

Władysław Chłopicki<sup>a</sup>, Liisi Laineste<sup>b</sup><sup>a</sup> Uniwersytet Jagielloński, Kraków<sup>b</sup> Estonian Literary Museum [Estonian Museum of Literature], Tartu

## Żartobliwe metafory jako sposoby złagodzenia mowy nienawiści w dyskursie religijnym

### Wstęp

Istnieje wiele sposobów wyrażania pozytywnych i negatywnych emocji w Internecie (Waterloo i in. 2018). Mimo to środowisko internetowe niewątpliwie znacznie redukuje sygnały pozajęzykowe normalnie obecne w komunikacji (Sproull, Kiesler 1986), co sprawia, że wyrażanie emocji niesie za sobą pewne ryzyko. Używanie niektórych typowych dla Internetu narzędzi komunikacyjnych, np. emotikonów, jest proste i ich identyfikacja i zrozumienie wymaga niewiele wysiłku, podczas gdy inne – takie jak metafory – są mniej jednoznaczne, ale ich rozpoznanie i analiza są ważne, zwłaszcza w kontekście mowy nienawiści. Badając język przenośny można próbować określić, jakie odczucia wyrażają mówcy w swoich wypowiedziach. Sara Ahmed (2004, 11–13) słusznie zakłada, że skupienie się na języku przenośnym jest efektywnym sposobem badania takich emocji. Do tej pory metafory były w dużej mierze omawiane z perspektywy ich charakteru perswazyjnego i ocenego (zob. np. Semino, Demjén 2017), głównie w odniesieniu do dyskursu politycznego (np. Ferrari 2018) – osoby ich używające mogą celowo przywoływać obrazy, aby kierować naszym myśleniem i manipulować naszymi opiniami (zob. również Prażmo 2020). Nie opublikowano jednak prawie żadnych badań na temat stosowania metafor w kontekście mowy nienawiści, mimo że użytkownicy „dyskursu protestu” często używają metafor (wśród niedawnych prac wyróżniają się, np. Demjén, Hardaker 2017; Musolff 2015). Badano także *anger* (gniew) jako domenę docelową metafory, natomiast nienawiść nie była zwykle uwzględniana w takiej dyskusji (por. Kövecses 2018). Dotychczas omawiane przykłady pochodzą z mediów, natomiast nasze badanie czerpie przykłady z komentarzy zamieszczanych w serwisie YouTube.

Naszym celem w niniejszym rozdziale jest wykorzystanie wyników poprzedniego badania (Laineste, Chłopicki 2023) w celu sprawdzenia, czy znajdują one zastosowanie w innym, polskim kontekście językowo-kulturowym. W poprzednim badaniu zastosowaliśmy teorię metafory deliberatywnej (DMT, zob. Steen 2017<sup>1</sup>) do analizy mowy nienawiści na YouTube, skupiając się na metaforach używanych w komentarzach, dotyczących religii. W obecnej analizie dodatkowo korzystamy z wyników wcześniejszego badania, dotyczącego współwystępowania metafory i humoru (Laineste, Chłopicki 2019). Tutaj skupiamy się na metaforach deliberacyjnych i konwencjonalnych, a także na przykładach humoru występujących w mowie nienawiści, aby wyjaśnić, w jaki sposób w komunikacji internetowej (a bardziej precyzyjnie, w komunikacji zapośredniczonej przez komputery<sup>2</sup>) wyrażane jest niekonwencjonalne myślenie, i jaki wpływ na recepcję ma to, że przekaz jest wyrażony nieodpowiednio. Jest to podejście nowatorskie, ponieważ związek metafory, mowy nienawiści i humoru nie był dotychczas przebadany. Nasze wyniki sugerują, że deliberatywność metafory, zwłaszcza w połączeniu z humorem, ogranicza i osłabia negatywne emocje (nienawiść) w komentarzach użytkowników YouTube'a, ale nie usuwa ich całkowicie.

### *Internet jako miejsce wyrażania negatywnych emocji poprzez metafory*

Media społecznościowe okupują coraz większe obszary naszego codziennego życia, choć istnieją geograficzne i demograficzne podziały w korzystaniu z Internetu (zob. Jensen 2015). Ponadto Internet stanowi dziś główne miejsce, gdzie pojawia się niegrzeczność, nieodpowiedniość, brak granic w komunikacji (np. Joinson 2007), „toksyczne niepohamowanie” (Suler 2004) czy mowa nienawiści (Delgado, Stefancic 1995). Ludzie wyrażają emocje, dzielą się nimi i wpływają na nich emocje innych osób (zob. Lee 2011; o obawach o charakterze rasowym w Ahmed 2004, 10). Badania wykazały, że niektóre tematy, np. religia, orientacja seksualna czy imigracja, stanowią szczególnie podatny grunt dla wywoływania internetowych sporów (np. Laineste 2013). Uprzedzenia wobec grup religijnych (ale także imigrantów czy uchodźców) często wyraża się przy pomocy metafor „odczłowieczających”. Domenami źródłowymi bywają tu zwierzęta, brud i zarobaczenie, jedzenie, przedmioty, choroby (psychiczne) czy kłęski żywiołowe (Demjén, Hardaker 2017). Skutecznym sposobem na stworzenie negatywnego obrazu grupy docelowej jest odno-

---

1 Angielski termin *deliberative metaphor* to, najogólniej mówiąc, rodzaj metafory twórczej, tworzonej na potrzeby komunikacji, nie będącej w repertuarze leksykalnym, skonwencjonalizowanym języka.

2 Angielski termin *computer-mediated communication* (CMC).

szenie się do jej przedstawicieli jako do kanibali (Laineste, Lääne 2015). Badanie figur retorycznych opisujących „nieľudzkosć” Innego wskazało na konsekwentne i kreatywne używanie fraz takich jak „taniec na grobach”, „plucie w twarz/serce” (Laineste 2020). Takie metafory są używane z „wysokim stopniem ‘deliberatywności’ i pewną dozą świadomości dyskursyjno-historycznej” (Musolff 2015, 41).

Jako że interakcja w Internecie jest określana jako „mowa pisana” lub „pismo mówione” (Crystal 2002), zawiera ona wysoki odsetek spontanicznie stworzonych wyrażen metaforycznych. Badając internetowe rozmowy na tematy religijne, Stephen Pihlaja (2018) stwierdził, że częstotliwość metafor w CMC wynosi około 17%, co jest porównywalne z częstotliwością stosowania metafor w dyskursie pisanym (takim jak proza literacka, dyskurs akademicki lub prasa drukowana 11,7%–18,5%; zob. Dorst 2015) i znacznie wyższa niż w rozmowie ustnej (7,7%; rozmowy w klasie szkolnej czy na spotkaniu rozjemczym 2,7%–10%, zob. Cameron 2008). Zatem metafory używane w sieci, w przeciwieństwie do metafor w tekstach pisanych (Lewandowski 2012), mają tendencję do ulotności i idiosynkratyczności, a tym samym stanowią doskonałe przykłady metafor deliberatywnych, niekonwencjonalnych. Metafory są z natury niejednoznaczne, a czasem żartobliwe. Ich rolą w tym procesie jest przyczynienie się do budowania poczucia wspólnoty, ale także dawanie przyjemności z formułowania nowych i czasami humorystycznych sposobów obrażania tych, którzy myślą inaczej.

Podczas badania na YouTube’ie komentarzy, dotyczących tematów religijnych, Pihlaja (2018) dochodzi do wniosku, że komentatorzy islamscy i chrześcijańscy mają pewien wspólny grunt (np. są dobrze poinformowani w kwestiach religijnych), pomimo wszelkich różnic, które istnieją między nimi, podczas gdy ateści są inni: wyrażają się inaczej i brakuje im spójnego dyskursu. Bardzo często ateści uciekają się po prostu do wyśmiewania i obrażania wierzących. Muzułmańscy i chrześcijańscy YouTuberzy są podobni w swojej retoryce szerzenia wiary, która była częścią ich własnej drogi do religii (zob. Pihlaja 2012, 63; 2018, 6, 12). W internetowej – i z natury asynchronicznej – dyskusji, celem jej uczestnika jest zapęzdzenie drugiego w kozi róg, a nie przekonanie go (Billig 1996). Jak sugeruje Pihlaja (2012, 66), „celem staje się nie przekonanie drugiej strony, ale ‘wygranie’ dyskusji poprzez wytrzymanie do samego końca, aby mieć ostatnie słowo”. Dodatkowo ułatwia to fakt, że środowisko Internetu jest opisywane jako sprzyjające zabawie, humorowi i kreatywności (North 2007). Język przenośny oferuje wiele możliwości takiej emocjonalnie zaangażowanej zabawy, przede wszystkim zabawy językowej, ale także zabawy, która ma kontekst społeczny. Dotyczy to zarówno metafor konwencjonalnych, które są używane bez większej świadomości poznawczej lub emocjonalnej, jak i tych o bardziej kreatywnej i deliberatywnej naturze.

## Definicje

W kontekście niniejszego badania konieczne jest zdefiniowanie kilku kluczowych pojęć. „Mowa nienawiści” to świadoma i celowa publiczna wypowiedź, mająca na celu poniżenie grupy ludzi (Delgado, Stefancic 1995). Bardziej precyzyjnie: (1) nadawca nienawistnej wiadomości przyjmuje tożsamość pewnej grupy, (2) wyraża uprzedzenia (tj. negatywne oceny) wobec innej grupy i (3) wybiera sobie tę grupę lub jej przedstawiciela jako temat (obiekt; *target*) publicznej wypowiedzi (zwłaszcza w mediach społecznościowych, prasie lub komentarzach na YouTube’ie), (4) w celu zaatakowania ich (na podstawie modelu zaproponowanego przez Isabel Ermidę [2024]). Podczas, gdy wielu badaczy postrzega mowę nienawiści jako formę obraźliwego języka, inni traktują ją jako zjawisko osobne, obok wulgarności, obrazy, obelg, zniewag itp. (np. Watanabe i in. 2018). Czasami wszystkie te terminy są postrzegane jako rodzaj „języka obelżywego” (*abusive language*), który jest traktowany jako termin bardziej ogólny (Niemann i in. 2020) lub, alternatywnie, dyskursu społecznie nieakceptowalnego (*socially unacceptable discourse*; Fišer i in. 2017). Jednym z wyników niedawnego projektu NETLANG<sup>3</sup> jest pięcioczynnikowy model identyfikacji mowy nienawiści, autorstwa Ermidy (2024), który pozwala odróżnić mowę nienawiści od języka agresywnego. Tutaj jednak zamiast ostrych kategorii postulujemy skalę wyrażania nienawiści w ramach dyskursu społecznie nieodpowiedniego (*socially inappropriate discourse*), która rozciąga się od mowy nienawiści po język jedynie w niewielkim stopniu nieodpowiedni, na którą to kategoryzację wpływa obecność metafor i humoru.

Metafora deliberatywna, zgodnie z definicją Geralda Steena (2011, 53), jest określana jako metafora, w przypadku której wypowiadający podejmuje świadomy wysiłek (lub „wyrzysłe myślenie” [*express thinking*]) w celu jej stworzenia i zrozumienia (na poziomie umysłu, języka i komunikacji). Badacz zwraca także uwagę na jej „domenę źródłową jako oddzielny istotny szczegół w pamięci roboczej” (Steen 2017, 7), co odróżnia ją od metafory niedeliberatywnej, konwencjonalnej, która porusza się ustalonymi ścieżkami, nie wchodząc w zakres świadomej uwagi użytkownika. Konwencjonalność metafory jest blisko związana z koncepcją metafory pojęciowej w kognitywnej teorii języka Ronalda Langackera (2008) i George’a Lakoffa (1987) (projekcja mentalna między domenami, która znajduje

---

3 “The language of cyberbullying: Forms and mechanisms of online prejudice and discrimination in annotated comparable corpora of Portuguese and English” [Język cyberprzemocy: Formy i mechanizmy uprzedzeń i dyskryminacji w Internecie w anotowanych porównawczych korpusach języka portugalskiego i angielskiego], Uniwersytet Minho, Portugalia. <https://netlang-corpus.ilch.uminho.pt/index.html>, dostęp 3 lutego 2025.

odzwierciedlenie w powszechnie używanych wyrażeniach językowych). Mimo że rozróżnienie to wywołało kontrowersje (np. Gibbs [2017] twierdził, że metafora deliberatywna nie ma takiej mocy retorycznej, jaką przypisywał jej Steen), chcielibyśmy je tutaj podtrzymać, ponieważ wydaje się, że ma ono wystarczającą moc wyjaśniającą.

Koncepcję metafory deliberatywnej najlepiej widać, patrząc z potrójnej perspektywy metafory w myśli, języku i komunikacji, dzięki czemu jest ona najgłębiej zanurzona w kontekście językowo-kulturowym. Kluczowym elementem procedury identyfikacji metafory deliberatywnej w pięciu krokach (DMIP; Reijnierse i in. 2018) jest identyfikacja słów metaforyzujących (MRW – *metaphor-related words*), czyli jednostek leksykalnych, które odnoszą się zarówno do domeny źródłowej, jak i docelowej (tj. są niejednoznaczne).

### *Język przenośny a humor*

Humor ma zasadniczo charakter zabawowy i rozrywkowy, co tylko pozornie kontrastuje z jednoznacznie szkodliwymi celami mowy nienawiści (zob. Davies 1990; teorię łączącą humor z agresją opracował Charles Gruner [1997]). Istnieją pewne użycia humoru, takie jak dokuczanie, testowanie zrozumienia, ale także plotki lub udawana agresja, które mają wpływ na poczucie przynależności czy wykluczenia z grupy (Alvarado Ortega 2015). W przypadku metafory, jej użycia potencjalnie pozytywne i negatywne splatają się ze sobą w podobny sposób. Metafora i język przenośny, podobnie jak ironia i humor, mogą być wykorzystywane jako sposoby obchodzenia ograniczeń mowy nienawiści, szczególnie w krajach, w których obowiązują ściśle uregulowania prawne, dotyczące mowy nienawiści (Aref i in. 2020). Związek między humorem a metaforą został zbadany zarówno przez badaczy humoru, jak i metafory, którzy odkryli szereg ich cech wspólnych (pełniejszy przegląd można znaleźć w: Chłopicki, Laineste 2019). W największym skrócie, stwierdzono, że elementy wyzwalające humor (*humorous triggers*; Attardo 2001) są porównywalne do słów metaforyzujących (*metaphor-related words*; por. Reijnierse i in. 2018), ponieważ oba łączą dwie domeny znaczeniowe, albo w celu podkreślenia niejednoznaczności (w przypadku humoru), albo w celu doprowadzenia do syntezy i ostatecznego ujednoznacznienia (w przypadku metafory).

Badacze wykazali, że humor powoduje oscylacje między różnymi poziomami niespójności w umysłach odbiorców, dzięki czemu powstają łańcuchy skojarzeń, które mnożą efekty humorystyczne, zaś metafory mają tendencję do kierowania uwagi odbiorców w stronę innych, zbliżonych domen, podczas gdy pierwotne domeny zanikają. Niektóre inne zbieżne cechy – wykorzystywane jako mecha-

nizmy humoru – obejmują przesadę, grę słów i zaskoczenie, znane w badaniach nad metaforami jako – odpowiednio – hiperbola, powrót do domeny źródłowej i efekt nowości. Co najważniejsze, humor, jak i metafora deliberatywna, wiążą się z szerszą aktywacją potencjalnych odniesień i znaczeń (por. Steen 2011) niż zwykle wypowiedzi, zwłaszcza, gdy pojawiają się domeny, które na pierwszy rzut oka wyglądają na niespójne lub nieoczekiwane, zmuszając adresata do tworzenia nowych skojarzeń przy próbie zrozumienia wypowiedzi.

Jednak dopiero kontekst użycia metafory jest czynnikiem, który określa jej humorystyczny potencjał (por. Ritchie, Schell 2009); wiele projekcji metaforycznych współwystępuje ze zderzeniami humorystycznymi jedynie jako efekty wtórne (Müller 2007, 52), a interpretowanie spontanicznych (deliberatywnych), nieco ironicznych metafor, nie zawsze jest łatwym zadaniem. Badanie metafor występujących w internetowej mowie nienawiści stanowi zatem szczególnie złożony przypadek badania retoryki mowy nienawiści, który wymaga szczegółowej analizy nie tylko ze względu na częste pojawianie się metafor w mediach społecznościowych, ale również dlatego, że warto dowiedzieć się więcej o przypadkach, w których mówca może chować się za uzasadnieniem, że „to był tylko żart” (zob. Lockyer, Pickering 2005). Metafory i humor odgrywają ważną rolę w ograniczaniu poziomu nienawiści poprzez wywoływanie żartobliwych obrazów, stosowanie przesady, ironii i innych technik humorystycznych.

## Metodologia badania

Podobne badania mowy nienawiści w Internecie próbowały zmierzyć się z tym zjawiskiem z różnych perspektyw, na przykład przez analizę dyskursu (Assimakopoulos i in. 2017). Nasze podejście jest wyjątkowe, ponieważ łączymy wiedzę specjalistyczną w zakresie analizy humoru i metafor deliberatywnych z nowym modelem mowy nienawiści (Ermida 2024). We wcześniejszym badaniu (Laineste, Chłopicki 2023) zaproponowaliśmy skalę dyskursu społecznie nieodpowiedniego, która pokazuje związek użycia humoru oraz metafor deliberatywnych i konwencjonalnych ze stopniem nienawistności komentarzy internetowych. Wykazaliśmy tam, że zarówno humor, jak i metafory deliberatywne maskują i łagodzą obraźliwość komentarzy. W niniejszym artykule kontynuujemy poprzednie badanie i testujemy nasz model na przykładach z polskiego YouTube’a. Użyliśmy metody DMIP dla identyfikacji słów metaforyzujących, skupiając się na ostatnim kroku, który polega na abstrakcyjnej projekcji między domenami, określającej kontekstową wartość metafory deliberatywnej. Ta kontekstowa wartość sytuuje się na najwyższym poziomie komunikacji w potrójnej triadzie Steena i odpowiada rekonstrukcji intencji mówcy.

Korpus NETLANG, który był źródłem naszego wcześniejszego badania (Laineste, Chłopicki 2023), został tak zaprojektowany, aby umożliwić analizę mechanizmów językowych stosowanych w mowie nienawiści w jej całym zróżnicowaniu socjolingwistycznym. Głównym źródłem danych był YouTube. Jest to obecnie jeden z najczęściej odwiedzanych serwisów internetowych (drugi na świecie od sierpnia 2024 roku; zob. Datareportal 2024) z aktywnymi, ale niezbyt intensywnie moderowanymi sekcjami komentarzy. Tematy takie jak religia są szczególnie podatne na dyskusje w Internecie (Laineste 2013; zob. także Laineste, Chłopicki 2023): w komentarzach omawiających kwestie religijne wyrażane są opinie od wspierających po wrogie, a anonimowość tego popularnego środowiska internetowego sprawia, że jest to najbardziej odpowiednie środowisko do analizy dyskusji o tematyce religijnej i analizowania ich elementów językowych. W poprzednim badaniu przeszukaliśmy dyskusje na YouTube'ie zebrane w bazie danych NETLANG przy pomocy potrójnej kombinacji słów kluczowych „nienawiść”/„anty-”, „przeciw”, „dyskusja”/„chrześcijanin”, „islam”, „ateista”, aby móc uwzględnić trzy główne grupy religijne. Tym razem skupiliśmy się na polskich przykładach, aby sprawdzić, czy nasze wyniki znajdują także zastosowanie do mowy nienawiści towarzyszącej tematom religijnym w innych kontekstach językowych. W wybranych przykładach zwracamy uwagę na podobne kategorie: typ dyskursu i metafory, mechanizm humoru oraz cechy tekstowo-językowe.

### *Kontekst a treść wybranych wątków*

Wybraliśmy przykłady zaczerpnięte spośród komentarzy, dotyczących poważnej, intelektualnej dyskusji internetowej, która dotyczy tematyki religijnej. Pochodzą one z jednego zbioru 584 komentarzy (liczba aktualna na dzień 4 sierpnia 2024 roku). Zbiór można odnaleźć pod debatą pt. „Czy Kościół nas okłamał?”. Deбата została przeprowadzona w Instytucie Myśli Józefa Tischnera i opublikowana w serwisie YouTube 17 stycznia 2023 roku ([https://www.youtube.com/watch?v=OFFa6f8\\_gGA](https://www.youtube.com/watch?v=OFFa6f8_gGA); dostęp 29 października 2024). W dyskusji, która przez 17 miesięcy zyskała 69,000 odsłon, uczestniczyli Tomasz Terlikowski i Adam Workowski oraz prowadzący debatę, Zbigniew Stawrowski. Terlikowski, doktor filozofii, najbardziej chyba rozpoznawalny w Polsce dziennikarz katolicki, określany też dawniej jako „Papież Terlikowski” ze względu na swoje konserwatywne poglądy, obecnie aktywny jest w mediach nurtu liberalnego. Workowski, doktor filozofii, uczeń księdza profesora Józefa Tischnera, współzałożyciel Instytutu

Myśli Józefa Tischnera, dawniej pracownik naukowy Uniwersytetu Papieskiego im. Jana Pawła II, odszedł z Kościoła i z uczelni ze względu na krytyczną postawę wobec Kościoła katolickiego. Stawrowski, doktor filozofii i profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego, studiował pod kierunkiem Józefa Tischnera.

Dyskusja dotyczyła kryzysu związanego ze spadkiem zaufania do instytucji Kościoła katolickiego w Polsce, co wynika zarówno z nieodpowiedniego zachowania poszczególnych księży czy biskupów, jak i ze sposobu funkcjonowania instytucji Kościoła jako całości. W poniższej analizie przedstawiamy po kilka przykładów takich metaforycznych i humorystycznych komentarzy, które reprezentują wybrane punkty na skali od tego, co uznajemy za mowę nienawiści do języka nieodpowiedniego tylko w niewielkim stopniu; skala nie obejmuje języka, który uznajemy za zupełnie odpowiedni i nie-humorystyczny, a także żartobliwych uwag, które nie mają charakteru metaforycznego.

## Analiza przykładów

W części teoretycznej argumentowaliśmy, że użycie metafor i humoru może wpłynąć na postrzeganie poziomu nienawistności komentarza. Z pięciu elementów, które Ermida (2024) określiła jako centralne w odróżnianiu mowy nienawiści od języka agresywnego, wzięliśmy pod uwagę stanowisko komentującego, uprzedzenia, jakie wyraża, obiekt, na którym skupia się wypowiedź oraz cel komunikatu (np. atak na Kościół), ale już nie kanał komunikacyjny, ponieważ w każdym przypadku był on publiczny (YouTube). Potwierdziliśmy wniosek z poprzedniego badania, że nadawca komunikatu jest w naszych przykładach zazwyczaj osobą, która nie pozycjonuje się otwarcie jako przedstawiciel grupy (choć tu jest kilka ciekawych wyjątków), a jego cele mogą być wielorakie. Jednocześnie obiekt zainteresowania (*target*; grupy lub osoby religijne) jest najczęściej obecny, podobnie jak wyrażenie uprzedzeń.

Celem komentatora nie był oczywiście tylko czysty atak lub oskarżenie, ale także deprecjonowanie lub wyśmiewanie obiektu, czy też bezpośrednie wyrażanie niechęci do dyskutantów, księży lub Kościoła (takich komentarzy było około 32%). Znaleźliśmy również bardzo dużo przykładów (około 36% wśród 584 komentarzy), w których komentatorzy doceniali dyskusję i jej poziom, a także zamieszczali swoje obserwacje, dawali konstruktywne rady obiektowi (czyli Kościołowi czy uczestnikom dyskusji). Ta proporcja wynika zapewne z intelektualnego, niepolemicznego charakteru dyskusji, a także krytycznego stosunku uczestników do obecnej postawy Kościoła. Decyzja, jak bardzo społecznie nieodpowiedni jest komentarz, jest zwykle kwestią języka, a także metaforyczności lub humoru wypowiedzi – co



jest sednem naszego badania. Komentarze wolne od uprzedzeń, szczególnie te klasyfikowane jako obserwacje (bardziej obiektywne lub zdystansowane z natury), są zazwyczaj mniej nieodpowiednie lub nawet całkowicie odpowiednie.

Metafory deliberatywne często łagodzą siłę mowy nienawiści. Potwierdziło się, że wypowiedź można odebrać jako bardziej nienawistną niż oczekiwano, gdy jedna z dziedzin, której dotyczy, jest dziedziną tabu, taką jak seks, pedofilia, ekskrementy, czy też dziedziną o silnym negatywnym nacechowaniu, taką jak przestępczość zorganizowana, choroby psychiczne, przesady, porównanie ludzi do przedmiotów czy zwierząt lub głupota. Wykazaliśmy również, że określone elementy tekstowo-językowe użyte w komentarzach miały pewien wpływ na poziom ich nienawistności (np. użycie przekleństw czy form łamiących etykietę), podczas gdy bezpośrednie zwroty, cytaty i metakomentarze, skróty lub powtórzenia nie miały takiego efektu.

Podstawowymi mechanizmami humoru w komentarzach internetowych są zazwyczaj przesada, humorystyczne obrazy czy ironia. Co ciekawe, a także kluczowe dla naszego badania, humor łagodzi siłę mowy nienawiści lub ją neutralizuje. Konkretnie, humorystyczne obrazy (tj. wyrażenia werbalne, które opisują fikcyjne humorystyczne sytuacje; por. wspólne fantazjowanie opisane m.in. przez Chovanca [2012]) i większość przypadków przesady nie współwystępowało z mową nienawiści i klasyfikowaliśmy je jako społecznie odpowiednie, w przeciwieństwie do ironii, która korelowała z mową nienawiści.

Poniżej przedstawiamy najbardziej reprezentatywne przykłady komentarzy (w sumie 22, choć jak widać poniżej liczba metafor jest większa). Podobnie jak w poprzednim badaniu traktujemy je jako punkty na zbiorczej skali, która łączy trzy wymiary: skalę nienawiści, konwencjonalności metafor oraz żartobliwości. Zachowaliśmy wszędzie oryginalną pisownię (omawiane metafory zaznaczyliśmy kursywą), a w nawiasach umieszczamy zidentyfikowane projekcje metaforyczne. Omówienie komentarzy dotyczy tego, w jaki sposób spełniają one warunki mowy nienawiści według Ermidy oraz jak ich metaforyczność i humor wpływają na osłabienie ich nienawistnego charakteru.

### *Mowa nienawiści + metafora konwencjonalna + brak humoru*

Pierwsza kategoria wydaje się najbardziej liczna, ponieważ łatwiej jest przywołać metaforę konwencjonalną niż silić się na kreatywność, zwłaszcza w Internecie, gdzie nie można nadrobić niejasności językiem niewerbalnym. Trzy z czterech kryteriów definicyjnych mowy nienawiści są tu spełnione: autorzy komentarzy wykazują uprzedzenia wobec instytucji, nauki czy ludzi Kościoła (widoczne

w nacechowanym języku, jakiego używają), obierają go sobie za obiekt wypowiedzi i przypuszczają atak słowny. Tak jak wspomnieliśmy wcześniej, autorzy nie przyjmują tu jednak tożsamości grupy. Niemal wszystkie przykłady to najprostsze metafory konwencjonalne KOŚCIÓŁ / RELIGIA / BIBLIA / NARRACJA KOŚCIOŁA TO.... ZŁO, ewentualnie KŁAMSTWO / OSZUSTWO / BAJKA, a bardziej konkretnie to FIRMA / ORGANIZACJA PRZESTĘPCZA lub MARTWY CZŁOWIEK, a KSIĘŻA TO POTWORY / GŁUPI LUDZIE lub ZWIERZĘTA, zaś WIERNI TO NIEWOLNICY. Wyróżnia się z tego jedna antysemicka metafora, że ŻYDZI TO OSZUŚCI, która dla jej komentatora (choć nie dla nas) jest logiczną konsekwencją krytyki Kościoła (czyli KOŚCIÓŁ TO (też) OSZUŚCI).

Warto zwrócić uwagę na metaforonimiczny charakter tych metafor, czyli ogólniejsze metafory są wprowadzone przez metonimie (Goosens 1990), np. NARRACJA KOŚCIOŁA ZA KOŚCIÓŁ to metonimia, a KOŚCIÓŁ TO OSZUSTWO to metafora, będąca podtypem ogólniejszej metafory KONKRET JEST ABSTRAKCJA. Podobnie metaforę RELIGIA TO ZŁO można wyprowadzić z metonimii PRZEKONANIA RELIGIJNE ZA RELIGIĘ.

- 1/ Dobrze, że Terlikowskiemu *wraca powoli rozum* i nazywa tych *potworów*, ala *świętych bałwanami* (KSIĘŻA TO POTWORY / BAŁWANY);
- 2/ Nie ma żadnych bram piekielnych Marku. To *żydowskie bajeczki dla naiwniacków* (BIBLIA TO BAJKA, ŻYDZI TO OSZUŚCI);
- 3/ Przykro mi, to *wszystko oszustwo dla frajerów*. Serdecznie pozdrawiam (NARRACJA KOŚCIOŁA / KOŚCIÓŁ TO OSZUSTWO);
- 4/ *Religia to najgorsze zło*, jakie człowiek zgotował człowiekowi — Lukrecjusz (RELIGIA TO ZŁO);
- 5/ Ten w czerwonym sweterku uznał że “kościół odszedł od niego” jest odkryciem jaka to *łajdacka firma*, co do której wcześniej miał urojenia (KOŚCIÓŁ TO [ŁAJDACKA, PRZESTĘPCZA] FIRMA)... Mieć mniejsze urojenia lub się z nich wyzwać, to odchodzić od tej firmy zniewolenia (KOŚCIÓŁ TO FIRMA, WIERNI TO NIEWOLNICY). Kościół to oszustwo założycielskie (KOŚCIÓŁ TO OSZUSTWO);
- 6/ KK jest *siedliskiem* siedmiu grzechów głównych (KOŚCIÓŁ TO SIEDLIŚKO [ZWIERZYN, INSEKTÓW ETC.]);

7/ "Kościół sam w sobie jest gigantycznym, monstualnym kłamstwem (KOŚCIÓŁ TO KLAMSTWO);

8/ Podsumowując tę dyskusję nasuwa się tytuł książki *Na zachodzie bez zmian*. Czyli przekładając na dosadny i przyziemny język p.t. *Pudrowanie trupa* (KOŚCIÓŁ TO MARTWY CZŁOWIEK).

*Mowa nienawiści + metafora deliberatywna + brak humoru*

Przykładów tej kategorii nie mieliśmy w poprzednim badaniu, co nie jest zaskakujące, ponieważ metafory konwencjonalne są najczęstszym wyborem, jeśli komentarz ma być niezartobliwy a dosadny, przy czym komentator nie chce wyrazić swojej myśli dosłownie. W poniższym przykładzie, który należy do tej kategorii, trzy kryteria mowy nienawiści wobec Kościoła są także spełnione. Jest on cytatem z książki Stanisława Obirka i Artura Nowaka *Gomora*. Używanie zapamiętanych cytatów jest częstą metodą komentatorów, którzy najwyraźniej uznają, że kreatywna metafora użyta przez kogo innego, lepiej odda ich uczucia niż własna, a przy okazji pokaże ich odczytanie. Cytat jest także pewnym sposobem zdystansowania się od wyrażanej opinii. Jest to kolejna metaftonimia, jak pokazujemy poniżej:

9/ Kk *zanużony* [sic] *w gnoju* siedmiu grzechów głównych (metonimia GNÓJ ZA BRUD, metafora GRZECH TO BRUD).

*Mowa nienawiści + metafora deliberatywna + humor*

To pierwsza kategoria, która pokazuje, w jaki sposób obecność metafory deliberatywnej i humoru osłabia mowę nienawiści. Trzy kryteria mowy nienawiści są tu spełnione, zaś w przykładzie 10, nawet cztery, ponieważ komentator używając słowa *goj*, przyjmuje tożsamość żydowską, choć zapewne jest to tożsamość fałszywa. Raczej można by użycie tego słowa zinterpretować jako zawołowany antysemitki przytyk co do osób biorących udział w dyskusji. W przykładzie 10 występuje też zdrobnienie *teatrzyk*, który kojarzy się z przedstawieniami dla dzieci, a obecność tego obrazu łagodzi antysemitki wydźwięk tego komentarza. Humorystyczny charakter tego przenośnego wyrażenia podkreślają zaskakujące zderzenia intelektualnej dyskusji i teatru dla dzieci, jak też niespójne z kontekstem zderzenie chrześcijan i żydów. Przykład 11 przynosi ponowne użycie zdrobnienia, które sprawia, że konwencjonalna metafora CZŁOWIEK TO ŚWINIA (używana w ta-

kich wyrażeniach jak „ty świnio”), nabiera charakteru deliberatywnego i w sposób mało grzeczny, ale jednak humorystyczny, określa tusze redaktora Terlikowskiego.

10/ *Teatrzyk dla goiów*<sup>4</sup> (DYSKUSJA TO TEATR DLA DZIECI, CHRZEŚCIJA-NIE TO GŁUPCY);

11/ co za *prosiak* z tego Terlikowskiego — odchudź się (GRUBY CZŁOWIEK TO MAŁA ŚWINIA).

*Język bardzo nieodpowiedni + metafora konwencjonalna + humor*

W tej kategorii widzimy wyraziste obrazy, które są skonwencjonalizowane, niemniej zachowują swój żartobliwy charakter, ponieważ są bardziej skonkretyzowane w porównaniu do konwencji – kolor sutanny przyczynił się do powstania powiedzenia „czarna mafia”, zaś „mafia w sutannach” z przykładu 12 jest spotykana rzadziej, jako forma konkretyzacji szablonu „mafia w...”, który także występuje w innych przykładach – „mafia w białych rękawiczkach”, „w białych kołnierzykach” etc. Natomiast „cyngiel Biskupów” jest niewątpliwie żartobliwą grą słów, dzięki konwencjonalnemu wyrażeniu „cyngiel mafii”, oznaczającemu osobę wykonującą wyroki mafii, co oczywiście ma wyrazić (niegdys) wojowniczy charakter wypowiedzi redaktora Terlikowskiego. Dodatkowo zabawnie niespójny jest obraz grupy biskupów wydającej wyroki śmierci. Nienawistność komentarza (spełnia on kryteria mowy nienawiści) wzmacnia się poprzez odniesienie do domeny organizacji przestępczej, choć z kolei osłabia go humorystyczność „cyngla Biskupów”. Przykład 13 (także spełnia kryteria mowy nienawiści, wyrażając uprzedzenia i atakując konkretną osobę) z kolei pokazuje inny rodzaj konkretyzacji: odniesienie konwencjonalnego wyrażenia „czekać jak diabeł na grzeszną duszę” do konkretnej osoby, której nazwisko komentator n.b. przekreślił, być może myląc je z nazwiskiem polityka Prawa i Sprawiedliwości (PiS) Ryszarda Terleckiego, dodatkowo używając tego nazwiska w niegrzecznej formie wołacza (z kolei inny komentator używa zabawnej formy, mówiąc z sympatią o Terlisiu) i łamiąc konwencję poprzez użycie formy familiarnej. Dodatkowo, wspominając o wskazówkach od (Jerzego) Urbana, komentator zignorował fakt, że dawny rzecznik komunistycznego rządu już dawno nie żyje.

---

4 Pisownia oryginalna.

12/ Terlikowski był najbardziej broniącym *mafi* [sic] w *sutannach* to „*cyngiel Biskupów*” (KSIĘŻA TO MAFIA, BISKUP TO SZEFE MAFII, TERLIKOWSKI TO ŻOLNIERZ MAFII);

13/ Terlecki ty czekasz jak *diabeł* na *grzeszną duszę*, a może dostajesz wskazówki od Urbana (CZŁOWIEK TO DIABEL).

*Język bardzo nieodpowiedni + metafora deliberatywna + humor*

Przykłady w tej kategorii z kolei, wyrażają kreatywność w tworzeniu metafor, jednocześnie odnosząc się do dziedzin, które mogą wzmacniać wrażenie mowy nienawiści: seksu i nadprzyrodzonej interwencji, choć przykłady generalnie nie spełniają kryteriów mowy nienawiści – przykład 14 jest krytyką duszpasterstwa, które zapomina o boskiej roli Jezusa (komentarz kończy dłuższy wywód), ale nie wynika z uprzedzeń, zaś przykład 15 jest żartobliwą obserwacją (występuje tam metaftonimia) co do wyglądu i cierpiętliwych min redaktora Terlikowskiego. Żart w przykładzie 14 z kolei jest grą słów, która zastępuje spodziewane w tym kontekście, konwencjonalne wyrażenie „intelektualne mistrzostwo”.

14/ Jeśli to zostało zarzucone, to reszta działalności jest *intelektualną masturbacją* (DUSZPASTERSTWO TO INTELEKTUALNA MASTURBACJA);

15/ Proszę zauważyć, że *Terlikowski ma stygmaty*. Cierpi za kościół :p (metaftonimia: BOLESNA MINA ZA CIERPIENIE; CIERPIENIE TO STYGMATY).

*Język nieodpowiedni + metafora konwencjonalna + humor*

Tę grupę przykładów uznaliśmy za używającą mniej nieodpowiedniego języka, także ze względu na raczej neutralne domeny źródłowe metafor konwencjonalnych, które są tu używane, mimo że wymowa końcowa tych komentarzy jest bardzo krytyczna – Terlikowski mówi niedorzeczności, pielgrzymki nie mają sensu, dyskutanci zajmują się sobą, nie problemami Kościoła, i zajmują się obcą niemiecką filozofią. Przykład 18 jest o tyle ciekawy, że odnosi się potencjalnie, choć bardzo ogólnie, do dziedziny chorób psychicznych, które zazwyczaj wzmacniają mowę nienawiści. „Grupa terapeutyczna” jest też określeniem żartobliwym i w pewnym sensie zaskakująco trafnym w tym kontekście, jako że panowie mówią o swoich własnych doświadczeniach, co osłabia krytyczną wymowę komentarza, mimo obecności skrótowej formy przekleństwa na jego początku. Wreszcie przykład 19 wykorzystuje potencjał polskiej gramatyki do wyrażenia krytyki dyskutantów –

zamiast konwencjonalnej formy w narzędniku „jesteście filozofami niemieckimi”, stosuje formę mianownika i dodatkowo oboczną formę liczby mnogiej, która swoją kolokwialnością i gramatycznym uprzedmiotowieniem (filozofy to ta sama deklinacja co sofie) wywołuje efekt krytyki.

16/ A Pan Terlikowski to już *zupełny odlot* (metafonomia: ODLÓT ZA PTAKA / SAMOŁOT; CZŁOWIEK TO PTAK / SAMOŁOT);

17/ Chodzą, włączą się po tych pielgrzymkach (PIELGRZYMKA TO CHODZENIE DONIKĄD);

18/ jprdl... zebrała się *grupa terapeutyczna*, która ogląd świata wyprowadza ze swoich odczuć. Powodzenia (DYSKUSJA TO TERAPIA);

19/ Wy jesteście *filozofy* niemieckie (CZŁOWIEK TO RZECZ – METAFORA GRAMATYCZNA).

*Język nieodpowiedni + metafora deliberatywna + humor*

Bardzo niekonwencjonalne, a też kreatywne i żartobliwe metafory wybrane do tej grupy, neutralizują krytyczną wymowę komentarzy. W pierwszej części przykładu 20 występuje mocna konwencjonalna i niehumorystyczna metafora należąca do grupy pierwszej (por. Mowa nienawiści + metafora konwencjonalna + brak humoru), ksiądz Tischner jest też skrytykowany konwencjonalnym określeniem „niejaki”, natomiast ostatnie wyrażenie przynosi metaforę deliberatywną, która odnosi się do konwencjonalnego określenia „komitet założycielski”, tworząc nowe, żartobliwe połączenie. Z kolei przykład 21 wykorzystuje jeden z popularnych dziś, zapożyczonych z angielskiego, wzmacniających przedrostków „turbo” (obok np. „mega” czy „giga”), aby żartobliwie wzmocnić znaczenie „belkotu”, który nie potrzebuje jednak takiego wzmocnienia, wręcz jest już stopniem najwyższym krytyki wypowiedzi.

20/ W ramach oszustwa katolickiego siedzi Instytut Myśli niejakiego księdza Tischnera. *Kpina założycielska* (INSTYTUT TO KPINA / ŻART);

21/ Ale *turbobelkot* „Pana w czerwonym” (MOWA TO BELKOT).

W ostatniej kategorii umieszczamy tylko jeden przykład metafory, który jest bardzo kreatywny, a jednocześnie w niewielkim stopniu nieodpowiedni według naszej kategoryzacji – „stary” i „zachwaszczony” sugerują krytykę, jednak całość obrazu jest bardziej poetycka niż nasycona negatywną emocją, a pewien efekt humorystyczny wynika z zaskakującego porównania dyskusji do orania pola – poetyckość tej metafory oraz brak napięcia wywołanego przez konflikt lub zderzenie opinii osłabiają jednak ten efekt.

22/ Bardzo dobrze, że pan *przewraca stare bruzdy tej zachwaszczonej roli*, musi się to stać, inaczej mamy obrzydzenie do księży (DISKUSJA TO UPRAWIANIE ROLI).

## Wnioski

Anonimowość i asynchroniczność zapewniane przez Internet, w tym media społecznościowe, tworzą idealne środowisko do wyrażania nienawiści, dlatego warto, by językoznawcy, folklorysty, czy badacze komunikacji je szczegółowo zbadać. Mowa nienawiści wyraża uprzedzenia, które są komunikowane publicznie przez osobę reprezentującą grupę, atakującą inną grupę, niezależnie od jej statusu. Jednak mowa nienawiści często pojawia się w połączeniu ze strategiami retorycznymi, które moderują przekaz i wzmacniają jego perswazyjność. Humor jest jedną z tych strategii szeroko stosowanych w mediach społecznościowych i był badany jako taki. Wykorzystuje kilka mechanizmów, takich jak przesada, humorystyczne obrazy, ironia itp. Metafory również występują w licznych interakcjach internetowych, ale rzadko są przedmiotem badań w kontekście mowy nienawiści. Metafory są przydatną strategią, ponieważ mogą zarówno wyrażać, jak i prowokować określone emocje lub postawy u odbiorców komunikatów internetowych. Konwencjonalne metafory – te, które opierają się na ustalonych projekcjach pojęciowych – są najłatwiejsze do użycia, ponieważ nie wymagają żadnej twórczej pracy ze strony mówcy. Z drugiej strony, metafory deliberatywne są kreatywne, ponieważ zaangażowanie mówcy w dostosowanie (konwencjonalnej lub innej) metafory do danego kontekstu wymaga pewnego wysiłku umysłowego.

Kategoryzacja przykładów mowy nienawiści pokrywa się w ogromnej większości z tą postulowaną w naszym poprzednim badaniu na materiale angielskojęzycznym. Podczas badania komentarzy do wybranej dyskusji na YouTube’ie, dotyczącej kryzysu zaufania w Kościele, zauważyliśmy interesujące tendencje, zarówno w stoso-

waniu metafor, jak i w stosowaniu humoru. Ze względu na intelektualny i spokojny charakter dyskusji, większość komentarzy miała charakter pozytywny lub neutralny, natomiast wśród przykładów, które spełniały kryteria mowy nienawiści, zgodnie z oczekiwaniami, potwierdziła się tendencja do dominacji metafor konwencjonalnych. Grupa komentarzy pozbawionych humoru zazwyczaj posiadała właśnie konwencjonalne metafory i język tych komentarzy można zaklasyfikować jako społecznie nieodpowiedni. Pojawił się również inny czynnik, który wpływa na agresywność komentarzy metaforycznych, a były to odniesienia do dziedzin tabu (seks, pedofilia, ekskrementy), a także do dziedzin o silnym negatywnym wydźwięku (przestępczość zorganizowana, choroby psychiczne itp.) oraz używanie przekleństw czy form łamiących etykietę językową. Gdy dana metafora była deliberatywna, a zwłaszcza, gdy w wypowiedzi występował humor (jako przesada czy zabawny obraz), nienawistność komentarza w naszej ocenie zmniejszała się. W obecnym badaniu pojawił się jednak przykład metafory deliberatywnej, która pozbawiona była humoru. Jest to wyjątek, który potwierdza tendencję, że mowa nienawiści będzie w większości wykorzystywać metafory konwencjonalne, zaś metafory deliberatywne występują w tej roli rzadko, zwłaszcza wtedy, kiedy stanowią cytaty (jak w kategorii „mowa nienawiści + metafora deliberatywna + brak humoru”). Biorąc to pod uwagę, sugerujemy, że w polskich komentarzach internetowych używających metafor, można także dostrzec mowę nienawiści w różnych formach, od bardziej nienawistnych konwencjonalnych do mniej nienawistnych, kreatywnych, deliberatywnych, często dodatkowo moderowanych przez obecność humoru.

## Bibliografia

- Ahmed S. 2004. *The cultural politics of emotion*. Edinburgh University Press.
- Alvarado Ortega M.B. 2015. Humour in colloquial conversation. *European Journal of Humour Research* 3(1), 22–40. DOI: 10.7592/EJHR2015.3.1.alvaradoortega
- Aref A., Al Mahmoud R.H., Taha K., Al-Sharif M. 2020. Hate speech detection of Arabic shorttext [w:] D.C. Wyld, N. Meghanathan (red.), *9th international conference on information technology convergence and services (10)*. *Computer science & information technology*, 81–94. DOI:10.5121/csit.2020.100507
- Assimakopoulos S., Baider F.H., Millar S. (red.) 2017. *Online hate speech in the European Union. A discourse-analytic perspective*. Springer.
- Attardo S. 2001. *Humorous texts. A semantic and pragmatic analysis*. Mouton de Gruyter.



- Billig M. 1996. *Arguing and thinking: A rhetorical view of social psychology* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Cameron L. 2008. Metaphor and talk [w:] R.W. Gibbs (red.), *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge University Press, 197–211.
- Chlopicki W., Laineste L. 2019. Communication styles: Between deliberate strategy and ambivalence. Special issue on communication styles. *Journal of Pragmatics* 153, 15–19. DOI: 10.1016/j.pragma.2019.08.001
- Chovanec J. 2012. Conversational humour and joint fantasizing in online journalism [w:] I. Ermida, J. Chovanec (red.), *Language and humour in the media*. Cambridge Scholars, 139–161.
- Crystal D. 2002. Language and the internet. *IEEE Transactions on Professional Communication* 45(2), 142–144. DOI:10.1109/TPC.2002.1003702
- Datareportal 2024. *Digital 2024 global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>, dostęp 3 lutego 2025.
- Davies C. 1990. *Ethnic humor around the world: A comparative analysis*. Indiana University Press.
- Delgado R., Stefancic J. 1995. Images of the outsider in American law and culture: Can free expression remedy systemic social ills? [w:] R. Delgado (red.), *Critical race theory: The cutting edge*. Temple University, 217–227.
- Demjén Z., Hardaker C. 2017. Metaphor, impoliteness, and offence in online communication [w:] E. Semino, Z. Demjén (red.), *The Routledge handbook of metaphor and language*. Routledge, 353–367.
- Dorst A. 2015. More or different metaphors in fiction? A quantitative cross-register comparison. *Language and Literature* 24(1), 3–22. DOI: 10.1177/0963947014560486
- Ermida I. (red.) 2024. *Hate speech in social media. Linguistic approaches*. Palgrave Macmillan.
- Ferrari F. 2018. Metaphor at work in the analysis of political discourse: Investigating a “preventive war” persuasion strategy. *Discourse and Society* 18(5), 603–625. DOI:10.1177/0957926507079737
- Fišer D., Erjavec T., Ljubešić N. 2017. Legal framework, dataset and annotation schema for socially unacceptable online discourse practices in Slovene [w:] Z. Waseem, W.H. Kyong Chung, D. Hovy, J. Tetreault (red.), *Proceedings of the first workshop on abusive language online*. Association for Computational Linguistics, 46–51.

- Gibbs R.W. 2017. *Metaphor wars: Conceptual metaphors in human life*. Cambridge University Press.
- Goossens L. 1990. Metaphonymy: The interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action. *Cognitive Linguistics* 1(3), 323–342. DOI:10.1515/cogl.1990.1.3.323
- Gruner C.R. 1997. *The game of humor: A comprehensive theory of why we laugh*. Transaction Publishers.
- Jensen K.B. 2015. What's social about social media? *Social Media + Society* 1(1). DOI:10.1177/2056305115578874
- Joinson A.N. 2007. Disinhibition and the internet [w:] J. Gackenbach (red.), *Psychology and the internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. Academic Press, 75–92. DOI:10.1016/B978-012369425-6/50023-0
- Kövecses Z. 2018. Metaphor in media language and cognition: A perspective from conceptual metaphor theory. *Lege Artis* 3(1), 124–141. DOI: 10.2478/lart-2018-0004
- Laineste L. 2013. Funny or aggressive? Failed humour in internet comments. *Folklore: Electronic Journal of Folklore* 53, 29–46. DOI: 10.7592/FEJF2013.53.laineste
- Laineste L. 2020. “Zero is our quota”: Folkloric narratives of the other in online forum comments [w:] A. Peck, T.J. Blank (red.), *Folklore and social media*. Utah State University Press, 108–128.
- Laineste L., Chłopicki W. 2019. Co-construction of metaphors in Estonian conversation. *Journal of Pragmatics* 153, 92–102. DOI: 10.1016/j.pragma.2019.04.006
- Laineste L., Chłopicki W. 2023. Humorous use of figurative language in religious hate speech [w:] I. Ermida (red.), *Hate speech in social media. Linguistic approaches*. Palgrave Macmillan, 205–227.
- Laineste L., Lääne M. 2015. Images of the enemy from both sides of the front: The case of Estonia (1942–1944) [w:] D. Demski, L. Laineste, K. Baraniecka-Olszewska (red.), *War matters: Constructing the image of the Other (1930s to 1950s)*. L'Harmattan, 222–243.
- Lakoff G. 1987. *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago Press.
- Langacker R.W. 2008. *Cognitive grammar: A basic introduction*. Oxford University Press.

- Lee C.S. 2011. Exploring emotional expressions on YouTube through the lens of media system dependency theory. *New Media & Society* 14(3), 457–475. DOI:10.1177/1461444811419829
- Lewandowski M. 2012. Football is not only war. Non-violence conceptual metaphors in English and Polish soccer language [w:] J. Taborek, A. Tworek, L. Zieliński (red.), *Sprache und Fußball im Blickpunkt linguistischer Forschung*. Verlag Dr. Kovač, 79–95.
- Lockyer S., Pickering M. 2005. Introduction: The ethics and aesthetics of humour and comedy [w:] S. Lockyer, M. Pickering (red.), *Beyond a joke: The limits of humour*. Palgrave Macmillan, 1–24.
- Müller R. 2007. The interplay of metaphor and humor in Oscar Wilde's Lord Arthur Savile's crime [w:] D. Popa, S. Attardo (red.), *New approaches to the linguistics of humor*. Academica, 44–54.
- Musolff A. 2015. Dehumanizing metaphors in UK immigrant debates in press and online media. *Journal of Language Aggression and Conflict* 3(1), 41–56. DOI: 10.1075/jlac.3.1.02mus
- Niemann M., Riehle D.M., Brunk J., Becker J. 2020. What is abusive language? [w:] C. Grimme, M. Preuss, F. Takes, A. Waldherr (red.), *Disinformation in open online media*. Springer, 59–73. DOI:10.1007/978-3-030-39627-5\_6
- North S. 2007. "The voices, the voices": Creativity in online conversation. *Applied Linguistics* 28(4), 538–555. DOI: 10.1093/applin/amm042
- Pihlaja S. 2012. *The development of "drama" in YouTube discourse*. PhD thesis. The Open University.
- Pihlaja S. 2018. *Religious talk online: The evangelical discourse of Muslims, Christians, and atheists*. Cambridge University Press.
- Pražmo E. 2020. Foids are worse than animals. A cognitive linguistics analysis of dehumanizing metaphors in online discourse. *Topics in Linguistics* 21(2), 16–27. DOI: 10.2478/topling-2020-0007
- Reijnierse G.D., Burgers C., Krennmayr T., Steen G. 2018. DMIP: A method for identifying potentially deliberate metaphor in language use. *Corpus Pragmatics* 2, 129–147. DOI: 10.1007/s41701-017-0026-7
- Ritchie D.L., Schell C. 2009. "The ivory tower" on an "unstable foundation": Playful language, humor, and metaphor in the negotiation of scientists' identities. *Metaphor Symbol* 24, 90–104.
- Semino E., Demjén Z. (red.) 2017. *The Routledge handbook of metaphor and language*. Routledge.

- Sproull L., Kiesler S. 1986. Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science* 32, 1492–1512. DOI: 10.1287/mnsc.32.11.1492
- Steen G. 2011. What does “really deliberate” really mean? More thoughts on metaphor and consciousness. *Metaphor and the Social World* 1(1), 53–56. DOI: 10.1075/msw.1.1.04ste
- Steen G. 2017. Deliberate metaphor theory: Basic assumptions, main tenets, urgent issues. *Intercultural Pragmatics* 14(1), 1–24. DOI: 10.1515/ip-2017-0001
- Suler J. 2004. The online disinhibition effect. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 7, 321–326. DOI: 10.1089/1094931041291295
- Watanabe H., Bouazizi M., Ohtsuki T. 2018. A pragmatic approach to collect hateful and offensive expressions and perform hate speech detection. *IEEE Access* 6, 13825–13835. DOI: 10.1109/ACCESS.2018.2806394
- Waterloo S.F., Baumgartner S.E., Peter J., Valkenburg P.M. 2018. Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media & Society* 20(5), 1813–1831. DOI: 10.1177/1461444817707349