

# דו"ח השנאה וההסתה

## בחירות 2019

שבוע 27.2-5.3

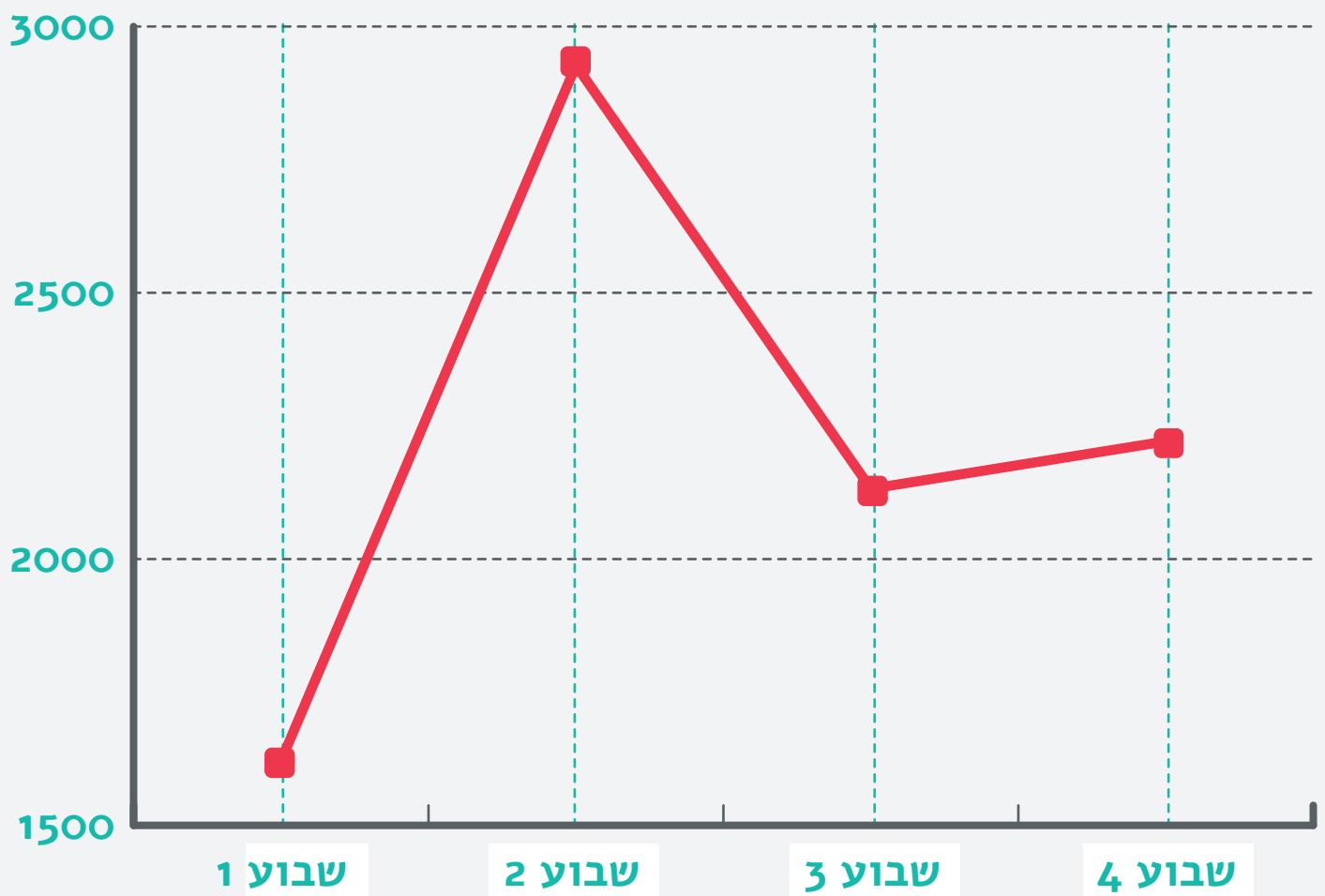
שיח שנאה והסתה בעמודים הפוליטיים

פוסטים ותגובות עלו השבוע **46,562**  
בעמודים הפוליטיים

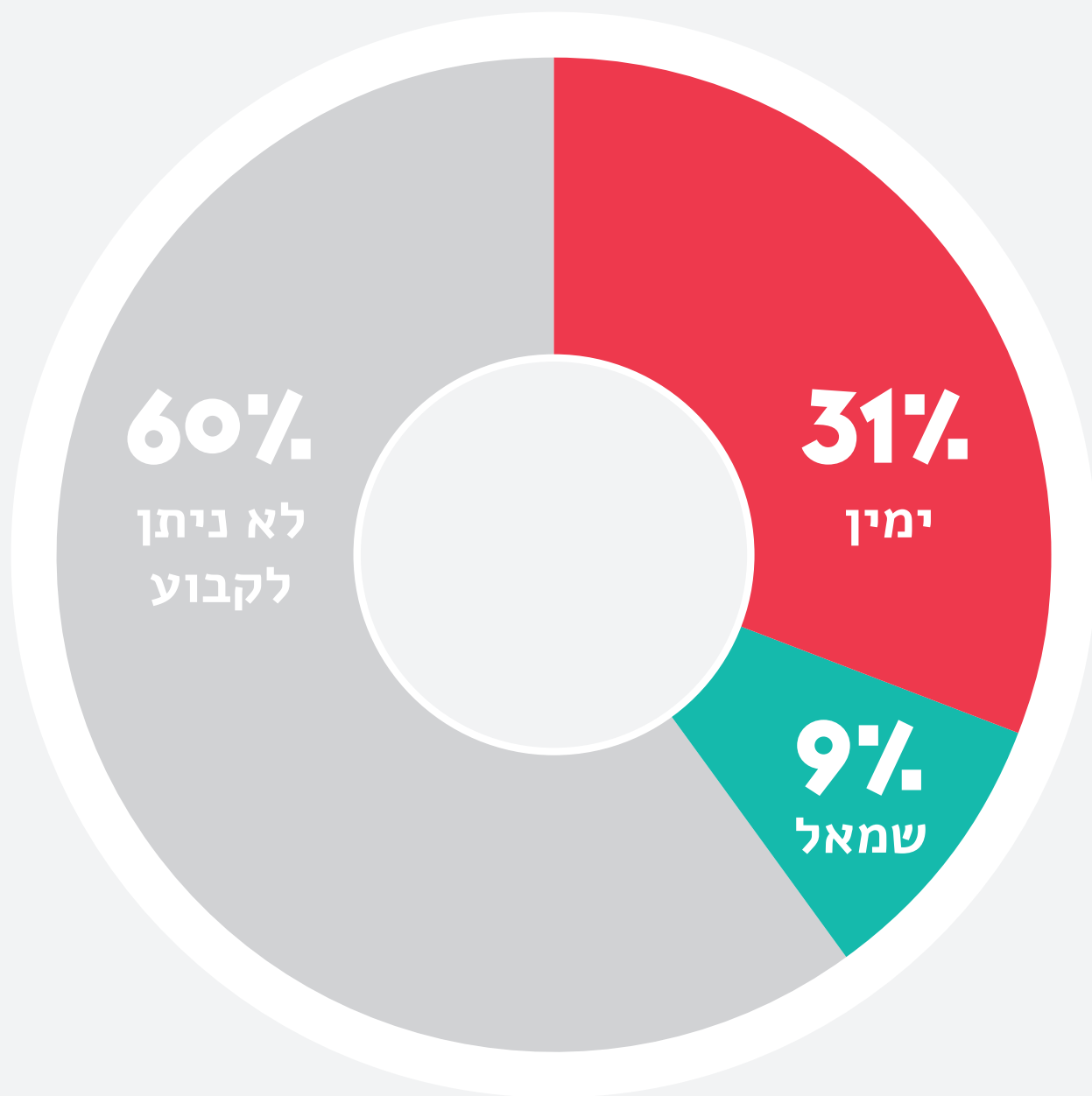
שיחות (5%) כללו התבטאויות  
אלימות או מסיתות **2,221**

# היקף השנאה

שיח שנאה והסתה בעמודים הפוליטיים



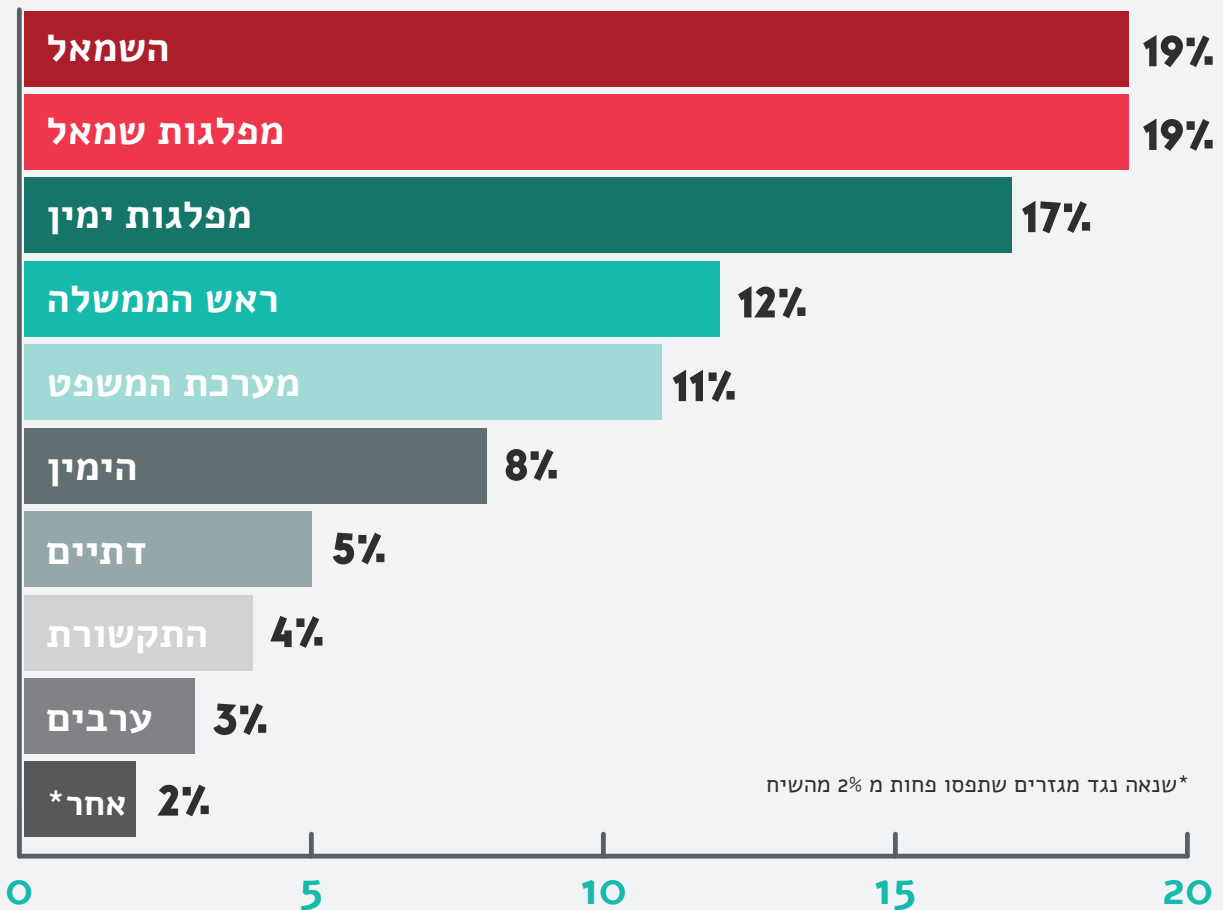
# מה השיוך הפוליטי של הדוברים המפיצים שנאה?\*



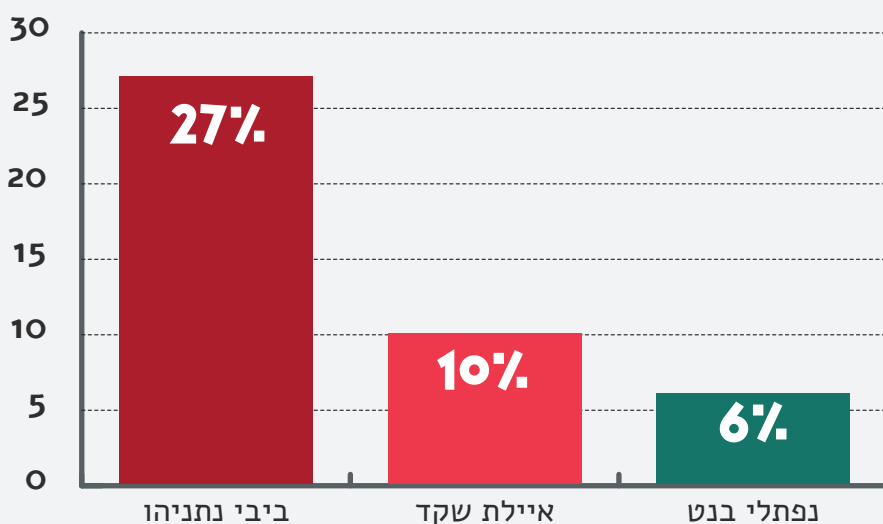
\*רק אם הובעה בתגובה או בפוסט במפורש תמיכה בצד פוליטי מסוים – ניתן לקבוע את הזיהוי הפוליטי של הכותב.

# נגד מי מכוונת השנאה?

41% מהשנאה מכוונת נגד מגזרים/מוסדות



44% מהשיח היה פרסונלי. האישיות המותקפת של השבוע:



השמאל ממשיך להיות המגזר המותקף ביותר בבחירות 2019, כשאת הגל הזה מתחזק נתניהו עם ביסוס הנרטיב שהשמאל והתקשורת רוצים בהפלתו.

אבל כבר ראינו את זה בעבר. כשאתה זורק בוך מול מאוורר - צפה לריקושטים שיעופו גם לכיוונים פחות צפויים. כמו למשל, לכיוון מועמדת הימין החדש איילת שקד.

שרת המשפטים הייתה הדמות השניה המותקפת השבוע, ורוב שיח השנאה נגדה הגיעה מאנשי ימין שהאשימו אותה בלא פחות מבגידה על כך שלא עשתה מספיק על מנת לעזור לנתניהו מול החקירות. גם שותפה להנהגת הימין החדש חטף, ואף הוא מאלו שנמצאים ימינה ממנו. זאת, על רקע האשמותיו של פייגלין, שמסתכמות בכך שאי אפשר לסמוך על בנט. הוא לא מספיק ימין. לא כמוהו לפחות.

**בשבועות הקודמים ראינו שבמערכת הבחירות הזאת מסתמנת מגמה חדשה ומעניינת שניתן לכנותה "המירוץ לתחתית של הימין" - אנשי ימין שמותקפים חדשות לבקרים על כך שאינם ימניים מספיק. המגמה הזו מתגברת בגלל הרחבת גבולות הימין הלגיטימי גם למחוזות של 'עוצמה לישראל' ו'זהות' של משה פייגלין. כך קרה שאנשי ימין כמו שקד ובנט, שמנהלים קמפיין מתמשך על כך שנתניהו אינו ימני מספיק, נתונים כיום תחת מתקפה מימין קיצוני יותר שעושה להם אותו דבר, וגורם להם להיראות קצת פחות כמו ימין וקצת יותר כמו חד"ש.**

זהו השבוע הרביעי ברציפות שקרן ברל כצנלסון, באמצעות חברת המחקר "VIGO", מפרסמת את דוח השנאה וההסתה לבחירות 2019. בסוף השבוע הקודם הגיע מה שרבים רואים כקו פרשת המים של הבחירות - פרסום מסקנות היועץ המשפטי לממשלה בנוגע לחקירות ראש הממשלה והמלצתו להעמידו לדין בחשד לשוחד והפרת אמונים. מוקדם עדיין להעריך את ההשלכות הפוליטיות של החלטת היועץ, אך ברור לחלוטין שפרסום המלצותיו פתח רשמית את קמפיין הליכוד לבחירות 2019.

המערכה נגד אויבי העם החלה באותו ערב. הנרטיב הבסיסי, המחלק את המפה הפוליטית לטובים ורעים, עובר כחוט השני בכל פוסט בפיד של האיש החזק במדינה. מפרסום המלצות היועמ"ש ועד כתיבת שורות אלה, הועלו לדף של נתניהו 36 פרסומים. שליש מהם הוקדשו לתקשורת בכלל ול"חדשות 12" בפרט, שכחלק ממזימת השמאל, יצאו במסע תעמולה להפילו. חלק מהפוסטים כוללים פניה מרגשת לציבור, שנאלץ "לסבול" כבר ארבע שנים את התעמולה נגד ראש הממשלה. כדי להעמיק את תחושת הרדיפה, מפרסם נתניהו מאמר שלמעשה משווה בין יודופוביה לביביפוביה.

אחרי הבכי, מרגיע נתניהו את בוחריו ומצהיר שהוא לא יתן לתקשורת ולשמאל לנצח. לפחות בשלושה פוסטים הוא מודה להם. בעשרה פוסטים הוא מזכיר להם כמה הוא חזק בביטחון ומול מנהיגי העולם. את שאר הזמן מקדיש נתניהו לקעקוע אמינות השחקנים המשניים בתיקי החקירה: עדי המדינה והפרקליטות.



ראש הממשלה לא רק התקיף, אלא גם הותקף השבוע, אבל לא על רקע פרשות השוחד, אלא על רקע פרסום סרטון תעמולה על רקע קברי חללי צה"ל, דבר שהציבור הישראלי התקשה מאוד לשכוח, ועל אחת כמה וכמה במונחים של זמן בחירות, בו כל יממה נחשבת לשבע שנות כלב.

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.