

Jesteś ubezpieczony od hejtu?

27 czerwca 2022

Dowiedziałem się parę dni temu, że według norweskich naukowców, ludzkość głupieje w zastraszającym tempie. Średnio 7 proc. na pokolenie. Wcześniej podobne wyniki osiągnęli Brytyjczycy, więc nadzieja umarła na zawsze, jak Anglia po Brexicie. Ale jeśli myśleliście, że to najgorsze co mogło mi się przydarzyć, i Wam w sumie też, musicie doczytać do samego końca...

Oczywiście, w żadne testy IQ nigdy specjalnie nie wierzyłem. Bo nigdy nie miałem wątpliwości, że cała rzesza ludzi takich, jak choćby ja, co to nie mają ścisłego umysłu i nie potrafią dopasować do siebie kwadracików albo na czas uszeregować obrazków w kolejności, w podobnych zawodach osiąga wyniki na poziomie szympansa albo sześciolatka, a chyba nie jest z nami tak najgorzej. Niemniej, jakoś tę inteligencję w populacji mierzyć trzeba, a jak dotąd, nikt nic lepszego nie wymyślił. To jednak, że głupiejemy naprawdę, uświadomiłem sobie chwilę później, oglądając telewizję. I nie było to wcale TVP Info.

W jednej ze stacji komercyjnych natrafiłem na reklamę. Początkowo sądziłem, że idzie o reklamę społeczną. Rzecz dotyczyła bowiem hejtu w internecie. I rzeczywiście, to była reklama. Ale bynajmniej nie społeczna, ale komercyjna.

Jedna z wielkich firm ubezpieczeniowych, celowo nie wymieniam nazwy, żeby nie przydawać towarzystwu darmowej reklamy, ale każdy chętny w mig znajdzie w internetach o kogo, wyemitowała spot reklamowy, w którym zachęca ludzi do ubezpieczenia się na wypadek hejtu w sieci. Reklama przedstawia dziewczynkę w wieku gimnazjalnym, którą atakują hejterskie wpisy i komentarze z czatów i forów, a ta chowa się przed nimi za firanką. Na pomoc przychodzi matka dziecka, ale jest już za późno. Nie uciekniesz przed hejtem, mówi tubalnym basem znany aktor, używający twarzy reklamodawcy. Ale możesz się przed nim

bronić, dodaje. Wystarczy tylko wykupić za odpowiednią kwotę właściwy pakiet i po sprawie. Będziesz bezpieczny. Lub raczej powinno być: firma ubezpieczeniowa za twoje pieniądze da ci usługę cyberbezpieczeństwa, a przy okazji wyczyści ci sumienie, że zrobiłeś wszystko, żeby chronić swoich bliskich. I to dużo taniej niż wizyty u specjalistów. Bo jak wiadomo, w pakiecie zawsze taniej.

A co takiego jest w tym pakiecie, które oferuje ubezpieczeniowy gigant? M.in. udzielenie bieżących konsultacji prawnych drogą elektroniczną, przesłanie na życzenie tekstów aktów prawnych, informacji o obowiązujących procedurach sądowych oraz o kosztach prowadzenia sporów prawnych, udzielenie informacji o kancelariach prawnych specjalizujących się w zakresie, przygotowanie opinii prawnych oraz wzorów pism procesowych. Słowem to wszystko, co człowiek sam odnajdzie w sieci plus pomoc prawnika, w razie gdyby ktoś decydował się na drogę sądową. Coś jeszcze? W ramach ubezpieczenia istnieje możliwość zorganizowania i opłacenia specjalisty IT, który podejmie działania zmierzające do usunięcia lub zatrzymania dostępu do negatywnych, lub bezprawnie udostępnionych informacji, a także zorganizowania i pokrycia kosztów konsultacji z psychologiem w formie telekonsultacji oraz 10 wizyt stacjonarnych. Normalny, rynkowy produkt, skrojony pod wymagającego klienta, wychodzący naprzeciw czasom, w którym przyszło nam żyć, powie jeden. Kiedyś ubezpieczano się od ataków niedźwiedzia, piłkarze ubezpieczają na astronomiczne sumy swoje nogi, modelki usta i biust, czemu nie zacząć ubezpieczać od mowy nienawiści. No właśnie, czemu nie?

Może dlatego, że budując taki przekaz i narrację, jaką zaprezentowała firma ubezpieczeniową, wyrzucamy do kosza robotę wykonywaną latami przez fundacje i stowarzyszenia walczące z internetowym hejtem i sposobami, jak się przed nim bronić. W reklamie i w ofercie firmy możemy się bowiem dowiedzieć, że hejt w sieci jest pewny, jak podatki. Że nie można się przed nim schować do mysiej dziury ani się go

ustrzec. Dosięgnie nas jak covid albo grypa. Są co prawda szczepionki na jedno i drugie, ale sami widzicie, dobrzy ludzie, rozumując tokiem ubezpieczyciela, że ludzie i tak chorują, nawet ci zaszczepieni, więc porzućcie wszelką nadzieję, że akcje społeczne, pogadanki w klasach albo zapory rodzicielskie w sieci cokolwiek dadzą. Jesteście z góry skazani na porażkę, bo hejt i tak was dosięgnie. A wtedy co? Trawestując słowa pewnego premiera: trzeba się było ubezpieczyć. Na dziecku chcecie oszczędzać?

Doprawdy, czekam niecierpliwie, aż sprawą zajmie się KRRiTV i inne, konstytucyjne organa do tego powołane, bo właśnie przekraczamy nowy Rubikon głupoty, za którym czekają nas ubezpieczenia od koklusu, małpiej ospy, kataru albo przemocy rówieśniczej. Nie ma sensu z nimi wojować, nie ma sensu tłumaczyć i przekonywać, inwestować w profilaktykę, w edukację, bo jak widzimy, to nic nie daje. A ubezpieczenie daje konkret. Zapłacone-załatwione.

To, że hejt ma się dobrze i firma świetnie wyczuła koniunkturę można zauważyć od razu. Pod jednym z filmików z reklamą owej usługi, sekundę po jego emisji, anonim zamieścił komentarz: „0, to ten sam aktor, który ma syna ciotę!”. Nie wiem tylko, czy aktor w ramach honorarium z automatu też został ubezpieczony.

Autorstwo: Jarek Ważny

Źródło: Trybuna.info