

2024

WYBORY DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO

MONITORING NIENAWISTNYCH TREŚCI



stowarzyszenie
żydowskie
czulent

MONITORING NIENAWISTNYCH TREŚCI PODCZAS WYBORÓW DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO 2024

RAPORT

Ostrzeżenie: W tym raporcie znajdują się treści, które mogą być uznane za brutalne i niecenzuralne. Zalecamy ostrożne przeglądanie materiałów przez osoby wrażliwe lub młodsze. Zachęcamy do przeglądania z rozwagą. Naszym celem nie jest obrażanie, lecz działania edukacyjne i dostarczenie informacji.

Copyright © by Żydowskie Stowarzyszenie Czulent
Wydawca
Żydowskie Stowarzyszenie Czulent
ul. Sebastiana 36/1
31-051 Kraków
www.czulent.pl
office@czulent.pl

Kraków 2024
Wydanie I

Opracowanie raportu: Joanna Grabarczyk-Anders, Mikołaj Henryk Winiewski
Osoby pracujące przy projekcie: Joanna Grabarczyk-Anders, Mikołaj Henryk Winiewski
Redakcja techniczna i korekta: Dominik Wodz
Projekt okładki, opracowanie graficzne, skład, łamanie i DTP: Konrad Grajner

Publikacja nieodpłatna, nie może być sprzedawana.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk, kopiowanie, skracanie, wykorzystywanie całości tekstu lub jego fragmentu może być dokonane wyłącznie w celach niekomercyjnych pod warunkiem podania źródła.

Za treść publikacji odpowiadają wyłącznie jej autorzy i autorki.
ISBN 978-83-931879-9-7

Wspomóż naszą organizację, przekazując darowiznę na konto:
Żydowskie Stowarzyszenie Czulent
ul. Sebastiana 36/1
31-051 Kraków
NIP: 6762300850
Konto: 42 1600 1462 1880 9351 6000 0001



stowarzyszenie
żydowskie
czulent



Centrum Badań
nad Uprzedzeniami

Publikacja powstała w ramach projektu „Online antisemitism in Poland: establishment of a legal aid helpdesk, reporting and advocacy activities”, finansowanego przez Fundację Pamięć, Odpowiedzialność i Przyszłość (EVZ), realizowanego przez Żydowskie Stowarzyszenie Czulent przy wsparciu merytorycznym Centrum Badań nad Uprzedzeniami. Projekt finansowany ze środków Fundacji Pamięć, Odpowiedzialność i Przyszłość (EVZ).



Foundation

Remembrance
Responsibility
Future

Niniejsza publikacja nie prezentuje stanowiska, opinii Fundacji Pamięć, Odpowiedzialność i Przyszłość (EVZ).

SPIS TREŚCI

WSTĘP	6
WPROWADZENIE	8
METODOLOGIA	9
CEL BADANIA	9
SŁOWNICZEK	10
GRUPY NARODOWE I MNIEJSZOŚCI	12
SPECYFIKA I POCHODZENIE DANYCH	12
KORPUSY	12
FRAZY KLUCZOWE IDENTYFIKUJĄCE KONTA POLITYKÓW	15
AKTYWNOŚĆ	16
ANALIZA – WSKAŹNIKI	17
OGRANICZENIA W BADANIU TREŚCI INTERNETOWYCH	18
BADANIE – WYNIKI	19
TREŚCI NEGATYWNE: SKALA I PORÓWNANIE MIĘDZY GRUPAMI	19
ANALIZA ZMIAN	21
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYSEMICKIM	21
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYUCHODŹCZYM I ANTYMUZUŁMAŃSKIM	29
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYUKRAIŃSKIM	34
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTY-LGBT+	37
WNIOSKI KOŃCOWE	41
OPIS PROJEKTU „KOMPLEKSOWA STRATEGIA PRZECIWDZIAŁANIA ANTYSEMICKIEJ MOWIE NIENAWIŚCI W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ”	43
ŻYDOWSKIE STOWARZYSZENIE CZULENT	44
CENTRUM BADAŃ NAD UPRZEDZENIAMI	44
SPIS RYCIN	45
SPIS TABEL	46

WSTĘP

Przedstawiamy Państwu kolejny raport z serii monitoringu nienawistnych treści w kampaniach wyborczych, który ukazuje skalę wzrostu mowy nienawiści, szczególnie nasilającej się wraz z rozpoczęciem kolejnych kampanii politycznych. To zjawisko przyczynia się do coraz głębszych podziałów społecznych.

Nienawiść, a zwłaszcza antysemityzm stały się nie tylko narzędziami polaryzacji społeczeństwa, lecz także środkiem mobilizacji wyborców. Analiza antysemityzmu w kontekście polskiej polityki oraz postaw społecznych nabiera szczególnego znaczenia w obliczu jego narastającej instrumentalizacji i roli, którą odgrywa w kształtowaniu wizerunku politycznego.

Zjawisko to było szczególnie widoczne podczas wyborów prezydenckich w 2020 roku, co zauważyli obserwatorzy Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie (OBWE), wskazując antysemityzm jako istotny element ówczesnego dyskursu politycznego. Warto zaznaczyć, że w polskiej debacie na temat antysemityzmu często stara się bagatelizować jego obecność, odwołując się do przykładu „prawdziwego” antysemityzmu w innych krajach europejskich, takich jak Francja, Niemcy czy Wielka Brytania. Jednak antysemityzm w Polsce i krajach Grupy Wyszehradzkiej ma swoje unikatowe uwarunkowania i przejawia się w specyficzny sposób.

Współczesny antysemityzm w Polsce nie tylko jest silnie upolityczniony, lecz także stanowi narzędzie dezinformacji, polaryzacji społecznej i mobilizacji elektoratu. Takie działania wpływają na postawy wobec mniejszości etnicznych i mogą przyczynić się do wzrostu akceptacji dla przemocy skierowanej przeciwko nim, co stanowi realne zagrożenie dla porządku publicznego i demokracji. Wzrost popularności treści nienawistnych osłabia również poczucie bezpieczeństwa grup szczególnie narażonych na dyskryminację.

W odpowiedzi na te wyzwania Żydowskie Stowarzyszenie Czulent podjęło się monitorowania nienawistnych treści w ramach pilotażowego projektu, którego celem jest lepsze zrozumienie i przeciwdziałanie temu zjawisku w polskim społeczeństwie. W niniejszej publikacji prezentujemy wyniki badań, mając nadzieję, że politycy i decydenci podejmą rzeczową dyskusję na temat przestępstw motywowanych uprzedzeniami.

Zwracamy uwagę na konieczność traktowania tego problemu jako istotnego zagrożenia dla bezpieczeństwa publicznego. Dezinformacja, generowanie konfliktów międzygrupowych oraz szerzenie niepokoju w społecznościach są poważnymi wyzwaniami. Zachęcamy polskie partie polityczne do wdrażania wewnętrznych procedur monitorowania swoich treści, by unikały nieświadomego powielania stereotypów dotyczących różnych grup społecznych. Takie praktyki z powodzeniem stosują niektóre partie polityczne w innych krajach, monitorując i regulując treści publikowane przez swoich członków.

Zapraszamy do lektury raportu i włączenia się w dyskusję na temat przeciwdziałania antysemityzmowi i innym formom dyskryminacji. Zachęcamy również do działań, które dotyczą budowania świadomości wśród polityków i ich kampanii wyborczych, a które mają istotny wpływ na postawy społeczne i mogą przyczyniać się do eskalacji lub łagodzenia konfliktów międzygrupowych.

WPROWADZENIE

Obserwujemy nieustannie rosnący wpływ mediów społecznościowych na kształtowanie postaw, poglądów oraz decyzji konsumenckich i politycznych obywateli. Współcześnie serwisy społecznościowe stały się jednym z kluczowych sposobów komunikowania się z wyborcami, mediami oraz uczestnikami kampanii wyborczej. Dla znacznej części społeczeństwa są one również jedynym źródłem informacji.

Od 2014 roku rozpoczęliśmy obserwację polskojęzycznego internetu pod kątem pojawiających się treści nienawistnych oraz motywowanych uprzedzeniami. Jako organizacja monitorująca skalę incydentów o charakterze antysemickim obserwowaliśmy czasową wzmożoną aktywność użytkowników w mediach społecznościowych, nagonki na grupy mniejszościowe, a także na liderki i liderów społeczności, sygnalistki i sygnalistów oraz osoby indywidualne.

Zaczęliśmy stawiać pytania badawcze: czy treści o charakterze antysemickim i nienawistnym są obecne w internetowej debacie politycznej? Czy liczba nienawistnych wzmianek wzrasta wraz z trwaniem kampanii wyborczej? Jakie uprzedzenia mobilizują grupy wyborców i użytkowników internetu? Czy nienawiść jest wykorzystywana jako narzędzie polityczne mające na celu przekonywanie wyborców? Czy liczba nienawistnych treści skierowanych do konkretnych mniejszości wzrasta wraz z rozpoczęciem kampanii wyborczej? Czy kampanie są budowane na nienawiści? Postanowiliśmy to zbadać.

Chcąc udzielić odpowiedzi na padające powyżej pytania, przeprowadziliśmy badania pojawiających się treści polskojęzycznych w serwisie internetowym o najbardziej politycznym charakterze, czyli X (wcześniej Twitter).

Monitoringiem postanowiliśmy objąć grupy mniejszościowe doświadczające przemocy w internecie i będące w przeszłości elementami internetowych nagonek, w tym tych o charakterze politycznym.

Prezentowany raport jest drugim monitoringiem kampanii wyborczej prowadzonym przez nasze zespoły.

METODOLOGIA

CEL BADANIA

Celem badania było odpowiedzenie na pytania: czy treści o charakterze nienawistnym wobec różnych grup społecznych są obecne w internetowej debacie politycznej? Czy liczba nienawistnych wzmianek wzrasta wraz z nadejściem kampanii wyborczej? Czy liczba nienawistnych treści zmniejsza się wraz z ustaniem kampanii wyborczej? Jakie uprzedzenia mobilizują grupy wyborców i użytkowników internetu? Żeby to zbadać, zebraliśmy dane z wpisów w polskojęzycznym internecie.

Zdecydowaliśmy się na analizę serwisu X (dawniej Twitter) ze względu na jego znaczenie polityczne, częste wykorzystywanie przez polityków jako głównego źródła komunikatów oraz publiczny charakter wszystkich zamieszczanych tam wpisów. Dodatkowym atutem była dostępność API serwisu dla badaczy oraz wyjątkowa aktywność większości zarejestrowanych komitetów wyborczych oraz kandydatek i kandydatów w wyborach.

W badaniu zostały wykorzystane publicznie dostępne wpisy użytkowników z serwisu X (wcześniej Twitter), dane mają charakter publiczny i zostały opublikowane przez zalogowanych i zweryfikowanych użytkowników serwisu. Wzmianki zostały zagregowane za pomocą narzędzia internetowego SentiOne Listen – AI online listening.

Objęliśmy badaniem 70 dni (od 15 maja do 23 czerwca 2024 roku), w tym okres formalnie trwającej kampanii wyborczej, dzień wyborów i okres po wyborach. Przeanalizowaliśmy wzmianki będące treściami nienawistnymi i negatywnymi skierowanymi wobec wybranych grup mniejszościowych. Analizowane i przywołane w raporcie treści nienawistne zachowały pisownię oryginalną i zostały ocenzone.

SŁOWNICZEK

anty-LGBT+ – wykorzystywanie tego terminu odnosi się do retoryki obejmującej homofobiczne, transfobiczne, queerfobiczne sformułowania wyrażające wrogość, nietolerancję lub dyskryminację osób ze względu na orientację seksualną, tożsamość płciową lub wyrażenie płci. Termin ten obejmuje negatywną retorykę zawierającą stereotypy, wyzwiska, zachęcanie do przemocy werbalnej i fizycznej, a także nawoływanie do praktyk wykluczających ze społeczeństwa lub ograniczające prawa i swobody osób LGBT+.

antysemickie treści – odnoszą się do wszelkich treści, które manifestują nienawistne podejście i działania przeciwko Żydom, osobom niebędącym Żydami, ich własności, a także przeciwko instytucjom i obiektom religijnym społeczności żydowskiej. Stosując operacyjną definicję antysemityzmu IHRA¹, antysemickie treści obejmują deklarowane postawy, zachęcanie do działań lub retoryki manifestujących nienawiść wobec Żydów i ich wspólnoty. Mogą to być również ataki na państwo Izrael, postrzegane jako zbiorowość żydowska. Jednak krytyka polityki Izraela, podobnie jak wobec jakiegokolwiek innego państwa, nie może być uznawana za antysemityzm, chyba że zawiera elementy dyskryminacyjne czy stereotypowe. Antysemickie treści mogą mieć różne formy, takie jak nawoływanie do przemocy, szerzenie kłamstw czy stereotypów, negowanie Holokaustu, oskarżanie Żydów o spiskowanie przeciwko ludzkości czy stosowanie podwójnych standardów wobec Izraela i USA.

antymuzułmański – wykorzystywany termin odnosi się do deklarowanych postaw, zachęcania do działań lub retoryki manifestujących wrogość, przemoc, wykluczenie społeczne, stereotypy, uprzedzenia, nietolerancję lub nawoływanie do dyskryminacji wobec osób wyznających islam, osób identyfikujących się jako muzułmanie lub osób kategoryzowanych w taki sposób.

antyuchodźczy – treści antyuchodźcze odnoszą się do wszelkich form komunikacji, w tym wypowiedzi i tekstów zawierających wyraźną niechęć, wrogość lub negatywne stereotypy wobec osób uchodźczych lub osób, które szukają azylu, a także treści nawołujące do przemocy czy dyskryminacji wobec osób uchodźczych, rozpowszechnianie kłamliwych informacji mających na celu ich demonizację lub dyskredytację, a także wyrażające negatywne opinie lub uprzedzenia wobec tej grupy ludzi.

feminatywy – Żydowskie Stowarzyszenie Czulent priorytetowo traktuje zastosowanie inkluzywnego i zrównoważonego języka. Dlatego też w raporcie dobierano zneutralizowane formy językowe i feminatywy. Rodzaj męskoosobowy zastosowano do rzeczowników liczby mnogiej.

1. Żydowskie Stowarzyszenie Czulent w swoich działaniach i badaniach stosuje operacyjną definicję antysemityzmu IHRA, według której „antysemityzm to określone postrzeganie Żydów, które może się wyrażać jako nienawiść do nich. Antysemityzm przejawia się zarówno w słowach, jak i czynach skierowanych przeciwko Żydom lub osobom, które nie są Żydami, oraz ich własności, a także przeciw instytucjom i obiektom religijnym społeczności żydowskiej”.

grupy mniejszościowe – termin odnoszący się do różnorodnych społeczności, których osoby członkowskie charakteryzują się mniejszą liczebnością lub domniemanym niższym statusem społecznym w porównaniu do dominującej grupy w społeczeństwie. W kontekście raportu obejmuje on mniejszości narodowe, etniczne, osoby migranckie oraz osoby identyfikujące się jako LGBT+.

treści nienawistne i negatywne – na potrzeby badania przyjęliśmy założenie, że jako treści nienawistne i negatywne traktujemy wszystkie publikowane komentarze, które szerzą i propagują nienawiść lub uderzają w grupy mniejszościowe oraz rozpowszechniają negatywne postawy i stereotypy.

Przykłady treści nienawistnych i negatywnych (pisownia oryginalna, ocenizowana²):

- *Jakubiak powinien mu z***ć w ten pusty żydowski łeb.*
- *Panie parchu, a pan jako żydowski parch nie myślał o wstąpieniu do IDF jako obywatel tych k***w, ojczyzna pana wzywa, weź sp***j z RP i tam już zostaniesz sobą. Tylko tam może nie pomacasz tak jak u nas zboczeńcu. Ha tfu śmieciu*
- *Miliony od Sorosa na wsparcie aktywistów pomagających nielegalnym migrantom. Jest teraz okazja by ta grupa „granica” została posadzona do paki bo biorą czynny udział w przemyśle ludzi. Ten żydowski parch, też do paki*
- *Obrzydliwy, sprzedajny pe***ł z ciebie. Historia też cię oceni, zwyrodniała kanalia.*
- *Nie dość że żydowski pedał to jeszcze k***a debil nie zle masz n**e we łbie*
- *Przecież to jakiś p***ł i pet na strzałę, co go ruska żona zastawiła, bo zobaczyła, że jest cwelem i ma mózg tak sprawny murzyn na olimpiadzie matematycznej. Kto go z konfederacji niby uwielbia?*
- *O, dokładnie o to chodzi. Nie będzie mi jakiś pe***ł, żydowianin czy lewak dyktował jak mam żyć.*
- *Mało im k*** na Palestynie i chcą jeszcze Jemen zająć i na końcu Polskę i Ukrainę w Ukropolin zmienić a nad morzem Czarnym niebiańką Jerozolimę chcą ci syjonistyczni naziści zrobić. Sk***ny żydowski imperializm w pigułce*
- *To intruzów można strzelać bez dehumanizowania ich. Właśnie dlatego że są ludźmi a nie bezrozumnym bydłem należy do nich strzelać. Postawić znak z przestrzeloną głową dla analfabetów i problem rozwiązany. Do kobiet w ciąży też strzelać.*
- *Przestańcie ich nazywać migrantami w końcu! To terroryści, bandyci, mordercy atakujący granicę Rzeczypospolitej! Zaczynajcie strzelać do nich! Strzelać by zabić!*

wzmianka — każda wypowiedź lub post zamieszczony w serwisie społecznościowym, która zawiera wyszukiwane słowa lub frazy kluczowe. Wzmianki wykorzystywane w raporcie są publicznie dostępne i dlatego też zostały wykorzystywane w raporcie. Oryginalna pisownia wzmianek jest zachowana, jednakże zostały one poddane cenzurze w przypadku konieczności ochrony danych osobowych lub słów niecenzuralnych.

2. Przez ocenizowanie rozumiemy maskowanie słów wulgaryzmów i potocznie uznawanych za obraźliwe.

GRUPY NARODOWE I MNIEJSZOŚCI

W monitoringu zostały uwzględnione wpisy dotyczące następujących grup i tematów z nimi powiązanych: Żydzi i Izrael, osoby uchodźcze, migranci i muzułmanie, Ukraińcy i Ukraina oraz osoby LGBT+.

SPECYFIKA I POCHODZENIE DANYCH

Badano wyłącznie pisany język polski. Analizie nie zostały poddane grafiki, materiały wideo, linki itp. We wszystkich frazach, które zostały wykorzystane do stworzenia korpusu (zbioru wypowiedzi), zachowano oryginalną pisownię. Wszystkie wykorzystane treści pochodzą z serwisu X (dawniej Twitter) i z publicznie dostępnych kont. Dane zostały zagregowane za pomocą narzędzia SentiOne Listen – AI online listening.

Korpusy

Korpus dla każdej z grup był tworzony na podstawie wyszukiwania fraz kluczowych dwóch typów:

1. wpisy dotyczące grupy,
2. wpisy dotyczące polityków i partii politycznych określonych formacji. Skrypty, wyszukując frazy, bazowały na słowach kluczowych dla danej grupy i polityków.

W ten sposób powstały korpusy zawierające wszystkie wzmianki na temat danej grupy oraz wszystkie wzmianki na temat wybranych reprezentantów poszczególnych ugrupowań i oficjalnych profili poszczególnych partii.

Do każdej kategorii zastosowaliśmy wykluczenia treści językowo zbieżnych z tematem badania, ale mających inne znaczenie.

Przykładowe wykluczenia w kategorii „Żydzi, judaizm i Izrael” (pisownia oryginalna):

- treści odnoszące się do jedwabnych części garderoby,
- treści dotyczące osób o imieniu Jude,
- zakażenie grzybicze skóry,
- choroby grzybowe roślin owocowych, np. parch jabłoni

Frazy kluczowe związane z Żydami, judaizmem i Izraelem

Frazy dotyczące Żydów zostały oparte na słowach kluczowych identyfikujących wzmianki dotyczące tej grupy, takich jak wszystkie odmiany słów „Żyd”, „Izrael” i „Izraelczyk” oraz pokrewnych (także pogardliwych) wyrażen, np. „Żydek”, „Izraelita”, „Judejczyk”. Zostały także uwzględnione etnofaulizmy (pogardliwe etykiety), takie jak „Parchy” i „Chachły”. W słowach kluczowych uwzględniono także różne formy zapisywania poszczególnych nazw, często stosowane w internecie, np. „7ydzi”, „rzytów”, „ysrael”.

Na podstawie dostępnej literatury oraz analizy treści zamieszczanych w internecie, w tym na platformie X (dawniej Twitter), ustalono i włączono do wyszukiwań frazy-etykiety stosowane do określania Żydów, które nie odnoszą się bezpośrednio do nazw etnicznych, np. „żmijowe plemię”, „Chazarzy”, „żymianie”. Dodatkowo do korpusu dodano frazy identyfikujące najczęściej występujące tematy powiązane z Żydami w polskim internecie (na podstawie przeglądu wzmianek z poprzednich 10 miesięcy). Tematy te obejmowały: Holokaust, dyskusje wokół pogromów w Jedwabnem, ustawę Just 447, Sprawiedliwych wśród Narodów Świata, teorie spiskowe (np. odwołania do „mędrców Syjonu” czy „ukropolin”), a także znane osoby, takie jak Soros czy rodzina Rothschildów, często przywoływane w kontekście spisków.

Frazy kluczowe związane z Ukraińcami i Ukrainą

Frazy dotyczące Ukraińców i Ukrainy zostały oparte na słowach kluczowych identyfikujących grupę, np. wszystkie odmiany słowa „Ukraińiec” i „Ukraina”, uzupełnione także o pogardliwe etykiety, takie jak „ukry”, „upadlina”, „rezun” itd.

Tematy wzmianek zostały wyróżnione na podstawie analizy jakościowej (1000 wylosowanych postów ze wstępnej selekcji). Pod uwagę zostały wzięte tylko te wątki, które występowały więcej niż w 10% występujących wzmiankach.

Hejt – wszystkie unikatowe słowa kluczowe w sposób negatywny i niespecyficzny odnoszące się do Ukrainy, Ukraińców lub tematów z nimi związanych (np. „ukry”, „upadlina”, „rezuny”, „szoszony”).

Wołyń – wszystkie wzmianki odnoszące się do historycznych, tragicznych wydarzeń na Wołyniu w 1944 roku czy polsko-ukraińskiej debaty historycznej, np.: „Wołyń”, „UPA” (Ukraińska Powstańcza Armia), „Bandera” (Stepan Bandera), „Banderland”.

Wojna ukraińsko-rosyjska – wszystkie wzmianki odnoszące się do wojny (#tonienaszawojna, #stopukrainizacjipolski, „Ukraina + wojna”).

Frazy kluczowe związane z osobami uchodźczymi i migracją

Frazy dotyczące osób uchodźczych, migrantów oraz utożsamianych z osobami uchodźczymi muzułmanami zostały oparte na słowach kluczowych identyfikujących grupę, np. wszystkie odmiany słowa „uchodźca”, „migrant”, „muzułmanin”. Zostały uzupełnione o pogardliwe i obraźliwe określenia, jak „nachodźca”, „ciapaty”, „muzułmany” itp.

Na podstawie analizy jakościowej wyznaczono cztery wyraźne tematy, według których można poukładać negatywne słowa kluczowe.

Hejt – ogólnie negatywne, nienawistne lub pogardliwe epitety, takie jak „koczownicy”, „nachodźcy” itp., oraz negatywne terminy współwystępujące z hasłami o emigracji czy uchodźctwie, takie jak „arabusi”, „ciapaty”, „islamiści” itd.

Afera – wszystkie wzmianki odnoszące się do afer związanych z migracją, np. afery wizowej, lub relokacji, takie jak „dziurawa granica”, „afery wizowa”, „mafia wizowa”. Dwa ostatnie tematy dotyczyły wzmianek podkreślających migrację czy uchodźców w kontekście problemu, jedno w sposób neutralny – np. „kryzys migracyjny”, „relokacja”, „płot na granicy”, drugie w zdecydowanie negatywny sposób – np. „zalew”, „fala”, „horda”, „najeźdźcy” (w połączeniu ze słowami „emigracja” czy „uchodźcy”).

Frazy kluczowe związane z osobami LGBT+

Frazy dotyczące społeczności LGBT+ zostały oparte na słowach kluczowych identyfikujących grupę, np. wszystkie odmiany słów „LGBT”, „gej”, „lesbijk”, „trans”. Zostały uzupełnione o pogardliwe i obraźliwe określenia, jak „ideologia LGBT”, „pederaści” itp. Analizy jakościowe nie wskazały na wyraźne tematy występujące w negatywnych treściach.

Frazy kluczowe identyfikujące konta polityków

Jako frazy kluczowe identyfikujące polityków zostały potraktowane adresy kont na platformie X (dawniej Twitter), unikalne ciągi znaków tworzące adres głównej strony, tzw. nazwa użytkownika. Znaki te pojawiają się we wszystkich wzmiankach publikowanych na danym koncie oraz we wszystkich podanych postach, a także postach innych autorów /autorek, w których oznaczono dane konto. Listy zostały stworzone na podstawie kont liderów i liderów list zajmujących pierwsze dwa miejsca na listach wyborczych w zarejestrowanych we wszystkich okręgach wyborczych (13) dla pięciu kluczowych bloków wyborczych (będących komitetami wyborczymi) z największym poparciem sondażowym: Prawo i Sprawiedliwość (PiS), Koalicja Obywatelska (KO), Konfederacja Wolność i Niepodległość (Konfederacja), Trzecia Droga (Polska 2050 Szymona Hołowni i Polskie Stronnictwo Ludowe) i Nowa Lewica. A także głównych kont partii i liderów partyjnych. Uwzględniają one konta kandydatek i kandydatów utworzone oraz dostępne w serwisie X (dawniej Twitter) do 9 czerwca 2024 roku.

W sumie oznaczono:

- Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość (PiS) – 26 kont,
- Koalicyjny Komitet Wyborczy Koalicja Obywatelska (KO) – 23 konta,
- Komitet Wyborczy Konfederacja Wolność i Niepodległość (Konfederacja) – 25 kont,
- Koalicyjny Komitet Wyborczy Trzecia Droga Polska 2050 Szymona Hołowni – Polskie Stronnictwo Ludowe (Polska 2050 Szymona Hołowni i Polskie Stronnictwo Ludowe) – 21 kont,
- Koalicyjny Komitet Wyborczy Lewica (Nowa Lewica) – 21 kont.

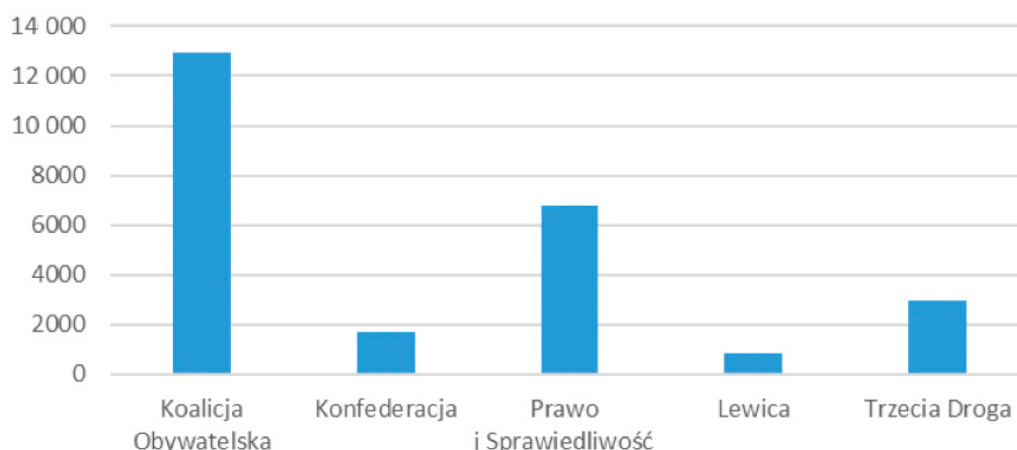
Przyjęta procedura pozwoliła na wyłonienie porównywalne grupy kont. Żeby uwzględnić różnice w liczebności kont oraz ich aktywności (zarówno właścicieli i właścicielek, jak i innych użytkowników oznaczających konta), we wszystkich analizach porównujących poszczególne frakcje uwzględniono proporcje postów zawierających określone frazy do wszystkich postów związanych z daną frakcją polityczną lub koalicją.

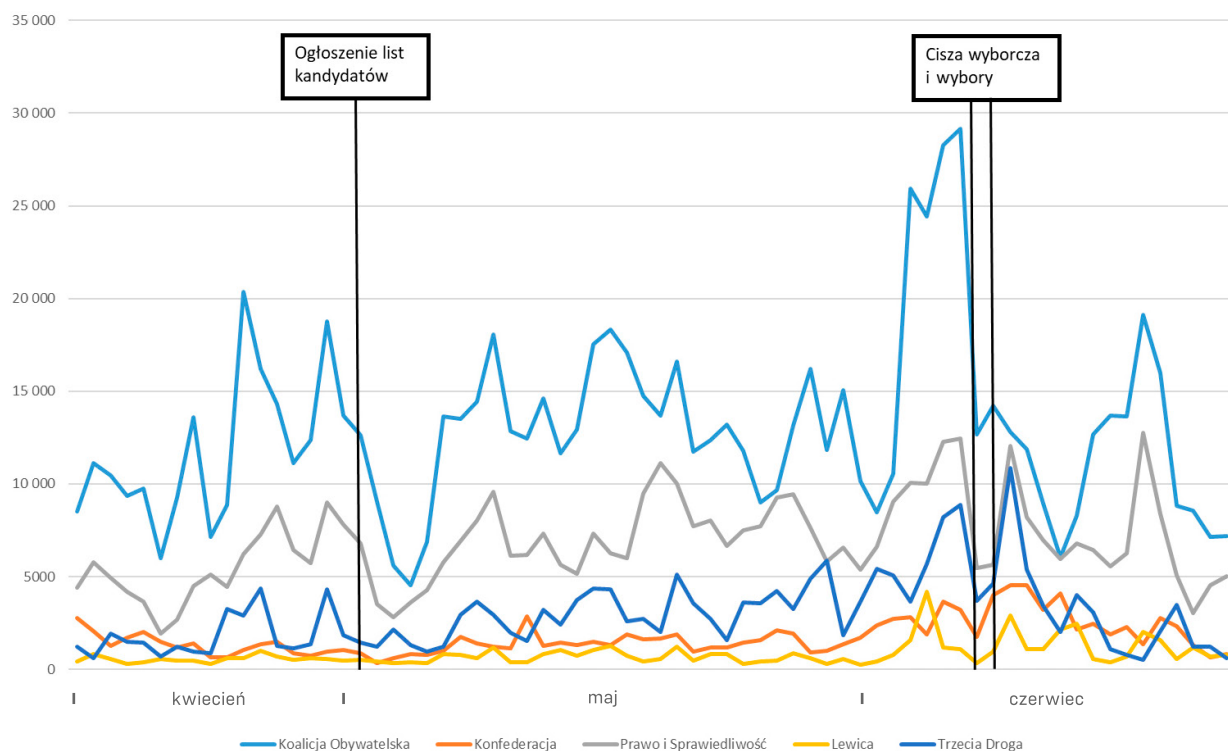
AKTYWNOŚĆ

W okresie od 15 kwietnia do 23 czerwca 2024 roku zaobserwowaliśmy 1 764 638 postów i wzmianek wyselekcjonowanych kont polityków, polityczek i ruchów politycznych. Aktywność poszczególnych bloków różniła się znacząco.

W okresie badania najbardziej aktywne były konta Koalicji Obywatelskiej oraz Prawa i Sprawiedliwości. Zdecydowanie największa aktywność dotyczyła kont związanych z KO i wynosiła od 4555 do 83 494 wzmianek – średnio 12 919 indywidualnych wzmianek dziennie. Znacząco mniejsza aktywność była związana z kontami PiS – od 3018 do 12 449 wzmianek, średnio 6789 dziennie.

Wykres 1. Przeciętna liczba postów dziennie odwołujących się do poszczególnych bloków wyborczych (kont) lub opublikowanych na obserwowanych kontach.



Wykres 2. Dzienna zmienność aktywności związanej z poszczególnymi blokami wyborczymi.

Dane przedstawione na wykresie 2 pokazują, że okres przedwyborczego wzrostu aktywności związanej z poszczególnymi blokami dotyczy w zasadzie tylko KO, PiS i w niewielkim stopniu Trzeciej Drogi oraz tuż przed – pozostałych partii i komitetów wyborczych. Wzmożenie aktywności online ogólnie jest jednak niewielkie i bardzo krótkotrwałe. Jednocześnie aktywność związana z poszczególnymi partiami i blokami praktycznie utrzymuje się na niezmiennym poziomie w całym okresie badania. Dodatkowo dane pokazują, że wzrosty nie rozpoczęły się znacznie wcześniej niż oficjalny początek kampanii, a także nie doszło do drastycznego spadku wraz z jej końcem. Na podstawie danych można także dostrzec znaczące dysproporcje w aktywności koalicji i komitetów wyborczych.

Analiza – wskaźniki

Analiza korpusu polega na zliczaniu wybranych słów i fraz kluczowych.

Żeby wydobyć kategorię wpisu, zastosowano metodę sędziów kompetentnych, których zadaniem było oznaczenie fraz i słów kluczowych skategoryzowanych jako negatywne. W przypadku Ukraińców, osób uchodźczych i osób LGBT+ kategorie tematyczne były relatywnie wąskie i jednoznaczne, więc słowa kluczowe zostały przyporządkowane przez badaczy.

W przypadku Żydów i Izraela zastosowano metodę *concept mapping*³ (Jackson i Trochim, 2002⁴), która pozwoliła oznaczyć tematykę (metoda ta polega na sortowaniu określeń przez niezależnych sędziów, a następnie za pomocą analizy skalowania wielowymiarowego i analizy skupień wyodrębnia się kategorie; w sortowaniu wzięło udział 10 osób).

Ograniczenia w badaniu treści internetowych

Badania treści w mediach społecznościowych stanowią wyzwanie ze względu na wiele różnorodnych czynników, które mogą wpływać na jakość i kompletność zebranych danych. Mimo kompetencji autorów i zaawansowanych narzędzi analizy istnieją pewne ograniczenia, których należy być świadomym.

Po pierwsze, ogromna ilość dostępnych danych sprawia, że nie wszystkie z nich mogą zostać w pełni przeanalizowane. Ponadto narzędzia analizy mają swoje ograniczenia technologiczne i percepcyjne, które mogą wpływać na interpretację analizowanych treści. Trudności generuje także określanie kontekstów wypowiedzi czy ich złożoność.

Dodatkowym wyzwaniem jest specyfika platform mediów społecznościowych, które podlegają dynamicznym zmianom w treściach publikowanych przez użytkowników. Edycja treści przez użytkowników, a także ich usuwanie przez platformę, ograniczanie widoczności może prowadzić do braku konsystencji i kompletności danych.

Należy również wziąć pod uwagę różnorodność wrażliwości użytkowników na treści publikowane w mediach społecznościowych. To, co dla jednej osoby może być neutralne, dla innej może być obraźliwe. W związku z tym istniejące korpusy językowe mogą mieć trudności w uwzględnieniu wszystkich możliwych kontekstów i interpretacji.

Ponadto język użytkowników internetu, szczególnie w kontekście publikowania treści nienawistnych, ewoluuje w sposób niezwykle dynamiczny. Zjawisko to jest związane zarówno z „modami” na stosowanie poszczególnych trendujących słów, jak i z celowymi zabiegami mającymi na celu utrudnienie wykrywania treści o charakterze nienawistnym czy kryminalnym. Przykładem takich zabiegów jest stosowanie celowych błędów ortograficznych lub używanie zamienników słów, takich jak „rzymianie” czy „zymianie” zamiast „Żydzi”.

Mając na uwadze powyższe wyzwania, osoby pracujące nad projektem i opracowaniem raportu dołożyły wszelkich starań, by zapewnić jak najbardziej rzetelne i kompleksowe analizy.

3. Mapowanie koncepcyjne to graficzna technika analizy danych, w której pojęcia lub idee są reprezentowane za pomocą wizualnej struktury składającej się z węzłów (pojęć) i połączeń między nimi (relacji). Jest to metoda służąca do zrozumienia złożonych związków między różnymi elementami lub tematami przez ich uporządkowanie i wizualizację. Dzięki mapowaniu koncepcyjnemu badacze mogą lepiej zrozumieć strukturę, hierarchię i wzajemne powiązania między różnymi koncepcjami, co ułatwia analizę danych, podejmowanie decyzji i tworzenie strategii. Jackson K.M., Trochim W.M.K. (2002).

4. Jackson K.M., Trochim W.M.K., *Concept mapping as an alternative approach for the analysis of open-ended survey responses*, „Organizational Research Methods” 2002, vol. 5(4), <https://doi.org/10.1177/109442802237114>

BADANIE – WYNIKI

TREŚCI NEGATYWNE: SKALA I PORÓWNANIE MIĘDZY GRUPAMI

Wstępnie, by oszacować skalę negatywnych treści skierowanych względem wszystkich grup objętych badaniem, podsumowaliśmy wszystkie oflagowane posty w okresie od 15 kwietnia do 23 czerwca 2024 roku – w sumie 70 dni. Wyniki (przedstawione w tabeli 1) pokazują bardzo dużą zmienność zarówno między obserwowanymi grupami celowymi, jak i w obrębie każdej grupy. Średnio najczęściej poruszano wątki związane z Ukraińcami, drugą najczęściej wspominaną grupą były osoby uchodźcze, a trzecią i czwartą co do częstotliwości byli Żydzi oraz osoby LGBT+.

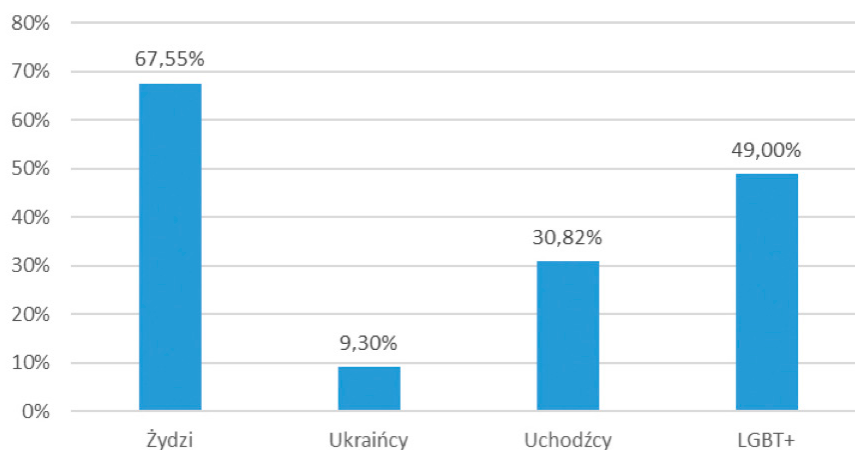
Tabela 1. Liczba wzmianek dziennie dotyczących poszczególnych treści.

Grupa	Średnia liczba postów dziennie	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
Ukraińcy	41 355	7932	24 391	68 399
osoby uchodźcze	19 351	10 540	9851	53 865
Żydzi	16 822	5736	8117	36 672
osoby LGBT+	2744	1137	1243	7540

Zważywszy na dużą różnicę w zakresach słów kluczowych opisaną w metodologii, porównania między grupami dają jedynie przybliżony obraz tego, które grupy szczególnie narażone na nienawiść budziły większe zainteresowanie użytkowników platformy X, a co za tym idzie – generowały najwięcej wzmianek. Niemniej różnica w zakresie jest bardzo wyraźna. Przedstawione wyniki pokazują również, że w przypadku wszystkich monitorowanych grup zaobserwowaliśmy relatywnie dużą zmienność dzienną, choć i tu są widoczne różnice. Zdecydowanie największe zmiany daje się zauważyć we wzmiankach dotyczących Ukraińców i osób uchodźczych, zdecydowanie niższe w przypadku Żydów i osób LGBT+. Zgodnie z naszymi przewidywaniami największą zmienność w obrębie wszystkich obserwowanych grup można dostrzec w ostatniej części kampanii wyborczej.

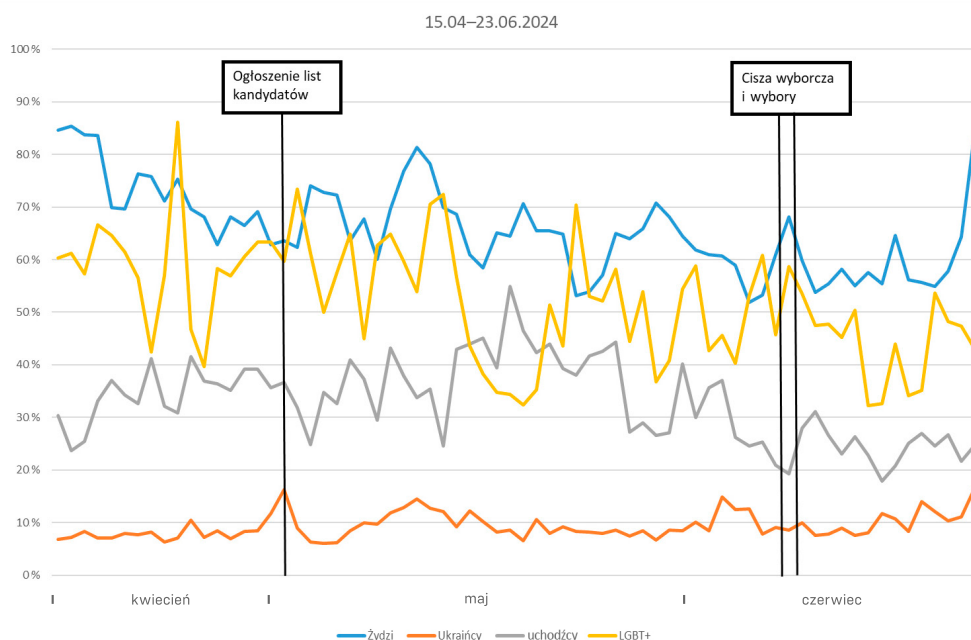
Zgromadzone dane pozwalają na pogładowe porównanie wydźwięku wzmianek o analizowanych grupach. Żeby zestawić tak różne dane, zostały porównane proporcje postów, w których występowały negatywne słowa kluczowe (odniesione do wszystkich postów dotyczących każdej z grup).

Wykres 3. Odsetek negatywnych postów w odniesieniu do wszystkich wzmianek poszczególnych grup.



Wyniki pokazują, że zdecydowanie najbardziej negatywne były posty odnoszące się do Żydów i osób LGBT+. W przypadku Żydów ponad 67% treści zawierało negatywne słowa kluczowe. Nieco lepiej przedstawiały się posty, w których odnoszono się do osób LGBT+ – prawie połowa postów zawierała treści negatywne. W przypadku uchodźców proporcja negatywnych słów kluczowych była niższa – nieco ponad 30% zawierała treści negatywne. Najmniej treści o charakterze negatywnym zawierały posty dotyczące Ukraińców.

Wykres 3a. Odsetek negatywnych postów w odniesieniu do wszystkich wzmianek poszczególnych grup w ujęciu dziennym.

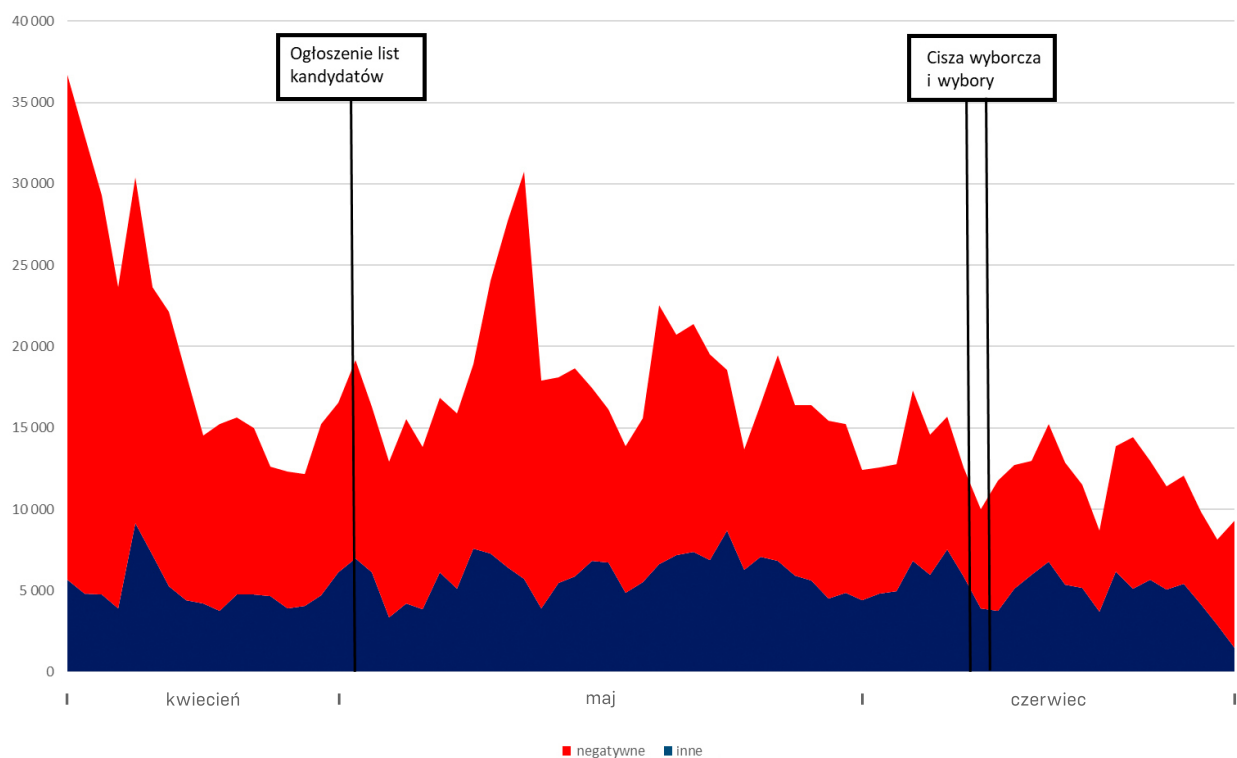


ANALIZA ZMIAN

TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYSEMICKIM

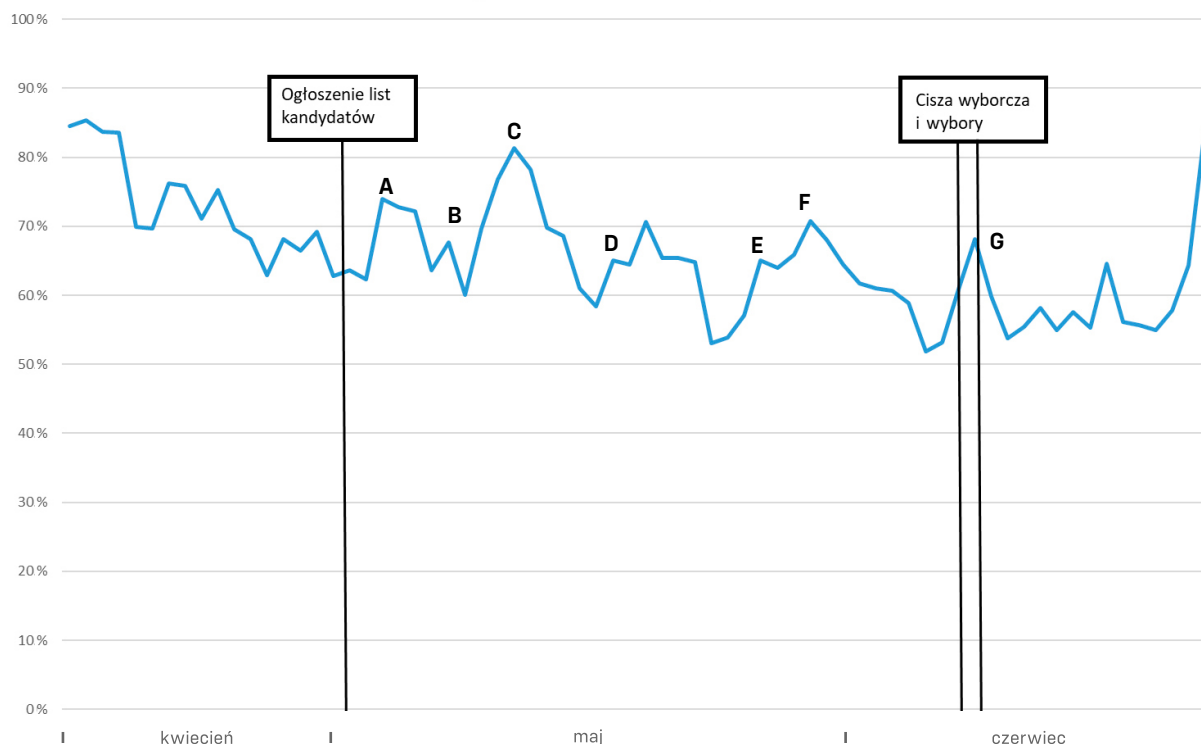
LICZBA WZMIANEK O CHARAKTERZE ANTYSEMICKIM

Wykres 4. Liczba wzmianek dotycząca Żydów i Izraela z uwzględnieniem negatywnych treści.



Dane przedstawione na wykresie 4 pokazują wszystkie wzmianki dotyczące Żydów i Izraela z uwzględnieniem wszystkich o charakterze negatywnym.

Wykres 5. Odsetek negatywnych wzmianek o Żydach i Izraelu w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły).



Dane przedstawione na wykresach 4 i 5 pokazują, że od momentu rozpoczęcia kampanii wyborczej 25 maja 2024 roku obserwujemy stały poziom wzmożenia dyskursu i stałą liczbę wzmianek o charakterze antysemickim oraz ich bezpośredniej korelacji z wydarzeniami o charakterze politycznym (przedstawionymi w tabeli 2). W okresie, w którym dane były zbierane, warto zauważyć, że największa aktywność występuje jeszcze przed ogłoszeniem list wyborczych (15 kwietnia 2024 roku). Jednym z najdonioślejszych wyników jest fakt, że praktycznie przez cały okres zbierania danych treści negatywne zdecydowanie dominują.

Przedstawiamy także przykłady wzmianek pojawiające się w przedziałach czasowych mające wpływ na zaangażowanie użytkowników w dyskusję. Należy nadmienić, że wzmożenie antysemickich wzmianek utrzymuje się od dnia 7 października 2023 roku, kiedy terroryści z Hamasu dokonali ataku terrorystycznego na obywateli Izraela i doszło do eskalacji konfliktu. Polityka państwa Izrael jest w tych treściach głównym tematem.

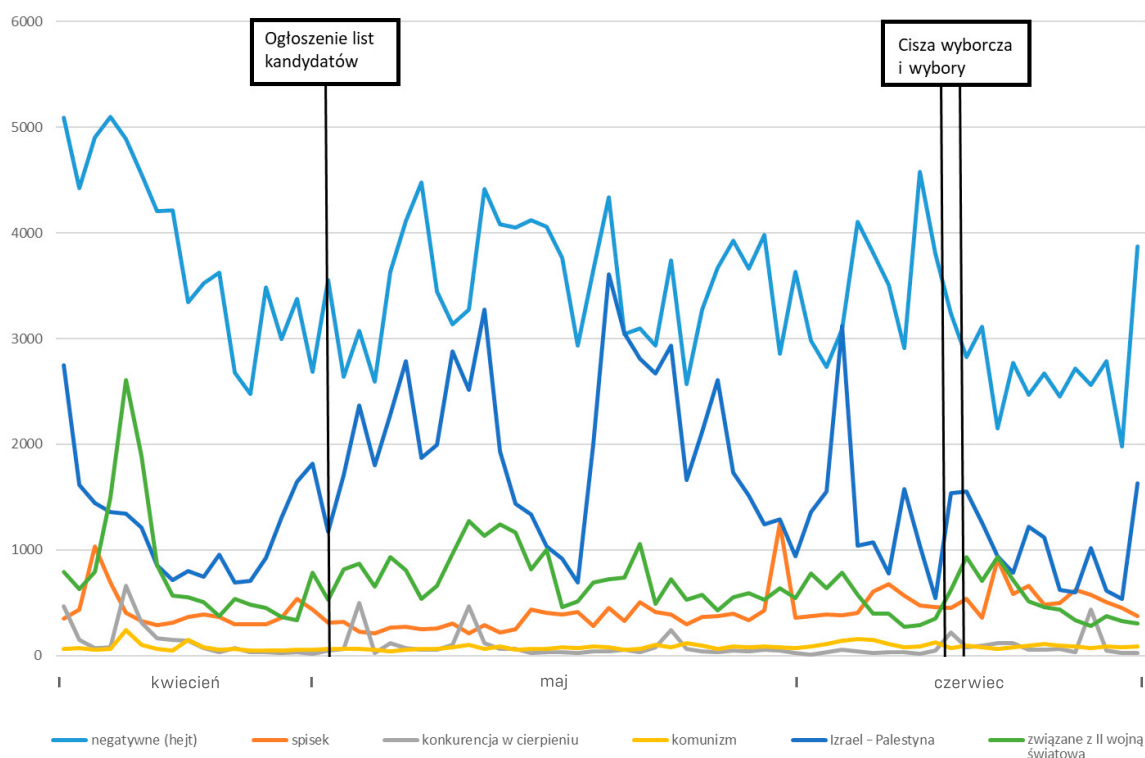
Tabela 2. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe wypowiedzi dotyczące Żydów i Izraela.

Data	Wydarzenia	Przykłady wzmianek ⁵ (pisownia oryginalna, ocenowana)
3.05.2024 A	Kampania wyborcza 2024	• Sku...syny. Ten cwel w pejsach dalej rozpowiada, że izraelska armia jest najbardziej humanitarną na świecie? • @YacovLivne A żydzi żydami. Woooo! Raus! • żydowskie k...y mordują jak leci. Chuj syjonistom na grób. ### R ### !!! 🇮🇱 🤡 • Nie ma większych k...w na świecie niż rzymianie
8.05.2024 B	Kampania wyborcza 2024	• W ukropolin niestety rządzi opcja izraelska od 1926 roku. • @ZelenskyyUa Oni tak są wszyscy podobni, że jakby co, to nie wiadomo kogo szukać 😞 parchy pie... • Emil wy...j do swoich pejsatych go 🇮🇱 jów śmieciu, Bo jesteście gojami według nas czyli na równi z trzodą chlewną
12.05.2024 C	Kampania wyborcza 2024	• Wy Żydki dużo się od adiegi nauczyliście, prawda? Świetnie wam idzie mordowanie kobiet i dzieci, mam nadzieję że Persowie zrobią z wami porządek. • żydy sobie sami getto wybudowali by odgradzić się od Polaków. • W czasie kiedy dumni muzułmanie pomagali Polakom to Żydzi to wtedy hitlerowcowi zegarki sprzedawali i Polaków a obojga spotkała śmierć, zakłamanie ku...y. Czas skończyć następców Hitlera
18.05.2024 D	Kampania wyborcza 2024	• @BartSienkiewicz to błazen ale to @pisorgpl był zły obie te formacje to patologia polityczna, skorumpowane żydy i komuniści – ciekawe co pijak powie że wspierają upadlinę ? Czym takim głównem, za swoje sobie wspierać jak się tak ich darzy sympatią • co ten parch pierdoli... • Jak długo jeszcze ta putinowska qrwa, kremlowski parch, ruSSki, płatny troll będzie obrażał Polaków? WSI-owa sucz. To kolaborant i szmalcownik, bolszewik i stalinowiec. Najgorszy sort azjatyckiej barbarii...
26.05.2024 E	Kampania wyborcza 2024	• Aaron Langman to ten parch sprzedał pół Polski za przystawową czapkę gruszek 🗨️ • Co k...a? Kto je kocha k...a?? Pani Magdaleno, ty płatna ku...o na godziny, ile ci żydy płaco za takie obłąkane pierdolenie??! • Co za gnoje. Biedne dzieciątko. Wszawie żydy
29.05.2024 F	Kampania wyborcza 2024	• Ludobójstwo niemieckie nie ograniczało się tylko do żydów. Auschwitz to nie tylko żydostwo. Tam ginęli ludzie różnych wyznań i byli wśród nich też żydy. Uważam, że powinny być tam wszystkie sybmbole wyznaniowe albo żadne • Żydy sami się wytłuką i naxwą to antysemityzmem. 🇮🇱 • Je...ć K...y ŻYDOWSKIE w dupę i oko
9.06.2024 G	Wybory do PE 2024	• K...y żydowskie. • @LukaszKohut @Arlukowicz @LeszekMiller @moanrosa @JanOlbrycht @MieczyslawKieca @MalgorzataPepek @NewsPlatforma @Platforma_org @RobertaMetsola @ZbigniewHoldys A w tej bajce same żydy 😊😏😏😏 • @YacovLivne Jude Raus , myślę że to hasło powróci niebawem na europejski rynek, gdzie faszystowskie żydy czują się lepiej niż w swoim niby domu na kradzionych palestyńskich ziemiach. Palestyna nie poddawaj się, Polska też kiedyś była w podobnej sytuacji

5. Przykłady treści wybierane z tzw. kont o dużym zaangażowaniu odnoszą się do treści, które nie tylko cieszą się dużą popularnością, ale przede wszystkim generują wysoki poziom zaangażowania ze strony odbiorców. Oznacza to, że są one aktywnie komentowane, udostępniane oraz interakcje z nimi są intensywne i regularne. Takie treści mają zdolność do dotarcia do dużej liczby odbiorców nie tylko dzięki swojej popularności czy liczby followersów, lecz głównie dzięki rzeczywistemu zaangażowaniu oraz interakcjom generowanym przez użytkowników. Zachowano oryginalną pisownię, jednocześnie oceniono treści.

Liczba wzmianek o charakterze antysemitycznym (z podziałem na kategorie treściowe)

Wykres 6. Wzmianki związane z Żydami i Izraelem w podziale na wyodrębnione tematy.



Wykres 6 ilustruje liczbę wzmianek z podziałem na wyodrębnione kategorie tematyczne, takie jak: treści nienawistne (hejt), teorie spiskowe, komunizm, konflikt izraelsko-palestyński, II wojna światowa oraz rywalizacja w cierpieniach. Pierwsza istotna zmiana widoczna na wykresie dotyczy znaczących wzrostów treści związanych z konfliktem izraelsko-palestyńskim, II wojną światową oraz rywalizacją w cierpieniach między Polakami a Żydami od dnia 4 maja 2024 roku. Zjawisko to można powiązać z rosnącą aktywnością użytkowników internetu w obszarze tematów odnoszących się do eskalacji konfliktu izraelsko-palestyńskiego, a także narracji o charakterze dezinformacyjnym, takimi jak „Żydzi rządzą światem” czy „ukropolin”.

Analizując te zmiany, szczególną uwagę należy zwrócić na poziom treści nienawistnych, które w trakcie trwania badania utrzymywały się na niezmiennie wysokim poziomie. Zauważalny wzrost liczby takich treści obserwuje się zwłaszcza w okresie kampanii wyborczej, między ogłoszeniem list kandydatów a dniem wyborów. Znacząca część tych treści koncentruje się wokół obecnie trwającego konfliktu.

Warto także odnotować wzrost liczby negatywnych treści na cztery dni przed rozpoczęciem ciszy wyborczej, które nie mają bezpośredniego związku z żadnymi konkretnymi wydarzeniami politycznymi ani historycznymi. Jest również zauważalny wzrost liczby wzmianek w kategorii teorii spiskowych, co można powiązać z rozpowszechnieniem postów dotyczących możliwego startu Rafała Trzaskowskiego w wyborach prezydenckich oraz z plotkami o potencjalnym śląskim powstaniu, które pojawiły się po zawetowaniu przez prezydenta RP ustawy o języku śląskim.

Narracje

W trakcie analizy treści wyodrębniliśmy najczęściej pojawiające się narracje treści o charakterze antysemickim pojawiające się we wpisach użytkowników. Znacząca ilość treści ma charakter dezinformacyjny i polaryzujący, a także rozpowszechnia nieprawdziwe treści. Wyróżniliśmy takie jak:

- zaznaczenie ich obcości (np. *A co się dziwić jak trzy czwarte rządu ,to obcy mściciele, jak: Żydzi, Niemcy i Ukraińcy, Polak nie ma przebiccia ,bo większość ludności w Polsce to obcokrajowcy ,co po drugiej wojnie zasiedlili się w Polsce i po rozmnażali się ,ale geny i tak mają swojego kraju. My Polacy biedni*),
 - wzmacniania stereotypu osoby nielojalnej, mającej na celu niszczenie interesów Polski i Polaków (np. *Multikulturalizm to nie eksperyment a celowe działanie sorosa żeby zniszczyć kontynent europejski i białego człowieka*),
 - promowania teorii spiskowych i konspiracyjnych (np. *Żydzi rządzą światem i najbardziej wpływowym krajem, połącz kropki 🚒🚒🚒*).
1. Bycie Żydem lub pochodzenie żydowskie jako „abstrakcyjny symbol ujemny” i największa obelga (pisownia oryginalna, ocenzonej):
- obelgi (np. *Ku...a aż żałuję że w Polsce nie ma dostępu do broni jak w USA - żadna ku...a żydowska i banderowska nigdy nie była by w sejmie I senacie*),
 - dyskredytacja (np. *Bzdury Duda - Żyd- Aron Feigenbaum opowiada! Wstyd, że jako prezydent Stwarza Klimat Strachu w Polsce! Sługus Żydów Chazarskich! Chazary chcą powrócić do Kijowa. W 1158 roku całkowicie zostali wygnani z Rusi Kijowskiej za Lichwiarstwo! Duda to zwolennik Żydów Chazarskich!*),
 - zmiana nazwisk jako forma nadania nowego znaczenia: Anna Maria Rzydowska, Morawietzki, Rau, Mazowiecki, Kuroń, Michnik.

2. Wykorzystanie teorii zastąpienia/wielkiego przemieszczania (pisownia oryginalna, ocenowana):

- depopulacja Polski (np. *Jest zamierzony sukces: depopulacja ukraińców i przestrzeń życiowa dla 🇵🇱. Ćpun wygubi tych duraków dla swoich czyli pejsatych czosnków*),
- obarczanie Żydów odpowiedzialnością za wojnę w Ukrainie i związaną z nią migracją (np. *No po prostu żydzi wywołali wojnę żeby zarobić kasę i przejąć władzę w Europie, czyli jak zwykle*),
- Żydzi tworzą „Niebiańską Jerozolimę” w Ukrainie (np. *nech ktoś mi teraz nie powiem że ziemię na Ukrainie nie należą do korporacji i cała ta wojna nie jest masowym przemieszczeniem ludności ukraińskiej do Europy zachodniej .. Niebiańska Jerozolima ..*).

3. Treści o charakterze dezinformacyjnym (pisownia oryginalna, ocenowana):

- *Panie, nie rząd polski ukrywał, czy tuszował, tylko żydzi chazarzy dorwawszy się podstępem do władzy w polskim rządzie, ukrywali. Wasza, staruchów kadencja się skończyła i wypad z mojego kraju, mojej ojczyzny. WYPAD!!!!*
- *Istnieje takie prawdopodobieństwo, ponieważ od dawna chazarzy rozwarzają taką koncepcję. Proszę zauważyć, że Izrael jakoś dziwnie milczy, ponadto natychmiast po rozpoczęciu odwetowej inwazji Rosyjskiej na Ukrainę władze Izraela spotykały się z Putinem ...dill*
- *jak to? A niebiańska Jerozolima, a UKROPOLIN? Szury muszą od nowa potłoczyć kropki*
- *Polacy tego nie chcą! Zresztą naszym krajem nie rządzą Polacy tylko JP Morgan, John Daniels, MAFIA HAZARSKA. Polecam sprawdzić dwa projekty: „Nowa Kalifornia” „Niebiańska Jerozolima” Przesiedlenie Izraela na Krym przesunięcie Ukrainy do Polski. itd.*
- *Izrael rozkręci plandemię ponownie. W 3 tygodnie nawsadzają tyle patyków do nosa, że będzie apokalipsa testów w szpitalu*
- *Ja przy okazji przypomnę że to nie wina murzynów że niszczą Europę, oni postępują zgodnie ze swoją naturą, to wina międzynarodowego żyda że importuje Afrykę do Europy w milionach.*
- *Ten holokaust białej rasy organizują żydzi, sami opętańczo dbają o homogeniczność swojej semickiej rasy, na tyle fanatycznie, że od pokoleń uprawiają powszechne kazirodztwo.*

- *Dokładnie 22 lata temu grono żydowskie postanowiło poświęcić obywateli USA i znajdujących się tam pracowników w imię swoich interesów. A ponad 70% ludzi dalej wierzy, że w WTC naprawdę uderzyły samoloty, które się rozpadły..ale paszporty „terrorystów” cudem przetrwały.*
- *Słyszał ktoś o projekcie „Niebiańska Jerozolima”? Otóż projekt ów polegałby na przesiedleniu Żydów na ziemię na Ukrainie. Możliwe byłoby uznać to za żart, ale wystarczy wziąć obecną mapę UKR i zobaczyć gdzie odbywają się działania wojenne. Ciekawe prawda?*
- *9 września 2007 roku Lech Kaczyński zalegalizował w Polsce działalność żydowskiej sekty - chasydzkiej loży masońskiej B'nai B'rith, loży Polin.*

Treści o charakterze krzyżowym

W ramach analizy zamieszczanych przez użytkowników wzmianek w serwisie X zwróciliśmy szczególną uwagę na treści o charakterze krzyżowym, które zawierały bezpośrednie lub pośrednie odniesienia do przynajmniej dwóch badanych przez nas grup. **Na podstawie analizy jakościowej treści należy zauważyć, że treści o charakterze nienawistnym bazują na więcej niż jednym uprzedzeniu i są zobrazowaniem „nienawiści do wszystkich obcych”.**

Przykładowe treści o charakterze krzyżowym (pisownia oryginalna, ocenzurowana):

- *Powinno się od...ć żydowskich sługusów z tej formacji. Będę się modlił by następnym razem pedały w czerwonych beretach trafili na grupę żołnierzy, którzy ich podziurawią.*
- *Czarnuchy ludźmi? Odważne twierdzenie. A może jeszcze żydzi to również ludzie?*
- *Baba całuje stopy faceta. Co w tym dziwnego? Widzi silniejszego, więc naturalnie się kłania i rozchyła nogi. Tylko czekam, aż polińskie dziwki zaczną klękać przed murzyńską rakietą 😊 Niech żyje feminizm! Karma wraca*
- *Łukasza a ty jesteś sterowa przez Globalistów- Żydów Chazarskich bo to całe gówno co się dzieje w Europie a szczególnie w Polsce jest na Rozkazy Syjonistów- wyznawców Sataniizmu! To Chazarzy chcą wymordować ludzkość a na koniec zostawić swoich Sługusów!*
- *Nie wrzucaj tej ku...y lesby szpetnej żydówki*

Słowotwórstwo

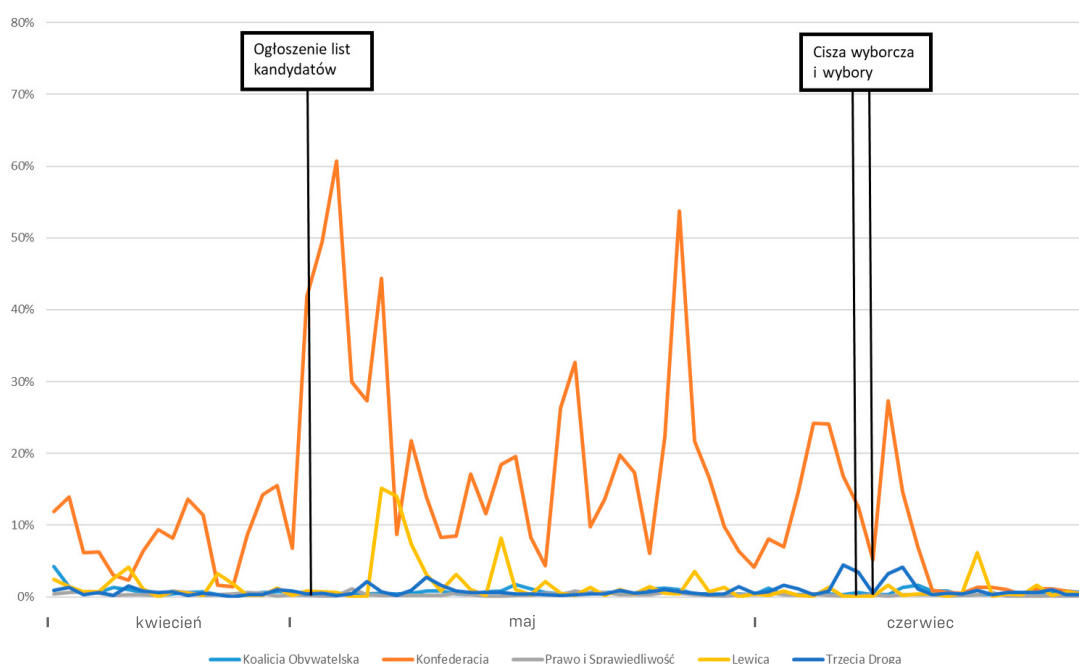
Naszą szczególną uwagę zwrócił bardzo bogaty zasób słów wykorzystywany przez użytkowników serwisu do tworzenia wzmianek o charakterze antysemickim. Wyróżnia to treści o charakterze antysemickim na tle innych analizowanych treści o charakterze nienawistnym skierowanych do pozostałych grup mniejszościowych.

Publikowane treści zawierają nie tylko słowa/zwroty powszechnie używane w dyskursie antysemickim, lecz także tworzą ich nowe formy, jak np. „7ydzi”. W sposób celowy wykorzystuje się także nieprawidłową pisownię słów, jak np. „rzytów”, „ysrael” czy „rzydzi”. Używa się także słów, którym celowo zmienia się znaczenie, jak np. wykorzystywanie słowa „rzymianie”.

Zabiegi te są celowo wykorzystywane przez użytkowników, by kierować swoje wypowiedzi do grona odbiorców zaznajomionych z tym kodem językowym. Warto też zwrócić uwagę na to, że zabiegi te są stosowane, by zmylić algorytmy oraz administratorów treści wyszukujących treści o charakterze nienawistnym i nielegalnym. Szczególną uwagę należy też zwrócić na trend nadawania nowych znaczeń słowom wcześniej dominującym w dyskursie antysemickim i poszerzaniu ich znaczenia, np. przez wprowadzanie do dyskursu słów „ukraiński parch”, „ukropolin” czy „pedalska onuca”.

Negatywne treści o Żydach w kontekście partii politycznych

Wykres 7. Odsetek postów związanych z poszczególnymi blokami politycznymi zawierająca negatywne treści o Żydach i Izraelu.



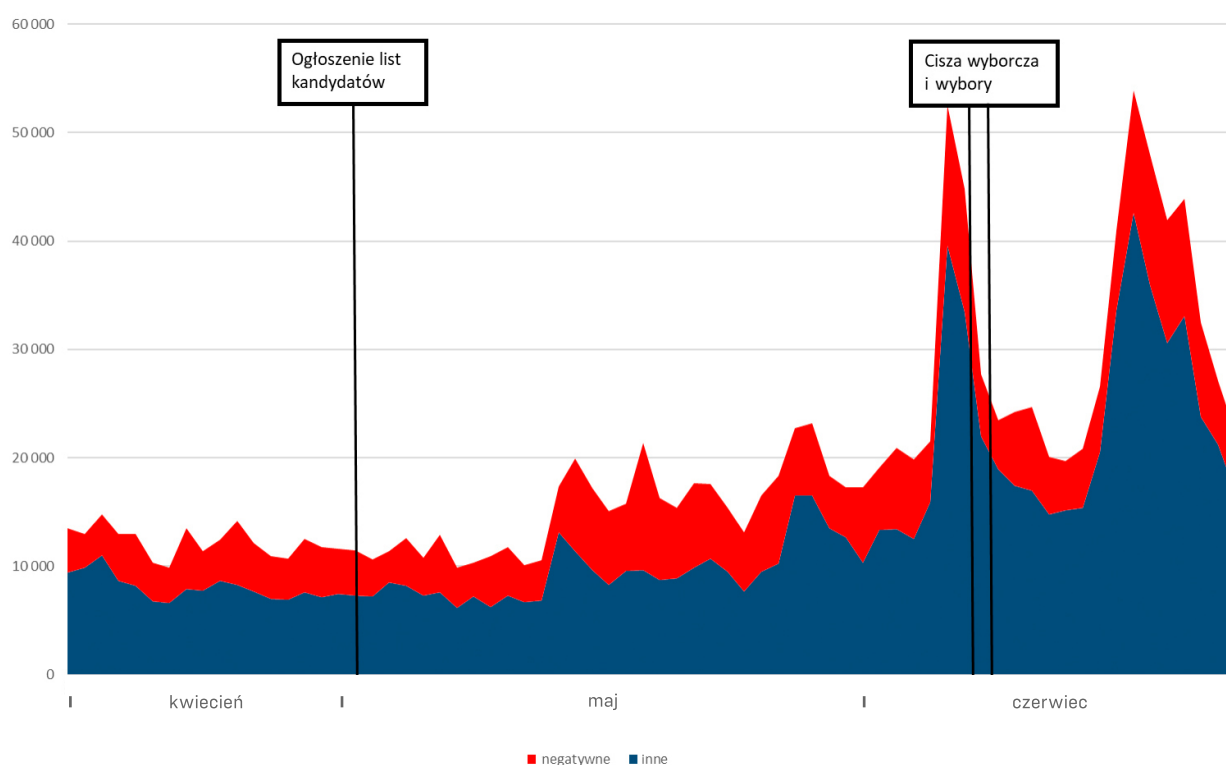
Wykres 7 przedstawia odsetek negatywnych wzmianek o Żydach wśród postów w kontekście poszczególnych partii politycznych z podziałem na komitety wyborcze w 2024.

W przypadku komitetów uwzględnionych przez nas w analizie proporcja postów o charakterze antysemickim widać bardzo duże dysproporcje. Treści związane z Żydami i Izraelem są widoczne jedynie w kontekście kont Konfederacji i w znacznie mniejszym stopniu Lewicy. Jednocześnie warto zwrócić uwagę, że w przypadku tej pierwszej partii 4 maja i 27 maja ponad 50% wzmianek dotyczy także Żydów i Izraela. Dodatkowo zwiększona aktywność jest stricte widoczna w czasie między ogłoszeniem list wyborczych a wyborami. Interpretując te wyniki, należy jednak wziąć pod uwagę znaczną dysproporcję między aktywnością poszczególnych bloków.

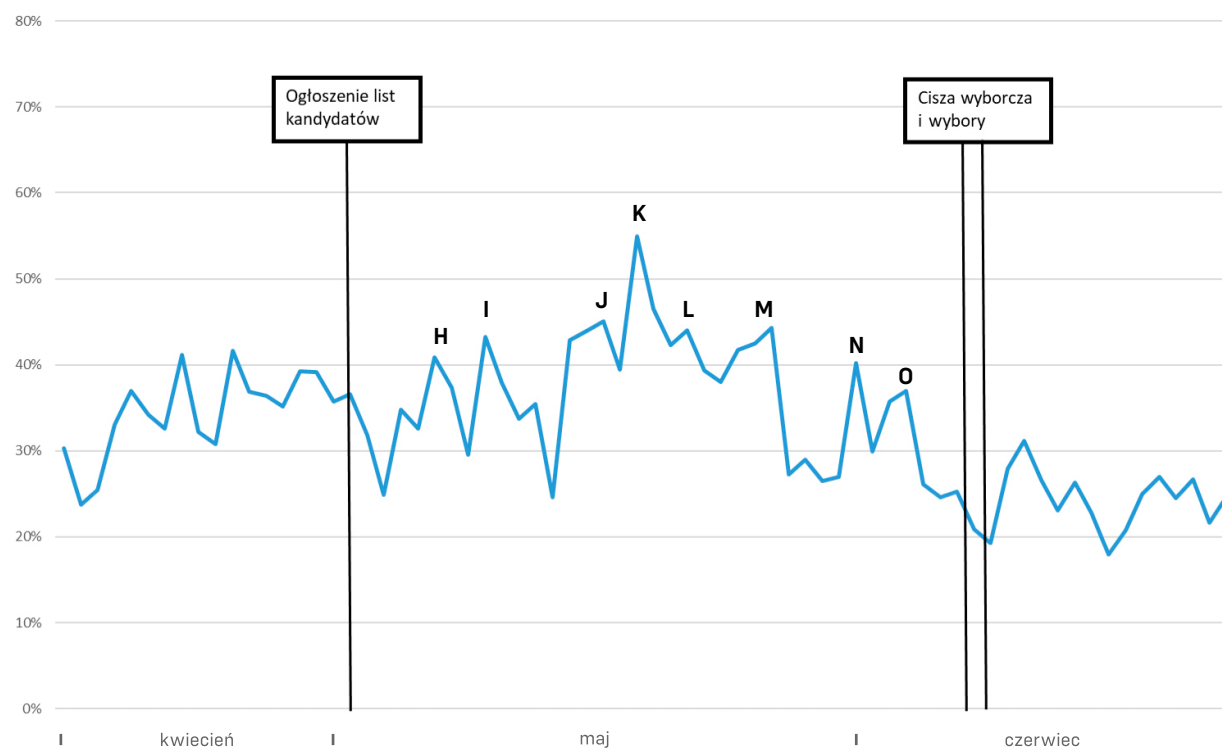
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYUCHODŹCZYM I ANTYMUŻULMAŃSKIM

Liczba wzmianek o charakterze antyuchodźczym

Wykres 8. Liczba wzmianek dotycząca osób uchodźczych z uwzględnieniem negatywnych treści.



Wykres 9. Odsetek negatywnych wzmianek o uchodźcach w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły). Oznaczenia w wykresie odnoszą się do konkretnych wydarzeń wskazanych w tabeli 3.

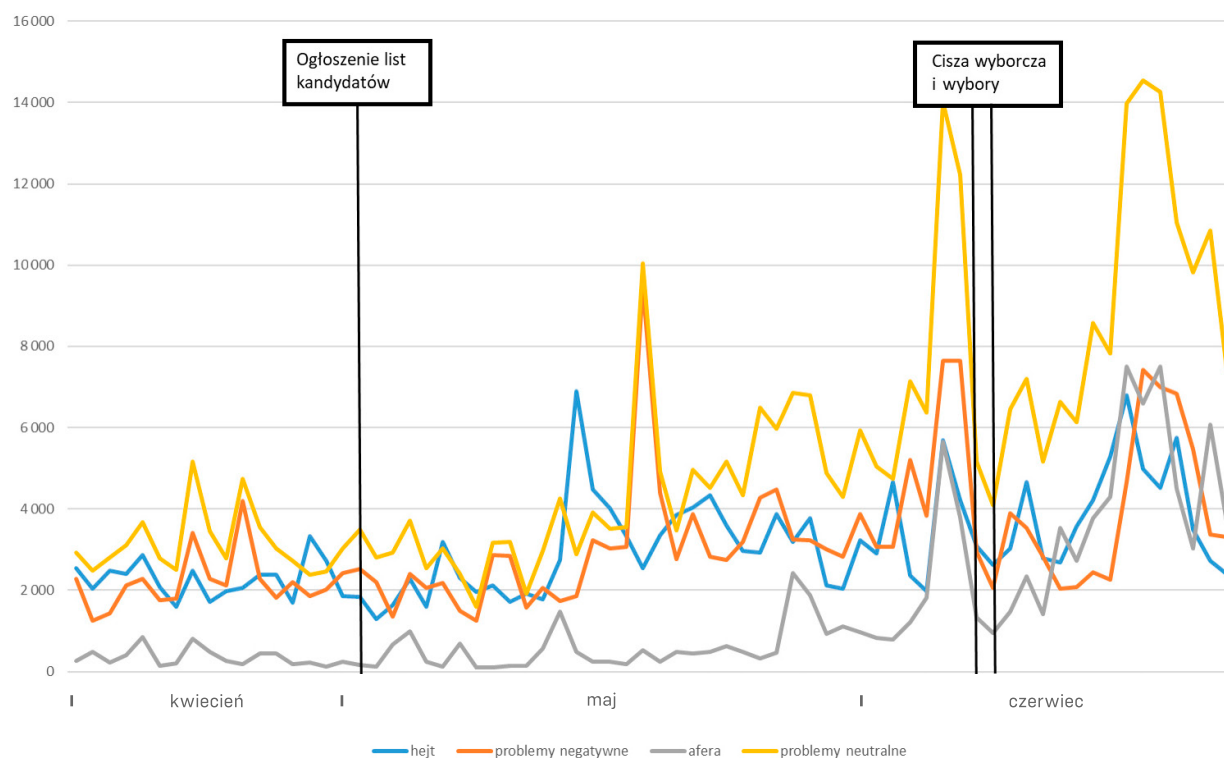


Od momentu rozpoczęcia badania treści o tematyce uchodźczej czy migranckiej pojawiają się w debacie publicznej z różnym natężeniem. W badanej kampanii wyborczej temat związany z kryzysem uchodźczym na terenie UE i polskiej wschodniej granicy był jednym z kluczowych. Co ciekawe, tematy związane z tematyką uchodźczą wzrastały w ostatniej fazie kampanii wyborczej. Wyraźny wzrost widać od 13 maja, a w ostatnie dwa dni do wyborów liczba wzmianek wzrosła o 150%. Jednak warto też zauważyć, że mimo że po wyborach nastąpił spadek, to liczba wzmianek nie wróciła do poziomu sprzed kampanii, a już tydzień po wyborach znowu możemy zaobserwować duże wzrosty. Analizując negatywne treści dotyczące uchodźców i migracji, możemy zaobserwować, że największa liczba takich treści pojawia się w połowie kampanii (19 maja), a potem dość systematycznie spada przez resztę okresu obserwacji.

Tabela 3. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe wypowiedzi o charakterze antyuchodźczym.

Data	Wydarzenia	Przykłady wzmianek ⁶ (pisownia oryginalna, ocenowana)
8.05.2024 H	Kampania wyborcza 2024	- No i super. Widocznie za mało pedatów, lesbijek, czarnych i innych pomyłców. @MSchreiberM Twój mążuś @LukaszSchreiber z banda @pisorgpl nawpuszczał tu tyle nielegalnych migrantów że napewno cię jakiś ciapaty zauroczy. Marianna Abdul Wisimulacha
10.05.2024 I	Kampania wyborcza 2024	- Nachodźcy zatrzymają to szaleństwo... - JPRDL ten ciapaty chuj,
17.05.2024 J	Kampania wyborcza 2024	- Ty się ciapaty nie przejmuj problemami PDT. Ty się przejmuj co będziesz robił niedługo. Kto przymnie takiego nieroba do pracy. Chyba, że na białorusi. - Będzie cię je...ł seksista islamski bedzieszłożył na rozród cudzych pogańskich bachorów debilu gojowski Żyd nigdy nie występuje przeciw sobie bo ma rozum a ty jesteś o niskim IQ nieszczęsna rasę
20.05.2024 K	Kampania wyborcza 2024	- Potwierdzam byłem tym odkurzaczem 🧹 Ku...a niech ci muzulmanie kończą z nami jak najszybciej, bo można raka mózgu dostać od tego infantylnego pierdolenia fajnopolaństwa - No, ja jestem śpioch i ku...a do pedalskiej i ciapatej holandii mi nie spieszo. Bo tu jest polska
22.05.2024 L	Kampania wyborcza 2024	- Ten 17 letni trans pewnie odczuwał SADYSTYCZNĄ PRZYJEMNOŚĆ z dominacji kiedy ta 14 latka musiała się do niego zwracać per „ona” na rozprawie sądowej. Ku...a, chore. Europa za kilkanaście lat będzie albo faszystowska, albo islamska. Chyba nie ma innej opcji - Jeszcze więcej imigrantów niech przyjedzie, jeszcze bardziej rozpierdolmy ten kontynent
26.05.2024 M	Kampania wyborcza 2024	- Wy...aś z tej uni co jeszcze na nas wymuszają żebyśmy rozwijali dywaniki muzulmanom do modlitwy je...ć je..ch żabojadów nich sobie to solidarność z tym byłem wsadzą w dupę - U nas gwarantuje wam że ten syf z uchodźcami nawet jak przejdzie... to nie na dłuższą metę, pierwsze gwałt na Polkach i parę osob po nożownikach pojedzie do piachu. Potem palenie ich razem z „ośrodkami” i uliczne lincze. My sie obronimy
1.06.2024 N	Kampania wyborcza 2024	- A nadal jest radną? Bo jeśli tak, to oznacza iż mieszkańcy Michałowa są głupi i powinno się im pozwolić na ubogacanie kulturowe – jakiś gwałt, kradzież czy tam morderstwo. - Tym sk...m, o to chodzi. Zostanie ludność, którą nie stać na emigrację i ich sobie „przysposobią”. To tak samo jak w Ukr..., robią podwaliny pod żyman.
3.06.2023 O	Kampania wyborcza 2024	- I smoluch, żyd, je...ć islam, pedaty do wora - kiedy wspierasz nachodźców rzydówka Holland się cieszy i mówi, że warto odebrać mężczyznom prawa wyborcze. kiedy chcesz strzelać do nachodźców, rzydówka Holland ryczy jak ranny wół. wybierz mądrze. Gnęb rzydówkę Holland! Auslander RAUS

6. Przykłady treści wybierane z tzw. kont o dużym zaangażowaniu odnoszą się do treści, które nie tylko cieszą się dużą popularnością, ale przede wszystkim generują wysoki poziom zaangażowania ze strony odbiorców. Oznacza to, że są one aktywnie komentowane, udostępniane oraz interakcje z nimi są intensywne i regularne. Takie treści mają zdolność do dotarcia do dużej liczby odbiorców nie tylko dzięki swojej popularności czy liczbie followersów, lecz głównie dzięki rzeczywistemu zaangażowaniu oraz interakcjom generowanym przez użytkowników. Zachowano oryginalną pisownię, jednocześnie oceniono treści.

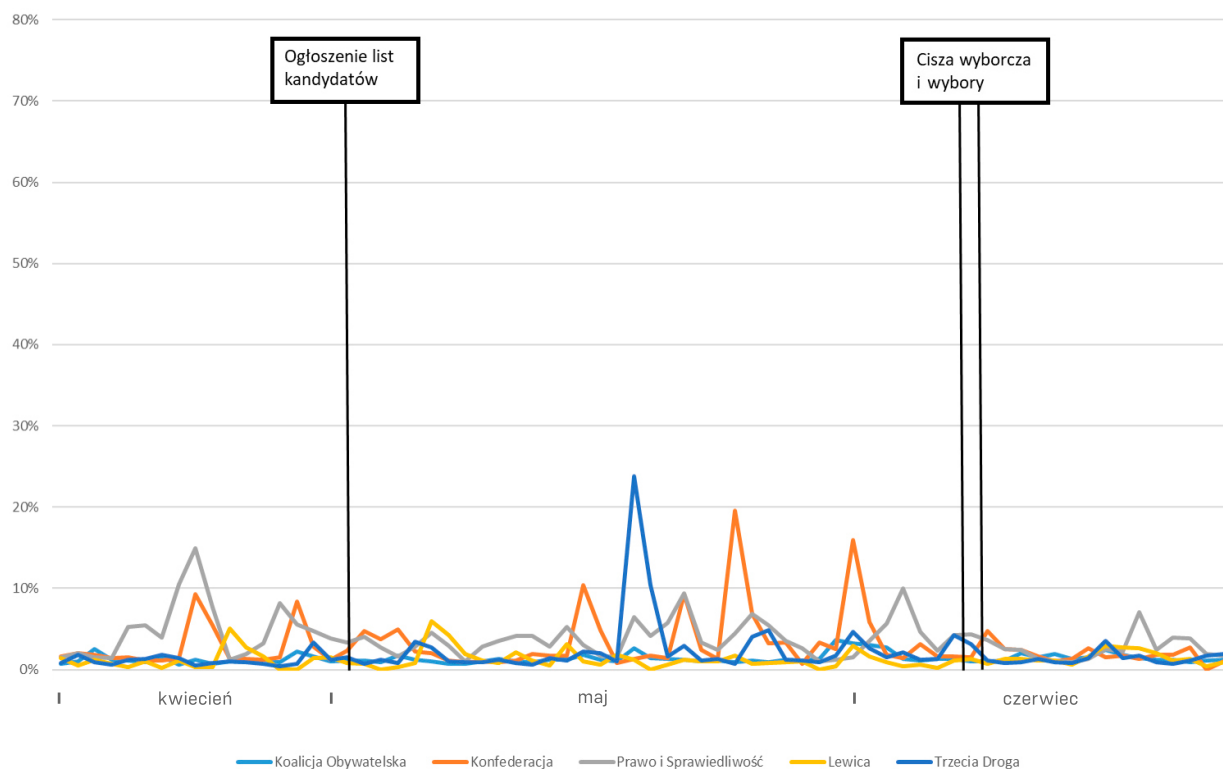
Wykres 10. Wzmianki związane z uchodźcami i migracją w podziale na wyodrębnione tematy.

Wykres 10 ilustruje liczbę wzmianek podzielonych na tematy, wyodrębnionych na potrzeby badania, wokół których koncentrowały się publikowane treści. Od początku badania jest zauważalny wyraźny trend wskazujący, że tematyka migracji – a w szczególności kwestia uchodźców w kontekście kryzysu na granicy polsko-białoruskiej – jest dominująca. Wraz z intensyfikacją dyskusji wzrasta zarówno negatywne postrzeganie, hejt, jak i wątki związane z tzw. aferą wizową.

Analiza wskazuje, że neutralne podejście do problemu migracyjnego przeważa nad negatywnym, często akcentującym zagrożenia związane z migracją. Wyodrębniona kategoria hejtu – negatywnego, pogardliwego języka używanego w opisie uchodźców – wykazuje tendencję wzrostową w okresach zwiększonej aktywności kampanii wyborczych, kiedy to temat uchodźców staje się kluczowym elementem dyskursu politycznego.

Do wydarzeń, które były głównym tematem wokół debaty o uchodźcach w kampanii wyborczej, doszło w tym samym czasie i wpływały one na siebie, potęgując dyskusję.

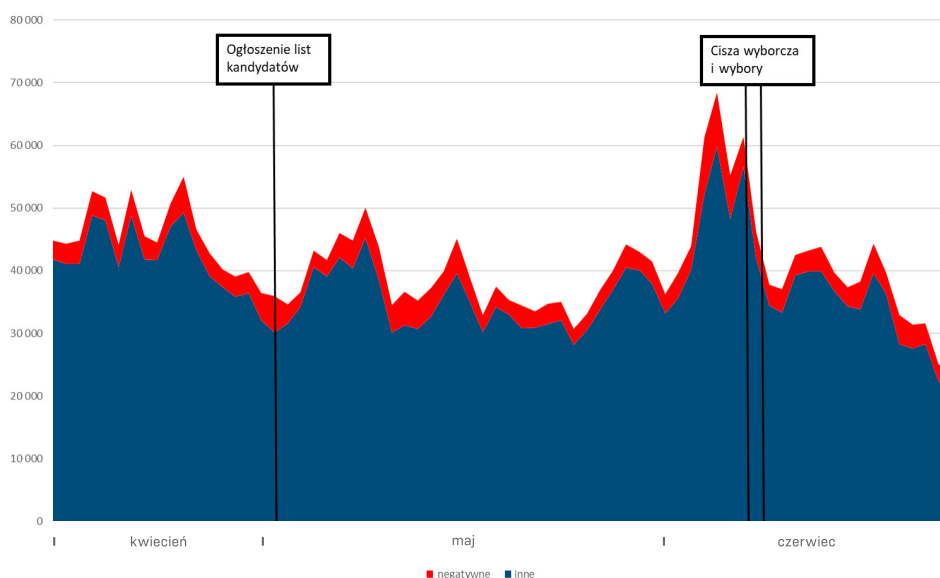
Wykres 11. Odsetek postów związanych z poszczególnymi blokami politycznymi zawierających negatywne treści o uchodźcach i migracji. Podobnie jak w przypadku treści antysemitkich wątki antyuchodźcze stanowią margines.



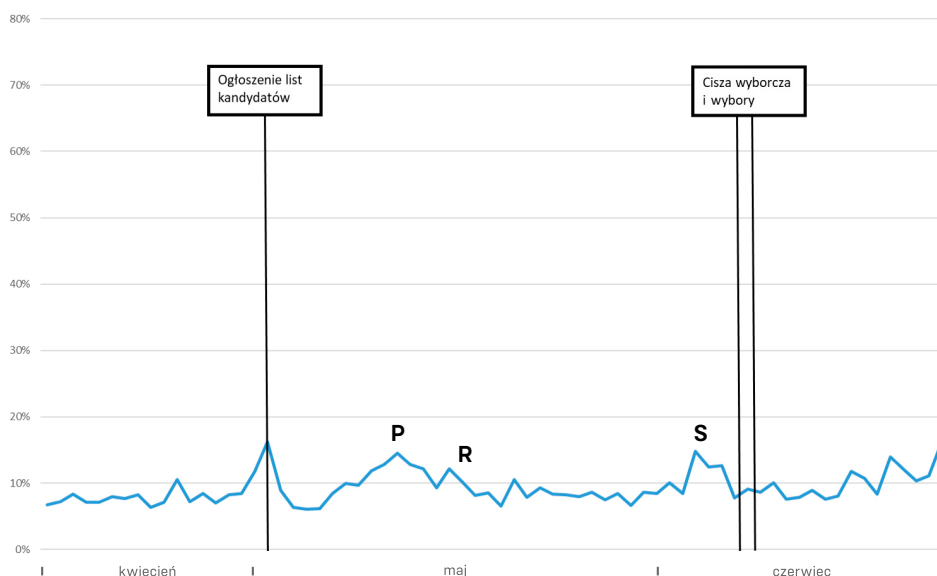
TREŚCI O CHARAKTERZE ANTYUKRAIŃSKIM

Liczba wzmianek o charakterze antyukraińskim

Wykres 12. Liczba wzmianek dotycząca Ukraińców i Ukrainy z uwzględnieniem negatywnych treści.



Wykres 13. Odsetek negatywnych wzmianek o Ukraińcach w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły). Oznaczenia w wykresie odnoszą się do konkretnych wydarzeń wskazanych w tabeli 4.



Wyniki pokazują niewielkie aktywności użytkowników w temacie związanym z Ukrainą w trakcie samej kampanii. W przeciwieństwie do kampanii parlamentarnej w 2023 (opisywanej w raporcie „Monitoring nienawistnych treści. Wybory parlamentarne 2023”⁷) temat Ukrainy nie był głównym tematem politycznym, nie wpłynęły też na to żadne kryzysy polityczne czy informacje z frontu.

Tabela 4. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe nienawistne wypowiedzi dotyczące Ukraińców i Ukrainy.

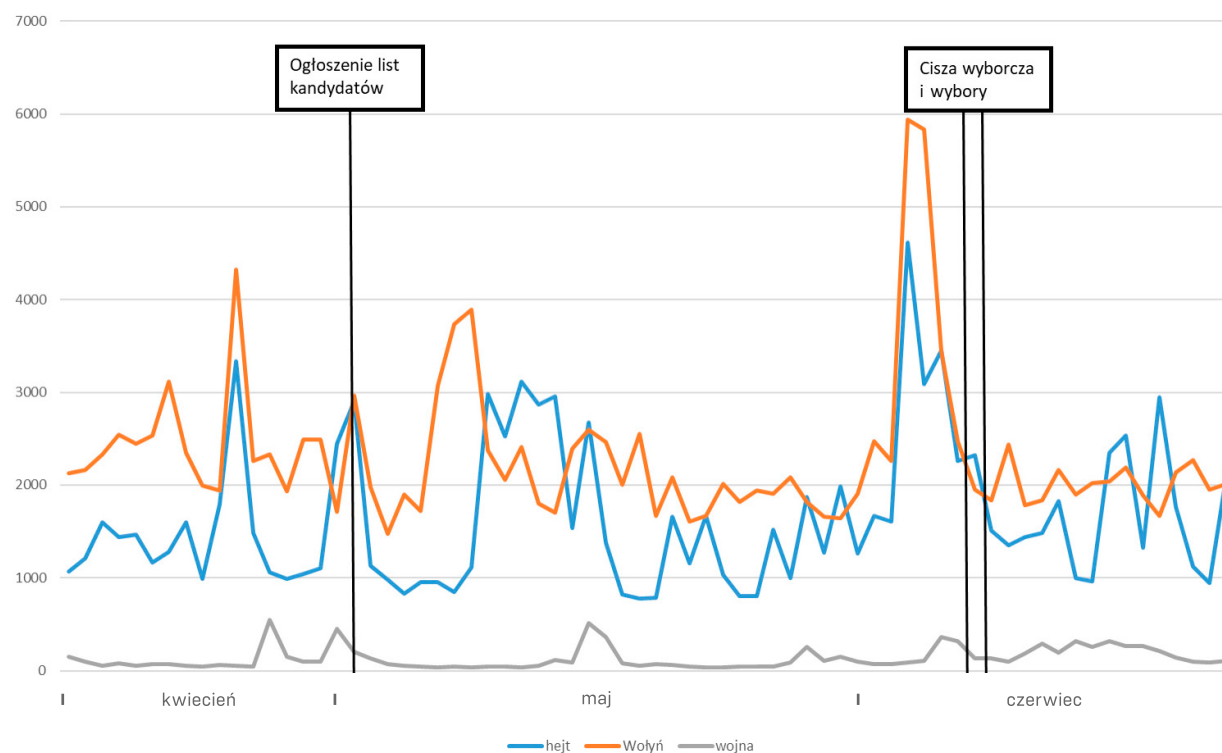
Data	Wydarzenia	Przykłady wzmianek ⁸ (pisownia oryginalna, ocenowana)
10–12.05.2024 P	Kampania wyborcza 2024 ⁹	<i>Ku...a będę powtarzał to do skutku. Ukraińcy w Polsce są jak murzyni i ciapaci w zachodniej europie. Pie...a dzicz</i> <i>Ukraina nie poparła. Nie dziwię się za bardzo zależna jest od USA więc ludobójstwo ludobójstwem ale własny tyłek się liczy najbardziej.</i>
17–18.05.2024 R	Kampania wyborcza 2024	<i>TRZASKOWSKI to LEŃ i NIERÓB. Czekaj teraz do WYBORÓW prezydenckich w 2025 r. Wcześniej szkoły i WYBORY prezydenckie FINANSOWAŁ mu WSTRĘTNY ŻYD SOROS. Ponadto SOROS finansuje swoją FUNDACJĘ BATOREGO, skąd wychodzi USTALONE przez ŻYDÓW PRAWO SĄDOWE dla UKRAIŃCA BODNARA i dla POLSK nie wstyd ci być psem banderowców?</i>
4–5.06.2024 S	Kampania wyborcza 2024	<i>Wiadomo, lepiej podnieść podatki i rozdać ten hajs Ukraińcom, pedalom, czy oszołomom z LGBT.</i> <i>👊👊👊 łap za broń i zap...j bronić swoich banderowskich przyjaciół 'debilu'</i>

7. <https://czulent.pl/monitoring-nienawistnych-tresci-podczas-wyborow-parlamentarnych-2023/>

8. Przykłady treści wybierane z tzw. kont o dużym zaangażowaniu odnoszą się do treści, które nie tylko cieszą się dużą popularnością, ale przede wszystkim generują wysoki poziom zaangażowania ze strony odbiorców. Oznacza to, że są one aktywnie komentowane, udostępniane oraz interakcje z nimi są intensywne i regularne. Takie treści mają zdolność do dotarcia do dużej liczby odbiorców nie tylko dzięki swojej popularności czy liczbie followersów, lecz głównie dzięki rzeczywistemu zaangażowaniu oraz interakcjom generowanym przez użytkowników. Zachowano oryginalną pisownię, jednocześnie oceniono treści.

9. <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/polska-poparla-rezolucje-zgromadzenia-ogolnego-onz-w-sprawie-zwiekszenia-uprawnien-palestyny-w-organizacji-narodow-zjednoczonych>

Wykres 14. Tematy wzmianek o Ukrainie i Ukraińcach.



Wykres 14 przedstawia liczbę wzmianek podzielonych na tematy, wyodrębnione na potrzeby badania, wokół których skupiały się publikowane treści. Niezwykle ciekawym wynikiem jest fakt, że dominujące są nawiązania do trudnych relacji polsko-ukraińskich, koncentrujące się na II wojnie światowej (Wołyń, UPA, Banderze), a nie wokół tematów współczesnych, jak wojna tocząca się na terenie Ukrainy. Znaczone wzmożenie z wykorzystaniem wątku II wojny światowej i Wołynia możemy zaobserwować od 3 czerwca 2024 roku do dnia wyborów i jest to związane bezpośrednio z aktywnością Grzegorza Brauna, który 4 czerwca zjął ukraińską flagę z masztu muzeum w Krakowie¹⁰. Należy podkreślić, że w okresie badania nie było żadnych znaczących rocznic związanych np. z rocznicą „krwawej niedzieli”¹¹ czy obchodami 81. rocznicy rzezi wołyńskiej¹² przypadającymi na 11–12 lipca 2024 roku.

Podobnie jak w przypadku pozostałych grup przeprowadziliśmy analizę negatywnych narracji na temat Ukrainy i Ukraińców w kontekście partii politycznych.

10. <https://tvn24.pl/krakow/krakow-grzegorz-braun-sciagnal-z-masztu-kopca-kosciuszki-flage-ukrainy-sprawa-zajmie-sie-prokuratura-st7947190>

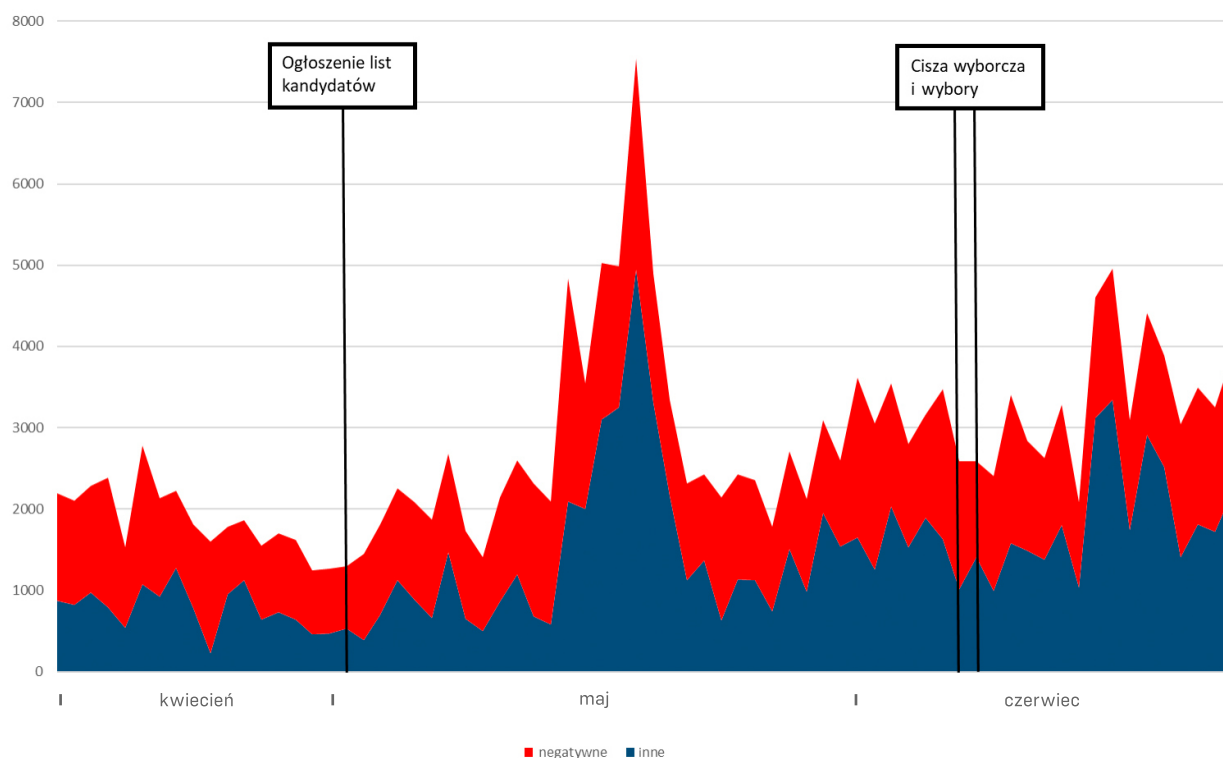
11. W 2016 roku Sejm ustanowił 11 lipca Narodowym Dniem Pamięci Ofiar Ludobójstwa dokonanego przez ukraińskich nacjonalistów na obywatelach II RP.

12. <https://samorząd.gov.pl/web/miasto-chelm/obchody-81-rocznicy-rzezi-wołyńskiej>

TREŚCI O CHARAKTERZE ANTY-LGBT+

Liczba wzmianek o charakterze anty-LGBT+

Wykres 15. Liczba wzmianek dotycząca osób LGBT+ z uwzględnieniem negatywnych treści.



Liczba wzmianek o charakterze anty-LGBT+

Wyniki pokazują, że połowie kampanii nastąpił chwilowy znaczny wzrost liczby wzmianek dotyczących osób LGBT+. Jednocześnie mimo dużej zmienności odsetka negatywnych treści trudno dostrzec istotne wzorce i zbieżność z określonymi wydarzeniami. Od momentu rozpoczęcia badania treści anty-LGBT+ były obecne w internetowym dyskursie. Największą liczbę negatywnych wzmianek powstała wokół tematu podpisania przez prezydenta miasta stołecznego Warszawa zarządzenia¹³ o zakazie umieszczania symboli religijnych w urzędach. Wzmożenie negatywnych wzmianek pojawiało się także w związku informacjami o planowanych Paradach Równości oraz Miesiącem Dumy, który jest obchodzony w czerwcu.

13. <https://www.rp.pl/samorzad/art40369211-krzyze-znikna-z-warszawskich-urzedow-trzaskowski-podpisal-zarządzenie>

Wykres 16. Odsetek negatywnych wzmianek o osobach LGBT+ w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły). Oznaczenia w wykresie odnoszą się do konkretnych wydarzeń wskazanych w tabeli 5.

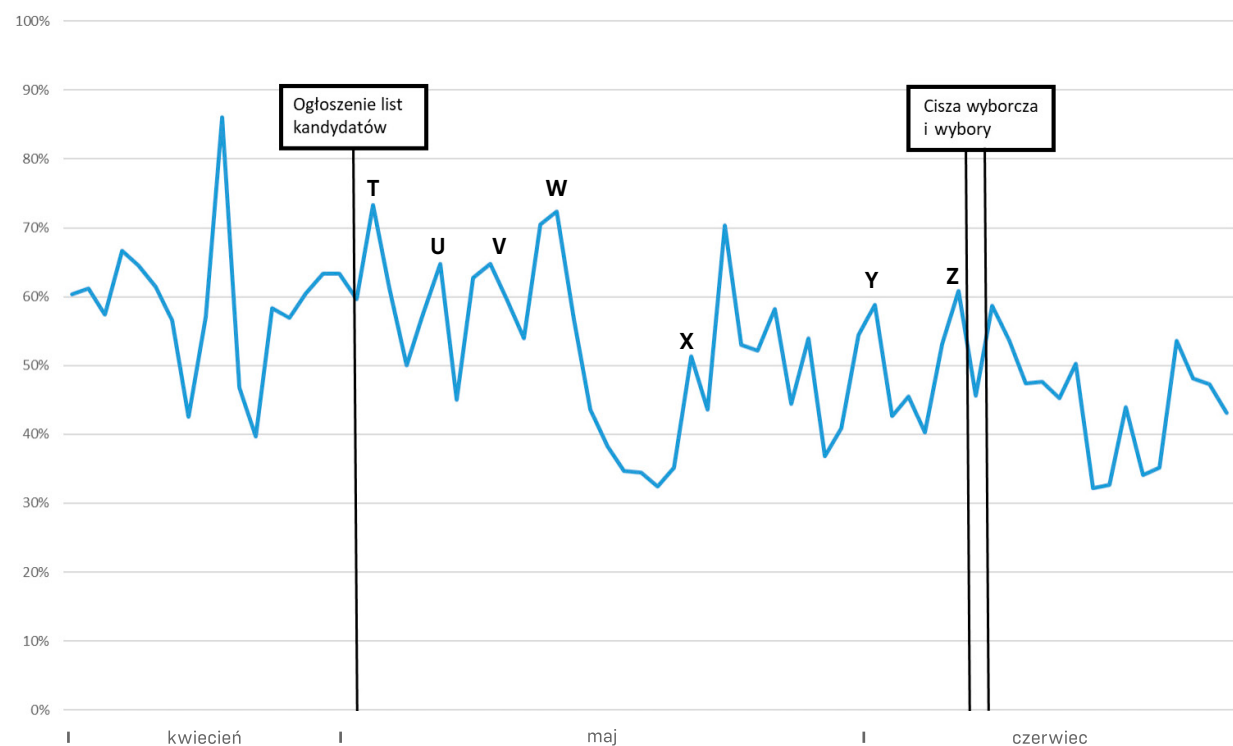
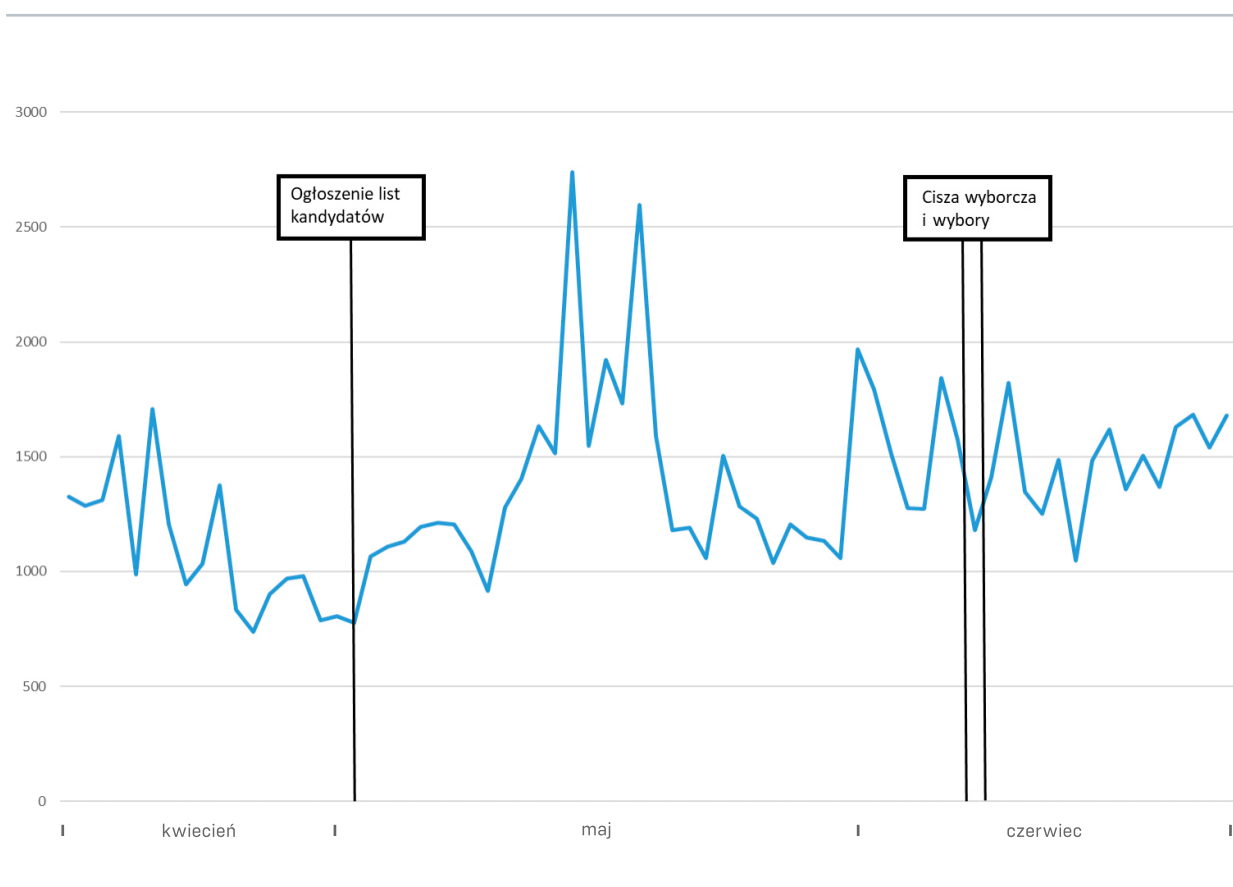


Tabela 5. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe wypowiedzi o charakterze anty-LGBT+.

Data	Wydarzenia	Przykłady wzmianek ¹⁴ (pisownia oryginalna, ocenowana)
3.05.2024 T	Kampania wyborcza 2024	<i>Pedał i cwel i w dodatku z Ukrainy zajebicie sie wylosowało</i>
6.05.2024 U	Kampania wyborcza 2024	<i>je...y szpiclownik o 20? haha chyba musialbym byc pie...m pedatem zeby sie na to nabrac</i> <i>Ten żyd i pedał to popiera.</i>
11.05.2024 V	Parada Równości w Łodzi, kampania wyborcza 2024	<i>Homoseksualizm to zaburzenie psychiczne, tak jak zoofilia i pedofilia</i> <i>W powiecie wrzesińskim jest to Nekielka - chyba najbardziej trzaskowska wieś w okolicy. W 2020 cała zaszara wręcz plakatami tęczowe Rafałka, a zimą ludzie nieironicznie mieli lampki świąteczne w kształcie piorunka strajku wariatek xD</i>
14.05.2024 W	Kampania wyborcza 2024	<i>Jeszcze powołajcie Wojewódzkiego na głównego pedofila i zwyrodnialca kraju.</i> <i>Tak. Dlatego wyp...y te wasze nakazy tolerancyjne dla dewiantów, wtedy nie będzie nienawiści. Nie prowokujcie normalnych ludzi. Narzucanie ideologii w sposób agresywny jest nie do przyjęcia więc wyp...e z tym lgbtq+ i innymi śmiesznymi schorzeniami psychicznymi</i>
21–24.05.2024 X	Parada Równości w Trójmieście, kampania wyborcza 2024	<i>Państwo świeckie. Krzyż w kościele. Godło w urzędzie. Flagi LGBT na szpitalach psychiatrycznych. Tak powinien brzmieć ten wpis.</i> <i>Łeee to chujnia, bez naczelných pedatów i cweli to nie zabawa.. Daj znać jakbyście się ponownie wybierali.</i> <i>Nie dość, że oblesny pedał to w dodatku nekrofil. Kmiocie ty powinienes wśród swoich w kanale latać i gówna ludzi jeść. Gardzę tobą kurdupu, fighterze co od złodzieja rowerów menela Szczeny dostał w papę.</i>
1–2.06.2024 Y	Parada Równości w Opolu, Piasecznie i Lublinie, kampania wyborcza 2024	<i>@KrystPawlowicz Pani nie ma męża ani dziecka czyli lewaczka, lesbija całą gębą. Chyba, że kochanicą księży to jako katolik Polak wybaczam.</i> <i>tęczowe/ruskie onuce zawyły</i>
7.06.2024 Z	Kampania wyborcza 2024	<i>Czemu skrajni lewicowcy zawsze wyglądają jak pedofile.</i> <i>Wypi...ć transie do Choroszczy</i>

14. Przykłady treści wybierane z tzw. kont o dużym zaangażowaniu odnoszą się do treści, które nie tylko cieszą się dużą popularnością, ale przede wszystkim generują wysoki poziom zaangażowania ze strony odbiorców. Oznacza to, że są one aktywnie komentowane, udostępniane oraz interakcje z nimi są intensywne i regularne. Takie treści mają zdolność do dotarcia do dużej liczby odbiorców nie tylko dzięki swojej popularności czy liczbie followersów, lecz głównie dzięki rzeczywistemu zaangażowaniu oraz interakcjom generowanym przez użytkowników. Zachowano oryginalną pisownię, jednocześnie oceniono treści.

Wykres 17. Liczba wzmianek negatywnych (nienawistnych i pogardliwych) wobec osób LGBT+.



Na podstawie analizy jakościowej nie udało nam się wskazać wyodrębnionych tematów dominujących. W związku z tym zbiorczo uwzględniliśmy w kategorii hejtu wszystkie słowa kluczowe odnoszące się do osób LGBT+ w sposób pogardliwy lub nienawistny. Największe wzmożenie treści negatywnych wystąpiło w okresie 13–19 maja 2024 roku. Było ono związane z dyskursem o rzekomej pedofilii osób trans, a także wokół Parad Równości oraz dyskusji związanej ze zdejmowaniem symboli religijnych w warszawskich urzędach.

WNIOSKI KOŃCOWE

W wyniku przeprowadzonego drugiego etapu pilotażowego monitoringu, mającego zbadać zjawisko narastającej liczby treści o charakterze nienawistnym w internecie w okresie kampanii wyborczej, dokonano wielu istotnych obserwacji.

Kampania do Parlamentu Europejskiego, będąca kolejną z serii kampanii wyborczych odbywających się w krótkim odstępie czasu od poprzednich, miała miejsce w okresie okołowałacyjnym, co wiązało się z mniejszym zaangażowaniem zarówno ze strony partii politycznych, jak i użytkowników internetu. Mimo tego obniżonego poziomu zaangażowania wzrost treści o charakterze nienawistnym był już zauważalny przed formalnym rozpoczęciem kampanii, co sugeruje, że polityczny i społeczny klimat pozostawał spolaryzowany na skutek poprzednich wyborów do Sejmu i Senatu, które odbyły się 9 października 2023 roku.

Wraz z formalnym rozpoczęciem kampanii wyborczej zaobserwowano stały wzrost aktywności w serwisach internetowych oraz ciągłą tendencję wzrostową treści o charakterze nienawistnym. Po zakończeniu kampanii doszło do istotnego zmniejszenia liczby tego typu treści.

Analiza zachowań użytkowników internetu podczas monitoringu ujawniła, że wzrost treści nienawistnych rozprzestrzenił się między różnymi grupami, co świadczy o dynamicznym i płynnym charakterze tego zjawiska. Zauważono, że nienawistne treści skierowane do jednej grupy mniejszościowej często prowadziły do generowania nienawiści wobec innych grup mniejszościowych. Szczególnie interesującym aspektem jest fakt, że wzrost treści antysemickich korelował z nasileniem treści antyukraińskich i antyuchodźczych, co sugeruje związek między różnymi formami nienawiści w dyskursie społecznym.

Analiza jakościowa przeprowadzona w ramach monitoringu ujawniła istotny udział treści dezinformacyjnych oraz wykorzystanie znanych teorii spiskowych, mających zaostrzać polaryzację społeczną oraz generować i podtrzymywać lęki. Ponadto zaobserwowano znaczące zaangażowanie kont użytkowników, które masowo publikowały treści nienawistne wobec konkretnych grup mniejszościowych, co stanowiło istotny aspekt tego zjawiska. Zidentyfikowano konta użytkowników, których główną aktywnością było generowanie negatywnych wzmianek skierowanych do wszystkich badanych grup, a także próby łączenia tych grup z problemami społecznymi, takimi jak wzrost bezrobocia, cen mieszkań czy utrudnień dostępu do ochrony zdrowia, co może sugerować celowość wykorzystywania mowy nienawiści do generowania lęku, niepokoju społecznego.

Zjawisko nienawistnych treści internetowych podlega ciągłej ewolucji językowej. Pojawiają się nowe wyrażenia, a znane słowa zyskują nowe znaczenia w odmiennym kontekście. Celowo jest zmieniana pisownia używanych zwrotów, co umożliwia użytkownikom unikanie wykrycia przez algorytmy i administratorów serwisów internetowych.

Istotne jest również wykorzystywanie słów, które wcześniej dominowały w określonych dyskursach (np. antysemickim) w nowych kontekstach (np. antyukraińskich lub anty-LGBT+). Warto podkreślić, że treści o charakterze antysemickim w badanych okresach przewyższały liczbowo treści neutralne w analizowanych kategoriach językowych, co świadczy o intensywności oraz uniwersalności tego zjawiska.

Należy również zauważyć znaczną ilość treści dezinformacyjnych oraz stosowanie słów nawołujących do nienawiści i przemocy, na które często nie ma reakcji ze strony administratorów serwisów internetowych. W kontekście analizy jakościowej istotne jest także zaangażowanie kont użytkowników, które masowo publikują i rozpowszechniają treści nienawistne skierowane przeciwko konkretnym grupom mniejszościowym, mające wzbudzać lęki oraz wpływać na poczucie zagrożenia wśród członków tych grup.

Monitoring wykazał, że treści o charakterze nienawistnym podlegają ciągłej ewolucji językowej, a ich wzrost jest związany z wydarzeniami politycznymi i społecznymi, które są wykorzystywane w kampanii wyborczej. Ważne jest również uwzględnienie faktu, że większość tych treści – mimo ich charakteru – nadal jest dostępna w serwisach internetowych, co podkreśla konieczność zmiany polityki serwisów społecznościowych oraz zwiększenia nacisku na usuwanie treści o charakterze nienawistnym.

Analiza zebranych danych ma także istotne implikacje polityczne. W okresie kampanii wyborczej różne ugrupowania wykorzystywały wzrost treści o charakterze nienawistnym do manipulacji opinią publiczną, podgrzewania nastrojów społecznych oraz zwiększania widoczności swoich działań politycznych. Jest to szczególnie istotne, biorąc pod uwagę, że treści nienawistne często pojawiają się w kontekście konkretnych tematów politycznych lub wydarzeń społecznych, co może wpływać na wyniki wyborów, nastroje społeczne oraz bezpieczeństwo społeczności żydowskiej w Polsce.

Należy również zwrócić uwagę na fakt, że treści nienawistne były wykorzystywane do manipulowania opinią publiczną oraz szerzenia fałszywych informacji, co z kolei mogło wpływać na kształtowanie polityki publicznej oraz decyzji władz i polityków, które były odpowiedzią na potrzeby różnych grup społecznych. W związku z tym konieczne jest podejmowanie zintensyfikowanych i skutecznych działań zarówno na poziomie politycznym, jak i społecznym, mających zwalczać to zjawisko przy jednoczesnym zapewnieniu ochrony wolności słowa i praw człowieka w przestrzeni internetowej.

OPIIS PROJEKTU „KOMPLEKSOWA STRATEGIA PRZECIWDZIAŁANIA ANTYSEMICKIEJ MOWIE NIEAWIŚCI W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ”

Projekt realizowany przez Żydowskie Stowarzyszenie Czulent ma na celu stworzenie i wdrożenie kompleksowej strategii przeciwdziałania antysemickiej mowie nienawiści w przestrzeni publicznej. Inicjatywa ta wynika z potrzeby zwiększenia świadomości na temat szkodliwości mowy nienawiści motywowanej antysemityzmem i zapewnienia efektywnych metod reagowania na takie zachowania, a także zwiększenia świadomości wśród decydentów politycznych i lokalnych władz na temat zagrożeń wynikających z mowy nienawiści.

Strategia projektu skupia się na trzech głównych filarach działania.

Pomoc prawna – zapewnienie profesjonalnego wsparcia prawnego na każdym etapie postępowania karnego, od zgłoszenia przestępstwa po proces sądowy, by minimalizować błędy proceduralne i wspierać ofiary.

Litygacja strategiczna i działania edukacyjne – organizacja konferencji, seminariów, warsztatów i promocja dobrych praktyk związanych z praktyką postępowań dotyczących przestępstw z nienawiści.

Rzecznictwo i współpraca – działania rzecznicze skierowane do polityków, władz lokalnych i społeczności żydowskiej, a także tworzenie platformy wymiany doświadczeń z organizacjami pozarządowymi i przedstawicielami zawodów prawniczych. Projekt ten ma nie tylko przeciwdziałać antysemityzmowi, lecz także budować silniejszą, bardziej świadomą i bezpieczną społeczność, zdolną do skutecznego przeciwdziałania mowie nienawiści.

ŻYDOWSKIE STOWARZYSZENIE CZULENT

Żydowskie Stowarzyszenie Czulent jest niezależną organizacją non profit, działającą na poziomie krajowym i międzynarodowym, angażującą się przede wszystkim w działania rzecznicze.

Nasza platforma gromadzi profesjonalistów ze społeczności żydowskiej zarówno w Polsce, jak i za granicą. Nasze działania rzecznicze obejmują aspekty polityczne, społeczne i prawne, które są realizowane przez wdrażanie innowacyjnych rozwiązań edukacyjnych oraz budowanie koalicji na rzecz otwartości, przeciwdziałania antysemityzmowi, rasizmowi i dyskryminacji. Współpracujemy z instytucjami, administracją publiczną i organizacjami dialogu, by przyczynić się do zmiany postaw społeczeństwa oraz ustawodawstwa polskiego w obszarze tolerancji i zwalczania rasizmu. Wśród naszych partnerów znajdują się m.in. Biuro Instytucji Demokratycznych i Praw Człowieka OBWE (ODIHR), American Jewish Committee Central Europe oraz National Democratic Institute.

Czulent podejmuje kompleksowe inicjatywy mające przeciwdziałać antysemityzmowi, w ramach których są opracowywane analizy i raporty dotyczące zjawiska antysemityzmu w krajach Grupy Wyszehradzkiej, zajmuje się również działaniami z obszaru litygacji strategicznej. Prowadzi platformę zglosantysemityzm.pl, umożliwiającą raportowanie incydentów i przestępstw o charakterze antysemitycznym oraz wsparcie prawne dla osób nimi pokrzywdzonych. W ramach koalicji międzynarodowych – European Network on Monitoring Antisemitism (ENMA), Coalition to Counter Online Antisemitism (CCOA), European Network Countering Antisemitism Through Education (ENCATE) i European Network Against Racism (ENAR) – gromadzimy i promujemy dobre praktyki oraz rekomendujemy rozwiązania na poziomie europejskim.

CENTRUM BADAŃ NAD UPRZEDZENIAMI

Centrum Badań nad Uprzedzeniami na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego to uniwersytecka jednostka badawcza zajmująca się tematyką stereotypów, uprzedzeń, dyskryminacji, a więc podstawowych zagadnień z psychologii społecznej i politycznej. Centrum powstało w 2007 roku w symbolicznym miejscu, budynku dawnej kwatery SS na terenie getta warszawskiego. Celem przyświecającym utworzeniu Centrum było nie tylko badanie uprzedzeń, lecz także tworzenie skutecznych metod przeciwdziałania wrogości międzygrupowej oraz monitorowanie skali uprzedzeń w Polsce.

SPIS RYCIN

Wykres 1. Przeciętna liczba postów dziennie odwołujących się do poszczególnych bloków wyborczych (kont) lub opublikowanych na obserwowanych kontach.

Wykres 2. Dzienna zmienność aktywności związanej z poszczególnymi blokami wyborczymi.

Wykres 3. Odsetek negatywnych postów w odniesieniu do wszystkich wzmianek dotyczących poszczególnych grup.

Wykres 3a. Odsetek negatywnych postów w odniesieniu do wszystkich wzmianek dotyczących poszczególnych grup w ujęciu dziennym.

Wykres 4. Liczba wzmianek dotycząca Żydów i Izraela z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 5. Odsetek negatywnych wzmianek o Żydach i Izraelu w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły).

Wykres 6. Wzmianki związane z Żydami i Izraelem w podziale na wyodrębnione tematy.

Wykres 7. Odsetek postów związanych z poszczególnymi blokami politycznymi zawierających negatywne treści o Żydach i Izraelu.

Wykres 8. Liczba wzmianek dotycząca osób uchodźczych z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 9. Odsetek negatywnych wzmianek o uchodźcach w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły).

Wykres 10. Wzmianki związane z uchodźcami i migracją w podziale na wyodrębnione tematy.

Wykres 11. Odsetek postów związanych z poszczególnymi blokami politycznymi zawierających negatywne treści o uchodźcach i migracji.

Wykres 12. Liczba wzmianek dotycząca Ukraińców i Ukrainy z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 13. Odsetek negatywnych wzmianek o Ukraińcach w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły).

Wykres 14. Tematy wzmianek o Ukrainie i Ukraińcach.

Wykres 15. Liczba wzmianek dotycząca osób LGBT+ z uwzględnieniem negatywnych treści.

Wykres 16. Odsetek negatywnych wzmianek o osobach LGBT+ w ujęciu dziennym (w stosunku do wszystkich, które ich dotyczyły).

Wykres 17. Liczba wzmianek negatywnych (nienawistnych i pogardliwych) wobec osób LGBT+.

SPIS TABEL

Tabela 1. Liczba wzmianek dziennie dotyczących poszczególnych treści.

Tabela 2. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe nienawistne wypowiedzi dotyczące Żydów i Izraela.

Tabela 3. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe wypowiedzi o charakterze antyuchodźczym.

Tabela 4. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe nienawistne wypowiedzi dotyczące Ukraińców i Ukrainy.

Tabela 5. Wydarzenia mające wpływ na dyskurs i przykładowe wypowiedzi o charakterze anty-LGBT+



stowarzyszenie
żydowskie
czulent



Centrum Badań
nad Uprzedzeniami



Foundation

ewz

Remembrance
Responsibility
Future



stowarzyszenie
żydowskie
czulent

www.czulent.pl

**ŻYDOWSKIE
STOWARZYSZENIE
CZULENT**

**ul. Sebastiana 36/1
31-051 Kraków**