

דו"ח השנאה וההסתה

בחירות 2019

שבוע 20.2-27.2

שיח שנאה והסתה בעמודים הפוליטיים

פוסטים ותגובות עלו השבוע **52,876**
בעמודים הפוליטיים

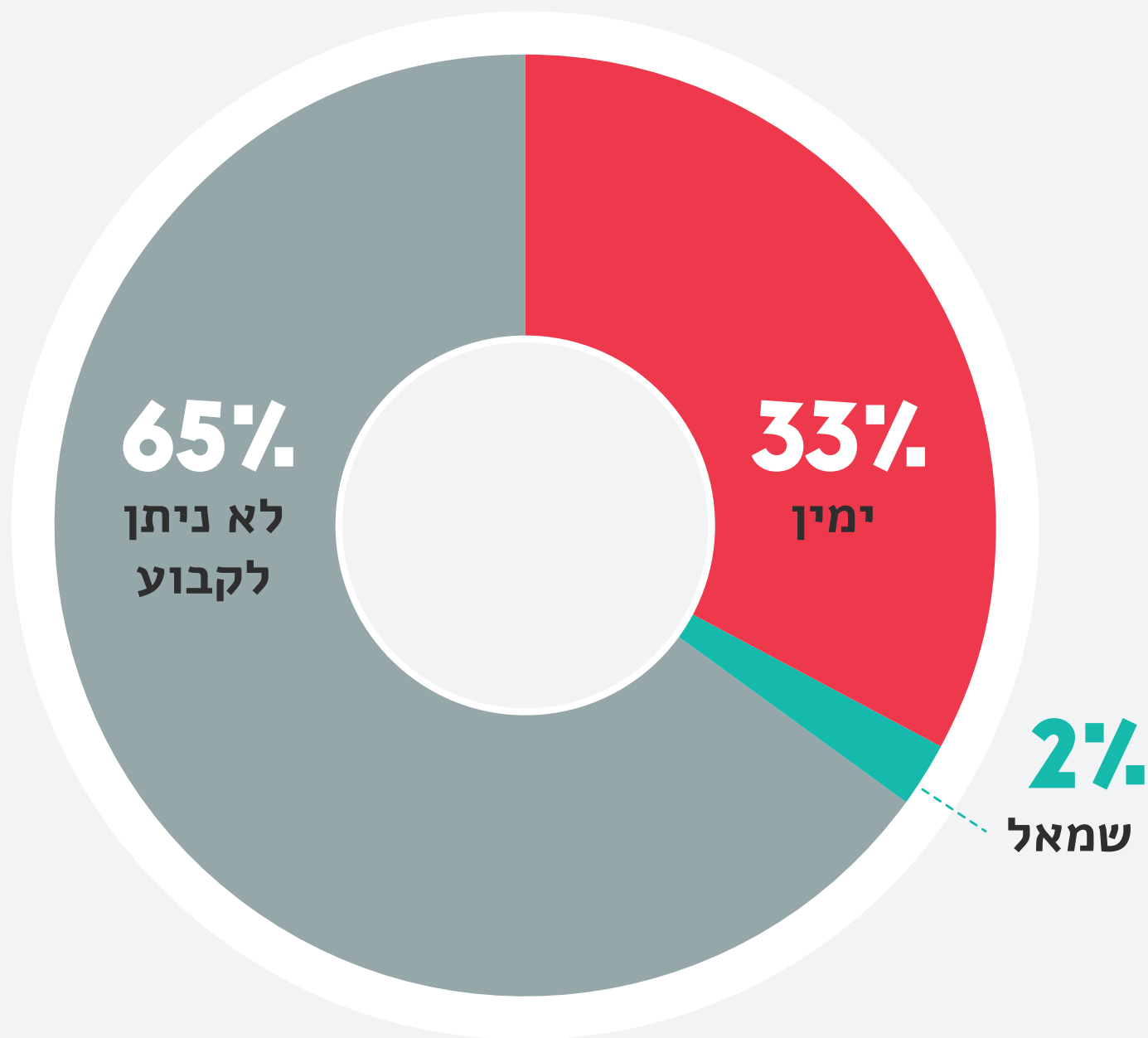
שיחות (4%) כללו התבטאויות
אלימות או מסיתות **2,132**

היקף השנאה

שיח שנאה והסתה בעמודים הפוליטיים



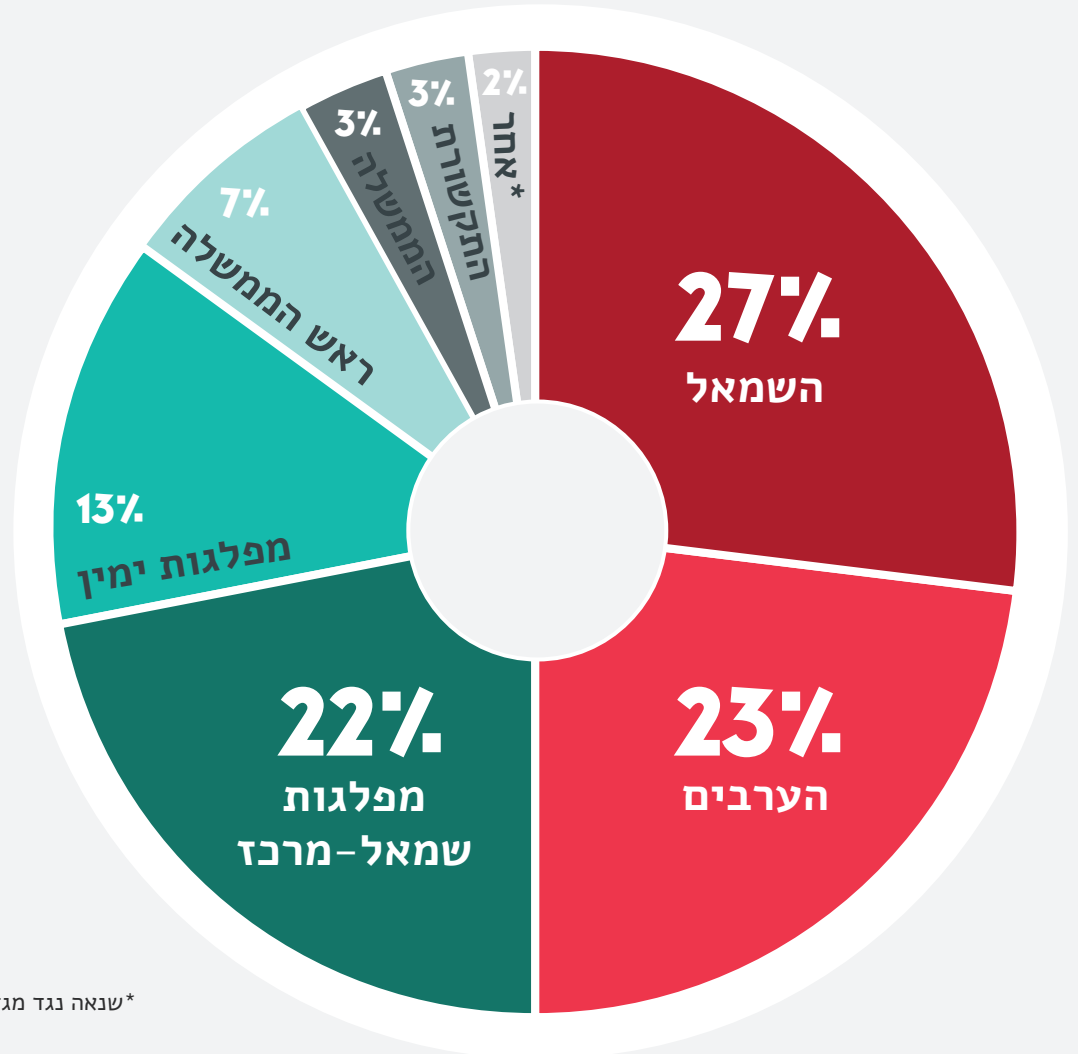
מה השיוך הפוליטי של הדוברים המפיצים שנאה?*



*רק אם נכתב בתגובה או בפוסט במפורש תמיכה בצד פוליטי מסוים – ניתן לקבוע את הזיהוי הפוליטי של הכותב.

נגד מי מכוונת השנאה?

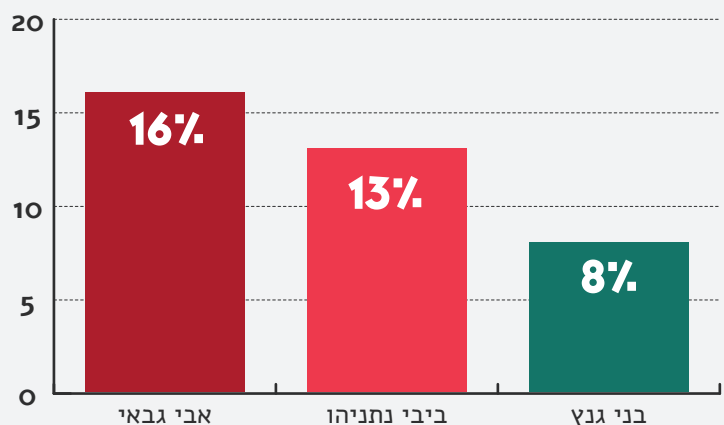
50% מהשנאה מכוונת נגד מגזרים/מוסדות



* שנאה נגד מגזרים שתפסו פחות מ 2% מהשיח

43% מהשיח היה פרסונלי. האישיות המותקפת של השבוע:

אבי גבאי מותקף השבוע על רקע העובדה שלא התאחד עם מפלגות אחרות. השנאה נגד נתניהו מגיעה בעיקר משמאל (40%) והיא מתמקדת בביקורת סביב החלטתו להתאחד עם הימין הקיצוני. 83% משיח השנאה נגד גנץ מגיע מגולשים ימנים.



כך למשל, מאז בחירות ביבי האחרונות בשנת 2015 ועד לימינו אנו שיח השנאה וההסתה נגד התקשורת עלה ב 1940% (!), נגד נשיא המדינה ב 83%: ונגד הרמטכ"ל היוצא גדי אייזנקוט, שבניגוד למנהיגי הימין לא יצא מגדרו להגן על אלאור אזריה, ב 712%.

והנזק נעשה. השמאל הפך השבוע למגזר השנוא ביותר ברשת: 27% משיח השנאה וההסתה הופנו נגדו. ביבי הוכיח השבוע שגם אלף רמטכ"לים לא יצליחו לכבות הסתה של עשור. אולי המרוץ לתחתית הזה יפסק כשהשמאל יחזור להיות לגיטימי. וזה, לידיעת הקורא גנץ, לא רק האינטרס של מי שמצביע מרצ או העבודה. זה האינטרס של כל מי שהוא לא ביבי.



בשבוע שעבר הצבענו על מגמה בה הימין תוקף פוליטיקאים מהימין על כך שהם לא מספיק קיצוניים. 67% מכלל שיח השנאה נגד נתניהו בשבוע שעבר הגיע מימנים שלא היו מרוצים מה"ימניות" של ביבי. השבוע - אחרי החבירה של עוצמה יהודית לבית היהודי - הביקורת שככה. אבל המירוץ לתחתית של הימין והתחרות מי יותר קיצוני - הם כנראה פה כדי להישאר.

מסכן בני גנץ. הרמטכ"ל לשעבר, שחבר לעוד רמטכ"ל לשעבר ולעוד שר ביטחון כדי להקים מפלגה שהיא "לא שמאל", מסיים עוד שבוע כ"שמאל.חלש".

אם הייתי היועצת שלו, הייתי מסבירה לו שגם אם היה מצרף את כל צה"ל או מקים מפלגה עם אלוהים - זה לא היה עוזר. כל עוד הוא שואף להוות אלטרנטיבה לנתניהו - הוא יגמור בסרטונים ששמורים לבוגדים במולדת.

סרטון האימה מפני גנץ שפרסמה מפלגת הליכוד לא בחל בתמונות סנאף של פיגועים ובצילומים על רקע חלקות קבר. לא יהיה מופרך לראות בהתנצלות ראש הממשלה אקט ציני. הוא הרי יודע, עת ירידת הסרטון מהרשת בעקבות הביקורות הנוקבות - שאת החותמת הוא כבר הטביע. הנזק כבר נעשה.

למרות שהסרטון הופנה נגד גנץ, ההסתה הפרועה, המותרת בחוק המערב הפרוע של הבחירות, - היא נגד השמאל. הנורמה הזו היא פרי עמל בן עשור של ביבי וארגוני ימין נוסח "אם תרצו". אחרי שסיימו להוקיע את כל הערבים באשר הם, הם עברו לסימון שתולים ובוגדים בשמאל.

הבעיה היא לא רק בנתניהו ובעבודה המתודית המרשימה שיזם נגד השמאל. הבעיה היא גם בנו - אף אחד ממנהיגי המרכז או השמאל לא רצה שידבק בו כתם הבגידה, אז אף אחד לא טרח להגן על ארגוני זכויות אדם כשאלו היו על במוקד. וכך זה זחל: מהסתה נגד השמאל, זה עבר לתקשורת ומהתקשורת לנשיא המדינה ומנשיא המדינה לצה"ל ולרמטכ"ל. לא משנה מה הפוזיציה בה תהיה וכמה תיחשב פרה קדושה, אם תתפס ב"שמאלנות" תוקע ממדורת השבט.

חברת המחקר Vigo מקבוצת יפעת בדקה עבור קרן ברל כצנלסון את כלל השיח בעמודי הפייסבוק והטוויטר הראשיים בעלי זיקה פוליטית: מפלגות, חברי כנסת, דמויות שלוקחות חלק בשיח בחירות (לדוגמא: אהוד ברק ואלדד יניב) וארגונים שלוקחים חלק בשיח בחירות (לדוגמא: אם תרצו ו"דרכנו).

בסעיף ב (שיח שנאה בעמודי המפלגות) איגדנו את הנכסים הדיגיטליים השונים לקבוצות בהתאם לשיוך המפלגתי. כך למשל, עמודי הפייסבוק והטוויטר של בנט ושקד הצטרפו לעמודים של הימין החדש.

שיח השנאה עצמו מוגדר כשיח פוגעני/מסית כלפי קבוצה או אדם או מוסד. הסיווג נעשה בצורה אוטומטית בהתבסס על קורפוס מילים וביטויים אלימים, אשר לרוב השימוש בהם חורג מתחום הביקורת הלגיטימית.

את הפוסטים, הציוצים והתגובות שנאספו מנתח אנליסט מומחה בתחום, אשר קורא את התכנים ומסווג אותם ידנית בהתאם לתוכן.

חשוב להדגיש – בשום שלב של הבדיקה לא נאסף מידע אישי או פרטי על המשתמשים, ואין שימוש בפרטיהם לצורך כלשהו. כלל הניתוח נעשה על סמך הטקסט שנכתב בפוסט, מבלי לבדוק את ההיסטוריה של הכותב או פרטיו האישיים.

על חברת המחקר **Vigo**:

חברת מחקר מבית קבוצת יפעת, הפועלת בעיקר בעולמות השיווק והדיגיטל, ומפעילה מערכות איסוף וניתוח מתקדמות.

יכולת ניתוח השיח של **Vigo** מבוססת על אלגוריתם שפותח בחברה ומאפשר למערכת הניטור לאסוף בזמן אמת למעלה מ-700,000 פריטים מדי יום מרחבי הרשת ובפלטפורמות השונות, בהן פייסבוק, אינסטגרם, טוויטר, יוטיוב, טוקבקים, פורומים, בלוגים ועוד.

החברה משלבת בין מומחיות והבנה מעולה של הרשת לבין יכולת טכנולוגית מוכחת, שמאפשרת לא רק לדעת על מה מדברים, אלא גם לנתח את השיח ולהפיק ממנו משמעויות קריטיות ופורצות דרך. שירותי החברה משמשים ככלי עבודה עיקרי עבור מנהלים למדידת אפקטיביות הפעילות וניהול סיכונים ברשת החברתית.