



Wydział Nauk Społecznych  
w Warszawie  
Uniwersytetu SWPS

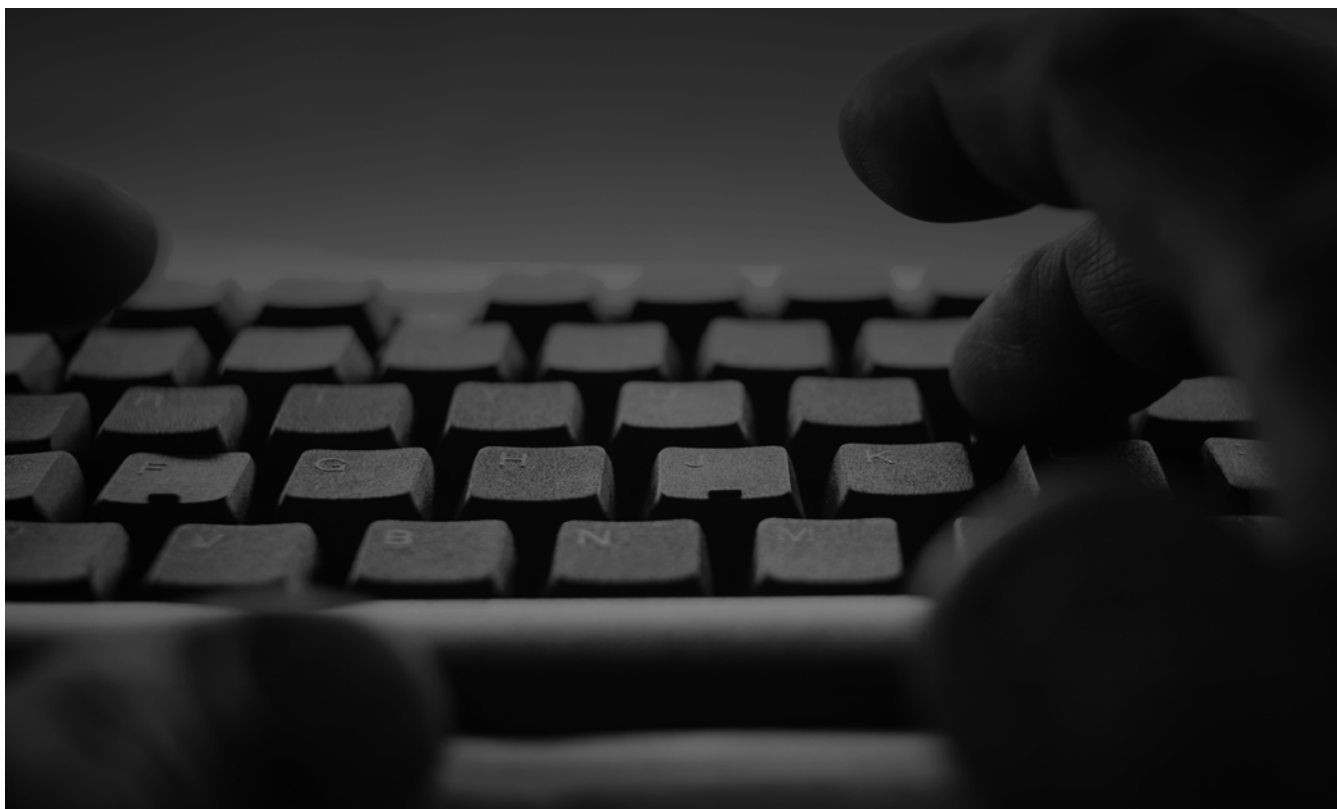
**MAREK KOCHAN**

Raport z badania

**POLSCY INTERNAUCI  
NA TEMAT HEJTU  
2019–2024**



**Warszawa 2025**



Niniejszy raport prezentuje wyniki badań poświęconych percepcji zjawiska hejtu przez polskich internautów. Badania zostały przeprowadzone przy użyciu tej samej metodologii i na tak samo losowanej próbie w dwóch falach: w marcu 2019 roku i w listopadzie 2024 roku, co umożliwiło porównywanie wyników i tym samym zarejestrowanie zmian opinii zachodzących w czasie<sup>1</sup>.

## Sondaż obejmował pytania o takie kwestie jak:

- poglądy na temat hejtu i rozumienie tego zjawiska,
- kontakt z hejtem i bycie krytykowanym w sieci,
- przedmiot hejtu,
- własne motywacje do wyrażania krytyki w internecie,
- postrzeganie motywacji innych internautów,
- wskazanie grup uważanych za najczęściej hejtowane,
- postrzeganie hejtu jako problemu społecznego,
- ocena konieczności walki z tym zjawiskiem, m.in. w kontekście wolności słowa.

<sup>1</sup> Pierwsza fala była realizowana we współpracy firmy ARC Rynek i Opinia oraz Uniwersytetu SWPS. Druga fala badań została zrealizowana ze środków Wydziału Nauk Społecznych i Instytutu Nauk Społecznych Uniwersytetu SWPS. Część terenową obu fal badania (w marcu 2019 i listopadzie 2024 roku) zrealizowała firma ARC Rynek i Opinia na losowych reprezentatywnych próbach polskich internautów powyżej 15 roku życia, o liczebności [w każdej z fal] N=815 respondentów, przy użyciu panelu internetowego epanel.pl. Technika badawczą był wspomagany komputerowo wywiad internetowy [CAWI].



## Wprowadzenie

Hejt to według leksykonu terminów medialnych z 2024 roku: „obraźliwa bądź agresywna, zwykle nieuzasadniona, publiczna krytyka osoby lub grupy osób, najczęściej w internecie (w mediach społecznościowych lub na forach). Hejt różni się od krytyki brakiem wartości merytorycznej wypowiedzi, używaniem argumentów personalnych, brakiem racjonalnego powodu do ataku, złymi intencjami nadawców, chcących sprawić komuś przykrość, poniżyć go lub wpłynąć niekorzystnie na postrzeganie danej osoby, negatywnym nacechowaniem emocjonalnym komunikatów, lekceważeniem etykiety i netykiety. Hejt może służyć wyrażeniu negatywnych emocji nadawców, a także wzbudzeniu takich emocji u adresatów wypowiedzi”.<sup>2</sup>

Pierwsze opracowania naukowe dotyczące zjawiska hejtu [często łączonego lub używanego wymiennie z pojęciem „mowy nienawiści”] pojawiają się w pierwszej połowie drugiej dekady XXI wieku i przez kolejne dziesięć lat można mówić o dużym zainteresowaniu tym zjawiskiem ze strony badaczy z różnych dziedzin: są wśród nich językoznawcy, medioznawcy, pedagodzy, prawnicy, socjologowie, specjaliści od marketingu, od bezpieczeństwa publicznego [Naruszewicz-Duchlińska 2014; Naruszewicz-Duchlińska 2015; Słaboń 2014; Paszkiewicz 2014; Petera 2015; Szymczak 2015; Teodorczyk 2015; Juza 2015; Tyl 2016; Słowik 2016; Gawrol 2016; Brzezińska-Waleszczyk 2016; Kaczmarek-Śliwińska 2016; Wajs 2016; Dynkowska, Lemann, Wróblewski, Zatora 2017; Podraza 2017; Rosińska 2017; Grudecki 2017; Wajs 2017; Olczyk 2017; Goetz 2018; Gawenda 2018; Kondzioła-Pich 2018; Kukliński 2018; Jabłońska 2018; Leszczuk-Fiedziukiewicz 2019; Urbanek 2019; Zellma, Wiszowaty 2020; Ziemiański 2021; Wyrwas 2021; Naruszewicz-Duchlińska 2021; Wędzińska 2022; Trzaskowski 2023; Ołtarzewska, Przybysz 2024].

<sup>2</sup> Kochan M. 2024. „Hejt”. W: *Leksykon terminów medialnych*. Red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Krystyna Doktorowicz, Paweł Planeta, Ryszard Filas, tom 1, s. 278–279, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek.

Przeprowadzono też szereg badań społecznych, które podejmowały szeroko temat przemocy i agresji językowej. Wśród tych, które najbardziej łączą się z tematyką niniejszego raportu, można wymienić:

1.

Badanie z marca i kwietnia 2007 roku zrealizowane przez Centrum Badania Opinii Społecznej na losowej reprezentatywnej próbie (N=937) dorosłych Polaków: *Społeczna percepcja przemocy werbalnej i mowy nienawiści* [CBOS 2007].

2.

Badania z sierpnia i września 2011 roku dotyczące kultury komunikacji w internecie, których wyniki zostały opublikowane w raporcie *Internetowa kultura obrażania* [Kolenda, Krejtz 2012].

3.

Badania dotyczące różnego typu zagrożeń związanych z korzystaniem z internetu, w tym agresji elektronicznej, zrealizowane pomiędzy październikiem 2011 a majem 2012 roku w ramach projektu EU NET ADB [Włodarczyk 2013].

4.

W ramach projektu *Internet bez nienawiści* (należącego do programu „Obywatele dla Demokracji”, finansowanego przez fundusze EOG, których operatorem w Polsce jest Fundacja im. Stefana Batorego). Były to badania jakościowe młodzieży w wieku 12–18 lat, obejmujące 5 wywiadów zogniskowanych, 10 indywidualnych wywiadów pogłębionych, a także analizę zawartości [Włodarczyk 2014].

5.

Badania z marca i kwietnia 2014 roku zrealizowane przez Centrum Badań nad Uprzedzeniami UW na zlecenie Fundacji Batorego w ramach programu „Obywatele dla Demokracji”, przeprowadzone na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie 1007 osób dorosłych oraz 653 uczniów szkół średnich w wieku 16–18 lat [Bilewicz et al. 2014].

6.

Studium Moniki Czaplickiej z czerwca 2015 roku pt. *Hejt w internecie*, w ramach kampanii społecznej „Recepta na hejt” [Czaplicka 2015].

7.

Badanie firmy SW Research z lipca 2015 pt. *Hejterzy w sieci* [SW Research 2015].

8.

Badanie firmy IQS z października 2016, zrealizowane na zlecenie organizacji Global Dignity, pod patronatem Rzecznika Praw Dziecka, pt. *Wilki i owce w internecie, czyli raport na temat hejtu wśród młodzieży*. [IQS 2016].

9.

Badanie Klaudii Rosińskiej z 2017 roku zrealizowane metodą sondażu diagnostycznego w formie ankiety elektronicznej na próbie 150 osób w wieku 13–20 lat [Rosińska 2017].

Wymienione wyżej badania trudno ze sobą porównywać z uwagi na różny zakres, inne definiowanie problemu przemocy językowej, a przede wszystkim odmienną metodologię i dobór prób. Inspirujące są jednak określone w nich obszary badań, takie jak rozumienie samego pojęcia hejtu, motywacje osób hejtujących, deklaracje co do najczęściej hejtowanych grup czy problematyka walki z hejtem, także w kontekście wolności słowa. Tematy te podjęte zostały w studium, którego wyniki zostaną przedstawione w dalszej części raportu.

## Postrzeganie zjawiska hejtu przez polskich internautów

Kwestionariusz badania obejmował jedenaście pytań oraz metryczkę. Kolejność pytań w kwestionariuszu została zaprojektowana tak, by umożliwić respondentom wyrażenie opinii o własnych doświadczeniach, nim dojdzie do oceny samego zjawiska i opinii na temat walki z hejtem: a więc najpierw pytanie o własną aktywność w zakresie krytyki innych i własne motywacje, a dopiero potem zagadnienia hejtu i kontaktu z nim oraz postrzeganie motywacji hejterów.

Wyniki badań zostaną przedstawione w pięciu blokach problemowych. Za każdym razem będą podane numery pytań, umożliwiające ich lokalizację w kwestionariuszu.

Wyniki z obu fal badania będą zaprezentowane od razu obok siebie, aby pokazać zmiany opinii w czasie (lub ich brak).

# Wyrażania krytycznych opinii w sieci i bycie krytykowanym, przedmiot krytyki

Czy zdarzyło się Panu/Pani kiedykolwiek wyrażać publicznie krytyczne opinie na temat innych osób lub ich poglądów, np. w sieci, na forach internetowych? Proszę zakreślić właściwą odpowiedź.

		2019, N=815	2024, N=815
Tabela 1	Tak	45%	37%
	Nie	48%	55%
	Nie wiem	7%	8%

Wyniki odpowiedzi na to pytanie, zestawiające wskazania z 2019 i 2024 roku, mogą się wydawać zaskakujące. O 8 punktów procentowych mniej badanych przyznaje się, iż krytykuje innych w przestrzeni publicznej, o 7 punktów procentowych rośnie liczba deklarujących, że tego nie robią. Mogłoby to świadczyć o ograniczeniu negatywnych zjawisk komunikacyjnych w internecie, jednak bardziej prawdopodobne wydaje się inne wyjaśnienie: na przestrzeni pięciu lat te zjawiska nasiliły się na tyle, że badanym trudniej się przyznać do wyrażania takiej krytyki.

**Do wyrażania krytycznych opinii w internecie w 2024 roku częściej przyznają się mężczyźni (44%) niż kobiety (30%).** Bardzo podobne zależności wystąpiły w 2019 roku: mężczyźni deklarowali wyrażanie krytyki częściej niż kobiety [52% wobec 38% przy średniej 45% w całej populacji], najczęściej robiły to osoby z najmłodszej grupy wiekowej [55% w tej grupie wobec 45% w całej populacji].

**Bardziej skłonni do wyrażania krytycznych opinii w Internecie są respondenci z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata).** W 2024 roku aż 46% badanych z tej grupy przyznało się do wyrażania krytycznych opinii w internecie.

Osoby deklarujące krytykowanie innych były pytane o przedmiot krytyki.

*Jeśli tak, prosimy wskazać, co było przedmiotem Pani/Pana krytyki.*

		2019, N=368	2024, N=301
Tabela 2	To, co ktoś zrobił	71%	68%
	Czyjeś poglądy	50%	48%
	Czyjś wygląd	7%	10%
	Czyjeś pochodzenie społeczne lub inne cechy	2%	7%

Ci, którzy zadeklarowali krytykowanie innych, najczęściej wskazywali, że przedmiotem ich krytyki były czyjeś działania i poglądy (wskazania na poziomie odpowiednio około 70% i około 50%, tylko nieznaczne zmiany w czasie), zdecydowanie rzadziej (na poziomie około 10%) wskazywano, iż przedmiotem krytyki był wygląd i pochodzenie społeczne oraz inne cechy. Zastanawiające są wskazania w obrębie dwóch ostatnich kategorii – wprawdzie dotyczą one zmian kilku punktów procentowych (odpowiednio 3 i 5 punktów procentowych), ale biorąc pod uwagę poziomy wyjściowe, oznaczają one znaczące wzrosty, mogą więc rejestrować istotne zmiany społeczne: internauci chętniej przyznają się w 2024 roku do tego, co jeszcze w 2019 roku uchodziło za wstydlive.

Poglądy częściej krytykowali mężczyźni niż kobiety: tak było zarówno w roku 2024 [krytykę poglądów zadeklarowało 57% mężczyzn i 36% kobiet przy średniej 48% dla całej populacji], jak i w 2019 [mężczyźni 56%, kobiety 42% przy średniej 50%]. W 2024 roku krytykę zachowania („to, co ktoś zrobił”) znacznie częściej deklarowały kobiety niż mężczyźni: 81% wobec 57% [przy średniej 68% dla populacji krytykujących], podczas gdy w 2019 roku ta różnica nie była zauważalna: odnotowano niemal takie same wskazania wśród respondentów krytykujących obu płci – około 70%. W 2024 roku kobiety krytykowały wygląd znacznie częściej niż mężczyźni [16% wśród krytykujących kobiet wobec 5% krytykujących mężczyzn wobec średniej 10% dla populacji krytykujących], podobna zależność, choć mniej wyraźna, wystąpiła w 2019 roku [krytykowały wygląd ogółem 7% krytykujących, 5% wśród krytykujących mężczyzn i 9% wśród krytykujących kobiet].

Te parametry świadczą o zmianie w publicznych zachowaniach. **W perspektywie lat 2019–2024 kobiety zaczęły śmielej wyrażać krytyczne opinie wobec działań i wyglądu innych albo też chętniej się do tego przyznawać** [a być może jedno i drugie].

**Krytyka wyglądu jest domeną młodszych internautów w obu falach badania:** znacznie częściej deklarowali takie zachowania internauci z grup wiekowych 15–24 [19% w 2024 i 12% w 2019 przy średnich 10% i 7%] oraz 25–34 [20% i 12%], natomiast znacznie rzadziej robili to internauci powyżej 45 roku życia [4% w 2024 i 5% w 2019].

Odpowiedzi na pytania o krytykowanie innych warto zestawić z deklaracjami w zakresie bycia krytykowanym, czego dotyczyło pytanie 3 kwestionariusza.

*Czy był/a Pan/i osobiście kiedykolwiek krytykowany/a publicznie, np. w sieci, na forach internetowych? Proszę zaznaczyć właściwą odpowiedź.*

Tabela 3		2019, N=815	2024, N=815
	Tak	30%	28%
	Nie	53%	58%
	Nie wiem	16%	14%

Wyniki te na pierwszy rzut oka mogą zaskakiwać: krytykujących jest więcej niż krytykowanych. Może to świadczyć o tym, że krytykowanie jest zjawiskiem nieco bardziej powszechnym niż podleganie krytyce, która skupia się na pewnych osobach czy grupach. Wzrost o 5 punktów procentowych liczby osób deklarujących, że nie były krytykowane [z 53% do 58%], można interpretować w podobny sposób.

**Badani z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata) w obu falach badania znacznie częściej niż starsi przyznawali, że pod ich adresem kierowano w internecie krytyczne uwagi.** W 2024 roku aż 48% respondentów z tej grupy wiekowej przyznało, że doświadczyło takiej sytuacji, w 2019 roku było to 51% tej grupy.

Osoby krytykowane odpowiadały na pytanie dotyczące przedmiotu krytyki.

*Jeśli tak, prosimy wskazać, co było przedmiotem tej krytyki.*

Tabela 4		2019, N=245	2024, N=228
	Pani/Pana poglądy	61%	60%
	To, co Pani/Pan zrobił	38%	37%
	Pani/Pana wygląd	24%	27%
Pani/Pana pochodzenie społeczne lub inne cechy	4%	13%	

Rozkład odpowiedzi jest podobny jak w przypadku deklaracji odnośnie do krytykowania, dominuje krytyka poglądów i działań, nieco częściej w 2024 roku wskazywany jest wygląd oraz pochodzenie społeczne lub inne cechy. W przypadku dwóch ostatnich kategorii widać wzrosty pomiędzy rokiem 2019 a 2024. Szczególną uwagę zwraca ostatnia kategoria, w której odnotowano wzrost o 9 punktów procentowych.

**Kobiety były rzadziej niż mężczyźni krytykowane za poglądy** [53% wobec 69% w 2019 i 50% wobec 71% w 2024], **za to znacznie częściej niż mężczyźni krytykowane za wygląd** [32% wobec 15% w 2019 i 37% wobec 17% w 2024]. Krytykowanie za działania było w 2019 roku niemal równie częste u kobiet i u mężczyzn, którzy stali się przedmiotem krytyki [37% u kobiet i 39% u mężczyzn], za to w 2024 roku krytyka za działania znacznie częściej spotykała kobiety [wskazało na to 43% krytykowanych kobiet i 31% krytykowanych mężczyzn].

Za działania najczęściej byli krytykowani respondenci z dwóch najmłodszych grup wiekowych: 15–24 lata [42% w 2019 i 45% w 2024 roku] i 25–34 lata [44% i 47%], a najrzadziej badani powyżej 45 lat [27% w 2019 i 29% w 2024 roku]; rzadziej internauci z wykształceniem podstawowym lub zawodowym [30% w 2019 i 31% w 2024 roku], częściej ci z wykształceniem wyższym [odpowiednio 40% i 44%].

**Zdecydowanie najczęściej za wygląd byli krytykowani internauci w wieku 15–24 lata** [45% w 2019 i 51% w 2024 roku], rzadziej ci w wieku 35–44 lata [21% w 2019 i 22% w 2024 roku], najrzadziej zaś badani w wieku 45 i więcej lat [odpowiednio 11% i 12%].

Za „pochodzenie społeczne i inne cechy” w 2024 roku częściej były krytykowane kobiety [15%], osoby w wieku 25–34 lata [19%] oraz 35–44 lata [15%], a także osoby z wykształceniem średnim [zadeklarowało to 15% osób krytykowanych o takim wykształceniu].



## 2.

## Kontakt z hejtem i rozumienie zjawiska hejtu

Kolejne pytania w kwestionariuszu dotyczyły już bezpośrednio zjawiska hejtu.

*Dużo się ostatnio mówi o zjawisku tzw. hejtu. Czy zetknął/zetknęła się Pan/i osobiście z tym zjawiskiem? Proszę zaznaczyć właściwą odpowiedź.*

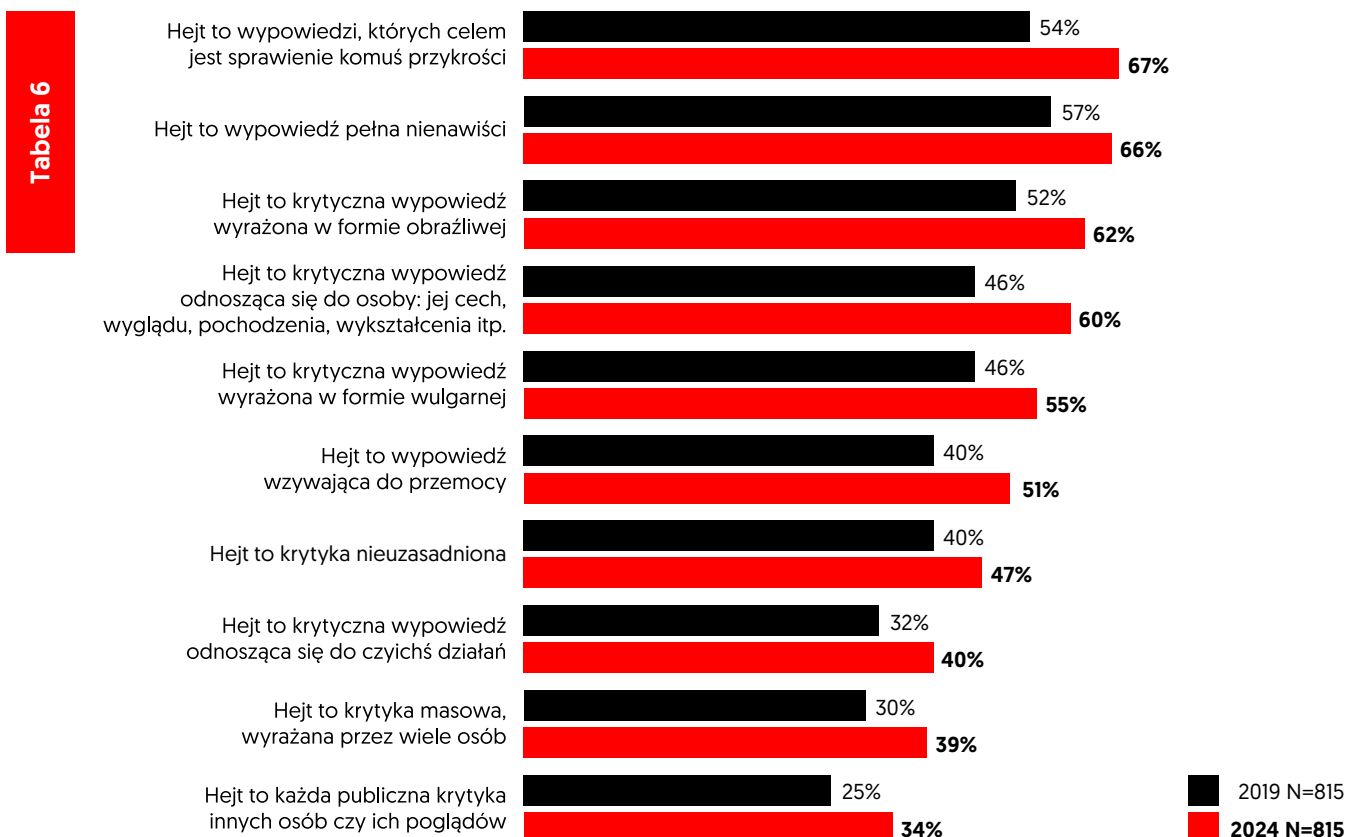
		2019, N=815	2024, N=815
Tabela 5	Tak	52%	45%
	Nie	40%	44%
	Nie wiem	8%	11%

**Spadek o 7 pkt proc. liczby osób, które zetknęły się z hejtem – pomiędzy rokiem 2019 a 2024 (i jednoczesny wzrost odpowiedzi „nie” o 4 pkt proc.) może zaskakiwać**, jeśli się to odniesie do zachowań obserwowanych w sieci, gdzie ilość agresywnych zachowań językowych raczej rośnie, a nie maleje. Zastanawia też wzrost o kilka punktów procentowych liczby odpowiedzi „nie wiem”. Możliwa interpretacja tych wyników jest taka, że na przestrzeni pięciu lat zmieniły się kryteria tego, co uważano za hejt. Być może część zachowań ocenianych krytycznie w 2019 roku pięć lat później była uznawana za normalną praktykę komunikacyjną. Do kwestii tej wrócimy w kontekście odpowiedzi na pytanie 7.

**Zdecydowanie najczęściej styczność z hejtem miały osoby z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata). W tej grupie w 2024 roku aż 66% badanych przyznało, że zetknęło się osobiście z hejtem w sieci** (w 2019 było to 79% badanych internautów z tej grupy wiekowej). Częściej niż inni zetknęli się z nim respondenci w wieku 25–34 lata (62% w 2019 i 55% w 2024 roku), a rzadziej niż inni – badani w wieku 45 i więcej lat (odpowiednio 43% w 2019 i 36% w 2024). Wyraźnie rzadziej niż inni deklarują zetknięcie się z hejtem osoby z wykształceniem podstawowym lub zawodowym (48% w 2019 i 33% w 2024 roku), zaś nieco częściej osoby z wykształceniem wyższym (odpowiednio 55% w 2019 i 52% w 2024 roku).

Pytanie 7 dotyczyło rozumienia pojęcia hejtu, badani mieli odnieść się do trafności zdań opisujących to zjawisko.

**Pojęcie hejtu bywa różnie rozumiane. Prosimy przy każdej opinii zaznaczyć jej trafność na skali od 0 do 10 (0 – całkowicie nietrafna, 10 – całkowicie trafna), zakreślając odpowiednią liczbę.**



**W opinii polskich internautów hejt jest kojarzony głównie z formą i intencją wypowiedzi: jest to wypowiedź pełna nienawiści, której celem jest sprawienie komuś przykrości, wyrażona w formie obraźliwej i odnosząca się do cech osoby (a nie poglądów) – tak uważa połowa lub więcej respondentów.** Znacznie rzadziej za hejt są uważane wypowiedzi odnoszące się do czyichś działań, krytyka masowa czy też każda publiczna krytyka.

**Porównując wyniki z dwóch fal badania, można zauważyć znacznie bardziej krytyczną ocenę tego zjawiska** – poszczególne odpowiedzi są wskazywane częściej o kilka lub kilkanaście punktów procentowych, a do cech hejtu wskazywanych przez ponad połowę respondentów zostały włączone wulgarna forma wypowiedzi i wzywanie do przemocy.

**Wzrost wskazań na konkretne cechy hejtu może odzwierciedlać wyklarowanie się opinii na temat tego, czym jest hejt. W pewnym sensie zaszły zawężenie oraz specjalizacja tego pojęcia, które w roku 2024 było odnoszone do wypowiedzi o większym natężeniu negatywnych cech. A więc hejt jako taki zaczął być odbierany bardziej krytycznie, ale za hejt były uważane w 2024 roku takie wypowiedzi, które spełniały ostrzejsze kryteria. Może to też świadczyć o normalizacji części negatywnych zachowań werbalnych w internecie, które wcześniej, w 2019 roku, były oceniane krytycznie (i uważane za hejt), a w ciągu kolejnych pięciu lat stały się negatywną normą – być może doszło do osłabienia wrażliwości internautów na nieco mniej agresywne wypowiedzi.**

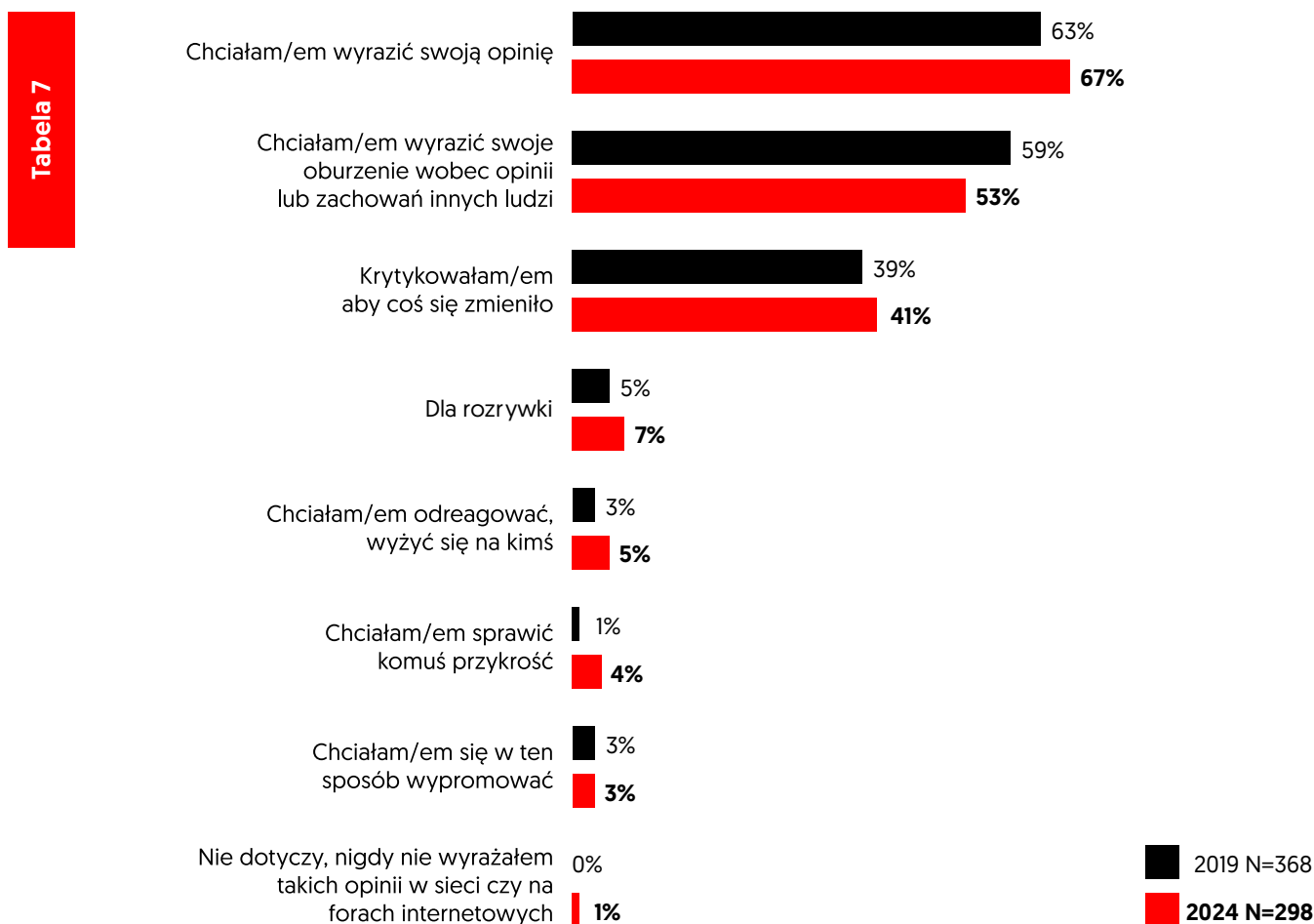
Taka interpretacja tłumaczyłaby spadek deklaracji zauważania zjawiska hejtu z 52% na 45% [Tabela 5]. Być może hejt zauważa się rzadziej, bo zjawisko to obejmuje w opinii internautów tylko bardziej radykalne w formie wypowiedzi.

### 3. Motywacje do wyrażania krytycznych opinii i hejtowania

Dwa pytania kwestionariusza dotyczyły motywacji internautów do wyrażania publicznej krytyki [hejtowania]. W odniesieniu do badanych pytanie dotyczyło krytyki, zaś w odniesieniu do innych zachowania takie nazwano hejtem.

Respondenci, którzy zadeklarowali, że zdarza im się wyrażać publicznie krytyczne opinie na temat innych osób lub ich poglądów (2019: 45% czyli N=368, 2024: 37% czyli N=298), odpowiadały na pytanie, co ich do tego skłoniło.

*Jeśli tak, to co Panią/Pana do tego skłoniło? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.*



**Deklarowane motywacje respondentów krytykujących były przedstawiane jako racjonalne: do krytyki miała ich skłaniać przede wszystkim chęć wyrażenia opinii czy oburzenia, do pewnego stopnia także chęć wywołania pozytywnej zmiany.** W ciągu pięciu lat te pozytywne motywacje jeszcze się wzmocniły: o 4 pkt proc., do 67%, wzrosła liczba osób, deklarujących, że krytykują w imię wyrażenia opinii, a o 2 pkt proc., do 41%, że motywacją jest chęć wywołania pozytywnych zmian, natomiast o 6 pkt proc., do 53%, spadła liczba deklaracji, że chodziło o wyrażenie emocji (oburzenia). Inne motywacje, lepiej pasujące do potencjalnych motywacji hejterów (dla rozrywki, w imię odreagowania, wyżycia się, sprawienia przykrości lub wypromowania się), były wskazywane przez znikomą liczbę badanych – poniżej 10%, choć należy odnotować niewielkie, o 2–3 pkt proc., wzrosty w trzech kategoriach: „dla rozrywki”, „aby odreagować, wyżyc się na kims” oraz „chciałam sprawić komuś przykrość” – wynik ten może świadczyć o niewielkim zwiększeniu śmiałości internautów w deklarowaniu negatywnych motywacji do krytykowania innych w sieci.

**W analizie ujawniły się różnice między płciami, jeśli chodzi o motywacje do krytyki.** W obu falach badania kobiety tak samo często deklarowały, że motywacją do krytyki jest dla nich chęć wyrażenia oburzenia wobec opinii lub zachowań innych ludzi (zadeklarowało to 57% krytykujących kobiet). Natomiast w grupie mężczyzn deklaracje takie spadły z 60% w 2019 roku do 49% w 2024 roku.

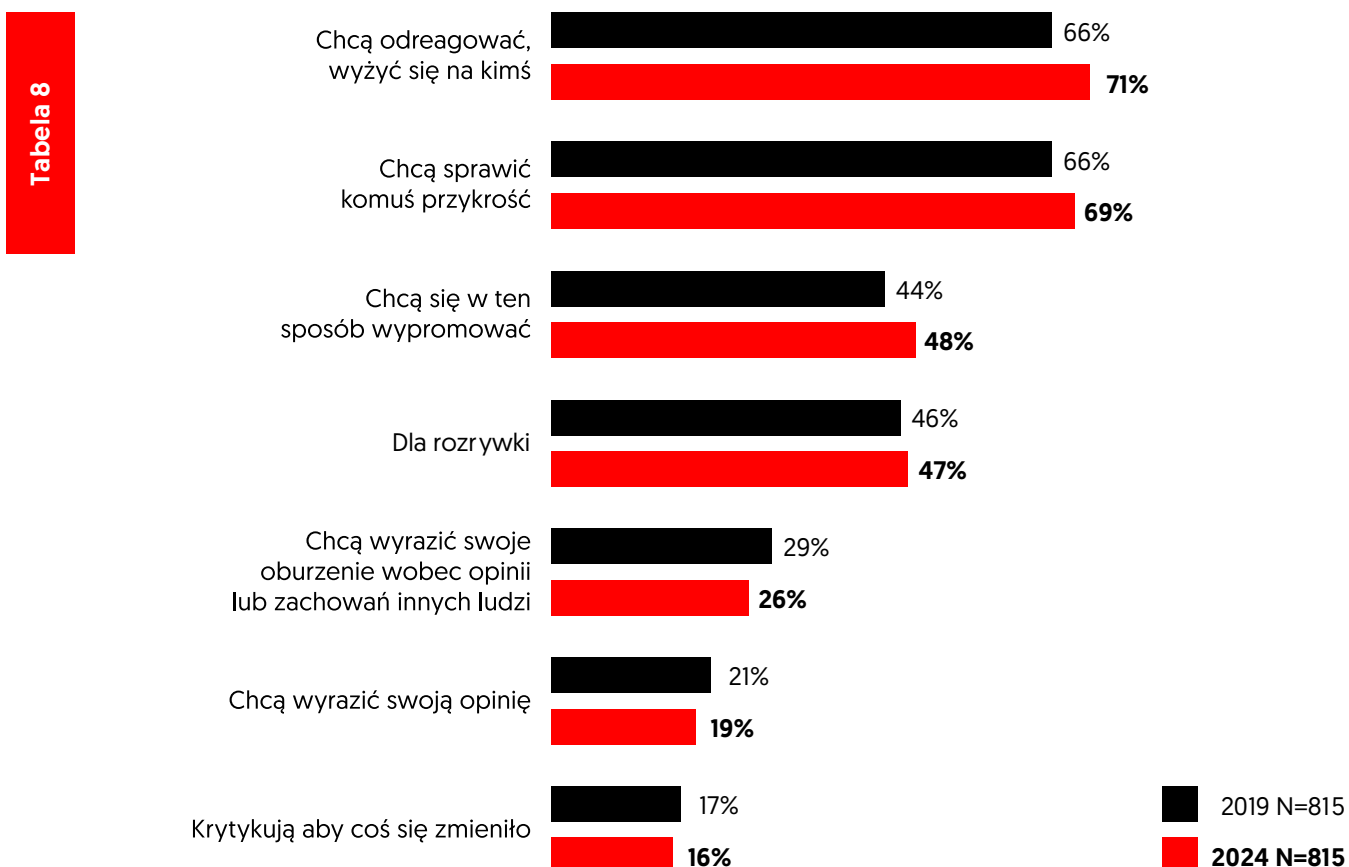
W 2024 roku kobiety częściej niż mężczyźni przyznawały się do motywacji związanej z chęcią odreagowania, wyżycia się na kims [8% wskazań wśród krytykujących kobiet i 4% wśród krytykujących mężczyzn], w 2019 było odwrotnie [4% wskazań wśród krytykujących mężczyzn i 2% wśród krytykujących kobiet]. **Pomiędzy rokiem 2019 a 2024 zniwelowały się też różnice między płciami w zakresie deklaracji, że motywacją do krytyki jest chęć wyrażenia własnej opinii:** w 2019 roku krytykujący mężczyźni deklarowali taki powód znacznie częściej niż kobiety [68% wobec 57%], a w 2024 roku różnica niemal zanikła [mężczyźni: 67%, kobiety: 66%].

**Zależności te mogą wskazywać na zmianę świadomości i zwyczajów kobiet, jeśli chodzi o publiczne zachowania związane z wyrażaniem opinii, występującą na przestrzeni pięciu lat.**

**Kobiety rzadziej niż mężczyźni przyznają się, że krytykują z powodu niskich motywacji:** rzadziej deklarują, że robią to, aby się wypromować, zarówno w 2024 roku [1% takich deklaracji wśród krytykujących kobiet i 5% wśród krytykujących mężczyzn], jak i w 2019 roku [kobiety: 2%, mężczyźni: 4%]. Rzadziej też deklarują, że robią to dla rozrywki, co było bardziej widoczne w 2024 roku [kobiety: 4%, mężczyźni 9%] niż w 2019 [4% kobiet i 5% mężczyzn].

Odpowiedzi na pytanie 2 można zestawiać z odpowiedziami na pytanie 10 kwestionariusza, które dotyczyło już bezpośrednio osób hejtujących, a więc innych niż respondent – można je potraktować jako pytanie pośrednio weryfikujące szczerłość własnych deklaracji.

*Czemu Pani/Pana zdaniem niektórzy ludzie hejtują innych? Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.*

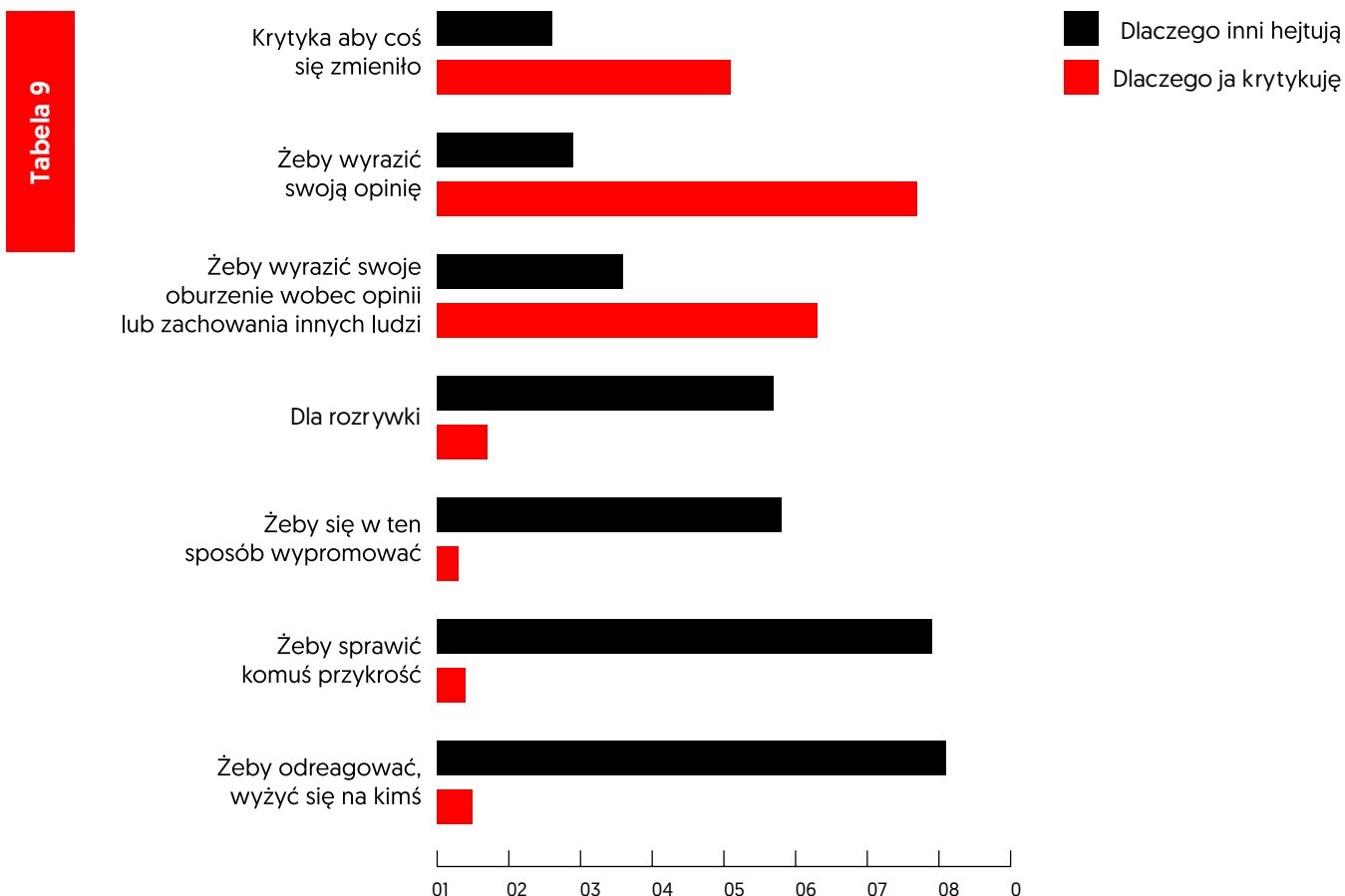


Jak widać z zestawienia, **osobom hejtującym w sieci są przypisywane najczęściej cztery rodzaje motywacji: chęć odreagowania, wyżycia się na kims; chęć sprawienia komuś przykrości; chęć wypromowania się oraz chęć rozrywki**, pozostałe są wskazywane znacznie rzadziej. Zestawienie danych z dwóch fal badania pokazuje wzrost liczby negatywnych ocen hejtu i hejterów. Wprawdzie zmiany są o kilka punktów procentowych, ale układają się w wyraźny trend: cztery negatywne motywacje były wskazywane w 2024 roku częściej niż w 2019, zaś trzy pozostałe, które można określić jako racjonalne, były w 2024 roku wskazywane o 1–3% rzadziej niż w 2019.

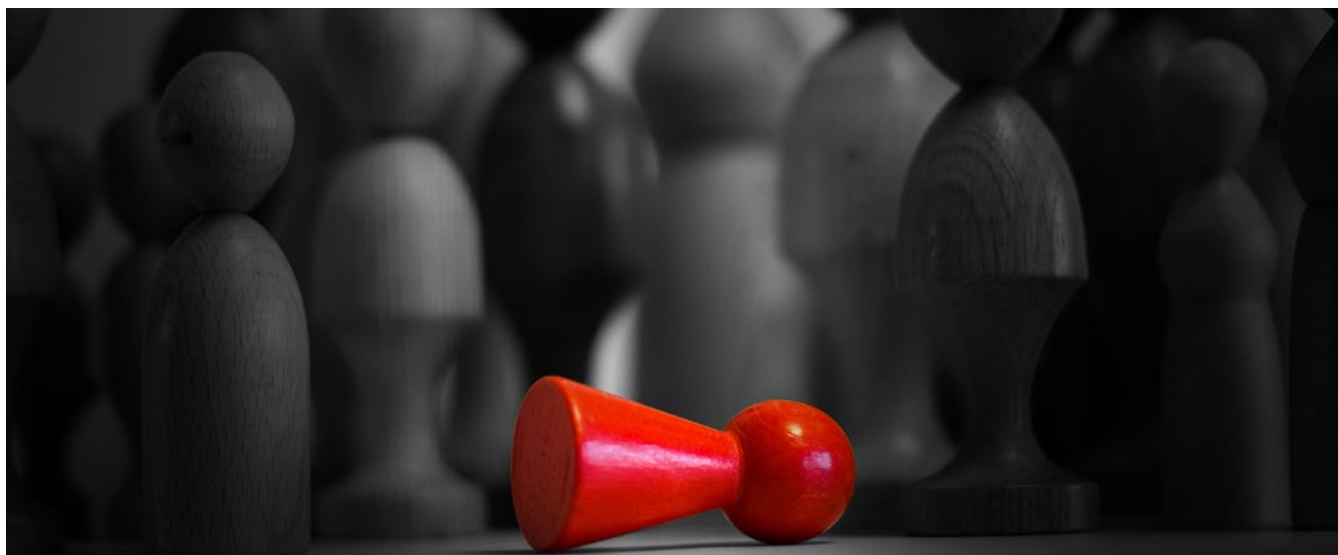
Relatywnie częściej w drugiej fali badania wskazywane były dwa rodzaje motywacji: chęć odreagowania, wyżycia się na kims (wzrost o 5 pkt proc.) oraz chęć wypromowania się (wzrost o 4 pkt proc.).

Jeśli porównać ze sobą odpowiedzi na pytania 2 i 10, można zauważyć, że **internauci opisują swoje motywacje do wyrażania krytyki w sieci w zupełnie innych kategoriach niż te, które przypisują innym, hejtującym internautom**. Łatwo to zobaczyć, zestawiając (Tabela 9 poniżej) wskazania poszczególnych motywacji: dlaczego ja krytykuję vs. dlaczego inni hejtują (w obu przypadkach dane z drugiej fali badania, N=815).

**Własne motywacje są określane jako generalnie racjonalne** (dla wyrażenia opinii, oburzenia, aby coś się zmieniło), natomiast **motywacje innych są postrzegane jako z gruntu negatywne** (by odreagować, wyżyc się, sprawić komuś przykrość, wypromować się i dla rozrywki). Te drugie można więc w pewien sposób odczytywać jako projekcję – innym internautom przypisuje się być może własne motywacje, których nie wypada deklorować wprost.



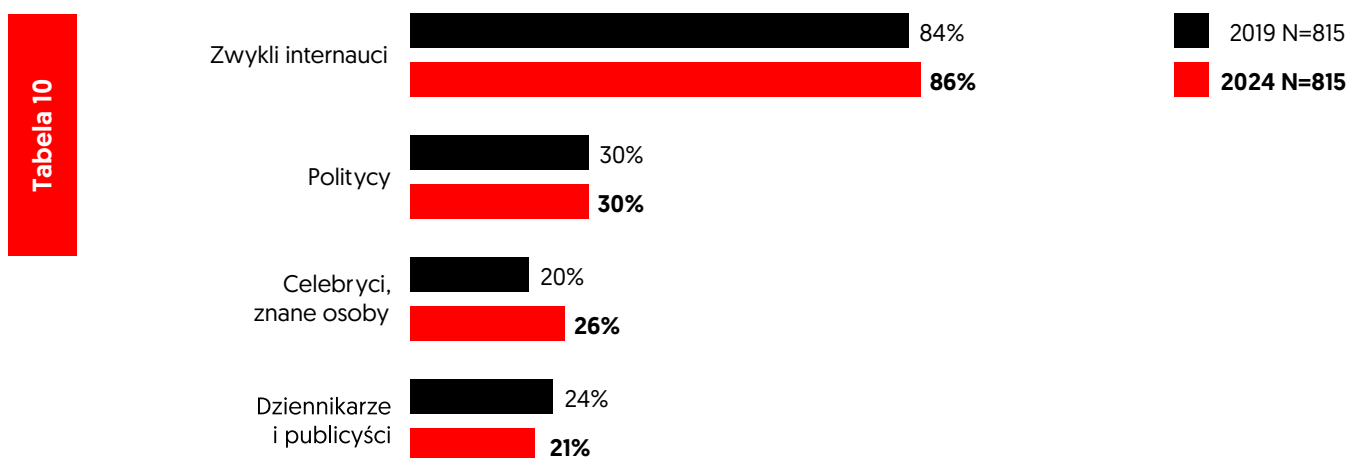
Te wyniki mogą więc służyć zinterpretowaniu zjawiska hejtu jako działania opartego na braku empatii. Internauci krytykujący innych mogą tworzyć wyidealizowany obraz własnych działań, nie zauważając, że dla innych mogą one oznaczać coś przykrego (i być traktowane jako hejt). Jednocześnie dostrzegają, że za takimi samymi działaniami innych może się kryć chęć sprawienia komuś przykrości, wyżycia się na kims, wypromowania się czy potrzeba rozrywki.



## 4. Grupy hejtowane i hejtujące

Kolejnym zagadnieniem poruszonym w badaniu była percepcja grup najczęściej hejtujących i hejtowanych, dotyczyły tego pytania 8 i 9.

*Które grupy często hejtują innych?*



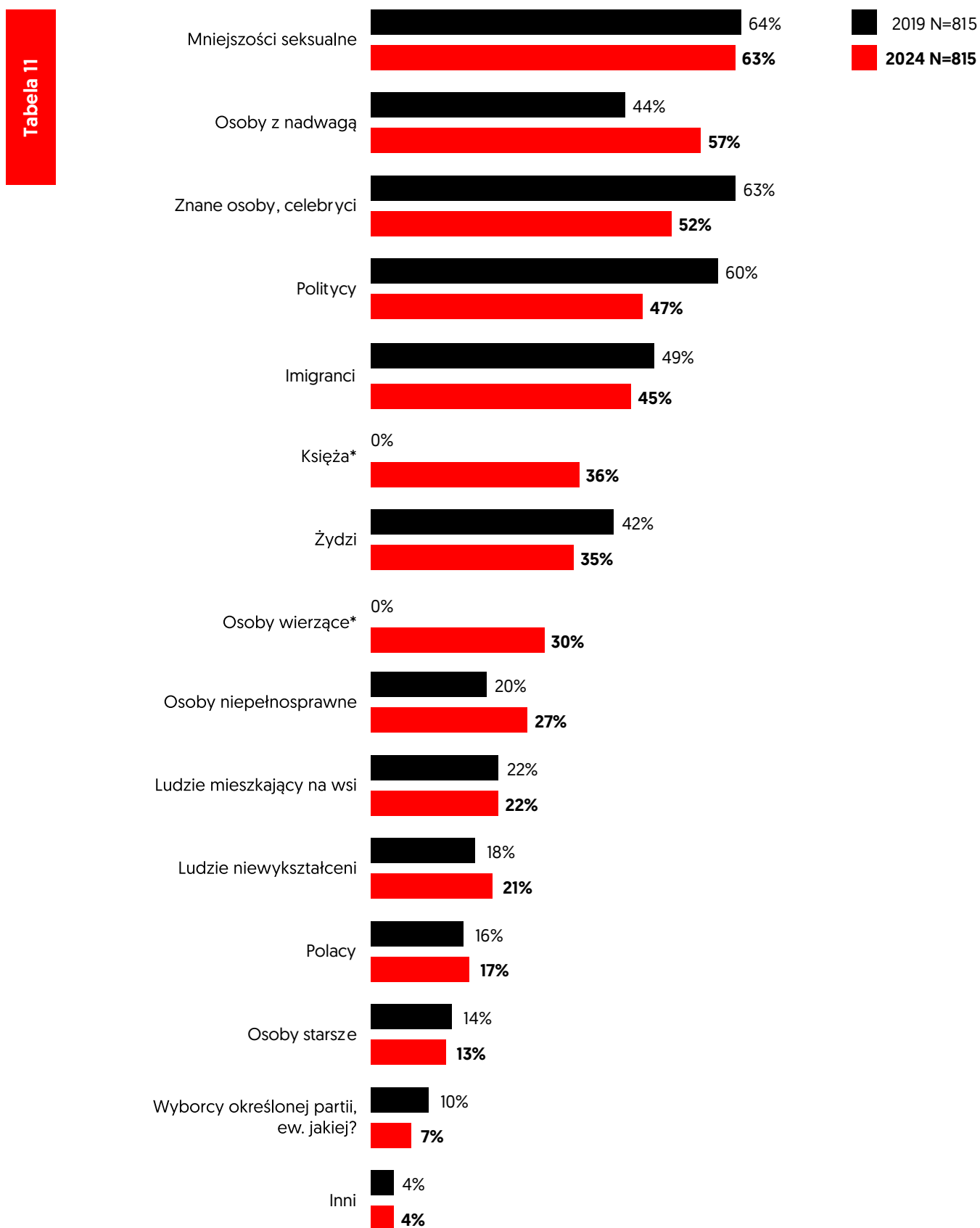
**W percepcji respondentów zdecydowanie najczęściej hejterami są zwykli internauci.** W tej materii niewiele się zmienia [84% wskazań na tę grupę w 2019 i 86% w 2024 roku]. Pozostałe grupy są wskazywane zdecydowanie rzadziej, na poziomie 20–30%. Jediną zauważalną zmianą jest wzrost wskazań na celebrytów jako hejterów o 6 pkt proc. [z 20% w 2019 na 26% w 2024 roku] oraz niewielki spadek wskazań na dziennikarzy i publicystów [z 24% na 21%].

**Kobiety rzadziej niż mężczyźni wskazywały na polityków, celebrytów i dziennikarzy jako na hejtujących, natomiast nieco częściej uważały, że często hejtują zwykli internauci.** Na polityków wskazywało w roku 2019 25%, zaś w roku 2024 23% kobiet (oraz odpowiednio 35% i 37% mężczyzn), na celebrytów 15% i 22% kobiet [pierwsza i druga fala badania] oraz 24% i 31% mężczyzn, na dziennikarzy i publicystów odpowiednio 21% i 18% kobiet oraz 28% i 23% mężczyzn. Natomiast na zwykłych internautów jako grupę często hejtującą innych wskazywało 87% kobiet w roku 2019 i 88% kobiet w roku 2024, gdy wśród mężczyzn było to odpowiednio 82% i 84%.

Wskazania podobne do kobiet mieli najmłodszy badani w wieku 15–24 lata: częściej niż starsi respondenci wskazywali w tym kontekście zwykłych internautów [90% w obu falach badania], a rzadziej niż inni: polityków [15% w roku 2019 i 21% w roku 2024], celebrytów [odpowiednio 12% i 18%] oraz dziennikarzy i publicystów [16% i 18%].

Pytanie 8 dotyczyło kategorii osób będących ofiarami hejtu.

**Które grupy osób są szczególnie hejtowane? Prosimy zaznaczyć, wstawiając krzyżyk.<sup>3</sup>**



<sup>3</sup> W listopadzie 2024 roku do kafeterii odpowiedzi na to pytanie zostały dodane dwie odpowiedzi: Księża oraz Osoby wierzące – była to jedyna zmiana w kwestionariuszu pomiędzy dwoma falami badania.

Jeśli chodzi o grupy postrzegane jako najczęściej hejtowane, na szczycie zestawienia w 2024 roku były, podobnie jak pięć lat wcześniej, mniejszości seksualne [63% wskazań w 2024 wobec 64% w 2019]. **Warto zwrócić uwagę na spadek wskazań na grupy znajdujące się na szczycie zestawienia: polityków** (spadek wskazań o 13 pkt proc. z 60% na 47%), **celebrytów** (spadek o 11 pkt proc., z 63% na 52%), **imigrantów** (spadek o 4 pkt proc. z 49% na 45%), **Żydów** (spadek o 7 pkt proc. z 42% na 35%). Zarazem **najbardziej rośnie liczba wskazań na osoby z nadwagą: wzrost o 13%** (z 44% na 57%), **osoby niepełnosprawne: wzrost o 7 pkt proc.**, z 20% na 27%, **a także na osoby niewykształcone – wzrost o 3 pkt proc.** [z 18% na 21%].

Te dane mogą ukazywać istotną zmianę w zwyczajach internautów: **objektami hejtu nieco rzadziej są grupy uprzywilejowane lub będące w centrum zainteresowania mediów, częściej natomiast stają się ofiarami osoby należące do grup nieuprzywilejowanych, o niższym statusie społecznym.**

Dwie dodane do kafeterii kategorie hejtowanych grup – księża i osoby wierzące – są wskazywane przez około jedną trzecią respondentów, a więc relatywnie często. Ciekawym wynikiem jest to, że księża byli w 2024 roku wskazywani jako ofiary hejtu minimalnie częściej niż Żydzi (36% wobec 35%).

**W postrzeganiu niektórych grup jako ofiar hejtu widać różnice pomiędzy płciami. Kobiety wykazują w tym zakresie większą wrażliwość, wyraźnie częściej niż mężczyźni wskazują w tym kontekście na:**

- **celebrytów** (68% w pierwszej fali i 59% w drugiej fali badania, gdy u mężczyzn było to odpowiednio 57% i 46%),
- **ludzi mieszkających na wsi** (24% i 26%, u mężczyzn: 19% i 18% wskazań),
- **ludzi niewykształconych** (21% i 25%, u mężczyzn 14% i 16%),
- **osoby z nadwagą** (55% i 66%, u mężczyzn 32% i 46%),
- **osoby niepełnosprawne** (24% i 32%, u mężczyzn 16% i 21%),
- **osoby wierzące** (na tę grupę wskazało w 2024 roku 32% kobiet i 27% mężczyzn).

**Mężczyźni natomiast minimalnie częściej wskazują na takie grupy jak politycy** (63% wskazań w 2019 i 48% w 2024, gdy u kobiet jest to odpowiednio 57% i 46%), **Żydzi** (42% i 39%, gdy u kobiet jest to 41% i 32%) **oraz wyborcy określonej partii** (13% i 7%, u kobiet: 7% i 6%).

Na ludzi mieszkających na wsi najczęściej wskazują badani w wieku 25–34 lata [29% w 2019 i 28% w 2024], a także najmłodszy respondenci w wieku 15–24 lata [odpowiednio 33% i 25%]. Podobnie jest ze wskazaniami na ludzi niewykształconych: relatywnie najczęściej wskazują tę grupę najmłodszy respondenci w wieku 15–24 lata [odpowiednio 31% i 28%], a także badani w wieku 25–34 lata [26% w 2019 i 24% w 2024]. Te dwa wyniki mogą być pochodną sytuacji tych osób, w jakiejś części migrujących za pracą i wykształceniem do większych ośrodków miejskich i być może bardziej wrażliwych na krytykę własnych cech w internecie.

**Wskazania na osoby z nadwagą jako na grupę szczególnie hejtowaną są tym wyższe, im młodszy są respondenci.** Wśród internautów powyżej 45 roku życia grupę tę wskazuje 33% w pierwszej fali badania i 50% w drugiej fali, w grupie 35–44 odpowiednio 45% i 52%, w grupie 25–34 – 57% i 64%, zaś w najmłodszej grupie, 15–24, aż 63% wskazań w roku 2019 i 78% w roku 2024 – takie wyniki mogą być pochodną presji społecznej, jaką w kwestii wagi odczuwają młodzi internauci.

Na osoby niepełnosprawne zdecydowanie częściej niż inni wskazują najmłodszy internauci, w wieku 15–24 lata: 27% w roku 2019 i 40% w roku 2024. Podobnie jest z imigrantami [57% wskazań w obu falach badania] i z osobami wierzącymi [na tę grupę wskazało w 2024 roku 36% najmłodszych badanych].

Generalnie najstarsza grupa badanych wskazuje prawie wszystkie hejtowane grupy rzadziej niż osoby młodsze – za wyjątkiem wskazań na polityków, o czym była mowa wyżej.

Wskazania na celebrytów jako grupę najczęściej hejtowaną rosną z wykształceniem: na nich wskazuje w grupie z wykształceniem podstawowym lub zawodowym 56% w roku 2019 i 43% w roku 2024, wśród respondentów z wykształceniem średnim odpowiednio 60% i 54%, zaś wśród tych z wykształceniem wyższym – 70% w pierwszej i 57% w drugiej fali badania.

W przypadku czterech grup: mieszkających na wsi, niewykształconych, osób z nadwagą i niepełnosprawnych zależność jest odwrotna – najwięcej wskazań w grupie o najniższym i najmniej w grupie o najwyższym wykształceniu. Jest to wynik poniekąd zaskakujący, jeśli od osób z wykształceniem wyższym oczekivalibyśmy generalnie większej empatii i wrażliwości na przemoc językową wobec grup nieuprzywilejowanych – wyniki badania tego nie potwierdzają. Wskazania na mieszkających na wsi jako grupę często hejtowaną spadają z poziomem wykształcenia: 26% i 25% wskazań (osoby z wykształceniem podstawowym lub zawodowym, pierwsza i druga fala badania), 23% i 24% (wykształcenie średnie) oraz 18% w obu falach (wykształcenie wyższe).



Wskazania na niewykształconych jako grupę najczęściej hejtowaną: odpowiednio 28% i 29% (podstawowe i zawodowe), 16% i 20% (średnie) oraz 13% i 15% (wyższe). Wskazania na osoby z nadwagą: 49% i 59% (podstawowe i zawodowe), 45% i 58% (średnie) oraz 39% i 54% (wyższe). Wskazania na niepełnosprawnych: 21% i 35% (podstawowe lub zawodowe), 23% i 28% (średnie) oraz 17% i 20% (wyższe).

Te zależności można interpretować tak, że **być może internauci częściej widzą ofiary hejtu w grupach, z którymi łatwiej im się zidentyfikować, do których im psychologicznie bliżej: wykształconym bliżej do celebrytów, zaś niewykształconym do innych niewykształconych, do mieszkających na wsi, do tych z nadwagą i do niepełnosprawnych – a więc do grup o potencjalnie niższym statusie społecznym.**

## Hejt jako problem społeczny, walka z hejtem vs. wolność słowa

Zagadnieniu walki z hejtem zostały poświęcone trzy pytania. Pierwsze z nich dotyczyło postrzegania hejtu jako problemu społecznego, drugie zaś konieczności walki z tym zjawiskiem.

*Czy zgadza się Pan/i z opinią, że hejt to poważny problem społeczny?*

Tabela 12		Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam	Ogółem TAK
	2019, N=815	1%	2%	10%	26%	61%	<b>87%</b>
2024, N=815	2%	3%	7%	28%	60%	<b>88%</b>	

**Kobiety wyraźnie częściej niż mężczyźni uważają hejt za poważny problem społeczny:** zdecydowanie zgadza się z tą tezą 66% kobiet w 2019 roku i 74% w 2024 roku, gdy u mężczyzn jest to odpowiednio 55% i 46%; jeśli zsumować odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”, to dla kobiet wskaźnik traktowania hejtu jako poważnego problemu społecznego rośnie z 88% w 2019 roku do 95%, zaś u mężczyzn spada z 84% do 82%, co pokazuje też odmienne kierunki zmian opinii: **kobiety w ciągu pięciu lat stały się bardziej wrażliwe na zjawisko hejtu, a mężczyźni mniej.**

Jeśli chodzi o wiek, to respondenci najmłodsi, w wieku 15–24 lata, i najstarsi, w wieku powyżej 45 lat, nieznacznie częściej niż dwie środkowe grupy wiekowe uważają hejt za poważny problem społeczny. Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam” na to pytanie wynoszą dla grupy 15–24 lata 89% w 2019 i 91% w 2024 roku, a dla badanych powyżej 45 roku życia odpowiednio 89% i 90%, podczas gdy dla internautów w wieku 25–34 lata jest to 84% w roku 2019 i 86% w roku 2024, a dla internautów w wieku 35–44 lata odpowiednio 80% i 87%.

**Im bardziej wykształceni respondenci, tym częściej uważają hejt za poważny problem społeczny.** Na każdym poziomie wykształcenia respondentów liczba takich wskazań rośnie pomiędzy rokiem 2019 a 2024 – respondenci z wykształceniem podstawowym lub zawodowym: z 80% w 2019 do 85% w 2024, z wykształceniem średnim: z 87% do 89%, z wykształceniem wyższym: z 89% do 92% [zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”].

**Odpowiedzi na to pytanie świadczą też o klarowaniu się w czasie opinii na temat zjawiska hejtu:** odpowiedź „trudno powiedzieć” była wybierana przez 10% badanych w roku 2019 i 7% w roku 2024. Liczba takich wskazań spadała we wszystkich grupach wykształcenia pomiędzy pierwszą a drugą falą badania – u respondentów z wykształceniem podstawowym lub zawodowym: z 15% do 9%, z wykształceniem średnim: z 11% do 8%, z wykształceniem wyższym: z 7% do 5%.

Deklaracje w zakresie postrzegania hejtu jako poważnego problemu społecznego można zestawzić z poparciem respondentów dla walki z hejtem.

*Czy należy walczyć z hejtem?*

Tabela 13		Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Trudno powiedzieć	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam	Ogółem TAK
	2019, N=815	0%	2%	10%	19%	69%	<b>88%</b>
2024, N=815	2%	2%	6%	19%	71%	<b>90%</b>	

**Poparcie dla walki z hejtem jest bardzo wysokie i nawet minimalnie wyższe niż dla tezy, że jest to poważny problem społeczny.**

**Kobiety popierają walkę z hejtem częściej niż mężczyźni:** w roku 2019 opowiedziało się za tym 92% kobiet, a w 2024 95% kobiet [zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”], gdy u mężczyzn było to w obu falach 85%, przy czym można zauważyć u nich minimalnie rosnący sceptycyzm: o ile w 2019 odpowiedź „zdecydowanie się zgadzam” wybrało 64% mężczyzn, a odpowiedź „raczej się zgadzam” 21%, o tyle w roku 2024 było to odpowiednio 59% i 26%.

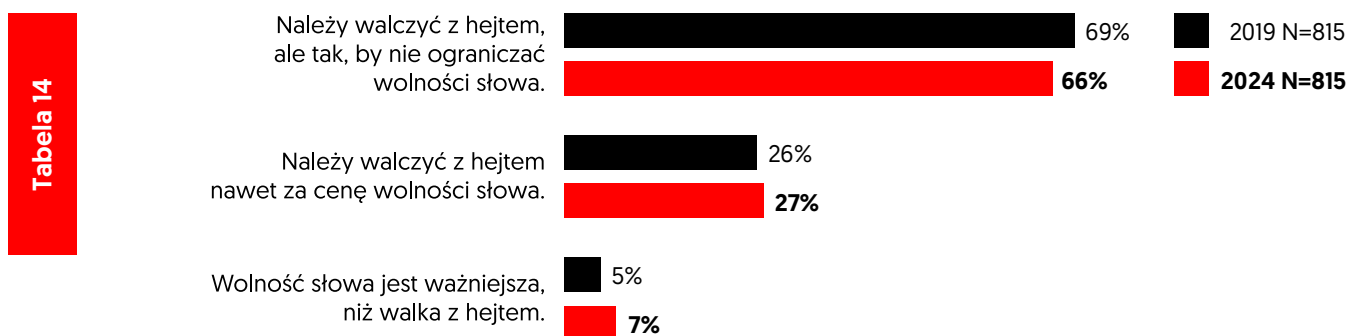
Poparcie dla walki z hejtem jest najwyższe wśród najmłodszych respondentów, na podobnie wysokim poziomie jest wśród tych powyżej 45 roku życia, w przypadku dwóch środkowych grup jest minimalnie niższe, choć nadal bardzo wysokie. Zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam” na to pytanie wynoszą dla grupy w wieku 15–24 lata 88% (pierwsza fala badania) i 93% (druga fala), dla grupy powyżej 45 lat – 91% w obu falach, dla grupy 25–34 wskaźnik ten rośnie z 85% do 90%, dla grupy 35–44 zaś z 86% do 87%.

**Poparcie dla walki z hejtem rośnie też z poziomem wykształcenia:** dla respondentów z wykształceniem podstawowym lub zawodowym jest to 83% i 88% [zsumowane odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”, pierwsza i druga fala badania], dla tych z wykształceniem średnim: 90% w obu falach, dla tych z wykształceniem wyższym: odpowiednio 93% i 92% [nieznaczny spadek].

Odpowiedzi na dwa powyższe pytania pokazują, że **przeważająca większość polskich internautów – około 90% – uważa hejt za problem społeczny, z którym należy walczyć**, nieznaczne zmiany (wzrost wskazań o 1–2 pkt proc.) obrazują trend rosnącego krytycyzmu wobec tego zjawiska.

Odrębne pytanie dotyczyło relacji dwóch zagadnień: walki z hejtem i wolności słowa. Celem było zbadanie, na ile w imię walki z hejtem polscy internauci byłiby w stanie zaakceptować ograniczenie wolności słowa.

**Czy Pani/Pana zdaniem należy walczyć z hejtem nawet za cenę wolności słowa, czy też wolność słowa jest ważniejsza niż walka z hejtem? Prosimy wybrać tylko jedną z trzech poniższych odpowiedzi, zaznaczając ją krzyżykiem.**



Podobnie jak w roku 2019, także w 2024 około **dwie trzecie internautów jest zdania, że z hejtem należy walczyć, ale tak, by nie ograniczać wolności słowa**. Jeśli zsumować wskazania odpowiedzi „należy walczyć z hejtem, ale tak, by nie ograniczać wolności słowa” z odpowiedziami „wolność słowa jest ważniejsza niż walka z hejtem”, można powiedzieć, że około **trzy czwarte badanych ceni sobie wyżej wolność słowa niż walkę z hejtem** (74% w 2019 i 73% w 2024).

# Wnioski z badania

1. Wyniki badania pokazują, że **polscy internauci dość dobrze rozumieją pojęcie hejtu, łącząc je najczęściej z chęcią sprawienia komuś pełną nienawiści, wyrażoną w formie obraźliwej**; znacznie rzadziej to pojęcie jest odnoszone do wszelkiej masowej i publicznej krytyki – tak uważa około jednej trzeciej badanych. **Na przestrzeni pięciu lat, pomiędzy rokiem 2019 a 2024, rośnie negatywna ocena hejtu.** W 2024 roku łączone są z nim przez ponad połowę respondentów także takie cechy jak atak personalny, wulgarna forma i wzywanie do przemocy. Pojęcie hejtu z biegiem czasu ulega więc specjalizacji, kryteria tego, co internauci uważają za hejt zaostrzają się; zachowania wcześniej uważane za naganne normalizują się przez częsty kontakt z nimi<sup>4</sup>, stają się częścią negatywnej normy komunikacyjnej, zaś pojęcie hejtu jest łączone tylko z bardziej drastycznymi formami przemocy językowej. Taka interpretacja tłumaczyłaby jednoczesny wzrost krytycyzmu wobec hejtu i spadek deklaracji zetknięcia się ze zjawiskiem hejtu – z 52% w 2019 do 45% w 2024 roku.
2. **Motywacje internautów przypisywane sobie, gdy krytykują innych (do czego przyznaje się w 2024 roku 35% respondentów – o 8 pkt proc. mniej niż pięć lat wcześniej), są zupełnie inne, niż te, które przypisuje się innym hejtującym**, co jest zgodne z ustaleniami z innych badań, gdzie obraz komunikacji w sieci jest gorszy niż deklaracje co do własnych zachowań, w których internauci rzadko przyznają się do obrażania innych<sup>5</sup>. Badani w 2019 i 2024 roku internauci deklarują, że ich krytyka jest racjonalna, służy wyrażaniu opinii bądź oburzenia i zmianie czegoś na lepsze, a dotyczy przede wszystkim działań i poglądów innych, nie zaś wyglądu czy innych cech. Natomiast hejterzy w opinii badanych mają się kierować chęcią sprawienia komuś przykrości, wyżycia się lub autopromocji bądź krytykować dla rozrywki. Jeśli zaś hejterami są najczęściej zwykli internauci (tak uważa około 85% badanych), to pytanie, czym naprawdę oni się kierują. Najczęściej przypisywane hejterom motywacje, wskazywane w 2024 roku przez około 70% badanych, czyli chęć wyżycia się i sprawienia komuś przykrości, ukazują internet jako przestrzeń służącą odreagowaniu negatywnych emocji, a przez to nieprzyjazną dla wielu użytkowników.
3. Jakkolwiek **grupą najczęściej wskazywaną jako ofiary hejtu nadal są mniejszości seksualne** (64% w 2019 i 63% w 2024), warto zwrócić uwagę na **spadek wskazań na takie grupy jak politycy** (o 13 pkt proc.: z 60% na 47%), **celebryci** (spadek o 11 pkt proc.: z 63% na 52%), **imigranci** (spadek o 4 pkt proc.: z 49% na 45%), **Żydzi** (spadek o 7 pkt proc.: z 42% na 35%), a zarazem na najbardziej zauważalny w wynikach **wzrost wskazań na osoby z nadwagą**: o 13 pkt proc. (z 44% na 57%) i **osoby niepełnosprawne**: o 7 pkt proc. (z 20% na 27%), a także na **osoby niewykształcone** – wzrost o 3 pkt proc. (z 18% na 21%). Te trzy grupy obrazują **zmianę w zwyczajach hejtowania na przestrzeni pięciu lat: nieco rzadziej ofiarami są osoby ze świącznika (politycy i celebryci) bądź grupy, którymi w dużym zakresie zajmują się media, wyraźnie częściej stają się nimi osoby z niższych pięt drabiny społecznej**. Relatywnie często były wskazywane jako najbardziej hejtowane także dwie grupy, nieobecne w kafeterii pytania w 2019 roku – księża (36%) i osoby wierzące (30%), co może mieć związek zarówno z wewnętrznymi problemami Kościoła katolickiego w Polsce, ujawnianymi przez media, jak i z nagonką organizowaną przez część polityków w imię doraźnych korzyści wyborczych.
4. **Szczególnie narażeni na hejt są ludzie młodzi**: w 2024 roku w grupie 15–24 lata krytykowanych było 48%, gdy w całej populacji 28% (w 2019 roku zadeklarowało to 51% najmłodszych badanych, podczas gdy w całej populacji 30%), zaś z hejtem zetknęło się w 2024 roku 66% (w całej populacji 45%); są oni krytykowani zwłaszcza za wygląd. Można przypuszczać, że jednym z wątków tej krytyki jest kwestia wagi: grupa wskazywana jako hejtowana znacznie częściej w drugiej fali badania, a więc osoby z nadwagą (wzrost z 44% do 57%) była wśród najmłodszych respondentów w wieku 15–24 lata wskazywana przez 63% w 2019 i 78% w 2024 roku, co może być symptomem postrzegania przez najmłodszych internautów tego problemu jako istotnego także dla siebie. **Ludzie młodzi znacznie częściej też krytykują innych**: w tej grupie zadeklarowało to w 2024 roku 46% respondentów (37% w całej populacji), zaś w 2019 – 55% (w całej populacji 45%).
5. Badanie ujawniło **różnice występujące pomiędzy płciami w wyrażaniu i doznawaniu krytyki w sieci oraz w postrzeganiu hejtu, a także ogólnie większą wrażliwość kobiet na to zjawisko**.

Kobiety krytykują w sieci rzadziej niż mężczyźni (w 2019 roku deklarowało to 38% kobiet i 52% mężczyzn, w 2024 roku: 30% kobiet i 44% mężczyzn). Kobiety rzadziej krytykują poglądy (w 2019 roku 42% wobec 56% takich wskazań u mężczyzn, w 2024 odpowiednio 36% i 57%). Zaszła zmiana jeśli, chodzi o krytykę zachowania („to, co ktoś zrobił”): w 2019 roku wskazania były bardzo podobne (około 70% dla obu płci), natomiast w 2024 roku krytykę zachowania znacznie częściej deklarowały kobiety niż mężczyźni (81% wobec 57%). Kobiety częściej niż mężczyźni krytykują wygląd (w 2019 roku 5% wśród krytykujących mężczyzn i 9% wśród krytykujących kobiet, zaś w 2024 roku 16% wśród krytykujących kobiet wobec 5% krytykujących mężczyzn).

<sup>4</sup> Leszczuk-Fiedziukiewicz A. 2019. „Czy hejt i mowa nienawiści staną się normą? Społeczne uwarunkowania zachowań dewiacyjnych w Internecie”. Media – Kultura – Komunikacja Społeczna, nr 3(14), s. 107.

<sup>5</sup> Kolenda P., Krejtz K. 2012. „Kultura dyskusji w internecie w opinii internautów”. W: Internetowa kultura obrażania. Krzysztof Krejtz (red), s. 65.

Kobiety są rzadziej niż mężczyźni krytykowane za poglądy (53% wobec 69% w 2019 i 50% wobec 71% w 2024), za to znacznie częściej niż mężczyźni są krytykowane za wygląd (32% wobec 15% w 2019 i 37% wobec 17% w 2024). Krytykowanie za działania było w 2019 roku niemal równie częste u kobiet i u mężczyzn, którzy stali się przedmiotem krytyki (37% u kobiet i 39% u mężczyzn), za to w 2024 roku krytyka za działania znacznie częściej spotykała kobiety [wskazało na to 43% krytykowanych kobiet i 31% krytykowanych mężczyzn].

Inne są też motywacje do krytyki. 57% krytykujących kobiet w obu falach zadeklarowało, że motywacją jest dla nich chęć wyrażenia oburzenia wobec opinii lub zachowań innych ludzi, natomiast u mężczyzn wskaźnik ten spadł z 60% w 2019 roku do 49% w 2024 roku.

Pomiędzy rokiem 2019 a 2024 zniwelowały się też różnice między płciami w zakresie deklaracji, iż motywacją do krytyki jest chęć wyrażenia własnej opinii: w 2019 roku krytykujący mężczyźni deklarowali taki powód znacznie częściej niż kobiety (68% wobec 57%), a w 2024 roku różnica niemal zanikła (mężczyźni: 67%, kobiety: 66%).

W 2024 roku kobiety częściej niż mężczyźni przyznawały się do motywacji związanej z chęcią odreagowania, wyżycia się na kimś (8% wskazań wśród krytykujących kobiet i 4% wśród krytykujących mężczyzn), w 2019 było odwrotnie (4% wskazań wśród krytykujących mężczyzn i 2% wśród krytykujących kobiet).

Kobiety rzadziej niż mężczyźni przyznają się w kontekście krytyki do niskich motywacji: rzadziej deklarują, że robią to, aby się wypromować, zarówno w 2024 (1% takich deklaracji wśród krytykujących kobiet i 5% wśród krytykujących mężczyzn), jak i w 2019 (kobiety: 2%, mężczyźni: 4%). Rzadziej też deklarują, że robią to dla rozrywki, co było bardziej widoczne w 2024 (kobiety: 4%, mężczyźni: 9%) niż w 2019 (4% wskazań wśród kobiet i 5% wskazań wśród mężczyzn).

Inna jest też percepcja grup hejtujących. Kobiety generalnie rzadziej niż mężczyźni wskazywały w tym kontekście na polityków, celebrytów i dziennikarzy, natomiast nieco częściej uważały, że hejtują zwykli internauci.

Różnice między płciami widać też w postrzeganiu niektórych grup jako ofiar hejtu. Kobiety wykazują w tym zakresie większą wrażliwość, wyraźnie częściej niż mężczyźni wskazują w tym kontekście na: celebrytów, ludzi mieszkających na wsi, ludzi niewykształconych, osoby z nadwagą, osoby niepełnosprawne, osoby wierzące. Mężczyźni natomiast minimalnie częściej wskazują na takie grupy jak politycy, Żydzi oraz wyborcy określonej partii.

Kobiety wyraźnie częściej niż mężczyźni uważają hejt za poważny problem społeczny: dla kobiet wskaźnik traktowania hejtu jako poważnego problemu społecznego rośnie z 88% w 2019 roku do 95%, zaś u mężczyzn spada z 84% do 82%, co pokazuje też odmienne kierunki zmian opinii: kobiety w ciągu pięciu lat stały się bardziej wrażliwe na zjawisko hejtu, a mężczyźni mniej. Kobiety popierają walkę z hejtem częściej niż mężczyźni: w roku 2019 opowiada się za tym 92%, a w 2024 roku 95% kobiet, gdy u mężczyzn jest to w obu falach 85%, przy czym można zauważyć u nich minimalnie rosnący sceptycyzm (inne proporcje odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „raczej się zgadzam”).

**Wyniki badania mogą ujawniać zmiany w zwyczajach publicznego wyrażania krytyki u kobiet, występujące na przestrzeni pięciu lat, widoczne nawet nie tyle w częstotliwości takich zachowań, ile w deklarowanych motywacjach (częściej motywacją jest „chęć wyrażenia własnej opinii”) i w przedmiocie tej krytyki (częściej krytyka zachowania innych). Można powiedzieć, że w perspektywie lat 2019–2024 kobiety zaczęły śmieiej krytykować innych i pewniej uzasadniać swoje krytyczne opinie.**

## 6. Polscy internauci są generalnie bardzo krytyczni wobec zjawiska hejtu.

**Choć w deklaracjach z 2024 roku osobiście zetknięto się z hejtem 45% respondentów (wobec 52% w 2019), to blisko 90% uważa go za poważny problem społeczny, z którym należy walczyć, co może jednocześnie świadczyć o zapośredniczonej przez media percepcji tego zjawiska.**

Przy tym zarówno w 2019, jak i w 2024 roku **aż dwie trzecie internautów jest zdania, że z hejtem należy walczyć, ale tak, by nie ograniczać wolności słowa.** Łącznie około **trzy czwarte badanych ceni sobie wyżej wolność słowa niż walkę z hejtem** (suma wskazań odpowiedzi „należy walczyć z hejtem, ale tak, by nie ograniczać wolności słowa” z odpowiedziami „wolność słowa jest ważniejsza niż walka z hejtem” to 74% w 2019 i 73% w 2024). Popierających walkę z hejtem nawet za cenę wolności słowa było 26% w 2019 roku i 27% w 2024 roku.

**Ten wynik jest istotny wobec działań zmierzających do penalizacji tzw. mowy nienawiści, które mogłyby ograniczać wolność słowa – jak widać, większość internautów nie popierałaby takich inicjatyw.**

Marek Kochan

# Bibliografia

- Bilewicz Michał, Marchlewska Marta, Soral Wiktor, Winiewski Mikołaj. 2014. *Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych*.  
[https://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2014/06/raport\\_final\\_poj.pdf](https://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2014/06/raport_final_poj.pdf) [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- Brzezińska-Waleszczyk Marta. 2016. *Granica pomiędzy beką a hejtem w sieci*. „Kultura – Media – Teologia” nr 25, s. 81–98.
- CBOS. 2007. „Społeczna percepcja przemocy werbalnej i mowy nienawiści”.  
[https://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2014/04/K\\_074\\_07.pdf](https://www.mowanienawisci.info/wp-content/uploads/2014/04/K_074_07.pdf) [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- Cymanow-Sosin Klaudia. 2018. „Mowa nienawiści – etyczne ramy komunikowania i podmiotowa odpowiedzialność wobec walczących słów”. „Studia Medioznawcze”, t. 1, nr 3, s. 117–126.
- Czaplicka Monika. 2015. „Hejt w internecie. Raport ilościowy”.  
[https://prowlyuploads.s3.amazonaws.com/uploads/landing\\_page\\_image/image/11744/raport-o-hejcie-w-sieci.pdf](https://prowlyuploads.s3.amazonaws.com/uploads/landing_page_image/image/11744/raport-o-hejcie-w-sieci.pdf) [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- „Hejterstwo : nowa praktyka kulturowa? : geneza, przypadki, diagnoza”. 2017. Red. Julia Dynkowska, Natalia Lemann, Michał Wróblewski, Anna Zatora. Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Gawenda Adriana. 2018. „Hejt jako przejaw patologicznych zachowań i konsekwencja rozwoju technologicznego”. „Bezpieczeństwo Obronność Socjologia”, nr 9/10, s. 45–63.
- Gawrol Katarzyna. 2016. *Hejt w Internecie*. „Edukacja – Technika – Informatyka” nr 4, s. 303–309.
- Goetz Magdalena. 2018. „Internetowy hejt po obu stronach monitora : konsekwencje cyberprzemocy”. „Świat Problemów” nr 9, s. 13–16
- Grudecki Michał. 2017. „Prawnokarne konsekwencje hejtu internetowego”, „Kultura – Media – Teologia” nr 29, s. 112–126.
- IQS. 2016. *Wilki i owce w internecie czyli raport na temat hejtu wśród młodzieży*.  
[http://brpd.gov.pl/sites/default/files/iqs\\_raport\\_z\\_badania.pdf](http://brpd.gov.pl/sites/default/files/iqs_raport_z_badania.pdf). [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- Jabłońska Marta. 2018. „Człowiek w cyberprzestrzeni: wprowadzenie do psychologii Internetu”. Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Juza Marta. 2015. „Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania”. „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” nr 25, s. 27–50.
- Kaczmarek-Śliwińska Monika. 2016. „Zarządzanie komunikacją kryzysową w przestrzeni mediów społecznościowych w kontekście zjawiska hejtingu”. „Kultura – Media – Teologia” nr 25, s. 46–58.
- Kochan Marek. 2024. Hejt. W: „Leksykon terminów medialnych”. Red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Krystyna Doktorowicz, Paweł Płaneta, Ryszard Filas, t. 1, s. 278–279. Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Kolenda Paweł, Krejtz Krzysztof. 2012. „Kultura dyskusji w internecie w opinii internautów”. W: „Internetowa kultura obrażania”. Krzysztof Krejtz, s. 57–67. [https://www.academia.edu/2356707/INTERNETOWA\\_KULTURA\\_OBRZANIA](https://www.academia.edu/2356707/INTERNETOWA_KULTURA_OBRZANIA). [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- Kondziola-Pich Katarzyna. 2018. „Charakterystyka dyrektywnych aktów mowy występujących w hejcie internetowym”. „Socjolingwistyka” t. XXXII, s. 163–174.
- Kukliński Artur. 2018. „Hejt w internecie jako zagrożenie bezpieczeństwa człowieka”. „Kultura Bezpieczeństwa. Nauka – Praktyka – Refleksje” nr 32, s. 131–146.
- Leszczuk-Fiedziukiewicz Anna. 2019. „Czy hejt i mowa nienawiści staną się normą? Społeczne uwarunkowania zachowań dewiacyjnych w Internecie”. „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, nr 3(14), s. 99–117.
- Makaruk Katarzyna, Włodarczyk Joanna, Wójcik Szymon. 2013. „Metodologia badania EU NET ADB”. „Dziecko krzywdzone. Teorie, badania, praktyka”, t. 11, nr 1, 7–11.
- Naruszewicz-Duchlińska Alina. 2014. „Intencjonalne językowe zakłócenia komunikacji internetowej [trolling, flaming, hejting]”. „Prace Językoznawcze” nr 4, s. 89–97.
- Naruszewicz-Duchlińska Alina. 2015. „Nienawiść w czasach Internetu”. Gdynia, Novae Res.

- Naruszewicz-Duchlińska Alina. 2021. „Hejt czy nie hejt? Oto jest pytanie. Wstępne rozważania o internetowych definicjach i opisach hejtu”. „Prace Językoznawcze” nr XXIII/2, s. 303–316.
- Olczyk Adam. 2017. „Czym jest hejt? Kilka słów o werbalnej nienawiści”. W: „Hejterstwo. Nowa praktyka kulturowa? Geneza, przypadki, diagnozy”. Red. Julia Dynkowska, Natalia Lamann, Michał Wróblewski, Anna Zatory, s. 25–38. Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Ołtarzewska Karolina, Przybysz Monika. 2024. „Konstruktywna krytyka, mowa nienawiści czy przemoc słowna? Świadomość zjawiska hejtu w sieci w internetowej społeczności”. „Media Biznes Kultura”, t. 1 [16], s. 75–99.
- Paszkiwicz Aneta. 2014. „Hejterzy”. Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze nr 9, s. 27–33.
- Petera Tadeusz. 2015. „Czy dzieci wiedzą czym jest hejt”. „Nowa Szkoła”, r. 71, nr 4, s. 61–62.
- Podraza Urszula. 2017. „Hejt jako zagrożenie wizerunku i pozycji rynkowej firm”. „Kultura – Media – Teologia”, nr 29, s. 33–45.
- Rosińska Klaudia. 2017. „Zjawisko hejtingu wśród młodzieży oraz sposoby przeciwdziałania”. „Kultura – Media – Teologia”, nr 29: s. 9–23.
- Słaboń Andrzej. 2014. „Obyczajowość sieciowa. U podstaw teorii zmiany kulturowej”. W: „Obyczajowość polska początku XXI wieku – w procesie przemian”. Red. Beata Łaciak, s. 214–252. Warszawa, Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- SW Research. 2015. „Hejterzy w sieci”. <https://swresearch.pl/news/hejterzy-w-sieci>. [Dostęp: 22 grudnia 2024].
- Szymczak Emilia. 2015. „Hejting jako przykład współczesnego zagrożenia w przestrzeni społecznej”. „Studia Edukacyjne”, nr 37, s. 91–107.
- Tedorczyk Marcin. 2015. „Hejting jako niechlubny trend w komunikacji rówieśniczej”. „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, nr 7, s. 60–62.
- Trzaskowski Paweł. 2023. „Hejt w komentarzach internetowych”. Warszawa, Ridero.
- Tyl Marzena. 2016. „Słowa wiele znaczą : walka z hejtem w gimnazjum”. „Poradnik Bibliotekarza” nr 5, s. 27–30.
- Urbanek Grzegorz. 2018. „Hejt jako społeczny przejaw patologii w Internecie : próba klasyfikacji adresatów”. „Kultura Bezpieczeństwa. Nauka – Praktyka – Refleksje” nr 29, s. 218–237.
- Wajs Piotr. 2017. „Hejting i trolling w kontekście kanonów 1364 i 1369”. „Kultura – Media – Teologia” nr 29, s. 127–143.
- Wajs Piotr. 2016. „Zjawisko hejtingu i trollingu na @ponfitex\_pl. Analiza tweetów na przykładzie profilu papieża Franciszka”. „Kultura – Media – Teologia” nr 25, s. 59–70.
- Wędzińska Magdalena. 2022. „Hejt i mowa nienawiści jako nieprawidłowości komunikacji w sieci”. „Rocznik Towarzystwa Naukowego Płockiego”, t. XIV, s. 403–432.
- Włodarczyk Joanna. 2013. „Zagrożenia związane z korzystaniem z internetu przez młodzież. Wyniki badania EU NET ADB”. „Dziecko krzywdzone. Teorie, badania, praktyka”, t. 11 nr 1, 49–68.
- Włodarczyk Joanna. 2014. „Mowa nienawiści w internecie w doświadczeniu polskiej młodzieży”. „Dziecko krzywdzone. Teorie, badania, praktyka”, t. 13 nr 2, 122–158.
- Wyrwas Katarzyna. 2021. „Mowa nienawiści i hejt na fanpage’u Ośrodka Monitorowania Zachowań Rasistowskich i Ksenofobicznych”. W: „Nieporozumienie, nietolerancja, wykluczenie w języku i kulturze”. Red. Ewa Białas-Pleszak, Artur Rejter, Katarzyna Sujkowska-Sobiesz, Wioletta Wilczak, s. 121–131. Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Zellma Anna, Wiszowaty Edward. 2020. „Rekolekcje szkolne jako miejsce przeciwdziałania hejtowi wśród młodzieży”. „Studia Kołobrzesko-Koszalińskie” nr 27, s. 421–436.
- Ziemiańska Kamila Marlena. 2021. „Hejt internetowy jako zniewaga i zniesławienie”. „Roczniki administracji i prawa XXI” z. 3, s. 73–85.