



Jacek Dzięgielewski, Stowarzyszenie „NIGDY WIĘCEJ”

O POTRZEBIE ODPOWIEDZIALNOŚCI I REAKCJI NA NIENAWIŚĆ ONLINE

W roku 2021 odbyły się kolejne edycje monitoringu w ramach projektu Opcode – Open Code for Hate-Free Communication, w ramach którego europejskie organizacje pozarządowe pod egidą Programu Praw, Równości i Obywatelstwa Unii Europejskiej sprawdzają reakcję serwisów społecznościowych (Facebooka, Twittera, YouTube i kilku innych) na zgłoszenia użytkowników dotyczące treści nienawistnych, obraźliwych, rasistowskich, antysemitycznych i tym samym łamiących zobowiązania tych serwisów do zwalczania nienawistnych treści. Idealną sytuacją byłoby, gdyby moderatorzy wspomnianych platform usuwali materiały, które szerzą nienawiść, agresję i dezinformację.

Podobnie jak w roku poprzednim, spora część zgłoszonych w ramach tzw. ćwiczeń monitoringowych komentarzy i postów dotyczyła trwającej nadal pandemii koronawirusa SARS-CoV-2. Treści antyszczepionkowe i negujące samo istnienie pandemii mieszają się z antysemitycznymi teoriami spiskowymi, które wraz z trwaniem pandemii przybierają tylko na sile.

W marcu tego roku na Facebooku znalazły się między innymi takie komentarze (we wszystkich cytatach poprawiono pisownię dla czytelności): „Tu chodzi o depopulację! To nie pomyłka. Pejsaci mają już tyle kasy, że tym razem ewidentnie nie o geszeft chodzi!”; „I wy Polacy nie widzicie, że to co siedzi w Sejmie to jakieś parchy (...)? A największy baran twierdzi, że nie noszenie kagańca stwarza zagrożenie dla tych, co kaganiec potulnie zakładają” („kaganiec” to powszechnie stosowane przez zwolenników teorii spiskowych i skrajnej prawicy określenie maseczki ochronnej, która zmniejsza transmisję wirusa Covid-19); „Polacy, wybić tą bandę parchów”; „Na pal z tą prożydowską hołotą”; „J*bać żydowskich slugusów”. Na Twitterze znaleźć można było wpisy takie jak: „Żydzi do gazu”; „Żydzi zawsze i wszędzie stanowili zagrożenie”; „Kilka globalnych korporacji, za którymi stoją ocaleni z Holocaustu amerykańscy Żydzi, pod pretekstem rzekomej pandemii przejmują małe przedsiębiorstwa”; „Żydy j*bane”; „Żydzi to najwięksi zbrodniarze”; „Za chwilę wprowadzą paszporty szczepień, obroże covidowe, bo Żydzi o tym decydują, a rządy światowe są im podporządkowane”; „Żydy nami rządzą i gojów mają za nic”. Trwająca pandemia uwidoczniła wyraźną korelację pomiędzy wiarą w teorie spiskowe i ksenofobią oraz antysemityzmem. Jak widać po przytoczonych komentarzach, mamy tu do czynienia z kolejnym wcieleniem teorii spiskowej sugerującej żydowski spisek mający na celu władzę nad światem lub depopulację, a przynajmniej osiągnięcie własnych wymiernych korzyści finansowych.

Wciąż częste jest też sugerowanie, że władzę w Polsce sprawują w istocie Żydzi. Użytkownicy Facebooka dawali wyraz temu przekonaniu, pisząc: „Pejsaci w akcji. 90% żydostwa w Sejmie, to jak ma tu być dbanie o polski interes?”; „Policja (...) jest przecież pod kontrolą Żydów”; „W każdym rządzie po 1989 roku i do teraz nasi *starsi bracia* zasiadają pilnując swoich interesów pod ochroną Amerykanów” czy „Dalej bądźcie jak te barany posłuszni żydowskiemu rządowi stacjonującemu w Warszawie”. Antysemickie wpisy zamieszczają również osoby publiczne, między innymi znany prawicowy publicysta Rafał Ziemkiewicz, który na swoim oficjalnym koncie na Twitterze napisał 28 czerwca: „Niemcy wytapiali z ofiar shoah mydło, współcześni Żydzi nauczyli się wytapiać z nich złoto. Z punktu widzenia prawa to, co robi *Holocaust Industry* to tzw. współludział po fakcie”.

Inną grupą mniejszościową, która narażona jest nieustannie na ataki ze strony internetowych hejterów, są osoby należące do społeczności LGBT. Osoby homoseksualne bądź transplciowe są bezustannie wulgarnie obrażane i atakowane online (co przyczynia się też do wzrostu poziomu przemocy w „realu”, na ulicach polskich – i nie tylko – miast). Na Twitterze napisano między innymi następujące komentarze atakujące społeczność LGBT: „Pedaly do gazu”; „Lgbety [sic], pedaly, genderyści, komuniści (...) i inne odpady ludzkości”; „Ty stary zбочony pedale. Mam nadzieję, że zdechniesz z wyciągniętym na zewnątrz jelitem grubym i jak cię inne pedaly będą j*bały w dupę psie”; „Pedaly nie mają żadnych praw”; „I pedaly siedziały w domu nie informując o swojej dewiacji. Piękne czasy”; „J*bać was k**wy bez szkoły pier***one pedaly”; „Cała Polska śpiewa z nami: Wyp***dalać z pedalami”. Można odnieść wrażenie, że homofobiczna mowa nienawiści jest szczególnie wulgarna i agresywna, bardzo często przybiera wręcz formę otwartych gróźb – przykładem mogą być tweety o treści: „Wszystkich za mosznię i na drzewo! Ciekawe, że u lesbijek aż takiego problemu nie ma. Tylko te pedaly i pedaly!” (wpis sugerujący rzekome powiązanie homoseksualizmu z pedofilią) oraz „Stare pedaly powinny być utylizowane”. W niektórych przypadkach sama domniemana homoseksualna orientacja nielubianego polityka służy za obelgę („Ty stary zбочony pedale” jako komentarz skierowany wobec polityka Prawa i Sprawiedliwości Antoniego Macierewicza; „Pie**olić waszą szopkę pedaly z PO-PiS-olewicy”).

Jedną z platform, na których szczególnie mocno propagowano nienawistną retorykę, jest YouTube. Na kanałach bardziej „amatorskich”, ale też należących do bardziej znanych uczestników życia publicznego pojawiały się antysemickie i rasistowskie treści, które z kolei prowadziły do dalszej eksplozji nienawiści w komentarzach widzów zamieszczanych pod filmami. Szerokim echem odbiła się zamieszczona na YouTube reklama piwa produkowanego przez Browar Mentzen, firmę należącą do polityka skrajnie prawicowej partii Konfederacja. Akcja nieco ponadminutowego filmiku ma miejsce w barze, w którym reklamowany trunek podaje czarnoskóry barman, za którym widoczna jest flaga amerykańskiej Konfederacji z czasów wojny secesyjnej. Nazwa piwa i tytuł filmu nawiązuje z kolei w sposób prześmiewczy do ruchu społecznego Black Lives Matter, który zrodził się oddolnie w Stanach Zjednoczonych jako wyraz protestu przeciwko brutalnemu traktowaniu Afroamerykanów przez policję. Film zatytułowany jest bowiem *Biała IPA ma znaczenie* – jest to też swoiste mrugnięcie okiem do osób

propagujących hasło „White lives matter” lub „All lives matter” – slogany te przyczyniają się do bagatelizowania problemów i dramatów afroamerykańskiej społeczności w Stanach Zjednoczonych, są też znakiem rozpoznawczym białych supremacjonistów. Warto dodać, że o opisywanej reklamie stało się głośno również poza granicami Polski – o sprawie informowały chociażby media brytyjskie. Jeden ze skrajnie prawicowych kanałów na YouTube, należący do publicysty Stanisława Michalkiewicza, opublikował film zatytułowany *Naród wybrany nie skolonizuje księżycy, bo nie ma tam komu pożyczać na procent* (kolejne nawiązanie do obrazu Żydów jako chciwych i skąpych). Pod materiałem wideo znalazło się wiele antysemitycznych komentarzy: „Szykują się do lotu na Marsa. Będą pożyczać pieniądze Marsjanom”; „Ja, słysząc słowo *drapieżca*, mam skojarzenia z pewną wiecznie jęczącą nacją, która w rezultacie zadaje śmiertelne ciosy. Takie ludzkie hieny”; „Oni z kamienia wodę wycisną”. Mechanizm ten pokazuje, jaki wpływ mają nienawistne treści na osoby będące odbiorcami takich materiałów. Prowadzi to do postępującej radykalizacji tych, którzy natrafiają na przepelniony jadem i agresją materiał, który utwierdzi ich w uprzedzeniach i nietolerancji.

Reakcja serwisów społecznościowych w kwestii usuwania zgłaszanych treści pozostawia jednak nadal wiele do życzenia. Zdecydowana większość komentarzy i postów zgłoszonych w kwietniu do najpopularniejszego w Polsce portalu społecznościowego, Facebooka, nie została usunięta. Nieco lepsza reakcja miała miejsce podczas kolejnych zgłoszeń, w lipcu. Podobne wnioski można wyciągnąć z kontaktów z moderatorami Twittera i YouTube’a – oba te serwisy w niezadowolający sposób reagowały na zgłaszaną mowę nienawiści. W wielu przypadkach zgłoszenia pozostały zupełnie bez odpowiedzi i jakiegokolwiek reakcji.

Szczególnie w tak trudnym i tragicznym okresie jak pandemia wyjątkowo istotne jest, aby podejmować zdecydowane kroki w celu ograniczenia zasięgu teorii spiskowych i sprzężonych z nimi często ksenofobicznych treści. Stwarzają one bowiem dwojakie zagrożenie – z jednej strony dezinformują w sprawach medycznych, stwarzając ryzyko dla zdrowia i życia ludzkiego, a z drugiej podsycają nienawiść wobec mniejszości etnicznych, religijnych i seksualnych, która sama w sobie jest niezwykle niebezpieczna i prowadzi do eskalacji agresji i przemocy.

Przed administratorami i moderatorami serwisów społecznościowych stoi też kolejne, bardzo ważne wyzwanie – w obliczu kryzysu humanitarnego związanego ze skrajnie trudną sytuacją uchodźców na granicy polsko-białoruskiej, w internecie pojawia się bardzo dużo nienawistnych komentarzy, także takich, które wzywają do walki zbrojnej i „obrony polskich granic” za pomocą aktywnej przemocy. Pozostaje mieć nadzieję, że nie będziemy mieli do czynienia z sytuacją, w której tego typu treści pozostają bez zdecydowanej reakcji ze strony mediów społecznościowych. Podobnie jak w przypadku pandemii, jest to kwestia odpowiedzialności i zdecydowania w działaniu. Trzeba głośno domagać się, aby firmy zarządzające portalami społecznościowymi i osoby oraz instytucje odpowiedzialne za moderowanie treści zamieszczanych online stanęły wreszcie na wysokości zadania i zaczęły ograniczać zasięg podlegających do agresji i nienawiści treści.