizujące system wartości społecznych, poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego rodzin znacznie utrudniają wypracowanie modelu programu wychowawczego, odpowiadającego istniejącym potrzebom i problemom. Prowadzone badania wskazują, iż zmiany te mają istotny wpływ na kształtowanie się postaw młodych ludzi, ich światopoglądu, wartości i przekonań. Wskazują także na istotne różnicowanie w zakresie realizacji obranych przez nich celów życiowych, których zaspakajanie często uwarunkowane jest ich pochodzeniem społecznym, środowiskiem, w jakim się wychowują, sytuacją materialną rodziców oraz rodzajem wykształcenia. Niepokój budzą cechy, które charakteryzują coraz większą część populacji ludzi młodych, jak m.in. upowszechnienie się postaw konsumpcyjnych, frustrujące poczucie rozwarstwienia majątkowego. Przejawem tego jest narastająca przemoc, zachowania przestępcze, nadużywanie alkoholu i narkotyków, ryzykowne zachowania seksualne. Jednocześnie rozluźnieniu uległy relacje wewnątrzrodzinne, powodując zaburzenia realizacji funkcji wychowawczej. Zwiększyła się też znacząco liczba rodzin, w których rodzice chcąc zapewnić swoim dzieciom odpowiedni status społeczny, poświęcają pracy znacznie więcej czasu niż im samym. Sytuacja ta sprawia, że dzieci, a szczególnie nastolatki, przenoszą swoje potrzeby psychiczne, emocjonalne z rodziny na grupy rówieśnicze, w których dominować mogą zachowania ryzykowne. Nowe warunki ekonomiczno-społeczne zmuszają również młodzież do reorientacji stylu życia, od której oczekuje się (skutecznej i nie zawsze etycznej) samosterowności w zakresie „przyspieszonej dorosłości”. Niski standard materialny niektórych rodzin, który spowodował wykreowanie się młodzieży tzw. „gorszego startu”, nie sprzyja realizacji takiego modelu. Stąd też wielu młodych ludzi popada w głęboki, niebezpieczny i skumulowany stan frustracji wyrażający się zachowaniami destrukcyjnymi w kontaktach z innymi oraz w aktach samoagresji. Obserwowane problemy oraz zachowania ryzykowne dzieci i młodzieży wymagają włączenia do działań profilaktycznych przedstawicieli wielu środowisk: nauczycieli, wychowawców, pedagogów, rodziców oraz instytucji zajmujących się planowaniem działań profilaktycznych, w tym – co uważam za bardzo istotne – mediów. Działania te powinny zmierzać w kierunku polepszania dialogu między młodzieżą a dorosłymi w kwestii właściwego diagnozowania ich potrzeb i problemów. W jaki sposób możemy tego dokonać?

Anna Baran, przewodnicząca Grupy ds. Mediów Zespołu ds. Prewencji Samobójstw i Depresji przy Radzie ds. Zdrowia Publicznego Ministerstwa Zdrowia (Puls Medycyny, 2018) podczas jednego ze spotkań mówiła: wprowadźmy zerową tolerancję dla hejtu, napiętnowania czy mobbingu, pokazujemy jak można radzić sobie z tymi szkodliwymi zjawiskami, jak wzmacniać odporność psychiczną, i jak szukać pomocy. Jedną z możliwych dróg pokazuje właśnie *Remedium*, które ze względu na swoją specyfikę ma ułatwione zadanie. *Remedium* jest czasopismem interdyscyplinarnym kierowanym do szerokiej grupy odbiorców wielu specjalności. Miesięcznik ma na celu zwiększanie wiedzy i rozwijanie umiejętności psychoprophylaktycznych nauczycieli, pedagogów, rodziców / opiekunów, innych osób pracujących z dziećmi i młodzieżą oraz ich rodzinami. Publikowane materiały dostarczają tym osobom niezbędnych narzędzi psychoedukacyjnych, których stosowanie przyczynia się do minimalizowania czynników ryzyka i wzrostu wiedzy na temat czynników chroniących. Wskazuje też sposoby na umiejętne świadome korzystanie z nowoczesnych mediów, po to, aby chronić dzieci, młodzież i ostatecznie całe rodziny. Pytanie jest takie, dlaczego w mediach bardziej mainstreamowych nie da się być ostrożniejszym w opisie, w sposobie komunikowania się? Co się stało, że celem hejtu może się stać każdy, z błahej przyczyny? Przytoczę tutaj przykład z początku pandemii związanej z SARS-CoV-2: w sytuacji początkowego strachu służby medyczne otrzymywały entuzjastyczne oklaski za pomoc niesioną ludziom, a za chwilę stały się obiektem nienawistnych ataków...

Próbuję tutaj zasugerować swego rodzaju pedagogiczny wymiar mediów, którego według mnie nie można bagatelizować. Media, czyli my ludzie mediów, powinniśmy kształtować odpowiednie postawy. A czym jest postawa? Postawa jest jednym z najważniejszych pojęć w psychologii społecznej. Wskazuje na to wielość i różnorodność definicji „postawy”. O treści tej definicji decydują różne czynniki, takie jak: wiek, wykształcenie, pochodzenie czy też koncepcja psychologiczna człowieka, według której podejmuje się próbę naukowego określenia postawy (Kozielecki, 1976). Dla przyjętej tutaj refleksji przyjmijmy definicję, w której postawa będzie pozytywnym lub negatywnym ustosunkowaniem się do konkretnego przedmiotu, idei, osoby, zjawiska lub rzeczy, podczas którego zaangażowane będą wola, intelekt, uczucia i aktywność (Lepa, 2003). To właśnie budowanie odpowiednich postaw jest przestrzenią działania pedagogiki, bo to właśnie postawy są czynnikiem motywującym zachowanie się człowieka. I tutaj wkraczamy w obszar działania massmediów, bo ich wpływ na współczesnego człowieka jest niekwestionowany. Zwykła obserwacja pozwala stwierdzić, że pod ich wpływem postawy mogą być pozytywne i negatywne. Trzeba koniecznie zwrócić uwagę na fakt „niedostrzegania” kształtowanych pozytywnych postaw, bo przede wszystkim widoczne, opisywa-

ne i badane jest właśnie tworzenie, budowanie negatywnych ludzkich postaw. A czego massmedia mogłyby uczyć? Świetnym przykładem mogła by być postawa tolerancji, polegająca na wyrozumiałym ustosunkowaniu się jednostki do poglądów, religii, słabości i zachowań drugiego człowieka. Byłaby to postawa szacunku wobec inności drugiego, wbrew postawie piętnowania i nienawiści. Kto jest odpowiedzialny za kształtowanie tych postaw? Są to tzw. osoby publiczne, nie tylko dziennikarze, ale każdy, kto współtworzy przestrzeń publiczną. Powraca zatem już wspomniana przeze mnie kwestia potrzeby wprowadzenia edukacji medialnej w szkołach...

Hejt nie jest niczym innym jak piętnowaniem społecznym, które dzięki nowym środkom komunikacji medialnej jest jeszcze bardziej wszechogarniające, ponieważ coś, co zostało już umieszczone w sieci, nie znika. Warto o tym pamiętać, i warto o tym przypominać na każdym kroku.

Powróćmy do wskazanej przeze mnie analogii pomiędzy efektem Wertera a naśladowaniem postawy nienawistnej, hejtującej.

W 2016 roku w Polsce śmiercią samobójczą zginęło 4671 osób (GUS). Każde samobójstwo to tragedia, która dotyka również członków rodziny, bliskich i inne osoby, które dowiadują się o śmierci. Media odgrywają istotną rolę w zapobieganiu samobójstwom i *Poradnik dla pracowników mediów* to ważna i wartościowa publikacja. Jest on zaadresowany do pracowników szeroko zdefiniowanych mediów: redaktorów, dziennikarzy, pisarzy, fotografów, grafików, reżyserów oraz pracowników portali internetowych. Poradnik powstał przy współpracy specjalistów w zakresie prewencji samobójstw w Polsce i w Europie, redaktorów i dziennikarzy. Zawiera on cenne zalecenia i przykłady jak pisać i jak nie pisać o samobójstwach, łącznie z informacją pomocową, którą można bezpośrednio wykorzystać przy przygotowywaniu materiału. Jest to przystępna lektura, która powinna towarzyszyć każdemu pracownikowi mediów, który staje przed trudnym i odpowiedzialnym zadaniem pisania o samobójstwie. Uzupełnieniem jest publikacja *Poradnik dla osób wypowiadających się dla mediów*, która zawiera informacje i wskazówki dla osób udzielających wywiadów na temat samobójstw. Jej adresatami są m.in. oficerowie prasowi policji, reprezentanci szpitali, zakładów pracy lub innych instytucji, osoby w żałobie po samobójstwie oraz osoby aktywne w mediach społecznościowych. Oba poradniki są oparte na rzetelnym przeglądzie badań i innych tekstów źródłowych na temat wpływu mediów na zachowania samobójcze. To cenne lektury dla pracowników mediów i dla każdego, kto zabiera publicznie głos na temat samobójstw. Każdy z nas odgrywa ważną rolę w zapobieganiu samobójstwom.

Powyższy fragment to recenzja dr Karoliny Krysińskiej, psychologa i pracownika naukowego w Melbourne School of Population and Global Health,

University of Melbourne w Australii umieszczony na stronie Poradnika dla mediów, który powstał w ramach Narodowego Funduszu Zdrowia na lata 2016–2020.

Dlaczego mówiąc o dobrych wzorcach w komunikowaniu sięgnęłam, po dla mnie jedną z najstraszniejszych form wołania przez człowieka o pomoc. Dlatego, że chciałam wskazać na pewne gotowe możliwe rozwiązania. Światowa Organizacja Zdrowia wraz z Polskim Towarzystwem Suycydologicznym wydało *Poradnik dla pracowników mediów: Zapobieganie samobójstwom*. Ten dokument jest jednym z serii poradników adresowanych do określonych grup zawodowych i społecznych, szczególnie ważnych dla zapobiegania samobójstwom. Poradnik przygotowano w ramach realizowanego na całym świecie z inicjatywy WHO programu SUPRE, którego celem jest zapobieganie samobójstwom. Poradnik ten jest łatwo dostępny – pdf poradnika można bez problemu znaleźć w Internecie. Poradnik ten w bardzo uproszczonej formie wskazuje jak pracownik mediów, redakcje powinny postępować w określonych sytuacjach, co mogą publikować, w jakiej formie publikacja jest bezpieczna dla społeczności. Mało tego, w tym przypadku bardzo intensywnie monitoruje się to, co ukazuje się w mediach, komunikując się z redakcjami w razie nieodpowiednio zbudowanej informacji. Ogólnie rzecz biorąc, istnieje wystarczająco wiele danych wskazujących, że pewne formy niefikcyjnych doniesień prasowych i telewizyjnych o samobójstwach wiążą się ze statystycznie istotnym wzrostem liczby samobójstw; wydaje się, że ten wpływ jest najsilniejszy w odniesieniu właśnie do ludzi młodych, ale nie tylko (Poradnika dla pracowników mediów, 2002). „Mowa nienawiści”, hejt jest również kalką określonego zachowania, na które można wpłynąć poprzez przerwanie łańcucha odpowiednimi metodami. Być może wprowadzenia obowiązkowego poradnika komunikacyjnego byłoby sposobem na częściowe rozwiązanie tego problemu. Podam tutaj jeszcze inny przykład pochodzący ze wspomnianego raportu Fundacji Dajmy Dzieciom Siłę i Rzecznika Praw Obywatelskich. Jest to wypowiedź Marcina Olendra, menadżera ds. polityk publicznych i relacji rządowych dla regionu CEE, Google Polska; zacytuję go w całości:

Bezpieczeństwo użytkowników jest dla nas priorytetem. Głośne ostatnio zjawisko tzw. patostreamingu to na szczęście jedynie margines treści pojawiających się w mediach społecznościowych. Osób udostępniających takie treści jest, w porównaniu z tysiącami innych aktywnych twórców, stosunkowo niewiele. Mimo to, ich działalność jest łatwo skalowalna i ma często wiralowy charakter – z czasem mogą stać się popularni, a zasięg ich oddziaływania poszerza się, także poprzez naśladownictwo. Nie można więc tego zjawiska lekceważyć, tylko starać się mu przeciwdziałać, ograniczając w miarę możliwości jego ne-

gatywne oddziaływanie, szczególnie na osoby młode. Mimo że jest to relatywnie nowy fenomen w Internecie, to zauważamy jego profesjonalizację. Działalność taka staje się źródłem zarobków dla ich twórców – pochodzących przede wszystkim ze zbierania datków od widzów, gdyż monetyzacja tego typu treści na YouTube jest niedopuszczalna. Patostreamerzy poszukują sponsorów, starają się zostać internetowymi celebrytami, a nawet organizują biletowane imprezy ze swoim udziałem. Od dłuższego czasu staramy się jako YouTube przeciwdziałać temu zjawisku. Opracowaliśmy zasady i wytyczne dla społeczności YouTube, które jasno określają, jakie treści są akceptowane na platformie, a czego nie wolno na niej umieszczać. Zabraniają one pokazywania między innymi: nieuzasadnionej przemocy, nagości, niebezpiecznych i nielegalnych działań oraz mowy nienawiści. Czasami treść nie narusza naszych zasad, ale może nie być odpowiednia dla wszystkich odbiorców. Gdy takie treści zostają zgłoszone, nasz zespół nakłada ograniczenie wiekowe na film i nie jest on wtedy widoczny dla użytkowników, którzy są niezalogowani, nie mają ukończonych 18 lat lub mają włączony tryb ograniczonego dostępu. Niezwykle ważna w przeciwdziałaniu wszelkim tego typu zjawiskom jest aktywność społeczności naszych użytkowników. Przy każdym filmie na YouTube znajduje się możliwość zgłoszenia treści naruszających zasady, która jest następnie przeglądana przez zespół YouTube. Zależnie od charakteru danej treści jest ona usuwana, stosujemy do niej ograniczenia wiekowe czy konieczność logowania się, aby zobaczyć pewne treści. Podkreślić należy, że tego typu materiały nie mogą być w żaden sposób monetyzowane na naszej platformie, nawet jeśli nie zdecydujemy się na ich usunięcie. Staramy się działać szybko i usuwać filmy naruszające zasady, stosując technologie maszynowego uczenia, które usprawniają czas reakcji. Otwarty charakter internetu oraz ogromna liczba publikowanych filmów sprawiają jednak, że nigdy nie będzie możliwe, aby całkowicie zapobiec pojawianiu się takich treści. Potwierdzeniem, że traktujemy to wyzwanie poważnie, jest podpisana przez nas, w listopadzie 2018 roku w siedzibie Rzecznika Praw Obywatelskich, Deklaracja dotycząca przeciwdziałaniu zjawiskom patologii w internecie. Zobowiązaliśmy się w niej do dalszej współpracy ze wszystkimi zainteresowanymi stronami w celu „kształtowania przestrzeni publicznej, aby szanowana była w niej ludzka godność oraz bezpieczeństwo dzieci i młodzieży”. Nasze zespoły specjalistów poczyniły bardzo duże postępy w zakresie czasu i skuteczności reakcji, w porównaniu z sytuacją sprzed kilkunastu miesięcy, kiedy pierwszy raz zwróciliśmy uwagę na narastające zjawisko. Nadal będziemy dokładać starań, aby YouTube było miejscem, gdzie wszyscy użytkownicy mogą czuć się bezpiecznie, a zachowania przekraczające normy etyczne nie są akceptowane.

Chciałabym zwrócić tutaj uwagę na dwa elementy tej wypowiedzi. Po pierwsze osoby hejtujące innych pozostają bezkarne: „ich działalność jest łatwo skalowalna i ma często wiralowy charakter – z czasem mogą stać się

popularni”. Co oznacza określenie, że ma wiralowy charakter? To znaczy, że nieustannie krąży po sieci, przekazywane jako treść zabawna pomiędzy ludźmi. Po drugie „otwarty charakter internetu oraz ogromna liczba publikowanych filmów sprawiają jednak, że nigdy nie będzie możliwe, aby całkowicie zapobiec pojawianiu się takich treści”. Te słowa potwierdzają tylko niemożność instytucjonalnego kontrolowania takich treści. Ale skoro rozwiązanie kontroli instytucjonalnej jest z góry skazane na niepowodzenie, to trzeba stworzyć tę świadomość oddolnie poprzez odpowiednio przygotowane do tego instytucje edukacyjne. Słowa te też dobitnie wskazują na to, że wyłącznie świadomość, odpowiedzialność za innych przez ludzi tworzących rzeczywistość medialną zawodowo to też za mało, by poprawić stan mowy nienawiści w massmediach. Wracamy zatem do kwestii braku edukacji medialnej społeczeństwa...

Ale nie chciałabym poprzestać na takim negatywnym wydźwięku mojej refleksji. Jestem głęboko przekonana o tym, że odpowiednia edukacja społeczeństwa, któremu towarzyszyłaby świadoma kreacja rzeczywistości medialnej osób publicznych, pozwoliłoby stworzyć bardziej przyjazną przeciętnemu człowiekowi przestrzeń życia medialnego bez hejtu, a przynajmniej hejtu bardzo zmarginalizowanego. Czy to jest wizja utopijna? Gdybym nie wierzyła w moc kształtującego słowa, w przedstawianie, uczenie postaw pozytywnych, to nie miałoby sensu tworzenie miesięcznika *Remedium*, którego założeniem jest właśnie edukowanie. Przedstawianie tego, co właściwe, zdrowe i zapewnia rozwój młodemu człowiekowi. Miesięcznik *Remedium* jest na rynku już od 27 lat. Skoro zaczęłam od tak tragicznego przykładu, zakończę bardziej pozytywnym, i przywołam Papagena, który jest postacią fikcyjną z *Czarodziejskiego fletu* Wolfganga A. Mozarta. Papageno jest ptasznikiem Królowej Nocy, który wyposażony w czarodziejskie dzwoneczki z księciem Taminem zostaje wysłany na poszukiwanie córki królowej Paminy, uprowadzonej przez Sarastra. Papageno cierpi z miłości jak Werter, ale w przeciwieństwie do niego, przed śmiercią ratuje go rozmowa z przyjacielem. Tym przyjacielem jesteśmy my wszyscy współtworzący przestrzeń medialną. A obowiązkiem ludzi zawodowo trudniących się pracą w mediach jest uświadamianie innych poprzez pokazywanie odpowiednich postaw. Jednak to nie tylko my zawodowo tworzący media jesteśmy przyjaciółmi Papagena. My wszyscy współtworzący przestrzeń medialną jesteśmy odpowiedzialni za Papagena. Bądźmy jego przyjaciółmi.

Bibliografia

fdds.pl/wp-content/uploads/2019/08/fdds-raport-patotresc-www.pdf (dostęp: 10.09.2018).
<https://www.nask.pl/pl/raporty/raporty/2593,Raport-z-badan-quotNastolatki-30quot-2019.html>
(dostęp: 10.09.2018).

- Jarmuszkiewicz, A. (2017). Młodzież 2016 – sprawozdanie z wyników badania. *Remedium, listopiec-sierpień*, s. 26–27.
- Kmieciak-Goławska, A., (2019). Patostreaming jako narzędzie popularyzacji podkultury przemocy. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Kryminologicznego im. profesora Stanisława Batawii*, s. 172–177.
- Kozielecki, J. (1976). *Koncepcje psychologiczne człowieka*, Warszawa.
- Lepa, A. (2003). *Pedagogika mass mediów*. Łódź.
- „Młodzież 2016”, B. Roguska, M. Omyła-Rudzka, J. Kalka, R. Boguszewski, B. Badora, M. Hermann, A. Głowacki, M. Gwiazda, M. Feliksiak, A. Malczewski. Całość raportu „Młodzież 2016” dostępna jest na stronie: www.cinn.gov.pl.
- Patotreści w Internecie raport o problemie*. (2019). Warszawa: Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę i Rzecznik Praw Obywatelskich.
- Poradnik dla pracowników mediów: Zapobieganie samobójstwom*, wyd. 2002.
- Puls Medycyny, pulsmedycyny.pl/10-wrzesnia-swiatowy-dzien-zapobiegania-samobojstwom-939478 (dostęp: 10.09.2018).
- Recommendation No. R (1997) 20 of the Committee of Ministers to Member States on „hate speech”, Rada Europy.
- www.who.int/mental_health/prevention/suicide/en/suicideprev_media_polish.pdf (dostęp: 10.09.2018).
- www.naukatolubie.pl/mechanizm-samobojczego-nasladownictwa/ (data dostępu: 10.09.2018).