

Zgłaszanie nienawiści w sieci

Przewodnik dla obywateli UE

Dlaczego to jest ważne?

Treści medialne, które demonizują imigrantów przynoszą realne niebezpieczeństwo. Eksperti nieustannie przestrzegają przed tym, że nienawiść w mediach prowadzi do przestępstw z nienawiści na ulicach.

Anty-migracyjna retoryka królująca w ostatnich latach na pierwszych stronach brytyjskich gazet przyniosła w konsekwencji wynik referendum z 2016 roku, który stał się punktem zapalnym dla wzrostu ilości przestępstw z nienawiści i aktów dyskryminacji obywateli UE w różnych społecznościach etnicznych i religijnych. Choć referendum w sprawie Brexitu nie było bezpośrednią przyczyną rasistowskich i ksenofobicznych incydentów, to jednak stanowiło ono czynnik zachęcający osoby o różnych uprzedzeniach do bardziej otwartego wyrażania swoich poglądów. Dla wielu z nich głosowanie za opuszczeniem UE było bowiem aktem sprzeciwu wobec imigrantów.

Po referendum rząd wprowadził system osiedleńczy dla obywateli Unii Europejskiej, do którego muszą przystąpić ci obywatele UE, którzy chcą nadal mieszkać legalnie w Wielkiej Brytanii. W konsekwencji wielu Europejczyków czuje dziś zagrożenie i niepewność co do swojej przyszłości, kwestionując sens przynależności do tego kraju.

W brytyjskiej prasie odnotowano ostatnio znaczne ograniczenie treści anty-migranckich na głównych stronach gazet w rezultacie presji wywieranej na reklamodawców. Historia pokazuje jednak, że w czasach niepewności politycznej i gospodarczej łatwo znajduje się kozły ofiarne. Dlatego tak ważne jest, abyśmy zachowali czujność i zwalczali nienawiść, kiedy tylko ją zauważamy.

Co to jest mowa nienawiści?

"Mowa nienawiści" jest pojęciem obejmującym szereg nienawistnych zachowań, od wzbudzania rasizmu po aktywne nawoływanie do ludobójstwa. Wymienione poniżej rodzaje nienawistnej retoryki są uznawane jako problematyczne:

Demonizacja

Prezentowanie danej grupy docelowej w przytłaczająco negatywnych terminach - określanie jej jako z natury złośliwej, nieuczciwej lub wzbudzającej zagrożenie.

Toksyczna dezinformacja

Tworzenie fałszywych historii łączących grupę docelową z agresywnym, przestępczym lub moralnie skorumpowanym zachowaniem.

Dehumanizacja

Przedstawianie grupy docelowej jako podludzkiej - przyrównywanie jej do robactwa, pasożytów lub używanie w odniesieniu do niej określeń związanych z chorobami.

Podżeganie do przemocy

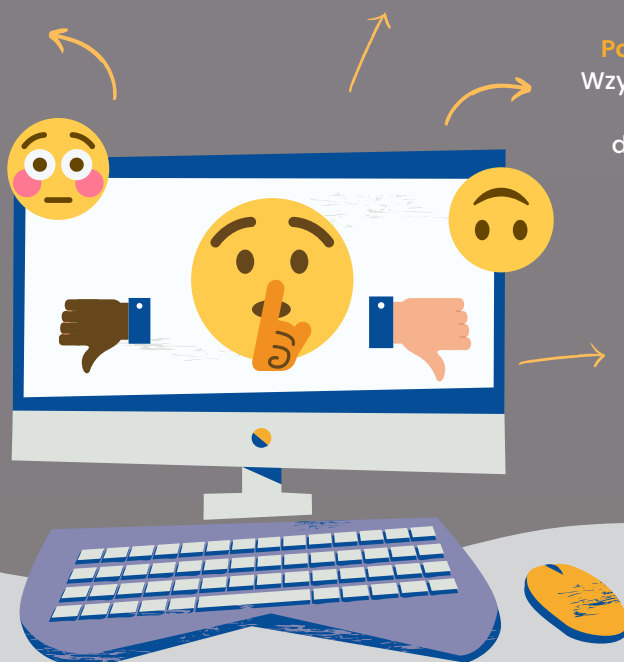
Wzywanie do zaatakowania lub zabicia danej grupy docelowej - bezpośrednio lub w sposób zawaolowany.

Podżeganie do dyskryminacji

Wzywanie do odmowy równego traktowania członków grupy docelowej tylko z powodu ich tożsamości.

"Lustrzane oskarżenie"

Twierdzenie, że grupa docelowa spiskuje w celu zaatakowania szerszej populacji i stwarza zagrożenie dla życia.



Zgłaszanie nienawiści w sieci

Przewodnik dla obywateli UE

Jak to działa?

Firmy sprzedające nam swoje usługi i produkty dbają o swój wizerunek. Jak pokazał sukces kampanii #StopFundingHate, kiedy naprawdę dużo osób zabiera głos, reklamodawcy nie pozostają obojętni.

Większość dużych marek planuje docierać do szerokiego spektrum społeczeństwa, tymczasem powiązanie ich z toksycznymi treściami medialnymi może odstraszać od nich ogromną rzeszę klientów.

Zautomatyzowany charakter reklamy internetowej ułatwia firmom łatwiejsze niż kiedykolwiek przedstawienie ich reklam na alternatywny kanał medialny – często za niewielką lub żadną dodatkową opłatą. W wielu przypadkach firma może nie wiedzieć dokładnie, na jakich stronach internetowych pojawiają się jej reklamy, czasami więc już samo poinformowanie firmy może być wystarczające, aby przekonać ją do podjęcia odpowiednich działań.

Używając tych taktyk, wspierający kampanię #StopFundingHate przekonali dziesiątki marek do wycofania swoich reklam z Daily Mail zanim gazeta podjęła decyzję o zmianie redaktora oraz o "detoksykacji" swojego przekazu.

Co dalej?

W brytyjskiej prasie zaszły pewne istotne zmiany, jednak minie jeszcze dużo czasu zanim będziemy mieli media traktujące wszystkich sprawiedliwie.

Im więcej spośród nas zabierze głos, tym bardziej będziemy słyszalni. Możesz pomóc poprzez:

- śledzenie [@StopFundingHate](#) oraz [@NewEuropeansUK](#) na Twitterze i Facebooku;
- wyłapywanie wszelkich anty-migranckich treści medialnych, które zauważasz i kopiowanie ich w [@StopFundingHate](#) oraz [@NewEuropeansUK](#);
- zachęcanie firm, z których korzystasz do przyłączenia się do [Conscious Advertising Network \(Sieci Świadomej Reklamy\)](#) zobowiązującej marki do proaktywnego unikania finansowania nienawistnych mediów;
- rozpowszechnianie niniejszych treści wśród przyjaciół i rodziny oraz dzielenie się z nimi tym przewodnikiem.

Dziękujemy za pomoc przy #StopFundingHate!

